

АСПЕКТИ ВИХОДУ АВІАБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК В УМОВАХ КРИЗИ

УДК 316.472.47:65.012.412(045)

Скібіцька Л. І.

Розглянуто світову фінансово-економічну кризу 2008 – 2013 рр., яка позначилася на постсоціалістичних країнах. Подано загальну характеристику організаційної системи авіапідприємств України та всього її авіаційного комплексу, яка визначається як примітивна, з достатньо низьким рівнем.

Визначено завдання і теоретичне обґрунтування механізму інтернаціоналізації діяльності вітчизняних авіабудівних підприємств в умовах кризи, способи і засоби виходу їх на зовнішній ринок, а також напрями формулювання міжнародних цілей цих підприємств.

Визначено основні тенденції розвитку світової авіабудівної промисловості на сучасному етапі. Розкрито об'єктивні чинники виникнення кризи авіабудівних підприємств. Запропоновано напрями здійснення зовнішньоекономічної діяльності авіабудівного підприємства. Наведено етапи опрацювання ринкової стратегії авіабудівного підприємств у процесі виходу на зовнішні ринки.

Ключові слова: криза, авіаційна промисловість, авіаційна техніка, інтернаціоналізація, зовнішній ринок, маркетингова стратегія.

АСПЕКТЫ ВЫХОДА АВИАСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

УДК 316.472.47:65.012.412(045)

Скибицкая Л. И.

Рассмотрен мировой финансово-экономический кризис 2008 – 2013 гг., который отразился на постсоциалистических странах. Приведена общая характеристика организационной системы авиапредприятий Украины и всего ее авиационного комплекса, которая определена как примитивная, с достаточно низким уровнем.

Определены задачи и теоретическое обоснование механизма интернационализации деятельности отечественных авиастроительных предприятий в условиях кризиса, способы и средства выхода их на внешний рынок, а также направления формулирования международных целей этих предприятий.

Определены основные тенденции развития мировой авиастроительной промышленности на современном этапе. Раскрыты объективные факторы возникновения кризиса авиастроительных предприятий. Предложены направления осуществления внешнеэкономической деятельности авиастроительного предприятия. Приведены этапы выработки рыночной стратегии авиастроительного предприятий при выходе на внешние рынки.

Ключевые слова: кризис, авиационная промышленность, авиационная техника, интернационализация, внешний рынок, маркетинговая стратегия.

ASPECTS OF AIRCRAFT BUILDING ENTERPRISES' ENTRANCE INTO THE OVERSEAS MARKET IN CRISIS

JEL Classification: G01; L60

L. Skibitska

World crisis of 2008 – 2013 could not but have affected post-socialist countries. The organizational system of aircraft enterprises of Ukraine and its whole aviation complex can be characterised as primitive, of quite low level, with rare weak attempts to improve it.

Tasks and theoretical substantiation of the mechanism of internationalization of domestic aircraft building enterprises' activity in crisis, methods and means of their entrance into the foreign market are described. Formulation of international aims of these enterprises is identified.

The main current trends in the global aircraft industry development are identified. The objective factors of the crisis of aircraft companies are revealed. The areas of foreign trade of an aircraft manufacturer are proposed. The stages of the marketing strategy development at aircraft manufacturing companies when entering foreign markets are described.

Keywords: crisis, aircraft industry, aircraft facilities, internationalization, overseas market, marketing strategy.

Зараз Україна вважається однією з дев'яти найпотужніших аерокосмічних виробників світу, яка має повний цикл літакобудування та спроможна створювати найсучаснішу ракетно-космічну техніку. Узгодження авіатранспортної галузі з міжнародними вимогами є важливою складовою стратегії держави, спрямованої на забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних авіабудівних підприємств на світовому ринку.

