

## ЛИТЕРАТУРА

1. Основные этапы работы над веб-проектом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tilda.education/courses/web-design/basicsteps/>.
2. Композиция в веб-дизайне: на что обратить внимание. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wix.com/blog/2016/03/>.
3. Использование прототипа в дизайне сайта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tilda.education/courses/web-design/prototypes>.
4. Визуальная иерархия сайта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tilda.education/articles-visual-hierarchy>.
5. Как пользователи видят сайты: F- и Z- паттерны, диаграмма Гутенберга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://netology.ru/blog/users-site-patterns>.
6. Основные понятия типографики и инструменты верстки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://severno.github.io/files/13/index.html>.
7. Цвет в веб-дизайне: как вызвать у пользователя нужные эмоции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lifelhacker.ru/emotsii-v-veb-dizajne>.
8. Модульные сетки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://severno.github.io/files/14/index.html>

УДК 331.104

### ВЫЯВЛЕНИЕ СТЕПЕНИ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКА НА ЭТАПЕ НАЙМА НА РАБОТУ

*К.А. Крень, студентка группы 10508115 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Л.В. Гринцевич*

*Резюме – В статье рассмотрены основные способы выявления степени заинтересованности и факторов мотивации сотрудников при приеме на работу, которые в дальнейшем можно использовать при разработке системы стимулирования персонала.*

*Summary - The article describes the main ways of identifying the degree of interest and factors of motivation of employees during recruitment, which can then be used to develop personnel incentive systems.*

**Введение.** Понятие мотивации притягивает больше внимания, среди работодателей и среди кандидатов. Полагается, что мотивация – это волшебный ключ, который показывает путь к эффективности сотрудников. Важно отличать два главных понятия – это мотивация и стимулирование персонала. Под понятием мотивации понимают возникновение или же создание внутренних факторов, которые побуждают выполнять работу. Стимулирование персонала подразумевает воздействие внешних факторов, которые поощряют и побуждают работников к дальнейшей деятельности. С помощью приемов стимулирования можно повысить мотивацию персонала.

**Основная часть.** Мотивация – это, то, что побуждает работать хорошо, а не то, ради чего человек работает. Знакома ли вам ситуация, когда на проведении собеседования кажется, что претендент так сильно хочет работать, что “готов свернуть горы?”, а примерно через пару месяцев от этого увлечённости не остаётся и следа? Возникает ощущение, что интерес к данной работе просто погас? Основание такой проблемы — незнание настоящей мотивации данного кандидата. Каждый HR знает: хороший претендент — это мотивированный претендент и чем выше степень мотивации, тем быстрее он освоит необходимые навыки на рабочем месте. Определение самых значимых мотиваторов претендента на любую должность позволит HR сберечь усилия и всё время при собеседовании со всеми кандидатами, а в итоге взять на рабочее место самого активного человека, нацеленного на достижение целей, не следующих против целей компании. Заключительным этапом работы HR по выявлению мотиваторов претендента при подборе на рабочую должность должны быть понятны ответы на такие вопросы:

1. Какие главные мотивы данного претендента?
2. Есть ли у него мотивация роста?
3. Какие мотивы возможно использовать для следующего роста претендента?

Важно знать: со временем человеческие потребности и мотивы меняются, а это значит, меняется и индивидуальная важность мотиваторов. А это значит, нужно иногда проводить вторичную оценку мотивов. К более часто встречаемым методам определения мотивов претендента можно отнести собеседование, тестирование, анкетирование.

1. Собеседование - наиболее распространённый метод оценки персонала: без него не может обойтись ни один приём на работу. При осуществлении собеседования важно спрашивать открытые и проектные вопросы. Также важно задавать вопросы-кейсы: претендент должен описать, как он поведёт себя в предоставленной ситуации, какой он выберет метод решения данной задачи. Основной акцент при создании кейсов оказывается на проявлении мотивов, которые толкают человека поступать данным образом. Например: «Вам предоставили пару предложений от абсолютно разных компаний. По каким критериям вы будете осуществлять итоговый выбор?». Проективные вопросы. Например: «Что, на ваш взгляд,

толкает людей наиболее эффективно работать?» «Почему, на ваш взгляд, люди останавливают свой выбор на определенной профессии?» «Что толкает людей поменять профессию?». Чтобы определить настоящие причины изменения работы, нужно задать претенденту следующие вопросы: «По какой причине вы ушли с предыдущего места работы?» «Почему вы выбрали именно нашу компанию?» «Что для вас наиболее значимое в работе?».

