

*І.В. Бриль, к.е.н.,
К.Г. Рябікіна, к.е.н.*

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДУ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ¹

Теоретичним аспектам доданої вартості присвячено чимало досліджень відомих світових і вітчизняних науковців, таких як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс та ін. (класична концепція доданої вартості); Ж.Б. Сей, Дж. Б. Кларк (концепція факторів виробництва); М. Портер (концепція ланцюга вартостей), Р. Булига, П. Кохн, Л. Едвінсон, М. Мелоун, Т. Стюарт та ін. (концепція інтелектуального капіталу) [1-8].

Додана вартість – це вартість, що сформована у процесі виробництва на даному підприємстві й охоплює його реальний внесок у створення вартості конкретного продукту, тобто заробітну плату, прибуток та амортизацію. Тому вартість спожитих сировини і матеріалів, які купувалися в постачальників й у створенні яких підприємство не брало участі, в додану вартість виробленого цим підприємством продукту не включається.

Інакше кажучи, додана вартість – це валова продукція підприємства (або ринкова ціна випущеної продукції) за мінусом поточних матеріальних витрат, але із включенням у неї відрахувань на амортизацію (тому що основні фонди підприємства беруть участь у створенні нової вартості виробленої продукції). За радянських часів у практиці фінансового та бухгалтерського обліку даний показник мав назву умовно чистої продукції. Ці величини доданої вартості при підсумовуванні їх по всіх галузях і виробництвах і дають підсумкові показники ВВП, вільні від повторного рахунку [6, с. 1]. Згідно із системою національних рахунків до складу доданої вартості включаються амортизація, заробітна плата, прибутки корпорацій і

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).

некорпорованих підприємств, отримана ними рента, відсоток на позиковий капітал, а також так звані чисті податки або чистий експорт.

Додана вартість (value added) – це частина вартості продукту, яка була створена на даному підприємстві. Це різниця між виручкою і вартістю товарів і послуг, придбаних у зовнішніх організацій, – вартістю сировини і напівфабрикатів, ремонтних, маркетингових, сервісних послуг, витратами на електроенергію та ін. Доданою є та вартість товару (або послуги), на яку зростає вартість даного товару у процесі обробки до моменту продажу його споживачеві. Вона включає фонд оплати праці, орендну плату, амортизацію, ренту, відсотки за користування кредитом, а також отриманий прибуток. Західні економісти також виділяють поняття від’ємної доданої вартості, коли додаткова обробка продукту не тільки не додає вартості товару, але і, навпаки, зменшує її. На підприємстві додана вартість використовується за такими напрямками: зарплатні виплати (заробітна плата, премії, компенсації, внески у позабюджетні фонди); сплата податків (крім податків із продажів і ПДВ); виплати банківських відсотків, дивідендів та інших платежів; інвестиції у придбання основних фондів, НДДКР і нематеріальних активів; амортизація основних фондів. Якщо після всіх здійснених витрат залишилися кошти, вони називаються нерозподіленою доданою вартістю (Retained Value Added). Остання може бути і від’ємною, коли доданої вартості недостатньо для покриття всіх витрат.

Метою статті є визначення сутності й аналіз складу доданої вартості підприємств.

У сучасних економічних умовах додана вартість підлягає досить серйозному вивченню як в Україні, так і за кордоном. Проте чіткого формулювання даного поняття, а також його змісту і складу немає, оскільки різні автори дотримуються різноманітних теорій відносно даної категорії.

Додана вартість – це частина вартості продукту, яка була створена в даній організації, різниця між вартістю реалізованої продукції і закуплених товарів і послуг.

Додана вартість – різниця між вартістю продукції (послуг), створеної та реалізованої даним підприємством, і вартістю затрат на придбання й переробку сировини і матеріалів. Це вартість, прирощена на даному підприємстві.

Додана вартість – соціально-економічна форма додаткового продукту в умовах розвинутих товарно-грошових відносин, передусім при капіталізмі.

Передумовою виникнення доданої вартості було формування класу найманих працівників – особисто вільних, але позбавлених власності на засоби виробництва і виготовлений продукт. Щоб отримати необхідні для себе та членів своєї сім'ї життєві блага, вони змушені були продавати свою робочу силу.