Світова фінансово-економічна криза 2008 – 2013 рр. не могла не позначитися на постсоціалістичних країнах. Загальну характеристику організаційної системи авіапідприємств України та всього її авіаційного комплексу можна визначити як примітивну, достатньо низького рівня, на фоні якої іноді з'являються слабкі спроби йти шляхом її вдосконалення. За структурою авіаційний ринок України чітко розподілений функціонально (авіакомпанії, аеропорти, сервісні та забезпечувальні структури, авіазаводи тощо) і технологічно (авіакомпанії із загальних перевезень, компанії спеціального призначення) [1]. Але світова тенденція розвитку цивільної авіації свідчить, що з кожним роком у світовій авіаційній практиці здійснюється велика консолідація й інтеграція суб'єктів ринку за функціональним і технологічним принципом – створюються могутні консорціуми і альянси авіаперевізників і структур, що забезпечують їх. У цій ситуації певні організаційні зміни мають сприяти ефективному функціонуванню та відповідному рівню конкурентоспроможності авіабудівних підприємств на зовнішньому ринку [2].

Кризовий стан авіабудівних підприємств у ринкових умовах очевидний – не всі здатні витримати конкуренцію. Практика свідчить, що головна причина цього явища – грубі прорахунки керівників, низький рівень менеджменту. Проводяться спроби застосування процедури прискореного банкрутства підприємств, мета яких – привести до появи на них нових власників, нових менеджерів, спроможних ефективно функціонувати на ринку, дотримуючись чинного законодавства. Новим управлінням потрібно усвідомити, що "роблять гроші" не вони, а їхні працівники. Головною метою у створенні нової системи управління повинна стати зміна суті і стилю керівництва підприємствами, адекватних умовам внутрішнього і міжнародного ринків [3].

Тому виникає необхідність у таких дослідженнях, які спрямовані на розробку системного підходу до управління підприємством в умовах кризи й підтримки необхідного організаційно-економічного статусу, в тому числі через вихід на зовнішні ринки й інтернаціоналізація діяльності.

Проблеми механізму управління підприємствами у кризовому стані досліджували такі вчені: Дж. Котлер, Дж. О'Тул, П. Сенге, Д. Недлер, К. Левін, Л. Грейнер, К. Робінс, Ф. Вебстер, Г. Шіллер, М. Шелліс, Дж. М. Кейнс, Кондратьєв Н. Д., Яковлева Є. Б., Л. Троцький, Дж. Хікс, Дж. Дьюзенбері, Ж. Сисмонді й Р. Хоутрі, Мерсер, Сомбарта, П. Самуельсон, Градов О. П. та ін. Проте стратегічні аспекти інтернаціоналізації діяльності та виходу авіабудівних підприємств на зовнішній ринок в умовах кризи в літературі майже не висвітлені.

Метою статті є визначення завдань і теоретичне обґрунтування необхідності інтернаціоналізації діяльності вітчизняних авіабудівних підприємств в умовах економічної і політичної кризи.

Зараз відзначається підвищений інтерес потенційних покупців до літаків і гелікоптерів бізнес-класу з реактивними й іншими двигунами. Україна очікує на партнерів, прагне співпрацювати на відкритій, взаємовигідній довготривалій основі, коли співробітництво приносить користь і збільшує потенціал усіх учасників кооперації і партнерства [4].

Основні тенденції розвитку світової авіабудівної промисловості (АП) на сучасному етапі такі:

1) консолідація сил у галузі, що виявляється у злитті конкурентоспроможних компаній, скороченні незалежних підприємств, створенні потужних угруповань, консорціумів;

2) великомасштабна реорганізація та реструктуризація виробництва, що виявляється у прагненні лідерів світової АП збільшити об'єм продажів, упровадження нових концепцій проектування та виробництва, зниження зайнятості;

3) прагнення лідерів світової АП задовольнити потреби перспективних ринків – це створення нових центрів технічного обслуговування, переміщення значної частини виробництва АП у цілому, а також її агрегатів, вузлів та комплектуючих ближче до цих ринків;

4) збіг інтересів фінансових олігархів та урядів передових авіаційних держав, що виявляються у великому централізованому фінансуванні науково-дослідних робіт, пов'язаних зі створенням нових зразків авіаційної військової техніки;

5) прагнення країн із високорозвинутою промисловістю сконцентрувати на своїй території найбільш екологічно чисте виробництво, що потребує високої кваліфікації працівників підприємства [5].

