

9. Зимовець В.В. *Акумуляція фінансових ресурсів та економічний розвиток*: монографія. Київ, 2003. 314 с.

10. Кредити, надані депозитними корпораціями (крім Національного банку України). *Бюлетень Національного банку України (електронне видання)*. Грудень 2015. С. 63-82.

11. Кредити та депозити нефінансових корпорацій і домашніх господарств за строками погашення. *Грошово-кредитна та фінансова статистика*. Січень 2017; вересень 2017. С. 8.

12. Береславська О. Девальвація гривні та спричинені нею виклики для України. *Вісник Національного банку України*. Лютий 2015. С. 26-33.

13. Кіндзерський Ю.В., Якубовський М.М., Галиця І.О. та ін. *Потенціал національної промисловості: цілі та механізми ефективного розвитку*: монографія / за ред. Ю.В. Кіндзерського. Київ, 2009. 928 с.

14. Звіт про фінансову стабільність. *Національний банк України*. Червень 2017. С. 22.

15. Що відбувається на ринку кредитування. *НВ Бізнес*. Жовтень 2017. URL: <http://biz.nv.ua/ukr/publications/shcho-vidbuvajet-sja-na-rinku-kredituvannja-2020581.html>.

Надійшла до редакції 14.11.2017 р.

І.В. Бриль, к.е.н.

АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ¹

Теоретико-практичні аспекти доданої вартості висвітлено в роботах відомих світових та вітчизняних дослідників: А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, Ж.Б. Сея, Дж. Б. Кларка, М. Портера, Р. Булиги, П. Кохна, Л. Едвінсона, М. Мелоуна, Т. Стюарта, Р. Макконнелл, Стенлі Л. Брю, С. Подолинського, О. Лісовського, Л. Гринів

¹ Дослідження виконано в рамках НДР ІЕП НАН України «Механізми забезпечення інвестиційної активності підприємств для виробництва продукції з високою доданою вартістю» (2015-2018 рр., номер держреєстрації 0115U001639).

[1-12] та ін. Також дану проблематику розглянуто в роботах [13; 14]. На законодавчому рівні операції щодо визначення та розрахунку доданої вартості регулюються Податковим кодексом, Національним класифікатором України [15; 16].

У даний час все більшої актуальності набуває концепція управління вартістю компанії, заснована на концепції EVA (Economic Value Added – економічна додана вартість). EVA – це один із найбільш популярних та часто використовуваних варіантів у рамках теорії оцінки доданої вартості. Іншими варіаціями є ринкова додана вартість (Market Value Added, MBA), акціонерна додана вартість (Shareholders Value Added, SVA), загальна (валова) додана вартість (Total Value Added, TVA).

Значний внесок у розвиток ідеї концепції управління вартістю компанії здійснено Дж. Стерном, відомим перш за все своєю концепцією економічної доданої вартості (EVA), яку він розробив спільно зі своїм партнером Б. Стюартом. Результатом цих досліджень стала книга «The quest for value: a guide for senior managers», опублікована видавництвом Harper Business у 1990 р. У роботі висвітлено активне впровадження, реалізація концепції та результати діяльності консалтингової компанії Stern Stewart & Co (одна з лідерів у галузі стратегічного консультування та управління на основі вартості), яка заснована Стюартом у 80-х роках ХХ ст. і має зареєстровану торгову марку EVA [17].

Метод оцінки та управління економічною доданою вартістю базується на концепції залишкового доходу, раніше запропонованій А. Маршаллом, яка набула поширення через актуалізацію з боку інвесторів питань, пов'язаних із максимізацією доходу для акціонерів.

