

УДК 642.5.024.3/5:338.911

А.М.ВОЛОСОВ

Харківська державна академія технологій та організації харчування

ПІДПРИЄМСТВА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА РИНКУ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА

Розглядаються існуючі теоретичні підходи щодо визначення сутності й складових категорій "економічні ресурси" і "фактори виробництва". Аналізуються деякі проблеми функціонування підприємств громадського харчування на ринку факторів виробництва.

Сьогодні беззастережним є той факт, що для створення будь-якого матеріального або нематеріального блага потрібно використати певні умови, джерела, засоби, можливості або їхню сукупність. Наявність або відсутність вищевказаного є визначальною в діяльності людини, а коли говорити про виробництво, то саме відсутність цих понять унеможливує його. Мабуть, тому і виникло фундаментальне поняття економічної теорії – економічні ресурси (від французького *ressource* – допоміжний засіб), яке в цілому трактується як джерела, засоби забезпечення виробництва [1].

Дослідження еволюції цього терміну показує, що під економічними ресурсами здебільшого розуміють усі види ресурсів, які використовуються у виробництві товарів та послуг, тобто такі блага, які потрібні для створення інших благ. Саме тому їх часто називають "виробничими ресурсами", "виробничими факторами", "факторами виробництва", "факторами економічного зростання" [2], "факторами економічного прогресу" [3]. Деякі економічні словники, зокрема [4], тлумачать ресурси як запаси, доходи, грошові та інші засоби, цінності, багатства та їх джерела.

Велика роль економічних ресурсів у житті суспільства обумовила разом з появою економічних вчень сталий інтерес до цієї категорії, до визначення її сутності, видів, місця та ролі у виробництві й суспільно-політичному житті. Тому цілком зрозуміло, що процес наукового пізнання не міг не привести до того, що економічні ресурси і фактори виробництва ототожнюються більшістю як вітчизняних, так і зарубіжних науковців.

Разом з тим Б.А.Райзберг [5] наголошує на тому, що таке ототожнювання є не зовсім коректним і пропонує розглядати ресурси як те, що надходить до економіки, підживлює її, а фактори – те, що задіяно у виробничо-економічних процесах, використовується в них. Така точка зору ґрунтується на системному підході, тобто коли будь-яке явище розглядається як система, що має вхід і вихід. Звідси виникає твердження, що фактори – це параметри, які визначають характер і резуль-

тативність протікання економічних процесів, що зумовлюють кількість і якість вироблюваного економічного продукту. Таким чином [5] підсумовує, що фактори є не стільки виробничими ресурсами, скільки виробничим потенціалом економіки.

Цієї точки зору додержується і В.М.Козирев [6], який стверджує, що ресурси виступають як потенційні фактори, які можуть бути залученими у виробництво, тоді як фактори виробництва – це ресурси, що вже реально залучені у виробництво. Здавалося б, усі сумніви щодо сутності ресурсів і факторів виробництва розвіяні. Але якщо знову звернутися до Б.А.Райзберга [5], то можна побачити в нього іншу, більш "конформістську" позицію щодо ресурсів та факторів, а саме: оскільки виробничі фактори формуються безпосередньо з економічних ресурсів, то в об'єднанні ресурсів і факторів як єдиної економічної категорії немає великого лиха.

Історія тлумачення економічною думкою сутності ресурсів і факторів, їхньої здатності приносити доход починається з А.Сміта, який виділяв працю, землю і капітал. На таку ж позицію згодом стає і Ж.Б.Сей. Коли ж не брати до уваги класові підходи, то до перших двох можна додати К.Маркса. Використання вищезгаданого трактування знайшло багатьох прибічників серед західних і вітчизняних науковців, дехто з них і тепер пропонує застосовувати тільки живу працю, засоби й предмети виробництва [7].

Відомий англійський економіст А.Маршалл запропонував до землі, праці та капіталу додати ще один з факторів – підприємницькі здібності або підприємництво. Така новація початку ХХ ст. увійшла невід'ємною складовою до економічної теорії Заходу, а останнім часом разом з виникненням більш широкого доступу до науково-економічних скарбів світу поширилася і в межах пострадянських держав [8].

Сучасник А.Маршалла, Е.Гуттенберг розподіляв усі фактори виробництва на дві групи – елементарні й диспозитивні. До першої групи він включав засоби виробництва, у тому числі й землю, сировину та матеріали, а також виконавчі трудові ресурси. Друга група складалась виключно із керівників, тобто тієї частини персоналу підприємства, яка приймає рішення щодо організації, планування та контролю [9]. Такий розподіл факторів виробництва є, безперечно, важливим для менеджменту, але з погляду економіки він принижує роль інших факторів в існуванні й розвитку підприємства. Стосовно ж підприємництва (підприємницької активності), то в такому випадку згаданий автор не виділяє його в самостійний фактор, бо він є невід'ємною складовою диспозитивних факторів.