У розвитку будь-якої організації існує ймовірність настання кризи, що обумовлюється не тільки помилками в стратегії управління, недостатньою увагою до проблем розвитку або поразки в конкурентній боротьбі, але й такими об'єктивними чинниками, як:

- коливання ринкової кон'юнктури;
- періодична модернізація технологій;
- зміни в організації виробництва;
- зміна персоналу;
- зміна зовнішніх економічних умов;
- політична обстановка [6].

Аналізуючи розвиток економіки України, можна побачити, що нестабільність та кризовий стан є характерними явищами для нашої держави. Сильний вплив на діяльність вітчизняних підприємств мають глобальна фінансово-економічна криза, політичний колапс, недосконалість законодавства, недостатній рівень державної регуляторної політики й високий рівень дебіторської та кредиторської заборгованості підприємств [7, с. 74].

Треба визнати, що в кризових умовах основною проблемою вітчизняної авіабудівної галузі стали кардинальні зміни ємності та структури ринку пасажирських перевезень на території України та країн СНД, що виявляється у падінні за час кризи 2008 – 2013 років більш ніж у 10 разів обсягів авіаційних пасажирських перевезень та більш ніж у 2 рази вантажоперевезень в умовах значно меншого скорочення вантажообігу в цілому, та необхідність розширення зовнішнього ринку (продажів, здавання в лізинг, ремонту літаків та їх обслуговування; авіаперевезень, космічних програм тощо) [1].

Основні стратегічні принципи реструктуризації та перетворення в АП України у 2001 – 2013 роках були такими.

На законодавчому рівні це:

державний протекціонізм і пріоритетна підтримка інтересів вітчизняних продуцентів та авіакомпаній щодо питань захисту ринків продукції АП та авіаперевезень України і країн СНД;

прийняття нормативно-правових актів, що забезпечують реалізацію лізингових та офсетних операцій у сфері виробництва та продажу авіаційної техніки (АТ);

реалізація комплексу законодавчих та економічних заходів зі створення ефективної системи кредитування зовнішньоторгових контрактів і підтримки участі вітчизняних продуцентів АТ у міжнародних фінансово-промислових групах та проектах.

На рівні промислової політики це:

розширення номенклатури продукції авіабудівної промисловості на базі створених концептуальних моделей зразків вітчизняної авіаційної техніки;

розширення кооперації та поглиблення інтеграції з країнами СНД та далекого зарубіжжя в галузі виробництва АТ;

гармонізація вітчизняних інтелектуальних та виробничих систем і нормативної бази з аналогічними системами за документованими процедурами провідних зарубіжних продуцентів АТ;

формування сучасної, інтегрованої у світову, здатної до саморозвитку експортної авіабудівної промисловості України, що відповідає за основними техніко-економічними показниками рівню найбільш розвинених авіаційних держав

світу, здатної задовольнити потреби країни на рівні, який відповідає її стратегічній незалежності [8].

Під реструктуризацією підприємства розуміють безперервний процес підвищення його конкурентоспроможності за допомогою впровадження комплексу внутрішніх заходів щодо адаптації системи управління бізнесом до ринкових умов, що постійно змінюються [7, с. 76].

Стратегія інтернаціоналізації – це освоєння нових закордонних ринків через розширення експорту не тільки продукції/послуг, а й капіталів. У цьому разі за кордоном, зокрема в колишніх країнах-імпортерах, створюються підприємства, заводи і фабрики, які виробляють продукцію (комплектуючі) та надають послуги, обминаючи обмежувальні торговельні бар'єри і використовуючи переваги дешевої робочої сили і багатой місцевої сировини, інфраструктури і попиту місцевого ринку [9].