2. Тестирование. Тестирование применяет HR в таком случае, если стоит выбор одного из нескольких кандидатов с приблизительно одинаковыми навыками. Тестирование является более научным методом, таким способом отбора на работу лучше заниматься специально обученному человеку (психолог).

3. Анкетирование – это способ, позволяющий увидеть картину главных мотивационных приоритетов человека. В процессе анкетирования можно предоставить претенденту перечень факторов-мотиваторов и предложить оценить их по 10-балльной шкале. Уровень заинтересованности претендента в работе можно выявить, если спросить о том, что он знает о данной организации.

**Заключение.** Проанализировав ответы кандидата, HR может выделить мотивационные приоритеты человека, и оценив их, он может составить «мотивационный картинку».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Методы и цели оценки персонала: как превратить сотрудников из инструмента в мозговой центр компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/otsenka-personala.html>. – Дата доступа: 10.03.2019.

2. Теория и практика мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/teoriya-i-praktika-motivatsii-personala/>. – Дата доступа: 10.03.2019.

УДК 336.71

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

*А.К. Крूसь, студентка группы 10507114 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент П.М. Корзик*

*Резюме – в данной статье изложена важность кредитного портфеля в банковской деятельности, а также методы управления ими. Проанализированы риски, которые влияют на кредитный портфель при работе с банковскими клиентами, предложены способы их снижения. Также была определен алгоритм оптимального управления кредитным портфелем коммерческого банка.*

*Summary - This article has described the importance of the loan portfolio in banking, and describes how to manage them. Analyzed the risks that affect the loan portfolio when working with banking clients, suggested ways to reduce them. An algorithm for optimal management of the credit portfolio of a commercial bank was also determined.*

**Введение.** Банк – это финансово-кредитная организация, которая способна производить различного рода операции с деньгами, ценными бумагами, а также оказывающие финансовые услуги. Основной целью в банковской деятельности ставят получение прибыли. Стоит отметить, что для достижения этой цели используют кредитование, так как оно является основной статьей дохода любого коммерческого банка. При осуществлении кредитных операций, банк стремится увеличить их объемный рост, а также максимизировать качество кредитного портфеля. Кредитный портфель представляет собой совокупность выданных кредитов банком на определенную дату.

**Основная часть.** Управление кредитным портфелем – ключевой вид деятельности банка, который направлен на оптимизацию портфеля выданных кредитов и займов. В настоящее время управление кредитным портфелем является основой для увеличения прибыли и снижения рисков. Другими словами, управление кредитным портфелем – это качественное управление активами и пассивами банка.

Управление кредитным портфелем представляет такой процесс, который затрагивает абсолютно все возможные элементы кредитной деятельности. Стоит учитывать, что управление кредитным портфелем является многоуровневым процессом. Выделяют макроуровни и микроуровни, которые не могут существовать изолировано друг от друга. Макроуровень управления кредитным портфелем – это рассмотрение его в целом, а микроуровень – это управление отдельными кредитами. Как и многие виды управлений, управление кредитным портфелем выполняет следующие функции: планирование, организация и контроль. К основным целям управления кредитным портфелем можно отнести поиск и выявления оптимальных условий, при которых прибыль от произведенных операциях будет максимальной и с минимальными рисками. Стоит разделить кредитный портфель на три группы: риск-нейтральный кредитный портфель; оптимальный кредитный портфель; сбалансированный кредитный портфель.

К первой группе можно отнести те виды кредитных портфелей, у которых выявлены относительно низкие показатели рискованности, но при этом они имеют низкую доходность. Ко второй группе стоит