

ZBIÓR  
ARTYKUŁÓW NAUKOWYCH

*ECONOMY. ZARZĄDZANIE.*  
NOWOCZESNE BADANIA  
PODSTAWOWE I STOSOWANE

Sopot (PL)

29.04.2017 - 30.04.2017

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+ 082

B.B.C. 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

### **Zbiór artykułów naukowych.**

Z 40 Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej " Economy. Zarządzanie. Nowoczesne badania podstawowe i stosowane." (29.04.2017 - 30.04.2017) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2017. - 36 str.

ISBN: 978-83-65608-52-9

Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów. Pisownia oryginalna jest zachowana. Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Obowiązkowym jest odniesienie do zbioru.

nakład: 50 egz.

"Diamond trading tour" ©

Warszawa 2017

ISBN: 978-83-65608-52-9

**WSPÓŁORGANIZATORZY:**

*International research group (Belarus, Poland, Russia, Serbia, Ukraine)  
Global Management Journal  
Virtual Training Centre „Pedagog of the 21st Century”*

**KOMITET ORGANIZACYJNY:**

**W. Okulicz-Kozaryn** (Przewodniczący), Dr. Hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;  
**A. Murza** (Zastępca Przewodniczącego), MBA, Ukraina;  
**A. Горохов**, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, Россия;  
**A. Kasprzyk**, PhD, PWSZ im. prof. S.Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska;  
**A. Malovychko**, PhD, EU Business University, Berlin – London – Paris - Poznań, EU;  
**L. Nechaeva**, PhD, Instytut PNPУ im. K.D. Ushinskogo, Ukraina;  
**M. Ордынская**, профессор, Южный федеральный университет, Россия;  
**S. Seregina**, independent trainer and consultant, Netherlands;  
**A. Tsimayeu**, PhD, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus.

**KOMITET NAUKOWY:**

**W. Okulicz-Kozaryn** (Przewodniczący), Dr. Hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;  
**С. Беленцов**, д.п.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия;  
**Z. Čekerevac**, Dr., full professor, „Union - Nikola Tesla” University Belgrade, Serbia;  
**Р. Латыпов**, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;  
**И. Лемешевский**, д.э.н., профессор, Белорусский государственный университет, Беларусь;  
**Е. Чекунова**, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Россия.

**REDAKTOR NAUKOWY:**

**M. Stych**, dr, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska.

**SPIS/СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ</b> Поліщук А. Ю.....	5
<b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА</b> Марченко И. В.....	8
<b>ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ЗАЩИТЫ ОТ РИСКОВ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ И ЕГО ВИДЫ</b> Glotova I.I., Sankina K.S. ....	11
<b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА</b> Халидова А. Ш., Смагин А. А. ....	13
<b>ОСОБЛИВИ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КУРСУ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У КОНТЕКСТІ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І СУЧАСНИХ ПОТРЕБ ЕКОНОМІКИ</b> Верланов О.Ю.....	17
<b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА</b> Янюк Е. Н.....	22
<b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ПРОИЗВОДНОЙ В ЭКОНОМИКЕ</b> Жиленко Е.Д.....	25
<b>ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ПРИМЕРЕ САО «ВСК»</b> Уруджова Л. Б., Доронин Б. А. ....	28
<b>СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ МЕТОДОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ</b> Зелена М. І. ....	30
<b>EFEKTYWNE METODY PRACY W SĄDACH REJONOWYCH</b> Szuler Grażyna .....	32
<b>MOTIVATION OF THE PERSONNEL WORKING IN THE MINISTRY OF EDUCATION RF</b> Isaeva Svetlana .....	33

## ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Поліщук А. Ю.

студентка IV курсу Національний університет «Острозька академія»

**Ключові слова:** Інтернет-маркетинг, пошукові системи, Інтернет-реклама, веб-сайт, маркетингові комунікації.

**Keywords:** Internet marketing, search engines, Internet advertising, website, marketing communications.

Розвиток Інтернет-маркетингу в Україні, як і загалом у світі, напряму залежить від розвитку самих цифрових технологій. Якщо в прогресивних країнах перехід від реального бізнесу до віртуального почався досить давно, то в Україні він сповільнювався через низький рівень інтегрованості населення до всесвітньої мережі. Проте з початку 2000-х років ситуація суттєво змінилася і кількість українців, які користуються мережею Інтернет почала стрімко збільшуватися.

Проникнення Інтернету в Україні продовжується зростати швидкими темпами. За останні два роки кількість користувачів зросла на 8 відсотків. На початку 2016 року майже дві третини (62%) дорослого населення України мали доступ до Інтернету. Частка користувачів серед людей 18-39 років в Україні досягла 91% від загальної кількості [5].

Водночас почала і продовжує розвиватися сфера Інтернет-маркетингу в Україні. Інтернет Асоціація України (ІнАУ) провела дослідження ринку медійної Інтернет-реклами за підсумками 2016 року. Так, обсяг цього ринку в минулому році склав 1784 млн. грн., що на 38% перевищує аналогічний показник 2015-го. Найбільш вживаною є контекстна реклама, банерна та відеореклама, а також пошукова оптимізація сайтів [4].

Проте варто зазначити, що в порівнянні з іншими високорозвиненими країнами, в Україні швидкість Інтернету, можливість

доступу до нього, технічне забезпечення провайдерів знаходяться не на такому високому рівні, що сповільнює в свою чергу й розвиток електронної комерції. Також однією з основоположних проблем Інтернет-маркетингу є відсутність законодавчих актів, які б регламентували діяльність підприємств в глобальній мережі. Діючі закони досить застарілі і не враховують багатьох важливих аспектів бізнесу в мережі Інтернет, що створює додаткові перешкоди для його розвитку. Зазначені перешкоди є об'єктивними і їх усунення залежить від політики держави та розвитку країни загалом [2, с. 59]. Проте є й ряд чинників, що напряму пов'язані з діяльністю компаній, а тому піддаються корегуванню всередині організації.

Важливим інструментом Інтернет-маркетингу є веб-сайт організації чи підприємства, який виступає основним джерелом маркетингової інформації. На українському ринку склалася така ситуація, що для просування своєї продукції в Інтернеті компанії використовують тільки власні сайти, водночас ігноруючи інші засоби комунікацій в мережі. Крім того проблемою в українському Інтернет-маркетингу є нечаста оновлюваність інформації на сайті, ігнорування правил його просування в пошукових системах, неякісний дизайн, незручне юзабіліті, відсутність хорошого контенту тощо. Хаотичність та інформаційна перевантаженість веб-сторінок ускладнюють залучення ко-

ристувачів та їх утримання. За підсумками досліджень потенційний клієнт протягом перших 8 секунд перебування на сайті має побачити щось корисне для себе, інакше він просто піде далі. Часто цей факт не враховується при створенні контенту і рекламних матеріалів.

Більшість власників український середніх та дрібних підприємств переконані, що для рекламування компанії в мережі Інтернет необхідно залучити значні кошти, а такі витрати вони дозволити собі не можуть. Якщо брати до уваги тільки Інтернет-рекламу, то це твердження має право на існування. Проте, як зазначалось раніше, існує велика кількість інших способів маркетингової комунікації в віртуальному середовищі, які вимагають не настільки залучення коштів, як часу та чіткого планування діяльності, які залежать і від маркетингової стратегії підприємства загалом. Іншою негативною стороною цієї проблеми і водночас її наслідком є нераціональне використання коштів і їх неправильний розподіл між засобами Інтернет-комунікацій.

Останні роки піку популярності набули соціальні мережі, як середовище для спілкування користувачів, а отже, вони стали й хорошими засобами Інтернет-комунікацій. Однак цей ресурс часто ігнорується підприємствами або використовується не за призначенням, оскільки головний ефект від використання соціальних мереж в Інтернет-маркетингу – це налагодження зворотного зв'язку, можливість постійної комунікації зі споживачем і вплив на його лояльність. [1, с. 400].

З проблемою планомірної і виваженої комунікаційної політики пов'язана також і проблема нестачі кваліфікованих кадрів, які могли б реалізовувати цю політику. Так, професійний Інтернет-маркетолог знає, як правильно побудувати пошукову оптимізацію сайту, які ключові слова необхідно використати в контекстній рекламі, на яку цільову аудиторію направити рекламне повідомлення та на яких Інтернет-ресурсах його розмішувати.

Проте, на українському ринку праці відчувається брак таких фахівців, а навчання за відповідними напрямками майже не проводиться в університетах.

Одним із найважливіших аспектів планування будь-якої рекламної кампанії є чітке націлювання повідомлень на конкретні категорії споживачів. Це досягається за рахунок визначення як самих типів користувачів, яким цікава буде рекламна пропозиція, так і вибір тих Інтернет-площадок, на яких ці повідомлення будуть найбільш ефективними. Необґрунтований вибір медіаносіїв та конкретних засобів рекламної комунікації призводить до зменшення ефективності рекламної кампанії. До такого ж наслідку веде й відсутність системного підходу в Інтернет-маркетингу загалом, а також низький рівень поінформованості компаній про можливість використання всього спектру інструментів Інтернет-маркетингу.

Отже, зважаючи на певні проблеми в становленні та розвитку Інтернет-маркетингу в Україні, доречно виділити основні можливі шляхи їх подолання. На рівні держави необхідна розробка більш чіткого законодавства для регулювання маркетингової діяльності в мережі Інтернет, а також сприяння технологічному розвитку, розширення можливостей електронних платіжних систем, захист від шахрайства. Доречно було б переглянути навчальні програми за відповідними напрямками і ввести ті курси, що сприяли б оволодінню навичками ведення маркетингової діяльності в Інтернеті.

