

## Investment activity and stock markets

Гузенко О. П., Власенко Д. М., Шаталов Є. В. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ .....	56
---	----

## Human resources management

Турчаева И.Н., Озерных Л.О. К ВОПРОСУ ОБ ОТРАЖЕНИИ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ТРУДОВЫХ РЕСУРСАХ В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ .....	59
Лебедева И.Ю., Прыгунова Т.С. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	63
Дідур К.М. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	70
Альжанова А.З. КӘСПОРЫНДА ЕҢБЕК НӘТИЖЕЛЕРІНЖАҚСARTU БАҒЫТТАРЫ.....	74

## Marketing and management

Рыбалкина З.М. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТОМ .....	79
Погудіна О.О., Зюкова І.О.ТЕХНОЛОГІЇ ПАРТИЗАНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. ....	82
НАМЕТОВА Г.А. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ БИЗНЕСОМ .....	85
Паламарчук В.В., Зюкова І.О. СУТНІСТЬ ІМІДЖУ ТА АЛГОРИТМ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	90
Донченко Л.М., Данилова О.А., Лебедева О.А., Чернишова В. МОТИВАЦІЯ ЯК РУШІЙНИЙ АПАРАТ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ КОРИСНОЇ ЦІЛІ.....	93
Шульга К.О., Зюкова І.О. МАРКЕТИНГ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	96

# MATERIALS

## OF THE XII INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

## FUNDAMENTAL AND APPLIED SCIENCE - 2016

OCTOBER 30 - NOVEMBER 7, 2016

VOLUME 1

ECONOMIC SCIENCE

SHEFFIELD

SCIENCE AND EDUCATION LTD

2016

SCIENCE AND EDUCATION LTD

Registered in ENGLAND & WALES

Registered Number: 08878342

OFFICE 1, VELOCITY TOWER, 10 ST. MARY'S GATE, SHEFFIELD, S  
YORKSHIRE, ENGLAND, S1 4LR

Materials of the XII International scientific and practical  
conference Fundamental and applied science - 2016 .

Volume 1. Economic science. Sheffield. Science and education  
LTD - 100 стр.

Editor: Michael Wilson

Manager: William Jones

Technical worker: Daniel Brown

Materials of the XII International scientific and practical conference,  
«Fundamental and applied science 2016», October 30 - November 7, 2016  
on Economic science.

For students, research workers.

ISBN 978-966-8736-05-6

© Authors, 2016

© SCIENCE AND EDUCATION LTD, 2016

## CONTENTS

### ECONOMIC SCIENCE

#### Banks and the banking system

<b>Alisheva D. E.</b> EXTERNAL RISKS OF KAZAKHSTAN BANKS .....	3
<b>Маркелова М.А.</b> НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК - ПРОВОДНИК ДЕНЕЖНО- КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН.....	8
<b>Джарикбаева Д.Т.</b> НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН, КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ЛИКВИДНОСТИ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ.....	12

#### Foreign economic activity

<b>Подоляк В.Р.</b> ОСНОВНІ ФАКТОРИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РЕПУТАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ .....	19
<b>Парфененко М.М., Левченко С.В., Рябова К.І., Коваленко О.М.</b> ФАКТОРИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	23
<b>Анаєва А.О., Коваленко О.М., Станіславик О.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ .....	27
<b>Залесский Б.Л.</b> БЕЛАРУСЬ - МОЛДОВА: НОВЫЕ СТУПЕНИ КООПЕРАЦИИ .....	31
<b>Козуб В.О., Решетниченко Н.С.</b> НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ .....	34

#### Financial relations

<b>Михайличенко Н.М., Мірошніченко О.О.</b> ПРОБЛЕМИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА БІРЖІ FOREX В УМОВАХ УКРАЇНИ.....	37
<b>Полторак А.С., Щербак М.М.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕВІРКИ КОНТРАГЕНТІВ ЯК ЗАСОБУ ЗМЕНШЕННЯ ПОДАТКОВОГО РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	40
<b>Силка Д.Н., Мартынова Н.И.</b> АНАЛИЗ НЕРАСКРЫТОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ В РАЗРЕЗЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧАСТИЯ .....	43
<b>Карпенко С.В.</b> ПОСОБИЯ ПО НЕТРУДОСПОСОБНОСТИ ПО КЗОТ 1918 Г. — ПРАВО БЕЗ ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ.....	53

2. Гаркуша М. С. Особенности формирования благоприятного имиджа благотворительной организации // Молодой ученый. — 2012. — №4. — С. 110-115.



## ECONOMIC SCIENCE

### Banks and the banking system

**Alisheva D. E.**

*"NARXOZ" University, Kazakhstan*

#### EXTERNAL RISKS OF KAZAKHSTAN BANKS

##### Introduction

In recent years a lot of work on improvement of the legislation regulating banking activities and reformatting the Kazakh banking market have been held in Kazakhstan, many Kazakh banks have changed their owners and have had large-scale restructuring.

As noted by the authors of the "Top 10 fastest growing banks in Kazakhstan," in these circumstances "willingness to experiment and the ability to look at the classic banking products in a new way, to expand the range of services, to increase the speed, mobility and quality of service" are getting particularly important [1]

That is, the readiness for the implementation of management innovations is becoming the most important competitive advantage of the bank. In particular, traditional approaches to risk management is getting absolutely insufficient to ensure the competitiveness of the bank.

As shown by a survey conducted by us of managers who have worked in the field of risk management in Kazakhstan banks, the content of the matrix of credit, operational and market risks of Kazakh banks is rapidly changing; mutual influence (synergy) of the various risk factors is becoming more complex and meaningful, both within the individual bank, and on the scale of the national banking system. The role of political and global risks increases dramatically. This publication is devoted to these two types of Kazakh banks' risks

1.

Standard & Poor 's Ratings Services assigns to Kazakhstan banking sector a rating at the level of BBB + / Stable / A-2 in 2013 to BBB / Negative / A-2 in 2016 [2].

Banking Industry Country Risk Assessment (BICRA) considers the level of industry risks of the banking system of Kazakhstan is "very high". (Depending on the level of risk BICRA identifies ten groups - from countries with the lowest risk in the first group to the tenth with the highest risk, Kazakhstan is consistently ranked in the eighth group) [3].

Symptoms of distress and causes of a high level of industry risks identified by BICRA are: a significant amount of bad loans, high credit risk and weak underwriting standards, low yields due to the high level of risk, a low quality of management. The advantages of the banking sector of Kazakhstan highlighted by BICRA is a fairly high level of competition [3].

2.

In recent years, a number of problems and negative trends has clearly manifested, causing low quality of banking services for the majority of customers of the Kazakhstan banks (with the exception of large companies and private VIP-clients):

a) inaccessibility of banking services for 2/3 of the population of Kazakhstan;

According to the National Bank of the Republic of Kazakhstan, in the countryside, per one point of banking services there are from 18,300 people (Akmola region) to 105300 people (Kyzylorda region) - with an average of 7200 people: most bank branches (65%) are concentrated in 15 major cities, where the population is 38% of the population [4]

b) unjustified obstacles in obtaining credit;

In a study of the availability of bank lending in Kazakhstan, conducted by the Center "Sange", the majority of respondents noted the need for large expenditures of time and effort to get a loan - and the ability to avoid them, to speed up the solution of the problem with the help of an informal remuneration to a manager [5]

c) multiple violations of the rights of clients and the ineffectiveness of their legal protection.

In 2013, in Kazakhstan, the Committee for the Protection of the rights of consumers of financial services was established, whose main tasks were to ensure an adequate level of protection of the rights and legitimate interests of consumers of

Зовнішній імідж – створення бренду, фірмового стилю, логотипу та слогану тощо.

Невідчутний імідж – зв'язок, який відбувається між благодійною організацією та благоотримувачами, в тому числі і емоційний.

Але створення позитивного іміджу не є єдиним напрямком маркетингу благодійної організації, не меншу роль відіграють інші інструменти комплексу маркетингу.

Так, важливе значення мають послуги та проекти, які реалізують цілі організації.

Так, як у переважній більшості свої послуги благодійна організація реалізує безкоштовно, то цінова політика не відіграє велику роль і може бути представлена кількістю затрачених зусиль на реалізацію певного проекту чи послуги.

Виконання проектів або програм може здійснюватися або власними силами або залучаються сторонні особи.

Для просування використовують прямий маркетинг (поштова розсилка, телемаркетинг), PR (участь у виставках; створення заходів подієвого характеру; розміщення інформаційних статей в друкованих СМІ; поширення інформації за допомогою телевізійних та радіопрограм); соціальна реклама, інтернет-реклама (створення груп в популярних соціальних мережах).

На сьогодні українські благодійні організації приділяють дуже мало уваги маркетингу та його впливу на їх ефективну діяльність. Але велика конкуренція за джерела фінансування вже змусила багатьох об'єднань змінити стратегію своєї діяльності.

Таким чином, можна сказати, що для успішної діяльності благодійної організації необхідно використовувати усі інструменти маркетингу.

Вони направлені на інформування, переконання, нагадування, стимулювання та формування позитивного іміджу. Тільки при взаємодії усіх інструментів організація зможе досягти максимального успіху.

Література:

1. Шекова Е.Л. Благотворительный маркетинг / Е.Л. Шекова // Мосблаго.ру. – № 3 (005), 21 февраля-1 марта 2011. – С.14-16.

**К.е.н., доцент кафедри маркетингу Зюкова І.О.**  
*ДВНЗ «Криворізький національний університет, Україна*  
**Шульга К.О.**  
*магістр спеціальності «Маркетинг»*  
*ДВНЗ «Криворізький національний університет, Україна*

### **МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

В час, коли Україна знаходиться в умовах фінансової та інших криз, для підвищення рівня життя, перед суспільством постала потреба в створенні недержавних об'єднань – благодійних та громадських організацій, діяльність яких спрямована на розв'язання назрілих економічних та соціальних проблем.

Як і будь-яке підприємство, благодійна організація у своїй діяльності потребує використання маркетингу.

Маркетинг благодійної організації – це взаємопов'язані дії, які спрямовані на формування позитивної репутації й отримання зовнішньої допомоги [1].

Питання маркетингу благодійної організації розглядали такі науковці, як К. Шекова та С Андрєєв. Важливі засади зазначені в працях М .Гаркуша та Ю.Петруня.

Будь-яке благодійне формування у процесі своєї діяльності стикається з різними аудиторіями – держава, суспільство, СМІ, існуючі та потенційні інвестори – які мають взаємний вплив один на одного.

Важливим напрямком маркетингу благодійної організації є залучення зовнішньої незалежної підтримки – благодійників, спонсорів та волонтерів. Для цього необхідно сформування позитивний імідж в очах контактних аудиторій – зацікавити цільову аудиторію, сформувати позитивну уяву про організацію, повідомити про справжні мотиви діяльності та минулі досвіди.

Імідж благодійної організації має декілька складових:

Внутрішній імідж – включає кадрову політику, навчання, тренінги та інші методи, які мотивують членів організації, підтримання здорової атмосфери в колективі тощо.

financial services and financial literacy of the population. In an interview, the Chairman of the Committee recognized that "the complaint does not bring significant results for banking customers - usually the bank operates in accordance with the law, but, in fact, in bad faith". [6] The banking sector, in fact, has become a brake on the program of social modernization of Kazakhstan.

3.

The Parliament is holding discussions over the draft bills aimed at:

a) changes in the content of collection organizations;

At present time, activity of the debt collection organizations in Kazakhstan is not regulated by any special legal act. The draft law "On the collection activity" reflects international experience. In world practice, collection organizations act as a mediator to resolve the relationship of the lender and the borrower / debtor, when the debtor is provided the options to solve the problem. With regard to bank borrowers such solutions to the problem may be a proposal to refinance the debt with various options.

b) changes in classification of violations of borrowers, in particular, the introduction of the concept of "very small violations";

We are talking about the amendment to the Civil Code of the Republic of Kazakhstan with regard to establishing the conditions under simultaneous presence of which the breach of the obligation secured by the pledge is deemed negligible and the size of the pledgee's claims is clearly disproportionate to the value of the pledged property.

c) legislative ban on the activity of banks and their leaders (individuals and legal entities), which led to substantial damage from fraud, including in terms of violation of the rights of the consumers of banking services.

It is proposed to legalize the "black list" of managers of financial institutions, once in which they are unable to work in the banking sector.

4.

In recent years, around the world there is a decrease of confidence in the banking system and tightening regulation of banks. According to P. Krugman, it is possible that we will have to implement "radical method of the full reconstruction of the monetary system, including the complete elimination of paper money and the introduction of negative interest rates" [7]. Negative interest rates mean the collection of payment for the use of money (demurrage); This is possible only with the full

transition to electronic settlements and elimination of all cash, discarding "paper" banknotes.

If this idea in one form or another is implemented, the activities of banks will change dramatically, acquiring a qualitatively different content - organization of cash flows in the national payment system will be in the first place. Which, according to experts, may well do without the banking system in its current form [8]: "If banks do not learn to work with private clients in a new way, they will be expelled in disgrace from the market: they will be replaced by other structures, more flexible, more mobile, more user-friendly" [9].

5.

As early as in 2007, remote banking service looked like an exotic innovation: then SBI Holdings, together with Sumitomo Trust & Banking were among the first to launch SBI Sumishin Net Bank, which managed to attract in half a year almost 640 thousand clients..

Today, the development of remote banking already seems inevitable for most countries - which is stated by the authors of the international program to increase opportunities for small businesses and households. "Global partnership to improve access to financial services" [10] and the "Alliance for the expansion of access to financial services" [11].

Introduction of remote banking is now coming through the development of peer-to-peer lending information platform and blockchain technology. Initially, this technology was known as a platform for the creation and circulation of Bitcoins, later the idea appeared to use this opportunity of information technology to make interbank transactions faster and cheaper.

Massive introduction may lead to the fact that the national banking system will be the single-level. In other words, in every country there will be only one bank, where customers can make payments without intermediary banks. The Bank of England has already created a consortium of 50 banks, which is completely restructuring its banking business model for blockchain technology

#### Conclusion

In modern conditions in the matrix of of risks Kazakh banks significance of political (tightening of the legal regulation of banking activities) and global (changing forms of banking activity in the global financial system) risks is increasing dramatically

спонуканням, а з іншого використовуються внутрішні «поштовхи». Крім того, мотивація виступає як одна з функцій управління і як спонукальна сила [4, с.367].

**Висновок:** необхідно зрозуміти що в даний час головну роль в мотивації персоналу грають емоційні людські фактори, тому що в важкий економічний час в країні буде пріоритетним підхід до працівника, як особистості, включаючи його сім'ю. Розглядати необхідно в цілому, як єдину структуру потреби та можливості даного працівника в реалізації мотивації його сімейних цінностей.

#### Література:

1. Бакіна Т.В. Застосування системи мотивації як основа сталого розвитку підприємств в трансформаційній економіці // Збірник наукових праць Таврійського Державного Агротехнологічного університету. №4 (24) – 2013. – С. 25-28.
2. Рахімова Б.Х., Белтигириєв М.А. // Мотивация персонала. Наука и современность. 2013. – С. 290-294.
3. Бухалков М.И. Управление персоналом. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 368 с.
4. Турчинов А.И. Управление персоналом: учебник – М.: Изд-во РАГС, 2002. – 488 с.
5. Шапиро С.А. Мотивация. – Изд-во «Гросс Медиа», 2008. – 150 с.

Маслоу, М. Мескон, Ф. Хедоурі, Х. Хекхаузен та ін. Значущими є роботи вітчизняних вчених що розглядають проблеми мотивації праці як фактора сталого розвитку підприємства, серед яких А.М. Колот, Н.В. Ліфарєва, О.О. Бондаренко, А.Х. Іляшенко, О.Д. Ситнік, О.А. Ковальчук, О.В. Стахів, І. Л. Татомир, О.В. Ядранська та ін [1, с.25].

В сьогоденних умовах підвищення мотивації персоналу один з найважливіших аспектів успішності підприємства. У зв'язку з нестабільною ситуацією в світі, що вибухнула фінансовою кризою, що спричинила за собою скорочення персоналу, багато працівників стурбовані свої становищем. В таких умовах, отже, падає вмотивованість персоналу [2, с.290].

Головне завдання менеджера - сформулювати такі підходи в підвищенні мотивації персоналу, які дозволили б максимально підвищити прибутковість діяльності підприємства, відповідно, знизити б загрозу скорочення персоналу.

Багато року керівники вважали одним з найважливіших факторів підвищення мотивації персоналу саме матеріальне стимулювання, що не враховуючи при цьому психологічних особливостей персоналу, зокрема, кожного працівника зокрема. З плином часу, стало ясно, що матеріальне стимулювання грає не остаточну роль в підвищенні мотивації персоналу [2, с.290].

Механізм взаємодії між потребами людини і мотивами його поведінкової діяльності був розкритий американським психологом А. Маслоу, який розробив так звану ієрархію потреб, згідно якої всі потреби людей можна розділити на п'ять основних категорій: фізіологічні потреби, потреби в безпеці, соціальні потреби, потреби в повазі, потреби в самовираженні [3, с.345].

У зарубіжному менеджменті існують і інші системи класифікації людських потреб. Одні автори виділяють такі людські потреби, як існування, зв'язку і росту, другі - досягнення, співучасті і влади, треті пропонують двох-факторну схему класифікації потреб людей, що включає сукупність гігієнічних і мотивуючих чинників поведінки людини [3, с.345].

Мотивація - одна з основних функцій діяльності будь-якого менеджера, і саме з її допомогою здійснюється вплив на персонал підприємства [5, с.123].

Під мотивацією розуміється процес спонукання людини за допомогою внутрішньо особистісних і зовнішніх чинників до певної діяльності, направління на досягнення індивідуальних і загальних цілей. Можна вести мову про подвійність мотивації: з одного боку, вона стосовно індивіда є зовнішнім

## Bibliography

1. Top 10 fastest growing banks in Kazakhstan // **National Business** 13.05.16 <http://nb.kz/15332/>
2. Bank Ratings In Kazakhstan. Standard & Poors Mar 2016 <http://www.researchandmarkets.com/reports/3641181/bank-ratings-in-kazakhstan-mar-16#rela4>
3. Banking Industry Country Risk Assessment: Kazakhstan. Standard & Poors Oct 2015 // <http://www.researchandmarkets.com/reports/3441935/banking-industry-country-risk-assessment#rela3>
4. The official Internet resource of the National Bank of Kazakhstan <http://www.nationalbank.kz/index.cfm?docid=178&switch=russian>
5. The availability of bank lending in Kazakhstan. A report on the results of the study of the views of customers of banks // Sange Research Center, 2012 [www.sange.kz/files/8413/6022/0568/\\_\\_\\_u.pdf](http://www.sange.kz/files/8413/6022/0568/___u.pdf)
6. Consumers and their rights: we need fair rules of the game. Interview with the Chairman of the Committee on protection of consumers of financial services G.Z Aymanbetova // Fingramota IAP 14.02.2014 [Electron. resource]. - Available from URL: <http://www.fingramota.kz/about/>
7. Krugman P. Secular Stagnation, Coalmines, Bubbles, and Larry Summers // New York Times, 16.11.2013
8. Report The future of financial services Intuit 2020 [http://http-download.intuit.com/http.intuit/CMO/intuit/futureofsmallbusiness/intuit\\_corp\\_banking.pdf](http://http-download.intuit.com/http.intuit/CMO/intuit/futureofsmallbusiness/intuit_corp_banking.pdf)
9. Top financial mobile and internet services: Results of 2012 and Trends for 2013 International Conference // The site of Financial Group "Life" [http://www.lifesreda.com/assets/LifeSREDA\\_BestFinancialApps\\_2012-c204a4077ab541b7a53763e470c44538.pdf](http://www.lifesreda.com/assets/LifeSREDA_BestFinancialApps_2012-c204a4077ab541b7a53763e470c44538.pdf)
10. Global Partnership for Financial Inclusion, GPFI <http://www.gpfi.org/about>
11. Alliance for Financial Inclusion, AFI [www.afi-global.org](http://www.afi-global.org)

**м.э.н. Маркелова М.А.**

*Университет «Нархоз», Казахстан*

### **НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК - ПРОВОДНИК ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Одним из основных аспектов нормального функционирования экономики государства является отлаженная система денежно-кредитной политики страны. В Законе Национального Банка Республики Казахстан, прописано независимый выбор ЦБ РК инструментов денежно-кредитной политики.

Инструменты денежно-кредитной политики, работают в единой русле, то есть работа одного главного инструмента политики, подкреплена вспомогательными инструментами регулирования. Главная цель политики Национального Банка заключается в стабильности и регулировании цен в Республике Казахстан. В реальности существует четкая взаимосвязь, таких инструментов денежно-кредитной политики как: денежные агрегаты, валютный курс, процентная ставка, инфляция, объем кредитования и депозитные операции. Так же, для достижения целей на высоком уровне, для стабильности цен в стране, необходимо решить ряд задач: валютное регулирование, контроль, эффективность финансовой системы.

В соответствии с законодательно установленной целью денежно-кредитной политики по обеспечению стабильности цен в Республики Казахстан

На конец 2016 года инфляция в стране составляет 16,6% в год, это на 5,6% больше, чем в декабре 2015 года.

Национальный Банк на 2016 год определил приоритетным направлением своей деятельности стабилизацию уровня инфляции и скорейшее ее возвращение в установленный коридор в 6-8%.

Чтобы провести анализ денежного предложения, необходимы денежные агрегаты. Важность данного анализа состоит в том, что денежные агрегаты влияют на инфляционные процессы в экономике страны. Проведем анализ по следующим показателям, которые регулируются НБ РК – денежная масса в обращении, которыми располагают государство, физические и юридические лица.

**доцент, к. г. н. Донченко Л.М.**

**доцент, к. е. н. Данилова О.А.**

**ст. викладач, Лебедева О.А.**

**студентка, Чернишова В.**

*Мелітопольський Державний Педагогічний Університет*

### **МОТИВАЦІЯ ЯК РУШІЙНИЙ АПАРАТ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ КОРИСНОЇ ЦІЛІ**

Щоб досягати високих результатів на будь-якому виробництві або сфері діяльності необхідно користуватися і знати одну з головних функцій менеджменту мотивацію праці. Грамотний керівник буде завжди застосовувати дану функцію у себе на виробництві при цьому робити видозміни до сучасних вимог сьогодення.

