розробка ринкової стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки, проведення маркетингових досліджень на зовнішньому ринку, ціноутворення на зовнішньому ринку. В цілому ж, на формування управлінської структури ЗЕД підприємства роблять вплив різні чинники, особливо такі, як: розмір фірми, характер ЗЕД, рівень складності продукції і диверсифікації виробництва, рівень конкуренції на ринках приймаючих країн та ін.

Крім врахування цих факторів, при формуванні зовнішньоекономічних відділів повинні дотримуватися наступні основні принципи організаційної оптимізації: гнучкість, мобільність і адаптивність системи організації зовнішньоекономічної діяльності, яка найчастіше досягається за рахунок так званих тимчасових робочих груп або груп за проектом, що створюються з числа співробітників різних підрозділів для вирішення поточного, актуального завдання розвитку ЗЕД і підлягають розформовуванню після закінчення проекту і виконанні завдання, відносна простота структури, що дозволяє чітко побудувати організаційну схему управління і не допускає дублювання функцій, порушення і ускладнення логічності горизонтальних і вертикальних зв'язків, відповідність специфіці асортименту товарів, зайнятих в ЗЕД, відповідність специфіці зовнішніх ринків.

Таким чином, в даній роботі узагальнено принципи побудови організаційних структур управління ЗЕД підприємства та охарактеризовано їх основні типи: відділ зовнішньоекономічних зв'язків та зовнішньоторговельна фірма.

УДК 33.012.61-

ПРІСУХІНА С.Л.**, *ЧАЙКОВА О.І.*****,** к.е.н., доц.

ВИБІР МЕТОДІВ І ІНСТРУМЕНТІВ ВИХОДУ МСП НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Включення України у світове господарство та створення в ній сприятливого інвестиційно-підприємницького клімату передбачає в тому числі необхідність розвитку малого підприємництва. У нашій країні останнім часом написано ряд наукових праць та дисертацій з цієї проблеми, проте вони часто носять загальний характер і дублюються. Нині дедалі важчим стає розмежування внутрішнього та зовнішнього ринків, яке каталізує лібералізація зовнішньоекономічної діяльності; відбувається зближення критеріїв народногосподарської та світової ефективності виробництва. Малий бізнес, який чутливо реагує на коливання зовнішньої та внутрішньої кон'юнктури, складає підґрунтя функціонування світової економіки,

сприяє її транснаціоналізації, глобалізації світових ринків і підвищенню конкурентоспроможності національних економічних комплексів. Спрямованість на забезпечення лише внутрішніх потреб пов'язана з небезпекою витіснення національних виробників зарубіжними та зменшення у подальшому можливостей зайняття певних позицій на ринку.

Успіхи постсоціалістичних країн Центральної та Східної Європи у економічному реформуванні та забезпеченні поступального розвитку економіки багато в чому завдячуються належній увазі до розвитку малого підприємництва (зокрема, за рахунок вдалого поєднання ринкового та державного регулювання, реформування систем оподаткування, прийняття антимонопольного законодавства тощо), стимулювання його екзогенезації та в кінцевому підсумку – поступальному зростанню національного господарства. Модель зовнішнього інвестування їхньої економіки різниться від розвинутих країн тим, що переважну більшість зарубіжних вкладників коштів складають середні та малі підприємства в сфері послуг або торгівлі.

В останні роки в цій галузі проведено кілька досліджень і опубліковано ряд наукових праць, в українській економічній літературі цим проблемам присвячені роботи Д.Бабича, О.Білоруса, С.Біляцького, А.Бурляй, В.Величко, З.Варналія, та ін.

Разом з тим, в Україні дотепер немає фундаментальних економічних досліджень міжнародного функціонування малого бізнесу. Не до кінця вивченими, дискусійними залишаються важливі аспекти зовнішньоекономічної діяльності дрібних фірм, зокрема, питання транснаціоналізації МСП, можливих форм співробітництва з іноземними контрагентами, особливостей зовнішньоекономічної стратегії малих підприємств в умовах переходу до ринку від централізованої планової системи. З цих міркувань й обґрунтовано наукову значимість проблеми, здійснено вибір теми дисертаційної роботи, визначено предмет і об'єкт, мету і конкретні завдання дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у наступному:

– виявлено роль нових технологій, електронно-цифрової економіки, електронної торгівлі та їх вплив на еволюцію та функціонування сучасного малого бізнесу в умовах глобалізації, результатом якого є виявлення резервів та підвищення потенціалу МСП у конкурентній боротьбі з великими компаніями;

– визначено основні детермінанти функціонування сучасного малого бізнесу в світовій економіці та постсоціалістичних країнах. Узагальнено специфічні особливості зовнішньоекономічної діяльності малих фірм (зокрема, нестача різного роду ресурсів і, внаслідок цього, надання переваги створенню спільних підприємств та використанню нетрадиційних форм інтернаціоналізації, які не потребують масштабних прямих інвестицій (передача "ноу-хау", патентів, франчайзинг, угоди

щодо використання торгової марки, збутові та управлінські угоди тощо), урахування яких має першочергове значення при розробці заходів їх підтримки;

– вперше введено в науковий обіг та розкрито суть поняття “малої транснаціональної фірми”, що дозволило поглибити специфіку функціонування МСП порівняно з крупними ТНК і теорію інтернаціоналізації підприємства, зокрема, процесів зовнішньої торгівлі та прямого іноземного (закордонного) інвестування дрібних фірм;

– узагальнено основні функції міжнародного малого бізнесу, в результаті чого отримали подальший розвиток теоретичні погляди щодо наслідків зовнішньоекономічної діяльності МСП для країни базування та країни-реципієнта. Проаналізовано вплив такої діяльності на країни з транзитивною економікою і аргументовано доцільність залучення місцевих дрібних суб’єктів господарювання до процесу інтернаціоналізації;

– систематизовано інструменти національного, міждержавного та міжнародного регулювання зовнішньої діяльності дрібних фірм та обґрунтовано напрями їх застосування в країнах перехідної економіки. Узагальнено і класифіковано маркетингові послуги в залежності від стадії здійснення зовнішньоекономічного проекту, в результаті чого запропоновано три основні групи послуг – загальні інформаційні, передпроектні та підтримка на стадії здійснення проекту;

– ідентифіковано можливі форми міжнародного співробітництва малого підприємництва та верифіковано на предмет їх ефективності в умовах транзитивної економіки. Класифіковано основні типи зовнішньої стратегії МСП, що дало можливість виділити їх елементи, придатні для застосування суб’єктами дрібного бізнесу перехідних країн. Виявлено головні чинники (внутрішні ресурси підприємства, наявність конкурентних переваг та досвіду ведення міжнародного бізнесу, ступінь невизначеності тощо), що визначають вибір тієї чи іншої стратегії міжнародної поведінки малого підприємства;

– досліджено чинники функціонування малого бізнесу в Україні, їхній вплив на зовнішньоекономічний потенціал вітчизняних МСП та сформульовано конкретні напрями удосконалення інтернаціональної діяльності малих підприємств України.

УДК 622.33

СИДОРЕНКО І.Г., ГОРБУНОВ М.П., к.е.н., доц.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