

2. Розмір навантаження визначається таким чином, аби покрити витрати на ведення страхової діяльності.

Проте, при аналізі базового платежу, слід врахувати специфіку системи коригуючих коефіцієнтів. Наприклад, навіть збалансовану систему коригуючих коефіцієнтів можна змістити відносно базового платежу таким чином, щоб він виступав у якості ціни для сегменту з мінімальними ризиками. Відповідно, коригуючі коефіцієнти тільки б підвищували платіж, у залежності від ступеня ризику, як це передбачено у діючій системі тарифікації. Існуюче значення базового платежу, не дивлячись на власну значиму величину та систему коригуючих коефіцієнтів, було недостатнім для покриття портфельного ризику договорів ОСЦПВВНТЗ. Не дивлячись на те, що розмір діючого (нового) базового платежу знизився, з урахуванням діючої (нової) системи коригуючих коефіцієнтів, середній базовий платіж на ринку виріс на 50-55% за оцінками авторів. Це, за їх прогнозами має вирівняти ситуацію зі збитковістю виду ОСЦПВВНТЗ на строк до кінця 2011 року.

Проведений аналіз адекватності значення базового платежу, структури та значень коригуючих коефіцієнтів дозволяє дати вичерпну оцінку ситуації з ОСЦПВВНТЗ на ринку України. Беручи до уваги результати аналізу, можна чітко виокремити основні недоліки діючої тарифної політики з ОСЦПВВНТЗ та сформулювати заходи по їх ліквідації.

УДК 336.018

Крім того, можна говорити про необхідність періодичного аналізу такої політики та її своєчасної зміни.

1. Страхування: Підручник / [Базилевич В.Д. та ін. автори]; за ред. док. екон. наук, професор В.Д. Базилевича; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К.:Знання, 2008. – 1019 с. 2. Лемер Ж. Автомобильное страхование. Актуарные модели. / Лемер Ж. Перевод с английского языка В.К. Малиновского – М.: "Янус-К", 1998. – 319 с. 3. Теория вероятностей та математична статистика. Збірник задач: [навч. посібник] / [О.І. Черняк, О.М. Обушна, А.В. Ставицький]; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – 2-ге вид. – К.: Знання, КОО, 2002. – 199 с. 4. Закон України "Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів" від 1 липня 2004 р. №1961-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2005. – № 1. – ст.1 [зі змінами та доповненнями] [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1961-15>. – Назва з екрана. 5. Постановление Правительства Российской Федерации "Об утверждении страховых тарифов по обязательному страхованию гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте, их структуры и порядка применения страховщиками при расчете страховой премии" от 08 декабря 2005 г. № 739 // "РГ" – Федеральный выпуск. – 2005. – № 3953 [в ред. Постановлений Правительства РФ от 21.06.2007 N 390, от 29.02.2008 N 130, от 10.03.2009 N 225] [Електронний ресурс] // Правительство России Федерации: [сайт]. – Режим доступа: <http://government.ru/gov/results/16643/>. – Название с экрана. 6. Офіційний сайт Моторне (транспортне) страхове бюро України [Електронний ресурс] // МТСБУ: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.mtsbu.kiev.ua>. – Назва з екрана. 7. Официальный сайт российского союза автостраховщиков [Електронний ресурс] // РСА: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.autoins.ru>. – Название с экрана.

Надійшла до редколегії 12.01.12

М. Романюк, канд. екон. наук, доц. (КНУ імені Тараса Шевченка),  
О. Добровенко, асп. (КНУ імені Тараса Шевченка)

## ДЖЕРЕЛА КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ФІРМИ – СТРУКТУРА ТА МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ

*У статті розглядається конкурентна перевага та складові джерел її виникнення – ресурси, здібності та компетенції фірми, надана їх характеристика та структура. Систематизовані існуючі методи пошуку та аналізу джерел формування стійкої конкурентної переваги фірми.*

**Ключові слова:** конкурентна перевага, ресурси фірми, здібності фірми, компетенція фірми.

*В статье рассматривается конкурентное преимущество и компоненты источников ее возникновения – ресурсы, способности и компетенции фирмы, представлена их характеристика и структура. Систематизированы существующие методы поиска и анализа источников формирования устойчивого конкурентного преимущества фирмы.*