Сутнісно необхідною передумовою реалізації цілей підприємства на зовнішньому ринку є наявність у потенціалі зовнішньоекономічної діяльності підприємства позитивно-релевантних активів, властивості яких є адекватними властивостям потенціалу розвитку зовнішнього ринку, що дозволяє визначити експортний потенціал підприємства як інтегровану сукупність залучених до сфери експортної діяльності активів підприємства, які забезпечують реалізацію його цілей і місії на основі виробництва товарів і послуг та задоволення потреб зовнішніх ринків [10]. Експортний потенціал підприємства відображає інтегровану сукупність залучених до сфери експортної діяльності активів підприємства, які забезпечують реалізацію його цілей і місії на основі виробництва та реалізації товарів (послуг) на зовнішніх ринках [11, с. 105].

Запропонований професором Піддубною Л. І. [12] методичний підхід до обґрунтування стратегічних сценаріїв розвитку експортного потенціалу машинобудівних (у тому числі авіабудівних) підприємств базується на синтезі фундаментальних положень теорії систем, концепції послідовної зміни технологічних укладів і принципів усталеного розвитку. Відповідно до цього положення і принципів, пріоритетні напрями розвитку експортного потенціалу підприємств АП визначені в контексті формування таких його властивостей:

- гнучкості й адаптивності до змін середовища міжнародного бізнесу;
- якості й екологічності експортних товарів і послуг;
- технологічної прогресивності експорту в площині його відповідності новітнім технологічним укладам;
- екологічності експортної продукції.

Загальний стратегічний план підприємства формується на основі його стратегічної маркетингової програми шляхом нарощування на ньому фінансово-економічного, технічного й організаційного наповнення [13].

Одним із напрямів стратегічного планування авіабудівного підприємства є його зовнішньоекономічна діяльність, яка здійснюється за такими основними напрямками:

- вихід на зовнішній ринок;
- експортно-імпортні поставки продукції, послуг і капіталу;
- валютно-фінансові та кредитні операції;
- створення й участь у діяльності спільних підприємств;
- міжнародний маркетинг;
- моніторинг національної економічної політики й економіки світогосподарських зв'язків [14].

Сегментація ринку є основою і початком опрацювання стратегії підприємства. Стратегія сегментації – поглиблення ступеня насичення запропонованими товарами і послугами всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту, вивчення найменших його відтінків. Визначившись із цільовими сегментами, підприємство розпочинає розробку відмінних переваг, покликаних допомогти йому зайняти гідне місце у свідомості споживачів [5].

Процес опрацювання ринкової стратегії авіабудівного підприємств виході на зовнішні ринки охоплює такі етапи:

1. Аналіз усіх сторін зовнішньоекономічної діяльності корпорації.
2. Аналіз майбутнього ринку (попиту і пропозиції).
3. Аналіз можливостей корпорації.
4. Аналіз бюджетно-податкової політики.
5. Вплив тенденцій у світовій економіці.
6. Опрацювання довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності корпорації [13].

Таким чином, планування стратегії корпорації є наслідком не лише складних ситуацій на ринку та в управлінні. Воно визначається, насамперед, зацікавленістю підприємства в зовнішньоекономічній діяльності.

Планування ринкової стратегії залежить також від рівня інтернаціоналізації корпорації. Досвідчене підприємство переважно піклується про вирішення на зовнішньому ринку проблем рівноваги використовуваних ресурсів, запуску або зняття з виробництва продукції, поширення на ринках своєї продукції або виходу з них [8].

Коли організації здійснюють бізнес на міжнародних ринках, функція планування набуває додаткового ступеня складності. Керівництво повинне не тільки проводити аналіз можливостей і небезпек усередині своєї країни, але й робити аналогічний аналіз для кожної з країн, де передбачається проведення бізнесу [10].

Фактори, які повинні аналізуватися, залежать від загальної стратегії фірми. Попит на продукцію і стратегії конкурентів є основними факторами для напряму міжнародної діяльності, пов'язаної з вітчизняним виробництвом і закордонним збутом. Якщо виробництво розташоване за кордоном, фактори зовнішнього середовища можуть включати рівень кваліфікації працівників, рівень заробітної плати, ставлення відповідного уряду (наприклад, РФ) до іноземної (української) власності, закони про працю й оподаткування, доступ до сировини й матеріалів, а також видатки на транспортування готової продукції до її кінцевого ринку.

