

Висновки. Таким чином, основними мотивами до продуктивної праці в сільськогосподарському виробництві повинно бути усвідомлення працівника власником, господарем землі та майна, високий рівень зацікавленості у виконанні роботи, ефективне матеріальне стимулювання та широке використання моральних стимулів. В сучасних умовах пріоритетним мотивом до праці є підвищення її оплати до рівня, здатного забезпечити нормальні умови життєдіяльності селянина та його родини. Це в свою чергу безумовно стане інтенсивним резервом зростання продуктивності праці.

Бібліографічний список

1. **Нелеп В.М.** Планування на аграрному підприємстві: Підручник. — К.: КНЕУ, 2000. — 372 с.
2. **Олійник Т.** Удосконалення методів визначення вартісних показників продуктивності сільської праці // Україна: аспекти праці. — 2008. — №1. — С.40–44.
3. Рекомендації з оплати праці робітників сільськогосподарських підприємств на збиранні зернових культур врожаю 2008 року // Міністерство аграрної політики України. Центральний комітет профспілки АПК України. Український науково-дослідницький інститут продуктивності агропромислового комплексу. — К. — 2008. — Бібліотека спеціаліста АПК "Економічні нормативи".
4. Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua> — офіційний сайт Міністерства агропромислової політики України.

БОТАЛОВ И.Е., ст. гр. ЭП-05

Науч. руков.: Жидченко В.Д., к.э.н., проф.

Донецкий государственный университет управления,

г. Донецк

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФОНДА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Изложена методика определения финансовых возможностей предприятия по формированию фонда стимулирования персонала.

Актуальность. Дальнейшее укрепление рыночных отношений требует от каждого субъекта хозяйствования разработки стабильной системы материального стимулирования. Уровень заработной платы должен соответствовать стандартам, установленными законами по труду. В 2009 году на многих предприятиях уровень среднемесячной оплаты труда не повысился, не введен новый стандарт минимальной заработной платы. В ряде регионов повышение оплаты труда не привело к росту уровня рентабельности производства, повышению конкурентоспособности продукции.

Цель исследования: разработать методику анализа экономических возможностей промышленного предприятия в условиях рыночных отношений для формирования оптимального фонда стимулирования труда.

Основная часть. Отечественные научные исследователи и практики считают, что основным мотивирующим фактором для работников в условиях Украины является денежное вознаграждение.

Для формирования системы материального стимулирования необходимо, прежде всего, изучить динамику расходов предприятия на оплату труда, проанализировать влияние основных факторов, определяющих уровень и структуру этих затрат. Затем, на основании плана продаж с учетом выхода на заданный уровень рентабельности, определить сумму денежных средств, которое предприятие может расходовать в будущем на оплату труда [1]. Рассчитанный таким методом фонд оплаты труда может распределяться между категориями и группами работников. В мировой практике

мотивационная политика предприятия формируется с помощью системы сбалансированных показателей, ключевыми значениями которой являются наиболее важные результаты коммерческой деятельности. Суть методики заключается в разложении главных целевых показателей на составные компоненты в соответствии с определяющими их факторами.

Такая процедура каскадирования факторов и результатов деятельности впервые использована компанией Micro Drive в схеме Du Pont [2, С.142]. Менеджеры этой фирмы применяли подобную методику для диагностики эффективности коммерческой деятельности. При всех аналитических достоинствах схема Du Pont не может быть непосредственно использована для анализа результатов коммерческой деятельности отечественных предприятий, поскольку главный результативный показатель — рентабельность собственного капитала, рассчитан в западных стандартах финансового менеджмента.

Модернизованная нами модель каскадирования показателя рентабельности собственного капитала апробирована на примере ООО «Донецкий завод горноспасательной аппаратуры» (ООО «ДЗГА») и представлена на рис. 1. В качестве диагностируемого принят трехлетний период устойчивой работы предприятия. Экономический смысл модели на схеме — показать взаимосвязь главного результативного показателя (рентабельности собственного капитала) с определяющими его факторами: финансовыми возможностями компании; структурой капитала; оборачиваемостью активов и исходными финансовыми результатами (выручкой и затратами по видам деятельности).