Процес додавання вартості проходить три стадії: передвиробничу (стандартизація, дослідження і розробки, проектування, розробка власних дизайнерських рішень), виробничу (виробництво, складання) і поствиробничу (логістика, маркетинг, формування бренду). При цьому, за оцінками експертів, участь у першій і третій стадіях приносить компаніям вищі доходи, ніж участь у другій виробничій стадії [9, с. 25].

У даний час Україна інтегрована у світову економіку головним чином через експорт сировини, напівфабрикатів і продукції низьких технологічних переділів, а внутрішній попит на якісну готову продукцію задовольняється імпортом [10]. Тобто у глобальних ланцюжках створення вартості підприємства України перебувають переважно у виробничій стадії та можливості їх просування «вгору» ланцюжком створення вартості обмежені.

У Податковому кодексі України категорія «додана вартість» застосовується в контексті універсального акцизу – податку на додану вартість, який встановлюється щодо новоствореної у платника вартості; зазначається, що «Податок на додану вартість – непрямий податок на товари і послуги, сучасна форма універсального акцизу, який установлюється відносно знову створеної у платника вартості» [11]. Розрахунок сум податку на додану вартість в Україні не передбачає розрахунків власне створеної суб'єктом господарської діяльності доданої вартості, а припускає визначення сум податкових зобов'язань та сум податку, раніше сплачених постачальникам (податкового кредиту).

В управлінні підприємством, на думку Ж. Рішар, додана вартість виступає виміром фінансового результату діяльності фірми разом із показниками «дохід» і «прибуток». Додана вартість являє собою різницю між доходами підприємства і витратами на придбання факторів виробництва, необхідних для функціонування його біз-

несу, але повністю створених контрагентами, зовнішніми по відношенню до нього, тобто додана вартість – це різниця між обсягом виробництва і проміжним споживанням, необхідним для його виробництва [12].

Теоретичні аспекти категорії «додана вартість» досліджують багато вчених-економістів, і з часом її визначення видозмінювалося (табл. 1).

Таблиця 1

Еволюціонування поглядів дослідників щодо визначення категорії «додана вартість»

Автор, джерело	Визначення	Основні складові доданої вартості
1	2	3
К. Маркс [1, с. 5-9]	Додаткова вартість – вартість додаткового продукту, створеного найманими працівниками, яка повністю привласнювалася капіталістами в XVI – перші десятиліття XX ст. Передумовою виникнення додаткової вартості було формування класу найманих працівників – особисто вільних, але позбавлених власності на засоби виробництва і виготовлений продукт. Щоб отримати необхідні для себе та членів своєї сім’ї життєві блага, вони змушені були продавати свою робочу силу	Вироблений людським капіталом додатковий продукт. Виробництво додаткової вартості здійснюється завдяки здатності найманого працівника створювати своєю працею більшу вартість, ніж вартість його робочої сили
С. Подолинський [13-15]	Додана вартість – енергетичні відмінності органічної та неорганічної природи, співвідношення, між усвідомленою і корисною працею людини і розподілом енергії на поверхні Землі	Розумні та раціональні дії людини
М. Руденко [16; 17]	Додану вартість слід бачити там, де народжується нова матерія, а разом із новою матерією формується нова енергія	Додана вартість розглядається з позиції нової матерії – нової енергії

Продовження табл. 1

1	2	3
О. Лісовський [18, с. 518-527]	Абсолютна додана вартість формується з первинно залученої енергії від аграрно-економічної діяльності та додатково залученої збереженої енергії. Відносна ДВ формується через примноження енергії за рахунок застосування промисловості та науки	Додану вартість здебільшого формують залучені та примножені енергії
Л. Гринів [19, с. 178-179]	Економічна наука базується на принципі вдосконалення, а не знищення суспільства, враховуючи та досліджуючи феномен універсальної (абсолютної) доданої вартості, що має природне, а не соціальне походження	Джерелами створення абсолютної та відносної доданої вартості виступають ринок природи і ринок економіки
Економічний словник [20, с. 74]	Додана вартість – різниця між вартістю вироблених товарів і вартістю матеріалів та сировини, що використані для їх виробництва	Заробітна плата, відсоток та прибуток, що додаються до продукту підприємством чи галуззю взагалі
З. Біткулова [21, с. 118]	Додана вартість підприємства розуміється як різниця між вартістю підприємства інфраструктури кластера, розрахованою за прибутковим підходом, і вартістю підприємства інфраструктури кластера, розрахованою за порівняльним підходом	Сума вартості, розрахованої за прибутковим та порівняльним підходами
С. Марков [22, с. 6]	Додана вартість – цінність, визначена у вартісному вираженні в ринкових цінах, яка додана до початкової ринкової вартості товару (матеріалу) в процесі його обробки, переробки, просування на ринок	Цінність, додана до початкової ринкової вартості товару у процесі його обробки
Національний класифікатор України (КВЕД – класифікація видів економічної діяльності) [23, с. 98]	Валова додана вартість – це вартість валової виробленої продукції за відрахуванням вартості витрат на сировину та матеріали, а також інших витрат проміжного споживання	Утворені первинні доходи, отримані в результаті безпосередньої участі у процесі виробництва