Щодо тих проблем, які виникають всередині українських компаній, то для їх подолання необхідно:

Будувати рекламну діяльність в Інтернеті у відповідності до маркетингової стратегії підприємства загалом, детально планувати її.

Сприяти розвитку відповідних навичок фахівців з Інтернет-маркетингу, проводити їх навчання та постійне підвищення кваліфікації.

Застосовувати різні засоби Інтернет-комунікацій, попередньо проаналізував-

ши їх ефективність і релевантність застосування в конкретній рекламній кампанії. На цій основі планомірно розподіляти рекламний бюджет [3, с. 76].

Використовувати інструменти веб-аналітики та корегувати маркетингову діяльність відповідно її показників, наприклад за допомогою Google Analytics.

Залучати професійних дизайнерів та психологів при розробці сайту або конкретних рекламних матеріалів для кращого і позитивного їх сприйняття користувачами; подбати про зручність користування сайтом.

Створювати якісний контент на власному веб-сайті, постійно його оновлювати; надати вичерпну інформацію про компанію, її продукти чи послуги.

Отже, на сьогоднішній день сфера Інтернет-маркетингу в Україні перебуває на етапі становлення. Задля того, щоб уникнути глобальних помилок в маркетинговій діяльності в мережі необхідні систематичні наукові та прикладні дослідження,

постійний моніторинг компаніями основних трендів Інтернет-маркетингу, сприяння з боку держави. Тільки ті фірми, які постійно вдосконалюються, адаптуються до нових умов і застосовують нові інформаційні технології можуть конкурувати на ринку.

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Вирин Ф. Інтернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов [Текст] / Ф. Вирин. – М. : Эскмо, 2009. – 224 с.
2. Ілляшенко С. М. Аналіз ретроспективного та сучасного стану інтернет-реклами і можливі напрямки розвитку [Текст] / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 57-66.
3. Литовченко І. Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу: монографія [Текст] / І. Л. Литовченко. – К. : Наукова думка, 2008. – 196 с.
4. Карпенко О. Украинская онлайн-аудитория и рынок Интернет-рекламы: дайджест-исследование [Электронный ресурс] / О. Карпенко. – Режим доступа: <http://ain.ua/2015/07/23/593290>. – Название с экрана.
5. Кількість користувачів Інтернетом в Україні зростає з рекордною швидкістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://energolife.info/ua/2016/News/406>. – Назва з екрану.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА

---

**Марченко И. В.**

студентка 4 курса Специальность «Финансы и кредит»  
Ставропольский государственный аграрный университет

---

**Ключевые слова:** перспективы развития, перспективы развития страхования, страхование, страхование в РФ, страховой рынок, страховые услуги, тенденции.

Страхование на современном этапе развития общества является одним из наиболее используемых видов финансовых услуг. С каждым годом происходит увеличение людей, желающих воспользоваться услугами страхования, как своего имущества, так жизни и здоровья.

Страхование, как социальный институт, обеспечивает уверенность в завтрашнем дне, защиту от непредвиденных расходов, необходимую помощь в сложных ситуациях. На сегодняшний день большая часть населения знает только обязательные виды страховых услуг. Однако, на страховом рынке существуют и добровольные формы страхования.

Для того, чтобы оценить состояния современного страхового рынка следует сравнить некоторые показатели в различных странах. Так, например, страховая премия в Японии составляет около 4,5 тысячи долларов на одного жителя страны, в Швейцарии – 3 тысячи, в США – 2,5 тысячи, то в России – приблизительно 40 долларов на человека. Доля совокупной страховой премии в валовом внутреннем продукте в развитых странах равняется 8–10 %, а в РФ – около 1,5 %. Расходы в Австралии на добровольное страхование составляют где-то 10 % общего дохода, у американцев – более 15 %, в России – примерно 2 доллара в год.

Из этих данных видно, что количество страховых операций на зарубежном и страховом рынке России значительно различаются.

Анализируя страховой рынок РФ, можно выдвинуть большое количество при-

чин, которые сдерживают его развитие: отсутствие развитой страховой инфраструктуры; низкая страховая культура; ненадежность страховых компаний; низкий размер страховых выплат; отсутствие надежных инструментов долгосрочного размещения страховых резервов; информационная закрытость страхового рынка; несовершенство правового и организационного обеспечения государственного страхового надзора.

Исходя из перечисленных проблем, следует предпринять различные меры по защите потребителей страховых услуг: создание фонда гарантирования страховых выплат, установление в законодательном порядке общих методов к определению размеров страховых сумм и выплат, в целях обеспечения равноправия граждан, а также увеличение требований к страховым компаниям для предотвращения банкротства.

В России на данный момент имеются основные тенденции и приоритетные направления развития страхового рынка.

Важной тенденцией развития российского рынка страховых услуг является объединение банков и страховых организаций в совместные проекты по продаже страховых услуг через банки. Интеграция и движение страховых компаний в сферы финансовых услуг, увеличение предлагаемых продуктов становится главным фактором успешного развития страховых компаний. На данный момент времени на западе практически нет свободных ниш для страховых компаний, и именно поэто-



му страховщики ведут между собой постоянную борьбу за определенный круг потребителей. В России страховые компании в отличие от западных имеют преимущества: они могут комбинировать и продавать на российском рынке как классические, так и более новые специфические виды страховых услуг.

Вторая тенденция состоит в глобализации страхового рынка, которая может привести к увеличению на российском рынке числа иностранных страховщиков, которые будут заинтересованных в создании различных альянсов и совместных проектов с российскими страховщиками.

Следующей тенденцией отечественного страхового рынка является продажа страховых продуктов через Интернет, которые в последнее время начинают вводиться в практику. Данное направление в страховом бизнесе является очень выгодным, так как позволяет преодолевать большие расстояния с наименьшими затратами и в дальнейшем будет служить главным фактором, который определит успех страховой компании в РФ. Конечно же это влияет на социальную сферу, так как формируется расширение страхования как социального эффекта внутри огромного числа представителей различных слоев населения.

В настоящий период набирает свои обороты ипотека, так как появляется потребность в новом жилье у населения. Основными группами населения, которым нужен такой финансовый инструмент, как ипотека являются молодые семьи и семьи с небольшим, но устойчивым доходом. Банки, которые выдают денежные средств на ипотеку должны быть уверенными в том, что они ничего не потеряют и средства будут возвращены. Тут содержится риск «юридической нечистоты» приобретаемого жилья и риск потери собственником работы или здоровья. Именно поэтому банки заставляют своих клиентов прибегать к страховым компаниям, это не может не повлиять на развитие страхового рынка в целом.

Последней тенденцией можно назвать распространение страхования относительно развития строительства. На сегодняшний день резко увеличиваются темпы строительства и потребности, как в жилом, так и нежилом фондах. Именно поэтому строительные компании расширяют сферы деятельности, но как известно, строительство – это зачастую рисковое дело и опасное. Помимо явных рисков, существует также риск недополучения прибыли, который может быть застрахован как на стадии строительства, так и на стадии операционной деятельности.

Помимо приведенных направлений, также можно отметить еще одно: развитие менеджмента. Как мы знаем, менеджмент – это искусство управлять. На данный момент все большее количество компаний и организаций прибегают к услугам профессионального менеджмента для того, чтобы повысить эффективность своей деятельности и увеличения производительности труда работников. В данном случае акцент делается на личное страхование работников, в которое входит не только лишь обязательное медицинское страхование, но и добровольное медицинское страхование, страхование от несчастного случая, профессиональных заболеваний и многое другое.

Из-за того, что на сегодняшний день граждане РФ активно выезжают за границу, именно поэтому развитие туризма также положительно влияет на укрепление страхового рынка.

Именно поэтому, комплекс мер указанных выше будет способствовать повышению эффективности страхового рынка, повышению доверия покупателей страховых услуг к страховым компаниям и соответственно к ускорению страхования в Российской Федерации.

#### **Использованные источники**

1. Базанов, А. Н. Некоторые актуальные проблемы развития страхового рынка России / А. Н. Базанов // Страховое дело. – 2012.

2. Баканаев, И. Л., Ашаганов, А. Ю., Цокаева, Л. А., Мовтигова, М. А. Проблемы и перспективы развития страхового рынка РФ [Текст] // Молодой ученый. – 2015.
3. Марчук А. П. Тенденции развития страхового рынка в современной России // Страховое дело. – 2013.
4. Проблемы и перспективы развития страхования в РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://bibliofond.ru>

## ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ЗАЩИТЫ ОТ РИСКОВ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ И ЕГО ВИДЫ

### HEDGING AS A TOOL OF PROTECTION AGAINST RISKS IN THE FINANCIAL MARKET AND ITS TYPES

---

Glotova I.I., Sankina K.S.

Stavropol State agrarian university

---

***Annotation:** the by the need of protection entrepreneurs from financial risks caused by various internal and external factors. The article is devoted to the theoretical aspects of hedging and its types.*

**Keywords:** hedging, stock exchange, derivative financial instruments, futures, options, derivatives, forward, swap.

The past few years showed that even activities not related to financial markets may suffer from the risks of changes in exchange rates, prices of raw materials on world commodity exchanges, as well as abrupt changes in interest rates in the economy. The protection from such risks has become urgent not only for large companies involved in foreign trade activities, but also for midsize and small segment, at first glance independent of the fluctuations of stock prices.