В модели в качестве промежуточных (групповых) результирующих факторов рассматриваются: рентабельность продаж ($\sum\Pi/\sum BP$); оборачиваемость активов ($\sum BP/\sum A$); рентабельность активов

$$(\sum\Pi/\sum A) = (\sum\Pi/\sum BP) \cdot (\sum BP/\sum A). \quad (1)$$

Коэффициент финансовой зависимости ($\sum K_{привл}/\sum K_{собств.}$) (соотношение общей суммы вовлеченного в оборот капитала и капитала собственного) характеризует структуру капитала. Расчет промежуточных результативных (групповых) показателей дохода предприятия начинается с рентабельности продаж. Показатели доходов и затрат последовательно рассчитываются по видам деятельности [3] с учетом содержания статей формы бухгалтерской отчетности №2 «Отчет о финансовых результатах предприятия за год». Последовательно исчисляются показатели прибыли: валовой [с.050]; от операционной деятельности [с.100]; от обычной деятельности до налогообложения [с.170]; от обычной деятельности [с.190]; и чистой прибыли [с.220]. Рентабельность продаж, в общем случае, в соответствии с особенностями решаемой задачи, может быть исчислена по видам деятельности в отношении каждого из перечисленных показателей прибыли. В центре левой части знаковой модели представлены основные статьи активов (ф. №1 Баланс) предприятия.

Важнейшими показателями эффективности использования активов являются показатели оборачиваемости активов в целом и их составных компонентов. В свою очередь показатели оборачиваемости активов формируют основные результаты коммерческой деятельности — продолжительность операционного и финансового циклов. Как показал анализ, за исследуемый период на ООО «ДЗГА» снизилась продолжительность операционного и финансового циклов за счет снижения продолжительности оборота: запасов и затрат; чистой реализационной стоимости и кредиторской задолженности.

