



СТРАТЕГІЧНА ДІАГНОСТИКА АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

"Немає нічого практичніше, ніж добра теорія."

Адам Бранденбургер

Анотація. У статті розглянуто підходи до визначення поняття "активи підприємства" та "стратегічна діагностика", уточнено критерії стратегічності активів підприємства. Сформульовано проблеми вибору методів оцінки стратегічних активів, сфер практичного застосування відповідного діагностичного інструментарію в діяльності вітчизняних компаній.

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку економічних систем характеризується глобалізацією соціально-економічних та політичних процесів, якісною зміною характеру конкуренції та скороченням життєвого циклу продуктів. Однією з найважливіших умов досягнення підприємствами різних типів успіху в бізнесі стає забезпечення гнучкості організації та її господарської діяльності. Тому в сучасному бізнес-середовищі вже визначена та чітко усвідомлена потреба у нових, адекватних сьогоденню управлінських методах та інструментах, впровадження яких у практику функціонування підприємств дозволяло б досягати встановлених ними стратегічних цілей.

Кардинальна зміна умов господарювання та активний пошук бізнес-спільнотою адекватних цим умовам способів набуття конкурентних переваг та забезпечення успішного розвитку підприємств на довгострокову перспективу зумовлює бурхливі дослідницькі процеси в сфері управлінської науки. Теоретичні основи конкурентоспроможності, змісту, форм та методів конкурентної боротьби були закладені ще в роботах А.Сміта, А.Маршала, Й.Шумпетера, П.Самуельсена, К.Макконела, С.Брю та ін. В економічному науковому середовищі широко дискутуються питання регулювання в умовах ринкової системи господарювання конкурентоспроможності на макрорівні. Залежність рівня конкурентоспроможності підприємства від досягнутого ним балансу між станом внутрішнього та зовнішнього середовища розглядається в аспекті оцінки конкурентоспроможності продукту. Однак слід визнати, що без урахування процесів забезпечення конкурентоспроможності підприємства такий підхід є обмеженим, оскільки продукт виступає результатом діяльності конкретного виробника, що має певний внутрішній потенціал та діє на конкретному ринку.

Протягом останніх 10-15 років виникли та набувають подальшого розвитку нові методологічні підходи щодо забезпечення довгострокового успіху підприємств у стратегічному аспекті. Серед панівних у сучасній управлінській теорії слід пригадати ідею "співконкуренції" Б. Нейлбаффа та А.Бранденбургера [1], концепцію ключових компетенцій Г.Хамела та К.Прахалада [2], триваючий розвиток теорії конкурентних переваг М.Портера. Не відстають від зарубіжних дослідників вітчизняні науковці та їх колеги з країн пострадянського простору [3-4].

Отже, склалися необхідні передумови для створення теоретико-методичного підґрунтя забезпечення довгострокового успіху підприємства, що функціонує в умовах швидких, непередбачуваних змін ринкового середовища.

Постановка проблеми. За таких умов вирішити проблему забезпечення довгострокового успіху підприємства на ринку не завжди можна, тільки спрямовуючи зусилля на впровадження адаптивних моделей поведінки та ефективного використання наявних ресурсів. Усе частіше дослідники сходяться на думці, що перспективним напрямком вирішення цього завдання є формування

та впровадження проактивних способів поведінки господарюючих суб'єктів, у т.ч. на основі пошуку джерел формування активів, що дозволяють ідентифікувати та підтримувати своєрідну "самобутність" підприємства. "Довгострокова конкурентоспроможність підприємства залежить від його уміння своєчасно розпізнавати релевантні зміни в конкурентному середовищі та розвивати свої ресурси так, щоб адекватно відповідати на ці зміни" [3]. У такому контексті зростає роль і значення методологічного базису стратегічної діагностики активів підприємства, розвинення якого складає актуальніше завдання сучасної теорії стратегії.