Показник EVA є оцінкою справжнього річного прибутку бізнесу, він значно відрізняється від бухгалтерського прибутку, оскільки при розрахунку показника EVA не враховується вартість власного капіталу. Іншими факторами відмінностей є можливі поправки на амортизацію (деякі дослідники вважають, що амортизація входить до складу EVA, інші – ні), витрати на дослідження і розробки, оцінку запасів та ін. EVA представляє залишковий прибуток, що залишається після вирахування вартості всього капіталу (у тому числі власного), тоді як бухгалтерський прибуток визначається без вирахування вартості власного капіталу [18].

Сутність EVA відображає якість управлінських рішень. Постійна додатна величина показника EVA свідчить про збільшення вартості компанії, тоді як від'ємна – про її зниження. В основі цих

розрахунків закладений принцип перевищення операційного прибутку над вартістю капіталу [19].

Освоєння використання даної методики – це важливе завдання економічного розвитку, конкурентоспроможності та капіталізації вітчизняних підприємств.

Метою статті є аналіз особливостей економічної доданої вартості підприємств.

Суть концепції управління вартістю компанії полягає в тому, що управління має бути націлене на забезпечення зростання ринкової вартості підприємства, компанії та їх акцій. Тобто всі прагнення підприємства, аналітичні методи і прийоми менеджменту мають бути спрямовані на досягнення однієї спільної мети: допомогти підприємству максимізувати свою вартість, будуючи процес прийняття управлінських рішень на ключових факторах вартості.

Економічна додана вартість є відносно новим показником, який використовується для вимірювання результатів діяльності та оцінювання вартості групи підприємств. У дослідженнях, здійснених й оприлюднених компанією Stern Stewart, зазначено: «Економічна додана вартість – це єдиний показник, який використовується для того, щоб відстежити повністю весь процес створення вартості бізнесу. Економічна додана вартість – це не стратегія, а спосіб, за допомогою якого ми вимірюємо результати. Існує велика кількість факторів вартості, якими необхідно управляти. Але існує лише один показник, за допомогою якого можна продемонструвати досягнутий успіх. Організації потрібен єдиний всеохоплюючий показник, який дозволяє оцінити результати діяльності підприємства і допомагає менеджерам збалансувати протиріччя, які виникають у стратегічних цілях. Таким показником є економічна додана вартість» [20, с. 32-51].

Концепція EVA розроблена в США у 1980-х роках компанією Stern Stewart & Co, проте методика, яка становить її основу, є новою. EVA базується на концепції економічного прибутку (residual, economic income), виникнення якої пов'язують з А. Маршаллом. У 1890-х роках він висунув припущення, що компанія створює вартість для акціонерів тільки якщо вона отримує економічний прибуток. При цьому дослідник акцентував увагу на тому, що при розрахунку вартості, яку створює компанія в будь-який період, необхідно враховувати не лише операційні витрати, але і витрати на залучення капіталу.

Економічна додана вартість – це метод вимірювання фінансового стану підприємства, який вираховує реальний економічний дохід. EVA можна розрахувати як різницю між чистим операційним прибутком після податків і альтернативною вартістю інвестованого капіталу.

Основна ідея та зміст показника EVA полягають у тому, що капітал підприємства має працювати з такою ефективністю, щоб забезпечити норму прибутковості, необхідну інвесторам, акціонерам або іншим його власникам на вкладений капітал.

Як наведено вище, показник EVA визначається різницею між операційним прибутком після оподаткування і вартістю капіталу, який є добуток інвестованого перманентного капіталу та середньозваженої вартості капіталу.

Модель економічної доданої вартості розраховується за формулою

$$EVA = NOPAT - WACC \times CE,$$

де NOPAT – чистий прибуток за даними фінансової звітності з урахуванням необхідних коригувань;

WACC – середньозважена вартість капіталу;

CE – інвестований капітал.

Економічна додана вартість виникає на підприємстві в тому випадку, якщо за даний період часу вдалося заробити прибуток інвестованого капіталу вищий, ніж норма прибутковості інвестора.

