

ANA-IRINA NICOLAU

MARKETING COMPARAT

**ANALIZA COMPARATIVĂ A MARKETINGULUI AMERICAN,
EUROMARKETINGULUI ȘI MARKETINGULUI ROMÂNESC**

ANA-IRINA NICOLAU

MARKETING COMPARAT

**ANALIZA COMPARATIVĂ A MARKETINGULUI
AMERICAN, EUROMARKETINGULUI
ȘI MARKETINGULUI ROMÂNESC**



Copyright © 2014, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin
Editurii Pro Universitaria

Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al
Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
NICOLAU, IRINA

**Marketing comparat : analiza comparativă a
marketingului american, euromarketingului și
marketingului românesc / Irina Nicolau. - București :**
Pro Universitaria, 2014

Bibliogr.

ISBN 978-606-26-0106-5

339.138(73:498)

CAPITOLUL 1. DINAMISMUL ECONOMICO-SOCIAL – FACTOR DETERMINANT AL EVOLUȚIEI ȘI DEZVOLTĂRII MARKETINGULUI

În prezent, globalizarea reprezintă o realitate pe care companiile ce doresc nu doar să supraviețuiască pe piețele internaționale trebuie să o ia în considerare. O viziune globală asupra mediului în care companiile își desfășoară activitatea, nu mai este de mult timp considerat un lux, apanaj al multinaționalelor, ci mai degrabă o necesitate pentru dezvoltare.

A ști cum să acționezi în aceste condiții presupune nu doar o cunoaștere în detaliu a mediului economic internațional, în ansamblul său, o percepere corectă a dimensiunilor specifice a unor tipuri particulare de mediu, precum cel politic, social, cultural sau demografic, specifice fiecărui spațiu național în sfera căruia se dorește derularea activităților organizației. De asemenea, toate aceste eforturi sunt zadarnice dacă organizația nu dispune de resurse dintre cele mai bune, nu doar din punct de vedere material sau financiar, ci mai ales uman. De cele mai multe ori, un management defectuos sau o interpretare greșită a piețelor pot duce la pierderi sau chiar la dispariția organizației respective.

În acest context, globalizarea economiei mondiale a determinat nu doar marile companii multinaționale, ci și orice întreprindere care dorește să acceseze și alte piețe decât cea națională, să realizeze că o gândire globală de marketing este absolut necesară pentru supraviețuire.

Marketingul global ”oferă” o piață uriașă, fără granițe, în care națiunile – indiferent de nivelul de dezvoltare sau de orientarea lor economică – se află într-o continuă competiție internațională. Poate defini o strategie ce are la bază un sistem de management al lanțului de aprovizionare – livrare ce aduce după sine o valoare adăugată importantă pentru firme. Companii precum Coca-Cola, McDonald’s, L’Oreal, Ikea și multe altele, au furnizori pentru materii prime, componente, resurse financiare sau umane de pe tot mapamondul, reușind să îmbine toate acestea și să ofere, în același timp, produse sub mărci proprii.

Evoluția economiei mondiale și transformările prin care aceasta a trecut de-a lungul timpului au dus la situații care păreau imposibile în urmă cu câteva decenii. Astfel, asistăm astăzi la declinul – sau mai corect spus diminuarea rolului - unor puteri economice, politice sau financiare la nivel global, care au dominat secole la rând evoluția în toate aspectele ei, precum sunt Statele Unite ale Americii, și ascensiunea altora, cărora nu li se dădea nici o șansă la atingerea gradului de dezvoltare în care se află acum – precum India sau China.

De-a lungul istoriei, însă, toate diferențierile majore – de ordin economic, social, cultural sau politic -, care au existat între diferite zone geografice ale lumii, au dus la crearea de modele economice și de consum specifice. Aceste modele și-au pus amprenta asupra modului de acțiune al companiilor și au dictat direcțiile de dezvoltare pe care acestea au ales să le urmeze pentru a rezista pe piață și pentru a-și maximiza profiturile.