Аналіз опублікованих надбань щодо визначеної проблеми. Проблеми розробки і реалізації стратегії підприємства активно дискутуються на шпальтах наукових та науково-популярних зарубіжних видань уже протягом кількох десятиліть. У ракурсі проблеми недосконалої методологічної розробленості стратегічної діагностики активів підприємства необхідно акцентувати увагу на основних положеннях ресурсної теорії, яка отримала поширення у стратегічному менеджменті завдяки роботам Б.Вернерфельта [5], Р.Румельта, Дж. Барні [6] та ін. Вагомий внесок у становлення теоретичних та прикладних засад стратегічного управління підприємством, зокрема розроблення аналітичного інструментарію проведення стратегічних досліджень на мікрорівні, зробили Д.Аакер [7], А. Томсон і А.Стрікланд [8], Р. Каплан і Д. Нортон [9], А.Дженстер і Д.Хассі [10]. У цьому ж контексті доречно пригадати праці вітчизняних "стратегістів" - З. Шершньової [11], А. Наливайка [12], В. Пастухової [13], В. Немцова і Л. Довгань [14], які ведуть науковий пошук ефективних інструментів та механізмів реалізації стратегічних ідей, у т.ч. шляхом виявлення унікальних характеристик підприємства як активного суб'єкта ринкових відносин. Окремий, але органічний аспект формування методології діагностики активів підприємства являють проблеми фінансової оцінки активів, які висвітлені в дослідженнях Е. Брукінга, О. Мендрула, Н. Симонової, Р. Рейлі, Р.Швайса, С. Едвінсона та ін.

Невирішені частини загальної проблеми. Проте, незважаючи на численні публікації, залишаються методично не вирішеними такі важливі та принципові, з наукової та практичної точок зору, питання, як: сутнісна і термінологічна визначеність понять "стратегічна діагностика", "активи підприємства", визначення критеріїв віднесення активів підприємства до групи стратегічно важливих та вибору методів їх оцінки з урахуванням специфіки підприємства та його діяльності, призначення та сфери практичного застосування відповідного діагностичного інструментарію в діяльності вітчизняних компаній і підприємств, а також використання результатів стратегічної діагностики активів задля цільових настанов функціонування та розвитку вітчизняних підприємств.

Мета статті. Ураховуючи складність та методологічну неоднорідність визначеної проблеми, зосередимось у межах цієї статті на узагальненні теоретичних засад діагностування активів підприємства в аспекті їх стратегічності та особливостях таких досліджень на прикладі аудиторської компанії.

Виклад основного матеріалу. Поняття стратегічних активів увійшло в сучасний менеджмент із ресурсної теорії, яка має за мету пояснити створення, використання і відновлення конкурентних переваг у термінах ресурсів фірми. Ключові положення ресурсної теорії за Б.Вернерфельтом [5] зводяться до такого:

1. Існують систематичні відмінності в організаціях, що зумовлені відмінностями в ресурсах, якими управляють організації і які необхідні для реалізації стратегії.

2. Ресурси нерівномірно розподілені серед фірм, що у свою чергу є причиною або конкурентних переваг, або уразливості організації.

3. Ресурси відносно нерухомі. Якщо конкурентна перевага фірми заснована на володінні яким-небудь ресурсом, фірми намагаються блокувати або уповільнювати розповсюдження даних ресурсів через бар'єри.

4. Стратегія великої організації включає досягнення рівноваги між експлуатацією існуючих ресурсів і розвитком нових.

Ідеї Б. Вернерфельта не користувалися попитом до 1990 року, коли широкої популярності набула концепція динамічних можливостей К.Прахлада та Г.Хамела

[2]. Обидва теоретичні підходи акцентують увагу на підтримці і розвиткові внутрішніх можливостей організації.