**Ключевые слова:** конкурентное преимущество, ресурсы фирмы, способности фирмы, компетенция фирмы.

*In the article is considered components of the competitive advantage sources – resources, capabilities and competences, their characteristic and structure is given. Existing search and analysis methods of the sustained competitive advantage sources of a firm are systematized.*

**Key words:** competitive advantage, resources, capability, competence.

Основною задачею стратегічного управління є з'ясування природи, джерел та механізмів створення стійких конкурентних переваг, що забезпечують фірмам отримання економічних вигод, недоступних суперникам. Це має ключове значення для розуміння рушійних сил сучасного економічного зростання та усього громадського розвитку.

Основними авторами, які займаються проблемами дослідження конкурентної переваги та джерел її формування, є Б. Вернерфельт, К. Прахалад, Г. Хамел, М. Петераф, Дж. Барні, Р. Грант, Д. Коллиз. З точки зору динамічних здібностей цю тему активно досліджують Д. Тіс, С. Уінтер, Б. Когут, М. Субраманіам. Дослідженням проблем формування конкурентних переваг та їх систематизації присвячені роботи вітчизняних дослідників – Г.Л. Азоева, Р.А. Фатхутдинова, В.І. Герасимчука, І.Л. Решетнікової, Є.М. Азарян, А.Е. Воронкової, В. Вовк, Ю. Ярошенко та інших.

Мета статті. Розглянути складові джерел формування конкурентної переваги – здібності та компетенції, дослідити та систематизувати сучасні методи пошуку та аналізу джерел формування стійкої конкурентної переваги фірми.

Ресурсна концепція теорії стратегічного управління визначає ієрархію чотирьох великих категорій ресурсів як потенційних джерел конкурентної переваги [8, с. 256]:

1. Матеріальні активи. Фізичні чинники виробництва, які споживаються для надання купівельної цінності (основні засоби виробництва, устаткування, земля, товарно-матеріальні запаси, будівлі тощо).

2. Нематеріальні активи. Фактори виробництва, які не можна побачити або доторкнутися, які роблять вклад в купівельну цінність без безпосереднього споживання (назви марок, патенти, корпоративну репутацію, авторське право тощо).

3. Організаційні потенційні можливості. Процеси та дії, які трансформують матеріальні і нематеріальні активи в товари і послуги.

4. Головні компетенції. Індивідуальні людські навички і талант, колективні організаційні можливості і навчання, які дозволяють фірмі організувати процеси та дії для трансформації матеріальних і нематеріальних активів в конкурентну особливу купівельну цінність.

Джерело конкурентної переваги фірми часто є багатифакторним та не може застосовуватися тільки до одного типу ресурсів. Швидше, це взаємодія цих чоти-

рьох типів ресурсів в корпоративному контексті, яке рухає конкурентною перевагою фірми.

Незважаючи на складність внутрішньої будови сучасної організації, її виживання пов'язане не з збереженням встановленого порядку, а з виконанням і розвитком системної функції, оскільки не всякий порядок творчий, а лише той, який доцільний.

Зміст функції організації і ефективність її виконання закладаються у внутрішніх умовах організації, які становлять сукупність виробничо-технічних, фінансово-економічних, соціокультурних, організаційно-технічних і адміністративних умов. Спільно із зовнішніми умовами (економічними, політико-правовими, соціокультурними, технологічними) вони визначають набір ресурсів, доступних організації, а також форму і зміст її бізнес-процесів (здібностей), в результаті яких з'являється продукт, що задовольняє громадські потреби. Використання здібностей організації призводить до додавання певної долі споживчої вартості до кінцевого продукту, який з'являється у результаті їх організованої взаємодії.

З точки зору визначення поняття "здібність" інтерес представляє класифікація, представлена Д. Коллізом, який запропонував розглядати ієрархію організаційних здібностей, що складається з трьох рівнів [11]. Перший рівень – функціональний, який включає здібності, необхідні для виживання компанії і підтримки ключових бізнес-процесів. Це здібності нульового рівня, або здібності "заробляння на життя".