Decenii întregi, piața mondială a fost 'controlată' și s-a ghidat după liniile trasate de către Statele Unite ale Americii, jucătorul cu cea mai mare capacitate de influență a economiei mondiale și, totodată, cel mai de succes model de urmat de către orice altă democrație. Apariția, în acest context, a Uniunii Europene pe scena mondială a oferit un nou model de structură dinamic ce s-a dovedit a fi un competitor puternic la nivel internațional.

SUA au fost, de asemenea - și încă mai sunt -, punctul de pornire în majoritatea domeniilor strategice, dominând prin investiții în inovație, cercetare și dezvoltare - practic acele domenii care stau la baza progresului unei societăți în ansamblul ei. Cu toate acestea, criza profundă declanșată în 2008 a condus la reconsiderarea poziției pe care SUA o dețineau pe plan mondial și, concomitent, la apariția de noi poli de putere economică, precum China sau India.

Problematica dezvoltării modelelor economice și de consum la nivel mondial a fost analizată de-a lungul timpului de numeroși specialiști. Astfel, s-a ajuns la concluzia că există o serie de poli economici care influențează în mod direct evoluția economiei mondiale prin prisma resurselor lor, a dimensiunii culturale, demografice sau geografice. Pentru foarte mult timp, SUA au fost considerate principala economie a lumii, un adevărat motor ce impulsiona activitatea economică globală. Odată cu debutul crizei, s-a dovedit, însă, că întreg sistemul american a fost construit pe baze nu foarte solide și că, deși părea improbabil, sunt și alte țări

ce au un cuvânt de spus din punct de vedere economic, precum China sau India. Cu toate acestea, puterile economice ”clasice” cum ar fi SUA și UE, rămân un reper important, evoluția lor de-a lungul istoriei având influență asupra mediului economic la nivel global.

1.1. Caracteristicile mediului economic în SUA, UE și România

1.1.1. Dinamismul economiei americane

În anul 1789, Statele Unite ale Americii și-au desemnat primul președinte – pe George Washington. La acel moment, economia era caracterizată de diversitate și diferențe destul de mari în dezvoltare la nivel regional. Agricultură era predominantă, un procent uriaș dintre americani – 90% - lucrând în ferme de unde își procurau și resursele necesare supraviețuirii. Doar unul din 20 de americani trăia în mediul urban, iar cel mai mare oraș - New York – avea aproximativ 22.000 de locuitori. Prin comparație, unul dintre cele mai mari orașe europene – Londra – avea peste un milion de locuitori.

Deși totul indica faptul că orientarea de bază a noului stat ar fi trebuit să fie către agricultură, părere susținută de altfel de către Thomas Jefferson¹, existau voci² care militau pentru un stat orientat către dezvoltarea industrială și, implicit, către producție. Pentru o perioadă, orientarea către agricultură și către americanul de rând - susținută de ceea ce astăzi este Partidul Democrat - a fost predominantă, prin numirea lui Thomas Jefferson ca președinte în 1801 și a lui Andrew Jackson în 1828. Acesta din urmă a promovat o politică de tip social care sprijinea fermierii, muncitorii și, în general omul de rând care nu dispunea de resurse foarte mari, dar care practic reprezenta marea masă.

La polul opus, Federaliștii conduși de Hamilton considerau că provocările economice nu pot fi abordate dacă nu există un sistem care să atragă investițiile și

¹ Ulterior, acesta va deveni în anul 1801 al treilea președinte american din partea partidului Democratic – Republican, care a constituit, în fapt, prima formă a Partidului Democrat de astăzi.

² Susținătorul de bază al acestei idei era Alexander Hamilton, Prim Secretar al Trezoreriei și reprezentant al Federaliștilor. Aceștia vor pune bazele celui alt partid istoric american – Partidul Republican.

să recompenseze pe cei care doreau să facă astfel de investiții pe piața americană. Politicile economice promovate de aceștia s-au îndreptat cu precădere către susținerea industriei prin dezvoltarea infrastructurii interne, taxe cu caracter protecționist împotriva importurilor de bunuri pentru a fi protejați producătorii locali, constituirea unei bănci centrale și crearea unei monede puternice.

