

работа студенток 2-го курса О/З отделения, факультета управления, направления реклама и связи с общественностью, Волковой Элеоноры и Булатицкой Алины

**Глобальные тренды, влияющие на  
потребительское поведение:  
Важнейшие политические, экономические и  
технологические события конца XX – начала  
XI века и их влияние на поведение  
потребителей**

## Влияние на поведение потребителей



Важным объектом изучения в маркетинговом исследовании является **потребитель**. Цель исследования потребителей – изучение процесса принятия решений о покупке, реакции на покупку, факторов определяющих их поведение. Знание своего потребителя необходимо предприятию чтобы лучше приспособиться к его требованиям и действовать на рынке более эффективно.

Поведение покупателей и принятие ими решения о покупке происходит под воздействием маркетинговой среды и совокупности основных факторов (личностные, культурные, социальные, психологические и природно-климатические и национальные особенности). Однако, помимо всего, сегодня мы рассмотрим **влияние глобальных трендов на поведение потребителей**.

Россия  
(СССР)



**Перестройка**, СССР, 1985-91 гг.



**Перестройка** — общее название совокупности политических и экономических реформ, проводившихся в СССР в 1985—1991 годах.

Составные части перестройки: во внутриполитической сфере — политика гласности и демократизация общественной жизни; в экономике — введение элементов рыночных отношений; во внешней политике — отказ от критики капиталистического строя, значительное улучшение отношений с США и демократическими странами Западной Европы, признание приоритета общечеловеческих ценностей и глобальных мировых проблем.

## Влияние перестройки на поведение потребителей

Законы ослабили контроль за производством и распределением продукции и нарушили регулирование каналов обращения безналичных и наличных денег. Выведя из-под контроля государства расходы и доходы производителей, законы запустили финансовые механизмы регулирования экономической деятельности.

Практически все доходы население тратило на **потребительские расходы**.

Неконтролируемый рост доходов населения в условиях ограниченного предложения потребительских товаров по фиксированным розничным ценам **разрушил государственный сектор потребительского рынка**. На месте его возникла система снабжения трудовых коллективов потребительскими товарами по государственным розничным ценам из фондов, полученных предприятиями под госзаказ, при этом не мог не расшириться черный рынок потребительских товаров.



Россия



Распад СССР, 1991 год



**Развал СССР** — одно из крупнейших событий XX века, в ходе которого Советский Союз распался на 15 признанных республик и несколько непризнанных, причём во всех этих новообразованных государствах произошёл переход от идеологического коммунизма, однопартийной системы и плановой экономики к умеренному (или не очень) национализму, многопартийности и капитализму.

## Влияние распада СССР на поведение потребителей

На несколько лет стал затрудненным доступ на рынки сопредельных государств (часть из них утрачена безвозвратно), что стоило России значительных потерь в виде недополученных доходов, а также имело серьезную социальную цену из-за временной **утраты возможности снабжать внутренний российский рынок** более дешевыми **потребительскими товарами** из стран СНГ (например, сезонными овощами, фруктами и т.д.).

Развал постсоветской экономики начала 1990-х годов привел к резкому ухудшению экономической ситуации в бывших советских республиках. Вместе с тем у населения появилась возможность заниматься легальным индивидуальным предпринимательством и беспрепятственно выезжать за границу. Сохранившийся после распада СССР **дефицит товаров широкого потребления** и низкий уровень жизни способствовал вовлечению широких слоев населения в массовую неупорядоченную торговлю ширпотребом.



# Европа



Создание **европейского союза** (ЕС), 1950-2002 гг.



Первые шаги валютной интеграции в Европе были сделаны еще в 1950-х годах XX в. Создание Европейского **общего рынка** ускорило этот процесс.

В 1958-1968 гг. сформировался Таможенный союз: отменены таможенные пошлины и ограничения во взаимной торговле; введены единые таможенные тарифы на ввоз товаров из третьих стран.

К 1967 г. сложился **общий аграрный рынок**. Введен особый режим регулирования сельскохозяйственных цен. Создан аграрный фонд Европейского союза. Таможенный союз дополнялся элементами межгосударственного согласования экономической и валютной политики. Были отменены многие ограничения на движение капитала и рабочей силы.

