

УДК 331.101.3:658

О. С. Кузьмін, Р. В. Фещур, В. Б. Горбань

Оцінювання впливу мотиваційного потенціалу підприємства на основні показники його фінансово-господарської діяльності

Відзначено важливість подальшого дослідження структури і вагомості складових елементів мотиваційного потенціалу підприємства. Уточнено перелік коефіцієнтів, що характеризують кількісну оцінку кожної складової мотиваційного потенціалу підприємства. Апробовано інтегральний метод оцінювання рівня використання мотиваційного потенціалу підприємства на підставі даних ряду підприємств Західного регіону України. Запропоновано економетричні моделі для дослідження впливу показників мотиваційного потенціалу підприємства на результати його діяльності.

Ключові слова: мотиваційний потенціал підприємства; інтегральний показник; матеріальні, нематеріальні стимули; економетричні моделі.

Питання мотивації працівників завжди перебувало під пильним поглядом науковців, адже витoki основних напрямів дослідження процесу мотивації людини в цілому беруть початок ще в теорії еволюції Ч. Дарвіна яка, своєю чергою, стала основою для розвитку сучасної проблематики мотивації [1].

З цього часу було розроблено ряд мотиваційних теорій (А. Маслоу, Д. Мак-Клелланда, Ф. Герцберга, К. Альдерфера, Д. Мак-Грегора, У. Оучі, В. Врума, Л. Портера та Е. Лоулера, Дж. Аткинсона, В. Ньюсома, Беррета Ф. Скіннера та ін.), які лягли в основу менеджменту багатьох сучасних організацій.

Протягом останніх років з'явився новий погляд на питання мотивування працівників. Особливо актуальним це питання постало, зважаючи на істотний вплив мінливого та невизначеного ринкового середовища на результати виробничо-господарської діяльності підприємств. Сьогодні керівники багатьох підприємств зіткнулися з проблемою пошуку додаткових можливостей розвитку організацій, і тому увага науковців зосередилась на дослідженні мотиваційного потенціалу підприємства.

Варто зазначити, що це питання потребує подальшого дослідження та вивчення, адже підходи більшості науковців (Д. П. Богині, О. В. Бойко, В. А. Дятлова, О. О. Клокара, А. М. Колота, М. В. Семикіної, В. В. Травіна, Л. П. Червінської та ін.) обмежуються дослідженням лише таких понять, як «мотиваційний потенціал працівника, менеджера або ж особистості» [2-6]. Деякі дослідники (І. П. Булеев, А. М. Ревва, Г. С. Атаманчук) виділяють поняття «мотиваційний потенціал власності підприємства» [7].

Проте нагальною потребою сьогодення є дослідження категорії мотиваційного потенціалу підприємства, адже саме він визначає можливості підприємства впливати на поведінку працівників з метою задоволення їх актуалізованих потреб та спрямування зусиль, навичок та вмінь у напрямку найефективнішого досягнення цілей організації.

© О. С. Кузьмін, Р. В. Фещур, В. Б. Горбань, 2012.

Певні спроби щодо визначення сутності та величини мотиваційного потенціалу підприємства можна знайти у дослідженнях Д. М. Прусса [8], а також О. В. Стахів [9], однак їх не можна вважати вичерпними.

З метою забезпечення оптимального використання мотиваційного потенціалу підприємства у попередніх дослідженнях авторів [10-11] відзначено необхідність його комплексного оцінювання за інтегральним методом, який дозволяє визначити значення зведеного інтегрального показника використання мотиваційного потенціалу підприємства, а також часткових інтегральних показників у контексті кожної з його складових.

Однак обмежувати дослідження лише вимірюванням рівня використання мотиваційного потенціалу підприємства не варто. Важливим є дослідження впливу складових мотиваційного потенціалу підприємства на результати його діяльності. Адже саме це дозволить вчасно скоригувати дії керівників підприємств, направивши їх на реалізацію тих першочергових управлінських рішень, що поліпшують саме ті показники, котрі в даний момент істотно впливають на основні результати діяльності організації.