Свій вклад у розвиток ресурсної теорії зробив Джей Барні, котрий визначив поняття "ресурси" як активи, можливості, організаційні процеси, інформація, знання тощо, що контролюються організацією і дозволяють завдяки їм створювати і реалізовувати раціональні та ефективні стратегії [6]. Таким чином, ресурси стають "стандартним блоком" ресурсної теорії. Ресурси, доступні компанії, розглядаються в набагато ширшому розумінні, ніж у класичному підході, згідно з яким останні агреговані по чотирьох групах - земля, праця, капітал та хист до підприємництва. Розширене трактування ресурсів передбачає додавання до традиційних нових складових, які забезпечують довгострокове існування організації та представлені у нематеріальній формі.

Усі ресурси можуть перебувати у розпорядженні компанії. За допомогою них компанія може створювати та підтримувати свої конкурентні переваги. Якщо ресурси затребувані підприємством, то вони перетворюються на фактори виробництва. Ті з них, які створюють додану цінність та/або завдяки своїм певним параметрам дають змогу формувати переваги порівняно з іншими підприємствами, стають активами. Найчастіше активи підприємства поділяються на матеріальні та нематеріальні. Щодо матеріальних активів, то їх сутність та склад є доволі ustalеними та визначеними, тоді як семантика нематеріальних активів потребує уточнення.

Традиційно до нематеріальних активів відносять активи немонетарного характеру, які можуть бути ідентифіковані та утримуються підприємством з метою тривалого використання для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам. За бухгалтерським форматом до нематеріальних активів належать ліцензії, авторські права, патенти, торговельні марки, гудвіл [15]. Усе частіше фахівці із стратегічного менеджменту розширюють склад нематеріальних активів та включають до них організаційні знання, організаційні здібності, інтелектуальні ресурси і т.п. І причина для цього вагома. "Більшість ресурсів не є специфічними: капітал, обладнання, матеріальні цінності не можуть бути використані для того, щоб відрізнити один бізнес від іншого за своєю глибинною суттю. Найголовніший ресурс, що відрізняє бізнес та надає визначальні конкурентні переваги, - це специфічні виробничі та управлінські знання, що застосовуються в ньому" [16].

Щодо знань як складової нематеріальних активів підприємства, як визначають дослідники, з точки зору впливу на бізнес, вони можуть поділятися на: а) корінні; б) такі, що забезпечують успіх; в) інноваційні. Володіння корінними знаннями (мінімумом, який дозволяє займатися певним бізнесом) створює своєрідний бар'єр на вході до галузі, але не забезпечує конкурентної переваги перед фірмами, які тільки бажають увійти в галузь. Знання, що забезпечують успіх, формують конкурентний потенціал підприємства всередині галузі внаслідок володіння специфічними знаннями, що дозволяють йому використовувати стратегію диверсифікації. Інноваційні знання надають можливість "змінювати правила гри" та формують підґрунтя для лідирування в галузі [17]. Таким чином, поступово знання стають фундаментальним активом підприємства, що базуються на практичному досвіді його фахівців. Компанії, які усвідомили цінність знань, здатні краще використовувати свої традиційні активи, комбінувати їх особливим способом та забезпечувати більшу порівняно з конкурентами вигоду для споживачів. Треба визначити, що деякі дослідники відносять до категорії нематеріальних активів персонал підприємства.

Невід'ємною складовою сучасної системи активів підприємства є його компетенції. Як стверджують Г.Хамел та К.Прахалад: "На достатньо тривалому проміжку часу конкурентоспроможність є результатом здатності формувати - при нижчому рівні затрат і швидше, ніж у конкурентів, - ключові компетенції, які сприяють випуску продуктів, появу яких ніхто не очікував. Реальні джерела переваги укорінюються в умінні керівництва фірми консолідувати загально корпоративні технології і виробничу кваліфікацію в здібності, які дозволяють окремим типам бізнесу швидко адаптуватися до змінних обставин" [18].