Закінчення табл. 1

1	2	3
Юридичний словник [25, с. 146]	Додана вартість – це різниця між вартістю проданого організації продукту (наданих послуг) і матеріалів, витрачених на його виробництво; дорівнює виручці	Еквівалент витрат на заробітну плату, відсоток на капітал, ренту і прибуток
Р.К. Макконнелл, С.Л. Брю [27, с. 52]	Сума доданої вартості має дорівнювати вартості всіх кінцевих товарів і послуг	Сума доданої вартості всіх фірм в економіці

С. Подолинський спробував пояснити економічні процеси з точки зору природничих наук. Автор розкрив енергетичні відмінності органічної та неорганічної природи, проаналізував співвідношення, що існує між працею людини і розподілом енергії на поверхні Землі, подав нове природничо-наукове визначення праці. Учений показав, що нагромадження енергії на земній поверхні можливе завдяки усвідомленій і корисній праці [13-15].

Ідеї С. Подолинського використав В. Вернадський, створивши парадигми земної біосфери і ноосфери – сферу розумних дій людини на Землі. У XX і на початку XXI ст. підтвердилася правдивість наукового прогнозу В. Вернадського про те, що людство у процесі розвитку життя на Землі перейде від біосфери – саморегулюючої природної системи до ноосфери – системи, розвиток якої свідомо і цілеспрямовано регулюється людиною, її розумними діями.

М. Руденко першим у національній та світовій економічній думці з позицій фізичної економії показав обмеженість теорій вартості та доданої вартості. Він застерігає нащадків від згубної небезпеки економічної неграмотності у визначенні вартості [16; 17]. У своїх дослідженнях науковець доводить, що А. Сміт і К. Маркс не розвідали джерело доданої вартості до кінця, пропонує свій оригінальний підхід до цієї проблеми: його слід бачити там, де народжується нова матерія, а разом із новою матерією – нова енергія.

На думку О. Лісовського, абсолютна додана вартість формується з первинно залученої енергії від аграрно-економічної діяльності та додатково залученої збереженої енергії. Відносна додана вартість створюється через примноження енергії за рахунок застосу-

вання промисловості та науки. Він вважає, що вартість сільськогосподарського плуга дорівнюватиме витратам харчування коваля на час кування плуга, вартості матеріалів на виробництво та нормі додаткового ефекту у врожаї від опрацювання поля цим засобом праці [18, с. 518-527].

Л. Грінвіч наголошує на ринку природи і ринку економіки як різних джерелах створеної абсолютної та відносної доданої вартості. Науковець підкреслює, що економічна наука базується на принципі вдосконалення, а не знищення суспільства, враховуючи та досліджуючи феномен універсальної (абсолютної) доданої вартості, яка має природне, а не соціальне походження [19, с. 178-179].

Існує декілька визначень поняття «додана вартість» (англ. *value added*).

В Економічному словнику даний термін трактується як різниця між вартістю вироблених товарів і вартістю матеріалів та сировини, що використані для їх виробництва. Додана вартість складається із заробітної плати, відсотка та прибутку, що додаються до продукту підприємством чи галуззю взагалі [20, с. 74]. При цьому З. Біткулова розуміє додану вартість підприємства як різницю між вартістю підприємства інфраструктури кластера, розрахованою за прибутковим підходом, і вартістю підприємства інфраструктури кластера, розрахованою за порівняльним підходом [21, с. 118].

С. Марков тлумачить додану вартість як цінність, визначену у вартісному вираженні в ринкових цінах, яка додана до початкової ринкової вартості товару (матеріалу) у процесі його обробки, переробки, просування на ринок [22, с. 6].