Австрійський економіст К. Менгер, а згодом і А.С. Булатов дійшли висновку, що ще одним не менш важливим фактором є знання [2]. Вони можуть бути як знаннями про найефективніше використання факторів виробництва, ресурсів, так і такими, що необхідні для господарського життя взагалі. Так, В. Дж. Стівенсон поряд із землею, працею та капіталом виділяє як самостійний фактор інформацію [10]. А Л. М. Жижняк вбачає у цьому ресурсі найважливіший чинник прискореного розвитку сучасної економіки та її складових [11].

Автори сучасного російського підручника з економіки підприємства, розподіляючи фактори виробництва на працю, основний та оборотний капітал, виділяють також науково-інформаційний потенціал, який за всіма ознаками можна, на нашу думку, ототожнити з інформацією [12].

Вже раніше цитований Б. А. Райзберг висуває досить цікаву думку про те, що одним з видів економічних ресурсів є час, обґрунтовуючи цю свою позицію тим, що жоден економічний процес не може протікати поза часом [5]. Але його подальший розгляд факторів виробництва показує, що серед запропонованих ним таких чинників, як природний, праця, капітал, підприємницька активність і науково-технічний рівень виробництва вищезгаданому ресурсу "час" місця немає. Можливо, це пов'язано з деякою суперечливістю включення даної категорії до числа факторів виробництва, але така непослідовність думок дещо підриває авторитет цього відомого вченого.

Своє бачення класифікації ресурсів (факторів) виробництва пропонує М. М. Петров, розподіляючи їх на фінансові, трудові, матеріальні фонди та інтелектуальні [13]. На перший погляд тут, начебто, майже нічого нового немає. Адже, як і інші автори, він називає трудові ресурси, а матеріальні фонди в нього складаються з основних і оборотних фондів. Але коли уважніше придивитися до складових двох інших чинників, то можна не погодитись з цим автором. Так, на його думку до фінансових слід залучати не тільки такі джерела ресурсів, як позики, доходи й прибутки, але й видатки та збитки підприємства. Доцільність включення двох останніх понять до складу розглянутого фактора є, на наш погляд, досить сумнівною і неаргументованою. Інтелектуальні ресурси, в свою чергу, пропонується розподіляти на дві групи. До першої – організації входять структури, підрозділи, обов'язки й взаємозв'язки. Друга група об'єднує конструкцію (незрозуміло чого), технологію, креслення, документи, техпроцеси, вимоги інструкцій.

На нашу думку, запропонована класифікація дуже спірна, тому що під однією назвою (інтелектуальні) пропонується використовувати складові інформаційних потоків (конструкції, технології, вимоги ін-

струкцій) і організаційні можливості. Доречніше було б виділити організаційні ресурси в самостійний вид.

Для більш повного уявлення про розмаїтість поглядів на склад факторів виробництва наведемо ще кілька думок. Так, наприклад, А.Томпсон і Дж.Формбі основними типами виробничих ресурсів вважають землю, сировину та матеріали, технологію, працю, капітал та управління (управлінський талант) [14]. Але показуючи, як працює ринок ресурсів, ці автори скорочують кількість видів ресурсів до землі, праці, капіталу та інтелекту. Таке довільне скорочення нічим з їхнього боку не пояснюється і не обґрунтовується.

Найбільш розгорнуту класифікацію виробничих ресурсів торговельного підприємства наводять Н.Ушакова і Л.Лігоненко [15]. Їхня класифікація складається з: технічних, технологічних, кадрових, просторових, інформаційних, фінансових, товарних ресурсів організаційної системи управління. Якщо керуватись системним підходом до вивчення підприємств і враховувати специфіку функціонування галузі, то запропонована система є вдалою і життєздатною. Уявна відсутність в наведеному переліку таких термінів, як земля, капітал, підприємство, управлінський талант, науково-технічний потенціал, інтелект тощо не знижує значення для практичного використання запропонованої класифікації. Навпаки, її автори, як ми вважаємо, свідомо розширили межі традиційно пропонованих ресурсів (земля, праця, капітал, підприємство). Адже технічні, технологічні, просторові та фінансові ресурси можна вважати складовими капіталу. А в кадрових і організаційних ресурсах системи управління втілюється здатність до підприємства, управлінський талант та інші можливості ефективного бізнесу.

