

З таблиці видно, що Центральний товарний кооператив Райфайзен Рейн-Майн є багатофункціональною структурою, який не тільки допомагає фермерам збирати та реалізовувати сільськогосподарську продукцію, а також намагається розвивати і інші види діяльності, які необхідні фермерам для ефективного господарювання, а саме: вирощування, збір, просування та реалізація сільськогосподарської продукції. До основних видів діяльності ЦТК Райфайзен Рейн-Майн можна віднести: переробку зернових та виробництво кормів для годування тварин; спільне використання та обслуговування сільськогосподарської техніки; організацію збору, прийому, очистки та зберігання зерна; організацію збору, постачання, зберігання та переробки картоплі, постачання палива, біомаси, біодизелю, газу, змащувальних матеріалів та олій, вугілля (табл.2).

Отже, аналіз досвіду розвитку сільськогосподарської кооперації в Німеччині дозволяє стверджувати, що сільськогосподарський кооператив є ефективною, соціально-економічною формою господарювання в аграрному секторі економіки за умов глобалізації, оскільки, з одного боку, надаючи необхідні послуги господарствам-членам сприяє їх конкурентоспроможності та ефектив-

ному господарюванню, а з іншого – забезпечує ефективно та бережливе використання природних ресурсів з дотриманням сівозмін та співвідношенням між тваринництвом та рослинництвом, використанням органічних добрив, підтримуючи родючість ґрунтів, а також забезпечує зайнятість сільського населення, самозайнятість фермерів при збереженні їх господарської самостійності у співпраці з кооперативом.

Список використаної літератури. 1. Новичкова Н. Закономерности глобализации мирового сельского хозяйства и ее проявление в сельском хозяйстве России: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.01 / Новичкова Наталья Александровна. – М., 2004. – 195 с. 2. Alain de Janvry. *The Agrarian Question and Reformism in Latin America*. – Johns Hopkins University Press, 1981. – 352 p. 3. Молдаван Л.В. Соціально-економічна сутність сільськогосподарських підприємств. – В монографії "Іноваційні трансформації аграрного сектора економіки" / [О.В. Шубравська, Л.В. Молдаван, Б.И. Пасхавер та ін.]; за ред. д-ра екон. наук О.В. Шубравської НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2012. – С. 235-250. 4. Сайт Центрального товарного кооперативу Райфайзен Рейн-Майн. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.rwz.de/> 5. Закон "Про сільськогосподарську кооперацію". [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=469%2F97-%E2%F0> 6. Господарський кодекс України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 25 серпня 2009 р.: – К.: Паливода А.В., 2009. – 192 с.

Надійшла до редколегії 29.01.13

УДК 339.732

І. Жмудська, асп. (КНУ імені Тараса Шевченка)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В статті розглядаються поняття конкурентних переваг транснаціональних корпорацій, умови та фактори формування конкурентних переваг ТНК в умовах глобалізації.

Ключові слова: конкурентні переваги, ТНК, глобалізація, джерела конкурентних переваг ТНК.

В статье рассматривается понятие конкурентных преимуществ транснациональных корпораций, условия и факторы формирования конкурентных преимуществ ТНК в условиях глобализации.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, ТНК, глобализация, источники конкурентных преимуществ ТНК.

The expression "competitive advantages" of transnational corporations, conditions and factors of forming of the competitive advantages are considered in the article.

Keywords: competitive advantages, transnational corporation, globalization, sources of the competitive advantages of transnational corporations.

Однією із основних закономірностей процесу глобалізації, що поширюється в останні два десятиліття та охоплює більшість країн світу, є посилення конкурентної боротьби. Провідне місце як в ініціюванні та використанні глобальних перетворень, так і у зміні умов конкуренції належить транснаціональним корпораціям (ТНК).

Зростаюча могутність транснаціональних корпорацій істотно змінює умови конкуренції та призводить до перетворення показників господарської діяльності ТНК у критерії ефективності для усіх господарюючих суб'єктів світового ринку. Ці обставини вимагають вивчення проблеми конкурентоздатності ТНК, зміни її структури та способів посилення її елементів у жорстких умовах глобалізації.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів представлені у роботах таких дослідників, як Ансофф І., Акофф Р., Кемпбел Д., Левіт Т., Мілгром П., Портер М. Е., Роберте Дж., Стоунхаус Д., Стрікленд А. Дж., Томпсон А. А.

