

УДК 339.9

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА БРЕНДИНГУ КРАЇН СВІТУ

Литвин М. В., к.е.н.

Полішко Г. Г.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті досліджено процес глобалізації як передумови брендингу різних країн світу. Систематизовано підходи до трактування поняття «глобалізація», аналізуючи і узагальнюючи наукові праці багатьох учених. Обґрунтовано позитивні та негативні наслідки глобалізації для країн світу. Зроблено порівняльний аналіз основних геополітичних сценаріїв світового розвитку до 2020 року («Давоський мир», «Pax Americana», «Новий халіфат», «Спіраль страху»). Проаналізовано передумови виникнення та рушійні сили розвитку глобального брендингу. Визначено характерні риси глобального бренду. Визначено, що в умовах глобалізації актуалізується питання не тільки формування конкурентних переваг і позитивного іміджу країн світу, але й внеску кожної держави в активи глобальної економічної системи, а отже національного брендингу. Одержані результати можуть бути застосовані у практичній діяльності як теоретична база для поглиблення досліджень питань глобалізації, глобальної маркетингової стратегії підприємствами та організаціями всіх форм власності, науковцями, студентами економічних факультетів.

Ключові слова: глобалізація, глобальні проблеми, глобальний бренд, бренд країни.

UDC 339.9

GLOBALIZATION AS PRE-CONDITION OF BRANDING OF THE WORLD COUNTRIES

Lytvyn M., PhD in Econ.Sc.

Polishko A.

Dnepropetrovsk National University named after Oles Honchar

The process of globalization as pre-conditions of branding of different countries of the world has been investigated in the article. The interpretation of concept «globalization» has been systematized after analyzing and summarizing scientific labors of many scientists. Positive and negative consequences of globalization for the countries of the world have been grounded. The comparative analysis of basic geopolitical scenarios of world development to 2020 year have been done («Davoskiy world», «Pax Americana», «New caliphate», «Spiral of fear»). Pre-conditions of origin and motive forces of development of global branding have been analyzed. The personal touches of global brand have been determined. In the conditions of globalization the question of not only forming of competitive edges and positive image of the world countries was actually but also payment of every state in the assets of the global economic system, and consequently national branding. The received results can be applied in practical activity as a theoretical base for deepening of researches of questions of globalization, global marketing strategy, by enterprises and organizations of all patterns of ownership, researchers, students of economic faculties.

Keywords: globalization, global problems, global brand, brand of country.

Актуальність проблеми. Дослідження глобалізації як передумови брендингу країн світу є особливо актуальним у наш час. Це пов'язано з тим, що поступальний розвиток цивілізації, світової економіки призводить до неминучих інтеграційних процесів між державами. Найбільш універсальним виявом цих процесів стала глобалізація, що набула надзвичайного поширення з останньої чверті минулого століття. Глобалізація товарних ринків, загострення міжнародної конкуренції, суперечливі процеси соціально-культурного розвитку, що формують нові моделі поведінки споживачів на цільових закордонних ринках, обумовлюють необхідність удосконалення технологій міжнародної маркетингової діяльності, зокрема формування та розвитку глобальних брендів.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Багато провідних іноземних та вітчизняних учених присвятили свої праці дослідженням процесів глобалізації, серед яких слід відзначити М. Алле, О. Белоруса, І. Бочана, В. Будкіна, П. Герста та Г. Томпсона, Д. Гелда та Е. Мак-Грю, Б. Губського, Д. Лук'яненка, З. Луцишину, О. Мозгового, В. Новицького, Ю. Павленка, Ю. Пахомова, О. Плотнікова, А. Поручника, О. Рогача, С. Соколенко, Дж. Сороса, А. Філіпенка, Т.Циганкову та ін.