У деяких випадках можливості самого ринку певної країни можуть і не виправдовувати на початковій стадії розміщення там виробництва, але все-таки це може виявитися необхідним з погляду довгострокових цілей проникнення на ринок для завоювання певної його частки і реклами продукції фірми. В іншому випадку метою може бути використання розміщення виробництва для зниження витрат, щоб збувати продукцію на вітчизняному ринку або в третій країні. У кожному разі багатонаціональний підхід може включати пристосування продукції до різноманітних ринкових обставин [9].

Так, наприклад, ПАТ "Мотор-Січ" (м. Запоріжжя) активно проводить роботи з модернізації вертольотів Мі-24 в інтересах Білорусі. Зокрема, роботи з модернізації включають оснащення бойових вертольотів новітніми українськими авіадвигунами. Також за участі української сторони проводиться модернізація систем озброєння вертольотів. Сам процес модернізації вертольотів проводиться на території Білорусі (тут перебувають підприємства, викуплені ПАТ "Мотор-Січ").

На даний момент "левова частка" авіаційних двигунів для вертольотів постачається в Росію з України. Згідно з російською Держпрограмою розвитку озброєнь, до 2020 року було заплановано закупити для ВПС Росії близько 1 000 вертольотів різного призначення.

Для виключення можливості постачання двигунів і озброєння в треті країни через Білорусь необхідно вжити заходів з контролю над виконанням двосторонніх контрактів між вказаними країнами, а також за постачанням двигунів

на підприємства "Мотор-Січ", які перебувають за межами України.

Глобальний підхід має на увазі рух до більш стандартизованої продукції і зосередження на її маркетингу. Рішення щодо розміщення підприємств, джерел постачання й фінансування, а також проникнення на ринок можуть визначитися контрзаходами, націленими на протидію "глобальним" конкурентам. Наявні доходи з однієї частини світу можуть бути використані для субсидування проникнення на інші ринки [15].

Планування міжнародної діяльності є значно більшим всеосяжним процесом, ніж простий аналіз конкретної, хоча й складної проблеми, наприклад, вибору найбільш придатного місця для розміщення заводу авіабудівної промисловості, зокрема в умовах політичної нестабільності [7].

Можна вдаватися до пошуків можливостей участі у спільних підприємствах, щоб одержати доступ до науку і нових технологій, які пізніше можна використовувати на підприємствах, що є повною власністю однієї сторони [6].

Політичні події також впливають на вихід авіабудівних підприємств на зовнішні ринки.

Так, у РФ уже підраховують величезні збитки від заміщення української продукції. Поки що українські авіапромислові підприємства продовжують свої поставки до Росії, проте існує ризик їх припинення. При цьому загальний обсяг замовлень продукції військового або подвійного призначення РФ до України складає \$15 млрд. Вирішення питання заміщення української продукції досить складне. Найбільший ризик для виконання державних оборонних замовлень може виникнути через проблеми з двома українськими підприємствами – запорізьким ПАТ "Мотор Січ" і миколаївським "Заря-Машпроект". Перше постачає двигуни практично до всіх видів гелікоптерів, а друге – газотурбінні установки до всіх кораблів типу "фрегат", які будуються в РФ. І справа не тільки в тому, що двигунові установки цих підприємств становлять більше половини всіх українських поставок воєнного призначення до Росії, але й у тому, що їх заміщення реальне тільки через декілька років і за умови інвестування сотень мільйонів доларів. Якщо Україна різко припинить поставки, то Росії доведеться скоротити замовлення на нові транспортні вертольоти для армії, а також припинити спорудження фрегатів.