Серед вітчизняних учених у даному напрямі проводили дослідження І.В. Балабанова, В.Д. Базилевич, С.Ю. Безсмертний, З.В. Герасимчук, Н.Г. Міценко, О.В. М'ясников, В.А. Павлова, Н.В. Ракша, О.С. Смик, А.І. Старостіна, Н.В. Сурженко, Р.А. Фатхутдинов, О.С. Харитоновна та ін. Умови та специфіку діяльності ТНК, практику забезпечення конкурентоспроможності у них в умовах глобалізації досліджували Н.П. Губар,

Н.Ю. Коніна, В.В. Македон, Є.В. Осадчук, Л.В. Руденко-Сударєва та інші.

Праці перерахованих дослідників збагачують знання щодо проблем конкурентоздатності транснаціональних корпорацій в мінливих умовах конкуренції. У той же час їх вивчення підтвердило недостатню розробку важливих аспектів даної теми. Подальшого розвитку потребують питання щодо досягнення та отримання стійких конкурентних переваг ТНК з урахуванням особливостей їх діяльності та змін міжнародного підприємницького середовища, які обумовлені продовженням процесів глобалізації, швидким розвитком інформаційних технологій, активізацією інноваційної діяльності, зміною технологій та іншими чинниками.

Однією з базових категорій теорії конкуренції, що визначає конкурентоспроможність країни, регіону, суб'єкта господарювання, підприємства та є основою її забезпечення, є "конкурентні переваги" (КП).

Під конкурентною перевагою слід розуміти позитивні відмінності суб'єктів господарювання від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткотерміновому періоді й виживання в довготерміновому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються [9].

У спеціальній літературі з маркетингу, як правило, наводять такі три вимоги, яким повинні відповідати кон-

курентні переваги, щоб вважатись стратегічними факторами успіху:

- базуватись на можливостях і ресурсах підприємства, які повинні бути оригінальнішими у порівнянні з конкурентами і які важко чи неможливо імітувати;
- забезпечувати протягом тривалого часу унікальність торгової марки у порівнянні з конкурентами;
- задовольняти специфічні потреби клієнтів, тобто давати релевантну вигоду для даної цільової групи споживачів.

Конкурентні переваги підприємства, за джерелами їх виникнення, можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень витрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Зовнішні конкурентні переваги – це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливість більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їхньої діяльності. Базисом загальної конкурентної переваги є переваги внутрішні, однак це лише потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших конкурентних переваг, а з іншого – забезпечують йому конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів [6].

Крім поділу на внутрішні та зовнішні, класифікація конкурентних переваг може бути здійснена за стратегічною направленістю. За цією ознакою конкурентні переваги підприємства можна розділити на такі різновиди:

- конкурентні переваги, які можуть мати місце в результаті створення унікального набору дій, властивостей, характеристик, і як результат більш значимих цінностей для споживачів у одній і тій же сфері діяльності, що і пріоритетні конкуренти;
- конкурентні переваги, які з'являються в результаті свідомого вибору підприємством відмінних від пріоритетних конкурентів видів і сфер діяльності за рахунок знаходження нових потреб і шляхів їх задоволення.

Слід зазначити те, що останні у сучасній літературі з даної тематики визнаються як прогресивніші, оскільки, з одного боку, дозволяють підприємству економити на витратах, пов'язаних з конкурентними діями, а з іншого, сприяють досягненню істотніших результатів.

За походженням конкурентні переваги підприємства можуть бути представлені такими різновидами:

- конкурентні переваги, створені підприємством, виходячи із стабільності існуючих бізнес-ситуацій, наявності ідей як резерву посилення конкурентоспроможності;
- конкурентні переваги, які виникають в результаті змін в навколишньому маркетинговому середовищі (по'ява так званих стратегічних вікон, тобто зміни в поведінці споживачів, успіхи чи невдачі в поведінці конкурентів, демографічні зрушення, поява нових технологій, сегментів ринку, областей знань). Важливо у створенні таких конкурентних переваг вчасно помітити зміни і адекватно відреагувати на них.