Основну мету дослідження вбачаємо у з'ясуванні міри впливу та форми залежності між рівнем використання мотиваційного потенціалу підприємства та основними показниками його фінансово-господарської діяльності.

Складові елементи мотиваційного потенціалу підприємства формуються із матеріальних та нематеріальних стимулів. Розроблений склад елементів мотиваційного потенціалу підприємства представлено на рис. 1.

Відповідно до визначених складових мотиваційного потенціалу підприємства проведено апробацію інтегрального методу оцінювання рівня їх використання на підставі даних таких підприємств Західного регіону України:

1. Спеціалізоване управління №14 ПАТ фірма «Нафтогазбуд» (м. Львів).
2. Управління механізації №22 ПАТ фірма «Нафтогазбуд» (м. Івано-Франківськ).
3. Львівське казенне експериментальне підприємство засобів пересування і протезування (надалі – ЛКЕПЗПП) (м. Львів).
4. ВАТ «Львівський локомотиворемонтний завод» (м. Львів).
5. Великолюбінський державний спиртзавод (смт Великий Любінь Львівської області).
6. ВАТ «Львівський завод будівельних виробів» (м. Львів).
7. ЗАТ «Будівельне управління-62» (м. Новий Розділ).
8. Корпорація «Енергоресурс-інвест» (м. Львів).
9. ПАТ «НВК»Полярон» (м. Львів).



Рис. 1. Складові елементи мотиваційного потенціалу підприємства

10. ПП «ІНСТАЛПЛАСТ-ХВ» (м. Городок).

11. ВАТ «ТВО «Львівбуд» (м. Львів).

Суть інтегрального методу, розглянутого у попередніх дослідженнях [11], полягає в оцінюванні рівня використання кожної з вищевказаних складових мотиваційного потенціалу підприємства за певним набором коефіцієнтів (показників), що у сумарному підсумку формують значення часткового інтегрального показника за цією ж складовою. Натомість на основі часткових інтегральних показників оцінювання складових мотиваційного потенціалу формується зведений інтегральний показник використання мотиваційного потенціалу підприємства в цілому.

Варто зазначити, що перелік коефіцієнтів, які характеризують кількісну оцінку кожної складової мотиваційного потенціалу підприємства, запропонований у попередніх дослідженнях [11], був дещо видозмінений та скорочений, оскільки апробація результатів показала, що одержані розрахункові значення певних коефіцієнтів були надто мізерними, а тому їх значення не були впливовими на ту

Таблиця 1

Показники використання мотиваційного потенціалу підприємства в розрізі його складових*

Оцінювання складових мотиваційного потенціалу підприємства	Показники
Оцінювання матеріальних стимулів працівників (I_{MC})	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнт, що відображає питому вагу витрат на оплату праці працівників у структурі доходів підприємства • Коефіцієнт своєчасності виплати заробітної плати працівникам підприємства • Коефіцієнт, що відображає питому вагу преміальних виплат у структурі витрат на оплату праці персоналу підприємства • Коефіцієнт, що відображає питому вагу заохочувальних та компенсаційних виплат у структурі витрат на оплату праці персоналу підприємства
Оцінювання моральних стимулів працівників (I_{MPC})	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнт публічного визнання працівників підприємства • Коефіцієнт визнання професійних заслуг працівників підприємства
Оцінювання стимулів професійно-кваліфікаційного розвитку працівників (I_{PKP})	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнт планування ділової кар'єри працівників підприємства • Коефіцієнт, що відображає питому вагу витрат на професійну підготовку працівників у структурі витрат підприємства на утримання робочої сили
Оцінювання умов праці працівників (I_{UP})	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнт відповідності умов праці персоналу санітарно-гігієнічним нормам • Коефіцієнт користування привілеями гнучкого місця та графіку роботи
Оцінювання соціальної гармонії та психологічного клімату в колективі ($I_{СПК}$)	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнт, що відображає питому вагу витрат на культурно-побутове обслуговування працівників у структурі витрат підприємства на утримання робочої сили • Коефіцієнт дисципліни праці • Коефіцієнт стабільності кадрів підприємства • Коефіцієнт забезпечення працівників житлом у структурі витрат підприємства на утримання робочої сили • Коефіцієнт профілактики захворювань працівників підприємства