В даний час багато дослідників зазначають, що однією зі складових кризової ситуації в економіці країни є криза праці, і виділяють такі її ознаки, як девальвація трудових цінностей, втрата працею своєї змістової ролі, перетворення праці з основи способу життя в засіб виживання. У сучасних соціально-економічних умовах трудова діяльність не дозволяє належним чином задовольняти навіть фізіологічні потреби значному числу найманих працівників, не кажучи про потреби більш високого порядку [1, с.25]. Правильне рішення буде дуже важко знайти сьогоденним керівникам, тому що мотивувати людей треба особистим прикладом, показувати кожен день, що не дивлячись на перешкоди можна врешті-решт досягти великих позитивних результатів.

Актуальність проблеми мотивації не ставиться під сумнів ні наукою, ні практикою, оскільки від розробки і застосування ефективної системи мотивації залежить не тільки підвищення соціальної і творчої активності працівників, але і сталий розвиток підприємств різних форм власності та сфер діяльності [1, с.25].

Дослідження загальних факторів мотивації трудової діяльності знаходить відображення у працях класиків зарубіжної економічної науки, таких як С. Адамі, М. Альберт, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор, Д. Мак-Клелланд, А.



дозволить підвищувати пропоновану та підтримувати вже існуючу споживачам сприйману ними цінність товарів і послуг.

#### Література:

1. Гатило В. П. Фактори, що впливають на формування корпоративного іміджу підприємства / В. П. Гатило // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2012.
2. Маркетинг: Формування іміджу підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrreferat.com>
3. Грані наукового – теоретичних альбомах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://grani.org.ua/index.php/journal/article/view>.
4. Конкурентоспроможність товарів і послуг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://studme.com.ua/133402038383/marketing/imidzh.htm>

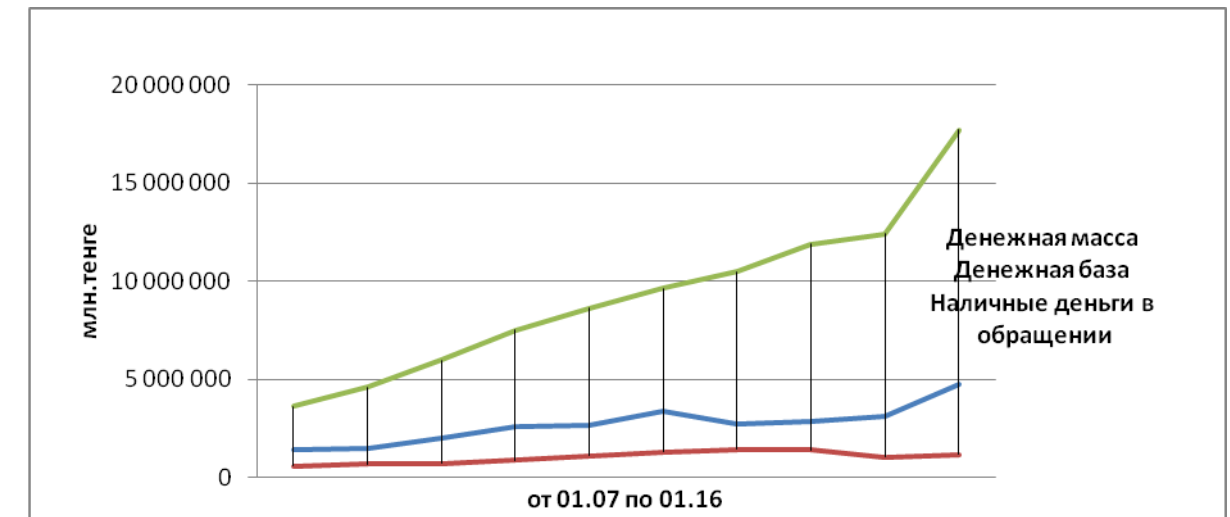


Рис 1. Динамика денежных агрегатов (млн.тенге)

Источник: составлено автором по данным [1]

Практически постоянно происходит рост показателей денежного предложения. Денежная база за 2016 год увеличилась почти на 50% по сравнению с 2015 годом. Денежная масса так же продолжает значительно повышаться в 2016 году, но наличные деньги в обращении в 2016 году остались на том же уровне, что и в 2016 году.

Основными факторами формирования роста денежной массы являлись переоценка валютных составляющих денежной массы, а именно, внешних активов и требований банковской системы к небанковским финансовым организациям и к негосударственным нефинансовым организациям. Сдерживающим фактором роста денежной массы был рост счетов капитала, связанный с переоценкой иностранной валюты и золота. Снижение темпа роста денежной базы во втором квартале 2016 года обусловлено, в первую очередь, размещением Национальным Банком краткосрочных нот в целях изъятия избыточной ликвидности на денежном рынке, в результате существенно снизились требования Национального Банка к банкам второго уровня.



Рис.2. Динамика ставки рефінансування

Примечание: составлено автором по данным [2]

Так же, одним из инструментов денежно-кредитной политики является ставка рефінансування. Ставка рефінансування – это определенного рода цена денег, то есть ставка процента, по которой НБ РК выдает кредиты банкам второго уровня. Срабатывает закон предложения – чем выше цена на тот или иной товар, тем предложения больше, чем выше ставка рефінансування, тем больше денежная масса.

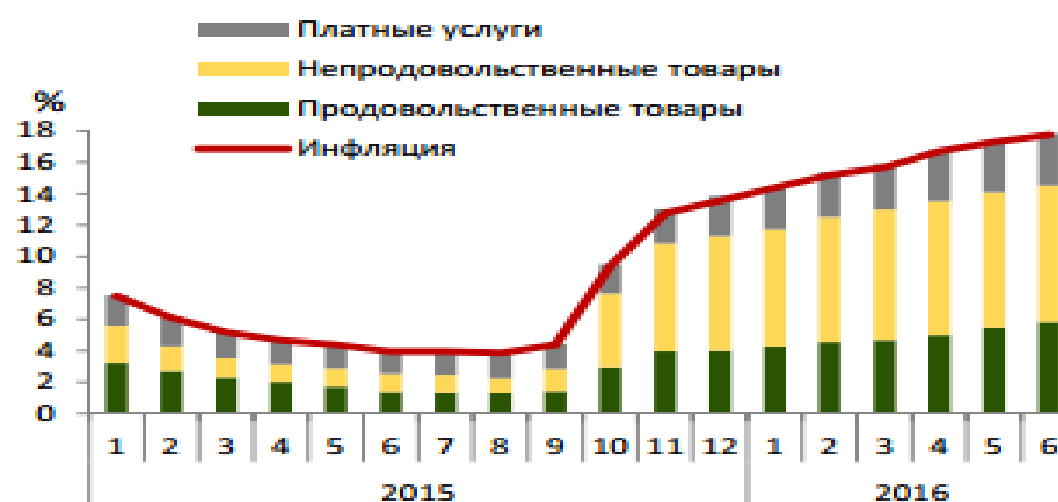


Рис.3. Темп інфляції в Україні

Примечание: по данным [2]

Інфляція підвищилась з 15,7% в березні до 17,3% в червні 2016 року. Основною причиною такої високої інфляції є високий темп росту цін, із-за різкого обвалу національної валюти к доллару США. На другий

Є. В. Ромат, Б. Д. Семенов, А. Сентер, С. Сомерсбі, Е. А. Уткін, Є. І. Фадєєва, О. А. Феофанов, І. А. Храброва, Б. А. Чуб та ін. [1].

Імідж організації може бути як позитивним так і негативним. Але існує ще третя категорія - нечіткий імідж. Завдання будь-якого підприємства - сформувати позитивний імідж, який підвищить конкурентоспроможність на ринку, призводить до збільшення продажів, до зростання частки на ринку, залучає потенційних і утримує вже існуючих клієнтів, полегшує доступ до різних ресурсів: інформаційних, фінансових, матеріальних та людських. Щоб процес формування іміджу був успішним, необхідно об'єднати три основні складові : планування, організації, контролю. Створення і підтримання позитивного іміджу вимагають величезних грошових витрат та тривалого часу. Досить часто у власників виникають сумніви та протиріччя між необхідністю постійно мати сталий прибуток і залученням довгострокових інвестицій в імідж, що не дають швидкої віддачі. Не треба забувати, що якщо підприємство хоча б один раз поступиться на ринку, то знов повернутися на старі позиції буде досить складно, а іноді це просто нереально. [2]. Першим етапом побудови алгоритму формування сильного іміджу є оцінка ситуації (дослідження та аналіз). Мається на увазі визначення потреб цільової аудиторії, вивчення параметрів іміджу та поточного образу суб'єкта. Після оцінки ситуації поточний імідж співставляється з очікуваннями аудиторії. Другим етапом є позиціонування, яке полягає у створенні та показі власної унікальної відмінності від конкурентів. Наступний етап – вибір та розробка комунікативних стратегій просування характеристик іміджу. Найголовніше тут – співпраця зі ЗМІ. Інформація повинна бути конкурентоспроможною та відповідати встановленим у медіа-середовищі стандартам [3]. Позитивний імідж формують за допомогою комплексу маркетингових комунікацій (реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, пропаганда, публік релейшнз, директ-маркетинг). Серед них особливу увагу приділяють пропаганді і публік релейшнз. Щоб створити позитивний імідж необхідно постійно підтримувати комунікаційні зв'язки з фактичними і потенційними споживачами, щоб формувати у підсвідомості споживачів певні позитивні асоціації по відношенню до товарної марки, назви, товаровиробника тощо [4].

Імідж відіграє важливе значення в діяльності та функціонуванні будь-якого підприємства. Адже саме він є доказом того, що організація/фірма/підприємство має величезний потенціал, що в майбутньому

**Зюкова І.О.**

*ДВНЗ „Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”*

**Паламарчук В.В.**

*ДВНЗ „Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”*

### **СУТНІСТЬ ІМІДЖУ ТА АЛГОРИТМ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В останній час досить часто зустрічається термін „Імідж”, але слід зазначити, що і на сьогодні точного та чіткого тлумачення цього терміну не існує. Досить часто використовують досить різні та протилежні поняття – від визнання того, що імідж можна й потрібно формувати, враховуючи специфіку клієнта, до тверджень про неетичність цілеспрямованого формування іміджу як засобу маніпулювання свідомістю і поведінкою людей. Інші дослідники вважають, що імідж неможливо пристосувати до будь-якої ситуації, він є статичним та негнучким. Слід зазначити, що лєвова частка робіт, що присвячені іміджу є лише практичними посібниками з формування іміджу, коли тлумачення в них поняття іміджу досить поверхове. Також слід зазначити про відсутність загальної фундаментальної наукової теорії іміджу. Актуальність даної теми зумовлена тим, що сьогодні більшість підприємств недооцінюють і нехтують значенням іміджу у розвитку власної справи, просуванню на ринок власної продукції і захоплення більшої долі ринку. Тому в першу чергу слід виділити достатньо часу та сил на формування алгоритму розробки сильного іміджу.

Дослідженням та вивченням іміджу в найрізноманітніших напрямках наук займалися такі вчені, як Р. Брейлі, Р. Брум, Г. Даулінг, Д. Доті, Ф. Котлер, С. Майерс, Е. Абрамова, І. Альохіна, І. В. Альошина, В. М. Бекетов, Є. А. Блажнов, В. І. Венедиктова, С. В. Горін, О. М. Гребешкова, В. М. Гриньова, І. Гурков, П. В. Забелін, Д. В. Задихайло, А. Б. Зверінцев, А. Б. Зверинцев, О. Р. Кібенко, В. Г. Королько, Т. І. Лук’янець, А. В. Мат-вєєва, Б. З. Мільнер, Г. В. Назарова, Н. В. Онопрієнко, А. Ю. Панасюк, Ю. О. Плонська, Г. Г. Почепцов,

квартал 2016 года инфляция составляет 1,6%, на основе предыдущих периодов, данный показатель является трендовым.

Таблица 1. Депозиты и кредиты в экономике

По состоянию на	01.10.2015	01.07.2016
Объем депозитов	11939,3	16816,7
В том числе:		
Уд.вес в нац.валюте	0,36	0,42
Уд.вес в ин.валюте	0,64	0,58
Объем кредитования банками	11834,1	12456,9

Примечание: составлено автором по данным [3]

По данным таблицы видно, что как депозиты так и кредиты увеличились по сравнению с 2015 годом. Но депозитов в иностранной валюте больше, чем в национальной, это обусловлено нестабильным курсом иностранной валюты в стране.

Таким образом, Национальный Банк страны сохраняет принципы контроля денежно-кредитной политики, сопоставляя ее с целями и задачами политики Казахстана. На данном этапе развития страны, конечной целью политики является снижение инфляции, обеспечение высокого уровня ВВП, а так же увеличение доходов населения в реальном времени, с помощью регулирования цены, курса валюты, динамики денежных агрегатов и ставки рефинансирования.

#### Литература

1. Официальный сайт НБ РК/ [nationalbank.kz](http://nationalbank.kz)
2. Официальный сайт Агенства статистики РК/ [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)
3. Обзор инфляции НБ РК

**PhD, доцент Джарикбаева Д.Т.**

*АО «Университет НАРХОЗ», Казахстан*

### **Национальный банк Республики Казахстан, как инструмент регулирования и поддержания ликвидности банков второго уровня.**

Для регулирования ликвидности коммерческих банков центральные банки стран устанавливают ограничения на обязательства банка, ведется особый контроль за выдачей крупных ссуд, предусматриваются ограничения предела задолженности одного заемщика, создания системы рефинансирования коммерческих банков и обязательного резервирования части привлеченных средств, контролируется процентная политика банка, а также операции проводимые с ценными бумагами на рынке.

В Республике Казахстан органом, выполняющий роль регулятора денежно-кредитной системы является Национальный банк РК. Основная цель регулятора заключается в том, чтобы обеспечить стабильную и эффективную работу банковской системы в целом.

Во время мирового кризиса банковская система Республики Казахстан претерпела огромные изменения и понесла большие потери, поэтому в настоящее время банковская система находится на стадии медленного развития. В связи с этим, государство считает необходимым усовершенствовать методы управления банковской системы, а также и ее деятельности. В настоящее время старые бизнес-модели подвергаются исправлениям и создаются новые модели. Внедряют все более новые методы и модели оценки финансового состояния банковской системы.

Система бизнес-моделирования Business Studio – это описание, моделирование, оптимизация бизнес-процессов. Использование системы позволяет значительно повысить скорость принятия управленческих решений, сделать ответственными сотрудников, сделать эффективной работу туристской компании. Для этого необходимо брать управление туристским бизнесом под реальный контроль. Внедрение процессного управления и регулярного менеджмента позволяет значительно повысить эффективность бизнеса. Решить задачу оптимизации управления позволит качественное описание бизнес-процессов компании.

Система Business Studio – это специализированный инструмент, позволяющий провести моделирование и оптимизацию бизнес-процессов быстро и с высоким качеством. Благодаря дружелюбному, интуитивно понятному интерфейсу системы и доступности большого количества методических материалов, описание бизнес-процессов в Business Studio не вызывает затруднений у ответственных за эту работу специалистов. Возможности системы не ограничиваются исключительно бизнес-моделированием, а позволяют осуществлять поддержку функционирования процессного управления бизнесом, а также повышать его эффективность, применяя методы функционально-стоимостного анализа и имитационного моделирования. Оптимизация бизнес-процессов способствует снижению издержек, улучшению качества выполнения работ, повышению управляемости организации, что увеличивает шансы компании на успех в конкурентной борьбе. При использовании процессного подхода управление бизнесом превращается из искусства в систематическое решение взаимосвязанных задач, подчиненных четко разработанной стратегии развития компании.

#### Литература:

1. Розанова Н.М., Зороастрова И.В. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 279 с.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Организация, технология и проектирование предприятий: Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и К, 2015. – 456 с.

следующей циклической последовательности действий: оценка текущего состояния – принятие управленческих решений – составление плана реализации принятых решений – контроль реализации плана – анализ нового текущего состояния (сравните с рисунком 1).

Система управления предприятием – это совокупность технических и организационных методов и мер, предназначенных для решения задач управления различными аспектами деятельности предприятия. В начале этого века случился настоящий бум по внедрению систем подобного класса. Многие компании покупали и внедряли самые разнообразные системы управления предприятием. Делали они это исходя из трех простых целей, а) для повышения капитализации компании; б) для улучшения информационного обмена между различными подразделениями компании; в) для повышения доходности центров ответственности. Итак, чем же помогает внедряемая система в улучшении деятельности туристской организации.

Для начала, рассмотрим несколько концепций систем управления предприятием. Наиболее известные из них – MRP, MRPII и ERP.

Material Requirement Planning (MRP) – система планирования потребности материалов. Данная концепция позволяла спланировать потребность всех видов материальных ресурсов на предприятии и снизить их запасы. Разработанная концепция MRP в настоящее время используется в совокупности с другими.

Manufacturing Resource Planning (MRPII) – концепция, позволяющая планировать не только материальные ресурсы предприятия, но также денежные потоки и людские ресурсы. Концепции MRP и MRPII встречаются в системах управления предприятием как их составная часть.

Enterprise Resource Planning – логическое развитие концепций MRP и MRPII. В добавление к планированию обслуживания и производства добавлено планирование службы сбыта, моделирование потока заказов и т.д. Системы управления предприятием класса ERP стали системами, автоматизирующими все подразделения предприятия. Именно ERP системы наиболее часто внедряют компании с 2000-х годов и именно ERP системы, как правило, подразумевают под термином “система управления предприятием”.

Итак, ERP и MRP системы автоматизируют все подразделения предприятия и в этом как раз получается основной эффект, так как все службы работают в одной системе и могут отслеживать действия друг друга, практически в режиме реального времени. Внедряемая ERP или MRP система предназначена для решения конкретных долгосрочных задач, как проект по внедрению системы управления предприятием.

Отметим, что для рассматриваемых предприятий туристской отрасли особенно важна комплексность при решении выделенных видов задач управления. Такой подход позволяет использовать система бизнес-моделирования Business Studio.

Комитет финансового надзора Национального Банка РК и Национальным Банком улучшаются и одобряются нормативные акты, разрабатывается концепция расчета пруденциальных нормативов.

Для расчета пруденциальных нормативов банки второго уровня РК пользуются указаниями «Инструкции о нормативных значениях и методике расчетов пруденциальных нормативов для банков второго уровня».

Казахстанские банки для оценки ликвидности применяют следующие коэффициенты: коэффициент текущей ликвидности банка k4; коэффициент срочной ликвидности банка k4-1, k4-2 и k4-3; коэффициент срочной валютной ликвидности k4-4, k4-5, k4-6. Каждый из показателей выполняет свои определенные функции, но и показывает, как банк может быть ликвидным и платежеспособным на данный момент и в какой мере банк стабилен и устойчив в условиях рыночной экономики.

Повышения норм к выполнению банкам второго уровня пруденциальных нормативов подходят запросам рынка и могут допустить банкам второго уровня быть более стабильным и менее чувствительным к дальнейшим финансовым кризисам. Чтобы соответствовать новым запросам рынка, банкам нужно будет модифицировать свои бизнес-модели, а контрольным органам надо разработать и проводить меры по принятию более эффективных методов оценки нормативов достаточности капитала и ликвидности, содержащие в себе количественную и качественную характеристики данных коэффициентов.

Базельский комитет для оценки устойчивости банков ввел два норматива ликвидности: показателя краткосрочной ликвидности (LGR) и показателя чистого стабильного фондирования (NSFR), которые будут внешними указателями стабильности банков на случай возникновения дефицитных проблем с ликвидностью.

1. Показатель краткосрочной ликвидности (liquidity coverage ratio - LCR), дает возможность оценить может ли банк, при развитии стрессовых

ситуации, продолжить свою деятельность в течении 30 дней. Значение данного коэффициента не должно быть менее 100% и по усмотрению надзорного органа этот показатель может быть увеличен. Эти нормативы должны соблюдаться постоянно. Коэффициент LCR рассчитывается по формуле:

$$LCR = \frac{\text{Объем высоколиквидных активов}}{\text{Общая сумма чистого оттока ликвидности в течении 0 календарных дней}} \geq 100 \% \quad (12)$$

Для конкретного банка чтобы определить этот коэффициент, необходимо вычислить объем высоколиквидных активов, которыми располагает банк, а также объем оттока ликвидности согласно результатам проведенного стресс-тестирования. Согласно требованиям Базеля III, высоколиквидные активы делятся на две категории: активы 1-го и 2-го уровня. Также предполагается, что расчет по коэффициенту LCR должен вестись в одной валюте, но в некоторых банках могут быть высоколиквидные активы в других валютах. В силу того, что при стресс-тестировании они обязаны учесть тот факт, когда на внешние валютные рынки может быть ограничен доступ во время кризисной ситуации, а также могут увеличиваться разрывы их ликвидности при резких колебаниях валютных курсов. Этот показатель должен быть внедрен в казахстанских банках начиная с 2017 года.

2. Показатель чистого стабильного финансирования (NSFR, Net Stable Funding Ratio) дает возможность просчитать ликвидность банка сроком в 1 год. Этот коэффициент нужен для повышения гибкости на долгосрочную перспективу, которое достигается путем созданий

Качественная система управления проста и прозрачна, информация едина и достоверна, причём очень важно, что достоверность информации гарантируется собственно системой управления в целом, а не отдельными людьми. В результате достигается возможность простого и эффективного контроля за работой компании в целом, контроля отдельных процессов и даже контроля деятельности отдельных сотрудников.

В процессе управления туристскими предприятиями, необходимо эффективное решение комплекса задач, основные виды которых в данном случае могут быть определены следующим образом

- управление финансами;
- управление обслуживанием клиентов;
- управление сбытом и снабжением;
- управление внутренними службами;
- управление кадрами и пр.

В зависимости от особенностей и масштаба предприятия каждый из выделенных видов может включать в себя значительное число отдельных задач. В принципе подобные задачи возникают и при управлении туристским предприятием, однако их реальный объем позволяет обеспечить удовлетворительное решение традиционными средствами бухгалтерского учета. Напомним, что в общем случае на предприятии можно выделить как минимум три вида учета:

А) оперативный учет – обеспечивает сбор первичной информации и является основным поставщиком данных для остальных видов учета;

Б) управленческий учет – направлен на получение информации для детального анализа деятельности предприятия, прогнозирования и принятия решений;

В) бухгалтерский учет – обеспечивает получение необходимой бухгалтерской отчетности;

Особенностью решения задач управления на туристских предприятиях является необходимость использования в качестве одной из основ для принятия решений данных управленческого учета.

