

Згідно пункту 5.1.3 Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 р. (дорожня карта її реалізації) [2] передбачена розробка і затвердження актів нормативно-правового регулювання, яке визначатиме порядок використання QR-кодів при здійсненні кредитових переказів.

Враховуючи вищезазначене, а також те, що учасники ринку не змогли домовитись про єдині підходи при формуванні QR-кодів, затвердження єдиної нормативної регламентації формування QR-кодів є оптимальним варіантом для досягнення оптимізації при формуванні і використанні QR-кодів.

Єдині підходи при формуванні і використанні QR-кодів при здійсненні кредитових переказів може суттєво посприяти:

- підвищенню швидкості і зручності розрахунків;
- зниженню операційних ризиків, які пов'язані із помилками при заповненні платіжних реквізитів;
- автоматизуванню бізнес-процесів учасниками безготівкових розрахунків;
- суттєвому зростанню обсягів безготівкових розрахунків.

Список використаних джерел

1. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 р. № 679-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14> (дата звернення: 30.03.2020).

2. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року: Рішення Правління Національного банку від 26 грудня 2019 року. № 1010-рш URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy2025.pdf?v=4 (дата звернення: 30.03.2020).

СТИМУЛЮВАННЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ЕКОНОМІЧНА ТА НЕЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЇ

Тугова А. С., аспірантка

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Успіх будь якого підприємства багато в чому залежить від того, наскільки зацікавлений в результаті своєї праці менеджер стратегічного рівня управління. В зв'язку з цим одне із основних завдань власника бізнесу – це розробка комплексної системи стимулювання, яка дозволить у майбутньому не тільки утримувати ключових співробітників, але й мотивувати їх на досягнення необхідних цілей та результатів підприємства.

Стимулювання топ-менеджерів – це метод впливу на його трудову поведінку опосередковано через його мотивацію з метою спонукання до праці в формі компенсації за трудові зусилля [3].

Механізм стимулювання праці керівників вищої ланки має свої певні особливості. На сьогоднішній день умовно виділять два основних підходи до стимулювання топ-менеджерів, а саме неекономічний та економічний [1].

В основі неекономічного підходу стимулювання лежить ідея про те, що крім рівня доходу, ключову роль в мотивації керівника грає потреба у самореалізації. Стимулюючими факторами для топ-менеджера в даному підході є: можливість формувати команду, розширені повноваження, можливість реалізації власних інноваційних ідей, можливість брати участь у прийнятті стратегічних рішень для підприємства та інше.

У сучасних реаліях основою для стимулювання топ-менеджерів служить розширений соціальний пакет, який пропонує підприємство. Соціальний пакет менеджера стратегічного рівня управління включає в себе найрізноманітніший набір опцій: можливість користуватися службовим автотранспортом певної марки, отримання пільгових кредитів на покупку квартири, будинку, автомобіля, отримання додаткового престижної освіти та інші різноманітні страхові послуги [2]. Істотну роль грає участь в конференціях, професійних асоціаціях і клубах, відрядження за кордон і закордонні стажування. Всупереч широко поширеній думці про те, що соціальний пакет для топ-менеджера не грає великої ролі, цей інструмент проте має високу ефективність і дозволяє залучити й утримати значну частину ключових співробітників.

Роль і місце економічного стимулювання топ-менеджерів важко переоцінити. Ядром економічного стимулювання є компенсаційний пакет менеджера вищої ланки, який включає постійну частину, тобто фіксована заробітна плата і, відповідно, змінну. Змінна частина прив'язана до результатів діяльності топ-менеджера. У більшості компаній вона може становити близько п'ятдесяти і більше відсотків від загальної суми річної заробітної плати, в той час як у рядових співробітників вона, як правило, не перевищує 30% [4]. Це перш за все обумовлено тим, що вищий керівний склад найбільшою мірою несе відповідальність за результати діяльності підприємства, стратегію її розвитку в довгостроковому періоді.

У свою чергу, змінна частина винагороди умовно може бути поділена на так звані короткострокові бонуси і довгострокові преміальні програми. Короткострокові бонуси виплачуються за підсумками діяльності топ-менеджера за рік при досягненні певних показників. В основі довгострокових програмах, що стимулюють топ-менеджерів працювати на тривалу перспективу заради збільшення капіталізації бізнесу, лежить інвестиційний підхід, при якому винагорода топ-менеджера залежить від досягнення конкретного фінансового результату – прибутку або збільшення вартості компанії [5].

