

## ВПЛИВ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Студ. Павлова Н.М.  
Наук. керівник доц. Гонтаренко Н.А.  
Національний університет водного господарства  
та природокористування, м. Рівне

Важливими особливостями сучасного світового європейського господарства є:

- 1) гуманізація суспільства і національних економік;
- 2) процеси економічної глобалізації (тобто посилення економічної взаємозалежності економік різних країн);
- 3) насиченість ринків товарами, послугами і посилення у зв'язку з цим конкуренції;
- 4) динамічний науково-технічний розвиток;
- 5) потреба у захисті навколишнього середовища від шкідливого впливу господарської діяльності людини;
- 6) вагомі досягнення людства у сфері комп'ютерних технологій.

Вказані особливості світового європейського господарства є зовнішніми чинниками впливу на зміст і форми організації маркетингової діяльності підприємства. Вони ускладнюють маркетингову діяльність суб'єктів господарювання, вимагають пошуку нових маркетингових стратегій і розробки інноваційних маркетингових заходів.

Гуманізація – це масове усвідомлення того, що кожна окрема людина (особистість) є найвищою цінністю, а задоволення її розумних потреб, нужд – це голова мета національних і світової економік. Процеси гуманізації вимагають від бізнесменів поєднувати завдання гуманізації з необхідністю підтримання конкурентоспроможності бізнесу.

Принципи гуманізації мотивують власників бізнесу враховувати інтереси споживачів при визначенні цін на товари і послуги, а також інтересів найманого персоналу при визначенні рівня оплати праці. Гуманізація дає додатковий поштовх до розвитку індивідуального та екологічного маркетингу, до впровадження концепції соціально-етичного маркетингу.

Економічна глобалізація – це процес посилення взаємозв'язків і взаємозалежності між національними економіками в структурі світового господарства. Економічна глобалізація впливає на вхід суб'єктів господарювання на зовнішні ринки, сприяє переміщенню капіталів, робочої сили, інновацій, досвіду організації маркетингової діяльності, інших ресурсів через кордони.

Динамічний науково-технічний розвиток обумовлює необхідність постійної адаптації комплексу маркетингу на підприємстві до нових умов; гнучкості маркетингової політики підприємства; креативного підходу до застосування філософії маркетингу і до реалізації всіх складових маркетингового комплексу.

Посилення конкурентної боротьби у зв'язку з насиченістю ринків товарами вимагає удосконалювати всі складові комплексу маркетингу, оновлювати маркетингові стратегії.

Потреба у захисті навколишнього середовища викликає необхідність розвитку екологічного маркетингу. Крім того, виникає необхідність у захисті самої людини від негативного психологічного впливу рекламних та інших заходів підприємств.

Досить вагомі досягнення у сфері комп'ютерних технологій дають можливості використання засобів інтерактивного маркетингу для ефективного управління відносинами зі споживачами, формування бази лояльних споживачів і задля зменшення бюджетів маркетингу. З використанням сучасних комп'ютерних технологій продавці виходять на окремих клієнтів зі спеціальними індивідуальними пропозиціями. Завдяки електронній торгівлі споживачі мають можливість замовляти й оплачувати товари і послуги, не виходячи з дому.