Проте критичний аналіз праць іноземних та вітчизняних дослідників свідчить про недостатність висвітлення проблем, пов'язаних, насамперед, із дослідженням особливостей глобалізації як передумови брендингу країни, що зумовило вибір теми дослідження, його мету та свідчить про його актуальність.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та аналіз глобалізації як передумови брендингу країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний час розвиток сучасного світового господарства є тісно пов'язаним із відносинами країн у політичній та економічній сферах, що забезпечується постійно зростаючим розвитком комунікацій, наявністю загальносвітових проблем, а також супроводжується взаємопроникненням різних культур [1, с. 115]. Дана тенденція і отримала назву «глобалізація».

Термін «глобалізація» вперше введений в науковий обіг Т. Льовітом у статті, опублікованій до «Гарварду бізнес ревью» в 1983 р., яким він визначив феномен злиття ринків окремих продуктів, вироблюваних крупними багатонаціональними корпораціями [2, с. 2].

На сьогодні немає єдиної відповіді, що являє собою глобалізація. Даний процес досліджується різними науками та науковими школами, кожна з яких випрацьовує своє визначення терміну «глобалізація», хоча серед науковців жоден погляд на глобалізацію не став загальноновизнаним (табл. 1). Глобалізація як феномен охоплює всі сторони суспільного життя, характеризується розширенням взаємозалежності у торговій, виробничій, інвестиційній, фінансово-економічній та культурній сферах, її характерними ознаками стали розширення та лібералізація торгівлі, інтернаціоналізація виробництва й обігу капіталів, глибокі зміни у фінансовій сфері, розгортання діяльності транснаціональних корпорацій, зростання їхньої експансії, переважаюча орієнтація попиту на світовий ринок, утворення міжнародних економічних інститутів [9, с. 43].

Глобалізація – це процес накопичення структурних зрушень та поетапного формування органічно цілісного, взаємопов'язаного та взаємозалежного всесвітнього господарства, окремі ланки якого органічно поєднані фінансово-економічними, виробничо-технічними, інформаційними та іншими зв'язками, більш численними, глибшими, ніж на попередніх етапах. Основою глобалізації стала інтернаціоналізація не обміну, а виробництва. Тобто глобалізація – це вищий етап інтернаціоналізації всіх факторів виробництва, коли система міжнародних економічних відносин охоплює всі національні економіки, зміцнюючи економічну цілісність світу.

Аналіз процесів глобалізації дає змогу виділити такі їх фази, як міжнародний поділ праці, міжнародне економічне співробітництво, міжнародна економічна інтеграція, глобалізація, які в кожній країні визначаються розвитком продуктивних сил у національній економіці [10, с. 213].

Визначальною складовою глобалізаційного процесу є система міжнародних відносин, у якій можна виділити наступні напрямки глобалізації: економічна; політична; екологічна; культурна; глобалізація комунікацій тощо.

Одним із найбільш розвинених елементів загального глобалізаційного процесу є економічна глобалізація, яка внесла ряд коректив у загальну концепцію, зокрема, економічного зростання держав. На сьогодні й мови не може бути про економічне зростання без усвідомлення необхідності інвестиційних вливань в економіку, особливо в перехідну. Хоча економічна думка й раніше звертала вектор своїх поглядів у бік інвестицій, як запоруки економічного зростання, проте ефект від інтеграції був недооцінений.

Таблиця 1. Систематизація підходів до трактування поняття «глобалізація» у різних дослідженнях

