

Оскільки саме людський фактор є найважливішим у взаємодії людини з засобами виробництва, то не можна недооцінювати важливість організації праці. Досить багато залежить від того, в яких умовах працює людина, це впливає на якість роботи та її продуктивність, тому у продуктивній силі суспільства важливі навіть суб'єктивні фактори, допомагають головній її рушійній силі – людині відчувати себе комфортно.

Отже, продуктивні сили суспільства мають багато складових: засоби праці, сили природи, інфраструктура, проте найголовнішою частиною цього механізму є людина, яка об'єднує всі інші частини, використовує їх у своїй праці та спрямовує на створення благ.

Список використаних джерел:

1. Економічна теорія: продуктивні сили суспільства – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1597012239800/politekonomiya/produktivni_sili_suspilstv
2. Політична економія – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/33/2168.html>
3. Продуктивні сили та виробничі відносини: діалектика розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.ua/vnz/reports/philosophy/13232/>
4. Продуктивні сили суспільства та їх структура. Розвиток продуктивних сил. Продуктивність праці та її показники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.com.ua/1_141727_produktivni-sili.html

Петровська В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Незважаючи на досить тривалу еволюцію наукових уявлень про категорію «ресурси», основним проблемним питанням в теорії пізнання ресурсів є неузгодженість термінологічного апарату і ототожнення суті понять «ресурси», «ресурси економічні» і «фактори виробництва». На наш погляд, чинники виробництва, на відміну від ресурсів, це вже реально використані в процесі виробництва ресурси («працюючі ресурси»). Економічні ресурси – сукупність ресурсів, яким властива обмеженість і цінність, які виступають об'єктом переходу права власності й інших прав та можуть бути використані у бізнес-процесах суб'єкта господарювання для отримання ним економічних вигод.

В економічній теорії ресурси прийнято ділити на чотири групи [1]:

– природні – ресурси, речовини і сили, принципово придатні для застосування у виробництві, які вчені розділяють на «невичерпні» і «вичерпані» (а в останніх – «поновлювані» і «непоновлювані»);

– матеріальні – «рукотворні», тобто створені людиною засоби і предмети виробництва (які, як наслідок, самі є результатом виробництва);

– трудові – населення в працездатному віці, яке в «ресурсному» аспекті найчастіше оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічним, професійно-кваліфікаційним і культурно-освітнім;

– фінансові – грошові кошти, спрямовані на організацію виробництва.

Аналіз економічної літератури показав, що сучасні вчені виділяють в основному наступні види ресурсів (окрім чинників виробництва):

– організаційно-управлінські (способи прийняття управлінських рішень, система реалізації функцій організації тощо);

– інформаційно-комунікаційні (інформаційні потоки в організації, способи передачі інформації, відомості про систему і зовнішнє середовище: чинники, що визначають функціонування бізнесу, обсяги інформації, що переробляється, її достовірність, своєчасність тощо);

– технологічні (технології, застосовувані підприємством для виготовлення і реалізації товарів і послуг).

Проте ці два підходи (мікроекономіки і економічної теорії) не дозволяють говорити про інші, незаперечно існуючі види ресурсів, таких як, наприклад, час, репутація, місце розташування й ін. Зокрема, ділова репутація – це динамічна характеристика поведінки організації, що формується в суспільстві впродовж тривалого періоду часу [3]. Репутація формується на основі інформації про компанію, методи її роботи, реакції на критику, кризу, прозорості здійснення діяльності, дотриманні вимог законодавства, наслідуванні принципів чесності і справедливості в партнерських взаємовідносинах, тобто формується на основі достовірних знань і оцінок. За своєю суттю ділова репутація – це громадська думка про фірму, і вона акумулює в собі і бренд, і імідж, і внутрішнє представлення організації про себе (ідентичність, виражена в місії, цінностях, корпоративній культурі тощо), а при продажу виражається у величині гудвіла. Таким чином, можна зробити висновок, що репутація є одним з найважливіших ресурсів будь-якої компанії, і підприємствам сфери послуг необхідно управляти діловою репутацією разом з іншими ресурсами компанії.

Розглядати ресурси необхідно не просто як набір або суму елементів, а у вигляді інтегрованої сукупності, де усі ресурси взаємопов'язані і взаємозалежні, і склад їх формується з урахуванням специфіки діяльності організації.

Ресурси організацій сфери послуг не обмежуються тільки матеріальними (речовими), а включають і нематеріальні (неречові) ресурси, тому їх склад представляється доцільним доповнити територіальними і репутаційними ресурсами.

При цьому кожна компанія починає діяльність, спираючись на стартовий пакет ресурсів, без яких неможливо організувати бізнес, – це ключові ресурси

(які найчастіше, зважаючи на лімітованість бюджету, обмежуються факторами виробництва – це кадрові, фінансові, матеріальні і технічні ресурси), з часом підприємство поповнює портфель ресурсів, удосконалює структуру, збагачує склад ресурсів іншими їх видами.

Ресурси в кожен період часу знаходяться в тісному взаємозв'язку і, взаємозбагачуючи потенціали один одного, вони забезпечують безперервний розвиток організації, і можна говорити про складноінтегровану сукупність ресурсів, взаємозалежність яких забезпечує синергетичний ефект приросту ефективності.

Таким чином, інтегрована сукупність ресурсів організації сфери послуг, на нашу думку, включає:

- «класичні» ресурси – ключові ресурси – фактори виробництва (кадрові, матеріальні, технічні і фінансові), які є базовими для кожної організації і формуються разом зі створенням компанії;
- ресурси, які виділяють сучасні дослідники (організаційно-управлінські, технологічні, інформаційно-комунікаційні);
- територіальні і репутаційні ресурси, виділені і включені в інтегровану сукупність.

Інтегрована сукупність акумулюється з ресурсів організації, які знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності один від одного, в кожному виді бізнесу вона формується з урахуванням специфіки діяльності підприємства і з урахуванням особливостей поставлених цілей, при цьому загальна продуктивність сукупності вища, ніж у простій суми елементів, за рахунок синергетичного ефекту взаємодії ресурсів інтегрованої сукупності.

Список використаних джерел:

1. Клейман А. В. Классификация ресурсов современного предприятия. Электронный ресурс / А. В. Клейман. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/313/35082.php>
2. Гринько Т. В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Проблеми економіки. – 2015. – № 1. – С. 255–260.
3. Грекова Г. И. Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка / Г. И. Грекова, Т. С. Савина // Вестник Новгород. гос. ун-та. – 2012. – № 69. – С. 50.
4. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.