Currently, the amplitude of the fluctuations of stock prices and exchange rates much more than it was before. This is partly a result of the continuous movement towards financial liberalization, and partly due to the fact that the participants in this market began to regard it as a potential source of profit, not just market serving trade and insuring risks.

The whole vast structure of modern derivatives markets owes its existence to the needs of the insurance risk due to General market uncertainty. The emergence of the hedge is a consequence of this need. It is the use of derivative and non-derivative financial instruments (the latter only in a limited number of cases) for partial or complete compensation of changes in the fair value of the hedged articles, that is, the protected financial instruments.

In other words, hedging refers to the practice of imprisonment in the futures or options exchange and futures contracts for the sale or purchase of foreign currency or securities as a hedge against anticipated future price volatility or interest rates [1].

How does hedging? The basic principle is that – the negative change in the price of hedged asset compensates profit obtained by another tool. The main method is the use of derivatives. Among the derivative hedging instruments are key futures, forwards, options, swap.

Hedging futures contract is the opening of the temporary position in the futures market, which is close to the parameters and the conflicting positions of the investor in the cash market and protects it from market risk [3]. Any attempt to reduce the risk of loss through hedging future contracts should take into account the relationship of the cash price of the underlying asset to a futures price.

Hedge by selling a futures contract, the investor's recourse, if in the future it plans to sell some asset that he owns now or is going soon to obtain, and hedging protects against a possible drop in the price of the asset [2]. If the investor intends in the future to purchase any asset it hedges the purchase of a futures contract, and hedging protects against the growth of asset prices.

A more complex technique is to hedge through options. When hedging your positions with option contracts, the investor must follow the following rule. If he wants to hedge the asset from falling prices, he should buy an option put or sell a call option. If the item is insured from raising prices, for sale the option of "put" or sell a call option.

However, the portfolio may consist of strong shares that are expected to outperform the market. In this case, to hedge market risk components possible sale of the corresponding stock index.

One way of hedging is a hard peg. This applies to a special contract forward. Forward provides guaranteed purchase (and subsequently sell) the asset at a fixed price. In each moment of time the market is formed by the so-called forward price of the asset, i.e. the price at which at the moment are forward contracts on the asset performance in the future. This price differs from the current market price of the asset and depends on the current market situation and the term for which is slavery.

Hedging with swaps mainly used in the currency market. Thus, a currency swap is a combination of cash spot transactions and derivatives – forward. In fact, it is the combination of two opposite conversion transactions with foreign currency in equal amount with different value dates. This type of hedge is particularly convenient because it does not create an uncovered foreign exchange position, as the volume of claims and liabilities in a foreign currency match [3].

Thus, we can conclude that the effective use of all of the above methods allows to prevent the danger of loss of foreign economic activity arising from changes in market rates from different instruments.

#### **Literature and notes:**

1. Barinov, E. A. Markets: foreign exchange and securities. – M.: "Examination". – 2011. – 608 p
2. Zaripov I. A. Topical issues of the activities of financial institutions in modern Russia. – M.: 2014. – 296 p.
3. Chesnokov, A. S. Investment strategy, options and futures. – M.: 2014. – 397 p.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

**Халидова А. Ш.**

студентка 4 курса 8 группы учетно – финансового факультета  
ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ, г. Ставрополь

**Смагин А. А.**

ассистент кафедры «Финансы, кредит и страховое дело»

**Ключевые слова:** ликвидность, финансовые ресурсы, нормативы, гэп-анализ, буфер ликвидности.

**Keywords:** liquidity, financial resources, standards, gap-analysis, liquidity buffer.

Одной из наиболее важных задач управления любым банком является обеспечение соответствующего уровня ликвидности. Банк считается ликвидным, если он имеет доступ к средствам, которые могут быть привлечены по разумной цене и именно в тот момент, когда они необходимы.

В целях контроля за состоянием ликвидности банка, устанавливаются нормативы мгновенной, текущей, долгосрочной ликвидности, которые регулируют риски потери банком ликвидности и определяются как отношение между активами и пассивами с учетом сроков, сумм и типов активов и пассивов, других факторов, а также отношение его ликвидных активов к суммарным активам [1].

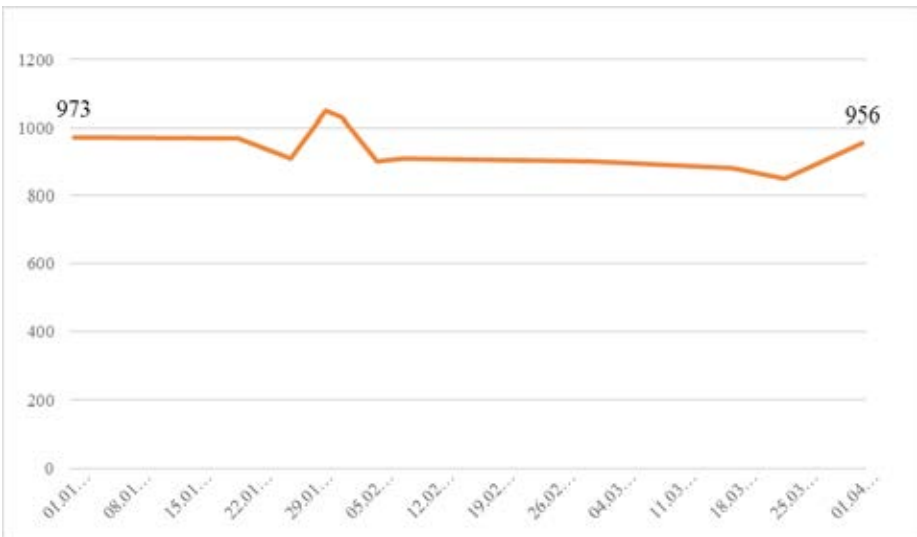
Среди проблем управления ликвидностью коммерческого банка, с которыми приходится наиболее часто сталкиваться управленцам, можно выделить: - недостаточная ликвидность; - избыточная ликвидность; - изменчивость уровня ликвидности рынка; - поддержание эффективного управления рискам; - оптимизация ресурсной базы банка; - издержки от управления ликвидностью; - неопределенность позиций банка по проводимым платежам в каждый момент времени.

Как показывает опыт работы коммерческих банков, банки получают больше

прибыли, когда функционируют грани минимально допустимых значений нормативов ликвидности, то есть полностью используют предоставленные им права привлечения денежных средств в качестве кредитных ресурсов. (Рассмотрим на примере Группы Газпромбанка). Газпромбанк в 2016 г. заработал чистую прибыль 109,7 млрд. руб., причем большую часть прибыли (82,4 млрд руб.) банк отразил в четвертом квартале. Ключевым фактором роста прибыли стало изменение структуры кредитного портфеля и сокращение резервирования потерь в связи с ожидаемым улучшением качества обслуживания долга. В структуре кредитного портфеля вырос объем кредитов предприятиям, осуществляющим добычу, транспортировку и сбыт нефти (с 234 млрд руб. до 523 млрд руб. по данным МСФО).

Максимальная ликвидность достигается при максимизации остатков в кассах и на корреспондентских счетах по отношению к другим активам. Но в этом случае прибыль минимальна. Максимизация прибыли требует не хранения средств, а их использования для выдачи ссуд и осуществления инвестиций [2].

Таким образом, существо банковского управления ликвидностью состоит в гибком сочетании противоположных требований ликвидности и прибыльности.



**График 1** - Динамика объема буфера ликвидности в 1-м квартале 2016 года (на основе данных внутренней управленческой отчетности Группы, млрд. руб.)

Рассмотрим управление ликвидностью на примере Группы Газпромбанка (АО).

Приемлемый уровень риска ликвидности Группы определяется Советом директоров Банка ГПБ (АО) в составе Декларации Аппетита к риску, содержащей целевые ориентиры показателей риска ликвидности. На уровне Банка ГПБ (АО) политику управления риском ликвидности утверждает Правление Банка ГПБ (АО), которое делегирует операционные функции КУАП (Комитет по управлению активами и пассивами). КУАП осуществляет поддержку комплексной системы управления активами и пассивами, которая обеспечивает приемлемость риска ликвидности, в том числе соблюдение установленных ограничений на уровень риска ликвидности [3]. Процесс стратегического и финансового планирования Группы также осуществляется с учётом задач соблюдения лимитов риска ликвидности. КУАП использует систему показателей и лимитов риска ликвидности в целях обеспечения способности в любой момент покрыть как ожидаемый, так и не ожидаемый отток денежных

средств. Указанные показатели рассчитываются с использованием сценарного подхода (в т. ч. стресс-тестирования) с учётом: срока сохранения платежеспособности без внешней поддержки; обеспечения приемлемого уровня показателя краткосрочной ликвидности (ПКЛ); обеспечения приемлемого уровня показателя чистого стабильного фондирования (ПЧСФ); разрывов ликвидности (гэ-панализ) в разрезе срочностей и основных валют; минимально необходимого объёма буфера ликвидности; коэффициентов концентрации ресурсной базы и других показателей. Анализ риска ликвидности проводится по всем операциям Группы и позволяет определить возможные периоды и причины потенциального дефицита ликвидности. Допущения и параметры каждого используемого при анализе сценария утверждаются КУАП.

Частью интегрированной системы управления риском ликвидности является План восстановления финансовой устойчивости (далее — План восстановления), определяющий порядок действий на

случай возникновения дефицита ликвидности при чрезвычайной ситуации [4].