Necesitatea găsirii unui echilibru la nivel politic și macroeconomic s-a tradus în încercările de creare a unei Constituții care să întărească ideea de democrație a noului stat federal pe plan internațional, iar pe plan național să ajute la rezolvarea diferendelor și să armonizeze interesele de ordin economic, social sau politic dintre regiuni. Fiecare dintre cele două formațiuni politice au insistat pentru includerea în Constituție a ideilor și credințelor proprii, reușind, pe anumite planuri, să adopte prevederi care au încurajat dezvoltarea economică ulterioară.

Printre acestea se numără (The Bureau of International Information Programs, 2009):

- ↳ Guvernul federal este singurul organism care poate emite monedă – acest lucru a dus la simplificarea schimburilor economico-financiare ulterioare și a fost punctul cheie în crearea și menținerea unei monede naționale puternice care a oferit noului stat federal stabilitate pe plan internațional și credibilitate;
- ↳ Dispariția barierelor tarifare și libera circulație a bunurilor între statele membre. Guvernul federal poate doar să impună taxe la importul de bunuri din afara SUA;
- ↳ Guvernul federal a înțeles cât de importante sunt progresul și inovația pentru o națiune și a început să acorde licențe, patente și drepturi de proprietate intelectuală inventatorilor și scriitorilor pentru a le proteja munca;
- ↳ De asemenea, au fost instituite bariere de protecție pentru producătorii de sticlă, ceramică și alte astfel de produse, prin impunerea efectivă a unor prețuri mai mari pentru producătorii din afara Statelor Unite.

Asemenea măsuri protecționiste pentru sectorul industrial au dus la reacții atât din partea statelor din Sud, care se bazau pe agricultură, cât și din partea

statelor europene, care au reacționat, la rândul lor, reducându-și importurile de produse din statele americane.

O altă caracteristică a noii națiuni care lua naștere, era multitudinea grupurilor etnice ce puteau fi întâlnite pe întreg teritoriul. Astfel, englezii s-au stabilit în New England, nemții, germanii și scoțienii au mers spre Pennsylvania și alte colonii centrale, francezii au preferat Sudul iar spaniolii s-au îndreptat spre California și zonele de sud-vest. Mărirea teritoriului în 1803 prin achiziționarea Louisianei de la statul francez, a dus la deschiderea de noi frontiere și oportunități.

Problemele dintre Nord și Sud, însă, nu se opreau doar la cele de ordin legislativ, cea mai mare dintre ele fiind în fapt existența sclavagismul. Întreaga economie a Sudului se baza pe munca sclavilor, fapt în totală contradicție cu principiile egalității care erau la baza creării Statelor Unite. Abolirea sclaviei s-a făcut treptat, primul pas fiind făcut în 1808 prin interzicerea importului de sclavi, însă nu și a sclaviei în sine. Din punct de vedere economic, sclavii reprezentau o mână de lucru deosebit de ieftină și eficientă, mai ales prin prisma faptului că bumbacul era cea mai exportată marfă de la nivelul Statelor Unite, cu impact foarte mare asupra economiei nordice și sudice.

Războiul Civil a adus victoria statelor din Nord și odată cu aceasta un sistem național de impozitare, o nouă monedă, finanțare pentru universitățile publice și demararea lucrărilor la prima cale ferată transcontinentală.

Perioada imediat următoare s-a remarcat printr-un aflus de invenții care au dus la creșterea accelerată a productivității muncii (The Bureau of International Information Programs, 2009):

↳ În sectorul agricol - pluguri și secerătoare mai performante, tractoare cu aburi, mașini frigorifice de marfă sau mașina de egrenat bumbacul. Inventatorul acestora din urmă, Whitney – un antreprenor din Massachusetts – a subliniat importanța dezvoltării producției de masă prin folosirea de mașini industriale și prin standardizarea procesului de producție. Prin parcurgerea acestor pași, economia americană a avut doar de câștigat, făcând o serie de produse (mașini de cusut, ceasuri, mașini de scris și multe altele) accesibile

marilor mase (The Bureau of International Information Programs, 2009);

- ↳ Seria de invenții a continuat cu apariția *telegrafului*, care a făcut ca legăturile dintre regiuni să fie mult mai simple și eficiente, și ulterior a *telefonului*, care practic a desființat orice barieră de comunicare geografică;
- ↳ Apariția electricității și aplicabilitatea acesteia la scară largă au adus o nouă dimensiune în viața economică și socială;
- ↳ Revoluția transporturilor a început odată cu inaugurarea primei căi ferate transcontinentale, care făcea legătura dintre Est și Vest;
- ↳ Expansiunea continuă a căilor ferate a dus la dezvoltarea industriei fierului și oțelului și a dus la crearea unei rețele de distribuție care să susțină economia națională și schimburile comerciale cu Europa și Asia.