Розрахунок EVA доцільно здійснювати в 3 етапи:

- 1) визначення середньозваженої вартості капіталу;
- 2) внесення поправок із показником прибутку та капіталу;
- 3) визначення прибутковості інвестованого капіталу, взаємозв'язку дохідності й економічної доданої вартості [21, с. 234-238].

Для обчислення економічної доданої вартості Д. Стерн і Б. Стюарт визначили список поправок даних бухгалтерського обліку, який налічує до 154 статей, але з них пропонується використовувати на практиці лише 10-12. Повний список поправок – комерційна таємниця авторів.

Необхідність таких коригувань пояснюється тим, що до складу активів у бухгалтерському обліку не включають ресурси, які з точки зору стратегічного управління є елементами капіталу. Це можуть бути інвестиції в розвиток інтелектуального капіталу, нав-

чання персоналу, підвищення рівня загальної інтелектуалізації підприємства, а також у рекламу, дослідження та розробки, реструктуризацію бізнесу тощо [22, с. 218-254].

Використанню цього показника у повному обсязі заважає його залежність від змін у вартості капіталу та необхідність для його визначення додаткових даних, що не включаються до фінансової звітності. Особливо це стосується інтелектуального капіталу, який у сучасних умовах є визначальним чинником створення та зростання вартості, капіталізації та конкурентоспроможності підприємства, але не завжди наводиться у фінансовій звітності.

Аналіз суті й особливостей економічної доданої вартості свідчить, що показник EVA є складнішим за методикою порівняно з іншими видами розрахунку доданої вартості, але він точніше відображає результат діяльності компанії, підприємства з точки зору акціонерів. На відміну від традиційних бухгалтерських показників, EVA враховує вартість не тільки позикового, але й акціонерного капіталу та доводить, що навіть незначні коливання у вартості капіталу можуть спричинити її вагомі зміни.

Економічна додана вартість характеризує зростання багатства акціонерів, тому заходи досягнення мети підприємства щодо підвищення рівня EVA можуть бути критерієм винагородження менеджерів. На сьогодні понад 300 великих світових компаній, зокрема такі відомі транснаціональні корпорації, як AT&T, Coca-Cola, Eli Lilly, Quaker Oats, CPX, Siemens, Whirlpool та ін., успішно застосовують економічну додану вартість для визначення загальної капіталізації, оцінювання результатів діяльності менеджерів та їх винагородження [23, с. 132].

Максимізація економічної доданої вартості на підприємстві зумовлює максимізацію багатства акціонерів, що є позитивним як для акціонерів, так і для менеджерів. Тому економічна додана вартість становить основу для впровадження вартісного управління.

Існує три варіанти взаємозв'язку показника EVA та поведінки власників підприємств [24, с. 3-5]:

$EVA = 0$ за умови, що $WACC$ (середньозважена вартість капіталу) = ROI (рентабельність інвестицій) і ринкова вартість підприємства дорівнює балансовій вартості чистих активів. Значної вигоди власник при вкладенні коштів не отримає, його вигравш дорівнює нулю. Ефективність вкладення коштів у підприємство прирівнюється до вкладень у банківські депозити;

$EVA > 0$ ($WACC < ROI$) свідчить про зростання ринкової вартості підприємства над балансовою вартістю чистих активів, що

стимулює подальші наміри внесення власником коштів у підприємство;

$EVA < 0$ ($WACC > ROI$) означає зменшення ринкової вартості підприємства. Власники втрачають вкладений у підприємство капітал за рахунок втрати альтернативної дохідності.

Преваги показника EVA полягають у такому:

відображає альтернативний підхід до концепції прибутковості, що означає перехід від розрахунку показника рентабельності інвестованого капіталу у відсотках до вартісного показника, – EVA, який відображається у грошових одиницях;

може використовуватися як інструмент мотивації менеджерів підприємства;

підвищує прибутковість підприємства за рахунок більш ефективного використання капіталу та зменшення витрат на його залучення.