Группа осуществляет регулярный мониторинг упреждающих индикаторов, охватывающих широкий спектр факторов риска (рыночных рисков — на ежедневной основе, риска ликвидности — на еженедельной основе, макроэкономических и поведенческих показателей, кредитных рисков, достаточности капитала и т.д.), что позволяет обеспечить применение Плана восстановления на ранних этапах развития стрессовой ситуации [5].

Для обеспечения устойчивости к возможному стрессу ликвидности Группа формирует буфер ликвидности, который может быть использован для финансирования исполнения обязательств при реализации стрессового сценария развития ситуации. Обеспеченность буфером ликвидности возможных потребностей, определяемых в рамках сценарного моделирования, является важным фактором устойчивости Группы к стрессу ликвидности. В состав буфера ликвидности включаются как уже имеющиеся в распоряжении высоколиквидные активы, так и дополнительные надежные источники по привлечению ликвидности за счет различных инструментов рефинансирования (включая операции с Банком России).

В целом за отчетный период объем буфера ликвидности незначительно уменьшился на 2% с 973 млрд. руб. до 956 млрд. руб. Основная причина уменьшения объема буфера ликвидности — исключение Банком России акций и поручительств из состава активов, принимаемых в качестве обеспечения по операциям рефинансирования. В целях сохранения объема буфера ликвидности Банк ГПБ (АО) обеспечил соответствующее увеличение доступных возможностей за счет других источников. В I квартале 2016 года Группа продолжила поддерживать диверсифицированную структуру буфера ликвидности, состоящую из ценных бумаг, входящих в ломбардный список Банка России, и возможностей привлечения у Банка России под

заклад нерыночных активов. Данный уровень и состав буфера ликвидности свидетельствует о наличии у Группы достаточных ресурсов для поддержания финансовой устойчивости в стрессовых условиях.

В целях совершенствования управления ликвидностью коммерческих банков принимаются следующие меры:

- управление ликвидностью через управление активами (стратегия преобразования активов довольно дорогой метод, поскольку, в первую очередь, продажа актива означает, что банк теряет будущий доход, который мог получить для считать их, во-вторых, приводит его к ухудшению в балансе);

- многие банки в качестве источника ликвидных средств, все чаще стали использовать займы на денежном рынке (с целью привлечения клиентов, формирования позитивного имиджа финансовые организации стремятся создать наиболее выгодные и комфортные условия для своих заемщиков; заемщики могут не только оформить необходимые займы, но и получить дополнительную прибыль или льготы, участвуя в выгодных бонусных и партнерских программах);

- метод управления резервной позицией (положительная черта- это то, что сокращается доля низкодоходных и недоходных активов, а отрицательная это риск изменения процентной ставки).

Таким образом, обеспечение оптимального уровня ликвидности является постоянной проблемой в управлении банком. Для этого необходимо заранее принимать меры по минимизации нежелательных последствий. Каждый коммерческий банк должен самостоятельно путем эффективного управления активами и пассивами обеспечивать поддержание своей ликвидности на заданном уровне на основе как анализа ее состояния, складывающегося на конкретные периоды времени, так и прогнозирования результатов деятельности и проведения в последующем научно обоснованной экономической политики в

области формирования уставного капитала, фондов специального назначения и резервов, привлечения заемных средств сторонних организаций, осуществления активных кредитных операций.

**Список литературы:**

1. Глушкова Н.Б., Банковское дело учеб. пособие для вузов - М.: Альма Матер: Акад. Проект 2015 – 428 с.
2. Ковзанадзе И. Контроль за деятельностью коммерческих банков и их ликвидностью // Финансы-2015, - N 10. - С. 70- 71
3. Лаврушин. О.И. Банковские риски. М.: КНОРУС, 2015, - 232 с.
4. Полушкин В.Ю. Анализ ликвидности коммерческих банков // Бухгалтерия и банки, 2015, № 9.
5. Поморина М. А. Управление рисками как часть процесса управления активами и пассивами банка // Банковское дело. 2015. № 3. С. 8 – 15.



## ОСОБЛИВИ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КУРСУ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У КОНТЕКСТІ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І СУЧАСНИХ ПОТРЕБ ЕКОНОМІКИ

**Верланов О.Ю.**

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Чорноморський Національний Університет імені Петра Могили

*В статті проаналізовано зв'язок стану економіки із потребами підготовки кваліфікованих спеціалістів з управлінського обліку. Порівняно методологію викладання курсу «Управлінський облік» у навчальних закладах Польщі та України. Виділено особливості організації навчального процесу. На основі проведеного дослідження автор пропонує імплементацію важливих аспектів західних підходів до викладання курсу у вищі навчальні заклади України.*

**Ключові слова:** кваліфіковані спеціалісти, вищі навчальні заклади, методологія, впровадження, управлінський облік.

*В статье проанализирована взаимосвязь состояния экономики с потребностями подготовки квалифицированных специалистов по управленческому учету. Проведен анализ методологии преподавания курса «Управленческий учет» в высших учебных заведениях Польши и Украины. Выделены особенности организации учебного процесса. На основе проведенного исследования автор предлагает имплементацию важных аспектов западных подходов к преподаванию курса в высшие учебные заведения Украины.*

**Ключевые слова:** квалифицированные специалисты, высшие учебные заведения, методология, внедрение, управленческий учет.

*In the article the connection of economic climate and qualified specialists necessity (in the sphere of financial accounting) is analyzed. The methodology of “Management Accounting” teaching in the Polish and Ukrainian universities are equalized, the peculiarities of educational process organization are determined. Concerning given research, the author offers the implementation of the main important aspects of Western education the Ukrainian universities.*

**Keywords:** qualified specialists, universities, methodology, implementation, management accounting.

За роки незалежності більше половини українських підприємств припинили свою діяльність або опинилися на межі банкрутства. Багато хто з них могли б бути успішними і по сьогоднішній день. У багатьох підприємств жалюгідний фінансовий стан, низький рівень технічного та матеріального забезпечення. Практично у всіх галузях техніка працює по 2-3 амортизаційних терміни. Більше 40% працівників зайнятих в промисловості працюють на виробництві низького технологічного рівня, близько 20% – середнього і

лише 2,5% – високого. Значний фізичний і моральний знос основних виробничих фондів призвела до падіння ефективності виробництва і зростання питомої ваги збиткових підприємств, що перевищує третину від загального числа в країні. Такі підприємства не стають банкрутами, тому що «працюють» в тіньовому сегменті.

Україна відстала в економічному розвитку від інших країн на роки і десятиліття. Тому потрібен виважений, чітко спланований підхід, так звана емуляція (імітація з метою зрівнятися або перевершити).

Для цього на перше місце в економічній політиці потрібно поставити людину з її потребами, інтересами і здібностями. Без цього економіку розвивати неможливо. Розвиток економіки передбачає велику роботу уряду з модернізації виробництва, прогнозування та створення нових високотехнологічних робочих місць, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг, проведення нової експортної та імпоротної політики [3].

Для уповільнення зниження, забезпечення підтримки та зростання економічних показників необхідно: змістити акцент з торгівлі на виробництво; провести заміну виробництва сировини, як товару для продажу, на виробництво продукту кінцевого споживання; взяти курс на відмову від низької заробітної плати; зростання інвестицій в фундаментальну науку, науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи; змінити вектор державного менеджменту на підвищення валового внутрішнього продукту і частки в ньому заробітної плати; оплату праці базувати на системних підходах, принципах і стандартах.

Наукові дослідження доводять, що Україна має величезний потенціал в наступних галузях: харчова, яка здатна задовольнити зростаючий світовий попит на їжу; металургійна, яка може бути конкурентоспроможною на світовому ринку за умов підвищення енергоефективності; туристична галузь, особливо в сфері екотуризму; будівельна галузь, яка має зростаючий попит на світовому ринку; легка промисловість.

Не зважаючи на перспективи розвитку економіки, на кінець 2016 року в Україні офіційно зареєстрованих безробітних 1,638 млн. осіб, без урахування тих, які за різних причин не зареєстровані в державному обліку безробітних.

На ринку праці роботодавці пропонують 31,3 тисячі вакансій, тобто на одне місце претендують 19 осіб [5].

Безробіття стає надзвичайно гострою проблемою в Україні. Сьогоднішній стан

української економіки не дає ніякої надії на поліпшення ситуації на ринку праці. Прогнози експертів невтішні – кількість безробітних українців буде зростати. Також, з огляду на непередбачуваність поведінки виробника не стабільність економіки, непослідовність і непередбачуваність поведінки держави неможливо спрогнозувати, які спеціальності будуть мати попит в найближчій перспективі.

В Україні існує трохи більше ніж 300 університетів та інститутів, які займаються підготовкою фахівців та спеціалістів за різноманітними спеціальностями – спеціалістів ширшого спектру, а ніж того потребує ринок паці, при чому кількість студентів постійно зменшується, що призводить до незручних умов існування навчальних закладів.

Програма вищої освіти в Україні є жорсткою і менш гнучкою до потреб ринку, ніж короткострокові курси підготовки вузьких спеціалістів. Відсутній взаємозв'язок із статистикою потреб за даними МОН України та університетами та інститутами, які готують спеціалістів за державними програмами.