Останніми роками до складу нематеріальних активів підприємства експерти все частіше відносять ділову репутацію. За результатами досліджень Гарвардської бізнес-школи, за останні 11 років, працюючи над своєю репутацією, компанії по всьому світу підвищили свій дохід на 682%, прибуток - на 756% та чисельність персоналу відповідно на 282%. У цей же час, компанії, не приділяючи велику увагу цьому аспекту, отримали результати - 166%, 1% та 36% відповідно. Підвищується інтерес до корпоративної репутації також і з боку бізнесу. Причина проста: це, здавалося б, невловиме поняття перетворилося у фінансове - гудвіл, і стало одним з найважливіших нематеріальних активів фірми, оцінюваних у річному бухгалтерському балансі. Останнім часом з'являються ґрунтовні методичні та наукові роботи щодо методів і технологій формування та оцінки корпоративної репутації. Публікуються результати досліджень, що доводять позитивний вплив репутації на інші параметри бізнес-моделі [19].

Слід зазначити, що ділову репутацію часто ототожнюють з іміджем та гудвілом. Справді, поняття "репутація", "імідж" і "гудвіл" є близькими, але мають суттєві відмінності. Зокрема, імідж є емоційним сприйняттям фірми її клієнтами, контрагентами, іншими учасниками ринку, а отже, складно піддається формалізації. Проте репутація - це певним чином формалізоване сприйняття характеристик, переваг та недоліків організації у бізнес-середовищі, що стимулює клієнтів користуватися її продукцією та може приносити прибуток. Саме ця здатність ділової репутації впливати на фінансові показники фірми втілюється у понятті "гудвіл" - грошовій вартості репутації як нематеріального активу компанії.

Однак панівний у сучасній науковій і діловій літературі погляд на склад ділової репутації у вигляді іміджу (емоційної характеристики) та гудвілу (або її вартісної оцінки) необґрунтовано обходить стороною джерело їх формування на фірмі, яким, на наше переконання, є організаційна культура. Саме ідеологія управління, ціннісні орієнтації, очікування покладені в основу організації, створюють реальне підґрунтя для позитивного сприйняття та відповідної оцінки фірми ринком.

Усі вищеперелічені активи можуть бути причиною підвищення прибутковості компанії, але не всі вони однаково сприятимуть досягненню конкурентних переваг компанії. За умов турбулентних змін ринкового середовища, які відстежуються на сучасному етапі розвитку світового господарства, поступово усвідомлюється необхідність виокремлення тієї частки активів, котрі мають для господарюючого суб'єкта стратегічне значення та забезпечують отримання стійких конкурентних переваг. Дж. Барні виділив чотири критерії для оцінки стратегічних активів, а саме: 1) цінність для організації; 2) відсутність замінників; 3) складність або неможливість копіювання або відтворення; 4) рідкісність серед активів конкурентів [6]. У такому ж контексті дає визначення стратегічних активів (ресурсів) А. Копилов: "це сукупність внутрішніх характеристик самого підприємства, у першу чергу, його людських ресурсів, рівня їх використання, та зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних факторів, що дозволяють створювати товар або послугу, яка за ціновими або якісними показниками більш приваблива для споживачів" [3]. Отже, можемо визнати стратегічними ті активи, унікальне поєднання яких забезпечує організацію стійкими конкурентними перевагами та використання яких забезпечує організації економічні вигоди у досягненні стратегічних цілей. Майже кожен ресурс може перетворитися на актив підприємства, і так само - кожен актив може перейти до категорії стратегічних, залежно від того, у якій сфері функціонує та чи інша з організацій.

Ще один проблемний аспект управління активами підприємства полягає у виборі адекватних методів та аналітичних процедур, що дозволяють виявляти, оцінювати та формувати необхідні підприємству стратегічні активи. На нашу думку, вирішення цього завдання можливе шляхом створення та розвинення методологічних підвалин стратегічної діагностики активів підприємства.