Автор, джерело	Трактування поняття «глобалізація»
Економічна енциклопедія [3]	Глобалізація є категорією, яка відображає процес обміну товарами, послугами, капіталом та робочою силою, що виходить за межі державних кордонів і з 60-х років ХХ століття набуває форм постійного й неухильно зростаючого міжнародного переплетіння національних економік. Глобалізація є логічним продовженням міжнародного поділу праці та є процесом поетапного формування цілісного, взаємопов'язаного та взаємозалежного світового господарства, окремі ланки якого органічно поєднані фінансово-економічними, виробничо-технічними, інформаційними та іншими зв'язками, значно всебічнішими, багаточисельнішими, глибшими, ніж на попередніх етапах.
Джозеф Стігліц [4]	Глобалізація – це тісніша інтеграція держав і народів світу, спричинена величезними зниженнями цін транспортування і комунікації та зламом штучних перепон потоками товарів, послуг, капіталу, знань і людей через кордони. Стігліц особливо наголошує на тому факті, що глобалізація супроводжується створенням нових інституцій, її потужними рушіями виступають міжнародні корпорації, а основними установами, що керують нею є Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк (СБ) і Світова організація торгівлі (СОТ).
П. Герста та Г. Томсона [5]	Глобалізація - це утворення нової економічної структури, а не лише як кон'юнктурні зміни в бік інтенсифікації міжнародної торгівлі та інвестицій у рамках наявної системи господарчих відносин. Екстремальний та однобічний тип такої моделі полегшує розрізнення ступеня інтернаціоналізації. За допомогою такої моделі автори намагаються оцінити реальні міжнародні тенденції, що дозволить більш-менш надійно визначити факт розвитку нової наднаціональної економічної системи.
Д. Гелд та Е. Мак-Грю [6]	Глобалізація - це процес прискорення та вдосконалення різноманітних міжнародних потоків товарів та інформації в загальному контексті соціального розвитку. Глобалізація пов'язана зі зміною або трансформацією загальнонародської організації, що пов'язує віддалені спільноти і щоразу владніше накладає відбиток на регіони світу та континенти.
А.С. Філіпенко [7]	Глобалізація у своїй розвинутій, зрілій формі є продуктом переходу від індустріальної до постіндустріальної стадії економічного розвитку, формування засад ноосферо-космічної цивілізації. Її суть полягає у посиленні єдності, системної цілісності світового господарства на основі ринкової парадигми та поглиблення планетарних інтеграційних процесів.
З. Луцишин [8]	Глобалізація - це когерентний процес, що характеризується формуванням більш зрілого порівняно із інтернаціоналізацією рівня міжнародних економічних зв'язків та інших форм і способів людського спілкування та співіснування в цілому. Процес глобалізації розгортається у певних, властивих лише їй формах, які все більш чіткіше вимальовуються і поступово викристалізуються та матеріалізуються у збільшенні обсягів та диверсифікації структури міжнародної торгівлі, у міжнародних інвестиціях, в міграціях робочої сили в межах світової господарської площини, у зростаючому використанні технологій, інновацій, наука, знань, менеджменту, маркетингу тощо.

Джерело: на основі авторського аналізу [3-8]

Глобалізація викликає багатоманітні і неоднозначні економічні й соціальні наслідки. Позитивний або негативний вектор цих змін багато в чому залежить від рівня розвитку національної економіки, позиції країни в світовому господарстві. Чим могутніше економіка країни, тим більше за позитивні результати вона витягує з процесу глобалізації.

Таким чином, слід визнавати і враховувати різні ефекти глобалізації, приймаючи цей процес як об'єктивну реальність. До позитивних ефектів глобалізації належать:

- розвиток інновацій, технологій, зокрема інформаційних комп'ютерних, не тільки у фінансовій сфері, але й в області фундаментальної і прикладної науки взагалі;
- посилення доступу до міжнародних ринків капіталу;
- інтеграція країни для створення наднаціональної системи регулювання фінансових ринків, банківської діяльності, трансграничних фінансових потоків;
- підвищення ролі інформації і доступність її для користувачів - суб'єктів глобального фінансового ринку;
- розширення масштабів фінансових ресурсів, прямих інвестицій, які необхідні для розвитку національних економік;
- активізація злиття і поглинань, концентрації капіталу, створення глобальних транснаціональних корпорацій, яким під силу рішення масштабних задач в бізнесі [2, с. 7];
- підвищення ролі транснаціональних та наддержавних економічних, політичних, галузевих інституціональних структур;
- утворення міжнародних економічних інститутів (МВФ, СБ, ЄБРР, ВТО);
- збільшення обсягів міжнародної торгівлі товарами та послугами за умов зменшення торговельних бар'єрів та на базі розвиненої правової системи міжнародних правил;
- кооперація виробництв між країнами та регіонами країн, окремими підприємствами;
- розширення та інтенсифікація трансферу технологій, обміну інформацією та кадрами у науково-технічній та освітній сферах;
- міграція робочої сили, зокрема в галузі високих технологій, залучення спеціалістів до роботи в іншій країні через інформаційний простір.