Управленческий учет представляет собой систему сбора, обработки и предоставления информации высшему менеджменту для принятия последним различных управленческих решений. В этом его главное отличие от традиционного бухгалтерского учета, ориентированного главным образом на внешних пользователей – кредиторов, акционеров, фискальные органы. Существующая система бухгалтерской отчетности все в меньшей степени отвечает современным требованиям к полноте, достоверности, оперативности информации, необходимой руководству предприятия. Управленческий учет является информационным инструментом контроллинга – концепции управления деятельностью предприятия путем реализации

Процесс управления туристской организацией имеет иерархическую структуру и включает несколько подуровней по направлениям деятельности (гостиничное хозяйство, ресторанное хозяйство, транспорт, сбыт, снабжение, финансы и др.), которые в свою очередь включают соответствующие подпроцессы. Управление предприятием всегда должно иметь некоторую цель. В качестве примеров целей управления можно привести повышение доходности, снижение издержек производства, увеличение прибыли и др. Цель процесса управления должна быть сформулирована явно и, по возможности, с применением количественных и качественных оценок.

Известно, что процесс управления предприятием реализуется в рамках системы управления. А система управления существует на любом предприятии и имеет определенные характеристики. В рамках системы управления обычно выделяют объект управления и управляющую часть. В качестве объекта управления здесь выступает производственный процесс по обслуживанию туристов, а в качестве управляющей части – управленческие службы предприятия. Обычно система управления туристским предприятием функционирует на основе нормативных документов (положения о подразделениях, штатные расписания, должностные инструкции, контракты и т.п.) или сложившихся практических правил. На каждом уровне иерархии системы управления туристской организацией в той или иной степени реализуется определенный набор функций управления, входящих в рассмотренную выше систему управления на рисунке 1.

На первый взгляд, может показаться, что приведенные материалы выглядят слишком теоретическими. Однако мы хотим подчеркнуть, что эти положения проверены практикой и лежат в основе методов совершенствования процесса управления и повышения его эффективности, которые мы будем рассматривать. Что же касается практических аспектов, то у многих возникнут определенные затруднения при формулировании количественной цели процесса управления предприятием, при изображении структуры системы управления на конкретном предприятии с явным определением правил, на основе которых она функционирует, при оценке реализации целей. Практика показывает, что эти затруднения могут свидетельствовать о недостаточно эффективной организации управления на данном предприятии и потенциальном наличии «внутренних резервов», которые при правильной организации дела, могут быть использованы для достижения успеха в конкурентной борьбе.

Общие проблемы эффективной организации управленческой деятельности достаточно подробно рассмотрены в литературе [1, 2].

определенных стимулов для банка, инвестировать свою деятельность из более стойких источников на стабильной структурной основе. Этот показатель рассчитывается по формуле:

$$NS_{\text{ф}} = \frac{\text{Объем доступного стабильного фондирования}}{\text{Требуемый объем стабильного фондирования}} \geq 0_{\text{ф}} \% \quad (1)$$

Коэффициент NSFR предназначен для того, чтобы дать точную оценку риска ликвидности, также направлен на устранение высокой зависимости от крупных источников финансирования в периоды излишка ликвидности на рынке.

Этот подход дает возможность минимизировать возможное неожиданное ухудшение коэффициента ликвидности и устранить создание банками резерва ликвидных активов за счет краткосрочных источников финансирования, у которых срок погашения наступает моментально после установленного нормативного периода. Этот коэффициент должен начать действовать с 2017 г., и стать минимальным стандартом.

Ослабление способности банков давать долгосрочные кредиты из-за сложности поиска долгосрочного рефинансирования на рынках является основным недостатком этого коэффициента. В Таблице 1 предоставлены основные рекомендации Базель III, а также ключевые изменения и последствия

Таблица 1 – Основные рекомендации и возможные последствия внедрения Базель III

Описание ключевых изменений	Последствия
<b>Повышение покрытия краткосрочной ликвидности</b>	
30-дневный показатель LCR помогает банкам обеспечить устойчивость при возникновении разрыва ликвидности. Коэффициент LCR дает возможность удостовериться, что у коммерческих банков имеется необходимое количество высоколиквидных средств, для того, чтобы перенести стресс тесты, проводимые регулирующими организациями.	Интерпретация «правильных» уровней денежных оттоков («right run-off rates») национальными регулирующими органами может привести к многочисленным дискуссиям
Определяется этот показатель, путем сравнения высоколиквидных активов с возможными денежными выбытиями в срок 30-дневного стрессового сценария.	Внедрение показателя LCR может оказать отрицательное воздействие на рентабельность банка, потому что банки должны будут иметь определенное количество низколиквидных средств для того, чтобы выполнить требования коэффициента.
Всем активам баланса соответствуют веса, которые зависят от банковской ликвидности. Значение весов колеблется для наличных денег и государственных облигаций от 100 %, а для корпоративных облигаций до 0-50%.	Для повышения спроса на долгосрочное финансирование, коммерческие банки будут изменять профиль финансирования. Такое финансирование от инвестором может быть затруднительным, потому что они стараются уменьшить инвестирование в банковский сектор.
	Должны быть минимизированы риски изъятия вкладов клиентами, в следствии, чего стабильность финансового сектора может заметно улучшиться.
<b>Повышение стабильного долгосрочного финансирования</b>	
Показатель NSFR дает возможность сравнить источники финансирования, которыми коммерческие банки располагают.	Показатель NSFR мотивирует коммерчески банки уменьшить объемы краткосрочного распределения средств и повысить устойчивость смешанного финансирования.
Уровень доступного устойчивого	Показатель требует чтобы,

**Наметова Газиза Аскарровна**  
докторант PhD по специальности «Менеджмент»  
Университет «Туран»

### СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ БИЗНЕСОМ

В условиях рыночной экономики туристская организация нуждается в решении задач управления на качественно новом уровне. Необходимость оперативного реагирования на конъюнктуру рынка и быстро меняющуюся экономическую ситуацию требует перестройки внутренней микроэкономики предприятия, постановки управленческого учета, оптимизации процессов управления.

Охарактеризуем основные черты управления предприятием как процесса с точки зрения теории управления [1]. В общем виде процесс управления в туристской сфере деятельности можно представить в виде как циклическую последовательность следующих этапов: прогноз – планирование – организация контролируемой деятельности по реализации планов – учет и анализ результатов – коррекция прогнозов и планов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Система управления туристской организацией



При застосуванні технології партизанського маркетингу, необхідно обов'язково володіти максимальною кількістю інформації про товар, щоб розуміти, що він насправді може гарантувати постійним покупцям, - і підкреслювати це. Наприклад, люди купують не крем для обличчя, а доглянуту шкіру і відсутність зморшок. На цьому і слід робити акцент.

Отже, чітко визначена технологія застосування партизанського маркетингу на підприємстві являється тією ефективною зброєю, за допомогою якої можна залучити нових клієнтів без великих матеріальних затрат, і з легкістю осідлати чергову хвилю популярності.

### Література

1. Дж. Левинсон Партизанский маркетинг/ Пер. с англ. П. Рижков./Левинсон Дж. – Питер, 2012. – 432 с.
2. С. Годин Фиолетовая Корова. Сделайте свой бизнес выдающимся / Пер. с англ. В.Подейко./ Годин С. – Манн, Иванов и Фарбер, 2010. – 176с.
3. А. Левитас Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии/ Левитас А. – Манн, 2014. – 320с.
4. How to Pull Off Guerrilla Marketing Campaign [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.entrepreneur.com/article/206202](http://www.entrepreneur.com/article/206202)

финансирования должно быть выше необходимого стабильного финансирования	коммерческие банки увеличивали размеры своих корпоративных и межбанковских вкладов, срок которых более 1 года.
На сумму финансирования будут влиять факторы, которые отражают «стабильность» дюрации активов, распределения.	Затраты на инвестирование могут увеличиться, поскольку многим коммерческим банкам будет затруднительно повышать долю межбанковских вкладов сроком более года.
Веса активов баланса будут распределяться: для государственных облигаций и наличных денег от 0 %-5 %, для ипотечных ссуд до 65 %, для потребительских ссуд 85%, и 100 % для иных активов.	Доля краткосрочных активов может повыситься, путем модификации структуры активов, следовательно, это может привести к снижению доходности.
С целью установления доступного финансирования обязательств баланса, факторы влияющие на них колеблется для капитала первого уровня от 100%, для вкладов до 90%, и для необеспеченного финансирования 50%, для Европейского центрального банка (ЕЦБ) под 0%.	У банков, которых показатель NSFR будет выше чем у остальных есть возможность управлять и влиять на ценообразование активов. У остальных банков с низким уровнем показателя станут менее конкурентоспособными.
Примечание: на основе источника [1].	

Возможные действия в отношении управления ликвидностью:

- 1) обеспечить детальное понимание текущей позиции ликвидности, а также наличие сведений о наиболее проблемных сферах;
- 2) убедиться, что менеджеры имеют адекватную систему стимулирования для оптимального использования капитала;
- 3) оценить воздействие новых правил ликвидности на доходность и понять, были ли они учтены в ключевых бизнес-процессах и ценообразовании;
- 4) проверить соответствие планирования ликвидности, системы управления и моделирования ведущей отраслевой практике;
- 5) определить подходящий набор стресс-тестов ликвидности и их изменений в течение времени;

б) повысить осведомленность о вероятных сроках внедрения различных элементов международной и национальной системы требований;

7) оценить стратегию ликвидности компании в свете существующей правовой и управленческой структуры организации и определить, соответствуют ли новым требованиям системы, данные и управленческая отчетность.

В соответствии с базельским предложением расчет и представление результатов этих показателей должен рассчитываться не реже одного раза в месяц. Также эти расчеты могут производиться не только один раз в месяц, но и один раз в неделю или даже в день, при возникновении стрессовых обстоятельств, по требованию надзора банковской деятельности.

Следовательно, внедрение новых коэффициентов, таких как LCR и NSFR по оценке ликвидности и инструментов мониторинга способны обеспечить уменьшения подверженности коммерческих банков риску ликвидности. Но высокие значения и большие запасы высоколиквидных активов могут привести и к уменьшению результативности и рентабельности банковских операций, т.е. к сокращению доходности банков второго уровня.

#### Литература:

- 1 Лисак Б.И. Интегрированный риск-менеджмент в банках. Учеб. Пособие. Б.И. Лисак. – Алматы: Экономика. 2013.
- 2 Воловник А. Д., Зияддулаев Н. С., Кибардина Ю. С. Базель- III: испытание надёжности банковской системы России в условиях глобальной конкуренции // Экономика мегаполисов и регионов. –2011. — № 3 (39). — С. 40–49
- 3 Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан
- 4 «Базель-3»: глобальная реформа банковского сектора// сайт <http://www.km.ru/biznes-i-finansy>

Партизанський маркетинг асоціюють з так званим «малобюджетним маркетингом». Він являється нічим іншим, як елементом системи маркетингових комунікацій, що ближче розташовується до стимулювання збуту, головна особливість якого полягає у використанні нестандартних, оригінальних методів просування, підкріплених креативними рішеннями.

Дане явище в маркетинговій діяльності є відносно молодим, саме тому, досі, не існує єдиного традиційного підходу до визначення технології практичного використання партизанського маркетингу на підприємстві. Однак існують певні напрямки його застосування, максимально слідуючи яким, підприємство має можливість досягти найбільшого ефекту від такого елементу маркетингової стратегії.

Один із таких напрямів його застосування прослідковується в процесі дослідження ринку підприємством. Тобто стратегія партизанського маркетингу буде більш вдалою, якщо буде орієнтуватися на чітко визначену нішу ринку, на яку, можливо, не звернена увага великих підприємств.

Другим напрямком є використання партизанського маркетингу в системі просування продукції. Так, наприклад, створення елементарних Інтернет - сторінок або спеціалізованих груп в соціальних мережах не коштують нічого, окрім невеликої кількості затраченого часу, та, в той же час, це дає змогу привернути увагу досить великої кількості потенційних клієнтів.

І, третім, найбільш різностороннім напрямком використання партизанського маркетингу є система маркетингових комунікацій. Тут можна повністю відійти від так званої «шаблонності» та створювати безліч нових, креативних, неординарних та дійсно дієвих методів реалізації поставлених цілей. Це може бути банальне використання наклейок (наліпок), дверних підвісок, візитних карток, звичайних пакетів та футболок, або ж, навіть, використання індивідуальних іменних печаток на справжніх грошах або розміщення плакату на поні, що прогулюється в парку.

Технології партизанського маркетингу базуються на трьох основних ознаках:

Максимально не помітні для конкурентів;

Ненав'язливі для об'єкта впливу, тобто для потенційного покупця;

Дружні до рекламного носія або у більшості випадків непомітні і для рекламного носія.

**К.е.н., доцент кафедри маркетингу Зюкова І.О.**

*ДВНЗ «Київський Національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут, Україна*

**магістр спеціальності «Маркетинг» Погудіна О.О.**

*ДВНЗ «Київський Національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут, Україна*

### **ТЕХНОЛОГІЇ ПАРТИЗАНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах нестабільності ринкового середовища, перенасичення ринку однотипними товарами та послугами, а також, в умовах постійно зростаючої безжалюї конкуренції, підприємствам, що не володіють великим бюджетом досить важко втриматись на плаву та достукатися до клієнтів.

Саме тому спеціалісти – маркетингологи цих підприємств змушені шукати цікаві та ненав'язливі способи просування товару та, відповідно, залучення клієнтів, що є особливо актуальним в сучасних умовах перенасиченості інформаційного ринкового простору та, в той же час, обмеженості коштів. Одним із таких нетрадиційних методів маркетингової діяльності є партизанський маркетинг.

Партизанський маркетинг вважається одним із економічно ефективних елементів маркетингової стратегії. Він дозволяє знизити витрати на просування товарів за рахунок реалізації нестандартних маркетингових ходів. Він може виступати чудовим варіантом в області рекламування для компаній, які володіють обмеженим бюджетом.

Назва такого виду маркетингу пов'язана з військовою сферою, де партизанські загони, це невелика за чисельністю група, яка, тим не менш, завдає істотної шкоди противнику, якраз завдяки своїй нечисленності і непомітності.

Інтерес до такого виду маркетингу лише починає проявлятися серед вчених та спеціалістів цієї області знань. Тут слід виділити імена таких людей як Джей Конард Левінсон [1], Сет Годін [2], Олександр Левітас [3].

Мета дослідження полягає в визначенні сутності та технології застосування партизанського маркетингу в діяльності підприємств.

## **Foreign economic activity**

**Подоляк Вікторія Романівна, аспірант**

*ДВНЗ Київський Національний Економічний Університет ім. Вадима Гетьмана*

### **ОСНОВНІ ФАКТОРИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РЕПУТАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ**

Основними елементами які впливають на корпоративну репутацію є ті які належать як до зовнішнього середовища: політичне, економічне, соціальне, технологічне та конкурентне середовище; а також ті, що належать до внутрішнього середовища яке складається з іміджу, що створюється компаніями базуючись на символізмі поведінки компанії та її комунікаціях з зовнішніми суб'єктами.

Відображення компанії в бізнес –середовищі в якому вона працює є важливим елементом сприйняття перед іншими суб'єктами господарювання. Дії які здійснює компанія щодо іміджу, обізнаності та думки інших суб'єктів, яскраво відображають репутацію компанії у бізнес середовищі. У літературі проаналізовано еволюцію корпоративної репутації та визначено основні лінії розвитку, проте все що не достатньо досліджені поняття що аналізують зв'язок між корпоративною репутацією та корпоративною соціальною відповідальністю.

Дане дослідження покриває цей розрив шляхом доповнення дослідження Фетчеріна та Усуніна. Зважаючи на факт що вимоги до економічної, юридичної, етичної та інших видів відповідальності компанії з боку стейкхолдерів зростають з часом, Корпоративна соціальна відповідальність стала головним приводом для турботи менеджерів компаній. Базуючись на цьому для того щоб показати зв'язок між корпоративною репутацією (далі – КР) та корпоративною соціальною відповідальністю (надалі – КСВ), компанії повинні стежити за діями які стосуються 1) робочого місця працівників; 2) ринку, (брендинг, продукт та послуги); 3) операції, інновації, і зв'язки з стейкхолдерами; 4) фінансова результативність; 5) корпоративний імідж; 6) маркетинг та корпоративний брендинг; 7) лояльність; ми встановлює зв'язок між різними факторами які впливають на КР та її взаємозв'язки.

Отже, перейдемо до детального аналізу факторів які пов'язують корпоративну соціальну відповідальність та репутаційний капітал:

## А) Робоче місце

Кейбл [1] оцінює чи має вплив корпоративна репутація на кількість опитуваних та їх кваліфікацію. Результати показують що компанії з кращою репутацією мають більшу кількість кваліфікованих співробітників.

Більш того, протягом кінця ХХ та початку ХХІ століття дослідження фокусуються на робочому середовищі та досвіді працівників під час роботи компанії. Особливою метою аналізу було зрозуміти чи ідентифікують члени персоналу себе з компанією чи ні. Додатково предметом вивчення інших досліджень був вплив іміджу на певні корпорації і чи впливає імідж таких корпорацій на створення стереотипних характеристик працівників таких організацій. Результати досліджень показують що обидва типи іміджу мають позитивний вплив на випускників коледжів та їх бажання отримати роботу. Таким чином, корпоративний імідж є цінним інструментом для привертання кваліфікованої робочої сили.

## Б) Ринок та фінансова продуктивність

Минулі дослідження пов'язані з сектором страхових послуг, розглянули як репутація та інформація впливають на купівельні очікування споживачів послуг. Результати показують що відгук споживача пов'язаний з його сприйняттям репутації компанії. Більш того, при оцінці ціннісної пропозиції для споживачів та працівників компанії, дослідники стверджують що існують як зовнішній так внутрішній брендинг, якій потрібно спільно досліджувати.

Зв'язок між корпоративною результативністю і покращеним корпоративним іміджем також був детально розглянутий з метою виявлення того чи імідж компанії впливає на фінансові показники. Маквільямс та Сігл [2], проаналізували компанії різних розмірів з різних сфер, різної форми власності і прийшли до висновку що оптимальний рівень УРП і фінансових результатів відображає нейтральний зв'язок. Більш того, Роберт та Даулінг [3] стверджують, що відмінна корпоративна репутація не тільки створює цінність але і робить більш складним для конкурентів імітацію конкурентних переваг компанії. Більш того, Фон Аркс та Ціглер проаналізували реакцію фондового ринку на компанії з політикою управління репутацією підприємства (далі – УРП). Вони прийшли до висновку що американські та європейські трейдери фондового ринку краще сприймають компанії з вищим рівнем соціальних та навколишньо середовищних заходів шляхом інвестування в такій компанії більше коштів ніж що у компанії не здійснюють таких практик.

Нещодавно було доведено що компанії які постійно проводять дані заходи мають кращі фінансові показники у порівнянні з компаніями які не проводять такі заходи. До того ж Брунк та Блумельхубер також, як і Мело та Галан довели що існує значний зв'язок між УРП активністю компанії та освіченістю споживачів щодо бренда та загальною результативністю компанії, таким чином покращуючи корпоративну

ресурси и т.п. Задача управления в этом случае заключается в отслеживании показателей, удовлетворяющих главной цели проекта.

Таким образом, в рамках системного подхода к управлению проектами используют методы декомпозиции и структуризации. Поэтому управление проектами представляет собой определение, установление, регулирование и развитие связей между элементами проекта, обеспечивающих достижение поставленных перед проектом целей. В более широком контексте, системный подход, системная методология, системное проектирование отражают реальный процесс интегрирования знаний и деятельности, науки и социальной практики в проектном менеджменте.

## Литература

1. Резник С.Д., Куликов В.Г., Рыбалкина З.М. Механизмы повышения уровня управляемости организации. Пенза, ПГУАС, 2009. – 156 с.
2. Рыбалкина З.М. Многофакторная модель управляемости организации // Вестник Казанского технологического университета. – 2010. - №8. – С. 136-139.
3. Рыбалкина З.М. Управляемость современной организации // ItalianScienceReview. 2014. - №14 (3) – PP. 351-353.
4. Рыбалкина З.М. Повышение управляемости организации за счет регламентации деятельности // Менеджмент: опыт, проблемы, перспективы: монография / Под общ. ред. д.э.н., проф. С.Д. Резника. – Пенза: ПГУАС, 2016. – 192 с. (С. 10-19).
5. Синенко С.А. Управление проектами. М.:МГСУ, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2015.
6. Управление проектом: практикум / А.А. Кожеуров, З.М. Рыбалкина. – Пенза: ПГУАС, 2009. – 208 с.

развитие коммуникаций внутри команд и функциональных групп;  
разделение ответственности между группами проекта;  
гибкость производственного процесса;  
резервы времени внутри проекта [5].

В зависимости от сути и сложности замысла и эффективности его реализации результаты работы по выполнению проекта могут быть самыми различными и классифицироваться по-разному. Они могут быть: конкретными (продукция, организация, здание и т.д.) и абстрактными (планы, знания, опыт, метод и т.д.); текущими (технология, документация, подписанные контракты) и конечными (прибыль, продукт, знания и т.д.).

Таким образом, общий результат процесса реализации проекта может быть определен как система целей, которые должны быть достигнуты в ходе выполнения проекта.

В соответствии с положениями общей теории систем, система определяется как комплекс некоторых элементов, находящихся во взаимодействии между собой и с внешней средой.

Проект, как систему, определяют следующие основные свойства:

сложность иерархической структуры;

влияние на проект находящихся во взаимодействии объективных и субъективных факторов;

динамичность процессов, имеющих стохастический характер;

целостность (эмерджентность) системы;

сложные информационные процессы, обусловленные многочисленными взаимосвязями между элементами системы;

множественность целей, которые могут не совпадать с целями отдельных элементов или подсистем;

многофункциональность элементов системы.

Указанные свойства проекта как системы определяют необходимость в системном подходе к управлению проектами, предполагающем рассматривать элементы проекта и их функционирование во взаимосвязи и взаимозависимости.

Характерной чертой современных систем является их сложность. Сложность проекта как системы в определенной мере характеризуется такими показателями, как разнообразие задач и работ, сжатые сроки, ограниченные

репутацію компанії. Проте дослідження що передували даним проведені Лемінком, Шуйджіфом та Струйкінсом оцінили чи пом'якшують соціальну відповідальність негативний вплив який мав скандал Енрона на їхню аудиторську компанію (Артур Андерсон) і дійшли до висновку що не має зв'язку з соціальною відповідальністю і вартістю компанією.

С) Операції, інновації та зв'язки з стейкхолдерами.

Одним з найбільш важливим аспектів що впливає на УРП є те як компанія здійснює свій бізнес і у контексті цього як це пов'язано з кожним стейкхолдерів. Отже, компаніям слід мати багатовимірну перспективу УРП з метою інтеграції організаційних цінностей та культури, процесу менеджменту та операцій.