Toate aceste invenții majore au apărut într-o perioadă de timp relativ scurtă, iar faptul că au avut ca loc de pornire Statele Unite ale Americii a făcut ca acestea să devină în scurt timp o economie puternică, stabilă și cu cele mai bune perspective.

Au urmat fenomene la scară mare, precum cel de industrializare, de urbanizare sau de diviziune internațională a muncii care au avut ca rezultat creșterea ca importanță și volum valoric a producției și comerțului, în dauna sectorului agricol, considerat ca fiind pe primul loc din acest punct de vedere până la acel moment. S-a continuat dezvoltarea infrastructurii și creșterea în dimensiune a marilor orașe cu susținere financiară din partea bancherilor europeni, care au intuit și speculat foarte bine potențialul acestei uriașe piețe.

Apariția electricității la începutul secolului XX a constituit un avantaj important pentru economia americană, devenind, treptat, principalul mod de alimentare folosit în fabrici, magazine și, nu în ultimul rând, în gospodării³. Această descoperire a revoluționat procesul de fabricație, favorizând automatizarea și specializarea pe componente ale produselor, a dus la apariția și/sau dezvoltarea de

³ La nivelul anului 1939, 85% din fabricile americane foloseau electricitatea ca sursă principală de alimentare

noi industrii⁴, produse sau chiar servicii și a oferit oamenilor posibilitatea de a lucra mai departe de casă și de a se perfecționa.

Un moment important în dezvoltarea economică a SUA l-a constituit trecerea, la începutul anilor 1930, prin Marea Criză, cauzată de speculațiile nechibzuite de pe Bursă. La acea dată, milioane de investitori au avut de suferit, credibilitatea fiecărui om de afaceri era serios zguduită și o stare de neîncredere generală s-a manifestat la nivelul consumatorului de rând. Scăderea cererii de consum, panica financiară și asumarea de politici economice necugetate au dus, în mod evident, la prăbușirea productivității economice în SUA. În același timp, etalonul aur – considerat a fi cel care lega aproape toate țările lumii într-o rețea de rate fixe de schimb valutar -, a jucat un rol esențial în propagarea crizei economice americane spre celelalte țări (www.scientia.ro, 2011).

Având ca punct de pornire SUA, Marea Criză a dus la scăderea productivității, o rată imensă a șomajului și, totodată o deflație acută pe plan mondial. Efectele sale, nu doar economice, ci și sociale și culturale au avut un impact imens asupra populației, mai ales în SUA, unde Marea Criză a fost considerată, decenii la rândul, cea mai mare calamitate cu care s-au confruntat americanii după Războiul Civil.

Pe plan internațional s-a dus o luptă cruntă nu doar pentru menținerea pe linia de plutire a economiilor naționale, ci mai ales pentru adoptarea celor mai eficiente metode care să asigure o revenire a acestora cel puțin la nivelul de dinainte de declanșarea crizei. SUA (dar și alte puteri economice) au dus un adevărat război comercial, impunând bariere tarifare mari la importuri, corelate cu supravegherea strictă a cursului dolarului, într-un efort disperat de a-și face exporturile cât mai competitive. Prețurile au explodat în această perioadă, 40% din bănci au fost închise iar rata șomajului a trecut de 20% (The Bureau of International Information Programs, 2009).

Însănătoșirea economică după Marea Depresiune a fost, în mare parte, stimulată de renunțarea la etalonul aur și de expansiunea monetară ce i-a urmat. Impactul economic al Marii Depresiuni a fost enorm, atât prin suferința umană

⁴ Dezvoltarea serviciilor de transport public – metrou, tramvai sau tren, care au permis oamenilor o mai mare libertate de mișcare.