Однако интеграция в сфере торговли потребовала конвергенции в сфере государственного регулирования экономики. Назрела необходимость создания наднациональных координирующих механизмов. В конце 1970 г. страны Евросоюза приняли программу поэтапного создания к 1980 г. **экономического и валютного союза**.

## Влияние создания ЕС на поведение потребителей

Основным результатом создания ЕВС (Единой валютной системы) должно стать снижение инфляции, процентных ставок, безработицы, налогов, ускорение темпов экономического роста. По прогнозам, в еврозоне было образовано от 2 до 5 млн рабочих мест, экономия расходов от отмены таможенного контроля и других формальных процедур составляет 13-24 млрд евро, эффект от открытости рынка держпоставок составит примерно 17 млрд евро.

Изменения также дошли и до **потребителей**: введение ЕВС колоссально облегчило торговлю на территории ЕС, прежде всего сделав ее **гораздо удобнее для покупателей**.



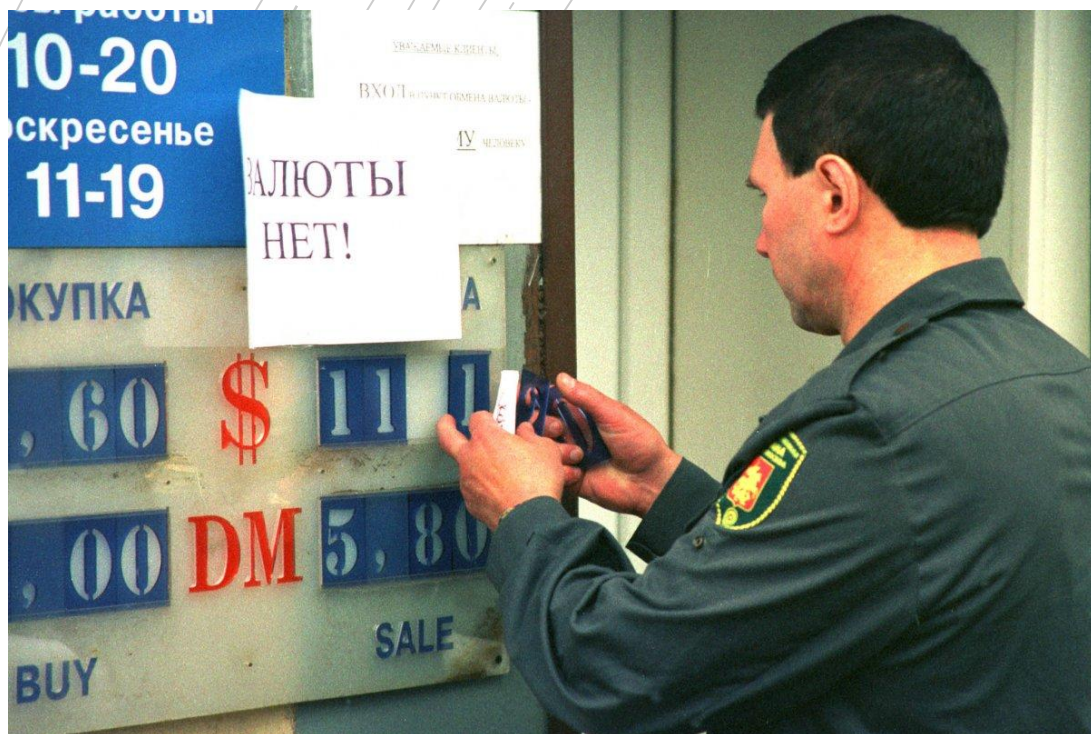
Россия



Кризис 1998 года в России

Экономический кризис 1998 года в России был одним из самых тяжёлых экономических кризисов в истории России.

Кризис произошёл на фоне тяжёлой экономической ситуации в стране, усугублявшейся неэффективной макроэкономической политикой, проводившейся властями в середине 1990-х годов. В те годы жёсткая денежная политика сочеталась с мягкой бюджетной политикой. Толчок к возникновению кризиса дали два внешних фактора: резкое снижение мировых цен на товары топливно-энергетического комплекса (основной статьи российского экспорта) и кризис в Юго-Восточной Азии, вспыхнувший в середине 1997 года. Для стабилизации ситуации Правительство РФ и ЦБ РФ пошли на экстраординарные меры. 17 августа 1998 года был **объявлен технический дефолт** по основным видам государственных долговых обязательств. Одновременно было объявлено об отказе от удержания стабильного курса рубля по отношению к доллару, до того искусственно поддерживаемого (в сторону завышения) массивными интервенциями Центробанка России.