Відзначаючи позитивні сторони глобальних процесів в єдиному світовому господарстві, слід визначити і негативні наслідки глобалізації. До них відносяться:

- посилення розриву за ключовими макроекономічними показниками між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються, в результаті нерівномірного розподілу її плодів;
- посилення диференціації доходів між різними групами населення усередині багатьох національних господарств. Ця тенденція характерна і для деяких розвинених держав;

– швидке переміщення величезних мас капіталу і дія на національні економіки. Причому особливо деструктивний вплив надає «втечу» іноземних і національних капіталів у гонитві за кращими умовами використання;

– фінансові кризи останніх років, нестабільність найбільших фондових бірж, уповільнення зростання і загроза економічного спаду в США і Японії свідчать про нестійкість економічних систем в епоху глобалізації.

Нерівномірність в розвитку країн і регіонів наростає по наступних напрямках: уповільнення економічного зростання в розвинених країнах; різке падіння економічного зростання в країнах з перехідною економікою; уповільнення темпів економічного зростання в країнах ЄС [2, с. 8].

Слід зазначити, що глобальні проблеми мають світовий масштаб та торкаються інтересів усіх верств населення, усіх країн і народів, тому слід відзначити, що оптимальне вирішення складних задач такого масштабу потребує суттєвих колективних зусиль усіх держав світу на фоні повної віддачі кожної конкретної держави зокрема. Так, унаслідок глобальної фінансової кризи у 2009 році взагалі були зафіксовані від'ємні показники приросту ВВП як для країн Європи і Північної Америки (які мають найвищий рівень індексу глобалізації), так і для світу у цілому [11]. У цьому контексті вартими уваги є основні геополітичні сценарії світового розвитку, розроблені дослідниками США, в яких відображено світові тенденції до 2020 р. [12].

Сценарій 1 «Давоський мир» - його основу становить активізація глобалізаційних процесів, у яких активна роль належить Індії й Китаю, що, згідно з прогнозами, за темпами зростання економіки випереджають Європу. Істотному збільшенню впливу цих країн не тільки в регіоні, але й в усьому світі сприяє втрата долларом своїх позицій. Відповідно до цього варіанта розвитку подій центром розробки високих технологій та концентрації великих виробництв є США та Центральна Європа. З погляду сталого розвитку за таких умов в розвинених країнах, по-перше, зростає безпосередня загроза життю та здоров'ю населення внаслідок збільшення екологічного навантаження на території цих країн; по-друге, погіршується стан довкілля внаслідок діяльності технологічно відсталих виробництв у периферійних країнах (у тому числі шкідливих, винесених із розвинених країн); по-третє, якість життя, високий рівень споживання

у провідних країнах світу спричиняє зміну у структурі потреб, зміщуючи акцент на їхні якісні характеристики, як то споживання екологічно чистих продуктів, стан довкілля, тощо [12-14].

Сценарій 2 «Рах Americana» - базується на зростанні впливовості США та її абсолютизації. Згідно з ним за глобальну безпеку відповідає Вашингтон, що практично одноосібно приймає рішення. Основний полюс конкурентів та протистояння концентрується в Індії та Китаї. Для сталого розвитку суспільства такий сценарій означає, в першу чергу, зростання обсягів видобутку природних ресурсів, що поступово призведе збільшення екологічного навантаження, тимчасової підтримки відносно прийняттого рівня життя населення в розвинених країнах, а потім - соціальної диференціації в розвинених країнах та посилення розриву між багатими та бідними верствами населення, країнами та регіонами [12; 14].