До того ж, цінності пов'язані з УРП повинні стати глибоко інтегрованими у філософію управління та організаційну культуру. До того ж, Віланова визначила шляхом поглибленого вивчення європейського фінансового сектору що шляхом навчання та інновацій УРП є інструментом що в разі підходящої імплементації може підвищити рівень конкурентоспроможності певної компанії. Особливо впровадження УРП у бізнес практику створює навчальний процес який асимілює інтереси стейкхолдерів у інноваційний процес. Здійснюючи це компанії створюють нові продукти та послуги разом з інноваційними практиками що призводять до вищої конкурентоздатності. Як наслідок, при прийнятному менеджменті дій УРП і впровадженні загальної корпоративної стратегії компанії можуть збільшити градус інновацій які вони виробляють результатом чого стане вища фінансова продуктивність.

Д) корпоративний імідж та брендинг

В літературі було описано зв'язок між політикою та діями компанії як їх корпоративний імідж. Даулінг визначив бачення компанії, корпоративну стратегію, культуру, організаційний дизайн і маркетингові комунікації як такі що мають бути пов'язані. Доповнюючи це, Шмід запропонував стратегічну основу корпоративної естетики дозволяючи компаніям управляти візуальними атрибутами такими як логотипи, продукти, реклама, конструкції, уніформа компанії або упаковка.

Було проаналізовано бренд-менеджмент сервісних компаній пов'язаних з УРП. Результати дослідження показують, що лояльність споживачів є вищою до тих компаній які є більш соціально відповідальними. В той же час, Бігне-Алканіс [4] визначив, що імідж, що базується на УРП має дві ключові основи: правдоподібність та альтруїстичні внески; фактор які компанії братимуть до уваги під час соціально активних дій та практик. Висновком є те, що компанії інтегруватимуть УРП до своєї структури та стратегії, місії та культури.

Для компанії важливо підкреслити філантропічні аспекти культури та цінностей а також її КСВ. Це є надзвичайно важливим при створенні потужного

бренду та позитивного ставлення до компанії. Наприклад, Дамрайт та Менган стверджують, що однією з найбільших конкурентних переваг компанії є соціально-відповідальна позиція бренду. До того ж, Чані та Філіпч вивчили реакцію клієнтів Артур Андерсона після скандалу з Енрон. Вони дійшли до висновку, що інвестори змінили ставлення до аудиторських послуг компанії на більш негативне не зважаючи на репутацію компанії. Це відбулося через те що аудиторська компанія не надала послуги належної якості і потрапила в корупційну справу, хоча була вірогідність того що в ній брали інші учасники окрім Енрон. Це показує негативну реакцію ринку через те що репутація Артур Андерсона було пошкоджена і що це вплинуло також на її клієнтів.

Як результат, дане дослідження надає бачення взаємозв'язків та взаємодії що існують між різними елементами які впливають на КР а також того як вони всі пов'язані з специфічними діями УРП. До того ж, дане дослідження надає бачення для менеджерів розуміння зв'язків УРП та КР і того які дії можуть проводитися з метою покращення КР у інших сферах бізнесу разом з більшим розумінням того як її погіршення у певних сферах може спричинити погіршення загальної результативності діяльності компанії.

Література:

1. CABLE, D.M. and TURBAN, D.B. (2003) "The Value of Organizational Reputation in the Recruitment Context: A Brand – Equity Perspective" *Journal of Applied Social Psychology*; 33;(11, pp 2244-2266).
2. MCWILLIAMS, A. and SIEGEL, D. (2001) *Corporate Social Responsibility: a Theory of the Firm Perspective*, *Academy of Management Review*, 26 (1), pp. 117-127.
3. Roberts, P. and Dowling, G. (2002) "Corporate reputation and sustained superior financial performance", *Strategic Management Journal*, 23 (12), pp. 1077-1093.
4. Harrington, S. (2008), "CSR research: make a difference", *Human Resources*, 4 January

## Marketing and management

к.э.н., доцент Рыбалкина З.М.

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия*

### СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТОМ

Управление проектом – сравнительно новая сфера управления в нашей стране. Под проектом понимается система сформулированных в его рамках целей, создаваемых или модернизируемых для их достижения физических объектов (зданий, сооружений, производственных комплексов), технологических процессов; технической и организационной документации для них, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению.

Управление проектом предполагает: разработку организации управления, планирование процесса, координацию трудовых, финансовых, материально-технических и информационных ресурсов на протяжении проектного цикла. Все эти мероприятия направлены на эффективное достижение целей проекта путем применения современных методов, техники и технологии управления с учетом состава и объема работ, их стоимости, срокам и качеству. При этом важное значение для достижения поставленной цели имеет системный подход к управлению проектом.

Системный подход к управлению проектами предполагает наличие следующих элементов:

ограничение масштаба проекта: четкое определение товара или объекта, ограничения по срокам и трудовым ресурсам;

возможность разделения товара или объекта на элементы: модуляризация по техническим характеристикам, функциям, подсистемам и объектам;

возможность выделения проекта на команды и группы, разрабатывающие отдельные технические характеристики;

создание малых групп и управление ими: большое количество малых производственных групп, обладающих независимостью и ответственностью;

наличие правил для координации и синхронизации работ по проекту;

Нәтижесінде, қай жұмыссыздық болсын ол амалсыз жұмыссыздық болып танылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Президенті - Елбасы Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстан-2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауы, "Егемен Қазақстан газеті" № 7 шығарылым, 2013ж, 5-7 б.
2. Қазақстан Республикасының Президенті - Елбасы Н.Ә.Назарбаев: «Қазақстанның әлеуметтік жаңғыртылуы: Жалпыға Ортақ Еңбек Қоғамына қарай 20 қадам» - бағдарлама, "Егемен Қазақстан", 2012 ж. 10 шілде
3. Қазақстан Республикасының Еңбек кодексі / Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 15 мамырдағы N 251 Кодексі
4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия и расходов на оплату труда: Учеб. Пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавкова. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 272 с.

**Парфененко М.М., Левченко С.В., Рябова К.І., Коваленко О.М.**

*Одеський національний політехнічний університет*

### **ФАКТОРИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Одним із головних суб'єктів ЗЕД є підприємство [1]. Підприємство – це самостійний суб'єкт господарської діяльності, який виготовляє продукцію або надає послуги з метою задоволення потреб суспільства та одержання прибутку.

У сучасних умовах суттєво змінюється роль та місце підприємства у ЗЕД країни. На це впливає як характер внутрішньої сфери діяльності підприємства, так і зовнішнього середовища.

Внутрішня сфера діяльного українського підприємства визначається перехідним характером економіки країни. Вже створена визначена ринкова інфраструктура, сформовані основи нормативно-правового середовища та підприємницького клімату. Однак багато елементів ринку поки ще не можуть бути впроваджені через обставини техніко-економічного, валютно-фінансового, соціально-політичного характеру.

До факторів зовнішнього середовища, що впливають на розвиток ЗЕД та міжнародну конкурентоспроможність українських підприємств можна віднести такі:

зміна впливу факторів часу та простору. ЗЕД, як правило, пов'язана з подоланням великих відстаней. Високі темпи технічного прогресу в галузі комунікацій та транспорту дають змогу значною мірою економити час і кошти, які витрачають на передавання інформації, транспортування товарів, переміщення людей. Досягнення в галузі комунікацій прискорюють взаємодію та дозволяють здійснювати більш оперативний контроль за будь-якими міжнародними операціями. Швидкий обмін інформацією щодо нової продукції приводить до збільшення обсягів продажу на іноземних ринках; – розвиток інституційних механізмів: удосконалюється діяльність суспільних інститутів, інфраструктура бізнесу. Це стосується насамперед ліквідації торговельних бар'єрів, створення нових та розвиток існуючих економічних інтеграційних угруповань;

– зміна конкуренції в світовому господарстві. У зв'язку із зростанням конкуренції на світовому ринку, розвитком системи комунікацій, інформації,

транспорту, лібералізацією торгівлі підприємства відчують все більший вплив міжнародних ринків.

На світових ринках міжнародна конкуренція характеризується жорстким загостренням. У зв'язку з цим слід мати на увазі, що українські підприємства не мають такої широкої державної підтримки, як західні фірми, а можливості економічних угруповань (ЄС, НАФТА, АТЕС тощо) значно більші, ніж можливості СНД;

недостатні ресурсні можливості більшості українських підприємств для широкої діяльності на зовнішніх ринках;

недостатні знання світової практики та відносно відставання у ефективному використанні ринкових механізмів у ЗЕД;

високий рівень агресивності західних фірм як на світовому так і на внутрішньому ринку України.

Для українських підприємств створено певні умови для здійснення ЗЕД: їхня організація має повідомний, а не дозвільний характер; вони самостійно визначають свій організаційно-правовий статус, форми та методи ЗЕД, а також формують підприємницьку стратегію, товарну, фінансову, цінову та іншу політику. Це дає підприємствам можливість комплексно та ефективно використовувати свої переваги та регіону, в якому воно розташоване, а також зовнішні фактори у вигляді інвестицій, нових технологій тощо; оперативно та з більшою віддачею вирішувати виробничо-економічні, науково-технічні та соціальні питання; одержувати додаткові переваги від самостійної ЗЕД.

У той же час існують обставини, які негативно впливають на ефективність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність, зокрема міжнародну. До них слід віднести такі:

підприємство ще дуже обмежене у своїх ринкових можливостях як всередині країни, так і за кордоном;

державна підтримка підприємства деякою мірою носить декларативний характер;

різні елементи ринкової економіки України розвиваються та формуються різними темпами та неадекватно світовим процесам;

нормативно-правове регулювання діяльності підприємства, як правило, розвивається випереджаючими темпами порівняно з іншими елементами ринкової інфраструктури;

використання підприємцями недозволених методів конкуренції, не правових дій;

көрсеткіштері мен шарттарын қарастыру қажет, сыйақы мөлшерін, оған ұсынылатын қызметкерлер тізімін, тағайындау кезеңділігін анықтау қажет.

Қазіргі кезде Қазақстанның кейбір кәсіпорындарында еңбекақы төлеудің тарифсіз жүйесі қолданылады, мұндағы жүйе бойынша біліктілік пен еңбек нәтижелерін бағалау, еңбекақыларды бөлу арнайы коэффициенттер негізінде жүзеге асады. Сонымен қатар, әр бөлімшенің еңбекақы қоры кәсіпорын табысының белгілі бір мөлшерін құрайды. Директордан жұмысшыға дейін жұмыскерлердің еңбекақысы өзімен бөлімшенің еңбекақы қорының үлесін білдіреді. Еңбекақы жұмыскердің біліктілік деңгейіне тәуелді, оның еңбекке қатысу коэффициенті мен жұмыс істеген уақытына байланысты болады. Еңбекақының тарифсіз жүйесінің негізі болып жұмыскердің еңбек өнімділігін сипаттайтын біліктілік деңгей табылады. Ол кәсіпорынның барлық жұмыскерлеріне беріледі.

Біліктілік деңгейі жұмыскердің өткен уақыттағы нақты еңбекақының ең төменгі деңгейдегі жалақыға қатынасы арқылы анықталады. Соған сәйкес, еңбекақының тарифсіз жүйесі тарифтік жүйемен берілген қатынастарға негізделеді [3]:

$$K_y = Z_{пф} : Z_{мин} \quad (1)$$

мұндағы:  $K_y$  – біліктілік деңгей;

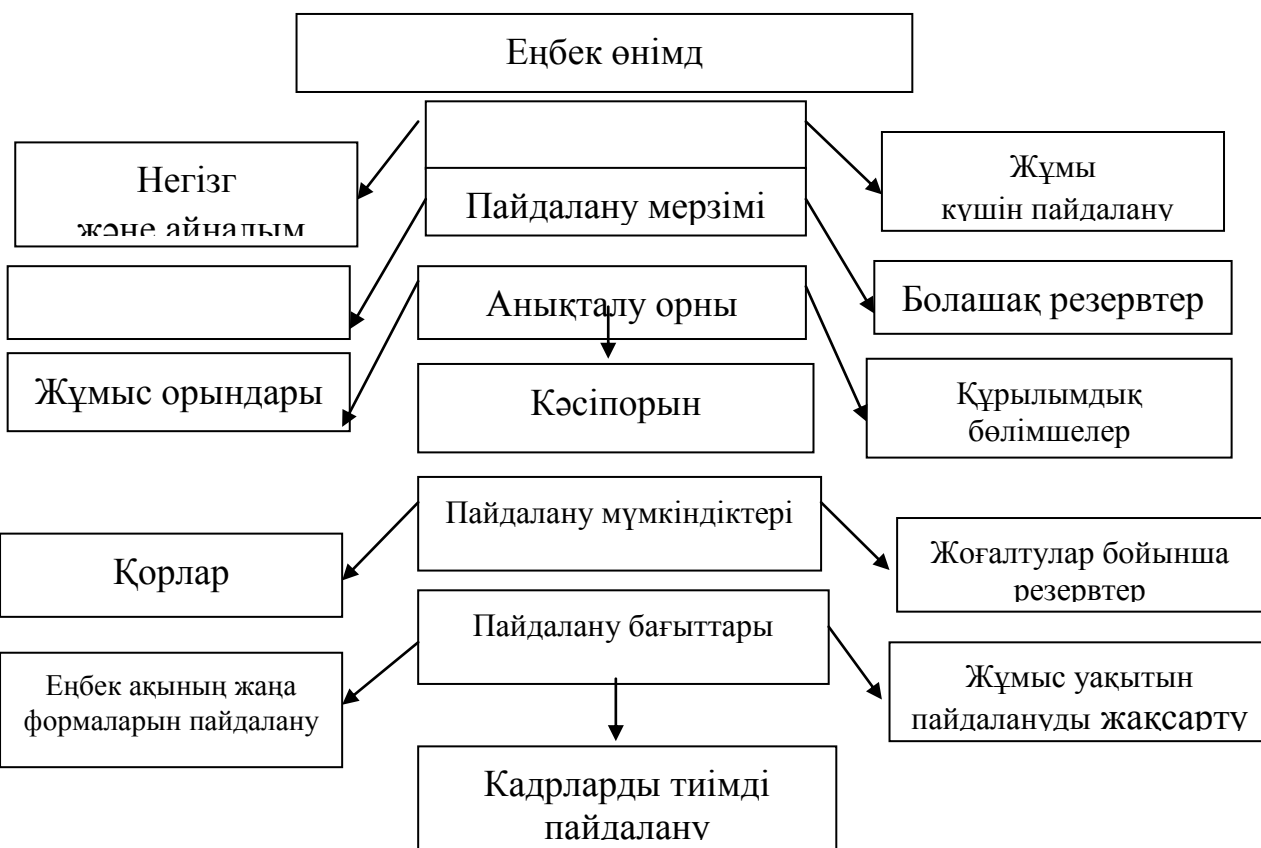
$Z_{пф}$  – нақты еңбекақы;

$Z_{мин}$  – кәсіпорындағы ең төменгі деңгейдегі жалақы.

Біліктілік деңгейлер негізінде, сонымен қатар, әр түрлі мамандық пен лауазымдағы жұмыскерлерге қойылатын біліктілік талаптарды есепке ала отырып, ұжымның барлық мүшелері біліктілік топтар бойынша жіктеледі. Олардың әрқайсысы үшін өзінің біліктілік деңгейі қалыптасқан.

Сонымен көзге көрінбейтін келісімдер моделі бойынша, қызметкерлер өз еркімен жұмыс істеген кезде белгілі жалақы төленеді деп және олардың шекті өнімі тым төмен түскен кезде жұмыс қалу ықтималдығы туралы келісім жасайды. Осыған байланысты пайда болған жұмыссыздықтың мағынасына қарасақ, оны ерікті жұмыссыздық деп тануға болады [4]. Бірақ қызметкер жұмыс істемей, бос уақыт құнын және бір уақытта жұмыссыздыққа берілетін жәрдем ақшаны көрсететін аз сомасын алғаннан, тиімді көзге көрінбейтін келісім бойынша жұмыс істеп жалақы тапқанды артық көреді.





2-сурет – Еңбек өнімділігін өсіру резерурет)

Жанды еңбекті (жұмысшы күшін) аса тиімді пайдалануға келсек, онда оларды еңбекті ұйымдастыру мен еңбек шарттарын жақсарту кезінде, үздіксіз жұмыс атқару, сонымен қатар жұмыскерлерді еңбек нәтижелеріне қызығушылықтарын арттыру барысында ғана жетуге болады [2].

Жансыз еңбекті (негізгі және айналым қорларын) неғұрлым ұтымды пайдалану резервтері - негізгі өндірістік қорларды, шикізаттар мен материалдарды, жинақтаушы бұйымдарды, отын, энергия т.б. ұтымды пайдалану.

Ағымдық резервтер қосымша қаражат салымдарынсыз және технологиялық үрдістің аса маңызды емес өзгерістерінсіз тез жүзеге асырылады, аял келешекте қосымша дайындық жұмыстарын, күрделі шығындарды, қазіргі заманғы құрал-жабдықтардың орнатылуын талап етеді.

Еңбек кодексіне сәйкес Қазақстанда жұмыс беруші сыйақы тағайындау жүйесін өз бетінше таңдайды немесе өзі құрады. Сыйақы тағайындау жүйесін құруға бірқатар талаптар қойылады: тағайындау

зростання ризику банкрутства, оскільки підприємство самостійно формує політику збутову, матеріально-технічного забезпечення, валютно-фінансову, цінову та товарну.

Існує багато обставин, які заважають успішній діяльності підприємств у зарубіжних країнах і негативно впливають на її результати. Основні з них [46]:

Воєнні конфлікти, стихійні лиха, політичні реформи, економічні блокади, страйки тощо.

Відсутність збалансованого механізму державного регулювання та гнучкого управління в умовах кон'юнктури внутрішнього та світового ринків, яка постійно змінюється. Це зумовлено недосконалістю законодавчої бази регулювання ЗЕД, системи кредитування та страхування промислового експорту, митно-тарифного та нетарифного регулювання, недоліками системи банківського обслуговування, слабким розвитком транспортної інфраструктури, що повинна забезпечувати потреби експортно-імпортних перевезень.

Недостатність договірно-правового механізму торговельно-економічних відносин із зарубіжними країнами, співробітництва з міжнародними економічними організаціями та з промислово розвинутими країнами.

Технічна відсталість виробництва, низька якість продукції, застаріла система організації управління виробництвом, слабкий розвиток виробничо-коопераційних зв'язків, недостатній рівень економічних норм продукції, яка постачається на експорт тощо.

Не завжди українські підприємці додержуються міжнародних домовленостей, правил та норм торгівлі, враховують інтереси партнерів та особливості зарубіжного законодавства.

Економічні обмеження та заборони з боку інших країн, що зумовлено конкуренцією (дискримінаційні тарифи, квоти, санкції). Вони установлюють обмеження щодо іноземних підприємств порівняно з національними, незважаючи на додержування принципу національного режиму. Це можуть бути обмеження у сфері прямих інвестицій, які виражаються у вимогах в одержанні дозволу на здійснення ПІ на їх території. У всіх країнах є галузі, де існує заборона або обмеження на ПІ, наприклад, добувна, воєнна промисловість, сфера банківських, страхових послуг, транспорту, зв'язку тощо.

У деяких країнах існують галузі, де взагалі заборонено функціонування зарубіжних підприємств (пошта, телеграф, телефон, телерадіомовлення, транспорт, енергетика, тютюнова та вино-горілочна промисловість).

В окремих галузях існують вимоги взаємності, які передбачають видавання дозволів на інвестування тільки у тому випадку, якщо в країні походження цих інвестицій дозволяється аналогічна діяльність інвесторів приймаючої країни.

У деяких країнах уряд та місцеві органи влади можуть заборонити перехід національних підприємств під контроль іноземних фірм, якщо це суперечить інтересам країни. Такі заходи існують у Німеччині, США.

У деяких країнах діють правові норми, за якими у випадку, коли іноземний інвестор прагне придбати у національній компанії частку, що перевищує установлену, йому необхідно одержати дозвіл властей. Наприклад, частка у фірмах Австралії дорівнює 15, Фінляндії - 40%.

До українських підприємств, які використовують заходи недобросовісної конкуренції, іноземні країни можуть застосовувати антидемпінгові, антисубсидійні, спеціальні розслідування.

7. Підприємці на міжнародних ринках можуть стикатися із неформальними обмеженнями: багатоступінчатість процедури одержання дозволу на інвестиційну діяльність; можуть висуватися умови щодо прийняття в частку місцевих підприємців, використання місцевих ресурсів, розвиток постачання на експорт тощо; створення бюрократичних перешкод у діяльності українських компаній, одержанні кредитів, державних замовлень тощо.

8. Недостатнє володіння українськими підприємцями інформацією щодо економічних, організаційно-правових умов роботи на міжнародних ринках. Вони повинні знати гарантії прав та інтересів іноземних інвесторів за кордоном. Якщо не володіти цією інформацією, можуть виникнути певні труднощі щодо використання їхнього майна з метою підприємницької діяльності, приватизації та ін.

Література:

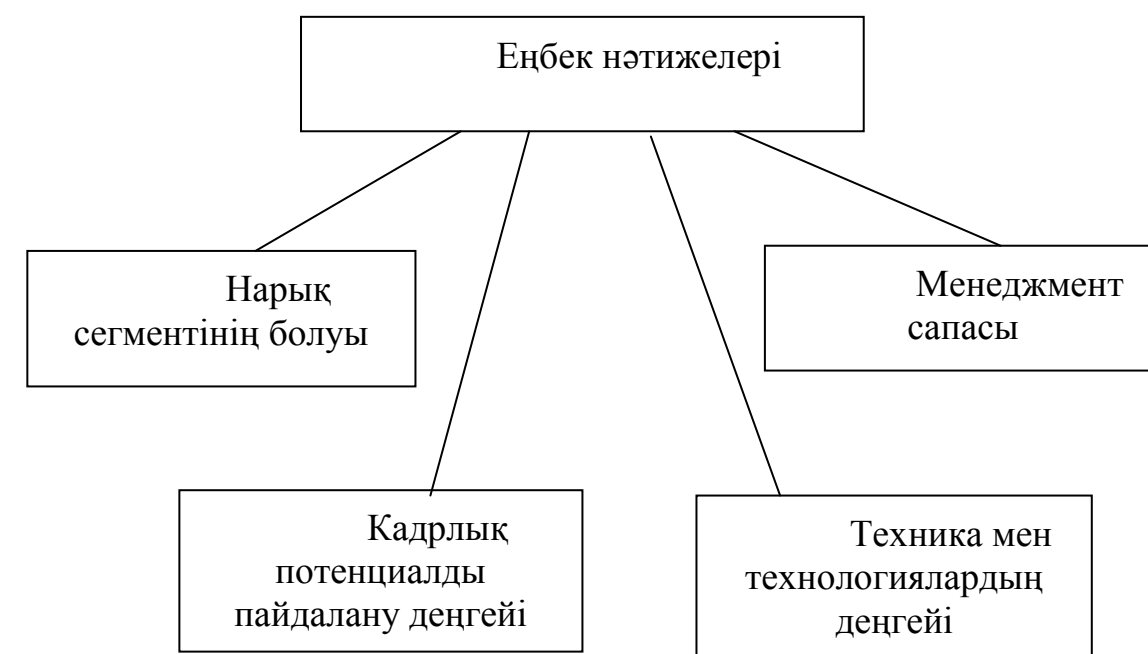
1. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: кредитно-модульний курс: Навчальний посібник / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, О.М. Коваленко і ін. – 3-тє вид., перероб. та доп.; За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, К.І. Ржепішевського. – К.:ЦУЛ, 2010. – 268 с.