В ближньому зарубіжжі, наприклад Польщі – державі де населення та площа приблизно така сама, як і в Україні, існує близько 40 університетів та інститутів, кількість студентів постійно зростає з року в рік. Аналізуючи потреби ринку, знаходячи спільні інтереси із роботодавцями, розроблено навчальні спеціальності та програми що реалізуються. Це одна з причин, за якою сьогодні спостерігається найнижчий рівень безробіття за останні декілька років. До того ж, економіка Польщі стабільно розвивається, а політика держави є передбачуваною та послідовною. Майже всі випускники мають працевлаштування на території Польщі, хоча спостерігається і відтік людських ресурсів до інших країн Європейського союзу, де оплата за ту ж саму роботу є біль високою. Тому навіть іноземні студенти, які навчаються в польських навчальних закладах, мають потен-

ційну можливість працевлаштування на території Європейського союзу.

Якщо порівняти оплату за навчання в Польщі та в Україні, то за весь курс в Польщі студент сплачує в середньому 10000 євро, до того ж держава вкладає додатково 10000 та займається активним пошуком грантів, та міжнародних програм для поліпшення якості надання освітніх послуг. В Україні студенти сплачують за весь курс 4000 євро, університети самотужки займаються пошуком додаткових коштів для покращення умов навчання.

Дана ситуація лише відлуння економічної ситуації в країнах: стабільної економіки Польщі та кризової економіки України до якої уряд застосовує шокову терапію, замість реальних масштабних реформ.

Останніми роками Польща постійно нарощує виробничий потенціал і страждає лише у відсутності необхідної кількості фахівців різних спеціальностей, натомість як в Україні масово закриваються фізичні особи-підприємці, дрібні виробництва, виробництва середнього масштабу, та великі підприємства переходять на жорстку економію, що призводить до міграції та еміграції робочої сили.

Важливим елементом для стабільної роботи підприємств в країні – є розуміння і відчуття стабільності економіки та спланованість дій уряду. Підприємства Польщі активно використовують послуги консалтингових фірм, для планування діяльності та управління [7]. Підприємства України, з огляду на нестабільність та не передбачуваність в державі, не мають можливості планувати на довгостроковий період і в короткостроковому періоді часто приймають не правильні рішення щодо управління, що призводить до недоотримання прибутку і втрат коштів. Мова іде, в тому числі, про якісне управління витратами підприємства.

У навчальних закладах України відсутня спеціальність, яка б готувала фахівців з управління витратами підприємств. Хоча є короткотермінові іноземні курси по

управлінню витратами та окремі дисципліни, що викладаються фінансистам, бухгалтерам, менеджерам.

Попит у виробників на таких фахівців є постійним, адже кожне підприємство намагається швидко адаптуватися до щоденних змін політики уряду, умов ринку, експортно-імпоротної політики держави, цінкових коливань вхідних та вихідних ресурсів – до всього, що впливає на собівартість продукції і, відповідно, на реалізаційну вартість та конкурентоспроможність всередині країни та на світовому ринку.

У навчальних закладах України такий важливий і затребуваний предмет, як Управлінський облік (Стратегічний управлінський облік) є вибірковою дисципліною, що викладається, як правило на останньому курсі бакалаврату або під час підготовки магістрів з обліку і аудиту, фінансів та менеджменту.

Після вивчення дисципліни «Управлінський облік», майбутній спеціаліст повинен володіти спеціальними вміннями та знаннями, достатніми для виконання професійних завдань і обов'язків інноваційного характеру певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад на підприємствах. Оцінка та контроль ефективності діяльності, формування інформаційного поля, зниження суб'єктивності в процесі прийняття виважених управлінських рішень, визначення стратегії та планування майбутніх дій системи – це далеко не повний перелік вмінь, що повинен надати управлінський облік як навчальна дисципліна у підготовці фахівців з бухгалтерського обліку, які здійснюватимуть подальшу перебудову системи обліку і звітності на засадах міжнародних стандартів та з урахуванням загальноєвропейських традицій. Випускники економічних вищих навчальних закладів мають досконало володіти категоріями економічної науки та чітко орієнтуватися в соціально-економічних змінах, що відбуваються на національному та глобальному рівнях. Наявність відповідної теоре-

тичної основи з управлінського обліку і практичного досвіду його застосування вітчизняними і зарубіжними підприємствами підвищить ефективність викладання і засвоєння студентами предмету.

Часто розробником є викладач, який викладає дисципліну, має теоретичні знання і не має виробничого досвіду. Тому виникають непорозуміння між кандидатом на посаду та роботодавцем, тому, що останній фактично вимушений навчати спеціаліста специфіки діяльності з самого початку.

Існують певні особливості викладання досвідченим спеціалістам. Воно базується на різному професійному та життєвому минулому досвіді, на знаннях, умінні, навиках, що повинні бути застосовані в процесі навчання. Оскільки персонал та керівництво підприємства складають дорослі люди, то навчання повинно здійснюватися з урахуванням їх вікової, соціально-психологічної, національної та інших особливостей. Управлінець як студент – є сформованою особистістю, що ставить перед собою конкретну мету навчання, прагне до самостійності, самореалізації, самоуправління, він прагне як найшвидше застосувати отримані від навчання знання та вміння.

Тому, повинно бути здійснено переорієнтацію процесу навчання з інформативної форми на активно-пізнавальну та індивідуально-диференційовану, з одночасним впровадженням отриманих знань у практичну діяльність. Це має бути спрямовано на підтримку та удосконалення розвитку особистості управлінця як лідера.

При викладанні управлінського обліку, слід збагнути об'єктивну необхідність врахування проблеми нової філософії професійної освіти, феноменів еліти і лідерства, гуманітарні та культурологічні аспекти керівників-лідерів та соціально-психологічні особливості управлінської діяльності.

У Польських навчальних закладах активно використовується різні технології та підходи до викладання дисциплін, які

основуються на передових методах та практичному застосуванні:

Коучинг – це система реалізації спільного соціального, особистісного й творчого потенціалу учасників процесу розвитку з метою одержання максимально можливого ефективного результату, ставка на реалізацію потенціалу самого студента. Коучинг сфокусований на досягненні чітко визначених цілей замість загального розвитку.

Тьюторинг – tutoring (точного аналога в українській мові не має. Навчання, викладання, консультування, наставництво, перевірка та рецензування контрольних робіт, організація групових занять – сукупність функцій, які виконуються тьютором). Тьютор (англ. Tutor - наставник) – історично сформована особлива педагогічна посада. Тьютор забезпечує розробку індивідуальних освітніх програм студентів та супроводжує процес індивідуалізації та індивідуального освіти в вузі, в системах додаткової освіти.

Менторинг – один з методів навчання і розвитку студента, при якому більш досвідчений студент або викладач (ментор) ділиться наявними знаннями зі своїми протеже протягом певного часу.

Фасилітація – це організація в групі процесу колективного розв'язання проблем, відповідно керує цим процесом – фасилітатор (ведучий, головуючий). Треба мати на увазі, що «головуючий» – це назва формальної ролі, а «фасилітатор» – характеристика змісту діяльності. Головуючий не є фасилітатором, якщо не організовує ефективного обговорення проблеми і не сприяє її розв'язанню групою. Фасилітатором може бути незалежна «третя сторона», запрошена сторонами для «раціоналізації» процесу досягнення домовленості, або один із членів групи, який бере на себе відповідну «командну роль», нарешті, у формально структурованій групі цю функцію має за потреби виконувати керівник.

Такі методи роз'яснюють вимоги до педагогічного складу університету і стимулюють їх до саморозвитку та вдосконалення, а та-

кож, пояснюють студентам що такі методи спрямовані на розвиток їх особистості.

Про це докладно описано в матеріалах WEB-сторінок кожного університету в Польщі.

З іншої сторони, методи та підходи, які найчастіше використовуються у вітчизняних університетах наступні: виховний, освітній, контролюючий, розвиваючий.

Лише під час створення навчальних програм описано вимоги до студентів, що студент має знати, вміти та інше. Студент практично не має можливості отримати навіть ці дані. Тому не розуміє власних перспектив.

Стосовно вимог до викладача, то це регламентовано документами МОН України, що стимулює лише до наукової діяльності і через цей спосіб реалізовувати себе. Викладач повинен сам собі вигадувати стимул для додаткового розвитку.

Можна припустити, що саме через відсутність першочергового ставлення до студентів з боку ВНЗ України, постанову їх в центр навчального процесу, вони обирають альтернативні способи навчання або обирають навчання у Європейських ВНЗ.

Отже, в економіці України існує потреба у спеціалістах з управлінського обліку, тому вищим навчальним закладам треба зосередити увагу на задоволенні такої потреби.

Виділено особливості організації навчального процесу для студента та викладача дисципліни, що включає в себе обов'язкову виробничу практику для кращого розуміння виробничих процесів та джерел первинної інформації для прийняття управлінського рішення.

На основі проведеного дослідження автор пропонує імплементацію важливих аспектів західних підходів до викладання курсу у вищі навчальні заклади України.