Другий рівень відображає ідею необхідності динамічного поліпшення організаційних бізнес-процесів. Р. Аміт та П. Шумейкер під таким типом здібностей розуміють "процес продуктових інновацій, виробничої гнучкості, здатності реагування на ринкові зміни, що повторюються" [9, с.35].

Третій рівень – креативний, або підприємницький, який включає здібності, пов'язані з вмінням фірми розробляти нові стратегії швидше, ніж конкуренти, шляхом розпізнавання цінності різних ресурсів.

В результаті послідовно-паралельного виконання бізнес-процесів, які складають певним чином побудовану бізнес-систему, можливості, існуючі в бізнес-просторі, використовуються для задоволення існуючих потреб. Саме знання того, як розгортати, організувати і управляти такою системою та її елементами, складають "компетенцію" [3].

Компетенція – це особливий інформаційний ресурс, який містить досвід, знання і навички організації і управління ресурсами і бізнес-процесами (здібностями організації) для досягнення встановлених цілей, носієм якого індивідуально або колективно являються працівники. Компетенціям теж властива ієрархія відповідно до ієрархії здібностей і пріоритетністю ресурсів, що знаходяться під їх "управлінням".

Ключовою називається компетенція вищого порядку, що бере участь у створенні найбільшої споживчої вартості, є колективним знанням, що дозволяє організувати і управляти використанням інших компетенцій і здібностей, тим самим утворюючим додаткову споживчу вартість.

Саме додаткова споживча вартість, яка створюється ключовою компетенцією, розкриває її синергетичну природу. В той же час, існуючи практично поза зоною здібностей і продуктів, ключова компетенція не є похідною від потреби ринку – а в деякій мірі універсальною, вона здатна забезпечити доступ до цілого ряду ринків, що можуть сильно відрізнятись один від одного.

Тобто ключова компетенція володіє трьома основними властивостями: по-перше, вона дає потенційний

доступ до широкого спектру ринків; по-друге, додає значну споживчу цінність кінцевому продукту; по-третє, потрібні великі витрати та зусилля для того, щоб скопіювати ключову компетенцію конкурента.

Ключова компетенція лежить на перетині внутрішніх умов бізнесу і споживчих переваг, це те знання, від використання якого залежить отримання максимальної долі споживчої вартості. Саме збільшення додаткової споживчої вартості за рахунок розвитку ключової компетенції і є основою для отримання стійкої конкурентної переваги. Ключова компетенція надає можливість отримання в конкурентній боротьбі як якісної переваги, яка відноситься до властивостей продукту, так і кількісної, яка відноситься до сильнішого фінансового положення [7].

К. Прахалад та Г. Хамів, спираючись на досвід кращих компаній світу, зробили висновок про те, що справжні джерела стійких конкурентних переваг полягають у можливості менеджменту консолідувати розосереджені по корпорації технології і виробничі навички в компетенції, що наділяють окремі бізнес-напрямки потенціалом швидкої адаптації до ринкових змін [5, с. 24]. Відомою стала метафора великого дерева (його коренева система є аналог набору ключових компетенцій компанії), яка ілюструє тезу про те, що не можливо зрозуміти справжню силу конкурентів, якщо вивчати тільки їх кінцеві продукти, аналогічно тому, як не зрозуміти причину сили дерева, якщо вивчати тільки його листя. Тобто компетенції є корінням конкурентних переваг організації.

Важливим інструментом для аналізу ресурсів і здібностей фірми являється VRIO – метод, який був розроблений Дж. Барни [10]. Цей метод передбачає послідовну перевірку ресурсів і здібностей фірми на основі чотирьох критеріїв відповідності передумовам неоднорідності та немобільності ресурсів: цінність (value), рідкість (rarity), важкість копіювання суперниками (imitability) та наскільки норми і процедури організації сприяють отриманню економічних вигод від ресурсів, які відповідають цим критеріям (organization). Під цінністю ресурсів розуміється ситуація, коли їх комбінація відповідає зовнішньому середовищу таким чином, що фірма може використовувати можливості конкурентного середовища або нівелювати його загрози. Рідкість – це фізична рідкість ресурсів на ринках факторів виробництва.

