

РАСШИРЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кочетова Т.И., Котлярова А.В.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», м. Харків

Одним из последствий мирового финансового кризиса является передел сфер влияния ведущих ТНК, что обуславливает необходимость пересмотра общесистемных целей и стратегий внешнеэкономической деятельности. При этом, согласно концепции Ф. Котлера, акцент переносится на повышение социальной ответственности корпораций и более широкому использованию гибридных стратегий и участию в международных стратегических альянсах.

Интересен современный опыт продвижения корпораций Китая на рынки африканских стран при мощной государственной поддержке с обеих сторон этих коммерческих проектов. Как полагает ряд авторитетных зарубежных исследований, достигнутые при этом успехи во внешнеэкономической деятельности китайских фирм и корпораций в значительной степени обусловлены использованием общесистемных гибридных стратегий и содержательному переходу от чисто конкурентных стратегий к элементам стратегического партнерства, осуществляемого в той или иной степени.

Таким образом гибридные стратегии являются эффективным средством повышения рентабельности внешнеэкономической деятельности и представляют собой определенную смесь традиционных конкурентных стратегий на продуктовых рынках и современные социальные инициативы, направляемые на социальное и культурологическое развитие стран пребывания. Следует подчеркнуть бюджетуемый, т.е. заранее декларированный и контролируемый характер этих инициатив и включение в общесистемные цели и миссии определенного набора социальных целей. По нашему мнению, именно бюджетирование и мониторинг выполнения социальных компонент гибридных стратегий создает существенное отличие последних от традиционной благотворительной помощи, как персонализированной, так и корпоративной. Поэтому гибридные стратегии, содержащие социальные составляющие, можно использовать для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности украинских экспортеров, в первую очередь на рынках африканских стран и стран Юго-Восточного региона.