

Олександр І. Давидов

ЗРОСТАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЦІЛЬОВИЙ КРИТЕРІЙ УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено цільовий критерій управління у вигляді зростання вартості підприємства в просторі багатоцільових векторів його розвитку. Проаналізовано можливі цілі управління підприємством. Виявлено якісні характеристики вартісноорієнтованого управління підприємством. Обґрунтовано пріоритетність використання в цілеспрямованому управлінні підприємством вартісного критерію порівняно з іншими цільовими орієнтирами.

Ключові слова: вартість підприємства; зростання вартості підприємства; управління підприємством; цільовий критерій управління; вартісноорієнтоване управління.

Рис. 2. Літ. 20.

Александр И. Давыдов

РОСТ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЦЕЛЕВОЙ КРИТЕРИЙ УПРАВЛЕНИЯ

В статье исследован целевой критерий управления в виде роста стоимости предприятия в пространстве многоцелевых векторов его развития. Проанализированы возможные цели управления предприятием. Выявлены качественные характеристики стоимостноориентированного управления предприятием. Обоснована приоритетность использования в целенаправленном управлении предприятием стоимостного критерия по сравнению с другими целевыми ориентирами.

Ключевые слова: стоимость предприятия; рост стоимости предприятия; управление предприятием; целевой критерий управления; стоимостноориентированное управление.

Oleksandr I. Davydov¹

ENTERPRISE VALUE INCREASE AS A TARGET MANAGEMENT CRITERION

The article explores the target management criterion which is an enterprise value increase within its multipurpose development vectors. It analyses possible goals of enterprise management and also identifies qualitative characteristics of value-oriented enterprise management. The reasons for priority use of evaluation criterion in comparison with other target points are suggested for targeted enterprise management.

Keywords: enterprise value; enterprise value increase; enterprise management; target criterion in management; value-oriented management.

Постановка проблеми. В умовах активізації трансформаційних процесів в економіці, кардинальних змін у зовнішньому і внутрішньому середовищах функціонування суб'єктів господарювання зростає потреба у надійному цільовому критерії, який б чітко визначав вектор управлінського впливу на діяльність підприємства з точки зору забезпечення його ефективного і сталого розвитку. Підприємству необхідно вирішити проблему вибору головної мети управління з множини можливих цільових установок.

У рамках інноваційної концепції вартісноорієнтованого управління такою метою виступає зростання вартості підприємства. Встановлення даного пріоритету в цілепокладанні потребує додаткової аргументації в частині

¹ V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.

обґрунтування його переваг порівняно з іншими цільовими орієнтирами в управлінні підприємством, глибокого усвідомлення якісної трансформації управлінського процесу на основі максимізації вартості суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом значний внесок у дослідження цільового критерію управління у вигляді зростання вартості підприємства зробили такі вітчизняні і зарубіжні вчені-економісти, як Д.Л. Волков [3], І.В. Івашковська [6], Т.Л. Керанчук [8], Т. Коллер [10], Р.О. Костирко [9], Т. Коупленд [10], Н.А. Мамонтова [14], О.Г. Мендрул [15], Дж. Муррін [10], Т.В. Теплова [18], О.О. Терещенко [19], А.М. Турило [20] та інші.

Невирішені частини загальної проблеми. У науковій літературі залишаються нерозкритими переваги цільового критерію – збільшення вартості підприємства порівняно з іншими цільовими установками, достатньою мірою не досліджено якісну складову вартісноспрямованого управлінського процесу.

Метою дослідження є обґрунтування пріоритетності цільового критерію управління у вигляді зростання вартості підприємства в просторі багатоцільових векторів його розвитку через визначення якісних характеристик вартісноорієнтованого управління.

Основні результати дослідження. Управління підприємством передбачає організацію його цілеспрямованого функціонування, тобто діяльності у відповідності з обраними цільовими пріоритетами.

А.М. Турило і О.А. Зінченко справедливо відзначають: «Діяльність будь-якого підприємства орієнтується на певний результат, який є вираженням поставленої перед ним мети... Мета, у свою чергу, визначає конкретну форму відображення результату діяльності підприємства» [20, 35].

Концепція вартісноорієнтованого управління передбачає побудову системи оцінки результатів діяльності на основі вартості та створення за цим інтегрованим показником важелів управління (функцій і інструментів, що часто називаються драйверами) [18, 29–30].

У той же час зростання вартості підприємства в теорії і практиці управління не розглядається як єдиний можливий цільовий критерій.