* Авторська розробка

чи іншу складову мотиваційного потенціалу підприємства. Отож деякі коефіцієнти були вилученими, що, своєю чергою, значно спростило проведення розрахунків та унаочнило можливість їх тлумачення. Таким чином, перелік показників, що оцінюють рівень використання мотиваційного потенціалу підприємства, набув вигляду, відображеного у табл. 1.

Оцінювання кожної складової мотиваційного потенціалу вищезгаданих підприємств дало змогу розрахувати часткові інтегральні показники (I_{MC} , I_{MPC} , I_{PKP} , I_{UP} , $I_{СПК}$), а також зведений інтегральний показник використання мотиваційного потенціалу підприємства ($I_{МП}$). Одержані результати наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінювання рівня використання мотиваційного потенціалу підприємств Західного регіону України за 2008-2010 рр.

Підприємства	Звітний період, роки	Значення показників					
		I_{MC}	I_{MPC}	I_{PKP}	I_{UP}	$I_{СПК}$	$I_{МП}$
1. ПП «Інсталпласт-ХВ»	2008	0,370	0,345	0,029	0,800	0,215	0,371
	2009	0,373	0,351	0,031	0,800	0,232	0,377
	2010	0,373	0,356	0,030	0,800	0,236	0,378*
2. ВАТ «Львівський завод будівельних виробів»	2008	0,457	0,411	0,057	0,800	0,220	0,414*
	2009	0,147	0,233	0,053	0,800	0,234	0,289
	2010	0,427	0,383	0,051	0,800	0,251	0,405
3. Спеціалізоване управління №14 ПАТ фірма «Нафтогазбуд»	2008	0,567	0,461	0,061	0,800	0,235	0,461*
	2009	0,293	0,349	0,063	0,443	0,267	0,289
	2010	0,440	0,424	0,068	0,591	0,234	0,372
4. Управління механізації №22 ПАТ фірма «Нафтогазбуд»	2008	0,702	0,458	0,066	0,354	0,248	0,422
	2009	0,429	0,509	0,062	0,699	0,203	0,391
	2010	0,720	0,429	0,055	0,710	0,228	0,491*
5. ПАТ «НВК «Полярон»	2008	0,592	0,244	0,022	0,525	0,284	0,397*
	2009	0,375	0,121	0,014	0,496	0,272	0,299
	2010	0,315	0,080	0,019	0,558	0,320	0,297
6. Корпорація «Енерго-ресурс-інвест»	2008	0,584	0,161	0,058	0,800	0,200	0,429*
	2009	0,483	0,215	0,052	0,800	0,215	0,401
	2010	0,520	0,299	0,053	0,800	0,215	0,423
7. ЗАТ «Будівельне управління-62»	2008	0,518	0,202	0,011	0,800	0,475	0,458
	2009	0,621	0,152	0,012	0,800	0,659	0,526
	2010	0,689	0,150	0,017	0,800	0,715	0,562*
8. ЛКЕПЗПП	2008	0,874	0,228	0,061	0,800	0,221	0,542*
	2009	0,791	0,255	0,062	0,800	0,232	0,518
	2010	0,699	0,200	0,060	0,800	0,218	0,477
9. ВАТ «Львівський локомотиворемонтний завод»	2008	0,737	0,182	0,061	0,641	0,220	0,458*
	2009	0,648	0,193	0,065	0,688	0,248	0,443
	2010	0,621	0,350	0,064	0,669	0,235	0,443
10. Великолюбінський державний спиртзавод	2008	0,558	0,297	0,055	0,596	0,226	0,398
	2009	0,618	0,490	0,052	0,800	0,234	0,480*
	2010	0,550	0,490	0,057	0,598	0,235	0,416
11. ВАТ «ТБО «Львівбуд»	2008	0,429	0,344	0,048	0,800	0,184	0,389
	2009	0,441	0,547	0,048	0,800	0,182	0,413
	2010	0,438	0,567	0,062	0,800	0,198	0,419*