Отже, будь-якому підприємству для утримання своїх ключових співробітників та мотивування їх на досягнення цілей та результатів підприємства необхідна розробка комплексної системи стимулювання менеджерів стратегічного рівня управління. Механізм стимулювання праці топ-менеджерів поділяється на дві основні категорії: економічну та неекономічну. Кожна з цих категорій є невід'ємною частиною ефективною комплексної системи стимулювання топ-менеджерів. В свою чергу, неекономічне стимулювання в першу чергу направлене на самореалізацію топ-менеджера, а економічне – на максимізацію власної матеріальної винагороди. Проте, потрібно відзначити, що система стимулювання топ-менеджерів є ефективною тільки в тому випадку, якщо вона комплексно пов'язана з реальними посадовими обов'язками і повноваженнями менеджерів вищої ланки і послідовно застосовується.

Список використаних джерел

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2010. 488 с.
2. Гриньова В.М. Стимулювання праці в інноваційної діяльності підприємств машинобудування: монографія. Харків, 2010. 164 с.
3. Дейнека А.В. Стратегія управління персоналом організації. Краснодар: КИМПіМ, 2009.

4. Забаштанський М. Концептуальні засади стимулювання праці персоналу підприємства: Проблеми і перспективи економіки та управління, 2016. №1 (5). С. 45-52.
5. Потьомкін С.К. Менеджмент. Харків, 2009. 276 с.

ГЕНДЕРНО-ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ

Хандій О. О., к.е.н., доц., доц. кафедри економіки і підприємництва

Смаглій О. В., здобувач вищої освіти

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Економічна політика має давню «гендерно-сліпу» орієнтацію. Гендерний мейнстрімінг економіки визнає тільки ту роботу, яка робиться за гроші. Традиційна макроекономіка і її моделі відрізняються винятковою увагою до платної економіки, коли вироблені товари і послуги мають економічну цінність на ринку. Той факт, що безоплатна робота і використання часу на хатню роботу відсутні в економічних моделях означає, що це часто ігнорується в процесі розробки економічної політики.

Мета роботи – обґрунтування ролі гендерно-орієнтованого бюджетування в досягненні гендерної рівності.

Аналіз використання часу у країнах Латинської Америки показує, що жінки витрачають набагато більше часу на неоплачувану роботу, ніж на оплачувану. У чоловіків – навпаки, невелика частина від загального їх часу роботи присвячена неоплачуваній праці (рис. 1).

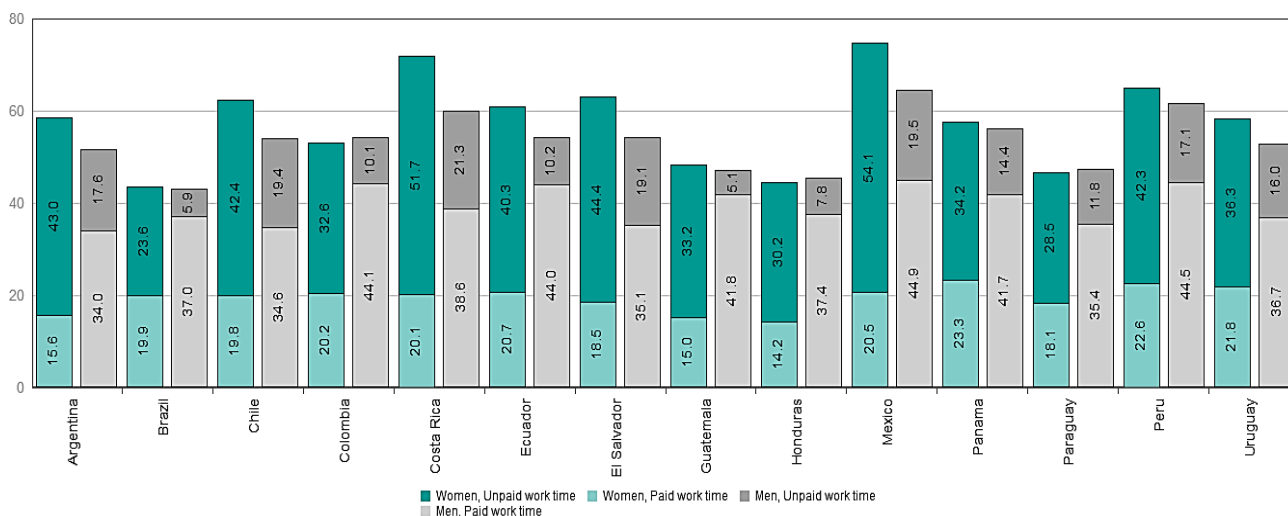


Рис. 1. Середній час на оплачувану та неоплачувану роботу протягом тижня, який витрачається населенням віком від 15 років у країнах Латинської Америки
Джерело: [1]

Згідно з аналізом використання часу в Латинській Америці, незважаючи на різні методи збору даних, всі вони мають загальні тенденції, а саме:

- чоловіки витрачають менше часу на домашнє господарство;
- робота по догляду за дітьми відноситься до числа найбільш часовитратних активностей;
- жінки, які виконують оплачувану роботу, не звільняються від хатньої роботи. Незалежно від тривалості робочого дня, вони витрачають на хатню роботу набагато більше часу, ніж чоловіки;