Отже, глобальне міжнародне підприємництво виникає тоді, коли мінімальний обсяг виробництва, необхідний для окупності витрат, не може бути забезпечений через обмеженість вітчизняного ринку даної продукції. Компанії повинні усвідомлювати відмінність між рентабельністю на основі закордонних джерел постачання й фінансування та ефективністю конкуренції на основі здатності завдати відповідного удару конкурентам на їхніх власних ключових ринках.

Дуже часто можливості, що з'являються на зовнішніх ринках, не узгоджуються ані з цілями, ані з ресурсами. Ринок може обіцяти привабливі прибутки в короткостроковому періоді, але мати хиткі перспективи в довгостроковому. Таким чином, дуже важливо достатньо зважено визначити цілі, щоб не допустити втягування корпорації в програшні ситуації. Напрями формулювання міжнародних цілей авіабудівних підприємств автором визначені.

Для теоретичного обґрунтування механізму інтернаціоналізації діяльності вітчизняних авіабудівних підприємств в умовах кризи автором визначено основні тенденції розвитку світової авіабудівної промисловості на сучасному етапі; розкрито об'єктивні чинники виникнення кризи авіабудівних підприємств; запропоновано напрями здійснення зовнішньоекономічної діяльності авіабудівного підприємства, способи і засоби його виходу на зовнішній ринок; наве-

дено етапи процесу опрацювання ринкової стратегії авіабудівного підприємств при його виході на зовнішні ринки.

З урахуванням геополітичних проблем сучасної України вбачається за необхідне маркетингове дослідження перспектив організації виробництва і ремонту вітчизняної авіаційної техніки в країнах третього світу, а саме: Ірані, Китаї, Індії, Кубі, Узбекистані, Білорусі тощо.

Література: 1. Тофанчук А. Т. Розробка фінансових планів підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній [Текст] / А. Т. Тофанчук // Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2011. – № 38. – С. 57–63. 2. Кулаєв Ю. Ф. Экономика гражданской авиации Украины [Текст]: монография / Ю. Ф. Кулаев. – К. : Феникс, 2004. – 667 с. 3. Антикризовий менеджмент [текст]: навч. посіб. / Л. І. Скібіцька, В. В. Матвєєв, В. І. Щелкунов та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 584 с. 4. Андросова О. Ф. Стратегічні й тактичні інновації в розвиток світової авіаційної промисловості / О. Ф. Андросова // "Економіка: проблеми теорії та практики": зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. – Вип. 174, т. 2. – С. 520–524. 5. Бугайко Д. О. Вплив процесів глобалізації на авіаційно-транспортну галузь України / Д. О. Бугайко // Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. пр. – К. : НАУ, 2005. – Вип. 9. – С. 26–34. 6. Куценко А. С. Основні проблеми і радикальні шляхи вирішення антикризового управління промисловими підприємствами : монографія / А. С. Куценко ; Українська академія наук. – К. : Фенікс, 2006. – 615 с. 7. Барах Ю. О. Складові антикризового управління підприємством / Ю. О. Барах // Економіка розвитку. – 2012. – № 4 (64). – С. 74–78. 8. Баландин К. А. Задача управления производственной мощностью крупного авиационного предприятия при значительном снижении спроса на выпускаемые изделия [Текст] / К. А. Баландин // Управление организационно-экономическими системами: моделирование взаимодействий, принятие решений : сб. науч. статей. – Самара : ИЛУ РАН, СГАУ, 2002. – № 3. – С. 5–9. 9. Литвиненко Л. Л. Сучасні перспективи розвитку авіаційної галузі України в умовах інтенсифікації глобалізаційних процесів / Л. Л. Литвиненко // Актуальні питання сучасної економіки : колективна монографія Ч. 1. – Умань : Видавель "Сочінський", 2011. – С. 183–189. 10. Ареф'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 98–103. 11. Шестакова О. А. До питання категоріального змісту та структури експортного потенціалу підприємства / О. А. Шестакова // Економіка розвитку. – 2013. – № 1 (65). – С. 104–109. 12. Піддубна Л. І. Експортний потенціал машинобудівного комплексу Харківської області України в контексті викликів глобальної конкуренції / Л. І. Піддубна // Економіка розвитку. – 2012. – № 3 (63). – С. 79–84. 13. Скребець І. В. Вплив економічної безпеки на стратегічну захищеність підприємства на макrorівні / І. В. Скребець // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 12 (150). – С. 56–64. 14. Кузьмін О. Є. Масштабно-якісна модель використання інвестиційного портфелю машинобудівного підприємства / О. Є. Кузьмін, Р. В. Фещур, Л. О. Саталкіна // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6 (156). – С. 494–506. 15. Васюренко В. О. Фінансова безпека зовнішньоекономічної діяльності підприємств / В. О. Васюренко, Н. В. Синюгіна // Економіка розвитку. – 2012. – № 3 (63). – С. 60–64.

