

ЗМІНИ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ПРИЧИНИ І ОСОБЛИВОСТІ

РОМАН МАЛЄГІН, магістрант

Науковий керівник Гаркавий В.В., к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Глобалізація світової економіки передбачає вільний обмін товарами та послугами між країнами, високу мобільність капіталу та робочої сили. Вона торкнулася як економічних відносин, але й усіх сфер життєдіяльності людини. Внаслідок цього відбулося формування єдиного уніфікованого економічного, соціального, правового, культурного та інформаційного середовища, де стираються соціально-культурні відмінності, формуються уніфіковані державні інститути, стандартизуються товари та послуги, відбувається усвідомлення глобальних проблем (проблеми забруднення навколишнього середовища, зміна клімату та інші), вирішення яких необхідне всім.

Концепція просування товарів та послуг також зазнала змін. У сучасних умовах життєвий цикл товару суттєво скоротився. Маркетингові рішення фірм стали ідентичними через стандартизацію товарів та уніфікацію послуг. На зміну мас-маркетингу прийшла концепція маркетингу відносин, яка передбачає встановлення довгострокових, конструктивних та привілейованих відносин із потенційними клієнтами шляхом використання матеріальних та моральних стимулів, диференціації, створення структурних зв'язків, які спрощують взаємодію зі споживачем. Ключове місце стали займати соціальне позиціонування компаній, торгові марки та бренди.

Якщо серйозно проаналізувати найактивніші інновації минулого століття, то можна дійти висновку, що такі були у сфері маркетингу та фінансів. Маркетингові інновації, що виникли у ХХ столітті, стимулювали велике зростання споживання. Це зрештою призвело до надспоживання. Люди «навчилися» купувати товари, без яких вони могли жити. Але для того, щоб споживати, треба купувати. Щоб купувати, треба заробляти гроші. А з цим більшість споживачів мають проблеми. Де взяти гроші? І тут з'являються фінансові інновації.

Фінансові інновації сприяли збільшенню маси капіталу не за рахунок зростання продуктивності, а шляхом залучення практично необмеженого фінансування насамперед через інноваційні фінансові інструменти - деривативи. Похідні фінансові інструменти стали «спусковим гачком» світової фінансової кризи, яка почалася 2008-го року.

У еру знання важливість фінансового капіталу відходить на другий план. Головну роль грає інтелектуальний та соціальний капітал компаній. Наразі основним засобом виробництва є не виробничі потужності, а компетенції людей. Як зазначив Президент Ізраїлю Шимон Перес на 8-й Ялтинській щорічній зустрічі, у сучасному світі єдиним резервом для глобального розвитку є наука, яка може стати ключовим драйвером для ефективного пошуку відповідей на глобальні виклики. Нова ера - це ера, в якій знання стали головною продуктивною силою економіки. Інтелектуальний капітал, будучи стратегічним фактором, стає інтегрованою здатністю до інновацій та прийняття рішень за умов невизначеності. Знання та інтелект - це рушійна сила інновацій, а ті, у

свою чергу, є головним драйвером і джерелом конкурентної сили в новій економіці. Силою в сучасній економіці можна вважати лише таке знання, за допомогою якого можна виробляти цінності, за які ринок готовий платити. Стрімкі зміни ринкового середовища призводять до неактуальності отриманих знань. Нове зовнішнє оточення потребує нових знань, тому процес набуття нових знань, як раніше казали, підвищення кваліфікації є безперервним.