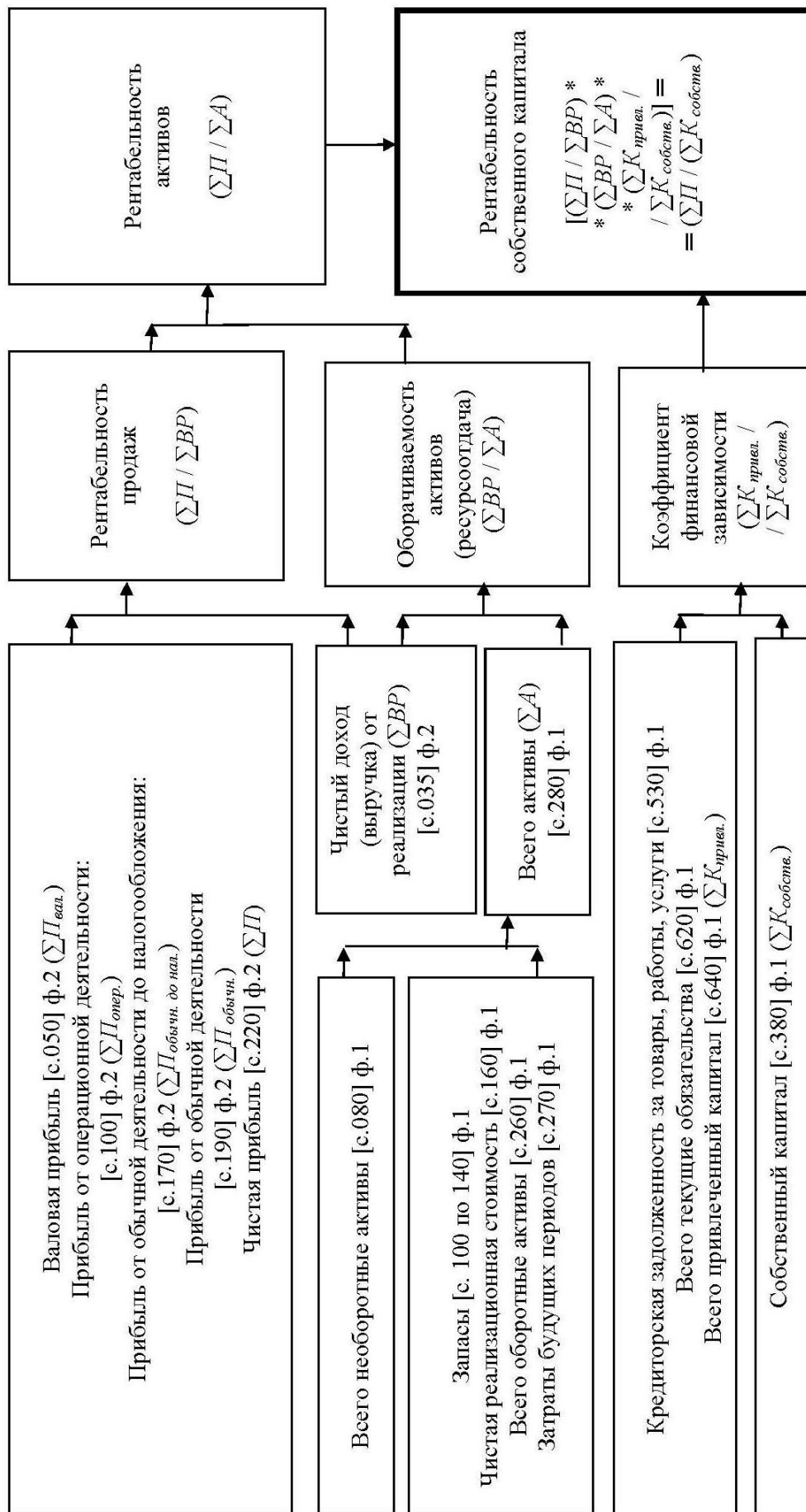


Рис. 1. Модель каскадирования уровня рентабельности собственного капитала — уровня экономических возможностей предприятия для формирования фонда стимулирования труда

Ниже, в левой части модели уровня рентабельности собственного капитала

выделены компоненты средств финансирования активов предприятия: собственный капитал [с. 380] ф. №1; кредиторская задолженность за товары, работы и услуги [с. 530] ф. №1; всего текущие обязательства [с. 620] ф. №1; всего вовлеченные в коммерческий оборот средства [с. 640] ф. №1. На основе этих показателей предприятия формируется коэффициент финансовой зависимости – отношение общей суммы привлеченного в коммерческий оборот капитала в анализируемом периоде к собственному капиталу ($\sum K_{привл.} / \sum K_{собств.}$). Таким образом, относительный результирующий показатель экономических возможностей предприятия для формирования фонда стимулирования труда – «Рентабельность собственного капитала» можно выразить формулой

$$\sum \Pi / \sum K_{собств.} = (\sum \Pi / \sum BP) \cdot (\sum BP / \sum A) \cdot (\sum K_{привл.} / \sum K_{собств.}). \quad (2)$$

Результаты расчета групповых показателей и главного результирующего показателя представлены в табл. 1. Предприятие добилось в анализируемом периоде значительного роста чистой прибыли (в 3,8 раза) за счет увеличения дохода (выручки) от реализации продукции; снижения удельного значения величины прочих операционных затрат и соответственного увеличения прочих операционных доходов. Оборачиваемость активов возросла на 37%, коэффициент финансовой зависимости увеличился на 8,8%, рентабельность собственного капитала выросла к базе в 3,5 раза.

Таблица 1

Групповые и главный результирующий показатель коммерческой деятельности
ООО «ДЗГА» за анализируемый период устойчивой работы

