

ЕКОНОМІЧНА СТРАТЕГІЯ ЯК КАТЕГОРІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© Фатенок-Ткачук А.О., 2007

Розглянуто сутність категорії “економічна стратегія” з точки зору зовнішньоекономічної діяльності підприємства та виділено функціональні одиниці такої стратегії. Наведено два типи діаметрально протилежних стратегій українських підприємств на зовнішніх ринках.

The sense of the category the economic strategy has been defined from the point of view of the external-economic activity of the enterprise and the functional units of such a strategy have been distinguished. Two types of the diametrically opposed strategies of the Ukrainian enterprises in the foreign markets have been shown. .

Постановка проблеми. Для ефективного входження у світовий економічний простір українським підприємствам необхідно виробляти таку продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. Це може бути досягнуто на підставі розробки стратегії, яка сприятиме не лише просуванню продукції українських підприємств на світовий ринок, але й допоможе закріпити свої позиції на ньому.

Така стратегія повинна полягати не в простому нарощуванні обсягів експорту, а в сприятливому створенню довготермінових конкурентних переваг та стабільному розширенні і якісному поліпшенні на основі цих переваг позицій країни на міжнародному ринку. Для цього необхідно мати чітку концепцію економічної політики, яка повинна міститися у стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Позитивним у поточному моменті України є посилення інтересу політиків, науковців, керівників підприємств до проблеми формування та досягнення пріоритетів стратегій розвитку. Разом з цим проблемою залишається безпосередня стратегія розвитку ЗЕД підприємства, яка, крім того, не має однозначного тлумачення як категорії.

Аналіз досліджень і публікацій. Вихід підприємств на зовнішні ринки, де панує жорстка міжнародна конкуренція, можливий лише за умови використання сучасних методів управління. Найпоширенішим є впровадження стратегічного управління. Науковці, які зробили найвагоміший внесок у вивчення цих питань: Ансофф І., Гальчинський А.С., Геєць В.М., Куїнн Дж., Мінцберг Г., Наливайко А.П., Сливоцький А., Чандлер А. Проаналізувавши зміст їх робіт, можна окреслити пріоритети при формуванні відповідної стратегії.

Цілі статті. Формування понятійного апарату категорії економічна стратегія у зовнішньоекономічній діяльності та виділення функціональних одиниць цієї стратегії.

Основний матеріал. Одним із основних документів останнього часу є Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2004–2015 рр. “Шляхом європейської інтеграції”. Головним пріоритетом цього документа є створення передумов для набуття Україною членства в ЄС, забезпечення сталого економічного розвитку, утвердження інноваційної моделі розвитку, соціальна переорієнтація економічної політики [3, с. 36]. Реалії економічної та політичної ситуації в державі вказують на те, що виконання цієї програми можливе лише за наявності та здійснення стратегій розвитку всіх суб’єктів господарювання, які є, з точки зору провідних економістів, генеральною стратегією діяльності підприємств. Важливою її частиною є стратегія ЗЕД.

Під час формування стратегічних цілей діяльності підприємства основна увага акцентується на підвищенні рівня добробуту власників капіталу (підприємства) та максимізації його ринкової вартості. Але це є й головна мета ЗЕД. Система стратегічних цілей повинна забезпечити формування належних достатніх фінансових ресурсів та високорентабельне використання власного капіталу; оптимізацію структури активів і капіталу; допустимий рівень фінансового ризику під час реалізації майбутньої фінансової діяльності підприємства тощо.

У наукових працях провідних економістів широко висвітлюється питання стратегій виходу на зовнішні ринки, але не розкрито питання впровадження стратегічних рішень після утвердження підприємства на зовнішніх ринках, що і може вважатись, на нашу думку, стратегією розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Сутність категорії “економічна стратегія” у зовнішньоекономічній діяльності аналогічна, як і для будь-якого іншого виду діяльності. Поняття “стратегія” широко використовується у військовій сфері [3, с. 20]. Видатний російський енциклопедист В. Даль визначав стратегію як вчення про найкраще розміщення й використання всіх військових сил і засобів.

Поняття “стратегія” досить часто спрощено розуміють як план дій, розрахований на довготривалий період. В економічному словнику за редакцією С. Мочерного зазначається: економічна стратегія – це “довгостроковий курс економічної політики, який передбачає розв’язання великомасштабних економічних і соціальних завдань” [4, с. 88].

Поняття стратегії багато разів уточнювалося. А. Чандлер, зокрема, писав: “Стратегія... є визначенням основних довгострокових цілей підприємства та адаптацією курсів дій і розміщенням ресурсів, необхідних для досягнення цілей” [8, с. 16].