Залежно від імовірності успіху підприємства конкурентні переваги підприємства можна поділити на імовірні (перемога в конкурентній боротьбі, конкурентні позиції не можуть бути прораховані чітко і конкретно у зв'язку з дією різновекторних факторів навколишнього маркетингового середовища, або у зв'язку із невизначеністю його сил та умов) і очевидні (не потребують додаткового дослідження і обґрунтування).

Очевидні конкурентні переваги деякі вчені називають стійкими. Так, П. Дойль відмічає, що стійка конкурентна перевага – це відміна у вигідну сторону торгової пропозиції одного підприємства від пропозицій підприємств-конкурентів, завдяки якій споживачі цільових ринків роблять вибір на її користь.

Критерії, які забезпечують стійкі конкурентні переваги підприємства:

- вигода для споживачів;
- рентабельність підприємства;
- унікальність продукції;
- стійкість (не можливість повторення конкурентами);
- професіоналізм працівників.

За тривалістю дії конкурентні переваги підприємства поділяються на тривалі і тимчасові. Час дії конкурентних переваг, на наш погляд, в першу чергу визначається можливостями конкурентів копіювати досвід підприємств-лідерів ринку, беручи до уваги допущені ними прорахунки, ліквідувати недоліки і на цій основі вдосконалювати свою власну діяльність. Час дії конкурентних переваг найкоротший у сфері послуг, де таке копіювання особливо можливе, виходячи із діючої системи законів.

Разом з тим, ми поділяємо точку зору Д. Саттона та Т. Кляйна, які вказують на те, що традиційне комерційне мислення передбачає концентрацію уваги на здібностях копіювати діяльність конкурентів, так як нормативні бар'єри для цього невисокі. Однак, на їх погляд, справжня конкурентна стійкість виникає тоді, коли конкуренти не хочуть копіювати один одного, оскільки погоня за лідером галузевого сегменту приводить до небажаних компромісів.

Залежно від впливу на потенціал підприємства конкурентні переваги можуть бути поділені на такі, які формують потенціал підприємства, зміцнюють його і формуються виходячи із наявного потенціалу за рахунок перерозподілу зусиль і ресурсів.

Залежно від сили та характеру впливу на споживачів конкурентні переваги підприємств можна розглядати як такі, що формують споживачів, їх поведінку, запити, попит (так звана американська модель маркетингу) і такі, що формуються споживачами (Європейська модель партнерського маркетингу). Слід зазначити, що остання все більше розповсюджується в підприємстві.

За рівнем реалізації конкурентних переваг підприємства існують галузеві, міжгалузеві, регіональні (в межах країни) та глобальні (світові).

Враховуючи концепції маркетингових систем підприємства, можна виділити такі конкурентні переваги:

- сприяння управлінню попитом (ефективні методи просування і збуту продукції, підвищення продуктивності праці, зменшення затрат на виробництво і збут);
- управління запитом споживачів (формування комплексів маркетингу, як оптимальних систем інструментів та дій, що сприяють успіху підприємства на конкретному ринку);
- створення сучасних маркетингових систем (прийоми та методи стратегічного, соціально-етичного, сіткового, партнерського та інших сучасних видів маркетингу).

Наведена класифікація конкурентних переваг підприємства, на наш погляд, сприятиме кращому їх розумінню, правильному орієнтуванню при їх створенні і досягненні відповідних результатів [2, С. 178-179].

В умовах глобалізації сучасного світового господарства, поглиблення міжнародного поділу праці, розгортання науково-технологічної революції, інтернаціоналізації підприємницької діяльності головними суб'єктами міжнародного бізнесу виступають транснаціональні корпорації (ТНК) [3].

За офіційним визначенням конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), транснаціональна корпорація – це підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і провадить єдину політику та загальну стратегію завдяки одному чи декільком центрам прийняття рішень [3, с. 197].

