

З метою активізації впровадження положень діючої «Енергетичної стратегія України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» та розвитку оптового ринку електричної енергії України необхідно реалізувати наступні першочергові завдання та заходи.

Потрібно забезпечити виробництво електроенергії атомними електростанціями на рівні близько 65% споживання електроенергії в Україні за рахунок продовження строку експлуатації діючих та введення нових потужностей на АЕС. Є необхідність збільшення маневрових потужностей. Прогнозується, що до 2035 року ця цифра становитиме 18%. Українська енергетика має зовсім небагато часу для ухвалення концептуального рішення: яким шляхом іти далі, враховуючи свої найболючіші місця.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua>
3. ДП НАЕК «Енергоатом» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.energoatom.kiev.ua/files/file/77_\(1\).pdf](http://www.energoatom.kiev.ua/files/file/77_(1).pdf).
4. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua>
5. Будівництво нових енергоблоків АЕС [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/ssusercfa346/ss-46531134>

Піхур О.О.

студент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Торгово – посередницька діяльність, відіграє важливу роль у міжнародній економіці. Вона забезпечує більшість міжнародних торгових операцій, які відбуваються між виробниками та споживачами. Актуальність торгового – посередництва яка відповідає за імпорт та експорт товарів в Україні є дуже важливою для економічного розвитку.

У сучасному світі торгівельне - посередництво є обов'язковим елементом ринку. Фірми користуються послугами посередників для максимально каліфікованого забезпечення, зручності придбання товарів за такими факторами як:

- час, місце, форми і власності;
- зменшення витрат на реалізацію продукції або здійснення матеріально-технічного забезпечення;
- зменшення постачальна – збутових операцій;

– зближення з споживачами чи постачальниками продукції, транспортними, експедиторськими, складськими та іншими суб'єктами сфери товарного обігу [1].

Посередництво в товарному обігу – це здійснення спеціалізованими підприємствами, організаціями чи окремими особами що здійснюють функцій для сприяння та налагодженню процесів збуту комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на товарному ринку.

В умовах товарного ринку відносини посередників – це суб'єкти не залежного і специфічного бізнесу, які здійснюють свою торгівельну діяльність на основі наступних принципів:

- тотожність сторін (рівноправні взаємовідносини партнерів);
- підприємливість (швидке реагування та винахідливість);
- оперативність (можливість завчасно вирішити питання);
- обслуговування контрагентів (діяльність з надання послуг іншим агентам);
- економічна вигода господарювання;
- комерціалізація (активність що стосується прибутків);
- договірні взаємовідносини [2].

Сутність торгового посередництва, у нас трактується дуже вузько, і не завжди коректна. Посередницька діяльність – це явище, яке було доволі поширене на міжнародних та внутрішніх ринках. У Великобританія, США, Японія, Німеччина, Швеція на частку посередників припадає значна частка обороту товарів і послуг. В Україні торговельно-посередницька діяльність розвивається дуже погано: з одного боку, – лібералізація усієї торгівлі, розширення міжнародних зав'язків, роздробленість і віддаленість постачальників і покупців, ускладнення комерційних операцій які дуже потребують більш швидкого формування інституту торгових посередників як цілого елементу інфраструктури товарного ринку; з іншого – проблемність нормативної бази, дуже низький професійний рівень посередників, тотальне недовір'я які стримують процес що впливають на посередницьких структур, заганяє їх діяльність у «тінь».

Сучасний ринок є досить розгалуженою системою господарських зав'язків, які є між виробниками і споживачами, а також досить складним механізмом виявлення та узгодження їх економічних перспектив.

Практичне виконання цих зав'язків зважаючи на інтереси усіх учасників товарного обігу беруть на себе торговельні посередники. Вони впливають на формування єдиного ринку товарів і послуг, дають можливості розвитку на ньому конкуренції [3].

В Україні підприємства поки перебувають у стадії освоєння, виконують лише переважно торговельно-посередницьку функцію:

- продаж товару постійному клієнту;
- пошук нових ринків збуту та товарів;
- налагодження контактів з клієнтами та постачальниками;

Масштаби їх діяльності та організаційно-правових норм сильно відрізняються. Більшість підприємств зареєстровані як ТОВ або акціонерні товариства.

Імпортні фірми встановлюють стабільні відносини із клієнтами на вітчизняному ринку та виробниками за кордоном, беруть активну участь у виставках за кордоном, вивчають попит за кордоном, та здійснюють всі можливі заходи щодо до просування імпортованих товарів на території України.

З метою задоволення потреб клієнтів імпортні фірми тісно співпрацюють із зарубіжними товаровиробниками, надають детальну інформацію щодо конструкторсько-технологічних характеристик товару, якісних показників, цін та обсягів за купівель. Імпортерські фірми залежно від виду товару та виконання функції поділяються на два типи: спеціалізовані, та універсальні.

Вони займаються ретельним вивченням зарубіжних ринків та визначають найперспективніші, й спрямовують свої зусилля на освоєння їх. У таблиці 1 наведена модель організації закупівлі товарів.