Підприємство є складною соціально-економічною системою, що має багатоцільовий характер. В управлінні підприємством можна виокремити цілий спектр цілей (рис. 1).

Цілі підприємства виражають інтереси багатьох учасників господарської діяльності – носіїв цілей, мають свою ієрархічну структуру і знаходяться у постійній взаємодії, характер якої може приймати форму протиріччя і навіть конфлікту. У зв'язку з цим низка вчених-економістів акцентували увагу на тому, що саме наявність в системі діяльності підприємства конфліктуючих цілей і цільових орієнтирів є одним з основних чинників нестабільності виробничої організації [2, 68].

Вибір цільового орієнтиру в діяльності підприємства якісним чином змінює всю його систему управління.

Проблема визначення цільового пріоритету в управлінні підприємством в умовах наявності різних можливостей його цілеспрямованого розвитку може бути вирішена шляхом здійснення порівняльного аналізу якісних характерис-

тик управління у відповідності з тими або іншими цільовими установками. При цьому кожний цільовий критерій управління повинен детально досліджуватися з позицій відображення об'єктивного, достовірного і повного результату діяльності підприємства; врахування інтересів економічних суб'єктів — носіїв цілей; узгодженості з іншими цільовими орієнтирами; забезпечення керованості розвитком підприємства; можливості адаптації до вітчизняних умов господарювання.



Рис. 1. Цілі управління підприємством, складено на основі узагальнення [4; 7; 11]

Цільові установки у вигляді зростання масштабів виробництва, обсягів реалізації, величини активів, переважно, виражають прагнення керівництва посилити конкурентні позиції підприємства. Орієнтація у процесі управління на вищевказані показники обсягів обґрунтовується також тим, що чимало менеджерів рівень свого матеріального добробуту пов'язують з розмірами компанії.

Проте незбалансоване зростання, що випереджує темпи збільшення прибутку, може призводити до виникнення проблем з фінансуванням поточної діяльності підприємства і погіршення його платоспроможності; зумовлює підвищення фінансових ризиків і появу організаційних перевантажень у системі управління підприємством.

Між тим, для успішного зростання, виживання в ринкових умовах компанії нерідко потребують зменшення розмірів, зниження кількості рівнів управління (даунсайзинг) [11, 19].

Управлінський процес на підприємстві може характеризуватися прагненням до ринкового домінування, тобто до збільшення питомої ваги у ринковому обороті (або до підвищення частки в галузевому обсязі виробництва). Така цільова спрямованість у діяльності підприємства може забезпечувати йому вищу дохідність (рентабельність) і покращення іміджу. У той же час дана мета

не повинна розглядатися як відособлена, самостійна мета управління, а виступає лише передумовою досягнення інших, більш значущих і довгострокових, цілей. Виключна орієнтація на збільшення частки підприємства на ринку або в галузевому обсязі виробництва може негативно відобразитися на керованості розвитком підприємства, призвести до погіршення його основних фінансово-економічних показників і, перш за все, до скорочення прибутку.

Задоволення інтересів працівників через максимізацію матеріальної винагороди і визнання первинності їх прав є цільовою установкою в діяльності підприємства, що сприяє, головним чином, формуванню сприятливого морально-психологічного клімату в трудовому колективі, зниженню соціальної напруженості на підприємстві. Проте вузька, одностороння орієнтація менеджменту на фінансову підтримку працівників підприємства може призвести до скорочення обсягу витрачання коштів в інших напрямках і, відповідно, до значного погіршення фінансово-економічного стану даного суб'єкта господарювання і навіть до його банкрутства.

В умовах економічної кризи для підприємства домінуючою метою може стати виживання, зниження ризиків майбутньому розвитку. Така цільова орієнтація змушує менеджерів зосередитися виключно на вирішенні короткострокових проблем на шкоду іншим довгостроковим перспективам розвитку підприємства, сприяє свідомому відходу у процесі управління від активних, ризикованих дій з реалізації прибуткових проектів. Між тим, ступінь стійкості фінансового стану і економічної безпеки функціонування підприємства в майбутньому пов'язаний не стільки з виживанням в поточний момент, скільки з активізацією зусиль щодо продовження діяльності суб'єкта господарювання, забезпечення його розвитку в довгостроковому періоді.