Як зазначають А.І. Старостіна та О.Л. Каніщенко [7], ТНК формують загальносвітові засади економічної стандартизації та підвищують рівень інтернаціоналізації суб'єктів міжнародного співробітництва. Вищою формою транснаціоналізації бізнесу є його глобалізація, коли компанії сприймають світовий ринок як єдиний і повністю гомогенний та формують свою підприємницьку стратегію, виходячи із стандартизованих мотивацій і вимог уніфікованих споживчих сегментів.

З точки зору теорії порівняльних переваг та факторної теорії ТНК можуть використовувати ті переваги, які зумовлюються відмінностями економічних, природних та соціальних умов країни базування материнської компанії та країн, на території яких розташовані філії та інші підконтрольні їй структури. Разом з тим така загальна логіка доповнюється численними економічними перевагами, які інституційуються самим фактом існування розгалуженого міжнародного утворення – суб'єкта підприємницької діяльності.

Серед основних факторів формування конкурентних переваг ТНК слід виділити такі:

1. Можливість використання організаційного й економічного ефекту концентрації, масштабності усуспільненого виробництва, а також створення завдяки їм сприятливих умов господарювання. Адже значні резерви поліпшення економічних результатів діяльності провідних корпорацій пов'язані з можливістю скорочення витрат на виробництво завдяки зростанню його обсягів, чинника великосерійності.

На ефект великого масштабу слід особливо наголосити тому, що саме ТНК використовують його з найбільшою ефективністю.

Справді, саме в цій організаційній формі бізнесу найвиразніше реалізується широко відомий в економічній теорії з часів виходу у світ праці А. Сміта "Дослідження про природу та причини багатства народів" принцип економії на масштабах. Потенціал зростання обсягів виробництва й забезпечення великосерійності виробництва в рамках ТНК дає можливість найповніше використати резерви поліпшення показників господарсько-підприємницької діяльності, скорочення питомих витрат на одиницю продукції, що випускається. Ефект масштабу має значення і з точки зору забезпечення високого конкурентного потенціалу ТНК. Слід врахувати, що збільшення обсягів випуску товарів певної номенклатури (при залученні інших факторів, зокрема передових технологій та маневру капітальними ресурсами) створює додаткові можливості щодо поліпшення виробничо-технологічних характеристик продукції, яка поставляється на ринок.

2. Можливість цілеспрямованого варіювання значними виробничими ресурсами, їх внутрішнього перерозподілу, координації економічної стратегії і тактики підконтрольних господарських підрозділів.

Використання прихованих коштів перерозподілу ресурсів, які формально є виробничо необхідним обміном товарами і послугами, використання внутрішнькоопераційних цін під час проведення розрахунків, взаємне кредитування й страхування операцій між філіями, розташованими в різних країнах. Процес такого внутрішнього перерозподілу за останні два десятиріччя набув

справді гігантських масштабів: у валовому обсязі зовнішньої торгівлі світу він становить приблизно 1/3.

3. Полегшення технологічного трансферу та можливість реалізації ряду інноваційних проектів, адже концентрація і централізація капіталів, а також управління означає ще й концентрацію технологічного потенціалу і можливість здійснення централізованого підприємницького управління ним. В умовах сучасного науково-технічного прогресу це може мати вирішальне значення з багатьох точок зору. Обсяг технологічного трансферу, який здійснюється корпораціями, в загальному обсязі міжнародного технологічного трансферу світу становить 2/3.

4. Трансакційна економія, яка пов'язана з можливістю економії на витратах під час здійснення складної багатоканальної процедури "горизонтальних" ринкових зв'язків – пошуку партнерів, проведення переговорів, а також на численних формальностях у випадках процедурних узгоджень та судово-правових розглядів на етапі післяконтрактної імплементації домовленостей.

Інакше кажучи, йдеться про оптимізацію управління господарською діяльністю через створення управлінської вертикалі замість накладних горизонтальних контактів.

І хоча альтернативні витрати також можуть бути помітними (йдеться про створення відомої адміністративної, "вертикальної" управлінської структури), небажані наслідки "бюрократизації" можуть значно перекиватися завдяки раціоналізації управління, диверсифікації й оптимізації усього багаторівневого господарсько-виробничого процесу.