Таблиця 1

Модель організації оптових закупівель товарів

Етапи здійснення закупівлі товару	Характеристики етапів
Перший етап	Виявлення попиту покупців
Другий етап	Оперативне планування закупівель
Третій етап	Вибір постачальників товару
Четвертий етап	Організація укладання договорів
П'ятий етап	Організація виконання договорів
Шостий етап	Економічна ефективність

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень

Імпортні фірми які займаються посередницькою діяльністю значно відрізняються від експортерів, вони закупають товари за свій рахунок за кордону і потім реалізують їх на вітчизняному ринку, роздрібним торговцям, прямим клієнтам. Вони всі мають складські приміщення, де зберігаються запаси, займаються формуванням асортименту, розфасовкою, пакування, підготовки товару для кінцевого споживача. Усі ці фірми здатні, за першим побажанням клієнта поставити товар на внутрішній ринок, або безпосередньо на об'єкт. Імпортні фірми купують товари у товаровиробників. У розвинених країнах імпортні фірми займаються посередництвом на рівні закупівель або реалізації сировини.

Дистриб'юторські фірми які займаються торгово посередницькою діяльністю на ринку України, здійснюють операції від свого імені й за свій рахунок. Вони укладають угоди з виробником товарів, про надання їм прав на купівлю та продаж обумовленого асортименту на конкретних ринках. Згідно укладеної угоди з виробником вони додатково надають широкий спектр послуг своїм клієнтам а також виконують доручення виробників.

До основних проблем торгового посередництва на Україні можна віднести:

1) Слабка правова база. Регулювання торговельно-посередницької діяльності, складеться з непрямих законів, в основі яких знаходяться: нормативні акти, інструкції, положення, та стратегічні розробки посередників. Для ефективного функціонування торгового посередництва необхідні прямі закони, системні норми права, які сприяли на регулювання всіх відносин які виникають у сфері торгівлі.

2) Вагомою причиною, яке не дає належного розвитку торговельно-посередницькій діяльності, є низький півень організації. Основна проблема полягає в тому що в Україні організаційні форми виглядають як оптимізовані моделі зарубіжних структур, які не вписуються у вітчизняну практику. Структура є спрощеною настільки, що не може працювати на вітчизняному ринку. Це стоється здебільшого бірж, аукціонерів, брокерів, дистриб'юторів, консалтингових фірм. В той же час вона є універсальною. Пояснити це можна двома причинами: перша – це прагнення до максимальної економії коштів; друга – загальна тенденція до універсалізації діяльності посередників.

3) Дуже великою проблемою є некваліфіковані кадри. Торгові посередники здійснюють великомасштабні операції на зовнішньому та внутрішньому ринку які є складні як у фінансовому так і правовому рівні. В Україні на жаль немає спеціалізованих закладів для навчання торгового посередницької діяльності.

4) Проблеми, пов'язані з фінансово-економічним механізмом функціонування торговельних посередників. Механізм торгового посередництва в Україні тільки починає своє формування. Зараз тільки визначаються фінансово-економічні фактори: ціни, стимули, процентні ставки, податки. Але все це є не адаптованим до специфіки діяльності торгового посередника. Це відноситься більше до цін, знижок на угоди для великих об'єктів, ставок. Гарантії зі сторони посередника також не є відрегульовані.

Для належного розвитку торгового-посередництва в Україні необхідно здійснити ланку заходів:

- розвивати різні ланки торговельно-посередницької діяльності за різними функціональними призначеннями, спеціалізацією, розмірами і організаційно-правовими рамками господарювання;
- створювати оптові корпорації шляхом об'єднання діючих підприємств, до складу яких необхідно включити фінансові, інформаційні, наукові інститути;
- займатися удосконаленням торгової інфраструктури, яка передбачає налагодження тісних взаємодій виробників, роздрібною торгівлі та оптової торгівлі;
- удосконалити механізм управління торгово-посередницьких підприємств;
- впровадити сучасні інформаційні системи у торгово-посередницьку діяльність;
- розвивати системи продажу через інтернет;
- підняти рівень обслуговування та понизити ціни на товари та послуги.

Список використаних джерел:

1. Торгівельне посередництво як особливий вид підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг. URL: http://www.rusnauka.com/20_PNR_2010/Economics/70139.doc.htm
2. Липчук В. В. Маркетинг: навч. посібник. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. - Львів: «Магнолія 2006», 2012. – 456 с. URL: http://pidruchniki.com/1060101950026/marketing/poserednitska_diyalnist_rol_klasifikatsiya
3. Бай О. А. Управління закупівельною діяльністю підприємства на основі моделювання його функціонування у відкриті системі. URL: http://ev.nmu.org.ua/docs/2011/1/EV20111_125-131.pdf

Семенова Л.Ю.

кандидат економічних наук, доцент;

Мудрий Я.Г.

магістрант,

Університет митної справи та фінансів

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки один з вирішальних факторів ефективності та конкурентоспроможності підприємства – забезпечення високої якості кадрового потенціалу [2, с. 204]. Виходячи з того, що будь-яке підприємство, установа або організація – це об'єднання людей, які спільно працюють для досягнення загальних цілей, основними системо утворювальними елементами підприємства виступають:

- люди, які створюють організацію, визначають цілі та задачі її існування;
- виробничий потенціал, необхідний для здійснення корисної діяльності в процесі досягнення визначених цілей.

Служба управління персоналом – сукупність підрозділів організації, що виконують функції системи управління персоналом. Розрізняють наступні організаційні форми служби управління персоналом:

- відділ кадрів;
- кадрова служба;
- управління кадрів;
- департамент управління персоналом;
- управління людськими ресурсами;
- кадровий центр і т. д. [9].

Тривалий час саме поняття «управління персоналом» у вітчизняній управлінській практиці було відсутнім, хоча в системі управління кожної організації існувала підсистема управління кадрами та соціального розвитку колективу. Однак роль їх у системі управління персоналом була і залишається поки ще незначною, діяльність їх має здебільшого формальний характер. Основну частину роботи щодо управління персоналом виконують переважно