Іноді підприємство (особливо в зарубіжній практиці) як цільовий орієнтир управління обирає постійне зростання за рахунок злиття і поглинань. Проте таке зростання — це кількісне, зовнішнє зростання, що не супроводжується якісною трансформацією результативної складової фінансово-економічної діяльності всередині підприємства і тому не може бути надійним управлінським орієнтиром.

Найбільш розповсюдженим цільовим критерієм управління підприємством є максимізація прибутку. У рамках цього критерію застосовується не тільки абсолютний показник прибутку, але й відносні показники — прибуток на одну акцію, прибуток на інвестиційний капітал, рентабельність акціонерного капіталу.

Використання прибуткового критерію зазвичай обґрунтовується за допомогою таких аргументів: а) максимізація прибутку є формальною метою, заради якої існує організація; б) прибуток — це кінцева нагорода за ефективну працю і створення цінностей для споживачів; 3) прибуток виступає простим і зрозумілим критерієм в оцінці ефективності господарських рішень [7, 90].

З цього приводу А. Малютин відзначає: «Наполегливість, з якою в неокласичній економічній теорії і в господарському законодавстві відстоюється теза про максимізацію прибутку зумовлена ... не стільки аргументами «за», скільки зручністю цієї теоретичної моделі» [13, 70].

У реальній же дійсності серед суб'єктів, зацікавлених у результатах діяльності підприємства, важко знайти носіїв мети максимізації прибутку. В економічній літературі носіями даної мети часто називають власників підприємства та акціонерів у зв'язку з тим, що дивіденди виплачуються ним за рахунок прибутку. Насправді це не робить акціонерів активними прихильниками прибуткової орієнтації бізнесу.

Показник поточної дивідендної дохідності у більшості країн світу за останні двісті років не перевищує в середньому 4–5%, а чимало успішних компаній зовсім не виплачують своїм акціонерам дивіденди. Такий рівень дивідендної дохідності акцій навряд чи свідчить про зацікавленість акціонерів у прибутку; їх більше цікавить рівень капіталізації компаній, акціями яких вони володіють [13, 70–71].

До того ж, «максимізація поточного прибутку не повною мірою відповідає інтересам акціонерів, оскільки зазвичай суперечить отриманню прибутку в майбутньому» [16, 12].

Критерій максимізації прибутку не є всеосяжним, не охоплює всіх сторін діяльності підприємства. Прибуток по суті характеризує баланс поточних доходів і витрат поза тісного зв'язку з рухом грошових потоків в довгостроковому періоді.

У підсумку орієнтація на зростання прибутку в поточні періоди часто, як вже відмічалось раніше, не означає отримання прибутку в майбутньому, наносить шкоду розвитку підприємства в довгостроковій перспективі. Вищевказані відносні показники на основі прибутку також дають короткострокове уявлення про фінансово-економічний стан підприємства.

В умовах рівнодоступності інформації, наявності кваліфікованого керівництва та інших чинників досягнення максимуму прибутку всіма суб'єктами господарювання з точки зору не разового, а довгострокового його отримання представляється не цілком реальною задачею. В рамках конкретного бізнесу мова може йти лише про той рівень прибутку, який прийнятний для власників даного бізнесу в економічних умовах, що склалися.

У зв'язку з цим окремі вчені-економісти взагалі ставлять під сумнів існування цільового критерію управління у вигляді максимізації прибутку. Одні з них пропонують розглядати розмір прибутку як одне із можливих обмежень моделі прийняття економічних рішень, а саму величину прибутку – предметом угоди в явній або неявній формі [13, 70]. Інші дослідники вважають максимізацію прибутку не метою, а умовою досягнення цілей виживання і розвитку [7, 90].

Цільовий критерій – максимізація прибутку не враховує час генерування доходів підприємства, тобто так званий «часовий чинник», під впливом якого відбувається знецінення доходів з часом (більш «пізній» прибуток має меншу цінність порівняно з такою ж величиною прибутку, отриманого раніше).

Між зростанням прибутку і супутнім ризиком повинно встановлюватися розумне співвідношення. Орієнтація ж в управлінні виключно на прибуток може призвести до дисбалансу прибутку і ризику, до ігнорування впливу чинників ризику отримання прибутку.

Нарешті, при використанні прибутку як цільового орієнтиру управління підприємством існує висока імовірність отримання спотвореного результату через наявність можливості маніпулювання цим показником у бухгалтерського обліку і фінансовій звітності.