* Максимальний упродовж 2008-2010 рр. інтегральний показник використання мотиваційного потенціалу підприємств.

Одержані результати показують, що на сьогодні рівень використання мотиваційного потенціалу досліджуваних підприємств є не надто високим, адже значення $I_{МП}$ здебільшого коливається в межах 0,3-0,6. Така ситуація обумовлена низкою причин: з одного боку, недосконалістю побудованої системи управління на підприємстві, а з іншого, обставинами, не завжди залежними від керівників підприємств (до прикладу, політичною, економічною чи соціальною нестабільністю).

Варто зазначити, що в умовах сьогодення для керівників підприємств важливим є з'ясування не лише рівня мотиваційних можливостей, якими вони володіють, але й дослідження імовірного впливу складових мотиваційного потенціалу підприємства на результати його діяльності. Для дослідження такого впливу найдоцільніше скористатися апаратом економіко-математичного моделювання, зокрема економетричними моделями, які слугують ефективним засобом дослідження взаємозв'язку між факторними ознаками і вислідом [12].

Оскільки одним із визначальних показників діяльності підприємства є дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тому саме цей показник був обраний для дослідження як залежна змінна величина.

При дослідженні впливу складових мотиваційного потенціалу суб'єкта господарювання на виручку від реалізації продукції, в першу чергу, необхідно встановити найвпливовіші ознаки, до числа яких варто віднести значення інтегрального показника використання мотиваційного потенціалу підприємства та його складових зокрема, а також фактор часу (t) та ринкові умови господарювання (d).

В результаті дослідження ряду підприємств Західного регіону України одержано низку економетричних моделей, які описують зв'язок їх мотиваційного потенціалу та обсягу виручки від реалізації продукції (табл. 3).

Залежність між інтегральним показником використання мотиваційного потенціалу підприємства (u) та виручкою від реалізації продукції (y) досліджуваних підприємств можна описати такою однофакторною моделлю:

$$y = 0,1521 + 0,0458 \times u + e; R = 0,045, \quad (1)$$

де e – випадкова неспостережувана величина;

R – коефіцієнт кореляції.

Одержане числове значення коефіцієнта кореляції свідчить про відсутність кореляційного зв'язку між факторною ознакою u та вислідом y . Цей, на перший погляд, нелогічний з економічної точки зору результат пояснюється низкою причин. По-перше, вихідні дані взято за період 2008-2010 рр., що, своєю чергою, не могло не позначитися на оцінках параметрів регресії, адже протягом 2009-2010 рр. на відміну від 2008 р. спостерігалася глибока економічна криза (рецесія). По-друге, за своїм змістом мотиваційний потенціал підприємства є достатньо інерційним на відміну від обсягу валового доходу підприємства, який чутливо реагує на ринкові зміни. По-третє, в сучасних економічних умовах мотиваційний потенціал підприємства не відіграє належної ролі і досить часто залишається поза увагою керівників підприємств, свідченням чого слугують дані табл. 2.