У науковому середовищі поняття "стратегічна діагностика" ще не набуло широкого застосування та не склалося точного розуміння цього терміну. Більшість дослідників та гуру менеджменту у такому контексті використовують поняття "стратегічний аналіз" та "діагностика організації".

Стратегічний аналіз - змістовний, формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямків його розвитку. Результатом стратегічного аналізу стає системна модель об'єкта (підприємства) та його оточення.

Діагностика організації - системне дослідження організації, виявлення комплексу взаємопов'язаних питань, який виявить об'єктивний стан організації, її системи управління. У міжнародній практиці в процесі діагностування організації виділяють певні основні системи організації (завдання і стратегія в цілому, система управління, фінанси, трудові ресурси, збут, інновації, практична діяльність та ефективність діяльності), які необхідно дослідити для виявлення об'єктивного стану. У кожній системі виділяється контрольний перелік питань, відповідь на які відображає реальний стан справ в організації. Всі свої ресурси організації необхідно оцінити на наявність, доступність в ціновому діапазоні, адекватність тощо, оскільки ресурси завжди є обмеженими. Отже, процес діагностики внутрішніх ресурсів є важливою складовою стратегічного управління.

Але залишаються відкритими питання: чи здатна звичайна діагностика забезпечити оцінку ресурсів, активів, середовища і т.п. організації для забезпечення успішного виконання її стратегічних планів? Чи достатньо звичайних методів діагностики для формування стратегічних переваг і конкурентоспроможності організації? Саме тому ми формуємо тезу про необхідність розроблення методології стратегічної діагностики активів підприємства.

Вихідне посилення значущості стратегічної діагностики може бути сформульоване однією фразою: починаючи стратегічну діагностику, ми вже змінюємо компанію. Якщо діагностика надає уявлення лише про наявний стан справ, за допомогою зібраних фактів та даних, то стратегічна діагностика призвана надавати зібраним фактам та даним змісту, ваги. В результаті розставляються пріоритети і виявляються взаємовідносини між фактами. За допомогою стратегічної діагностики можливо визначати стратегічні напрями діяльності, цілі, а також виявляти стратегічні активи, що формують конкурентні переваги для компанії.

Мінімальний перелік завдань, які вирішують завдяки проведенню стратегічної діагностики, зводиться до такого: встановлення стратегічних активів організації, впливаючи на які можна покращати конкурентне становище організації; виявлення слабких і сильних сторін організації у розрізі кожного ресурсу, з'ясування "вузьких місць" організації, ідентифікація стратегічного простору організації, розкриття стратегічних можливостей зовнішнього середовища.

До основних цілей стратегічної діагностики доцільно віднести: постійний моніторинг місця і становища організації на ринку, в зовнішньому середовищі; визначення напрямків, формування цілей та завдань удосконалення менеджменту та бізнесу; виключення кризових ситуацій, передбачення та усунення або пом'якшення негативних наслідків; можливість застосування виявлених стратегічних активів для досягнення визначених цілей організації; складання характеристики організації та визначення або вдосконалення стратегії її розвитку.

Одним із найважливіших результатів стратегічної діагностики є ідентифікація стратегічних активів, які створюють конкурентні переваги для організації і дозволять їй досягти швидких результатів по заданих цілях.

Отже, можемо зробити висновок, що стратегічна діагностика активів підприємства - це встановлення та вивчення ознак, які характеризують стан системи його стратегічних активів для передбачення можливих відхилень та попередження порушень їх нормального функціонування. Під нормальним розуміється такий стан функціонування системи активів підприємства, який дозволяє створювати нові (або підтримувати набуті) конкурентні переваги на основі дотримання у довгостроковій перспективі внутрішнього балансу активів різних рівнів і типів.