Характеризуючи в цілому прибуток як цільовий критерій управління компаніями Дж.А. Барбур (Вища школа бізнесу Університету Стратклайда) вважає цілі у вигляді максимізації і зростання прибутку благородними, але в корні помилковими у зв'язку з тим, що «прибуток оснований на бухгалтерських показниках і правилах, якими легко маніпулювати, принаймні у короткостроковому періоді; не враховуються капітал і витрати на його залучення; виключається діловий ризик; часова вартість грошей ігнорується; управлінські зусилля часто фокусуються на отриманні короткострокового прибутку ... за рахунок більш фундаментальних і тих, що створюють вартість, стратегічних ініціатив» [4, 268–269].

Цільовий критерій прибутку недостатньо адаптовано до вітчизняних умов господарювання через значну частку збиткових підприємств в загальній їх кількості: в 2010 р. — 41,0%, в 2011 р. — 34,9%, в 2012 р. — 35,5% [5].

Між тим, малоприбуткові і навіть збиткові підприємства (компанії) насправді залишаються з чималим господарським ефектом — створеною доданою вартістю [12, 64].

Таким чином, традиційні цільові критерії управління в належній мірі не відповідають потребам забезпечення ефективного і стійкого розвитку підприємств в сучасній економіці. Достойною альтернативою цим критеріям може слугувати використання вартісного орієнтира в управлінні. Причому головною метою в ієрархії цільових установок для підприємства повинно стати створення його вартості, але не як такої, а у вигляді приросту даної величини.

Постановка мети — зростання вартості підприємства зумовлює якісну трансформацію управлінського процесу на мікрорівні економіки.

Приріст вартості виражає сумарний ефект економічної, фінансової, інвестиційної та іншої діяльності підприємства; виступає інтегральним критерієм, в якому враховуються інтереси різних економічних суб'єктів — носіїв цілей підприємства. У зв'язку з цим Р. О. Костирко, Н. В. Тертична, В.О. Шевчук підкреслюють, що вартість є комплексним критерієм сталого розвитку підприємства, оскільки вона відображає сукупну характеристику фінансових показників його діяльності і враховує інтереси різних учасників ринкових відносин [9, 6].

Вартісний показник є сукупним вимірювачем не тільки результатів минулої і теперішньої діяльності підприємства, але і його фінансово-економічного потенціалу на майбутнє.

За справедливим твердженням Н.А. Мамонтової, «компанія має цінність як єдине ціле» [14, 276]. Цільовий критерій — зростання вартості в узагальненому вигляді характеризує результат діяльності підприємства в цілому, тобто вже містить в собі системний ефект від функціонування підприємства як структурно організованої цілісної сукупності його підсистем (елементів).

Вартісноорієнтований підхід в управлінні дозволяє об'єднати в єдине ціле всі бізнес-процеси на підприємстві, консолідувати дії менеджерів і робітників

у напрямку отримання інтегрального результату їх колективних зусиль — приросту вартості.

Отже, постановка мети у вигляді зростання вартості забезпечує спрямованість управлінського процесу на досягнення комплексного (інтегрального) результату діяльності підприємства.

Збільшення вартості підприємства відноситься до довгострокових чинників його успішного функціонування в умовах загострення ринкової конкуренції, високої динамічності і невизначеності зовнішнього оточення.

У рамках вартісноорієнтованої концепції управління зусилля менеджменту націлені не стільки на отримання поточних результатів, скільки на формування базису для отримання істотно більших, позитивних результатів функціонування підприємства в довгостроковій перспективі, які в сукупності виражаються у зростанні його вартості.

Тільки орієнтація на отримання приросту вартості підприємства в довгостроковому періоді дозволяє виявити стійкі тенденції його розвитку, врахувати чинники ризику і зміни цінності грошей у часі. У результаті формується вартісноспрямована система управління, яка максимальною мірою реагує на різні аспекти поведінки підприємства як мікроекономічної системи.

Максимізація прибутку, зростання масштабів виробництва, збільшення обсягів реалізації продукції, зростання величини активів та інші, відмінні від вартісного, критерії є проміжними орієнтирами, що характеризують окремі фінансово-економічні аспекти функціонування підприємства. Тільки в прирості вартості підприємства в узагальненому вигляді виражається кінцева мета розвитку підприємства, досягнення якої пов'язане із заключним етапом формування сукупного результату функціонування даного суб'єкту господарювання.

Управління на основі зростання вартості орієнтоване на отримання достовірного результату діяльності підприємства. Це зумовлене високою інформативністю показника вартості.