Загальну економетричну модель, яка описує залежність між обсягом виручки від реалізації продукції (y) та інтегральним показником використання мотиваційного потенціалу підприємства (u), а також ринковими умовами господарювання (d), доцільно представити у формі авторегресійної:

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 \times u_t + \alpha_2 \times y_{t-1} + \alpha_3 \times d_t + \varepsilon_t, \quad (2)$$

Таблиця 3
Економетричні моделі, які описують зв'язок мотиваційного потенціалу і виручки від реалізації продукції підприємств Західного регіону України

№ з/п	Загальний вид економетричних моделей	Вид даних*	Характеристика моделей
1.	де u – інтегральний показник мотиваційного потенціалу підприємства. $y = b_0 + b_1 \times u + e$,	С	$y = 0,1521 + 0,0458 \times u + e$; $R = 0,045$ Зв'язок відсутній
2.	де u_{t-1} – запізнене на один лаг значення обсягу виручки від реалізації продукції підприємства. $y_t = a_0 + a_1 \times u_t + a_2 \times u_{t-1} + \varepsilon_t$,	С	$y_t = 0,0888 - 0,0078 \times u_t + 0,6184 \times u_{t-1} + e_t$; $R = 0,551$ Зв'язок відсутній
3.	де x_1 – частковий інтегральний показник оцінювання матеріальних стимулів працівників; x_2 – частковий інтегральний показник оцінювання моральних стимулів працівників; x_3 – частковий інтегральний показник оцінювання стимулів професійно-кваліфікаційного розвитку працівників; x_4 – частковий інтегральний показник оцінювання стимулів умов праці працівників; x_5 – частковий інтегральний показник оцінювання стимулів соціальної гармонії та психологічного клімату в колективі. $y = b_0 + b_1 \times x_1 + b_2 \times x_2 + b_3 \times x_3 + b_4 \times x_4 + b_5 \times x_5 + e$,	С	$y = 0,141 + 0,0741 \times x_1 - 0,3084 \times x_2 +$ $+ 0,1397 \times x_3 + 0,1203 \times x_4 -$ $- 0,2694 \times x_5 + e$; $R = 0,38$ Зв'язок помірний
4.	де z_1 – фонд основної заробітної плати працівників, тис. грн.; z_2 – величина премій та винагород, що виплачуються працівникам підприємства, відкорегована на величину прямиального фонду, що формується з прибутку підприємства, тис. грн.; z_3 – величина заохочувальних та компенсаційних виплат, що виплачуються працівникам підприємства (наприклад, матеріальна допомога, соціальні пільги індивідуального характеру та ін.), тис. грн. $y = b_0 + b_1 \times z_1 + b_2 \times z_2 + b_3 \times z_3 + e$,	В	$y = 18248,0 + 10,046 \times z_1 - 7,784 \times z_2 -$ $- 9,179 \times z_3 + e$; $R = 0,694$ Зв'язок відсутній
5.	$y = b_0 + b_1 \times z_2 + e$,	В	$y = 19711,8 + 6,851 \times z_1 + e$; $R = 0,686$ Зв'язок відсутній

* С – стандартизовані дані; В – вихідні (початкові дані).

- де $\alpha_0 \div \alpha_3$ – параметри моделі;
 y_{t-1} – запізнене на один лаг значення обсягу виручки від реалізації продукції;
 ε_t – випадкова неспостережувана величина.

Враховуючи той факт, що протягом 2008-2010 рр. ринкові умови були несприятливими (d_t), то розрахунки здійснювалися без врахування цієї фіктивної змінної.

Таким чином, отримана числова модель набула такого вигляду:

$$y_t = 0,0888 - 0,0078 \times u_t + 0,6184 \times y_{t-1} + \varepsilon_t; R = 0,551, \quad (3)$$

Одержане значення коефіцієнта множинної кореляції свідчить про наявність відчутного зв'язку в моделі (3). Щодо параметрів моделі, то вони характеризують вплив змінних ознак (u_t), (y_{t-1}) на обсяг виручки від реалізації продукції у році (t), а саме: значення $\alpha_1 = -0,0078$ вказує на те, що збільшення інтегрального показника використання мотиваційного потенціалу підприємства на умовну одиницю призведе до зменшення обсягу виручки від реалізації продукції на 0,0078 умовної одиниці; значення $\alpha_2 = 0,6184$ вказує на те, що збільшення обсягу виручки від реалізації продукції у році ($t-1$) на умовну одиницю призведе до його зростання у році (t) на 0,6184 умовної одиниці.