### Література:

1. Мних Є.В. Проблеми професійної підготовки спеціалістів з обліку і аудиту в умовах інтеграції європейської освіти// Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №5. – С.25-27
2. Артюшина М. Формування готовності викладача вищої школи до інноваційної діяльності в освіті. Вісник Львівського університету. – № 25 – 2009.
3. Демідов Д. В. Моделювання технології організації навчального процесу у педагогічних університетах. – Репозиторий Луганского университета имени Тараса Шевченко – 2009.
4. Карпенко О.В. Управлінський облік: методика викладання у вищій школі. – Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 244 с
5. Кононова І. В. Аналіз підходів до управління підприємством у сучасних умовах / І. В. Кононова // Прометей . – 2013. – № 1. – С. 146-151.
6. Литовченко І. В., Єрмоленко О. О. Сучасний стан наукової діяльності в Україні: проблеми та перспективи її розвитку. – ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – 2016.
7. Горинь Я. О. Управління конкурентоспроможністю освітніх послуг у сфері вищої освіти України. – Львів – 2016.
8. Ящук Т.А. Особливості функціонування ринку освітніх послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.udpu.org.ua>

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

---

**Янюк Е. Н.**

Ставропольский государственный аграрный университет

---

**Ключевые слова:** коммерческий банк, кредитная политика, банковская система, кредитование, национальная экономика.

Для современной банковской системы Российской Федерации характерна некоторая стабилизация и умеренное развитие после прошедших кризисов. Банки стали более ответственно подходить к оценке и анализу всех факторов риска. Потенциальные клиенты банков (физические и юридические лица) также более избирательно стали относиться к выбору обслуживающей их кредитной организации. Данная ситуация обуславливает актуальность вопроса формирования оптимальной кредитной политики банка в России.

На современном этапе развития коммерческие банки представляют собой многофункциональные кредитные организации, оказывающие своим клиентам широкий спектр банковских услуг. Являясь активными участниками фондового и валютного рынков, банки в условиях жесткой конкуренции, помимо традиционных услуг, предлагают потенциальным потребителям качественно новые продукты, которые постоянно совершенствуются по мере развития научно-технического прогресса. Однако, несмотря на всю привлекательность таких нововведений, коммерческие банки всегда будут выполнять свою основную функцию – кредитование.

Успешное функционирование любого коммерческого банка во многом зависит от грамотно разработанной кредитной политики. Кредитная политика банка является совокупностью его стратегии и тактики в сфере кредитования. Это документ, учитывающий текущее экономическое положение банка и включающий два основных элемента: этапы кредитования

и регламентируемые параметры и процедуры. Кредитная политика определяет основы кредитной деятельности коммерческого банка, основные направления и цели кредитования, в ней отражаются ключевые подходы к кредитованию и требования, предъявляемые к заемщику.

Необходимо отметить, что при разработке и совершенствовании кредитной политики важно осознавать отличия между процедурами и самой политикой. Политика определяет основополагающие принципы, а процедуры являются ее регуляторами.

В процессе разработки кредитной политики специалистами банка должны быть охвачены все стадии кредитного процесса, должны быть определены правила и стандарты, которыми обязаны руководствоваться сотрудники в процессе предоставления кредита. Таким образом, можно сказать, что кредитная политика является фундаментом организации процесса кредитования любого банка.

Кредитная политика коммерческого банка должна отражать следующие аспекты деятельности:

- критерии и стандарты работы сотрудников кредитной организации;
- принципы контроля за работой службы аудита;
- критерии оценки качества управления кредитованием и другие.

Каждая кредитная организация разрабатывает собственную кредитную политику, которая соответствует именно его потребностям. В первую очередь, кредитная политика направлена на помощь со-

трудникам в принятии правильных решений в затруднительных ситуациях.

В связи с изменениями в экономической, политической, социальной и иных сферах жизни государства актуальность кредитной политики может постепенно снижаться. Поэтому руководству любой кредитной организации необходимо периодически ее пересматривать и совершенствовать, учитывая реальное положение дел. Необходимо отметить, что для наибольшей эффективности и максимального одобрения кредитной политики со стороны персонала следует осуществлять всесторонний анализ и оценку информации, полученной от всех структурных подразделений банка.

Кредитная политика формируется руководством банка, как правило, на один календарный год и содержит основные аспекты:

- порядок процесса кредитования (включая необходимые документы);
- направления деятельности кредитной организации на текущий и последующий периоды (включая обязательные нормативы и лимиты).

Важной отличительной особенностью кредитной политики коммерческого банка является то, что она непосредственно связана с движением кредита, причем движением двух видов: заем и ссуда. Как кредитная, так и депозитная политика являются сторонами одного процесса, имея единую кредитную основу. Они ставят перед собой единую цель – получение максимального уровня доходов банка, сохранив финансовую устойчивость и стабильность.

В связи с этим при оценке кредитной политики также необходимо учитывать и депозитную политику. В противном случае могут возникнуть проблемы при обосновании целей и приоритетов, так как на уровне управления процессом кредитования в банке, кредитная политика (выдача ссуды) и депозитная политика (привлечение вкладов на возвратной основе), есть две стороны единого процесса – движение ссуженной стоимости.

Важным моментом при определении сущности кредитной политики является необходимость отражения ее связи с банковской политикой. Рассматривая кредитные организации, банковская политика является обобщающим понятием, которое включает в себя совокупность следующих элементов: кредитная, процентная, валютная, депозитная политика и другие. Поэтому при разработке и изменении кредитной политики банка необходимо учитывать все элементы банковской политики.

Сущность кредитной политики банка также необходимо рассматривать и с позиции осуществляемых ею функций, как общих, так и специфических.

Общие функции присущи для множества элементов банковской политики, к ним относятся:

- коммерческая - извлечение прибыли;
- стимулирующая - стимулирует накопление и рациональное использование свободных финансовых ресурсов;
- контрольная - контроль за привлечением и распределением финансовых ресурсов.

Специфические функции выделяют кредитную политику из всех элементов банковской политики в отдельную категорию. В современной экономической литературе на данный момент выделяют только одну функцию – оптимизация кредитного процесса, которая необходима для достижения главной цели деятельности любого коммерческого банка.

Таким образом, при анализе кредитной политики банка необходимо рассматривать ее с двух позиций: с одной стороны, как элемент банковской политики (макроэкономический уровень); с другой стороны, как политику конкретного банка (микроэкономический уровень). Ее основное назначение заключается в совершенствовании деятельности банка в сфере аккумуляции финансовых ресурсов и их инвестирования. Кредитная политика направлена на оптимизацию отношений между банком и его потенциальными клиентами.

**Список литературы:**

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» N 395-1 от 02.12.1990 (ред. от 03.07.2016).
2. Белоглазова Г. Н. Деньги, кредит, банки. Учебник / Под ред. Белоглазовой Г. Н.. – М.: Высшее образование, 2012. – 267 с.
3. Молчанов А.В. Коммерческий банк в современной России: Теория и практика. – М.: Финансы и статистика, 2014 г. – 289 с.



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ПРОИЗВОДНОЙ В ЭКОНОМИКЕ

**Жиленко Екатерина Дмитриевна**

Студентка 1 курса группы ФК-11 экономического факультета Стерлитамакский Филиал Башкирского Государственного Университета

Научный руководитель: к.ф.-м.н. доцент кафедры математического анализа факультета математики и информационных технологий Стерлитамакский Филиал Башкирского Государственного Университета **Сабитова Ю.К**

Современный экономист должен хорошо владеть количественными методами анализа. К такому выводу нетрудно прийти практически с самого начала изучения экономической теории. При этом важны как знания традиционных математических курсов, так и знания, необходимые непосредственно в практической экономике и экономических исследованиях.

Рассмотрим экономический смысл производной.

Издержки производства  $y$  будем рассматривать как функцию количества выпускаемой продукции  $x$ . Пусть  $\Delta x$  – прирост продукции, тогда  $\Delta y$  – приращение издержек производства и  $\frac{\Delta y}{\Delta x}$  – среднее приращение издержек производства на единицу продукции.

Производная  $y' = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x}$  выражает приближенно дополнительные затраты на производство единицы дополнительной продукции.

Предельные издержки зависят от уровня производства, т.е. количества выпускаемой продукции –  $x$  и определяются не постоянными производственными затратами, а лишь переменными, на сырьё, топливо и т.п. Так же могут быть определены предельная выручка, предельный доход, предельный продукт, предельная полезность, предельная производительность и другие предельные величины.

Понятие предельных издержек может быть использовано при определении оптимального для производителя выпуска продукции при известной ее цене.

Пусть при производстве  $x$  единиц продукции издержки составляют  $y = f'(x)$  денежных единиц. При увеличении выпуска продукции на  $\Delta x$  единиц издержки производства возрастут на  $\Delta y$  денежных единиц, а стоимость реализованной продукции по цене  $p$  на  $p\Delta x$  денежных единиц. Увеличивать производство продукции экономически оправдано, если  $\Delta y \leq p\Delta x$ . Сокращать выпуск продукции на величину  $\Delta x$  имеет смысл, когда снижение стоимости  $p\Delta x$ , то есть  $\Delta y/p\Delta x$ . Приведенным неравенства одновременно удовлетворяет значение  $\Delta y/\Delta x = p$ . Если  $\Delta x$  мало по сравнению с  $x$ , а теоретически при  $\Delta x \rightarrow 0$ , то  $\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = p$ , то есть оптимальный для производителя выпуск продукции такой, при которой предельные издержки равны ее цене.

Рассмотрим в качестве примера соотношения между средним и предельным доходами в условиях монопольного и конкурентного рынков.

Суммарный доход (выручку) от реализации продукции  $r$  можно определить как произведенные цены единицы продукции  $p$  на ее количество  $q$ , т.е.  $r = pq$ .

В условиях монополии одна или несколько фирм полностью контролируют предложение определённой продукции, а следовательно, их цены. При этом, как правило, с увеличением цены спрос на продукцию падает. Будем полагать, что это происходит в

линейно убывающей функции  $p = aq + b$ , где  $a < 0, b > 0$ . Тогда суммарный доход от реализованной продукции составит

$r = (aq + b) q = aq^2 + bq$ . В этом случае средний доход на единицу продукции

$r_{cp} = \frac{r}{q} = aq + b$ , а предельный доход, то есть дополнительный доход от реализации

единицы дополнительной продукции, составит  $r'_{cp} = 2aq + b$ .