Сценарій 3 «Новий халіфат» - розвиток подій визначається створенням транснаціонального теократичного співтовариства ісламістами. Останнє призведе до спалаху терористичної війни проти неісламського світу. Головним наслідком такого сценарію для сталого розвитку є економічний спад і соціальна нестабільність. Нерівномірність економічного розвитку і виключення категорії соціальної справедливості із міждержавних стосунків призведе до посилення запиту на неї на національному рівні, тим самим посилюючи загрози і національній, і глобальній соціальній стабільності. Наявність індивідуалістських суб'єктивних складових глобальної соціальної та економічної політики ісламських країн стане підґрунтям сталої напруги у відносинах не лише між різними соціальними верствами населення всередині країни, але і в глобальному просторі [12; 14].

Сценарій 4 «Спіраль страху» - є похідним від третього сценарію, втім, ставить під сумнів можливість консолідації мусульманських країн до 2020 р. В рамках сценарію прогнозується загострення локальних і регіональних конфліктів, до яких залучаються інші держави. Головним наслідком такого сценарію розвитку також є економічний спад і міжнаціональна нестабільність. За таких умов сталий розвиток суспільства характеризують: порушення економічної і соціальної рівноваги, поглиблення розриву у рівнях розвитку населення, асиметрична світова структура виробництва, попиту і споживання, і,

утворення світових полюсів надзвичайної бідності і надзвичайного багатства, що призведе до загострення проблеми голоду, погіршення здоров'я і неписьменності населення, погіршення стану екосистеми, від якої прямо залежить світовий добробут [12; 15].

Саме ці сценарії, які аналізують можливості подальшого розвитку – від панування Америки до диктату ісламістів, є основою більшості сучасних геополітичних, економічних, соціальних та інших прогнозних досліджень в інших країнах. Українські фахівці найбільш ймовірним вважають перший сценарій, найменш – четвертий. Отже, згідно з викладеними сценаріями основні тенденції подальшого розвитку світу полягають у:

- суттєвому збільшенні впливу Китаю та Індії, хоча США і Європа, найбільш імовірно, збережуть світове лідерство;

- продовженні економічного зростання світової економіки: у 2020 р. рівень зростання перевершить показник 2000 р. на 80%, а дохід на душу населення збільшиться на 50%. Наслідком стане подальше розшарування населення світу за рівнем добробуту та доходів;

- стрімкому зростанні потреб в енергоносіях та мінеральних ресурсах як наслідок активного розвитку Китаю та Індії з населенням близько 2,7 млрд осіб;

- поглибленні демографічної кризи в Європейському Союзі, Україні тощо та, як наслідок, старінні населення і зменшенні кількості робочої сили [12].

Суперечливі глобалізаційні процеси обумовили посилення конкуренції, змушуючи суб'єктів міжнародних економічних відносин знаходити свої ексклюзивні особливості з метою покращення позицій на світових ринках. Розвиток глобального брендинга, в першу чергу, обумовлений глобалізацією.

Окрім цього, серед передумов виникнення та рушійних сил розвитку глобального брендинга слід назвати інтенсифікацію міжнародного обміну, появу на світовому ринку великої кількості ідентичних товарів, формування законодавчої бази захисту об'єктів інтелектуальної власності та усунення торговельних бар'єрів тощо [16].

Слід зазначити, що важливим показником визначення причетності бренду до глобального бренду є обсяги продажу в інших країнах світу. За версією виконавчого директора «Interbrand Zintzmeier & Lux» І. Соловйової «глобальний бренд з'являється тоді, коли не менше третини

продажів припадає на зарубіжні країни. Це і є сила бренду – здатність долати географічні і культурні межі і забезпечувати стійкість майбутніх доходів» [17].