5. Крайній доступ до ринків. Це – можливість подолання небажаних бар'єрів, які пов'язані з протекціоністською політикою національних держав, із наявністю тарифних і нетарифних обмежень, а також забезпечення ряду інших важливих з погляду інтернаціональної підприємницької діяльності переваг; сприятливий доступ до ресурсів.

6. Штучне створення додаткових переваг у конкурентній боротьбі. На практиці можуть використовуватися найрізноманітніші засоби монопольного впливу на ринки, формування попиту і використання монопольних за характером інструментів протидії конкурентам.

7. Можливість оптимізації ринково-конкурентної стратегії: для одних господарських суб'єктів поглинання (пасивна акція) може виявитися останнім засобом, за допомогою якого можна уникнути фінансового краху, для інших – прагнення до концентрації фінансових ресурсів може відображати об'єктивну можливість своєрідного страхування, кращого маневрування в умовах дії в різних країнах різних митних ставок, податкових систем. Важливим фактором ринкової стратегії є здатність ТНК зменшувати ризики, диверсифікуючи види економічної діяльності та комбінуючи засобами гарантій (валютно-фінансових, політичних тощо) [1].

На початок XXI століття у світовому господарстві склалася ситуація, за якої ТНК контролювали до половини світового промислового виробництва, понад 60% зовнішньої торгівлі, технології та "ноу-хау". Під їх контролем знаходилося 90% світового ринку пшениці, кави, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, джуту та залізної руди, 85% ринку міді та бокситів, 80% – чаю і олова, 75% – бананів, натуральної і сирової нафти.

Половина експортних операцій США здійснюється американськими та іноземними ТНК. У Великобританії їх частка досягає 80%, а у Сінгапурі – 90% [4].

У світогосподарській системі, як зазначалося, можна виділити 100 найбільших ТНК, доля зарубіжних продажів яких у загальному обсязі реалізації на початок XXI століття складала понад 40%. Більша частина цих ТНК розташована в країнах з розвинутою економікою. Чільну роль відіграють американські компанії, які ста-

новлять майже третину ведучих ТНК. Серед ТНК інших країн передові позиції у Франції (14 ТНК), Німеччини (13 ТНК) та Великобританії (12 ТНК) та Японії (7 ТНК). Таким чином, аналізуючи дані щодо першої сотні світових ТНК, можна прийти до висновку, що на США, Німеччину, Францію, Великобританію та Японію припадає майже 85% сукупних активів 100 найбільших ТНК світу [4].

Аналіз галузевої структури показує, що за інвестиційною привабливістю лідирують такі сфери діяльності, як електроніка, автомобілебудування, нафтопереробка, хімічна промисловість, харчова промисловість. Постійно зростає значення електронних, електротехнічних та комп'ютерних компаній, тобто компаній у сфері інформаційних технологій, причому, незважаючи на загальне зростання питомої ваги передових галузей у структурі ТНК, конкретні переваги ТНК конкретної країни пов'язані з типом міжнародної спеціалізації даної країни. Так, наприклад, Японія представлена переважно фірмами з виробництва електроніки (Sony, Toshiba, Hitachi, Matsushita), Німеччина – автомобільними концернами (Volkswagen, BMW, DaimlerChrysler – спільно з США).

Можна стверджувати, що завдяки створенню міжнародної мережі філій та підрозділів ТНК, створюється широка база стійкості та пов'язана з нею висока ефективність кредитно-фінансової стабілізації. На користь ТНК працюють найрізноманітніші явища, такі як елементи асинхронності світового циклу та зарубіжна диверсифікація виробництва, зміни валютних курсів та різна інтенсивність інфляційних процесів, відмінності між відсотковими ставками тощо. Подібна різноманітність методів дає гарантію, що практично у будь-якій ситуації, якщо не один, то інший прийом сприятиме подоланню посталих перед компанією труднощів.

Реалізуючи вказані фактори, ТНК, безумовно, досягає більш високого прибутку від інвестицій у порівнянні з іншими фірмами, операції яких обмежуються національними кордонами однієї країни, відкриваючи для себе нові регіони і напрями діяльності.

