

Богдан БРИЧ

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Камінський Б. А.

Тернопільський національний

економічний університет

ІНВЕСТИЦІЇ В ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІ ПРОЕКТИ

На сьогоднішній час в Україні енергоефективність розвинена дуже слабо. Такі споруди як школи, лікарні, адміністративні споруди та інші потребують впровадження новітніх енергоефективних технологій. Але це все зазвичай досить дорого для таких державних будівель, чи підприємств.

Одним із методів, що знижують витрати на такі роботи є впровадження певних технологій під назвою Energy Performance Contracting (EPC), що в перекладі означає «перформанс-контракти». Однією з головних особливостей методу, що знижують експлуатаційні витрати, є те, що отримана економія може бути використана для покриття витрат інвестора. Це означає, що споживач енергії не повинен попередньо витратити ніякого капіталу. Переважну частину ризику бере на себе спеціалізована компанія, яка реалізує проект. Всі витрати на проект потім відшкодовуються платежами, які виробляються з отриманої економії платежів за енергію.

Спеціалізовані компанії, які займаються EPC, називаються енергосервісними компаніями (ЕСКО). Звичайна ЕСКО пропонує споживачеві енергії - замовнику, цілий комплекс сервісу, пов'язаного з заощадженням енергії: проектний, інженерний, технічний, управлінський і фінансовий. Сенсом цього сервісу є зниження витрат на енергію замовника при збереженні ефективного використання енергії.

Такий проект пристосовується до замовника і включає:

- енергоаудит;
- проект, заснований на енергозбереженні та зниженні витрат;
- встановлення необхідного обладнання;
- навчання персоналу;
- довгостроковий контроль працездатності та експлуатації обладнання;
- визначення отриманих результатів;
- фінансування проекту.

Виходячи з цього, ми бачимо скільки надає переваг такі енергосервісні компанії. На даний момент вже є декілька таких компаній, наприклад:

- CJSC Ukrainian Energy Service Company (UkrESCO)
- Communal ESCO
- Dnipropetrovska Municipal ESCO
- ESCO Artcom
- ESCO Center

Ми маємо унікальну можливість забезпечити себе майбутнім, майбутніми технологіями. Тоді чого б це не зробити прямо зараз і йти пліч опліч з часом.

Список використаних джерел

1. https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/chi-mozhlive-v-ukrayini-esko_
2. http://ukraine.green-energy-portals.com/cms/ru/content/energy-service-companies-escos_

Сніжана БУДИЛОВСЬКА

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Мазур В. С.

Тернопільський національний

економічний університет

ПРОЦЕС НАБОРУ ПЕРСОНАЛУ У МЕГАКОРПОРАЦІЯХ (НА ПРИКЛАДІ «AMAZON»)

Управління персоналом — постійний процес вирішення проблем комплектування організації персоналом відповідної якості і кількості, що вимагає виконання певних завдань: набір, підбір, управління кар'єрою та мотивацію організації. Набір — система заходів, які здійснює підприємство з метою залучення працівників певної кваліфікації, кількості для досягнення своїх цілей. Набір - це одна із складових управління персоналом, яка виражається сукупністю управлінських рішень, що мають вирішальний і довготривалий вплив на діяльність підприємства. Набір — це завжди компроміс між бажаним і реальним, він не може бути досягнутий сам по собі.

Одним із важливих завдань організації набору є аналіз фактичної і потрібної кількості працівників відповідно до вимог робочих місць. Організація залучення персоналу, його підбору та найму передбачає визначення стратегії розвитку організації з метою узгодження форм і методів залучення, підбору та найму персоналу та визначення вимог до майбутніх працівників, сукупності процедур, форм документів та методів роботи з персоналом[1, с. 32].

Процес набору персоналу у мегакорпорації «Amazon» значно відрізняється від програм інших компанії, тому що вони повністю націлені на свій персонал, які пізніше стануть «власниками у майбутньому». Програма набору пропонує кожному бажаному інтенсивну, орієнтовану на місяць, управлінську програму, яка шукає «працівників, які здатні робити сміливі ставки, брати на себе відповідальність і отримувати енергію від винаходів своїх клієнтів». Теорія найму персоналу за корпорацією «Amazon» користується великим попитом серед великих підприємств, так як один з керівників, Джефф Безос у 1998 сказав: «Я краще проведу інтерв'ю з 50 людьми, і не найму нікого, чим наймати неправильну людину». Встановлення високих планок в даному підході був, і завжди буде важливим елементом успіху компанії[2].

Отже як саме відбувається процес набору персоналу у «Amazon.com»? Компанія використовує звичайні методи реклами, але написи на яких, є несхожими на інші реклами. Прикладами однієї з таких є - «Чи ти є соціопатом? Амазон хоче тебе. Маєш совість? Не переживай, наше робоче середовище позбавить його від тебе в найкоротші терміни. Подай резюме вже сьогодні!» Такий метод дає змогу залучати працівників нестандартного мислення, які будуть себе краще розвивати у компанії.