Деяке інше трактування валової доданої вартості та проміжного споживання надається в Національному класифікаторі України (класифікація видів економічної діяльності). Згідно з методикою Державного комітету статистики додана вартість – утворені первинні доходи, отримані в результаті безпосередньої участі у процесі виробництва. Відповідно до КВЕД валова додана вартість – це вартість валової виробленої продукції за відрахуванням вартості витрат на сировину та матеріали, а також інших витрат проміжного споживання [23, с. 98].

Б. Райзберг, Л. Лозовський, О. Стародубцева зазначають, що додана вартість – частина вартості товарів, послуг, прирощена безпосередньо на даному підприємстві, в даній фірмі. Визначається як

різниця між виручкою від продажу продукції, товарів, послуг, вироблених фірмою, та її витратами на закупівлю матеріалів, напівфабрикатів, послуг [24, с. 89]

У юридичному словнику додана вартість визначається як різниця між вартістю проданого організацією продукту (наданих послуг) і матеріалів, витрачених на його виробництво; дорівнює виручці; включає еквівалент витрат на заробітну плату, відсоток на капітал, ренту і прибуток. Цей показник використовується для стягнення податку на додану вартість [25, с. 146].

М. Гацалов у сучасному економічному словнику-довіднику трактує додану вартість як приріст вартості продукту, виробленого корпорацією, до вартості використовуваних нею у виробництві матеріальних ресурсів [26, с. 36].

Для економіки в цілому сума доданої вартості має дорівнювати вартості всіх кінцевих товарів і послуг. К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю стверджують, що валовий внутрішній продукт (ВВП) – це сума доданої вартості всіх фірм в економіці [27, с. 52]. Отже, додана вартість як один із найважливіших показників економічної діяльності підприємства чи окремих галузей виробництва може бути розрахована на валовій та чистій основах, тобто до і після виключення амортизаційних відрахувань. У цілому ж по економіці сума валової доданої вартості всіх підприємств та галузей за звітний період складає валовий внутрішній продукт.

Отже, можна стверджувати, що доданою вартістю є залишок (різниця) між сумою вкладень на придбання сировини та матеріалів для виробництва продукції, вартість праці працівників, їх інтелектуального капіталу та прибутком від її реалізації.

Інтелектуальний капітал і нематеріальні активи підприємства є одними з найвагоміших важелів, що становлять основу його доданої вартості. Саме ці категорії підвищують капіталізацію підприємства, фірми, компанії, що дозволяє найдорожчим із них брати участь у щорічних рейтингах конкурентоспроможності та вартості капіталізації найдорожчих брендів світу.

Світовий рейтинг найдорожчих брендів щорічно публікує журнал Forbes [28], експерти Millward Brown [29] та ін. За результатами представлено альтернативний список 500 найдорожчих брендів 2016 р. за версією Brand Finance [30] (табл. 2).

Таблиця 2

Капіталізація 10 найдорожчих рейтингових брендів світу 2016 р.¹

Ранг	2017 р.	2016 р.	Бренд	Сектор (промисловість / група)	Доміцилій (країна)	Капіталізація бренду, млн дол.		Рівень зміни вартості 2016 р. до 2015 р., %	Тренд
						2016 р.	2015 р.		
1	2	2	Google	Технології	США	109,470	88,173	24	1
2	1	1	Apple	Технології	США	107,141	145,918	-27	-1
3	3	3	Amazon	Інтернет-сервіс	США	106,396	69,642	53	0
4	6	4	AT&T	Телекомунікації	США	87,016	59,904	45	2
5	4	4	Microsoft	Технології	США	76,265	67,258	13	-1
6	7	7	Samsung Group	Конгломерат	Південна Корея	66,219	58,619	13	1
7	5	5	Verizon	Телекомунікації	США	65,875	63,116	4	-2
8	8	8	Walmart	Роздрібна торгівля	США	62,211	53,657	16	0
9	17	17	Facebook	Соціальна мережа	США	61,998	34,002	82	8
10	13	13	ICBC	Банки	Китай	47,832	36,334	32	3

¹ Складено за даними джерела: Brand Finance (капіталізація брендів). The World's Leading Independent Branded Business Valuation and Strategy Consultancy: Глобальний рейтинг 500 найдорожчих світових брендів 2016 року // Річний звіт про найбільш цінні світові бренди. – Global 500, 02.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://basetop.ru/samyie-dorogie-brandy-mira-2017-reyting-brand-finance/>.