Стратегічна діагностика має за предмет дослідження зовнішнє середовище, яке може протистояти або позитивно впливати на активи підприємства, а також його внутрішній потенціал, зокрема - системи активів підприємства. Необхідно відмітити, що зовнішнє середовище формують елементи, які впливають на організацію, і ті, на які організація може вплинути сама. В залежності від цього організація може розробляти різні стратегії - або захисту по відношенню до перших елементів, або стратегію наступу по відношенню до інших. При стратегічній

діагностиці зовнішнього середовища виявляються основні "ключові" області функціонування підприємства; визначаються основні напрямки можливого розвитку середовища, виходячи із природної еволюції або із стрімко змінними макроекономічними факторами (наприклад, змін доходу на одну особу та еластичність витрат по відношенню до нього на даний продукт або дія конкурентів у вигляді появи замісних продуктів).

При стратегічній діагностиці активів виявляються ті активи, які мають стратегічне значення для функціонування і розвитку організації. Діагностика активів підприємства має на меті визначення їх кількісного і якісного складу та стратегічної ефективності, тобто здатності забезпечити стійку перевагу в конкурентному середовищі. Тому основним завданням діагностики стратегічних активів є виявлення цінності, ступеня унікальності, визначення тривалості циклу життя, окреслення меж захищеності активів організації та складності заміни кожного виду активів (або кожного окремого активу) за допомогою шкал, графоаналітичних моделей, матриць визначення стратегічної ефективності активів.

Необхідним етапом стратегічної діагностики активів підприємства є оцінка та аналіз окремих складових стратегічних активів. Оскільки стратегічна діагностика спрямована у тому числі на виявлення передумов для розвитку активів, при оцінці активів (переважно матеріальних і частково нематеріальних) підприємства використовують такі основні підходи [9]: витратний (майновий), порівняльний (ринкових аналогів), капіталізації доходу та дисконтування грошового потоку. Новизни для економічної теорії вони не становлять. Слід зазначити, що кожний із зазначених підходів реалізується за допомогою специфічних методів та методик, вибір яких залежить від об'єкта оцінки. До витратних методів оцінки відносяться: метод порівняльної одиниці, метод поділу за компонентами, метод кількісної діагностики, метод обліку витрат на інфраструктуру, метод заміщення, метод індексації даних проектно-кошторисної документації. Порівняльна оцінка здійснюється за допомогою методу парних продаж, методу статистичних коригувань, експертних методів порівняння, методу мультиплікаторів порівняння. До результативних методів належать метод капіталізації доходу, метод дисконтування грошових потоків, метод залишкового доходу [4].

Проблема діагностування нематеріальних активів підприємства полягає у багатокomпонентності та складності взаємозв'язків між окремими елементами системи активів підприємства, а також у суб'єктивності оцінок, які надаються експертами в ході проведення аналітичних процедур. Ця проблема загострюється, якщо мова йде про стратегічні активи, критерії виокремлення яких із загальної системи активів підприємства є переважно якісними. Тому сфера застосування аналітичних методів, що передбачають повне знання детермінованих величин та залежностей в межах досліджуваної системи (у даному випадку - системи активів), є обмеженою. Використання статистичних методів шляхом відображення стану системи активів за допомогою складання моделей на основі вибіркового спостереження вибірки дозволяє отримувати статистичні закономірності та поширювати їх на поведінку системи в цілому, виявляти характер, силу взаємного впливу елементів всередині системи, а також компонентів її оточення. Також для дослідження складних систем можна застосовувати теорію множин, проте використання відповідного інструментарію виявляється обмеженим в силу складності його застосування в практичній діяльності підприємств. Найпоширенішим способом дослідження нових структур різноманітної природи залишаються логічні методи, за допомогою яких можна описувати ті відносини, які передбачені законами логіки та підпорядковуються вимогам логічного базису.

Принципових відмінностей між згаданими методами системного аналізу немає, і необхідно використовувати такий метод, який виявиться найдоцільнішим у конкретному випадку.

