

## **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.