Найвідоміша у світі компанія у сфері оцінки вартості та стратегічного консалтингу Brand Finance створена у 1996 р. у Лондоні та є провідною незалежною консалтинговою компанією світу, яка оцінює капіталізацію брендів.

Найбільше зростання вартості в даному періоді показали китайські бренди. Капіталізація найбільш відомої фірми Піднебесної Alibaba Group (23 місце в рейтингу – піднялася із 60 сходинки у 2016 р.) зросла на 94% (35 млрд дол.), а інтернет-провайдер Tencent збільшив свою капіталізацію на 124% (22 млрд дол.) і піднявся зі 117 на 47 позицію рейтингу 500 найдорожчих компаній світу за рівнем своєї капіталізації [30].

У рейтингу капіталізації бренду вже не перший рік лідирують компанії та підприємства з виробництва телекомунікацій, інтернет-сервісів, соціальних мереж, технологій, а також глобальних банківських послуг. У цілому в десятку найдорожчих світових брендів увійшли вісім технологічних компаній, сім з яких розташовані в США.

Концепція доданої вартості – економічного прибутку (прибутку, отриманого з урахуванням повних витрат на капітал і ризику), що знайшла широке розповсюдження за кордоном, поступово починає впроваджуватися у практику вітчизняних підприємств.

Для вимірювання економічного прибутку фахівцями запропоновано кілька схожих за своєю економічною сутністю показників, але вони розрізняються методиками розрахунку. Найбільш відомі з них та випробувані практикою підприємств наведено в табл. 3 [31; 32, с. 438, 448-449].

Таблиця 3

Показники вартості (економічного прибутку)

Показник	Розробник методики розрахунку
Економічна додана вартість (<i>economic value added – EVA</i>)	G. B. Stewart, Stern J.M. (Stern Stewart & Co.)
Грошова додана вартість (<i>cash value added – CVA</i>). Рентабельність грошового потоку (<i>cash flow return on investment – CFROI</i>)	T. Lewis та ін. (Holt Value Associations, Boston Consulting Group)
Додана вартість для акціонерів (<i>shareholders value added – SVA</i>)	A. Rappaport
Економічний прибуток (<i>economic profit – EP</i>)	McKinsey & Company, Inc.

Найбільшої популярності набув критерій економічної доданої вартості (*economic value added* – *EVA*), який визначається як різниця між чистим (після вирахування податків) доходом підприємства від операційної діяльності та витратами на вкладений капітал і розраховується за формулою

$$EVA = NOPAT - WACC \times CE, \quad (1)$$

де *NOPAT* – чистий прибуток за даними фінансової звітності після сплати податків з урахуванням необхідних корегувань;

WACC – середньозважена вартість капіталу;

CE – інвестований капітал (чисті інвестиції або чисті активи).

При аналізі будь-якого періоду (квартал, півріччя, рік та ін.) діяльності підприємства слід ураховувати, що додатна величина *EVA* свідчить про зростання вартості підприємства, від’ємна – про зменшення.

Висновки. Додана вартість в умовах ринку є одним із головних показників для оцінки діяльності як окремого підприємства чи галузі, так і рівня розвитку економіки в цілому. Додану вартість товару формують ті його характеристики, які дозволяють підприємству вигідніше його продати та, відповідно, більше заробити. Це може бути вдосконалений зовнішній вигляд, додаткові опції, спецефекти тощо. Дана вартісна величина показує, скільки у процесі виробництва готового продукту до сировини та матеріалів додано нової вартості, яка може бути куплена кінцевим споживачем. У ринковій економіці необхідно додавати до предметів праці рівно стільки вартості, щоб кінцевий продукт був конкурентоспроможним. Саме куплена, тобто додана, вартість має бути реалізованою, щоб виробництво мало змогу відновлюватися і розширюватися, а підприємство – ефективно створювати й утримувати конкурентні переваги, підвищувати свою капіталізацію, конкурентоспроможність, що, у свою чергу, дозволить йому закріпити позиції на вітчизняному та світових ринках.