қосылған құн қабылданады. Әртүрлі белгісіздік жағдайлар орын алған жағдайда еңбек өнімділігінің өлшеуішінің мүмкін әдістерінің ішінде осы көрсеткішті жеке жеке тұрақты және айнымалы шығындар бойынша есептеуге болады ("директ-костинг" жүйесі);

3. Көпкритериалы (мақсаттар матрицасы), бірінші топтағыдай біртұтас көрсеткіштерді пайдалануға негізделген, бірақ одан ерекшелігі әртүрлі шығындар мен өнімдерге негізделген, ал таңдалған бағалау көрсеткіштері ранжирование және таразылау процедуралары көмегімен жүргізіледі.

Менеджмент сапасы болып кәсіпорынды басқаруды ұйымдастыру түсіндіріледі: оның ұйымдық құрылымы, өндірісті басқару жүйесі, басқару технологиясы, басқару жүйесінің автоматтандырылу дәрежесі, жетекшілік стилі, еңбекті ұйымдастыру деңгейі.

Еңбек өнімділігін өлшеу мақсаты: менеджментті жетілдіру. Еңбек өнімділігінің абсолютті деңгейін анықтау – бұл тек бірінші саты болып табылады. Өсімге әсер ететін еңбек өнімділігінің динамикасын, факторлар мен резервтерді, резервтер мен ресурстарды бағалау күрделірек (1-сурет).



1-сурет – Еңбек нәтижелерінің өсуіне ықпал ететін факторлар  
Нарық сегментінің болуы кәсіпорынның өз өнімдерін өткізу, ассортименттерін өзгерту мүмкіндіктері, өндірісті дамыту үшін перспективаларын анықтауға мүмкіндік береді.

Келесі кезең – еңбек өнімділігін өсіру резервтерін анықтау (2-сурет)

орлар

**Альжанова А.З.**

*Еуразия технологиялық университеті  
«Экономика, бизнес және құқық» кафедрасы  
аға оқытушы*

## **КӘСІПОРЫНДА ЕҢБЕК НӘТИЖЕЛЕРІН ЖАҚСARTУ БАҒЫТТАРЫ**

Кәсіпорын табысты қызметінің бірі болып оны арттыру ретінде еңбек өнімділігін басқарудың кешенді бағдарламаларын құру табылады. Бұл үшін келесі қадамдардан өту қажет: еңбек өнімділігін өлшеу жүйелерін құру, кәсіпорынның ресурстық мүмкіндіктерін есепке ала отырып, өсім факторлары бойынша еңбек өнімділігін арттырудың резервтерін анықтау, кәсіпорын, құрылымдық бөлімшелер, жұмыс орнында еңбек өнімділігін жоғары дәрежеде өсіру үшін персоналдарды материалды ынталандыру схемасын құру.

Еңбек өнімділігінің бірыңғай өлшеуіші болуы мүмкін емес. Өлшеуіштерді қойылған мақсаттар мен нақты шарттарға байланысты таңдауға болады. Мұнда басқару жүйесінің өзгерісі, қызметкерлерді ынталандыру жүйесін басқару, өсу резервтерін анықтау тәрізді өлшеуіштердің мақсатын анықтаумен байланысты.

Халықаралық тәжірибеде пайдаланылатын көрсеткіштерге байланысты барлық әдістер келесі 3 топқа бөлінуі мүмкін [1]:

1. Көпфакторлы, «өндіру/шығындар» бір көрсеткішті есептеуге негізделген. Бөлшектің алымында барлық пайдаланылған өнім түрлері (немесе аса маңыздысы) және бөлімінде барлық жұмсалған шығындар (немесе аса маңыздысы) көрсетіледі. Аталған әдіс кәсіпорын үшін өнімділіктің жалпы өлшеуішін алуға, олардың кәсіпорынның пайдалылығына әсер етуін бағалауға және өлшеуге, өнімділік көрсеткіштерінің динамикасын талдауға мүмкіндік береді.

2. Векторлық, олар жеке көрсеткіштер жиыны (векторы) көмегімен еңбек өнімділігін өлшеуге негізделген: 1 адам/сағатпен жұмыс істелген шығырылымды; 1 орташа тізімдік жұмысшыға; жұмсалған энергия бірлігіне, 1 доллар материалды шығындарға; негізгі капиталға, амортизацияға. Шығарылым ретінде өндіріс көлемі, өнімнің жалпы шығарылымы, жалпы

**Анаєва А.О., Коваленко О.М., Станіславик О.В.**  
*Одесський національний політехнічний університет*

## **ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

Основне місце на ринку транспортних послуг посідають морські перевезення [1]. Морський транспорт забезпечує перевезення лівової частки обсягу всього вантажу.

При здійсненні морських перевезень керуються, насамперед, багатосторонніми міжнародними договорами, які містять уніфіковані правила перевезень. Серед них: Брюссельська конвенція про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924); Міжнародна конвенція про обмеження відповідальності власників морських суден (1957); Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких правил про цивільну юрисдикцію по справах про зіткнення суден (1952); Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких перевезень морем багажу пасажирів (1967); Міжнародна конвенція ООН про морські перевезення вантажу (1978); Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їх багажу (1974).

Основні питання двосторонніх міжнародних договорів, які сприяють розвитку комерційних та економічних відносин між державами є:

– проголошення принципу сприяння свободи торгового мореплавства та утримання від будь-яких дій, якими може бути завдана шкода нормальному розвитку міжнародного судноплавства;

регламентування визнання документів, що є на судні (це документи, що видані іншою договірною державою для підтвердження належності судна до певної держави);

– регулювання питань, які пов'язані з вантажем;

– регламентація питань комерційних угод, які укладаються між перевізниками договірних держав щодо надання транспортних послуг;

– виконання адміністративних, митних, санітарних, карантинних та інших формальностей, що діють у іноземних портах. Як правило, врегульовуються питання звільнення від податків на

доходи та прибуток, що отримуються за морське перевезення судном однієї договірної держави у інший.

Серед нормативних актів України у сфері морських перевезень найважливішим є Кодекс торговельного мореплавства України 1995 р [1].

На морському транспорті залежно від регулярності рейсу і форми договору існує дві форми організації перевезень: лінійна (регулярна) та трампова (нерегулярна),

Лінійна форма перевезень забезпечує регулярні перевезення між портами генеральних вантажів за заздалегідь оголошеним розкладом. Перевезення організуються на сталих географічних напрямках міжнародної торгівлі готовою промисловою продукцією, напівфабрикатами, продовольчими та іншими товарами.

Регулярні лінії бувають:

односторонні (обслуговуються одним судновласником);

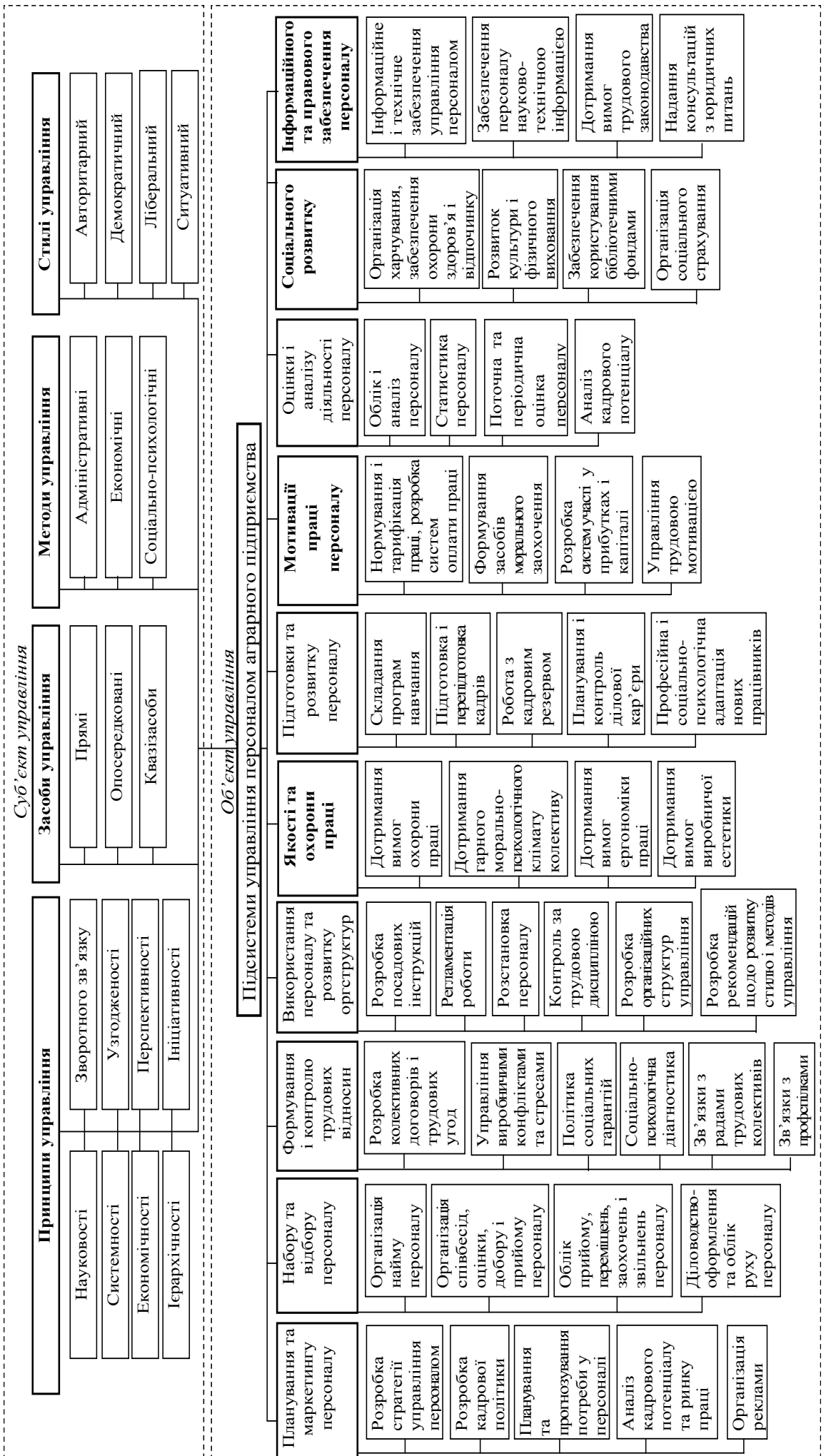
спільні (обслуговуються кількома транспортними компаніями на основі угод між ними чи міжурядових угод, в яких врегульовані умови експлуатації відповідних ліній);

конференціальні, які діють на основі угод конференцій суднов. Конференція це група, що складається з двох чи більше перевізників, які надають послуги щодо міжнародних лінійних перевезень вантажів на певному напрямку і мають домовленість про загальні тарифні ставки, права та обов'язки членів конференції та інші умови. Перевізники лінійної конференції у своїх операціях керуються Кодексом поведінки, який розроблено відповідними органами ООН у 1974 р.

До переваг лінійного судноплавства належить завчасне приймання вантажу від відправники і зберігання його на своїх складах до приходу судна, дотримання строків розкладу, стабільні ціни, наявність широкої мережі агентів.

Обсяг послуг, який надається лінійними перевізниками, значно більший, ніж у трамповому судноплавстві. Як правило, морські лінійні перевізники приймають на себе обов'язки сплачувати вартість навантаження та розвантаження. Перевезення оплачують вантажовідправники за ставкою тарифу, які встановлюються перевізниками.

Рис.1 Система управління персоналом аграрного підприємства Джерело: [розроблено автором].



поставлених цілей; організація роботи стосовно здійснення прийнятих рішень щодо управління персоналом; координація і контроль виконання намічених заходів. Головним завданням управління персоналом є удосконалення: використання і розвитку персоналу; кадрової політики; вибору і реалізації стилю управління персоналом; організації горизонтальної координації і кооперації; покращення умов праці та відпочинку; визнання особистих досягнень у праці; вибір системи оплати праці й методів стимулювання.

Управління персоналом в аграрних підприємствах відбувається за допомогою системи управління персоналом. Під системою управління персоналом Крушельницька О.В. розуміє сукупність взаємозв'язаних елементів, які відрізняються функціональними цілями, діють автономно, але спрямовані на досягнення загальної мети. Недашківський М.М., зазначає, що система управління персоналом є підсистемою системи управління підприємством, інтегрованою в неї та спрямованою на вирішення загальних цілей організації. Отже, система управління персоналом – це підсистема управління підприємством, спрямована на залучення та ефективно використання наявної робочої сили і заснована на виконанні наступних специфічних функцій: кадрова політика, підбір персоналу, оцінка персоналу, розстановка та навчання персоналу. Але, виконуючи лише перелічені вище функції, система управління персоналом не може бути ефективною, оскільки мало уваги приділено соціальному та професійному розвитку, адаптації та стимулюванню персоналу. Крім того, щоб система працювала ефективно, вона має бути комплексною та системно впливати на персонал, а для цього пропонуємо доповнити її підсистеми мотивації праці та соціального розвитку, які відповідають за комфортні умови та результативність праці, а також методами, стилями, засобами та принципами управління. Авторське бачення, якою повинна бути система управління персоналом аграрного підприємства наведено на рисунку 1.

У трамповому судноплаванні судна експлуатуються на нерегулярній основі; без чіткого розкладу і скеровуються судновласниками туди, де є попит на тоннаж. Транспортуються, як правило, масові вантажі, що перевозяться навалом чи наливом (деревина, вугілля, зерно, нафтопродукти тощо).

Договір морського перевезення (договір фрахтування судна) у трамповому судноплаванні укладається між морським перевізником (фрахтівником) та вантажовідправником або вантажоодержувачем (фрахтувальником) і має форму чартеру. При чартері для перевезення вантажу надається усе судно, його частини чи окремі приміщення. Звичайно, на практиці застосовують проформи чартерів, розроблені міжнародними морськими організаціями чи національними об'єднаннями судновласників. Проформи чартерів – це типові договори перевезення.

На основі проформ чартерів, що розробляються або перевізниками, або спеціалізованими організаціями, укладаються чартери на перевезення конкретних вантажів у певних напрямках. Розрізняють, зокрема, такі види чартеру: вугільний, лісовий, нафтовий. Це дає змогу враховувати специфіку перевезення окремих вантажів. За своїм змістом морський чартер є складним договором, який охоплює до шести десятків різних умов (порядок надання вантажу, розрахунки за фрахт та ін.).

Умови проформ чартеру можуть змінюватися та доповнюватися сторонами, які, зокрема, використовують застереження. Питання відповідальності вирішують, звертаючись до норм Конвенції про уніфікацію деяких правил про коносамент.

Вартість перевезення вантажу трамповим судном визначається розміром фрахтової ставки, яка складається залежно від ринкової кон'юнктури та встановлюється судновласником.

Основним документом у морських перевезеннях є коносамент – документ, що підтверджує прийняття товару до перевезення морським шляхом і зобов'язує перевізника видати товар законному власнику. До морських транспортних документів належать також штурманська розписка, на основі якої виписується коносамент, повантажувальний ордер, морська накладна, докова розписка, акт-повідомлення, що є підставою для пред'явлення у разі, якщо вантаж постраждав під час перевезення.

На закінчення наведемо особливості перевезень морським транспортом, які повинні бути враховані при виборі виду транспорту:

- низька порівняно з іншими видами транспорту собівартість перевезень (приблизно у 2 рази нижча, ніж на залізничному транспорті);
- мобільність, тобто є можливість легко перейти з одного маршруту до іншого;
- практично необмежена пропускна спроможність морських шляхів;
- велика вантажопідйомність;
- незначні витрати палива. Рух між портами здійснюється найкоротшим шляхом);
- немає габаритних обмежень;
- продуктивність праці вища, ніж на залізничному транспорті (приблизно в 5 разів).

## Литература:

1. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: кредитно-модульний курс: Навчальний посібник / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, О.М. Коваленко і ін. – 3-тє вид., перероб. та доп.; За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, К.І. Ржепішевського. – К.:ЦУЛ, 2010. – 268 с.

## Продовження табл. 1

1	2
Воробйов Є.М.	Всі принципи, методи, способи, які використовує менеджмент, аби спонукати працівників до дій, спрямованих на досягнення цілей фірми, і складають зміст діяльності, яку називають управлінням персоналом.
Гончаров В.В.	Управління персоналом - це поточна оперативна робота з кадрами.
Кириченко О.А.	Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей
Крушельницька О.В., Мельничук Д.П.	Управління персоналом - це цілеспрямована діяльність керівного складу організації на розробку концепції, стратегій кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних, організаційно економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання робочої сили на рівні підприємства.
Пелих А.С., Чумаков А.А., Баранников М.М.	Управління персоналом - це сукупність логічно пов'язаних дій, спрямованих на оптимізацію трудових ресурсів підприємства в аспекті їх діяльності, якісних і кількісних характеристик, з метою раціонального досягнення поставлених перед організацією цілей.
Уманський А. М.	Управління персоналом - це управлінські дії керівників та працівників кадрових служб організації, які спрямовані на пошук, оцінку, відбір, професійний розвиток персоналу, його мотивацію і стимулювання до виконання завдань, що стоять перед організацією.
Храмов В.О., Бовтрук А.П.	Під управлінням персоналом розуміють сукупність впливів на організаційну поведінку людей, спрямованих на активізацію ще невикористаних професійних і духовних можливостей для розв'язання поставлених завдань.

Джерело: [узагальнено автором].

Отже, управління персоналом – це функція в рамках компанії, яка полягає в наборі, управлінні та забезпеченні керівництвом людей, які працюють в самій компанії, а також займається питаннями, пов'язаними з компенсацією, наймом, управлінням, організаційним розвитком, безпекою, благополуччям, мотивацією, управлінням та підготовкою кадрів. Управління має передбачати: поліпшення мотивації праці з одночасним розширенням повноважень працівників у сфері прийняття рішень; створення умов для поглиблення знань, підвищення кваліфікації; гнучке та адаптоване використання «людських ресурсів», підвищення ділової активності персоналу, створення корпоративної культури.

Управління персоналом полягає у виконанні конкретних функцій, а саме: встановлення цілей і напрямків роботи з персоналом; удосконалення роботи відділу кадрів в підприємстві; визначення шляхів, форм і методів реалізації

**К.е.н. Дідур К.М.**

*Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет,  
Україна*

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвиток підприємства, здійснення його основної діяльності, випуск та продаж продукції, яка була б конкурентоспроможною на національному та зовнішніх ринках, залежить не лише від технічних можливостей підприємства, наявності провідних технологій, чіткої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринку та поетапного впровадження концепції просування товарів на ринки, а й від професійності співробітників підприємства, ефективного управління персоналом. Головним елементом системи управління є персонал, який одночасно може бути як об'єктом, так і суб'єктом управління. Як суб'єкт управління являє собою основну специфіку управління персоналом. Управління персоналом набуває ключового значення як головний фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його основних цілей та завдань. До недавнього часу сам термін «управління персоналом» в практиці управління був відсутній, проте в системі управління персоналом кожного підприємства існувала підсистема управління кадрами і соціальним розвитком колективу. Вчені не мають однозначної думки щодо трактування терміну «управління персоналом» (табл. 1).

*Таблиця 1*

#### **Аналіз дефініцій «управління персоналом», наведених в літературних джерелах**

Джерело	Визначення
1	2
Басаков М.І.	Управління персоналом - це цілеспрямована діяльність керівників усіх рівнів управління організації і працівників структурних підрозділів системи управління персоналом, що включає розробку стратегії кадрової політики, концепцію, принципи, методи і технологію управління персоналом організації.
Виноградський М.Д., Беляєва С.В., Виноградська А.М.	Управління персоналом - це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей, як організації в цілому, так і індивідуальних (особистих) кожного працівника.

**Залесский Борис Леонидович**  
*Белорусский государственный университет*

### **БЕЛАРУСЬ – МОЛДОВА: НОВЫЕ СТУПЕНИ КООПЕРАЦИИ**

С показателем почти в 150 миллионов долларов за семь месяцев 2016 года Молдова сегодня занимает четвертое место в общем объеме товарооборота Беларуси со странами Содружества Независимых Государств. Уже один этот факт свидетельствует о том, что белорусско-молдавское взаимодействие основывается не только на традиционных, исторически дружественных отношениях между Минском и Кишиневом, но и характеризуется «активным стремлением двух стран к углублению всесторонних связей» [1]. Опираясь на серьезную договорно-правовую базу двусторонних отношений – более 60 документов в самых разнообразных областях – и действуя в условиях свободной торговли без изъятий и ограничений, стороны сегодня намечают курс на резкую актуализацию производственно-кооперационных связей. Об этом, в частности, свидетельствуют итоги состоявшихся в начале октября 2016 года 17-го заседания Белорусско-Молдавской комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству и Белорусско-Молдавского экономического форума, собравшего в Кишиневе «более 70 молдавских и 34 белорусских компании» [2].

В числе новых принятых документов, расширяющих юридический базис белорусско-молдавских отношений, следует отметить Соглашение между Министерством промышленности Республики Беларусь и Министерством экономики Республики Молдова о внедрении совместного проекта по обновлению парка пассажирского транспорта на молдавской земле. Напомним, что в Молдове уже налажен успешный выпуск белорусских троллейбусов. На основе Соглашения о сотрудничестве между муниципальным предприятием «Управление городского электрического транспорта Кишинева» и белорусской компанией «Белкоммунмаш» ранее в молдавскую столицу были поставлены 102 новых троллейбуса, а еще 92 – собраны здесь. Сейчас речь идет о сборке в Молдове белорусских беспроводных троллейбусов с автономным источником питания, оснащенных аккумуляторами, которые позволяют проехать без

подключения к электросети до 60 километров. Первая подобная машина уже выпущена на улицы молдавской столицы. Еще пять – должны будут до конца 2016 года обеспечить открытие здесь нового экспериментального экологически чистого маршрута. Ожидается, что использование этой техники «облегчит доступ к качественному общественному транспорту жителей города, обеспечит охрану окружающей среды и не потребует значительных финансовых ресурсов в строительстве электрических троллейбусных линий» [3]. И действительно, статистика этого перспективного проекта весьма привлекательна. Ведь стоимость одного беспроводного троллейбуса составляет порядка 200 тысяч евро, а строительство одного километра обычной троллейбусной линии – около 30 тысяч евро. Поэтому в 2017 году планируется собрать в Кишиневе еще 20 таких машин с автономным источником питания.