Оцінка ефективності підприємств на основі EVA має також і ряд недоліків. Після впровадження даної методики на підприємстві може виникнути ряд труднощів, пов'язаних із необхідністю здійснення значних розрахунків та коригувань, що знижують якість показника [25]. Практика показує, що залежність винагороди управлінців від зростання показника EVA може призвести до значних маніпуляцій в оцінці ефективності їх роботи та падіння ринкової вартості бізнесу.

Існує декілька способів розрахунку EVA:

$$EVA = NOPAT - WACC \times IC,$$

де NOPAT – чистий операційний прибуток після сплати податків;

WACC – середньозважена вартість капіталу;

IC – інвестований капітал;

$$EVA = (r - WACC) \times IC,$$

де r – прибуток на капітал підприємства [3];

$$EVA = (ROI:CE - WACC) \times CE,$$

де CE – власні оборотні кошти (capital employed).

Якщо показник EVA обраний підприємством як критерій оцінки ефективності своєї діяльності, то завдання підприємства полягають у тому, щоб підвищити значення EVA. Як наслідок, для

підвищення ефективності діяльності підприємства можуть бути застосовані такі заходи:

для збільшення прибутку при використанні існуючого обсягу капіталу потрібне освоєння нових видів продукції (робіт, послуг), освоєння нових ринків (нових сегментів ринку);

для збільшення обсягу використовуваного капіталу при збереженні прибутку на поточному рівні необхідна ліквідація збиткових або недостатньо прибуткових сфер діяльності;

для зменшення витрат на залучення капіталу потрібна зміна його структури [19; 26].

Таким чином, визначивши суть показника EVA та основні найбільш поширені підходи до його розрахунку, можна дійти висновку, що даний показник – це критерій оцінки прибутковості підприємства, який дозволяє власникам управляти інвестованим капіталом. Використання показника EVA сприятиме підвищенню якості оцінки ефективності діяльності підприємства. Це підтверджують і дані світового рейтингу за 2017 р. найбагатших компаній світу (див. таблицю) [27-30].

За даними глобального рейтингу найдорожчих світових брендів у 2017 р. перше місце посіла компанія Amazon (США) – 150,8 млрд дол. Найбільший інтернет-магазин й один із перших, що почав реалізовувати послуги і товари через Інтернет, заснований у 1996 р. Сьогодні це десятки категорій товарів, що пропонує компанія своїм покупцям.

Другу сходинку з вартістю бренду 146,3 млрд дол. посідає Apple (США) – один із лідерів світової ІТ-індустрії, виробник комп'ютерів, ноутбуків, медіаплеєрів та програмного забезпечення.

Google (США) у 2017 р. посів третє місце, вартість бренду склала 120,9 млрд дол. Транснаціональна публічна корпорація Google управляє більш ніж 1 млн серверів у центрах обробки даних по всьому світу й обробляє більше 1 млрд пошукових запитів.

З шостого місця у 2016 р. на четверте у 2017 р. піднялася Samsung (Південна Корея) – виробник високотехнологічних компонентів, телекомунікаційного обладнання, побутової техніки, аудіо- та відеотехніки. Капіталізація склала 92,3 млрд дол.

З дев'ятого на п'яте місце перемістилася одна з найбільших та популярних соціальних мереж світу Facebook (США) – 89,7 млрд дол.

На шостій сходинці AT&T (США) – 82,4 млрд дол., компанія є найбільшим постачальником бездротового й телефонного зв'язку у США.