З метою виявлення найвпливовіших складових мотиваційного потенціалу підприємства на обсяг виручки від реалізації продукції було побудовано багатофакторну модель виду:

$$y = b_0 + b_1 \times x_1 + b_2 \times x_2 + b_3 \times x_3 + b_4 \times x_4 + b_5 \times x_5 + e, \quad (4)$$

- де $x_1 \div x_5$ – часткові інтегральні показники оцінювання кожної із складових мотиваційного потенціалу підприємства (визначені відповідно до рис. 1).

Оцінювання параметрів багатофакторної регресійної моделі (4) на основі даних досліджуваних підприємств дало можливість одержати такий результат:

$$y = 0,141 + 0,0741 \times x_1 - 0,3084 \times x_2 + 0,1397 \times x_3 + \\ + 0,1203 \times x_4 - 0,2694 \times x_5 + e; R = 0,38, \quad (5)$$

Таким чином, можна робити висновок, що найбільший вплив на обсяг виручки від реалізації продукції досліджуваних підприємств Західного регіону України мають матеріальні стимули працівників, стимули професійно-кваліфікаційного розвитку працівників, а також стимули сприятливих умов праці працівників підприємства, що цілком кореспондується із їх економічним змістом на теперішньому етапі розвитку економіки України.

Для дослідження залежності між величиною матеріальних стимулів працівників та обсягом виручки від реалізації продукції доцільно скористатися багатофакторною регресійною моделлю, яка охоплює такі факторні ознаки фонду основної заробітної плати працівників підприємства (z_1); величина премій та винагород, що виплачуються працівникам підприємства, відкоригована на величину преміального фонду, що формується з прибутку підприємства (z_2); величина заохочувальних та компенсаційних виплат, що виплачуються працівникам підприємства (наприклад, матеріальна допомога, соціальні пільги індивідуального характеру та ін.) (z_3).

Таблиця 4

Вихідні дані, що характеризують матеріальні стимули працівників підприємств Західного регіону України за 2008-2010 рр.

Підприємства	Звітний період, роки	Значення показників			
	t	y_t	z_1	z_2	z_3
1. ПП «Інсталпласт-ХВ»	2008	87070	976,8	0	0
	2009	78192	1117,4	0	0
	2010	94330	1417,3	0	0
2. ВАТ «Львівський завод будівельних виробів»	2008	13977	1463,5	0	4,4
	2009	14963	591,3	0	0
	2010	5702	373,3	0	0
3. Спеціалізоване управління №14 ПАТ фірма «Нафтогазбуд»	2008	26553	3947,6	486,9	76,7
	2009	10936	2433,7	317,2	51,0
	2010	15454	2370,5	394,4	7,0
4. Управління механізації №22 ПАТ фірма «Нафтогазбуд»	2008	24427	1325,3	1849,2	143,5
	2009	11254	1193,1	1280,6	54,9
	2010	4961	837,7	454,2	10,2
5. ПАТ «НВК «Полярон»	2008	7939	2591,2	381,4	67,6
	2009	3641	3187,9	442,7	45,6
	2010	3318	1665,7	327,2	21,2
6. Корпорація «Енергоресурс-інвест»	2008	269010	3919,2	1618	506,5
	2009	273793	4562,9	1080,4	213,2
	2010	158668	8199,1	2234,5	241,8
7. ЗАТ «Будівельне управління-62»	2008	39039	5397,8	106,8	131,5
	2009	9589	1591,0	7,2	135,8
	2010	7086	1556,3	6,1	148,2
8. ЛКЕПЗПП	2008	25701	4610,7	2724	806,4
	2009	24660	4247,2	1640,8	595,1
	2010	27002	5520,9	1616,4	214,8
9. ВАТ «Львівський локомотиворемонтний завод»	2008	187284	26568,8	9022	3619,8
	2009	130374	19771,1	6255,7	645
	2010	220449	28322,0	8665,7	1072,1
10. Великолюбінський державний спиртзавод	2008	38633	1702,0	1026,5	21,7
	2009	37083	1809,1	1061	187,5
	2010	47147	2278,9	608,8	160,6
11. ВАТ «ТБО «Львівбуд»	2008	12215	893,2	0	4,9
	2009	9463	725,5	0	7,9
	2010	8705	607,9	0	9,2