Транспортную тематику в деловом взаимодействии двух стран продолжил подписанный в рамках Белорусско-Молдавского экономического форума Протокол о намерениях между ОАО “Минский автомобильный завод”, компанией “CBS Motors” SRL и Ассоциацией примэрий Молдовы о совместной работе по поставке и реализации автобусов и коммунальной техники минских автозаводцев. И этот документ, и ряд других, принятых на экономическом форуме в Кишиневе, продемонстрировали высокую нацеленность сторон на конкретный конечный взаимовыгодный результат. Так, Сморгонский автоагрегатный завод, выпускающий сельскохозяйственную технику и запасные части к ней, достиг договоренности с компанией Agrofermteh, занимающейся продажей сельхозтехники и запасных частей, шин и масел, на поставку ей в 2017 году 30 машинокомплектов для промышленной сборки садово-виноградных тракторов. Знаковым стало подписание контрактов на поставку в 2017 году в Молдову Минским тракторным заводом 500 тракторов. Белорусский производитель строительных материалов, оборудования для благоустройства детских площадок “Жилкомплект” отправит в 2017 году молдавскому партнеру – компании Energoplat – одну тысячу контейнеров для сбора мусора. А белорусское акционерное общество “Керамин” поставит своему деловому партнеру в Кишиневе более одного миллиона квадратных метров керамической плитки. Предмет договоренностей белорусского “Томсельмаша” и молдавской компании Emteh-Agro – экспорт из Гомеля 10 единиц зерноуборочной техники средней пропускной мощности в 2017 году. Документ, предусматривающий возможности для активизации сотрудничества

1) Первым этапом в разработке процедуры оценки является определение групп должностей, для которых она будет разрабатываться, а также изучения основных функций и обязанностей, которые должны выполнять лица, которые занимают эти должности.

2) Потом создаются профили компетенций для исследования должностей путем дополнения компетенциями, характеризующими личностные качества, которыми должен владеть работник.

3) Следующим этапом является разработка методики оценки по избранным критериям. Основным методом, который будет использоваться для оценки персонала, является интервью по компетенциям, которое должен проводить менеджер по персоналу. Для подготовки оцениваемых к интервью по компетенциям надо создать комфортные психологические условия.

4) После подведения итогов оценки надо довести ее результаты до работников, которые оценивались.

5) Когда обратная связь была осуществлена, надо разработать план развития у сотрудников тех компетенций, в которых было выявлено недостаточное развитие, которое негативно влияет на эффективность работы, то есть когда уровень развития ключевой компетенции является критическим.

#### Литература:

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. - М.: Инфра-М, 2007. - 600 с.
2. Кібанов А.Я. Основи управління персоналом. - М., ИНФРА-М, 2005. 304 с.
3. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. - М.: Приор, 2004. - 395 с.
4. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия. - М.: Инфра-М, 2000. - 260 с.



элементов системы оценки компетенций, оценки их соответствия необходимому уровню, системе обучения и развития работников.

Исполнитель должен отвечать требованиям, предъявляемым к нему должностными обязанностями, содержанием, характером труда и требованиям, обусловленным эффективной организацией производства, используя наибольший набор методов работы, технических средств и современных технологий.

Ядром системы оценки является модель компетенций. Любая профессиональная позиция описывается совокупностью нескольких компетенций - от 3-5 для низшего персонала до 8-12 для топ-менеджмента. Каждая компетенция определяется в индикаторах, которые можно наблюдать в реальных рабочих ситуациях и в деловых играх.

Модель компетенций является содержательным ядром оценки персонала, а конкретные методы (тесты, интервью, деловые игры, ассесмент-центры), которые используются для ее проведения, - технологическим обеспечением. Выбор последних зависит от финансирования и временных ресурсов предприятия.

На начальном этапе применения метода компетенций допускается проведение большого объема предыдущей работы из определения конкретного набора компетенций и их систематизации для каждой должности, которая вызывает необходимость разработки методики количественного измерения компетенций и их оценки. Компетенции создаются под конкретную стратегию на определенном этапе развития предприятия, которое устанавливается на 5 лет для западных стран со стабильным экономическим развитием, и приблизительно на 2 года для Украины.

Необходимо разработать систему компетенций для каждой должности, которые потом ранжируются по уровням их значимости с целью построения диаграммы профессиональных компетенций. Диаграмма профессиональных компетенций используется в качестве критерия при оценке кандидата, на основе которой осуществляется сопоставление уровней индивидуальных и профессиональных компетенций. Если уровень индивидуальных компетенций превышает необходимый уровень профессиональных компетенций, то не востребовавшийся уровень компетенций не влияет на процесс оценки кандидата и может быть классифицирован, как "компетенции вне профессии".

«в области проектирования и строительства жилья, в частности, предназначенного для социально уязвимых групп населения» [4], утвердили этой осенью Министерство архитектуры и строительства Беларуси и Министерство регионального развития и строительства Молдовы. В то же время в Минске заинтересованы в организации совместной переработки в Беларуси молдавской плодоовощной продукции для ее дальнейшей поставки на рынок Евразийского экономического союза. Ведь за два последних года только «импорт винограда из Молдовы увеличился в 2,5 раза и составил в 2015 году 20,6 тыс. т, или почти 46% от общего импорта в Беларусь данной культуры» [5]. Все это говорит о широких возможностях развития новых ступеней производственной кооперации Беларуси и Молдовы, реализуемых сегодня.

#### Литература

1. Поздравление Президенту Республики Молдова Николаю Тимофти [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/pozdravlenie-prezidentu-respubliki-moldova-nikolaju-timofti-14289/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/pozdravlenie-prezidentu-respubliki-moldova-nikolaju-timofti-14289/)
2. О заседании Белорусско-Молдавской комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству и проведении Белорусско-Молдавского экономического форума [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://moldova.mfa.gov.by/ru/embassy/news/a61ac74e8c0a5d61.html>
3. Гусин, А. В Кишиневе выпущен на линию первый собранный в Молдове беспроводной троллейбус “Белкоммунмаш” / А. Гусин // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/v-kishineve-vypuschen-na-liniju-pervyj-sobrannyj-v-moldove-besprovodnoj-trollejbus-belkommunmash-213005-2016/>
4. Гусин, А. Беларусь и Молдова расширят сотрудничество в области строительства жилья / А. Гусин // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/society/view/belarus-i-moldova-rasshirjat-sotrudnichestvo-v-oblasti-stroitelstva-zhilija-212980-2016/>
5. Беларусь и Молдова рассматривают возможность создания СП в сфере пищевого производства [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-i-moldova-rassmatrivajut-vozmozhnost-sozdaniya-sp-v-sfere-pischevogo-proizvodstva-203987-2016/>

**К.е.н. Козуб В.О., магістр Решетниченко Н.С.**

*Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна*

## **НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ**

Поступальний розвиток світової економіки приводить до неминучих інтеграційних процесів між державами. Найбільш універсальним виявом цих процесів стала глобалізація. Глобалізація товарних ринків, посилення міжнародної конкуренції, суперечливі процеси соціально-культурного розвитку, що формують нові моделі поведінки споживачів на цільових закордонних ринках, обумовлюють потребу вдосконалення технологій міжнародної маркетингової діяльності. За таких умов актуалізуються питання формування конкурентних переваг і позитивного іміджу країн світу. Одним із ключових інструментів підвищення міжнародної конкурентоспроможності держави є формування національного бранда країни.

Бренд країни – як складник маркетингу країни – це сукупність характеристик (назва, термін, знак, символ, малюнок, слоган тощо), які об'єднують уявлення щодо країни, містять її ексклюзивні та позитивні характеристики та виділяють територію серед інших держав світу. Також бренд країни можна пояснити як внесок певної нації в активи глобальної економіко-політичної системи [1, с. 62].

Під час створення національного бранда використовують ті самі принципи, що й при брендингу товарів чи послуг, але у більш комплексному підході. Це обумовлено тим, що територіальні бренди мають прямий вплив на формування локальних брендів, пов'язаних з територією, та створюють важливі складники соціально-культурного середовища. Таким чином, брендинг територій стає таким же невід'ємним складником державної та територіальної політики, як і бізнес стратегія будь-якого комерційного підприємства.

Метою національного брендингу є створення чіткої та унікальної ідеї, яка б ґрунтувалася на емоційних якостях, що символізують певну територію серед цільових аудиторій та в різних контекстах [2]. Отже, втілення концепції потребує організованої політичної, культурної, ділової, економічної та соціальної діяльності. Серед важливих цілей створення бранда країни є не

фокусироваться на достижении целей и добиваться наилучшего результата с помощью доступных ресурсов. Этот метод был создан в 1954 году, его автором является Питер Друкер [4]. Данный метод базируется на том, что в начале периода (месяца, квартала) организации, подразделениям, отделам, сотрудникам устанавливаются четкие задания, от которых зависит их премия. Цели и задания выставляются по принципу SMART :

Specific - специфические для организации, подразделения, сотрудника;

Measurable – измерения (определяются метрики для подсчета производительности);

Achievable — достижимые, реалистичные;

Result — oriented — ориентированы на результат, не на усилие;

Time — based — ограничены во времени.

Целей не должно быть много на каждом уровне. Оптимальным считается количество целей от 3 до 5. После окончания периода проводится подсчет, насколько работникам удалось выполнить поставленные цели, от этого и зависит премия, которая впоследствии выплачивается [3].

Следовательно, управление с помощью установления целей — это метод планирования, при использовании которого определяются цели для каждого подразделения, проекта, лица и руководствуются ими для корректировки дальнейшей деятельности. Отличие метода — превращение общих целей на специфические, которые должны достичь отдельные подразделения или работники предприятия.

Из проведенного анализа методов оценки персонала понятно, что ни одна из методик не оценивает процессов развития персонала, не предусматривает активного участия работников в повышении эффективности использования собственного потенциала и не учитывает современных методов управления человеческим потенциалом. В первую очередь, системой профессиональных компетенций сотрудников предприятия.

Понятие эффективности, которое применяется по результатам решения стратегических заданий кадровой службы предприятий, сегодня часто связывают с введением системы управления профессиональными компетенциями работников - системы управления накопленными сотрудниками знаниями, навыками и опытом.

Формирование и развитие профессиональных компетенций предприятий может осуществляться только с помощью комплекса взаимосвязанных

– деловые и ролевые игры;

– организационно-управленческие игры.

Метод реализуется на практике поэтапно:

– создается система оценивания, направленная на выявление потенциала сотрудников;

– проводится испытание работника, проверка его качеств разными упражнениями, тестами;

– оценивается поведение, которое наблюдается, а не предположения относительно причин, которые его определяют;

– несколько специалистов предоставляют оценку каждому участнику;

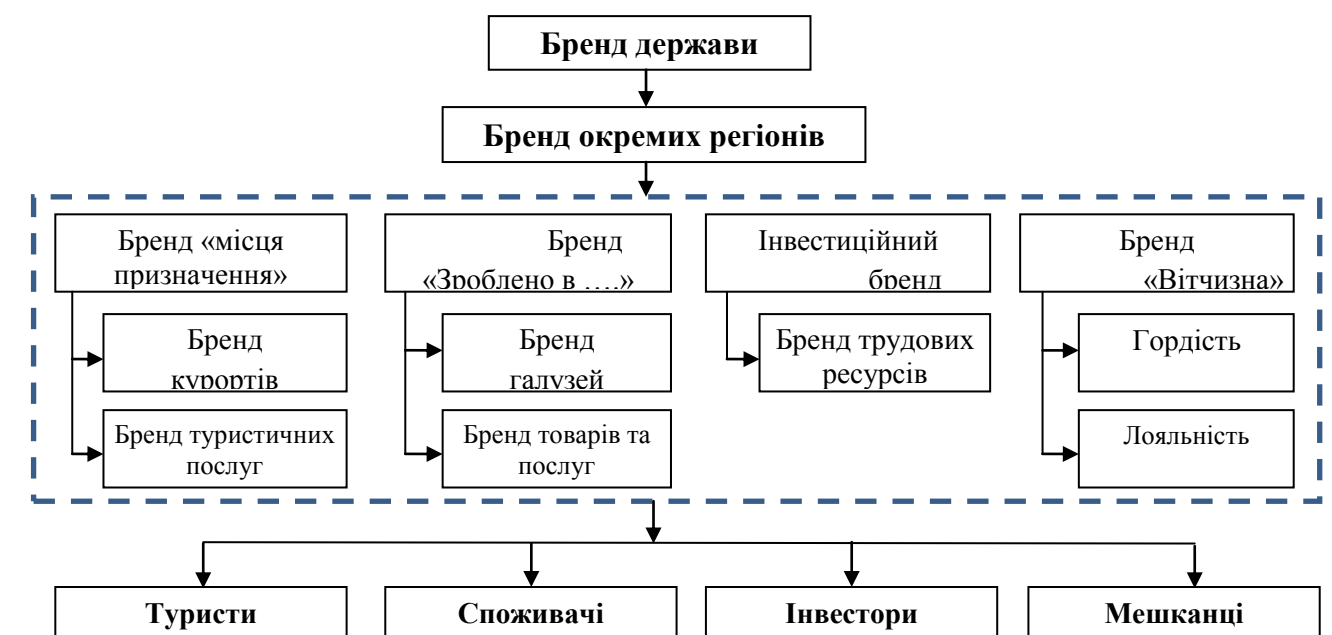
– периоды «наблюдения» и «оценки» отдалены один от другого во времени для достижения большей объективности.

Ассесмент-центр дает возможность осуществлять отбор кандидатов на работу на предприятии, проводить оценку потребности в развитии и совершенствовании управленческих качеств руководящих работников. С его помощью осуществляется поиск сотрудников для следующего продвижения, разрабатывается кадровая политика предприятия и осуществляется контроль внутри предприятия. К преимуществам ассесмент-центра относится высокая объективность результатов, связанная с личной незаинтересованностью тех, кто проводит процедуру, набор современных инструментов оценки, а также неформальная обстановка, в которой проходит процедура. Но у этой методики есть и серьезные минусы - проведение процедуры оценки требует отвлечения персонала от работы на значительное время и высокая стоимость проведения такого оценивания. Результаты оценки также зависят от профессионализма оценщиков, а заранее выяснить, каково качество их услуг, почти невозможно.

Анализ человеческих ресурсов (HRA) - это методика, которая разработана международной исследовательской сетью Factum Group для проведения аудита благосклонности сотрудников к своему труду и предприятию, а также оценки степени их удовлетворенности. Методика дает возможность выявить основные факторы, которые влияют на мотивацию и поведение сотрудников. Фактически это методика, которая применяется для оценивания лояльности персонала.

Метод управления по целям (MBO) - это систематический и организованный подход, что позволяет работникам предприятия

тільки залучення туристів, бізнесменів та покращення експорту товарів, але й підвищення стабільності національної валюти, розвиток міжнародних дипломатичних відносин, нарощення політичного впливу та зміцнення інвесторської впевненості [3]. Крім того, бренд-технології, залучені до країн, дозволяють їм створювати вагому диференціацію в конкурентному середовищі. Архітектура національного бренда, яка враховує можливі цільові аудиторії та їх уявлення про країну, зображено на рисунку 1.



**Рис. 1. Архітектура національного бренда**  
(розроблено на основі [4, с. 6-8])

Використання маркетингових технологій під час проектування програм розвитку міст, регіонів і держав дає останнім унікальні конкурентні переваги, які мають такі особливості: знання своїх цільових ринків; пропозиція, орієнтована на задоволення платоспроможних потреб цільових ринків; діяльність, спрямована на донесення пропозиції до цільових ринків і її подальше виконання.

Такими чином, динамічний розвиток брендингу наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття зумовлений передусім глобалізацією, оскільки вона посилює конкуренцію і вирівнює традиційні переваги, змушуючи суб'єктів

міжнародних економічних відносин знаходити ексклюзивні особливості та можливості покращення позиції на глобальних ринках. Чим міцнішу позицію посідає країна в глобальній економічній системі, тим успішніший бренд країни, а також позитивні здобутки завдяки глобалізації. Національний брендинг (бренд країни) може бути інтерпретовано як: 1) постійний, цілеспрямований, умотивований процес, що включає: а) організацію; б) планування; в) впровадження; г) моніторинг політико-дипломатичної, економічної та громадської діяльності зі стратегічного просування й належного позиціонування країни у глобальній системі; 2) управління формуванням та використанням нових конкурентних переваг на глобальному ринку для повнішої реалізації національних інтересів; 3) систему іміджевих і репутаційних проектів держави, бізнесу, населення.

#### Література

1. Шевченко О.В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія / О.В. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 187 с.
2. Jaffe E.D., Nebenzahl I.D. National Image and Competitive Advantage: The Theory and Practice of Country-of-Origin Effect / E.D. Jaffe, I.D. Nebenzahl – Frederiksberg: Copenhagen Business School Press, 2011.
3. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations / S. Anholt // The Journal of Public Diplomacy. – 2013. – 2(1). – P. 1-7.
4. Полішко Г.Г. The role of stakeholders in country brand development / Г. Полішко // Міжнародний маркетинг: проблеми і перспективи розвитку в Україні: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (12 листопада 2015 р.). – К., 2015. – С. 43-45.

– оценка отдельного работника и рабочей команды проводится с учетом результатов всего предприятия;

– к сведению берется не только успешное выполнение текущих функций работником, но и способность к профессиональному развитию, и освоение новых профессий и навыков - рост индивидуального кадрового потенциала.

Рассмотрим детальнее современные методы оценки персонала.

В последнее время получил распространение нестандартный метод оценки персонала «360 аттестация», который создан на основе аттестации. При применении метода «360 аттестация» работник оценивается своим руководителем, своими коллегами по рангам и подчиненными руководителя. Конкретные механизмы аттестации персонала могут быть разными, но сущность данного метода достаточно четко отображена в его названии, а именно — получение всесторонней оценки работника со стороны работников предприятия [2]. Использование метода оценки персонала «360 аттестация» через равные промежутки времени (например, год), дает возможность отслеживать изменения восприятия работника окружением в коллективе и является мощным инструментом дальнейшего развития трудового потенциала работника. Отмеченный метод широко используется для оценки менеджеров, поскольку он дает возможность оценить их качества как лидера и стиль управления. Однако применение для оценки персонала только этого метода не желательно. Препятствиями внедрения данного метода на предприятии являются специфическая корпоративная культура и неготовность руководителей предприятия к критике от подчиненных, также метод оценки персонала «360 аттестация» не рекомендуется внедрять с целью определения денежного поощрения рабочего или для решения вопросов относительно его карьеры.

От оценки необходимо отличать аудит персонала, который осуществляется одноразово для достижения конкретной цели, например, определения уровня лояльности работников, с использованием методов ассесмент-центра или HRA (Human Resources Analysis).

Сущность метода ассесмент-центра заключается в комплексном использовании взаимодополняющих методик оценки кадрового потенциала работника. К основным методикам относятся:

- психодиагностическое тестирование;
- биографическое интервью;

Существуют многие способы оценки, которые используются современными предприятиями. Условно их разделяют на два вида: традиционные методы оценки персонала и современные.

Для традиционных методов оценки персонала наиболее характерными являются следующие черты:

- сфокусированность на работнике как отдельной, независимой единице коллектива предприятия и его дальнейшая оценка по организационному контексту;

- оценка осуществляется исключительно руководителем на основе достигнутых результатов без учета долгосрочных перспектив развития предприятия и потенциала работника.

Преимуществами традиционных методов являются их простота, незначительные расходы при их внедрении и общедоступность. Однако данные методы имеют ряд серьезных недостатков. В частности, не учитываются личные качества работника, которые влияют на результат его труда, потенциал, которым он владеет.

Переход к постиндустриальной экономике изменил отношение к работникам предприятий: осуществился переход от рассмотрения трудового коллектива как трудовых ресурсов к пониманию его сущности как человеческого капитала. Каждый работник должен рассматриваться как активный экономический агент, который имеет собственные цели, принимает рациональные решения, которые обеспечивают рост его собственной полезности, воспринимает информацию и использует ее при принятии решений. При этом он не является независимым, а входит как элемент к сложной социально-экономической системе - трудовому коллективу предприятия. Отсутствие возможности использования традиционных методов в новых реалиях привело к появлению новых прогрессивных методов оценки персонала предприятия.

Выделим несколько характерных направлений развития современных методов:

- новые методы оценки персонала рассматривают рабочую группу (подразделение, бригаду, временный коллектив, рабочую команду) в качестве основной единицы предприятия;

- оценка работника осуществляется на основе оценки его коллегами, его способности работать в команде;

## Financial relations

**К.е.н. Михайличенко Н.М., Мірошніченко О.О.**

*Донбаська державна машинобудівна академія, Україна*

### ПРОБЛЕМИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА БІРЖІ FOREX В УМОВАХ УКРАЇНИ

В умовах швидко зростаючих обсягів торгів на світовому ринку і міжнародних інвестицій, з'являється необхідність у швидкій конвертації валют для подальшого здійснення експортно-імпортних операцій і інвестування. Така необхідність зумовлена чинниками, які здатні вплинути на всю економіку в цілому. Це обумовлено тим, що конвертаційний механізм, без якого важко собі уявити сучасну економіку, є невід'ємною ланкою світової економіки.

Значний внесок в розробку теоретичних та практичних основ діяльності на біржі Forex зробили вітчизняні науковці – В.С. Сафонов, В.А. Максимов, В.А. Таран, А. І. Акмаєв, П. І. Багрій, Л.О. Бицюра, Ю. Ю. Вітренко та ін.

Метою даного дослідження є аналіз біржової діяльності на біржі Forex в Україні в умовах глобального валютного ринку, дослідження основних проблем, що перешкоджають розвитку діяльності на валютній біржі у вітчизняних умовах, та пошук шляхів їх вирішення.

Біржа Forex є однією з найбільших бірж на глобальному валютному ринку. На ній відбувається близько 70% усіх світових торгів. Щоденний обсяг операцій на цьому ринку у 2015 році становив \$6.4 трильйони.