У прирості вартості підприємства знаходить відображення інформація про фінансово-економічний стан і перспективи розвитку не тільки самого підприємства, але й галузі і економіки в цілому.

У вартісному критерії найбільш повно враховуються всі грошові потоки економічною діяльністю підприємства в його взаємовідносинах з постачальниками, покупцями, фінансово-кредитними закладами та іншими ринковими суб'єктами.

На формування вартості підприємства здійснюють істотний вплив макроекономічна ситуація, ринкова кон'юнктура, рівень і модель конкуренції, ринкова репутація суб'єкта господарювання, ринкова вартість грошей у часі, ризик отримання майбутніх результатів у ринковій економіці, а також глобалізація ринків капіталу, товарів, праці.

За таких обставин важливою якісною характеристикою вартісноорієнтованого управління стає його відповідність ринковим умовам функціонування підприємства як відкритої соціально-економічної системи. За справедливим твердженням низки економістів, саме ринкова оцінка взаємодії компанії і ринку визначає вартість компанії [17, 49].

У концепції управління на основі максимізації вартості підприємства на відміну від планово-директивної економіки пріоритетними є цілі ринку і споживачів, а не цілі виробництва.

Використання цільового критерію управління у вигляді зростання вартості підприємства забезпечує високий рівень керованості його розвитком, дозволяє узгодити всі цілі управління.

Вартість підприємства характеризується підвищеною чутливістю до змін внутрішнього і зовнішнього середовищ його функціонування, знаходиться під впливом багатьох чинників. Детермінація цих чинників дозволяє виявити пріоритети в управлінні з позицій максимізації вартості підприємства.

У процесі декомпозиції чинників вартості вибудовується їх певна ієрархія за різними рівнями управління, тобто розробляється так зване «дерево чинників вартості».

Інституціоналізація чинників вартості шляхом включення їх до системи планування, оцінки результатів діяльності підприємства, матеріального стимулювання, алгоритму прийняття управлінських рішень дозволяє здійснити управлінський вплив у напрямку забезпечення ефективного і сталого розвитку підприємства.

Вартісний критерій акумулює в собі вплив всіх управлінських рішень; дозволяє ранжувати варіанти в ситуації множинного вибору; забезпечує узгодженість, спрямованість, збалансованість і ефективність управлінських рішень на всіх рівнях [1, 7].

У результаті проведеного дослідження якісні характеристики вартісноорієнтованого управління в систематизованому вигляді можна представити таким чином (рис. 2).

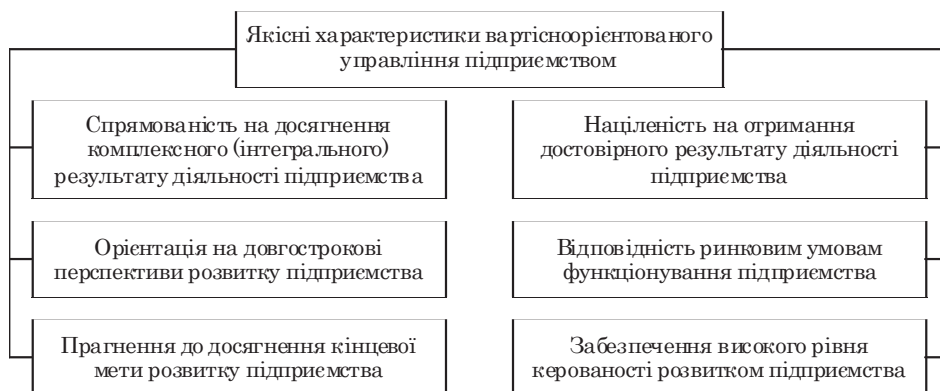


Рис. 2. Якісні характеристики вартісноорієнтованого управління підприємством, розроблено на основі [1; 4; 9; 10]

Виявлені якісні характеристики вартісноорієнтованого управління підприємством формалізують переваги цільового критерію у вигляді зростання вартості порівняно з іншими цільовими установками, а їх сукупність перетворює приріст вартості підприємства в цільову домінанту управління.

Висновки. Реалізація концепції вартісного управління пов'язана з використанням цільового орієнтуру в формі збільшення вартості підприємства в умовах можливого багатоцільового його розвитку. Таке цілепокладання зумовлює якісну трансформацію управлінського процесу на мікрорівні економіки.

Якісні характеристики вартісноорієнтованого управління характеризують переваги цільового критерію — зростання вартості підприємства порівняно з іншими цільовими орієнтирами, в сукупності забезпечують його пріоритетне використання в управлінні підприємством.