Література

1. Антология экономической классики / В. Пети, А. Смит, Д. Рикардо. – 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. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. – 670 с.
3. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Ж.-Б. Сэй. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 68 с.
4. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
5. Булыга Р. Природа и экономическая сущность интеллектуального капитала / Р. Булыга, П. Кохно // Интеллектуальная собственность: промышленная собственность. – 2006. – № 11. – С. 49-58.
6. Edvinsson L. Visualizing Intellectual Capital in Scandia / L. Edvinsson, M.S. Malone. – Scandia, 1994.
7. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone. – New York: Harper Business, 1997.
8. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Т. Стюарт; пер. с англ. В.А. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
9. Давыденко Е. Глобальные цепочки создания стоимости: теоретические и практические аспекты / Е. Давыденко, М. Гричик // Банковский вестник. – 2014. – № 4. – С. 22-27.
10. Замковой А. Как Украине превратиться из сырьевого придатка в успешную страну [Электронный ресурс] / А. Замковой. – Новое время, 8 февраля 2016 г. – Режим доступа: <http://nv.ua/opinion/zamkovoy/kak-ukraine-prevratitsja-iz-syrevogo-pridatka-v-uspeshnuju-stranu-95980.html>.
11. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/podatkovij_kodeks_ukraini/statja-14.htm.
12. Ришар Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия / пер. с фр.; под ред. Л.П. Белых. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 376 с.
13. Подолинский С.А. Труд человека и его отношение к распределению энергии [Электронный ресурс] / С.А. Подолинский // Слово. № 4/5, Санкт-Петербург, 1880. – С. 135-211. – Режим доступа: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/biograf>.

14. Подолинский С.А. Труд человека и его отношение к распределению энергии: моногр. / С.А. Подолинский. – М.: Белые Альвы, 2005. – 160 с.
15. Подолинський С.А. Вибрані твори / С.А. Подолинський. – К.: КНЕУ, 2000. – 326 с.
16. Руденко М. Енергія прогресу / М. Руденко. – Тернопіль: Джура, 2005. – 412 с.
17. Руденко М. Енергія прогресу (нариси з фізичної економії) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://chtyvo.org.ua/authors/Rudenko_Mykola/Energia_progresu/.
18. Лісовський О.П. До сутності додаткової вартості в контексті української школи фізичної економії / О.П. Лісовський // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. – 2010. – С. 518-527. – (Сер.: Економіка; вип. 14).
19. Гринів Л.С. Розвиток фізичної економії: нові проблеми та моделі / Л.С. Гринів // Фізична економія: методологія дослідження та глобальна місія України: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., 8-10 квіт. 2009 р. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 178-179.
20. Завадський Й.С. Економічний словник / Й.С. Завадський, Т.В. Осовська, О.О. Юшкевич. – К.: Кондор, 2006. – 356 с.
21. Биткулова З.С. Особенности добавленной стоимости в оценке инновационного развития предприятия / З.С. Биткулова // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №15 (306). – С. 117-120.
22. Марков С.В. Оперативное управление добавленной стоимостью продукции металлургического предприятия с использованием процедуры оптимизации: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / С.В. Марков; Нац. исслед. технол. ун-т «МИСиС». – М., 2010. – 24 с.
23. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 / Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. – К.: ЦУЛ, 2011. – 224 с.
24. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
25. Додонов В.Н. Большой юридический словарь / В.Н. Додонов, В.Д. Ермаков, М.А. Крылова и др. – М.: Инфра-М, 2011. – 790 с.

26. Гацалов М.М. Современный экономический словарь-справочник / М.М. Гацалов. – Ухта: УГТУ, 2002. – 371 с.

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

28. Рейтинг 10 найдорожчих світових брендів 2016 року згідно з версією Forbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogger-inform.com.ua/article/top---10-samyh-dorogih-brendov-mira---2016.html>.

29. Millward Brown: Рейтинг 100 самых дорогих мировых брендов года [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2014/05/21/6779>.

30. Brand Finance (капіталізація брендів). The World's Leading Independent Branded Business Valuation and Strategy Consultancy: Глобальний рейтинг 500 самих коштовних світових брендів 2016 року // Річний звіт про найбільш цінні світові бренди. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://basetop.ru/samyie-dorogie-brendyi-mira-2017-reyting-brand-finance/>.

31. Показатели экономической добавленной стоимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1838849/page:17/>.

32. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом / Л.И. Лукичева. – М.: ОМЕГА-Л, 2007. – 551 с.

Надійшла до редакції 22.09.2016 р.

В.В. Горощенко, к.э.н.

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ТРУДА

Совершенствование кадровой политики, в частности модернизация системы мотивации, является одним из приоритетных направлений повышения эффективности менеджмента в целом.

© В.В. Горощенко, 2016