Forex не набув би такої популярності, якщо б не мав такі дві ключові риси, як загальнодоступність та швидкість здійснення ордерів. Це дозволяє кожній людині у будь-якій точці світу, де є інтернет, з легкістю здійснити угоди. Для цього лише потрібно, (якщо ви – громадянин країн Великої Сімки чи Євросоюзу), прийти до Forex брокера, укласти угоду, відкрити рахунок та поповнити його. Це вимагає приблизно 15 хвилин часу, а далі можна укласти угоди вже через інтернет, не зважаючи на місцеположення. Втім, такий механізм діє тільки для громадян країн Великої Сімки та Євросоюзу, тому що, по перше, в них діє більш жорсткіше регулювання брокерів, а, по друге, їх банки є найбільшими гравцями біржі Forex, що надає 100% гарантії того, що у

випадку, коли на біржі заробляється значна грошова сума, вона буде сплачена в повному обсязі.

Для громадян всіх інших країн, у тому і для громадян України, все набагато складніше, оскільки механізм, який діє у провідних країнах, є недоступним. Згідно до постанови № 327 Національного банку України, встановлюється, що арбітражні операції на умовах маржинальної торгівлі можуть здійснюватися виключно банками, що робить діяльність усіх інших форекс-брокерів незаконною. Це потрібно для того, щоб зробити максимально прозорою торгівлю на валютній біржі Forex в Україні. За нашим законодавством, якщо громадянин бажає стати трейдером і торгувати на валютній біржі, мусить йти тільки до банку, укласти з ним угоду, вносити гроші на рахунок. А український банк, в свою чергу, повинен укласти аналогічний договір з Європейським банком і перерахувати туди отримані від такого громадянина гроші, і тільки тоді можна буде цілком законно здійснювати операції на біржі Forex в Україні.

Але, нажаль, в Україні майже відсутні банки, які б надавали брокерські послуги, а ті декілька банків, які, все ж надають такі послуги, настільки малі, що їх філії знаходяться лише в декількох великих містах, і тому не можуть задовольнити увесь наявний попит на цю послугу.

Що стосується так званих „форекс-клубів” які пропонують свої брокерські послуги, то, з точки зору українського законодавства, вони здійснюють нелегальні операції. Найчастіше у них оформлено офшор, у якому відкрито валютний рахунок, на який трейдеру пропонують перевести свої гроші. Фактично, валюта при цьому передається офшору, що є не дуже надійною операцією і здійснюється за жодних гарантій. Якщо такий офшор зникне, гроші трейдеру ніхто не поверне. Отже, подібні компанії працюють поза межами юридичного поля України, і якщо так трапиться, що трейдер виграє більше, ніж може сплатити форекс-клуб, він просто зникне. Такі випадки – не рідкість.

З вищесказаного виходить, що умови діяльності на біржі Forex в Україні є не достатньо сприятливими для розвитку даного сектору, незважаючи на високу зацікавленість у брокерських послугах серед населення. Законодавча база регулювання брокерських послуг в Україні вимагає доопрацювання та розширення, щоб вивести діяльність форекс-клубів з тіні та зробити її легальною та прозорою. Також необхідно створити умови для розширення

**К.э.н. Лебедева И.Ю., Прыгунова Т.С.**

*Одесская национальная академия связи им. А.С. Попова*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Оценка персонала рассматривается как элемент управления и как система аттестации кадров, которая применяется на предприятии в той или другой модификации. В то же время это необходимое средство изучения качественного состава кадрового потенциала предприятия, его сильных и слабых сторон, а также основа для усовершенствования индивидуальных трудовых способностей работника и повышения его квалификации [1].

Оценка персонала является одной из наиболее острых и одновременно сложных управленческих проблем современных предприятий. Это процедура, с помощью которой оценивается степень соответствия качеств работника, его трудового поведения, результатов деятельности определенным требованиям.

Из всей совокупности целей и направлений проведения оценки персонала выделяют основную - улучшить управление кадровым потенциалом предприятия. Основой обеспечения этого и является оценка кадров как отправная база для усовершенствования персонала, его мотивации и соответствующей оплаты труда. Непосредственно через оценку персонала руководитель предприятия или другое уполномоченное лицо может получить информацию об эффективности работы работников, их потенциальных возможностях и перспективах роста; выявить причины неэффективной работы отдельных специалистов; проанализировать потребности и приоритеты в учебе и повышении квалификации; найти пути усовершенствования организации труда. К тому же, на результатах оценки основывается ряд управленческих решений из следующих проблем:

- подбора и расстановки кадров, определения вклада каждого работника в деятельность предприятия;
- продвижение работников как по вертикали, так и по горизонтали; улучшение структуры, стиля, методов управления персоналом;
- укрепление взаимосвязей руководителей и подчиненных.

различные социальные сферы (образование, здравоохранение и т.п.) в расчете на одного работника и др.

Литература:

1. Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» // СПС КонсультантПлюс. Дата обращения: 23.10.2016 г.
2. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат труда и его оплаты в сельскохозяйственных организациях (утв. Минсельхозом РФ 22.10.2008) // СПС КонсультантПлюс. Дата обращения: 23.10.2016 г.
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 19 «Вознаграждения работникам» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н, ред. от 27.06.2016) // СПС КонсультантПлюс. Дата обращения: 23.10.2016 г.
4. Бобылев С. Н., Гиросов Э. В., Перелет Р.А. Экономика устойчивого развития. Учебное пособие. Изд-во Ступени, Москва, 2004. - 303 с.
5. Булыга Р.П. Подходы к формированию комплексной публичной отчетности организации на базе концепции интеллектуального капитала // Аудитор, 2015. -№ 11. - 18 - 29 с.
6. Демина И.Д., Домбровская Е.Н. Система показателей нефинансовой отчетности для оценки инвестиционной привлекательности компаний // Аудиторские ведомости, 2015. - № 9. - 55 - 68 с.

банківської брокерської мережі, щоб торгівля на валютному ринку була доступна всім потенційним трейдерам, а не тільки мешканцям великих міст.

Література:

1. Конституція України // Відомості Верховної ради України. – 1996. - № 30
2. Правила торгівлі іноземною валютою // Постанова НБУ № 327 від 10.08.2012 р.
3. Береславська О., «Загальні тенденції розвитку валютного ринку України». // Вісник НБУ. Лютий 2014. с. 31-35
4. Блащук Ю. «Валютний контроль: міжнародний досвід і національні тенденції». // Вісник НБУ. Квітень 2015. с. 28-29
5. Боринець С.Я. «Міжнародні фінанси». – К.: Знання-Прес, 2012. – 311 с.
6. Боринець С.Я. «Розвиток сучасних грошово-валютних відносин (національний і міжнародний аспекти)». - К.: Педагогіка, 2012. – 246 с.;
7. Шелутько В.М. Фінансовий ринок. – Київ: «Знання-Прес», 2011. – с.534.

**к.е.н. Полторак А. С., Щербак М. М.**

*Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕВІРКИ КОНТРАГЕНТІВ ЯК ЗАСОБУ ЗМЕНШЕННЯ ПОДАТКОВОГО РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність роботи будь-якого суб'єкта господарювання залежить від того, наскільки економічно обгрунтовано він приймає необхідні управлінські рішення. Перевірка контрагента в цьому сенсі може спричинити позитивний вплив, так, при правильному її використанні можна направити свій бізнес на успішну хвилю.

Проблемі ефективної перевірки контрагентів приділяли увагу такі науковці як: Н. А. Бортник [1], Ф. Ф. Бутинець [2], П. Н. Майданевич, О. А. Олейник [3], В. П. Пантелєєв, В. С. Рудницький [4].

Метою перевірки контрагента або потенційного партнера є запобігання ймовірних ризиків невиконання останнім своїх зобов'язань за договором, угодою, попередження ризиків втрати грошей, товару, а також до певної міри запобігання можливих проблем з боку правоохоронних і контролюючих органів.

Провідні компанії застосовують перевірку конкурента з метою прийняття рішення щодо доцільності співпрацювати з ним. Так, за реальними фразами, яскравими презентаціями та переконливими даними статистик, представлених потенційними контрагентами, цілком можуть ховатися шахрайські схеми. Для того, щоб не потрапити до такої схеми, необхідно поглянути на партнера через призму офіційних джерел.

Первинна перевірка контрагента включає в себе:

дані про реєстрацію компанії в ЄДР;

наявність судових процесів;

дані Державної фіскальної служби України [3].

Для пошуку вказаної інформації достатньо знати назву компанії та прізвище, ім'я та по батькові керівника (ці дані представлені на сайті фіскальної служби і в бізнес-пошукових системах).

В условиях ориентации российских организаций на Международные стандарты учета и отчетности приказом Минфина России на территории Российской Федерации введен в действие Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 19 «Вознаграждения работникам», целью которого является установление правил учета и раскрытия информации о вознаграждениях работникам. Организации применяют этот стандарт для учета всех вознаграждений работникам, кроме тех, для которых применяется МСФО (IFRS) 2 «Выплаты на основе акций» и не применяют его к отчетности по программам вознаграждений работникам, для учета которых предусмотрен МСФО (IAS) 26 «Учет и отчетность по пенсионным программам» [3].

Итак, как и в отечественной практике отражения информации о трудовых ресурсах, МСФО также регулируют только отражение информации о вознаграждениях работникам. Согласимся с мнением Бульги Р.П., что в области устойчивого развития отчетность организаций помимо экономических и финансовых показателей должна охватывать экологические и социальные аспекты её деятельности [5].

Считаем, что организации должны формировать дополнительную форму, так называемой нефинансовой отчетности, раскрывающей направления социальной политики и взаимодействия с персоналом. В такую отчетность целесообразно включать индикаторы: а) организации труда и б) прав человека.

К первой группе показателей рекомендуется отнести общую численность работников с детализацией полу, возрасту и по типу занятости; состав руководящих органов и персонала организации (по полу и возрасту); удельный вес работников, охваченных коллективными договорами; среднее количество часов обучения и/или повышения квалификации на одного работника в год (по категориям работников); уровни производственного травматизма и профессиональных заболеваний; количество несчастных случаев; количество пострадавших и смертельных исходов; существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам и членам их семей и др. [6].

Вторая группа показателей может включать информацию о недопущении дискриминации, о программах развития навыков и образования на протяжении жизни, призванных поддерживать способность работников к занятости; а также показатели условий быта и досуга работников; инвестиций организации в



принимаемых управленческих решений, в связи с чем возникает вопрос экономической целесообразности «капиталовложений» в работника организации с целью поддержания его трудоспособности и создания условий для полного раскрытия его профессиональных возможностей и компетенций.

Принятие верных и эффективных управленческих решений в этом направлении не может и не должно быть без должного его аналитического обоснования. Соответственно, одним из значимых элементов бесконечно повторяющегося управленческого цикла является проведение анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности. Именно констатация факта хозяйственной жизни, раскрытие причинно-следственных связей и зависимостей между отдельными фактами, измерение влияния отдельных факторов на тот или иной показатель хозяйственной деятельности позволит представить руководству организации наиболее качественное аналитическое обоснование, что позволит выработать управленческое решение на перспективу, направленное не только на максимизацию возможного дохода, но и на минимизацию, нивелирование и/или избежание возможных рисков и убытков, обеспечение стабильности процесса производства и устойчивости развития организации, формирование имиджа её надежности и солидности, обеспечение должного уровня жизни работников организации и их семей.

Современная бухгалтерская (финансовая) отчетность в большей степени направлена на отражение активов, обязательств, капитала и денежных потоков. По трудовым ресурсам информация формируется только в части вознаграждений работникам и задолженности перед ними (табл. 1).

Таблица 1 – Информация о трудовых ресурсах, содержащаяся в бухгалтерской (финансовой) отчетности [1,2].

№ п/п	Форма отчетности, раздел	Показатели
1	- Бухгалтерский баланс (раздел «Краткосрочные обязательства», статья «Кредиторская задолженность») - Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах (разделы 5.3 и 5.4)	Кредиторская задолженность организации, включающая сумму начисленных, но еще не выплаченных сумм оплаты труда
2	Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах (раздел 6 «Затраты на производство», элемент «Расходы на оплату труда»)	Учтенная задолженность по оплате труда за выполненные работы, оказанные услуги.

Как видно из табл. 1, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах также не дают полной информации о трудовых ресурсах и кадровом движении в организации.

Недобросовісність контрагента може проявлятися як у відсутності грошей для належного виконання договору в частині оплати так і у відсутності дозволу або ліцензії, яка відповідно до законодавства є обов'язковою для певного виду діяльності, використанні підроблених або фальшивих документів, приховування інформації, що може мати негативний вплив на виконання зобов'язання (у т.ч. наявність заборгованості, стан банкрутства тощо). Зазначений перелік не є вичерпним. Для того, щоб мінімізувати такі ризики, доцільно провести комплекс заходів та зібрати документи, пов'язані з перевіркою контрагента.

Інформація з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб отримується у формі витягу та може бути представлена як безпосередньо контрагентом, так і бути запитана у розпорядника реєстру юридичних осіб та ФОП, у тому числі за допомогою електронного запиту стосовно факту реєстрації такої юридичної особи або ФОП відповідно до законодавства. Оскільки суб'єкт вважається створеним з моменту державної реєстрації в ЄДР, відсутність відомостей про підприємство чи підприємця свідчить про фактичну відсутність правосдатності, тобто неможливість укладення ним господарських договорів.

Інформація з Єдиного державного реєстру судових рішень є відкритою і безкоштовною, за допомогою якої є можливість здійснювати пошук судових справ за контекстом.

Інформація Державної фіскальної служби України, представлена на сайті Державної фіскальної служби України у розділі «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера», дозволяє з'ясувати факт перебування контрагента на обліку в органах, а також наявність у нього податкового боргу [4].

За результатами проведення невізних документальних візних планових перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання оформляється акт. Звернемо увагу на те, що акт перевірки повинен відповідати вимогам, які закріплені в «Порядку оформлення результатів невізних документальних, візних планових та позапланових перевірок з питань дотримання податкового, валютного та іншого законодавства» [1].

Як показує практика, висновки акту таких перевірок ґрунтуються на інформації автоматизованих інформаційних систем Державної податкової інспекції та на висновках акту перевірки платника податку – контрагента компанії.

Нормами цивільного законодавства встановлено, що сторона за договором повинна мати необхідний обсяг повноважень для укладення договору. Крім того, Цивільним та Господарським кодексами передбачено, що зобов'язання мають виконуватися належним чином, в повному обсязі та відповідними сторонами. Таким чином, якщо недобросовісний контрагент не відповідає одній чи одразу усім зазначеним умовам, він не має достатньо повноважень для укладення договору, так, існує суттєвий ризик не виконання (або не повного виконання) умов договору [2].

### Література

1. Бортник Н. А. Внутрішні резерви підприємства: облік, контроль і аналіз / Н. А. Бортник, А. Н. Бортник, Я. В. Мех. – Центр СГСЭУ, 2014. – 88 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Управління підприємством : [підручник для студентів спеціальності “Облік і аудит” вищих навчальних закладів] / Ф. Ф. Бутинець – 2-е вид., перероб. та доп. – Житомир : ПП “Рута”, 2015. – 672 с.
3. Перевірка контрагентів: [навчальний посібник] / [П. Н. Майданевич, Абдул Каюм, С. К. Федосеев, О. А. Олейник]; під ред. проф. А.Ю. Рудченко. – Донецьк ООО “Юго-Восток, Лтд”, 2013. – 395 с.
4. Марчак Н. В. Управління розрахунків з контрагентами як джерелом фінансування підприємств / Н. В. Марчак, Н. О. Фокіна // Інноваційна економіка. – 2014. – № 3. – С. 237-239.

## Human resources management

К.э.н. Турчаева И.Н.  
Студентка 3 курса Озерных Л.О.  
Калужский филиал РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева

### К ВОПРОСУ ОБ ОТРАЖЕНИИ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ТРУДОВЫХ РЕСУРСАХ В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

В последнее время достаточно активно обсуждаются вопросы устойчивого развития стран, регионов, отдельных территорий, организаций. Согласимся с мнением ряда авторов, что под устойчивым развитием понимается процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация [природных ресурсов](#), направление [инвестиций](#), ориентация [научно-технического развития](#), [развитие личности](#) и [институциональные](#) изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения [человеческих потребностей](#) и устремлений [4].

Процесс экономических и социальных изменений, о которых говорится в определении, осуществляется специфическими социальными образованиями (организациями), созданными для совместной деятельности людей в производстве материальных благ (товаров), оказании услуг, выполнении работ.

Любая организация характеризуется наличием человека как активного трудового ресурса, выступающего главным фактором не только процесса производства, но и самой организации. Соответственно, важнейшими социально-трудовыми показателями деятельности организаций в условиях устойчивого развития являются обеспечение полной занятости трудовых ресурсов и высокой производительности труда; создание нормальных условий для работы персонала; повышение уровня оплаты труда и реальных доходов работников; достижение надлежащего экономического роста и качества жизни работников и др.

Трудовые ресурсы являются не только источником затрат для организации (в виде расходов на оплату труда и отчислений на социальные нужды), но и одним из главных факторов формирования доходов, качества

вигідні відсоткові ставки, індивідуальний графік погашення кредиту, можливість отримання пільгового періоду погашення заборгованості, стверджує О. П. Гузенко [3].

Враховуючи вищевикладене можна зробити висновок, що український ринок проектного фінансування у перспективі знаходиться у стадії формування, провідну роль у механізмах його розбудови відіграють банківські установи з іноземним капіталом. Проектне фінансування порівняно з іншими видами банківського фінансування має притаманні йому особливості, до яких слід віднести те, що фінансування здійснюється на основі створення проектною компанією, важливими функціями якої є узгодження інтересів основних учасників, у т. ч, щодо розподілу ризиків. Подальший розвиток проектного фінансування в Україні гальмується внаслідок дії факторів, обумовлених особливостями банківської діяльності, а також пов'язаних з впливом макроекономічних чинників.

Напрямок перспективного вивчення поставленої проблеми є розробка пакету дієвих заходів, які здатні знизити рівень фактичного впливу на розвиток проектного фінансування в майбутньому.

#### Література:

1. Куриленко Т. П. Проектне фінансування: [підручники] / Т. П. Куриленко. – К.: Кондор, 2006. – 208 с.
2. Жуков В. В. Проектне фінансування: [навч. посіб], В. В. Жуков. - [2-ге вид., випр. і доп.] – Х.: ВД «УНЖЕК», 2004. – 248 с.
3. Гузенко О. П. Проектне фінансування (практикум): [навч. посіб.] / О. П. Гузенко - [2-ге вид., доп.] – Львів, 2013. – 336 с.

**Мартынова Н.И., аспирант 1 курса**

**Силка Д.Н., доктор экономических наук**

*ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет»*

### **АНАЛИЗ НЕРАСКРЫТОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ В РАЗРЕЗЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧАСТИЯ**

Реализация эффективных инвестиционных проектов, которые создают дополнительную стоимость и обеспечивают рост такого показателя как ВВП, является главным условием модернизации экономики России, перехода ее на более высокий технологичный путь развития. Появление потребности хозяйствующего субъекта в реализации инвестиционного проекта происходит только тогда, когда возникает потребность в развитии как бизнеса, так и экономики страны в целом, и эта основная потребность формируется в стратегии развития хозяйствующего субъекта.

Методологической базой отбора, а также реализации эффективных инвестиционных проектов является проектный анализ, методология финансирования проекта с использованием различных финансовых инструментов, методология оценки фактической социально-экономической эффективности реализованных проектов и бизнеса компании [3]. Общемировая тенденция свидетельствует о наличии ускоренного обновления основных фондов, повышения инновационной активности предприятий и соответствующего роста потребности в крупных инвестиционных проектах, важной особенностью которых является новизна и неповторимость цели и результата проекта. Основой такой проектной деятельности является инновационная деятельность предприятий, отраслей, регионов, экономики в целом. Отсюда в отличие от проектной деятельности иная различная оперативная деятельность представляет собой повторяющийся процесс, поскольку выполняется в соответствии с действующими в организации процедурами и регламентами. В России проектная деятельность также играет

все возрастающую роль. Она является основой развития бизнеса в строительных, консалтинговых и инновационных компаниях, в крупных коммерческих банках.

Для успешного осуществления проектной деятельности и эффективной реализации инфраструктурных проектов в современном мире используется механизм проектного финансирования, позволяющий сконцентрировать компетенции и ресурсы всех участников рынка в реализации инвестиционного проекта, также обеспечить контроль и прозрачность использования финансовых средств. Анализ зарубежного опыта показал, что только данный механизм позволяет распределить рационально риски между заинтересованными участниками, при этом сохраняя их интересы посредством обособления имущества инвестиционного проекта на балансе проектной компании, специально созданной под конкретный инфраструктурный проект.

Итак, проектное финансирование – это метод привлечения долгосрочного заемного финансирования для крупных проектов посредством «финансового инжиниринга», основанный на заимствовании под денежный поток, генерируемый только самим проектом; он зависит от детальной оценки создания проекта, операционных рисков и рисков дохода и их распределения между инвесторами, заимодавцами и другими участниками на основании контрактов и других договорных соглашений [2].

В России развитие проектного финансирования началось с середины 1990-х гг. Россия участвовала в нескольких международных проектах, основанных на принципах проектного финансирования («Глубокий поток», «Сахалин-2», «Морской старт» и др.) [3]. Проектное финансирование применяется в большинстве крупных коммерческих банков России, Евразийском банке развития, а также в госкорпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности» [4]. В 2014 году было принято Постановление №1044 «Об утверждении Программы поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования».

Данная программа проектного финансирования проработала почти два года и показала следующие результаты: в 2015 году межведомственная комиссия отобрала 42 проекта совокупным объемом 347 млрд. руб., при этом кредитных ресурсов запрашивается 235 млрд. руб. Из них 11 проектов реализуется в сфере сельского хозяйства, 8 проектов – в транспортном

спеціалізованими фінансовими компаніями, міжнародними фінансовими організаціями тощо) у процесі здійснення комплексу взаємопов'язаних заходів із приводу без заставного, інтегрованого фінансування, організації та управління інвестиційними проектами на партнерських умовах з цільовою орієнтацією на грошові потоки, отримані виключно в результаті реалізації проекту.

Розвиток проектного фінансування в Україні уповільнений з огляду на ряд проблематичних чинників. До їх складу варто віднести (табл. 1).