References: 1. Tofanchuk A. T. Rozrobka finansovykh planiv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti aviakompanii [Text] / A. T. Tofanchuk // Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi :

zb. nauk. prats. – K. : NAU, 2011. – No. 38. – P. 57–63. 2. Kulaev Yu. F. Ekonomika grazhdanaskoy aviatsii Ukrainy [Text] : monografiya [Economy of the Civil Aviation of Ukraine : monograph] / Yu. F. Kulaev. – K. : Feniks, 2004. – 667 p. 3. Antykrizovyi menedzhment [text] : navch. posib. / L. I. Skibitska, V. V. Matvieiev, V. I. Shchelkunov et al. – K. : Tsentр uchbovoi literatury, 2014. – 584 p. 4. Androsova O. F. Stratehichni i taktychni innovatsii v rozvytok svitovoi aviatsiinoi promyslovosti / O. F. Androsova // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. prats. – Dnipropetrovsk : DNU, 2003. – Issue 174, vol. 2. – P. 520–524. 5. Buhaiko D. O. Vplyv protsesiv hlobalizatsii na aviatsiino-transportnu haluz Ukrainy / D. O. Buhaiko // Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi : zb. nauk. prats. – K. : NAU, 2005. – Issue 9. – P. 26–34. 6. Kutsenko A. S. Osnovni problemy i radykalni shliakhy vyrishennia antykrizovoho upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy : monohrafiia [Main Challenges and Radical Solutions to Industrial Enterprise Anticrisis Management : monograph] / A. S. Kutsenko ; Ukrainka akademiia nauk. – K. : Feniks, 2006. – 615 p. 7. Barakh Yu. O. Skladovi antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom [Company Anticrisis Management Components] / Yu. O. Barakh // Ekonomika rozvytku. – 2012. – No. 4 (64). – P. 74–78. 8. Balandin K. A. Zadacha upravleniya proizvodstvenoy moshchnostyu krupnogo aviastroitel'nogo predpriyatiya pri znachitel'nom snizhenii sprosa na vypuskaemye izdeliya [Text] / K. A. Balandin // Upravlenie organizatsionno-ekonomicheskimi sistemami: modelirovanie vzaimodeystviy, prinyatie resheniy : sb. nauch. statey. – Samara : ILU RAN, SGAU, 2002. – No. 3. – P. 5–9. 9. Lytvynenko L. L. Suchasni perspektyvy rozvytku aviatsiinoi haluzi Ukrainy v umovakh intensyfikatsii hlobalizatsiinykh protsesiv / L. L. Lytvynenko // Aktualni pytannia suchasnoi ekonomiky : kolektivna monohrafiia Part 1 [Topical Issues of Current Economy : collective monograph]. – Uman : Vydavets "Sochinskyi", 2011. – P. 183–189. 10. Arefieva O. V. Ekonomichni osnovy formuvannia finansovoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky [Economic Bases of Economic Security Financial Component Formation] / O. V. Arefieva, T. B. Kuzenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2009. – No. 1. – P. 98–103. 11. Shestakova O. A. Do pytannia katehorial'nogo zmistu ta struktury eksportnoho potentsialu pidpriemstva [To the Issue of the Categorical Content and Structure of a Company Export Potential] / O. A. Shestakova // Ekonomika rozvytku. – 2013. – No. 1 (65). – P. 104–109. 12. Piddubna L. I. Exportnyi potentsial mashynobudivnogo kompleksu Kharkivskoi oblasti Ukraini v konteksti vyklykiv hlobalnoi konkurentsii [Export Potential of Ukraine's Kharkiv Region Machine-Building Complex Facing Global Competition] / L. I. Piddubna // Ekonomika rozvytku. – 2012. – No. 3 (63). – P. 79–84. 13. Skrebets I. V. Vplyv ekonomichnoi bezpeky na stratehichnu zakhyshchenist pidpriemstva na makrorivni [Economic Security Impact on the Strategic Protection of a Company at a Microlevel] / I. V. Skrebets // Aktualni problemy ekonomiky. – 2013. – No. 12 (150). – P. 56–64. 14. Kuzmin O. Ye. Masshtabno-yakisna model vykorystannia investytsiinoho portfeliu mashynobudivnogo pidpriemstva [Scale-Quality Business Investment Portfolio of a Machine-Building Company] / O. Ye. Kuzmin, R. V. Feshchur, L. O. Satalkina // Aktualni problemy ekonomiky. – 2014. – No. 6 (156). P. 494–506. 15. Vasiurenko V. O. Finansova bezpeka zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstv [Financial Security of Company Foreign Economic Activity] / V. O. Vasiurenko, N. V. Syniuhina // Ekonomika rozvytku. – 2012. – No. 3 (63). – P. 60–64.