Таблиця

Капіталізація 10 найдорожчих рейтингowych брендів світу 2017 р.¹

Ранг	2017 р.		Бренд	Сектор (промисловість / група)	Домиціль (країна)	Капіталізація бренду, млрд дол.		Рівень зміни вартості 2017 р. до 2016 р., %	Тренд
	2016 р.	2017 р.				2016 р.	2017 р.		
1	3		Amazon	Інтернет-сервіс	США	106,396	150,80	42	2
2	2		Apple	Технології	США	107,141	146,30	37	0
3	1		Google	Технології	США	109,470	120,90	10	-2
4	6		Samsung Group	Конгломерат	Південна Корея	66,219	92,30	39	2
5	9		Facebook	Соціальна мережа	США	61,998	89,70	45	4
6	4		АТ&Т	Телекомунікації	США	87,016	82,40	-5	-2
7	5		Microsoft	Технології	США	76,265	81,20	7	-2
8	7		Verizon	Телекомунікації	США	65,875	62,80	-5	-1
9	8		Walmart	Роздрібна торгівля	США	62,211	61,50	-1	-1
10	10		ICBC	Банки	Китай	47,832	59,20	24	0

¹ Складено за даними джерела: Brand Finance Global (капіталізація брендів) від 01.12.2017 р. The World's Leading Independent Branded Business Valuation and Strategy Consultancy. Річний звіт про найбільш цінні світові бренди. URL: <http://foxtime.ru/article/10-samyh-dorogih-brendov-mira-2017>.

Виробник програмного забезпечення для комп'ютерів, мобільних пристроїв, серверів та ігрових консолей Microsoft (США) з п'ятого змістився на дві сходинки і посів сьоме місце. Вартість складала 81,2 млрд дол.

Найбільший оператор зв'язку у США Verizon посів восьме місце (62,8 млрд дол.). Компанія була заснована у 2000 р.

Заснована у 1962 р. величезна роздрібна мережа магазинів, супермаркетів, що торгують майже всім, – Walmart (США) з вартістю бренду 61,5 млрд дол. посіла дев'яте місце.

Незмінне з 2016 р. десяте місце залишилося за найбільшим комерційним банком Китаю ICBC. Капіталізація 2017 р. складала 59,2 млрд дол.

За вартістю капіталізації в даному рейтингу перевага належить здебільшого високотехнологічним компаніям.

Аналіз визначення сутності EVA, вартості капіталізації та практика світового управління підприємствами підтверджує, що значна частина культури компанії, підприємства, організації обумовлена способом вимірювання і винагородження успіху. EVA показує, чи були працівники успішними і чи слід їх винагороджувати, а також допомагає управлінцям (менеджерам) гарантувати, що певний бізнес-підрозділ збільшуватиме вартість компанії, інвестори ж можуть використовувати EVA для виявлення суми підвищення вартості акцій. Взагалі стабільне поліпшення показника EVA є синонімом підвищення вартості компанії.

Результати розрахунків за моделлю EVA доцільно використовувати на українських підприємствах для порівняння ефективності альтернативних проектів, господарських операцій підприємства, з прогноною метою або для потреб стратегічного планування. Розрахунок EVA надає керівникам підприємств необхідну інформацію щодо можливості вплинути на прибутковість власного бізнесу.

Висновки. Аналіз сутності та особливостей економічної доданої вартості, а також методів розвитку і забезпечення високої доданої вартості підприємств довів переваги визначення EVA, що дозволяє власникам управляти інвестованим капіталом, сприяє підвищенню якості оцінки загальної ефективності діяльності та капіталізації підприємства. За даними Глобального рейтингу найдорожчих світових брендів у 2017 р. перше місце посіла компанія Amazon (США) – 150,8 млрд дол., друге – Apple (США) з вартістю бренду 146,3 млрд дол., третє – Google (США) – 120,9 млрд дол. Незмінне з 2016 р. десяте місце залишилося за найбільшим комерційним банком Китаю ICBC – 59,2 млрд дол.

У результаті аналізу рейтингу 10 найдорожчих світових компаній 2017 р. розраховано тренд за рівнем зміни вартості у співвідношенні до 2016 р., а також виявлено, що за вартістю капіталізації (визначеної за допомогою інструментарію EVA) у даному рейтингу перевага належить здебільшого високотехнологічним компаніям.