# Влияние кризиса 1998 на поведение потребителей

17 августа 1998 года глава правительства Сергей Кириенко объявил о введении "комплекса мер, направленных на нормализацию финансовой и бюджетной политики", которые фактически означали дефолт и девальвацию рубля.

В этот же день банки перестали выдавать вклады. На улицах **выстроились очереди** обеспокоенных вкладчиков.

Америка



Террористические акты 11 сентября 2001 года



9/11 — серия четырёх координированных террористических актов-самоубийств, совершённых в Соединённых Штатах Америки членами террористической организации «Аль-Каида».

Утром того дня четыре группы террористов общим количеством 19 человек захватили четыре рейсовых пассажирских авиалайнера. Захватчики направили два из этих лайнеров в башни Всемирного торгового центра, расположенные в южной части Манхэттена в Нью-Йорке. Рейс 11 American Airlines врезался в башню ВТЦ-1 (северную), а рейс 175 United Airlines — в башню ВТЦ-2 (южную). В результате этого обе башни обрушились, вызвав серьёзные разрушения прилегающих строений. Третий самолёт (рейс 77 American Airlines) был направлен в здание Пентагона, расположенное недалеко от Вашингтона. Пассажиры и команда четвёртого авиалайнера (рейс 93 United Airlines) попытались перехватить управление самолётом у террористов, самолёт упал в поле около боро Шанксвилл в штате Пенсильвания.

# Влияние 9/11 на потребление потребителей

После событий 11 сентября 2001 года многие потребители пришли к решению отказаться от шоппинга в крупных торговых центрах, опасаясь за свои жизни.

Помимо этого многие предпочли домашние трапезы перекусам в кафе и ресторанах.

Америка



Создание **Facebook**, 2004 год





4 февраля 2004 г. можно вспомнить по разным событиям. Например, в этот день на аукционе «Sotheby's» самые заядлые коллекционеры боролись за право обладания потрясающей скульптурой «Великая Танцовщица» руки Эдгара Дега. И в этот же день в небольшой комнатке общежития Гарвардского университета была **запущена социальная сеть «The Facebook»**. Запущена тихо, скромно и без фанфар.

В «стартовый» состав, помимо Цукербергера, входили еще три студента: Эдуардо Саверин (как первый финансист Facebook), Дастин Москович и Крис Хьюз (как помощники-программисты). Так началась современная история Facebook.

Первоначальная раскрутка и формирование стартовой аудитории осуществлялась с помощью старого и доброго СПАМа. Это один из самых ярких примеров в истории Интернета, когда СПАМ дал феноменальный результат.

# Влияние Facebook на поведение потребителей

Появление Facebook глубоко повлияло на потребительское поведение, со временем только усилив свое воздействие. Постепенно **социальная сеть перенесла все больше потребителей в интернет**, некоторым образом повлияв на предпочтение интернет магазинов обычным торговым центрам. Введение рекламы позволило сети управлять выбором потребителей, а различные нововведения упростили процесс покупки, тем самым **еще больше склоняя чаши весов на сторону интернет-шоппинга**.

Америка



Выпуск первого iPhone, 2007 год





Первый iPhone был представлен Стивом Джобсом 9 января 2007 года на конференции Macworld Conference & Expo в Сан-Франциско. В своём выступлении Джобс сказал: «Я с нетерпением ждал этого в течение двух с половиной лет» и «сегодня Apple собирается переизобрести телефон». Джобс представил iPhone как сочетание трёх устройств: «широкоэкранный iPod с сенсорным управлением», «революционный мобильный телефон» и «прорывной интернет-коммуникатор».

iPhone начал продаваться 29 июня 2007 года в США, где **тысячи людей**, как сообщалось, **выстроились в очереди** за несколько дней до выпуска.