Таким чином, прагнучи досягти усіх можливих переваг від ведення міжнародного бізнесу, максимально уникаючи при цьому неминучих ризиків, борючись за

ринки збуту у глобальному масштабі, ТНК стали домінуючою економічною силою у світовому господарстві [4].

Основними суб'єктами міжнародної конкуренції в сучасних умовах стали транснаціональні корпорації, що перетворилися у найбільші багатогалузеві комплекси, які здійснюють конкурентну боротьбу одночасно на багатьох галузевих товарних ринках та мають можливості маневрування на різних ринках в рамках глобальної стратегії ТНК в цілому.

Міжнародне підприємницьке середовище характеризується високим рівнем динамічності, невизначеності, ризику та варіативності. Все це обумовлює необхідність формування унікальних та безпрецедентних конкурентних переваг ТНК для забезпечення його стабільного розвитку на міжнародному ринку. Основними джерелами формування конкурентних переваг ТНК в умовах глобалізації є відмінні особливості, оптимальне сполучення та ефективне використання ресурсів, володіння необхідною інформацією, інноваційний вектор розвитку, створення унікальних нематеріальних активів, обґрунтована диверсифікація, активна позиція компанії, її висока гнучкість та мобільність, здатність швидкого пристосування до змін.

Список використаної літератури. 1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. – Монографія. – К. – 2004. – 273 с. 2. Безсмертний С.Ю. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства / С.Ю. Безсмертний // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – №714. – С. 174-179. 3. Заярна Н. Розвиток транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації економіки / Н. М. Заярна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.2. – С. 197-202. 4. Македон В.В. Формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій у системі міжнародного бізнесу / В.В. Македон // Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції. – 2012. – № 3. – С. 78-81. 5. Міжнародний бізнес: Підручник / За заг. ред. В.А. Вергуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2007. – 499 с. 6. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність та конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243-247. 7. Старостіна А.О. Міжнародні маркетингові дослідження та управління ризиками – важливі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – Вип. 26. – С. 14-26. 8. Старостіна А.О. Суперечливі шляхи економічної глобалізації / А.О. Старостіна, О. Канищенко // Економіка України. – 2008. – № 5. – С. 58-65. 9. Стеців Л.П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності / Л.П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 12.19. – С. 263-270.

Надійшла до редколегії 30.01.13

УДК 336.144

С. Чимишенко, канд. екон. наук (КНУ імені Тараса Шевченка)

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ЖИТЛОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

У статті проведений аналіз діючого механізму забезпечення військовослужбовців житлом та висвітлено нові погляди на можливі шляхи його удосконалення через урізноманітнення відповідних інструментів і методів в контексті так званої "монетизації" деяких способів соціального захисту військовослужбовців.

Ключові слова: житлове забезпечення, бюджетні ресурси, ефективність використання бюджетних коштів, іпотечно-накопичувальна система, соціальний захист військовослужбовців.

В статье проанализирован действующий механизм обеспечения военнослужащих жильем и освещены новые взгляды на возможные пути его совершенствования за счет разнообразия соответствующих инструментов и методов в контексте так называемой "монетизации" некоторых способов социальной защиты военнослужащих.

Ключевые слова: жилищное обеспечение, бюджетные ресурсы, эффективность использования бюджетных средств, ипотечно-накопительная система, социальная защита военнослужащих.

The article analyzes current mechanism of serviceman housing support, and highlights new possible ways of improving it through diversification of proper tools and methods in the context of so-called "monetization" of some methods of servicemen social protection.

Keywords: housing support, budget resources, efficiency of budgetary funds, mortgage-accumulative system, servicemen social protection.

Питання, що розглядається у статті, є найбільш актуальним, як в контексті забезпечення престижу військової служби, так й з точки зору управління фінансовими потоками в Міністерстві оборони України. Підтвердженням цього є майже 45-тисячна черга на отримання військовослужбовцями житла та вкрай неефективне використання

бюджетних коштів, що спрямовуються на будівництво і придбання житла для військовослужбовців.

Військова служба в Україні є специфічним різновидом державної служби, яка відрізняється своєю жорсткою регламентацією, наслідком якої є часткове обмеження військовослужбовців в правах і свободах. Таке становище передбачене Конституцією України і перед-