Розвиток сучасної світової економіки відбувається в напрямі глобалізації, основним проявом якої є інтернаціоналізація торговельно-економічної діяльності в умовах зростання впливу глобальних брендів на розвиток економік країн. Глобальні бренди все більше впливають на життя людей, компаній і навіть розвиток економік цілих країн. На перше місце виходять такі найбільш характерні риси глобального бренду: висока якість товару, впізнаваність споживачами в різних країнах світу, популярність, унікальність, індивідуальність, лояльність споживачів, схожість емоцій у споживачів всіх країн, зорієнтованість на місцеві традиції, висока якість обслуговування споживачів [17].

Висновки. Таким чином, глобалізація є глибоко суперечливим і неоднозначним процесом, що має як позитивний так і негативний вплив на національні економіки, що зумовлює існування як діаметрально протилежних точок зору дослідників на даний процес, так і компромісної позиції. На наш погляд, найважливішою перевагою глобалізації є створення безлічі нових можливостей як для країн, компаній та людей, так і для практиків й науковців, які досліджують проблеми світогосподарського розвитку. В таких умовах актуалізуються питання не тільки формування конкурентних переваг і позитивного іміджу країн світу, але й внеску кожної держави в активи глобальної економічної системи та визначення, а отже національного брендингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Карпінський Б.А., Герасименко О.В. Фінансова систем / Б.А. Карпінський, О.В. Герасименко. - К.: Центр навчальної літератури. - 2003. – 184 с.
2. Хоминич И.П. Финансовая глобализация / И.П. Хоминич // Вопросы экономики. - 2004. - № 8. - С. 2-13.
3. Мочерний С. Глобалізація / С. Мочерний // Економічна енциклопедія / [С.В. Мочерний та ін.]. – К. : Академія, 2000. – Т.1. – 2000. – С. 264-265.
4. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / Дж. Стігліц. – К.: ВД «КМ Академія», 2003. – С. 28-41.
5. Герст П. Сумніви в глобалізації / Пол Герст, Грехем Томпсон; [Пер. з англ.]. – К.: К.І.С., 2002. – С.6.
6. Гелд Д. Глобалізація / антиглобалізація / Гелд Д., Мак-Грю Е. [Пер. з англ.]. – К.: К.І.С., 2004. – С. 4-8.

7. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: теорія: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / А.С. Філіпенко. – К.: Либідь, 2008. – С. 359.
8. Луцишин З. Трансформація світової фінансової системи в умовах глобалізації / З. Луцишин. – К.: ВЦ «Друк», 2002. – С. 54-76.
9. Ключко В.П. Діяльність держави в умовах фінансової глобалізації / В.П. Ключко // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. - 2003. - Випуск 27. - С. 208-212.
10. Гусєв В., Литвинов Г. Фактори інтеграції та глобалізації у формуванні державної інноваційної політики / В. Гусєв, Г. Литвинов // Вісник Національної академії державного управління. - 2004. - № 7. - С. 212-221.
11. IMF Data Mapper [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/datamapper/index.php>
12. Татаренко Н.О. Сценарії глобалізації: варіативність концепцій і реалії / Н.О. Татаренко // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. - №4. - С. 159-166.
13. Мировая экономика: выход из кризиса / Под ред. Г.И. Мачавариани. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – 97 с.
14. Потехін О. Глобалізація системи безпеки: навч. посібник / О.Потехін, І.Годоров. – Донецьк 2011. – 248 с.
15. Юрчишин В. Суперечності посткризових перспектив / В.Юрчишин. - К.: Центр Разумкова, 2011. – 43 с.
16. Завгородня Т.В. Глобальні бренди в сучасних маркетингових технологіях / Т.В. Завгородня: автор. дисерт. – К., 2010 – 20 с.
17. Поліщук Т.В. Методологічні підходи до визначення сутності та призначення глобального бренду / Т.В. Поліщук // Економіка та управління підприємствами. – 2007. – № 6 . – С. 100-106.