Нематеріальні активи не можуть і не повинні вимірюватися такими показниками, як сума витрачених на їх розвиток грошей, рівно як і незалежними параметрами, що можуть описувати їх необхідність. Цінність нематеріальних активів визначається їх відповідністю стратегічним пріоритетам компанії, але не обсягам грошових коштів, які були витрачені на їх створення. Якщо нематеріальні активи відповідають стратегії організації, то їх цінність для компанії суттєво зростає. І навпаки, якщо нематеріальні активи не відповідають стратегії компанії,

то навіть якщо на їх розвиток було затрачено багато коштів, цінність даних активів буде незрівнянно мала.

Для того, щоб було можливо описати статус нематеріальних активів та їх роль у підтримці стратегії, Н. Каплан та Д. Нортон ввели нове поняття - стратегічна готовність. Стратегічна готовність - це аналог ліквідності, чим вищий ступінь готовності, тим швидше нематеріальні активи можуть бути втілені у грошові кошти і тим ціннішими вони є для організації. Стратегічна готовність конвертується в цінність тільки тоді, коли внутрішні процеси створюють більш високий рівень доходу та прибутку. Організація не може просто приписати значну фінансову вартість такому нематеріальному фактору, як "вмотивована і підготовлена робоча сила", тому що її матеріальна цінність може бути виділена і отримана тільки в контексті стратегії.

За результатами стратегічної діагностики всі активи необхідно ґрадувати на стратегічні, нейтральні та нестратегічні. Саме такий поділ активів відіграє ключову роль у формуванні стратегії організації. Цю ідентифікацію можна отримати із поєднання запропонованої градації активів з методикою визначення їх стратегічної ефективності.

Процес оцінки активів пов'язаний з об'єктивними складнощами. Внутрішні джерела інформації доволі часто неповні і суперечать один одному. Тому система інформації також може потребувати додаткової діагностики. Зовнішні джерела інформації неоднорідні. Якщо мова йде про макроекономічні процеси, то вони прогноуються багатьма організаціями. Але, наприклад, прогнозування за такими напрямками, як податки, дотації та заборони характеризуються високим ризиком недостовірності в умовах хаотичного прийняття і відміни законів у сучасній Україні.

Висновки. Наприкінці, урахувуючи теоретичні та емпіричні надбання, результати яких опубліковані у вітчизняній та зарубіжній літературі, можемо констатувати, що відповідний понятійно-категоріальний апарат щодо визначення стратегічної діагностики та безпосередньо стратегічної діагностики активів ще не сформований і можна вважати його нечітким, а з позицій визначення стратегічних активів у певних аспектах і зовсім не визначеним. Але триваючий науковий пошук (з різних позицій та на неоднорідних засадах визначення схожих явищ) доводить, що методи стратегічної діагностики є практично придатними для підприємств і життєво необхідними для формування стратегічних переваг у процесі функціонування та діяльності підприємства, останні в свою чергу забезпечать підприємству довгострокову конкурентну перевагу та конкурентоспроможність.

Джерела та література:

1. Нейлбафф Б., Бранденбургер А. Сотрудничество конкурентов - Нью-Йорк, Doubleday, 1996.
2. Прахалад К.К., Хэмел Г. Стержневые компетенции корпорации (в книге Минцберга Г., Куинна Дж. Б., Гошала С. Стратегический процесс / Пер. С англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. - спб: Питер, 2001. - с. 112-123).
3. Копылов А. В. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий //
4. Верба В.А. Систематизация активів підприємства: стратегічний аспект // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. Випуск 220: Том II. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. - С. 493-501.
5. Wernerfelt B. "A Resource-Based View of the Firm", Strategic Management Journal, 5, 1984, pp. 171-184.
6. Barney, J.B. Firm resources and sustainable competitive advantage. Journal of Management, 17, 1991.
7. Аакер Д. Бизнес-стратегия. От изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных решений. - М.: 2007.
8. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент. - М.: Юнити, 1998. - 569 с.
9. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в реальные результаты. - Олимп-Бизнес, Москва, 2005.
10. Дженстер А., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей./ Перс.англ. / Издательский дом "Вильямс", 2004 - 364 с.
11. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.:КНЕУ, 2004 - 699 с.
12. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. - К.: КНЕУ, 2001. - 227 с.
13. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. - 302 с.