Удосконалив визначення стратегії Чандлера К. Ендрю, додавши чотири складові:

- ринкові можливості, або що фірма могла б робити;
- загальну компетентність та ресурси, або що фірма була б спроможна робити;
- власні цінності та прагнення, або що фірма хотіла б робити;
- підтвержені зобов’язання перед суспільством та його членами, або що фірма повинна була б робити [5, с. 18].

Внаслідок розвитку менеджменту як науки категорія “стратегія” набула ще ширшого значення. Американський дослідник Дж. Б. Куїнн вважає, що стратегія – це “план, який інтегрує головні цілі організації, її політику та дії у певне узгоджене ціле” [6, с. 23]. При цьому термін “план” не є ознакою жорсткості дій організації. Ключовим у цьому визначенні є поняття узгодженості. На доказ цієї думки Куїнн звертається також до “конверсованого” терміна “тактика”. На його думку, тактика – це “короткострокові, адаптивні, активно-інтерактивні дії, які використовуються для досягнення цілей”. Отже, саме адаптивність є головною критеріальною ознакою та головною характеристикою тактики. А провідне завдання стратегії полягає в тому, щоб визначити рамки та орієнтири цієї адаптивності, “... вибудувати концепцію, досить сильну та потенційно гнучку для того, щоб організація досягла поставлених цілей всупереч усім непередбачуваним втручанням зовнішніх сил” [6, с. 31].

Такі формулювання співзвучні з поведінковим розумінням стратегії. Зокрема, в “теорії ігор” стратегія трактується як “складний план, план, що визначає вибір у будь-якій ймовірній ситуації” [6, с. 34].

З точки зору цього визначення, мета стратегії розглядається як забезпечення реалізації цілей організації, незважаючи на втручання зовнішніх факторів. Це досить часто й відбувається при побудові стратегії організації, які діють в умовах постійного середовища. Г. Мінцборг трактує проблему стратегії підприємства саме як “... уніфікований, вичерпний, цілісний план, ... який забезпечує виконання основних завдань підприємства” [2, с. 21].

Водночас стратегія такого типу є непродуктивною вже у випадку, коли підприємство прагне здійснити певний інноваційний прорив, освоюючи нові ринки, продукти, організаційні чи виробничі технології. У цьому разі невизначеність реакції середовища зростає для того, щоб

унеможливити врахування апіорі усього спектра можливих дій фірми на ці реакції. Йдеться, швидше, про визначення загальних підходів, які організація використовує для виконання завдань. Тому, наприклад, Б. Будзан наводить більш “м’яке” визначення, підкреслюючи, що стратегія – це “... набір правил, якими керуються в ухваленні управлінських рішень, щоб забезпечити здійснення місій і досягнення цілей організації” [7, с. 71].

Наведені управлінські визначення поняття “стратегія” описують поведінкові мотиви вибору стратегічних завдань і пріоритетів. Вони є продуктивними та важливими для усвідомлення закономірностей стратегічної поведінки суб’єктів.

Найчастіше категорія сприймається, як будь-які управлінські рішення, орієнтовані на довготривалу перспективу. Але якщо стратегічні цілі не узгоджені з можливостями організації, не забезпечують її існування у довготривалій перспективі, то ця, так звана, “стратегія” виявляється позбавленою сенсу, бо, зрештою, заперечує існування власне суб’єкта [3, с. 22].

Після виходу у світ книги Портера “Конкурентна стратегія” розпочався новий етап у розгляді і тлумаченні стратегії як базового поняття. Відтепер стратегію розглядають лише в контексті конкурентного для неї середовища і будь-який досягнутий підприємством результат обумовлюється вибором стратегії для забезпечення конкурентної переваги.

Стратегія підприємства повинна постійно розвиватись і поєднувати в собі заплановану і продуману лінію поведінки, а також можливість реагування на все нове, ще не заплановане.

Проаналізувавши вищесказане та припустивши, що ЗЕД здійснюватиметься протягом тривалого періоду часу, можна стверджувати, що стратегія ЗЕД – це цілісна система довгострокових дій суб’єкта, спрямованих на розвиток організації, зміцнення її позиції на зовнішніх ринках, задоволення споживачів та досягнення поставлених цілей з урахуванням конкурентних переваг та комплексу впливів зовнішніх факторів.