Неможливість копіювання – неможливість придбати або відтворити іншим способом ресурси без таких витрат, які роблять ці ресурси економічно не вигідними. З цим критерієм можуть асоціюватися три чинники: унікальні історичні умови, причинна неоднозначність та соціальна складність.

Унікальна історія організації залежать від місця і часу і можуть надати фірмі цінні ресурси, які не підкоряються контролю конкурентів і які важко імітувати. Ці ресурси можуть бути створені у міру унікального історичного розвитку фірми.

Причинна неоднозначність має місце в тих випадках, коли взаємозв'язок між ресурсами організації і конкурентною перевагою не є очевидним або може зрозуміти конкурентами тільки неоднозначно. Вона існує там, де причинно-наслідкові зв'язки неможливо легко зрозуміти. Це може статися тоді, коли явний лідер здатний передавати працівникам енергію і світогляд, або тоді, коли значення орієнтування на широкі маси споживачів серед учасників галузі постійно збільшується.

Соціальна складність відноситься до ресурсів, які розвиваються в умовах "дуже складних соціальних феноменів, що стоять над можливістю фірм систематично управляти і впливати" [10, с. 110].

Незамінність моделі організації означає нездатність конкуруючих фірм створити модель-замінник. Цей критерій примушує менеджерів ставити питання про те, чи дійсно у організації є потенційна можливість мати перевагу цінного, рідкісного і неповторного ресурсу. Щоб визначити це, аналітику зазвичай потрібно врахувати такі моменти, як, наприклад, політика відносно персоналу, технології, організаційна культура, цінність домінуючої коаліції або закони, які впливають на використання конкретного ресурсу.

Аналітик вибирає ресурс, який необхідно оцінити, і послідовно ставить усі чотири питання. Якщо відповідь на питання звучить "так", можна переходити до наступного питання. Якщо відповідь "ні", аналіз припиняється, і аналітик робить висновок про те, що цей ресурс або здібність не приведе до конкурентної переваги. Критики

Дж. Барни відмічають, що він трактує ресурси лише як відокремлені чинники. Замість цього Р. Грантом пропонується розуміти економічні достоїнства ресурсів як наслідок специфічних взаємозв'язків між ними у рамках фірми [2]. Важливий вклад в уточнення і розширення схеми VRIO – аналізу внесли Р. Аміт та П. Шумаєр [9]: цінність ресурсів включає такі підвиди, як зовнішню цінність у сенсі стратегічних галузевих чинників та сукупність ресурсів всередині фірми; рідкість має включати низьку можливість купівлі-продажу; критерій важкості копіювання був розділений на просто неможливість копіювання і низьку замінність ресурсів, а різними параметрами організаційних конфігурацій рахувалось забезпечення привласнення економічних вигод і стійкість самих конфігурацій (табл. 1).

Таблиця 1. Аналітична схема VRIO – аналізу\*

| Чи є ресурс або здатність... |            |                             |   | Стратегічні наслідки               |                                    |
|------------------------------|------------|-----------------------------|---|------------------------------------|------------------------------------|
| цінним?                      | рідкісним? | таким, що важко скопіювати? | основною для отримання економічних вигод? | щодо конкурентної позиції фірми    | щодо економічних результатів фірми |
| Ні                           | -          | -                           | Ні<br>↕<br>Так                            | Невигідна конкурентна позиція      | Результати нижче середньогалузевих |
| Так                          | Ні         | -                           |   | Рівні конкурентні позиції          | Результати середньогалузеві        |
| Так                          | Так        | Ні                          |   | Тимчасова конкурентна перевага     | Результати вище середньогалузевих  |
| Так                          | Так        | Так                         |   | <b>Стійка конкурентна перевага</b> | Результати вище середньогалузевих  |

\*Джерело: складено на основі [10].

Хоча в принципі не можна виключити, що причиною конкурентного успіху фірми може бути вдалий збіг обставин, VRIO – аналіз пропонує досить реалістичний інструмент виявлення ресурсів і організаційних здібностей, що забезпечують її стійкі конкурентні переваги. Серйозний недолік цього методу полягає в тому, що він має справу лише з оцінкою вже існуючих у фірми ресурсів та здібностей [4, с. 76].