Следовательно, в условиях монопольного рынка с ростом количества реализованной продукции предельный доход снижается, что приводит к уменьшению среднего дохода.

Задача № 1. Определить выпуск и цену, максимизирующие прибыль и выручку монополиста, а также размер максимальной прибыли, если функция общих затрат имеет вид:  $TC = 200 + 60Q + 1,5Q^2$ . Функция спроса на продукцию монополии:  $Q = 240 - 2P$ .

Решение. Условие максимизации прибыли монополии  $MC = MR$ .

$$MC = TC'(Q) = 60 + 3Q$$

$$MR = TR'(Q) = (P \cdot Q)' = ((120 - 0,5Q)Q)' = (120 - 0,5Q^2)' = 120 - Q.$$

Тогда:  $60 + 3Q = 120 - Q$ , следовательно максимизирующий прибыль монополии объем продаж  $Q = 15; P = 120 - 0,5 \cdot 15 = 112,5$  ден. ед.

Условие максимизации выручки монополии:  $MR = 0$ . Тогда:  $120 - Q = 0$ ;

$$Q = 120 \text{ ед.}; P = 60 \text{ ден. ед.}$$

$$\Pi_{\max} = TR - TC = 15 \cdot 112,5 - (200 + 60 \cdot 15 + 1,5 \cdot 15^2) = 250 \text{ ден. ед.}$$

Задача № 2. Функция издержек имеет вид  $C(x) = 100 + \frac{1}{2}x^2$ , а доход при производстве

$x$  единиц товара определяется следующим образом:

$$D(x) = \begin{cases} 4000x, & \text{если } x < 100 \\ 4000(100 + \sqrt{x - 100}), & \text{если } x > 100 \end{cases}$$

Определить оптимальное для производителя значения выпуска  $x_{opt}$ .

Решение. Функция прибыли имеет вид

$$P(x) = \begin{cases} -100 + 400x - \frac{1}{2}x^2, & \text{если } x < 100 \\ 399900 + 400\sqrt{x - 100} - \frac{1}{2}x^2, & \text{если } x > 100 \end{cases}$$

Найдём производную функции прибыли

$$P'(x) = \begin{cases} 4000 - 2x, & \text{если } x < 1000 \\ \frac{2000}{\sqrt{x-100}} - x, & \text{если } x > 100 \end{cases}$$

Очевидно, что  $P'(x) > 0$  при  $x < 0, > 0$  при  $x < 0$ , поэтому наибольшее значение прибыли на отрезке  $[0; 100]$  равно  $P(100) = 399900$ . Найдём теперь наибольшее значение

прибыли на интервале  $(100; +\infty)$ . Имеется одна критическая точка  $x = 200$ . При этом

$P'(x) > 0$  при  $100 < x < 200$  и  $P'(x) < 0$  при  $x > 200$ , т. е.  $x = 200$  –  
максимальное значение  $P(x)$  на интервале  $(100; +\infty)$ .

$P(200) = 419900 > P(100)$ , таким образом,  $x_{\text{опт}} = 200$  (ед.)

### Список литературы

1. Кремер Н.Ш., Высшая математика для экономических специальностей: учебник и практикум / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путко, И.М. Тришин: под ред. Н.Ш. Кремера. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2010. – 909с.

## ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ПРИМЕРЕ САО «ВСК»

Уруджова Л. Б. Доронин Б. А.

д.э.н., профессор

Ставропольский государственный аграрный университет

**Ключевые слова:** страхование, страхование имущества, страховой рынок, страховые продукты, страховая премия, недвижимое имущество, договор страхования, страховой случай, страховые выплаты.

**Keywords:** insurance, property insurance, insurance market, insurance products, insurance premium, real estate, insurance policy, insurance case, insurance payment.

В сегменте страхования имущества физических лиц ВСК занимает 5 строчку в рейтинге по объему собранной премии с суммой взносов в 2,5 млрд. руб. Темп прироста составил 11,7%. Доля рынка 5,8%. [3]

Значительную долю в структуре портфеля по страхованию имущества физических лиц (рис. 2) занимает недвижимое имущество (77%). Исходя из этого, Компания представляет широкий перечень страховых продуктов, направленных на комплексное страхование недвижимого имущества, включая домашнее имущество, оборудование, отделку и конструктивные элементы.

Направление страхования имущества и ответственности физических лиц в оче-

редной раз показало значительный темп развития 11,7% (обогнав рынок более чем на 25,7%), сохраняя высокие показатели маржинальности и рентабельности страхового портфеля, как в целом, так и по отдельным продуктовым группам.

На основе данных таблицы 1 мы видим, что объем поступлений превышает размер выплат, что говорит о финансовой эффективности данного вида страхования. Коэффициент выплат за рассматриваемый период снизился почти на 4% и составил 15,2%.

На основе данных таблицы 2 мы видим, что количество новых договоров имущественного страхования за рассматриваемый период увеличилось почти в 2 раза.

**Таблица 1**

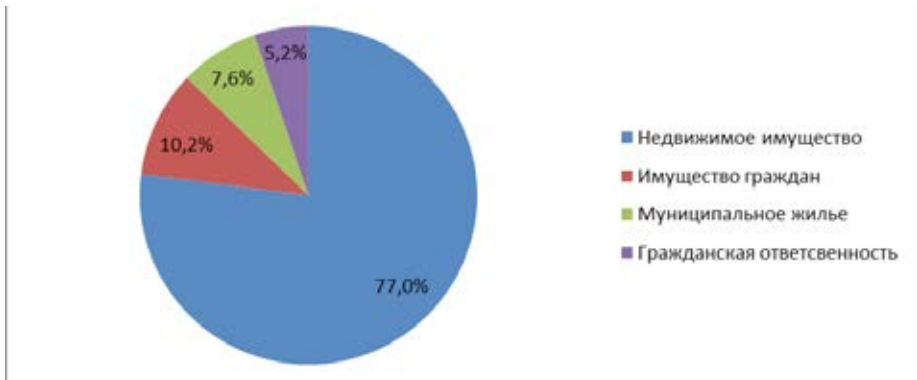
Динамика развития имущественного страхования физических лиц

	2013	2014	2015
Поступления (млн. руб.)	1 784,0	2 229,7	2 533,5
Выплаты (млн. руб.)	350,2	325,8	385,8
Коэффициент выплат, %	19,6	14,6	15,2

**Таблица 2**

Динамика количества договоров страхования имущества физических лиц

Показатели	2013	2014	2015
Действовавших договоров страхования, шт.	641 811	833 054	993 302
Заклученных (новых) договоров страхования, шт.	477 875	675 792	828 542
Заявленных страховых случаев, шт.	5 204	3 815	5 126
Урегулированных страховых случаев, шт.	4 248	3 734	4 871
Отказов в страховой выплате, шт.	39	153	406



**Рисунок 2** – Структура портфеля по страхованию имущества и ответственности граждан (исключая КАСКО и ОСАГО)

Это указывает как на активное развитие данного страхования на страховом рынке, так и на перспективное развитие имущественного страхования на уровне страховой компании. Однако значительное увеличение отказов в страховой выплате по данному виду страхования может привести к потере значительной части клиентов. [2] В данном случае сложно установить факторы увеличения этого показателя в 10 раз. Причинами могут быть как неграмотность граждан в области страхования, мошенничество со стороны физических лиц, так и стремление компании сохранить имеющиеся финансовые ресурсы.

Таким образом, активное развитие продуктовой линейки позволило увеличить присутствие Компании в регионах и укрепить ее позиции на рынке имущественного страхования граждан. Компания про-

должает входить в 5 лучших страховых компаний по страхованию имущества физических лиц, демонстрируя объем сборов свыше 2,5 млрд. руб. Для поддержания динамичного развития данного направления страхования с 2015 года Компания активно переориентирует свою продуктовую линейку, разрабатывая «адресные» страховые решения, реализуемые в различных сегментах рынка на различных каналах продаж.

#### Литература:

1. Ахвледиани, Ю. Т. Страхование: учебник / Ю. Т. Ахвледиани. – М: Юнити-Дана, 2015. - 567 С.
2. Воронина, А. В. Актуальные вопросы страхования имущества физических лиц / А. В. Воронина // Сборник трудов по результатам работы IV Международной научно-практической студенческой конференции. – 2016. – С. 13-15.
3. Годовой отчет 2015 САО «ВСК». – Режим доступа: [http://www.vsk.ru/about/today/financial\\_report/#?top](http://www.vsk.ru/about/today/financial_report/#?top) (13.04.2017).

## СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ МЕТОДОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

---

**Зелена М. І.**

старший викладач кафедри управління персоналом і економіки праці  
Хмельницький національний університет м. Хмельницький, Україна

---

**Ключові слова:** знання, система, системний підхід, мислення, економічні дослідження.

За сучасних умов розвитку суспільства відбувається небачений прогрес знання, який призвів до відкриття і накопичення множини нових фактів, відомостей з різних областей життя та разом з тим поставив людство перед необхідністю їхньої систематизації. Однозначного тлумачення поняття системи досі не встановлено, однак в найбільш загальному вигляді під системою розуміється сукупність взаємопов'язаних елементів, що утворюють певну цілісність чи деяку єдність.