Показатель, алгоритм расчета	Базисный период	Отчетный период	Рост к базе	
			±	%
<i>A</i>	1	2	3	4
Чистая прибыль, тыс.грн. ($\sum \Pi$) [с.220] ф.№2	600,60	2 304,30	1 703,70	383,7
Чистый доход (выручка) от реализации (товаров, работ, услуг), тыс.грн. ($\sum BP$) [с. 035] ф. №2	21 459,50	31 818,90	10359,40	148,3
Рентабельность продаж, % ($\sum \Pi / \sum BP$) [с. 220 / с.035] ф. №2	2,8	7,2	4,4	257,1
Всего активы, тыс.грн. ($\sum A$) [с. 280] ф.№1*	22 894,85	24 146,75	2 251,90	109,8
Оборачиваемость активов, доли единицы ($\sum BP / \sum A$) {[с. 035] ф.№2 / [с. 280] ф.№1}	1,08	1,48	0,40	137,0
Рентабельность активов, % ($\sum \Pi / \sum A$) {[с. 220] ф.№2 / [с. 280] ф.№1}	2,6	9,2	6,6	353,8
Всего авансированный (привлеченный) капитал, тыс.грн. ($\sum K_{привл.}$) [с. 640] ф. №1	22 894,85	25 146,75	2 251,90	109,8
Собственный капитал, тыс.грн. ($\sum K$) [с. 380] ф. №1	19 419,90	21 063,55	1 643,65	108,5
Коэффициент финансовой зависимости, доли единицы ($\sum K_{привл.} / \sum K_{собств.}$) ф.№1	1,18	1,19	0,01	108,8
Рентабельность собственного капитала, % ($\sum \Pi / \sum K_{собств.}$) {[с.220]ф.№2 / [с.380]ф.№1}	3,1	10,9	7,8	350,6

Примечание: Расчеты выполнены по средним значениям статей балансов анализируемого периода.

Выводы. Предлагаемая модель каскадирования рентабельности собственного капитала может быть использована в управленческой деятельности промышленных предприятий для расчета возможных затрат на стимулирование труда и оценки

ефективності операційної діяльності по виробництву продукції, фінансового і інвестиційного менеджмента.

Дальніша робота повинна бути зосереджена на удосконаленні системи матеріального стимулювання різних категорій працівників і розробці методики кількісної оцінки впливу групових факторів на головний результативний показник фінансових можливостей підприємства.

Бібліографічний список

1. **Дорошенко М.** Оплата праці і ефективність підприємства: як збалансувати інтереси // Оплата праці: організація і учет. — К.: Блиц-Інформ, 2009. — Вип 10. — С. 144–149.

2. **Бригхем Ю.Ф., Эрхард М.С.** Фінансовий менеджмент: пер с англ. — СПб.: Питер, 2007. — С. 142.

3. **Боталова Н.П., Боталов И.Е.** Удосконалення фінансової діагностики витрат по видах комерційної діяльності підприємств в умовах ринку // Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції «Научний прогрес на рубежі тисячоліття — 2009». — Том 4. Економічні науки: Прага. Видавничий Дом «Образование и наука» — С. 8–12.

КОСОВА Е.В., ПЛАХТІЄНКО Д.А., ст. гр. БС-07-А
Наук. кер.: Германчук А.М., к.е.н., доц.
Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. М. Туган-Барановського,
м. Донецьк

КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ

Рассмотрены сущность и значение корпоративного имиджа и бренда как составляющих маркетинговой политики банка. Исследованы направления формирования корпоративного имиджа коммерческого банка для разных групп общественности. Разработаны принципы и мероприятия по формированию корпоративного имиджа коммерческих банков в условиях кризиса.

Актуальність. Імідж вітчизняної банківської системи, що відновився протягом останніх років після втрати заощаджень у Ощадбанку СРСР, був зруйнований протягом декількох днів в кінці 2008 р. посиленою інформаційною атакою на «Промінвестбанк», панікою серед населення, масовим зняттям депозитів, погіршенням рейтингової надійності банків тощо. Під час кризи на ринку банківських послуг виникла недовіра населення до фінансових інструментів, посилилась жорстка конкуренція між банками, утворився брак ліквідності, відбулося зростання неплатежів. Отже, у період поступового відновлення фінансової системи, банківським установам для відновлення довіри клієнтів вкрай необхідно зайнятися формуванням позитивного корпоративного іміджу — образу, сприятливої суспільної думки навколо своєї діяльності.

Дослідженню теоретичних та практичних засад маркетингової політики банку присвячені роботи таких авторів: Е. Дихтль, Е. Жуков, М. Кизим, Г. Коробов,