14. Немцов В.Д., Довгань М.Е. Стратегический менеджмент. // К.:УППК ЕКСОБ, 2001. - 560 с.
15. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи". Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242.
16. Питер Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке
17. Гольдштейн Г.Я. Глобальный стратегический инновационный менеджмент: Рабочие материалы. Таганрог: ТРТУ, 2001.
18. Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the Future: Breakthrough Strategies for Seizing Control of Your Industry and Creating Markets of Tomorrow. Boston: Harvard Business School Press. 1994, p.197-220.
19. Новиченкова Л. Деловая репутация - от системы к результату // Журнал "Управление компанией". - 2007. - №2, №3.

Людмила Лебединська, Людмила Ремньова



РОЛЬ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Важливими умовами забезпечення економічного зростання в Україні є подальший розвиток інвестиційного ринку, удосконалення його структури та підвищення рівня активності його учасників у реальному та фінансовому секторах. Специфіка економічних процесів у нашій країні зумовлює ситуацію, при якій інвестиційні ресурси банківського та страхового секторів як важливих учасників інвестиційного ринку функціонують у досить обмежених сегментах і не відіграють вагомої ролі у формуванні загального інвестиційного потоку в країні в цілому і на рівні окремих суб'єктів господарювання зокрема. В умовах загальної слабкості позицій інших учасників інвестиційного ринку недостатній розвиток інвестиційної діяльності банків і страхових компаній виступає одним з суттєвих деструктивних елементів у відтворювальних процесах.

У концептуальному аспекті такий висновок підводить до розуміння необхідності дослідження інвестиційної діяльності вітчизняних банків та страхових компаній з позицій вирішення стратегічних завдань розвитку окремих регіонів. У цьому контексті важливим є виявлення сучасних тенденцій та стримуючих чинників розвитку інвестиційної діяльності банків та страхових компаній як важливих учасників фінансового ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В наукових публікаціях О.Алимова, О.Балацького, Ф.Бергера, І.Бланка, В.Беседіна, С.Вакаріна, М.Варнхейгена, О.Василика, В.Гееця, М.Герасимчука, М.Гольцберга, І.Губенко, В.Іванова, О.Кухленка, А.Мороза, Б.Панасюка, Т.Панфілової, М.Пашути, А.Пересади, В.Пили, А.Поручника, В.Семоноженка, А.Серпиліна, А.Сухорукова, В.Хаустова, А.Філіпенка та інших авторів достатньо велику увагу надано різноманітним аспектам розвитку інвестиційної діяльності в нашій країні.

Не вирішена раніше частина загальної проблеми. Разом з тим у вітчизняній економічній літературі інвестиційні аспекти діяльності банків і страхових компаній вивчені недостатньо. Більшість авторів при дослідженні місця банків та страхових компаній обмежуються лише аналізом безпосередніх обсягів інвестицій банків та страхових компаній у реальні та фінансові інструменти і не враховують непрямого впливу банківського та страхового секторів на інвестиційні процеси в країні. Актуальність зазначеної проблеми та її практичне значення зумовили вибір теми даної наукової статті. Її мета полягає в обґрунтуванні інвестиційних можливостей банків та страховиків і виявленні їх прямого і непрямого впливу на інвестиційний ринок. Поставлена мета вимагає серйозного переосмислення макроекономічного значення банків та страхових компаній у фінансовому забезпеченні інвестиційно-інноваційної діяльності вітчизняних економічних суб'єктів на етапі розбудови ринкових відносин в Україні.

Цілі статті. Основною метою статті є теоретичне обґрунтування окремих