Інформація про автора

Скiбiцька Лiана Iванiвна – ст. викладач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств Національного авіаційного університету (04074, Україна, м. Київ, вул. Жашківська, 50, e-mail: skibo@ukr.net).

Информация об авторе

Скибицкая Лиана Ивановна – ст. преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятий Национального авиационного университета (04074, Украина, г. Киев, ул. Жашковская, 50, e-mail: skibo@ukr.net).

National Aviation University (50 Zhashkivska St, Kyiv, 04074, Ukraine, e-mail: skibo@ukr.net).

Information about the author

L. Skibitska – senior lecturer of the Department of Management of Foreign Economic Activity of Enterprises of the

Рецензент

*докт. екон. наук,
професор Попов О. Є.*

*Стаття надійшла до ред.
04.07.2014 р.*

ЕВОЛЮЦІЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ

УДК 336.71:316.32

Трохименко В. І.

Визначено сутність еволюції ринку банківських послуг як складного історичного процесу, що призводить до перетворень та видозміни досліджуваного ринку. Сформульовано три теоретико-методологічні підходи до її дослідження. Виокремлено та охарактеризовано функціональний підхід, що передбачає дослідження процесів модифікації ролі та функціонального призначення ринку банківських послуг в умовах фінансової глобалізації; структурно-поведінковий, пов'язаний із вивченням процесів перетворення механізмів координації взаємовідносин суб'єктів ринку, а також інституційний підхід, заснований на виявленні факторів і тенденцій інституційних змін досліджуваного ринку. З'ясовано економічну суть сучасного ринку банківських послуг.

Ключові слова: ринок банківських послуг, еволюція ринку банківських послуг, функціональний підхід, структурно-поведінковий підхід, інституційний підхід, фінансова глобалізація.

.....

ЭВОЛЮЦИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

УДК 336.71:316.32

Трохименко В. И.

Определена сущность эволюции рынка банковских услуг как сложного исторического процесса, что приводит к преобразованию и видоизменениям исследуемого рынка. Сформулированы три теоретико-методологических подхода к ее исследованию. Выделены и охарактеризованы функциональный подход, предполагающий исследование процессов модификации роли и функционального предназначения рынка банковских услуг в условиях финансовой глобализации; структурно-поведенческий, связанный с изучением процессов преобразования механизмов координации взаимоотношений субъектов рынка, а также институциональный подход, основанный на выявлении факторов и тенденций институциональных изменений