Системне уявлення про якісну складову вартісноспрямованого управління має важливе значення для імплементації критерію максимізації вартості в теорії і практиці управління підприємством.

Подальші дослідження у даному напрямку пов'язані з обґрунтуванням конкретних вимірювачів вартості підприємства, адаптованих до національних умов господарювання; побудовою комплексної системи вартісноорієнтованого управління на мікрорівні економіки.

1. Андреев А.В. Вартість підприємства як критерій економічної ефективності інноваційної діяльності // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.— 2009.— №3.— С. 6–8.

2. Булыга Р., Кохно П. Добавленная стоимость как целевой критерий // Экономист.— 2007.— №10.— С. 68–76.

3. Волков Д.Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты. — СПб.: Высшая школа менеджмента; С.-Петербург. гос. ун-т, 2008. — 320 с.

4. Вопросы стоимости. Овладейте новейшими приемами управления, инвестирования и регулирования, основанными на стоимости компании / Под ред. Э. Блэка; Пер. с англ. Н.А. Мельник. — М.: Олимп-Бизнес, 2009. — 400 с.

5. Діяльність суб'єктів господарювання, 2012: Статистичний збірник // Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua.

6. Ивашковская И.В. Моделирование стоимости компании. Стратегическая ответственность совета директоров.— М.: ИНФРА-М, 2013. — 430 с.

7. Ищенко Е. Прибыль как критерий эффективности функционирования предприятия // Экономист.— 2005.— №8.— С. 90–92.

8. Керанчук Т.Л. Концепція вартісно-орієнтованого управління підприємством та можливості її адаптації в Україні // Фінанси України.— 2011.— №7.— С. 104–113.

9. Костырко Р., Тертычная Н., Шевчук В. Комплексная оценка стоимости предприятия: Монография / Под общ. ред. Н.Г. Чумаченко. — Х.: Фактор, 2008. — 278 с.

10. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление / Пер с англ. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Олимп-Бизнес, 2005. — 576 с.

11. Кузьмин С.С. Корпоративный рост: модели и методы: Монография.— М.: ИНФРА-М, 2012. — 184 с.

12. Ласточкин Ю.В., Ицкович И.И. Модели управления добавленной стоимостью и прибылью в крупных производственных компаниях // Экономика и математические методы.— 2005.— Т. 41, №2.— С. 64–73.

13. Малютин А. Добавленная стоимость в управлении предприятиями // Экономист.— 2008.— №7.— С. 69–76.

14. Мамонтова Н.А. Підходи до оцінювання результативності та ефективності управління вартістю // Актуальні проблеми економіки.— 2010.— №9.— С. 272–279.

15. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств: теоретичні та практичні аспекти: Автореф. дис... докт. екон. наук: 08.06.01 / Київський національний економічний університет. — К., 2003. — 34 с.

16. Синяевский Н.Г. Оценка бизнеса: гипотезы, инструментарий, практические решения в различных областях деятельности. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 240 с.

17. Стоимость предприятий при интеграционном процессе / А.Ю. Шатраков, Н.И. Комков, А.А. Мерсиянов, М.А. Шамин. — М.: Экономика, 2008. — 350 с.

18. *Теплова Т.В.* Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий. — М.: Вершина, 2007. — 272 с.

19. *Терещенко О.О., Стецько М.В.* Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту // *Фінанси України.*— 2007.— №3. — С. 91–99.

20. *Турило А.М., Зінченко О.А.* Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства // *Фінанси України.*— 2008.— №8. — С. 35–44.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2014.

КНИЖКОВИЙ СВІТ



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА ТА ЮРИДИЧНА ОСВІТА
ПРЕСТИЖНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

Україна, 01011, м. Київ, вул. Панаса Мирного, 26
E-mail: book@nam.kiev.ua
тел./факс 288-94-98, 280-80-56



Сучасні проблеми розвитку національної економіки і шляхи їх розв'язання: Колективна наукова монографія / За наук. ред. д.е.н., проф. М.М. Єрмошенка. — К.: Національна академія управління, 2008. — 452 с. Ціна без доставки — 50 грн.

У монографії розглядаються теоретичні і практичні проблеми розвитку економіки України, пропонуються шляхи їх розв'язання з метою зростання її конкурентоспроможності та ефективності.

Буде корисною для аспірантів, викладачів вищих навчальних закладів, практичних працівників.