На нашу думку, стратегія розвитку ЗЕД повинна вказувати на розв’язання багатьох завдань: фінансових, маркетингових, управлінських тощо, хоча сьогодні поширено виділяють лише якусь одну стратегічну ціль і будують на ній стратегію. Розглянемо ті, які можуть бути функціональними одиницями стратегії ЗЕД:

конкурентна стратегія	– дає змогу вибрати таку поведінку компанії на міжнародному ринку, яка забезпечує максимальне використання сильних сторін, конкурентних переваг та можливостей компаній (Л.М. Гурч, Ю.Є. Дятлова);
логістична стратегія	– являє собою дії, рішення, підходи ефективного управління матеріальними, виробничими, фінансовими, інформаційними потоками для досягнення довгострокових бізнес-цілей корпорації з оптимальними затратами її ресурсів (К.О. Кояда);
фінансова стратегія	– визначення цілей фінансової діяльності, аналіз чинників зовнішнього середовища та економічного потенціалу організації, генерація стратегічних альтернатив (Г.І. Кіндратська, М.С. Білик);
стратегія управління ризиком	– повинна бути логічною складовою загальних стратегій, а також взаємозалежною зі стратегією управління активами і пасивами та іншими стратегіями відповідно до критеріїв системності і комплектності. Необхідно знайти оптимальне співвідношення поєднання ризику та прибутковості організації (М.О. Микитюк).

Якщо проаналізувати стратегії українських підприємств на зовнішніх ринках (хоча більшість з них не схильні коментувати свої дії як стратегію), можна виділити два типи, які є протилежні за цілями та основними методами реалізації. Назвемо їх так: “початкове накопичення капіталу” і стратегія “довготривалого перебування”.

Стратегія накопичення капіталу націлена на отримання максимуму прибутку сьогодні, причому будь-якими шляхами. Інша направлена на стабільне зростання бізнесу у визначеному напрямку та стилі.

На жаль, підприємств, які використовують стратегію росту в державі, значно менше, а це вказує на необхідність системного підходу до вивчення цієї проблематики

Висновки. Досягнення стратегічних цілей можливе лише за врахування та виконання завдань кожної функціональної частини стратегії ЗЕД. Внаслідок диверсифікації ринків збуту підприємства, у перспективі кожна з частин матиме різну вагу, залежно від ментальності, традицій та тарифної політики кожної країни-партнера.

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. –460 с. 2. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. – К.: Основи, 2001. –168 с. 3. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки// Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 19–27. 4. Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Femina, 1995. – 348 с. 5. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 264 с. 6. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. – СПб.: Питер, 2001. –274 с. 7. Стратегія економічного і соціального розвитку України 2004–2015 рр. “Шляхом європейської інтеграції” / А.С. Гальчинський, В.М. Гець. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – С. 36–45. 8. Chandler A.D. Strategy and Structure; Chapters in the History of the Industrial Enterprises, MIT Press, Cambridge, Mass. – 1962. – P. 16. 9. Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції “Маркетинг та логістика в системі менеджменту”. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2006. – 428 с.

УДК 657.446: 334.012.64 (477)

С.В. Філіппова

Одеський національний політехнічний університет,
кафедра обліку, аналізу і аудиту

АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА МЕНЕДЖМЕНТУ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ І МАЛИЙ БІЗНЕС

© Філіппова С.В., 2007

Розглянуто проблему розвитку аналітичної складової менеджменту податкової системи України. Обґрунтовано як методологічну основу її розвитку економічний аналіз та запропоновано шляхи та механізми його впровадження.

The problem of development of analytical constituent of management of the tax system of Ukraine is considered. Development of economic analysis grounded as methodological basis and ways and mechanisms of his introduction are offered.

Постановка проблеми. Трансформація економіки України шляхом інтенсивної інтеграції в світовий економічний простір вимагає узгодженості дій систем державного регулювання і управління економікою. Ця вимога стосується всіх складових її елементів, зокрема, податкової системи. Відповідно, менеджмент податкової системи об'єктивно потребує розширення та якісного оновлення свого складу і змісту.

Розрив між темпами розвитку податкової системи і темпами розвитку підприємництва, що позначився, особливо помітний відносно стану малого бізнесу, якому сьогодні належить важлива роль в економічному і соціальному житті України, як і в промислово розвинених країнах, де його частка становить до 70 % валового національного продукту.

Тому вирішенням зазначеної проблеми можна підсилити зворотний зв'язок суб'єкта податкової системи (держави) із платником податків через ланцюжок “дохід дрібного підприємця (представника малого бізнесу) — податки — дохід держави”, активніше впливати на розвиток підприємництва загалом.