Таблиця 1

### Змістовність чинників негативного впливу на розвиток проектного фінансування в Україні

Чинниковий сегмент	Характеристика проблематичного аспекту
Джерела боргового фінансування	недостатній рівень розвитку вітчизняних джерел боргового фінансування у порівнянні з розвиненими країнами. Внутрішні кредитні ринки не мають достатніх і ліквідних коштів, необхідних для широкомасштабного фінансування капіталомістких проектів, особливо великих з тривалими термінами погашення позик. Фактично відсутній досвід оцінки та прийняття на себе частини або всіх проектних ризиків
Зобов'язання у валюті	невідповідність між доходами і позиками всередині країни та обслуговуванням зобов'язань у валюті. Ризик неадекватності між валютами, в яких надходить виручка, і валютою, в якій може обслуговуватися заборгованість, ускладнює процес проектного фінансування
Законодавчий сегмент	недостатньо розвинені правова культура і законодавча стабільність у сфері узгодження і розподілу ризиків, а також надання гарантій та інших форм зобов'язань за кредитним фінансуванням. Комерційна і кредитна документація за проектним фінансуванням достатньо складна і може підкріплюватися законодавчо-нормативною базою
Людський фактор	відсутність достатньої кількості фахівців з проектного фінансування. Недостатній досвід розроблення системи такого фінансування для великих інвестиційних проектів

На думку О. П. Куриленка [1] та В.В. Жукова [2] незважаючи на зазначені недоліки можна визначити ряд переваг проектного фінансування. Головною перевагою є його довготривалий характер, тобто отримавши кошти на фінансування проекту позичальник може використовувати їх тривалий термін у будь-якій валюті (як правило це долар або євро). Не менш важливою перевагою є можливість комплексного підходу до вирішення питань з фінансування проекту, більш професійний підхід до вирішення задач. Серед інших переваг:

## Investment activity and stock markets

К. е. н., доцент Гузенко О. П., Власенко Д. М., Шаталов Є. В.

*Криворізький економічний інститут*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна*

### СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРОБЛЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

На даний час фінансово-кредитна система України переживає доволі тяжкий період. Вирішити проблеми фінансово-кредитного спрямування в країні частково покликано проектне фінансування.

Проблема проектного фінансування є доволі актуальною та неодноразово розглядалася вченими економістами: Т. П. Куриленко [1], В. В. Жуковим [2], О. П. Гузенко [3] та іншими. Науковці розкривають основні аспекти проектного фінансування та звертають увагу на доцільність постійного вдосконалення його змісту відповідно до реалій життєдіяльності суспільства.

Визначити сучасні проблеми проектного фінансування можливо за умови розкриття його економічної сутності. Так, Т. П. Куриленко [1] стверджує, що проектне фінансування представляє собою фінансування, що характеризується особливим способом забезпечення, основою якого є підтвердження реальності держання запланованих потоків готівки шляхом виявлення і розподілу всього комплексу ризиків, пов'язаних з проектом, між сторонами, що беруть участь у реалізації та виконанні проекту.

В свою чергу В. В. Жуков [2] пропонує розкривати дану категорію як метод фінансування інвестиційних проектів, коли основним забезпеченням наданих банками кредитів є сам проект.

О. П. Гузенко [3] вважає, що поняття «проектне фінансування» слід розглядати з позиції фінансування, що базується на життєздатності самого проекту без урахування платоспроможності його учасників.

Враховуючи різні підходи до трактування категорії «проектне фінансування» науковці надають розширений понятійний зміст: система відносин між учасниками угоди (банками, інвестиційними фондами,

комплексі, по 5 проектів – в сфері виробництва і розподілі електроенергії, газу і води в машинобудівній. Решта належать до сфери охорони здоров'я, зв'язу і телекомунікацій, фармацевтики, переробки лісу, металургії, хімічного виробництва, виробництву електронних компонентів, апаратури для радіо, телебачення і зв'язу, виробництву харчових продуктів.

Розглянемо основних учасників даної програми для розуміння їх функціональних обов'язків в програмі, проведемо аналіз сильних і слабких сторін в реалізації інвестиційних проектів, а також проаналізуємо нереалізовані можливості в даному механізмі.

1. *Строительные компании.* Строительные компании в современных российских условиях занимают весьма консервативную позицию в сфере механизмов проектного финансирования. Они рассматривают проектное финансирование как механизм получения строительного подряда через конструкцию консорциума. Не имея возможностей создавать такие крупные проекты, какие осуществляются в рамках проектного финансирования, строительные предприятия в большинстве случаев лишены возможностей качественного расширения своей деятельности и зачастую такие предприятия становятся генеральными подрядчиками, работающими по ЕРСМ-модели. При этом, в связи с тем, что потенциал строительных предприятий в области проектного финансирования существенно не расширяется, то ведущую роль в немногочисленных действующих проектах занимают финансовые институты. В свою очередь они не имеют необходимых профессиональных компетенций, но из-за монопольного владения финансовым капиталом имеют ведущую роль в проектном финансировании. Как результат, в сфере проектного финансирования в российских условиях финансовые компетенции доминируют над техническими и инженерными, и качественного развития подотрасли проектного финансирования не наблюдается. Далее, такая ситуация все больше начинает обуславливать накопление различных рисков именно строительной деятельности, где финансовые компетенции являются бессильными. А в целом все указанные обстоятельства ухудшают перспективы проектного финансирования, реализуемого на принципах постоянного повышения эффективности и роста уровня вовлеченности строительных предприятий в соответствующие организационные процессы.

Отечественный рынок уже генерирует значительное количество сложных инфраструктурно-инвестиционных проектов. Строительные предприятия пытаются расширить компетенции своей деятельности в направлении проектного финансирования, предпринимая определённые управленческие шаги, крупнейшие строительные предприятия в своей организационной структуре создают проектные подразделения. Но они в большинстве случаев не получают должного эффекта от данных подразделений, по причине отсутствия управленческого опыта и отсутствия высококвалифицированных специалистов в области проектного анализа. В частности на таких специалистов возлагаются обязанности по экспертизе, мониторингу проектов, переговорам с заказчиками, партнерами, качественной подготовке пакета документов для участия в программе проектного финансирования и т.д. Некоторые строительные предприятия не видя перспектив расформируют или существенно реструктурируют подобные подразделения. У менее крупных строительных предприятий вышеуказанных изменений не наблюдается, так как они и вовсе не имеют финансовой возможности, чтобы создавать проектные подразделения. Проектное подразделение является необходимым условием для перехода отечественных предприятий на новый уровень, и для вхождения строительных предприятий в состав акционеров проектной компании. При этом, в отношении крупных инфраструктурных и иных проектов развитие компетенций в области проектного финансирования в перспективе будет являться инвариантным условием, а не способность заниматься проектной деятельностью будет обуславливать серьезные упущенные возможности.

В рамках проектного финансирования основная задача подготовки проекта состоит в разработке необходимого комплекта документации, определяющего технологические, финансово-экономические, инвестиционные, технические, организационно-правовые и иные контуры, показатели и параметры проекта. В данных вопросах зачастую возникает достаточное количество ошибок и неточностей. Объем документов, который нужно подготовить для участия в программе может ограничиваться минимумом, который определен законодательством и определенной программой. Но в процессе подготовки рабочих материалов проекта следует готовить значительное количество иных документов, которые при правильном обращении могут существенно усилить позиции перед государственными подразделениями и инвесторами. Дополнительными материалами могут

заболевшего для получения права на пособие. Надо сказать, что эта процедура оказалась довольно сложной, громоздкой и запутанной, требующей привлечения немалого количества специалистов и затрат времени. Но для истории пособий по временной нетрудоспособности важен сам факт того, что была законодательно закреплена документальная фиксация факта и длительности заболевания.

При изучении развития законодательства о пособиях по временной нетрудоспособности видны исторические реалии того времени. Ужесточение правил, сужение круга лиц, которые подпадали под социальное обеспечение, ввод жесткой системы регламентирования системы Наркомом Труда показывают, насколько сложно было в то время реализовывать декларации о свободном труде, равенстве и братстве.

Уже через пол года в КЗоТ 1918 г. были внесены существенные изменения, вызванные тяжелым экономическим положением и политической нестабильностью страны, всего же он действовал 4 года.

Литература:

1. Положение о социальном обеспечении трудящихся. Декрет Совета народных комиссаров РСФСР от 31.10.1918 г. // Библиотека нормативно-правовых актов Союза Советских Социалистических Республик URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/ussr\\_385.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_385.htm) (дата обращения 20.10.2016).
2. Кодекс законов о труде 1918 г. // Библиотека нормативно-правовых актов Союза Советских Социалистических Республик URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/ussr\\_416.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_416.htm) (дата обращения 20.10.2016).
3. Силина Т.А. Преобразование системы пособий по болезни, беременности и родам в послереволюционной России. Первые попытки // Уральский научный вестник. 2016. Т. 8. № -2. С. 30-33.
4. Силина Т.А. Система выплат пособий по временной нетрудоспособности в Советской России // Современный научный вестник. 2016 г. Том 7. № -2. С. 29-35.
5. Силина Т.А. Социальное обеспечение трудящихся в период Военного Коммунизма (о Декрете 1918 г.) // Современный научный вестник. 2016 г. Том 9. № -2. С. 172-175.

которые приводят к утрате работоспособности, о сроках, необходимых для излечения заболеваний и возврату заболевшего к трудоспособности;

— экономическое положение предприятий, обязанных оплачивать взносы в Фонд, для исключения избыточной экономической нагрузки на них;

— различия прибыльности деятельности по территориям, отраслям и видам производства.

Понятно, что люди, пришедшие к власти в тот период и уполномоченные назначать размер взносов, не обладали достаточными экономическими навыками и знаниями для выполнения своей задачи.

При этом сроки уплаты взносов должны были устанавливаться местными больничными кассами, заинтересованными в скорейшем наполнении Фонда и, соответственно, получении средств на свою деятельность, но вряд ли учитывавшими экономические реалии предприятий и задачи Фонда.

Определенная несогласованность наблюдается и в определении размера пособий.

Пособие по болезни устанавливалось в полной сумме заработка трудящегося, который жестко закреплен за соответствующей группой или категорией работников, а группы и категории в свою очередь устанавливались Наркомом Труда. Пособия по беременности и родам и вовсе напрямую устанавливались Наркомом Труда без учета заработков рожениц, их квалификации, территории нахождения предприятия и прочих особенностей труда. Таким образом, в подобном порядке назначения размера пособий теряется весь смысл социальной справедливости и преобладания прав трудящихся, провозглашаемых новой советской властью в то время.

Еще одним отступлением от идей справедливости для человека труда явился очередной вывод самозанятого населения из системы социального обеспечения и защиты. Из круга лиц, подпадающих под действие КЗоТа 1918 г., исключены коммунальные хозяйства, земледельцы на землях, предоставляемых им в пользование, самостоятельные ремесленники. Социальное обеспечение этих категорий трудящихся регламентируется отдельными законодательными актами либо вообще отсутствует.

Также в Кодексе не прописаны правила обеспечения пособиями женщин, кормящих грудью.

Важным новшеством стало то, что впервые в КЗоТе 1918 г. была довольно подробно описана процедура медицинского освидетельствования

служить: заключение о проведении технологического и ценового аудита, протоколы проведения двусторонних и многосторонних встреч с потенциальными инвесторами, банками и иными финансирующими организациями или подтверждающее письмо о заинтересованности от них, различные заключения и аналитические материалы по структуре распределения рисков между сторонами или иные документы, номенклатура которых определяется исходя из деталей проекта. Правильно подготовленная документация значительно повышает возможности в получении финансирования под конкретный инвестиционный проект.

## ***2. Центральный банк РФ, коммерческие банки.***

Банковское проектное финансирование в современных условиях осуществляется как инвестиционное кредитование с соблюдением требований, предъявляемых Центральным банком РФ к стандартным кредитам, что противоречит понятию проектного финансирования, учитывая, что проектное финансирование – это инвестиционная деятельность. Нормативные правовые акты Банка России не предусматривают особого порядка регулирования инвестиционного кредитования, в том числе проектного финансирования. Нормативные документы Банка России являются фактически запретительными для осуществления коммерческими банками реальной инвестиционной деятельности в виде прямых инвестиций, прежде всего, проектного финансирования. Именно по этой причине большинство сделок по проектному финансированию российских крупных корпораций осуществляется зарубежными финансовыми организациями в иностранных юрисдикциях. Данные факты негативно воздействуют на условия предоставления проектного финансирования (риски, процентная ставка и др.), на общую схему реализации проектного финансирования, и на экономику страны в целом. Соответственно Центральному банку РФ необходимо внести качественные изменения в банковское законодательство, предусмотреть специальный вид банковских операций – проектное финансирование с соответствующим регулированием, а также установить особый порядок регулирования инвестиционной банковской деятельности в первую очередь в вопросах, касающихся списания и резервирования капитала. Таким образом, для коммерческих банков будет понятен механизм проектного финансирования и коммерческие банки расширят компетенции своей деятельности.

Если рассмотреть программу проектного финансирования, в рамках Постановления №1044, то имеется упущение для коммерческих банков, а именно необоснованный отбор банков с капиталом более 100 млрд. руб. У немногочисленных банков с капиталом более 100 млрд. руб., как правило, не имеется сложностей с ликвидностью и получением рефинансирования в Центральном Банке РФ, что и является определённым стимулом для участия данных банков в программе проектного финансирования. Но подобные сложности встречаются у средних банков, которые имеют капитал от 10 млрд. руб., и которым необходимо привлекать и удерживать клиентов, такие банки готовы работать в рамках данного механизма по Постановлению №1044. По результатам данной программы всего четыре крупных банка приняли участие: ВТБ, Сбербанк, Россельхозбанк, Газпромбанк. Необходимо изменить ограничение капитала для банков, тем самым будет задействовано большее количество банков, большее количество инвестиционных проектов будет реализоваться, что будет создавать положительный эффект для экономики страны в целом.

Следующим упущением для Банка России, в рамках программы проектного финансирования, является наложение рисков на деятельность Банка России. В рамках Постановления №1044, реальный сектор экономики стал рассматривать проектное финансирование в качестве льготного кредитования банками компаний, которые реализуют инфраструктурные проекты посредством рефинансирования уполномоченных банков ЦБ РФ. Все эти нововведения имеют отрицательные воздействия, и прежде всего, на Банк России, происходит увеличение рисков его деятельности. Несмотря на то, что в программу входят банки, которые должны иметь определенное количество собственных средств, этими банками используются индивидуально разработанные методики оценки и анализа инвестиционных проектов, просчитываются проектные риски, рассматриваются кредитоспособность заемщиков, вследствие невозврата кредитных средств банку, и вся ответственность за проектные риски переходят соответственно Банку России. Тем самым Банк России является последней инстанцией-кредитором. Стратегия Правительства РФ, направленная на экономию бюджетных средств и привлечение частных средств инвестора, является рискованной, так как увеличение прямого кредитования Банком России компаний на основе проектного финансирования является недостаточно обосновано. Риски также возникают с

**К.Э.н. Карпенко С.В.**

*Адыгейский государственный университет, Россия*

### **ПОСОБИЯ ПО НЕТРУДОСПОСОБНОСТИ ПО КЗОТ 1918 Г. — ПРАВО БЕЗ ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ**

После Октябрьской Революции 1917 г. советская власть начала перестраивать существующее законодательство в направлении улучшения трудового законодательства. Был принят ряд постановлений и декретов, и в конце 1918 г. законодательство приняло систематизированный вид в виде Кодекса законов о труде.

Правовые нормы о пособиях по нетрудоспособности с этих пор разделились на две основных составляющих:

— Декрет Совета народных комиссаров РСФСР «Положение о социальном обеспечении трудящихся» от 31.10.1918 г. (далее — Декрет 1918 г.);

— Кодекс законов о труде, включающий в себя, в том числе, принципы назначения пособий (далее — КЗоТ 1918 г.).

С принятием КЗоТа 1918 г. часть положений Декрета 1918 г. утратила силу, а другая в версии Кодекса претерпела заметные изменения. Действующими положениями Декрета 1918 г. осталось все то, что относилось к деятельности Фонда: структура, подчиненность, права, полномочия и обязанности, а также отчетность плательщиков взносов.

В первую очередь, заметен переход системы социального обеспечения пособиями к государственному регламентированию. Так, размер взносов предприятий в Фонд должен был устанавливаться постановлениями Наркома труда. Обычно установление размера взносов или налогов предваряется экономическими расчетами, которые предполагают учет следующих параметров:

— прогноз размера сумм выплат пособий, который основывается на информации о количестве трудящихся в регионе и уровне их заработка, о состоянии их здоровья и уровне заболеваемости теми или иными болезнями,



Очевидно, с 2000 года не преобразовывались и не обновлялись Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (утв. Министерством экономического развития РФ, Министерством финансов РФ, Госстроем России от 21.06.1999 г. №ВК477). Большинство банков, фондов, институтов развития используют свои методики оценки и анализа проектов, которые содержат грубые ошибочные термины, расчетные формулы, а самое основное, что все это приводит к принятию ошибочных инвестиционных решений.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Еганян А. Инвестиции в инфраструктуру: Деньги, проекты, интересы, ГЧП, концессии, проектное финансирование. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 715 с.
2. Йескомб Э.Р. Принципы проектного финансирования. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 408 с.
3. Никонова И.А. Проектный анализ и проектное финансирование. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 154 с.
4. Родионов И.И., Божья-Воля Р.Н. Проектное финансирование. - СПб.: Алетейя, 2015. - 338 с.
5. Силка Д.Н. Комбинирование методов управления экономическим ростом // Интернет-журнал Науковедение. 2013. № 2 (15). С. 19.

процессом мониторинга и контроля хода проекта, поскольку методология комплексного мониторинга проектов, а также степень автоматизации мониторинга в разных банках различна и риски возникают с процессом контроля целевого использования кредитных средств. Коммерческие риски, макроэкономические риски, а также политические риски ложатся именно на Банк России в случае невозврата кредитных средств. Следовательно, с целью минимизации ответственности Банка России, рассмотрим альтернативные источники финансирования, помимо банковского финансирования.

Альтернативным источником финансирования являются ресурсы фондов, институтов развития. Так, в этом году в активную фазу вошла работа Фонда развития промышленности (ФРП). Он был создан в 2015 году как институт развития, основная цель Фонда – выделять предприятиям длинные и дешевые, под 5% годовых, займы. В отличие от программы поддержки проектного финансирования, ФРП в целом сосредоточен на поддержке не только крупных, но средних производств.

Помимо программы проектного финансирования в рамках Постановления №1044, и механизма ФРП, в этом году могут заработать еще несколько механизмов поддержки инвестиций. В конце марта текущего года был утвержден перечень из 73 проектов, которые будут финансироваться из Фонда национального благосостояния (ФНБ) и средств федеральных целевых программ, - в основном это крупные инфраструктурные проекты.

Все существующие отечественные фонды, в отличие от банков, не подчиняются требованиям надзора со стороны Центрального Банка России, в том числе по критериям резервирования средств. Следствием этого являются относительно мягкие всевозможные ковенанты, устанавливаемые в самих соглашениях о финансировании. Но при этом, в отличие от банков, у фондов достаточно сложная процедура финансовой реструктуризации проекта.

Финансирование может быть и банковским, и иными финансовыми институтами, фондами, нельзя однозначно рекомендовать определённый способ финансирования, так как это зависит прежде всего от особенностей структуры конкретного проекта. Зачастую можно использовать и комбинацию различных видов финансирования, и такие практики уже существуют как в России, так и за рубежом.

**3. Государство (Министерство экономического развития, Министерство финансов).** Основной проблемой для государства, в рамках

программы проектного финансирования, является некачественный отбор инвестиционных проектов собственными различными ведомствами и структурами. В рамках программы проектного финансирования государство выполняет роль «сторожевого пса», который оценивает целесообразность проектов силами Межведомственной комиссии при Министерстве экономического развития РФ и ВЭБ. Если государство действительно имеет желание развития модернизации, импортозамещения, и прочее, то государство должно быть инициатором. Оценкой инфраструктурных проектов должен заниматься специализированный орган, который должен курироваться государством. Его членами должны стать профессионалы, которые способны оценить инфраструктурный проект, в лице так называемых государственных агентов. В выделенной структуре должны быть эксперты и консультанты по направлениям, которые могли не только качественно оценивать проекты в различных сферах, но возможно и в дальнейшем смогли контролировать ход инвестиционных проектов. Фактически именно агент государства является экспертным ядром компетенций и экспертизы по данным проектам, но еще и центром синхронизации интересов различных государственных органов и фундамент для оптимизации разноплановых инвестиционных проектов [1].

Следующим серьезным упущением, в рамках Постановления №1044, является не использование нормативного подхода к определению отраслей, входящих в данную программу, а также к определению ключевых показателей эффективности по проектам. Анализ портфеля инвестиционных проектов показывает, что большинство компаний, получивших льготное финансирование по программе проектного финансирования, относятся к отраслям агропромышленного комплекса, средняя рентабельность которых не превышает 20%. Следовательно, Министерству экономического развитию, Министерству финансов и другим Министерством необходимо рассчитать потребность в количестве проектов, которые должны быть реализованы в какой-либо отрасли, а также рассчитать ключевые показатели эффективности (например, как рентабельность), которым должны удовлетворять инвестиционные проекты. Экономически целесообразнее необходимо отбирать инвестиционные проекты отраслей инновационного и экспортно-ориентированного характера, приоритетность которых отражена определенными правительственными документами.

Необходимо подчеркнуть и наличие следующего недостатка: участвующие предприятия по программе проектного финансирования, не являются проектными компаниями или специализированными обществами проектного финансирования, в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 N 379-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Создание подобной сепаратной юридической структуры позволяет инициаторам проекта решить две ключевые задачи:

- юридически обособить собственные активы от обязательств, возникающих у инициаторов в рамках проекта;

- сконцентрировать на балансе SPV все фондирование по проекту: акционерный капитал от инициаторов и заемные средства от банков - при этом возможны разные варианты регресса на инициаторов в случае дефолта проектной компании.

Можно утверждать, что предложенный механизм проектного финансирования государством, в рамках Постановления №1044, не обеспечивает должного роста кредитования инвестиционных проектов, также происходит подмена понятий механизма проектного финансирования.

Проведенный анализ нормативных актов по предоставлению государственных гарантий российским компаниям показывает огромное расхождение в понятийном аппарате, критериях отбора, как инвестиционных проектов, так и компаний, различные требования к содержанию документов, например, зачастую к содержанию паспорта проекта, к контролю и мониторингу результатов проектов.

На основе вышесказанного, а также анализирую отдельные реальные инфраструктурные проекты, участвующие в программе, и рассматривая ключевых участников, которые работали в рамках Постановления №1044, можно сделать вывод, что необходимы совершенствования и прежде всего в законодательной базе РФ, особенно в банковском секторе, что касалось отдельно Постановления №1044, то необходимы изменения в методологии анализа, экспертизе, мониторинге проектов, унификации и стандартизации понятийного аппарата и соответствующих требованиях к компаниям, которые получают государственную поддержку.

В настоящее время в экономике России сформировалась ситуация, при которой как частные, так и бюджетные инвестиции осуществляются в значительных масштабах и практически в методологическом вакууме.