Основні показники, що характеризують матеріальні стимули працівників досліджуваних підприємств, наведено у табл. 4.

У загальному вигляді багатофакторна регресійна модель відобразиться таким чином:

$$y = b_0 + b_1 \times z_1 + b_2 \times z_2 + b_3 \times z_3 + e, \quad (6)$$

Оцінювання параметрів багатofакторної регресійної моделі за методом найменших квадратів дало змогу побудувати таку числову модель:

$$y = 18248,0 + 10,046 \times z_1 - 7,784 \times z_2 - 9,179 \times z_3 + e,$$
$$R = 0,694 \quad (7)$$

Побудовану модель (7) можна застосовувати для прогнозування обсягів виручки від реалізації продукції (y) у залежності від розміру матеріального стимулювання персоналу за виокремленими складовими (z_1, z_3).

Тестування моделі (7) за F-критерієм Фішера ($F_{\text{розра.}} = 8,96 > F_{\text{крит.}} = 2,93$) підтвердило її статистичну адекватність, однак наявність у моделі параметрів із знаком мінус ($b_2 = -7,784$; $b_3 = -9,179$) викликає необхідність їх додаткового тлумачення.

Від'ємні значення параметрів b_2, b_3 пояснюються незначущістю їх питомої ваги у загальній сумі матеріальних стимулів працівників досліджуваних підприємств Західного регіону України, а також випадковістю їх зміни стосовно обсягу виручки від реалізації продукції при значній варіації.

Значення параметра $b_1 = 10,046$ вказує на те, що при сталості усіх інших факторів збільшення фонду основної заробітної плати працівників на одиницю призведе до зростання виручки від реалізації продукції на 10,046 грошових одиниць.

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що запропоновані економетричні моделі дозволяють дослідити закономірності зміни результативного показника діяльності підприємства залежно від зміни значень різних факторів (зведеного інтегрального показника використання мотиваційного потенціалу підприємства та його складових, зокрема фактора часу, ринкових умов господарювання та ін.). Це дозволяє визначити їх позитивний і негативний вплив на величину результативного показника, і, своєю чергою, вчасно скоригувати дії керівників підприємств для прийняття оптимальних управлінських рішень. Подальші дослідження у цій сфері можуть стосуватися прогнозування рівня використання мотиваційного потенціалу підприємства у майбутніх періодах з метою виявлення тенденцій його розвитку.