У найповнішому вигляді розуміння того, як має бути фірма для забезпечення стійкої конкурентної переваги, було викладено в дослідженні М. Петераф ключових чинників конкурентних переваг [12]. Дослідник виділив чотири критерії, яким повинні відповідати ресурси

фірми для генерування таких переваг. По-перше, це неоднорідність ресурсів. По-друге, це прогнозне обмеження конкуренції: генерувати доходи можуть лише ті ресурси, які куплені за ціною нижче за їх дисконтовану вартість. По-третє, це фактичне обмеження конкуренції, тобто конкурентам повинно бути дуже важко або взагалі неможливо імітувати або замінити ресурси, що приносять вигоду. По-четверте, це немобільність ресурсів, котрі мають бути специфічні відносно тільки однієї конкретної фірми (рис.1).



Рис.1. Ключові чинники конкурентної переваги [12, с. 186].

Найціннішим і базовим методом досліджень стратегічного менеджменту є вивчення фірм-лідерів в ринковій конкуренції – і з'ясування механізмів їх успіху. Дослідження джерел конкурентних переваг повинне проводитися на основі даних не лише про організації в цілому, але також про внутрішні механізми організацій. Методом розкриття організаційних механізмів конкурентних переваг, який дозволяє це зробити, є метод лонгitudinalних поглиблених кейсів. Використовуючи організаційну культуру як приклад можливого джерела стійких конкурентних переваг, М. Роуз та У. Даленбах пропо-

нують чотирьох-етапну схему досліджень виявлення організаційних ефектів, які можуть бути джерелом стійкої конкурентної переваги [6].

Перший етап припускає вибір галузі і накопичення даних про господарські результати і ранжирування фірм з вторинних джерел. Другий етап полягає в об'єднанні фірм в кластери за типом стратегічної поведінки або групи у рамках обраної галузі. Схожі стратегії, спільно використані стратегічні ресурси, між- та внутрішньогрупова конкуренція, а також загальні особливості учасників стратегічної групи, включаючи атрибути куль-

тури на рівні стратегічної групи, – усі подібні характеристики можуть враховуватися в аналізі шляхом кластеризації фірм в стратегічні групи. Третій етап відбору фірм полягає в порівнянні індексів господарської результативності у рамках стратегічних груп. Очікується, що кожна стратегічна група демонструватиме варіативність результатів фірм, що входять до неї. Завершальний етап процесу відбору припускає ідентифікацію у рамках кожної стратегічної групи фірм, що мають високі і низькі результати. Процедура відбору фірм в центральний кластер (що допускає, можливо, одне або більш стандартних відхилень в обидва боки) повинна дозволити проводити більш повноцінне порівняння відмінностей між фірмами з високими і низькими результатами.

Механізм систематизації конкурентних переваг за допомогою побудови конкурентної карти ринку слугує основою для моделювання стратегії управління конкурентним потенціалом, дозволяє систематизувати виявлені конкурентні переваги й простежити, як вони впливають на зміну конкурентної позиції фірми [1]. Систематизація методів пошуку джерел стійкої конкурентної переваги допомагає зробити вибір найбільш прийнятної або використати кілька методів для отримання більш об'єктивних результатів дослідження.

Таким чином, ресурсна концепція стратегічного управління передбачає на сьогодні виділення ресурсів, здібностей та компетенцій, як основних джерел стійкої конкурентної переваги.

Для пошуку та оцінки конкурентної переваги у науковій літературі запропоновані наступні методи: VRIO-аналіз ресурсів та здібностей, виділення ключових чинників конкурентних переваг на основі чотирьох критеріїв

та метод лонгitudних поглиблених кейсів, який передбачає вивчення досвіду компаній-лідерів. Також слід відмітити, що ці методи знаходяться на етапі розвитку та потребують глибшої деталізації та емпіричної перевірки у подальших дослідженнях.