Вивчення об'єктів і явищ як систем викликало формування нового підходу в науці – системного підходу. Системний підхід як загально методичний принцип використовується в різних галузях науки і діяльності людини, зокрема і в економічних дослідженнях. Гносеологічною основою системного підходу вважається загальна теорія систем запропонована австралійським біологом Л. Берталанфі. Основною рисою системного підходу є те, що він виступає певною формою методологічного знання, пов'язаного з дослідженням і створенням об'єктів як систем, і відноситься тільки до систем. Для системного підходу притаманне також ієрархічність пізнання, що вимагає багаторівневого вивчення предмета: вивчення самого предмета – «власний» рівень; вивчення цього ж предмета як елемента більш широкої системи – «вищестоящий» рівень; вивчення цього предмета в співвідношенні зі складовими даного предмету елементами – «нижчий» рівень. Системний підхід вимагає розглядати пробле-

му не ізольовано, а в єдності зв'язків з навколишнім середовищем, осягати сутність кожного зв'язку та окремого елемента, проводити асоціації між загальними та особистими цілями [1, с. 24].

З урахуванням вищезазначеного під системних підходом на сучасному етапі розвитку науки слід розуміти підхід до дослідження об'єкта (проблеми, явища, процесу) як до системи, в якій виділені елементи, внутрішні і зовнішні зв'язки, які найбільш істотним чином впливають на досліджувані результати його функціонування, а цілі кожного з елементів, виходять із загального призначення об'єкту.

Для сучасних економічних досліджень значення системного підходу полягає в тому, що менеджери можуть простіше погоджувати свою конкретну роботу з роботою підприємства в цілому, якщо вони розуміють систему і свою роль в ній. Це особливо важливо для генерального директора, тому що системний підхід стимулює його підтримувати необхідну рівновагу між потребами окремих підрозділів і цілями всієї організації. Системний підхід допомагає встановити причини прийняття неефективних рішень, а також надає засоби та технічні прийоми для поліпшення планування і контролю [2, с. 14].

Разом з тим, сучасний керівник повинен володіти системним мисленням, зокрема: повинен сприймати, переробляти і систематизувати величезний обсяг інформації і знань, які необхідні для прийняття управлінських рішень; керівнику необхідна системна методологія, за допомогою якої він

міг би співвідносити одні напрямки діяльності своєї організації з іншим, не допускаючи квазіоптимізації управлінських рішень; системний підхід в управлінні дозволяє керівнику більш продуктивно реалізовувати свої основні функції [3, с. 105].

Позитивним аспектом застосування системного мислення є сприяння його до розвитку нових уявлень про організацію, а також забезпечення розробки корисних математичних засобів і прийомів, що значно полегшують прийняття управлінських рішень, використання більш досконалих систем планування і контролю [2, с. 18].

Незважаючи на всі позитивні результати, системне мислення все ще не виконало своє найважливіше призначення. Твердження, що воно дозволить застосувати сучасний науковий метод до управління, все ще не реалізовано. Це відбувається частково тому, що великомасштабні системи дуже складні. Проте, системний

підхід дає можливість глибше зрозуміти, як працює підприємство.

Таким чином, системний підхід дозволяє нам комплексно оцінити будь-яку виробничо-господарську діяльність і діяльність системи управління на рівні конкретних характеристик. Такий підхід в економічних дослідженнях допоможе аналізувати будь-яку ситуацію в межах окремо взятої системи, виявити характер проблем входу, процесу і виходу. Застосування системного підходу дозволяє найкращим чином організувати процес прийняття рішень на всіх рівнях в системі управління.

#### **Література:**

1. Цехмістрова Г.С. Основи наукових досліджень: навч. Посібник. — Київ: Видавничий Дім «Слово», 2003.— 240 с.
2. Горкіна Л.П., Чумаченко М.Г. Перерваний поступ: віхи історії економічної науки в Україні. — Актуальні проблеми економіки №4, 2008. С.12-28.
3. Шейко В.М., Кушнарєнко Н.М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: Підручник. — К.: Знання, 2003. — 295 с.

## EFEKTYWNE METODY PRACY W SĄDACH REJONOWYCH

---

**Szuler Grażyna**

student

promotor **Okulicz-Kozaryn Walery**

Dr.hab, MBA, profesor Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie

**Ключевые слова:** sąd, sąd rejonow, efektywne metody pracy

Podjęte badania pozwoliły na udowodnienie, czy w Sądzie Rejonowym Radomsku nowy model zarządzania i ogólna modernizacja sądu stały się motywatorem do lepszej bardziej efektywnej pracy, a także czy obowiązujący system wynagrodzeń jest zadawalający i sprawiedliwy, a może wymaga zmian, w szczególności zmiana tabeli wynagrodzeń zasadniczych aby nie doszło do dysproporcji płacowych wśród pracowników sądowych.

Założenia postawione w hipotezie wstępnej są następujące: Nowe efektywne metody pracy w Sądzie Rejonowym są wykorzystywane w pełni.

W celu analizy efektywności metod pracy w Sądzie Rejonowym w Radomsku została przeprowadzona ankieta wśród 70 ankietowanych. Ankieta przeprowadzona została w grudniu 2016 roku. Głównym celem badania było sprawdzenie efektywności i motywacji do pracy pracowników na podstawie zmian modernizacyjnych i innowacyjnych wprowadzonych w Sądzie Rejonowym.

Wyniki badania okazały się, że wynagrodzenie nie jest adekwatne do posiadanych kwalifikacji i wykonywanej pracy.

Jednocześnie badanie wykazało, że warunki hipotezę badawczą w Sadzie Rejonowym, nie są wykonywane.



---

## NABÓR PRACOWNIKÓW ORAZ METODY SELEKCJI W JEDNOSTCE SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

---

**Drab Katarzyna**

student

promotor **Okulicz-Kozaryn Walery**

Dr.hab, MBA, profesor Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie

**Ключевые слова:** nabór pracowników, metody selekcji, samorząd terytorialny

Celem pracy jest uporządkowanie pojęć naboru oraz metod selekcji, a także analiza obecnego systemu skierowana na polepszenie efektywności rekrutacji. Do rozwiązania wskazanego problemu posłużyła ankieta. Była ona dedykowana pracownikom Starostwa Powiatowego zatrudnionym w latach : 2010-2016.

W niniejszej pracy zostały wykorzystane publikacje z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi oraz obrazujące problematykę naboru i selekcji w przedsiębiorstwach. Źródłem informacji były także dokumenty z biura wydziału Organizacyjno – Prawnego i Nadzoru oraz wiedza pracowników Starostwa Powiatowego i obserwacje własne autorki.

Niestety jest wiele elementów procesu naboru oraz selekcji, które osobiście chciałabym zmienić. Pierwszorzędną zmianą, jaką zaprowadziłabym to zmieniłabym komisję rekrutacyjną oraz miejsce przeprowadzania naboru. Do tej pory komisja składa się wyłącznie z pracowników Starostwa i odbywa się w budynku Starostwa Powiatowego. Według mnie nabór powinien odbywać się przed czteroosobową komisją składającą się z dwóch pracowników urzędu wojewódzkiego, którzy posiada wiedzę z zakresu, który jest wymagany w danym naborze, Starosty oraz Naczelnika wydziału, do którego jest przeprowadzany nabór na sali konferencyjnej Starostwa.

Następną zmianą, którą wprowadziłabym, to zwiększyłabym ilość pytań w piśmie kwalifikacyjnym z 10 do 25 oraz zwiększyłabym minimum punktowe do zakwalifikowania się do kolejnego etapu konkursu z 60% do 80%, a w przypadku braku osób z wynikiem 80% ewentualność obniżenia do 70%, aby do następnych etapów przeszli naprawdę ci najlepsi, posiadający dużą wiedzę. Myślę, że w dużym stopniu także skróciłoby to czas trwania konkursy, gdyż do następnych etapów przeszłaby mniejsza ilość kandydatów.

Kolejną zmianę jaką zastosowałabym to ściślej sprecyzowałabym niezbędne wykształcenie. W każdym ogłoszeniu o naborze wskazałabym konkretny kierunek wykształcenia, który musi posiadać kandydat biorący udział w naborze z zaznaczeniem, że chodzi o wykształcenie wyższe magisterskie. W dużym stopniu zmniejszyłoby to ilość osób ubiegających się o dane stanowisko oraz usprawniłoby to proces naboru. W rezultacie zatrudnione byłyby tylko osoby posiadający odpowiednio wykształcenie, a nie jak się w tej chwili często zdarza w trakcie uzupełniania wymaganego wykształcenia.

Zmianą, którą także bym wprowadziła to zwiększyłabym ilość miejsc, w których są umieszczane ogłoszenia o naborze na wolne stanowisko. Moim zdaniem powinno być także zamieszczane na stronie internetowej z ogłoszeniami Powiatowego Urzędu Pracy oraz w gazecie regionalnej, aby większa liczba osób poszukujących pracy

mogła się o naborze dowiedzieć.

Ostatnią zmianą, która bym zaproponowała to termin ogłaszania wyników naboru. Obecnie komisja konkursowa typuje pięciu najlepszych kandydatów, spośród których Starosta wybiera jedną osobę, z którą podpisana zostaje umowa. Według mnie nabór powinna wygrać osoba posiadająca jednogłośnie największą liczbę uzyskanych punktów i decyzja o wytypowaniu takiej osoby do podpisania umowy powinna być ogłoszona przez komisję konkursową.