Модель розрахунку EVA можна використовувати на будь-якому підприємстві, не має значення чи це світова високотехнологічна компанія, чи вітчизняні середні та великі промислові підприємства. Її впровадження дозволить підвищити відповідальність керівників вищої та середньої ланок, управлінського персоналу за прийняття рішень, зменшити кількість конфліктних ситуацій між підрозділами підприємства, оскільки вони прагнутимуть досягти єдиної мети підприємства – максимізації вартості бізнесу, а також надасть змогу керівництву підприємства мати більш точне уявлення про економічну ефективність і доцільність подальшого розвитку того чи іншого напряму виробництва.

Оскільки модель EVA передбачає платоспроможність капіталу, то фахівцям зі збуту на підприємствах слід щомісяця нараховувати відсотки на залишок коштів у дебіторській заборгованості, а фахівці з поставок (менеджери-логісти) мають оплачувати певний відсоток вартості сировини і готової продукції, що знаходиться на складі.

Показники розрахунку EVA використовуються для різних процесів діяльності підприємства: зростання продажів і ринкової частки обговорюються при формулюванні стратегії підприємств; чиста теперішня вартість або внутрішня норма дохідності розраховуються при аналізі потенційних інвестицій; прибуток і прибуток у розрахунку на акцію враховуються при аналізі перспектив поглинання між підприємствами, компаніями; прибуток від діяльності використовуються при визначенні розміру оплати праці. Освоєння моделі EVA забезпечить спільну мову керівників і співробітників у рамках виробничої діяльності на підприємствах.

Перспективи подальших досліджень мають бути спрямовані на визначення впливу інтелектуального капіталу, інтелектуальних ресурсів, інтелектуалізації, інноваційної мотивації у складі доданої вартості на забезпечення підвищення інвестиційної активності вітчизняних підприємств.

Література

1. Петти В., Смит А., Рикардо Д. *Антология экономической классики*. Москва; Челябинск: Социум, 2002. 283 с.

2. *Экономика предприятия*: учебник для вузов; под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара; 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2007. 670 с.

3. Сэй Ж.-Б. *Трактат по политической экономии*. Москва: Директмедиа Паблишинг, 2008. 68 с.

4. Портер М. *Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость*; пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.

5. Булыга Р., Кохно П. Природа и экономическая сущность интеллектуального капитала. *Интеллектуальная собственность: Промышленная собственность*. 2006. № 11. С. 49-58.

6. Edvinsson L., Malone M. *Visualizing Intellectual Capital in Scandia*. Scandia, 1994.

7. Edvinsson L., Malone M. *Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. New York: Harper Business, 1997.

8. Стюарт Т. А. *Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации*; пер. с англ. В. А. Ноздриной. Москва: Поколение, 2007. 368 с.

9. Макконнелл, Кемпбелл Р., Брю Стенлі Л. Аналітична економія. Принципи, проблеми і політика. Ч.1. *Макроекономіка*: пер. з англ. Львів: Просвіта, 1997. 672 с.

10. Подолинский С.А. Труд человека и его отношение к распределению энергии. *Слово*. № 4/5. Санкт-Петербург, 1880. С. 135-211. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/biograf/>

11. Лісовський О.П. До сутності додаткової вартості в контексті української школи фізичної економії. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. 2010. С. 518-527. (Сер.: Економіка; вип. 14).

12. Гринів Л.С. Розвиток фізичної економії: нові проблеми та моделі. *Фізична економія: методологія дослідження та глобальна місія України*: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., 8-10 квіт. 2009 р., м. Київ: КНЕУ, 2009. С. 178-179.

13. Бриль І.В. Про склад доданої вартості підприємств промислового сектору великого міста. *Управління розвитком великих міст та агломерацій: економіко-правовий аспект*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 21.10.2016); НАН України, Ін-т економіко-правових досліджень. Харків: ФОП Панов А.М., 2016. 171 с.