1. Бутенко Н. Методичні підходи до систематизації конкурентних переваг підприємства [текст] / Бутенко Н., Кривенко М. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2009. – № 107-108. – С. 42-46.
2. Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии [Текст] / Р.М. Грант // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 47-75.
3. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах [Текст]: [учебник] / Ефремов В.С. – М.: Финпресс, 2001. – 238 с.
4. Катькало В. Эволюция теории стратегического управления [Текст]: [монография] / Катькало В.– СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. – 548 с.
5. Прахалад К.К. Ключевая компетенция корпорации [Текст] / К.К. Прахалад, Г. Хамел // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 18-44.
6. Роуз М.Дж. Переосмысление методов исследования для развития ресурсной концепции: выявление источников устойчивых конкурентных преимуществ [Текст] / М.Дж. Роуз, У.С. Даелленбах // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 115-126.
7. Спиридонова О.А. Оценка и анализ конкурентных преимуществ в процессе формирования стратегии [Текст] / О.А. Спиридонова, И.Ш. Рахманкулов // Исследования по информатике. – 2003. – № 5. – С. 117-124.
8. Фляйшнер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе [Текст] / К. Фляйшнер, Б. Бенсуссан – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 541 с.
9. Amit R. Strategic Assets and Organizational Rent [Текст] / R. Amit, P.J.H. Schoemaker // Strategic Management Journal. – 1993. – Vol.14. – № 1. – P. 33-46.
10. Barney, J.B. Firm resources and sustained competitive advantage [Текст] / J.B. Barney // Journal of Management. – 1991. – № 17. – P. 99-120.
11. Collis, D.J. Research note: how valuable are organizational capabilities? [Текст] / D.J. Collis // Strategic Management Journal. – 1994. – Vol.15. – № 8. – P. 143-152.
12. Peteraf, M.A. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view [Текст] / M.A. Peteraf // Strategic Management Journal. – 1993. – № 14. – P. 179-191.

Надійшла до редколегії 12.01.12

УДК 336.345.2

О. Чеберяко, канд. екон. наук, доц. (КНУ імені Тараса Шевченка),  
А. Смаль, ад'юнкт (КНУ імені Тараса Шевченка)

## ВПЛИВ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ФІНАНСУВАННЯ ПОТРЕБ ОБОРОНИ ДЕРЖАВИ

*Дана стаття визначає організацію стратегічного, у тому числі оборонного, планування, яке провадять центральні органи виконавчої влади, а також механізм та методологію бюджетного планування відповідно до показників звітного періоду.*

*Ключові слова: обороноздатність, фінансування Збройних Сил України, макроекономічні показники, стан обороноздатності, реформування Збройних Сил України.*

*Эта статья определяет организацию стратегического, в том числе оборонного планирования, которые проводят центральные органы исполнительной власти, а также механизм и методологию бюджетного планирования в соответствии с показателями отчетного периода.*

*Ключевые слова: обороноспособность, финансирование Вооруженных Сил Украины, макроэкономические показатели, состояние обороноспособности, реформирование Вооруженных Сил Украины.*

*This article determines organization strategic, including defensive, planning which is carried out by the central organs of executive power, and also mechanism and methodology of the budgetary planning, in accordance with the indexes of period covered.*

*Key words: defensibility, financing of Armed forces of Ukraine, macroeconomic indicators, defensibility condition, reforming of Armed forces of Ukraine.*

Сучасні процеси фінансування потреб оборони в Україні характеризуються відсутністю стабільності та чіткого короткострокового та довгострокового планування, що обумовило необхідність проведення наукових досліджень чинників, що впливають на стан розвитку Збройних Сил України.

Збройні Сили України знаходяться в нелегкому фінансовому становищі, а під впливом світової фінансової кризи та зважаючи на значні показники інфляції, безробіття, стагнації, розробити чіткий план та оптимізувати витрати на оборону досить важко.

Питання фінансування Збройних Сил України, стабільності та економічного зростання розглянуто в нау-

кових працях І.Ю.Марка, В.Мунтяна, В. Смолянюка, А. А. Гречко, А. Бабакіна, А. Єрмоленко, І. Семеніхіна.

Актуальність проблеми обумовлена тим, що основними напрямками стратегічних реформ є створення надійної бази для розвитку національної економіки України, підтримка низького рівня інфляції, стабілізація державних фінансів, скорочення бюджетного дефіциту.

Мета статті полягає у дослідженні закономірностей та протиріч між показниками ВВП, рівня безробіття, інфляції для запобігання кризових явищ в національній економіці в цілому і фінансування головних завдань держави, зокрема таких як фінансування видатків на оборону.