Список використаних джерел

1. Васильев И. А. Мотивация и контроль за действием : [монографія] / И. А. Васильев, М. Ш. Магомед-Эминов. – М. : Изд-во МГУ, 1991. – 144 с.
2. Бойко О. В. Організаційно-економічні аспекти мотивації трудової діяльності на підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. В. Бойко ; Національний авіаційний університет. – К., 2005. – 23 с.
3. Богиня Д. П. Ментальний чинник у сфері праці: проблеми теорії та практики : [монографія] / Д. П. Богиня, М. В. Семикіна ; передм. І. Ф. Кураца. – К. : Шторм, 2003. – 382 с.
4. Клокар О. О. Роль трудової мотивації аграріїв у соціально-економічному розвитку України / О. О. Клокар // Формування ринкових відносин в Україні : [зб. наук. праць ; засн. Науково-дослідний екон. Ін-т Міністерства економіки України ; наук. ред. І. К. Бондар]. – К., 2008. – №7 (86). – С. 140-145.
5. Травин В. В. Менеджмент персонала підприємства : [учеб.-практ. пособие] / В. В. Травин, В. А. Дятлов. – 3-е изд. – М. : Дело, 2002. – 272 с.
6. Червінська Л. П. Фактори мотивації персоналу в менеджменті : [монографія] / Л. П. Червінська. – К. : Підприємство «Правда Ярославичів», 1998. – 254 с.

7. Булеєв І. П. Мотиваційний потенціал власності та його використання на підприємствах / І. П. Булеєв, А. М. Ревва, Г. С. Атаманчук // Вісник економічної науки України. – 2011. – №1. – С. 27–30.
8. Прусс Д. М. Комплексна система мотивації персоналу торговельних підприємств в умовах трансформації ринкових відносин / Д. М. Прусс // Менеджер : Вісник Донецького держ. ун-ту управління / засн. Донецька державна академія управління, гол. редакц. колегії О. С.Поважний. – Донецьк. – 2008. – №4 (46). – С. 171–179.
9. Стахів О. В. Моніторинг мотивації працівників як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. В.Стахів // Демографія та соціальна економіка. – 2008. – №2 (10). – С. 134–143.
10. Горбань В. Б. Соціально-економічна роль заробітної плати в структурі мотиваційного потенціалу машинобудівного підприємства / В. Б. Горбань // Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою : [зб. наук. праць Донецького держ. ун-ту управління. Серія «Економіка» ; засн. Донецький державний ун-т управління; голов. ред. С. Ф. Поважний. – Донецьк : ДонДУУ]. – 2009. – Т. X. – Вип. 126.– С. 137–146.
11. Кузьмін О. Є. Оцінювання використання мотиваційного потенціалу підприємства / О. Є. Кузьмін, В. Б. Горбань // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №8 (122). – С. 202–212.
12. Математичні методи в економіці : [навч. посібн.] / І. С. Благун, В. П. Кічор, Р. В. Фещур, С. Й. Воробець ; за ред. В. П. Кічора. –Тернопіль : Навчальна книга-Богдан, 2011. – 264 с.

Кузьмін О. Е., Фещур Р. В., Горбань В. Б. Оценка влияния мотивационного потенциала предприятия на основные показатели его финансово-хозяйственной деятельности.

Отмечена важность дальнейшего исследования структуры и значимости составляющих элементов мотивационного потенциала предприятия. Уточнен перечень коэффициентов, характеризующих количественную оценку каждой составляющей мотивационного потенциала предприятия. Апробирован интегральный метод оценки уровня использования мотивационного потенциала предприятия на основании данных ряда предприятий Западного региона Украины. Предложены эконометрические модели для исследования влияния показателей мотивационного потенциала предприятия на результаты его деятельности.

Ключевые слова: мотивационный потенциал предприятия; интегральный показатель; материальные, нематериальные стимулы; эконометрические модели.

Kuzmin O. Ye., Feshchur R. V., Horban V. B. Evaluation of Company's Motivational Potential Impact on the Core Indicators of its Financial and Business Activity.

The importance of further investigation of the structure and solemnity of company's motivational potential constituents is noted. The list of indexes which characterize the quantitative assessment of each component of motivational potential of enterprise is specified. The integral method of estimation of the assignment level of company's motivational potential is evaluated on the basis of number of enterprises of Western Ukraine. An econometric model for the investigation of the impact of company's motivational potential on the core indicators of its financial and business activity is proposed.

Key words: motivational potential of enterprise, integral index, tangible, intangible incentives, econometric models.

Надійшло 17.04.2012 р.