14. Бриль І.В. Інтелектуальний капітал – вагома складова основи визначення доданої вартості підприємства: *Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Передовая наука» – 2017* (30.04.-07.05.2017.). Великобританія. С. 42-44.

15. Податковий кодекс України. URL: http://kodeksy.com.ua/podatkovij_kodeks_ukraini/statja-14.htm.

16. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010; Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.

17. Stewart Bennett G. III *Th. uest for Value: A Guide for Senior Managers*. N. Y. : HarperCollins, 1991.

18. Brigham Eugene F., Louis C. Gapenski, Michael C. Ehrhardt. “Financial Management”. – Ninth Edition. Harcourt College Publishers, 1999. P. 47-49.

19. Dodd James L., Shimin Chen. “Economic Value Added (EVA)”, *Arkansas Business and Economic Review* (Winter 1997), pp. 1-8. (8).

20. Экллз Р. Дж. Манифест революции в оценке работы компаний. *Измерение результативности компании*; пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. 453 с.

21. Брейли Р., Майерс С. *Принципы корпоративных финансов*; пер. с англ. Москва: ЗАО "Олимп-Бизнес", 1997. 1120 с.

22. Короленко М.В., Добровольська Я.В. Економічна додана вартість в системі управління підприємством URL: <http://www.rusnauka.com>.

23. Мартін Джон Д., Петті Вільям Дж. *VBM – управління, що базується на вартості. Корпоративна відповідь революції акціонерів*; пер. з англ.; за наук. ред. О.Б. Максимової, І.Ю. Шарапової. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. 272 с.

24. Ларионова Е. Экономическая добавленная стоимость. *Деловой Петербург*. №3. 2003. С. 3–5.

25. Гончарук А. Г. *Методические основы оценки и управления эффективностью предприятия*. Одесса : «Астропринт», 2008. 288 с.

26. Лукичева Л. И. *Управление интеллектуальным капиталом*. Москва: ОМЕГА-Л, 2007. 551 с.

27. Рейтинг 10 самих коштовних світових брендів 2016 року згідно версії Forbes. URL: <http://blogger-inform.com.ua/article/top---10-samyh-dorogih-brendov-mira---2016.html>.

28. Millward Brown: Рейтинг 100 самых дорогих мировых брендов года// Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/05/21/6779>.

29. Brand Finance (капіталізація брендів). The World's Leading Independent Branded Business Valuation and Strategy Consultancy: Глобальний рейтинг 500 самих коштовних світових брендів 2017 року // Річний звіт про найбільш цінні світові бренди. – Global 500, 02.2017. URL: <http://basetop.ru/samyie-dorogie-brendyi-mira-2017-reyting-brand-finance/>.

30. Показатели экономической добавленной стоимости. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/1838849/page:17/>.

Надійшла до редакції 11.12.2017 р.

В.І. Лаптев, к.е.н.

СУТНІСТЬ ПРОБЛЕМНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Людські ресурси, безперечно, виступають основою для ефективного функціонування як вітчизняних підприємств, так і всієї національної економіки. Саме від якості управління ними та їх використання залежить розвиток інноваційної діяльності в країні, ефективність державного управління, формування конкурентоспроможної держави. Усі ці чинники свідчать про важливість формування системи управління людськими ресурсами на основі проблемно-орієнтованого підходу.

Економічна нестабільність, довготривалі трансформаційні процеси, що відбуваються у всіх сферах життя суспільства країни, призводять до зміни рівня життя населення, впливу інтелектуального потенціалу з країни, талановитої молоді, браку фахівців промислових професій та інших проблем у сфері менеджменту людських ресурсів на всіх рівнях управління (від національної економіки в цілому до діяльності підприємства або окремого домогосподарства). Важливим і необхідним у даній ситуації є вплив держави на процеси розвитку людських ресурсів, мотивування вітчизняних підприємств до створення нових робочих місць для зниження рівня

© В.І. Лаптев, 2017