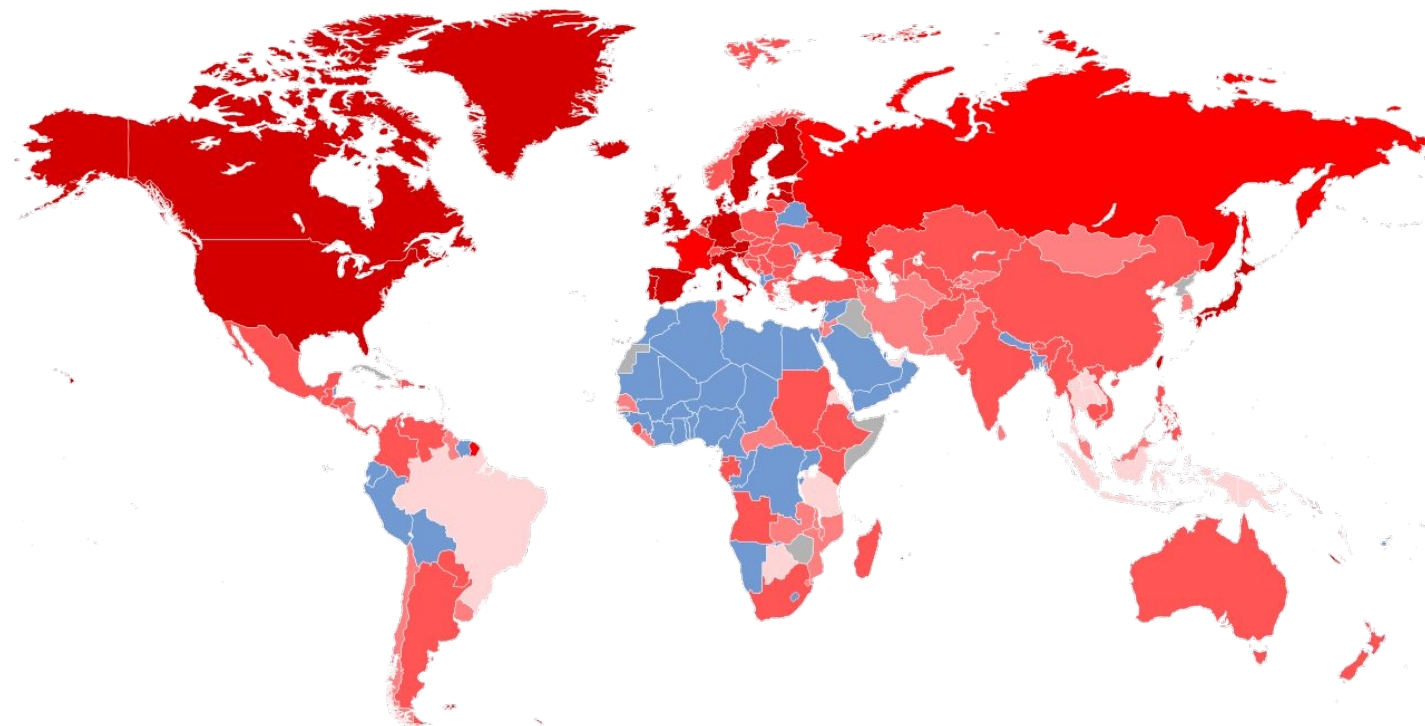
# Влияние iPhone на поведение потребителей

Выпуск первого iPhone произвел фурор, как на рынке производителей, так и среди потребителей, **самостоятельно создав "моду" на собственный бренд**. После невероятного успеха iPhone среди потребителей, другие фирмы также начали выпускать сенсорные мобильные телефоны.

И на сегодняшний день данный вид техники **полностью завладел рынком мобильных устройств**.



Мир



Мировой экономический кризис, 2008 год



Мировой экономический кризис — кризисное состояние мировой экономики, резко обозначившееся с 2008 года. Разные страны и регионы выходили из кризиса в разное время, с 2009 по 2013 год и, по некоторым оценкам, кризис не был преодолён окончательно вплоть до 2015 года. Развился с финансового кризиса, начавшегося в США.

Если не по глубине, то по масштабам и последствиям сопоставим лишь с Великой депрессией 1930-х годов. В 2009 году мировой ВВП впервые со времён Второй мировой войны показал отрицательную динамику.

# Влияние кризиса 2008 года на поведение потребителей

В кризис потребители в первую очередь откладывают дорогостоящие покупки, что еще раз подтверждают результаты различных исследований – чаще всего почти половина опрошенных отмечает, что перенесла запланированную ранее или вовсе отказалась от покупки товаров длительного пользования. Данные по категориям следующие: недвижимость (56%), авто (55%), мебель (47%), крупная бытовая и аудио-видео техника и электроника (46%). Причем покупать машину в кризис не стали около 63% опрошенных жителей мегаполисов, в то время как в городах-миллионниках начала прослеживаться другая тенденция – люди начали продавать автомобили, о чем призналось в среднем 6% участников исследования.

Япония



Авария на АЭС Фукусима-1, 2011 год





Цунами, землетрясение и человеческий фактор – совокупность причин произошедшей аварии на АЭС Фукусима-1. Эту катастрофу в итоге признали второй по величине в истории человечества.

В момент землетрясения три работающих энергоблока были остановлены действием системы аварийной защиты, которая сработала в штатном режиме. Однако спустя час было прервано электроснабжение (в том числе и от резервных дизельных электростанций), предположительно из-за последовавшего за землетрясением цунами

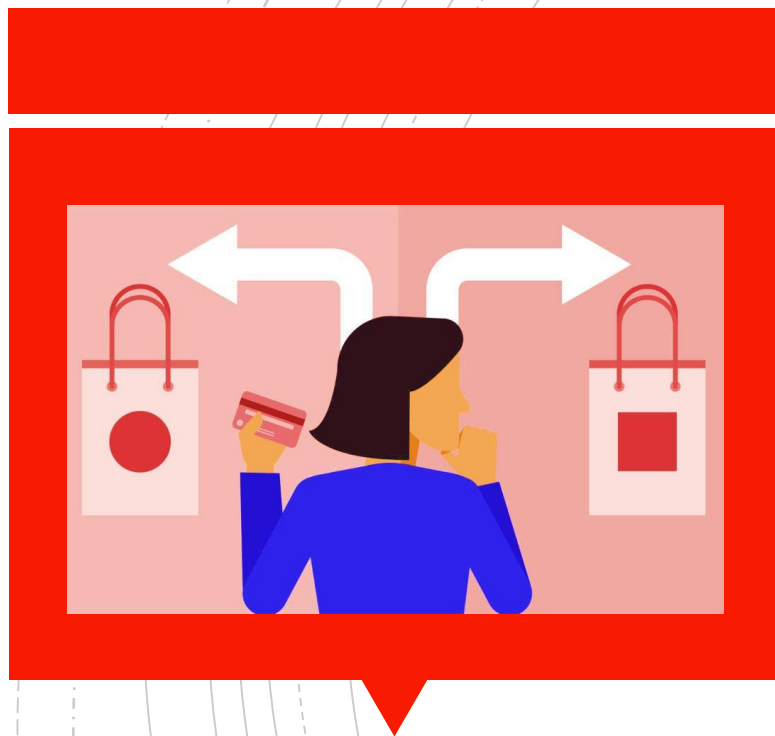
В течение последующих четырех дней авария на Фукусима-1 сопровождалась взрывами: сначала в энергоблоке 1, затем 3 и в конечном итоге в 2, результатом чего стало разрушение корпусов реакторов. Эти взрывы привели к высвобождению более высокого уровня радиации со станции.



# Влияние аварии на Фукусима-1 на поведение потребителей

Об угрозах, которые несет авария на Фукусиме, эксперты говорят еще с 2011 года. В Тихом океане, куда попадают зараженные радиацией воды, добывается 40% мировых запасов белковой пищи.

Если в наши дни данная проблема уже по большей части забыта и закрыта, то в 2011-13 годах она стояла особо остро: **потребитель с большим сомнением относился к покупке рыбы и морепродуктов**, боясь радиации. С таким же отношением столкнулись и многие другие продукты из Японии.



Потребительское поведение и взаимодействие производителей товаров и услуг с потребителем переживают сегодня серьезные изменения, которые можно назвать революционными. Главные из них связаны с развитием интернета и технологий, которые изменили не только способ приобретения товаров и услуг, но и всю коммуникацию в области потребления.

Сегодня мало кто осуществляет покупки без предварительного поиска и изучения их в интернете, а интернет торговля стала самым быстрорастущим каналом приобретения товаров и услуг. **Изменился и сам потребитель**, для которого приобретение товаров и услуг всё больше является способом самовыражения и идентификации. Он ищет не товар вообще, а свой товар, свой бренд.

A red speech bubble with a white outline and a white drop shadow, containing the text "Спасибо за внимание!". The bubble has a rectangular body and a triangular tail pointing downwards. The background features a pattern of thin, light gray concentric circles and dashed lines.

Спасибо за внимание!