Взагалі ж будь-яка більш-менш розгорнута класифікація не уникає деяких уявних або реальних суперечностей, які зрештою розв'язуються за допомогою практики.

Отже, ми дійшли таких висновків. По-перше, ні в західній, ні у вітчизняній економічній літературі немає одностайності щодо тотожності понять "економічні ресурси", "фактори виробництва", "ресурси". По-друге, окремі науковці включають до складу факторів виробництва як різні за кількістю, так і за змістовним навантаженням чинники. По-третє, з подальшим розвитком економічних теорій з'являтимуться нові більш детальні класифікації факторів виробництва, що більшою мірою відповідатимуть вимогам теорії і практики господарювання.

Незважаючи на існування різних теоретичних підходів до визначення суті й кількості факторів виробництва, суб'єкти економічної діяльності взаємодіють на ринках факторів виробництва.

Стосовно підприємств громадського харчування можна виділити такі ринки факторів виробництва: засобів праці, землі, предметів праці, робочої сили, споживчих товарів, інформації, інтелектуальної власності, технології, інвестицій (довгострокових кредитів), грошей (короткострокових кредитів), валюти, цінних паперів, послуг.

Виходячи з того, що ринок здебільшого розглядається як певна сукупність економічних відносин між різними типами фірм, державними установами і домогосподарствами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, відзначимо той факт, що підприємства громадського харчування “змушені” працювати майже на всіх вищезазначених типах ринку.

Галузева та індивідуальна специфіка підприємств харчування робить їх на різних типах ринку, з одного боку, споживачами (покупцями), а з другого – продавцями товарів та послуг. Отримуючи такі фактори виробництва, як основний та оборотний капітал, робочу силу, технологію, “ноу-хау”, інформацію, послуги тощо і перетворюючи їх на кулінарну продукцію та послуги обслуговування, відпочинку, підприємства харчування сприяють остаточному визнанню раніше створеної вартості, підвищенню суспільної корисності товарів та послуг, поліпшенню пропорційності розвитку народного господарства і забезпеченню безперервності суспільного відтворення.

Зрозуміло, що теперішній стан розвитку ринкових відносин в Україні не дозволяє говорити про те, що всі зазначені вище ринки факторів виробництва є розвинутими повною мірою і функціонуючими нормально.

Загальновідомо, що існує багато суб’єктивних і об’єктивних перешкод на шляху створення дійсно розвинутого і розгалуженого ринку факторів виробництва. Через вказані вище особливості галузі (велика кількість малих і середніх підприємств, незначні розміри власного капіталу та ін.) підприємства громадського харчування мають досить низьку інвестиційну привабливість і тому говорити про їхню активну і плідну співпрацю з інститутами фінансового ринку ще передчасно. Як відомо, повна відсутність або незначне зовнішнє фінансування не сприяють створенню конкурентного середовища і покращенню стану економічної системи. Існує ще чимало серйозних проблем функціонування підприємств громадського харчування, які будуть далі досліджуватись нами.

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997.

2. Экономика: Учебник / Под ред. А.С.Булатова. – М.: Юристъ, 2000.

3. Основы экономической теории: Підручник / За ред. С.В.Мочерного. – К.: Академія,

1998.
4. Золотогоров В.Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Мн.: Полымя, 1997.
5. Курс экономики / Под ред. Б.А. Райзберга. – М.: ИНФРА-М, 2000.
6. Козырев В.М. Основы современной экономики. – М.: Финансы и статистика, 2001.
7. Экономика и статистика фирм / Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Финансы и статистика, 1994.
8. Цал-Цалко Ю.С., Холод Б.І. Економіка підприємства. – Житомир: ЖТІ, 2000.
9. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. – М.: Финансы и статистика, 1996.
10. Стивенсон В. Дж. Управление производством. – М.: ЗАО "БИНОМ", 1999.
11. Хижняк Л.М. Перетворення організації в умовах соціально-економічних змін. – Харків: Основа, 1999.
12. Экономика предприятия / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
13. Петров М.Н. Основы экономики и предпринимательства. – СПб: ИД "Герда", 2001.
14. Томпсон А., Формби Дж. Экономика фирмы. – М.: ЗАО "Издательство БИНОМ", 1998.
15. Мазаракі А.А., Ушакова Н.М., Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства. – К.: Хрещатик, 1999.

Отримано 12.10.2001

УДК 37.08

Е.О.СТРИЖАК

Харьковский государственный экономический университет

КОМПЕТЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматривается понятие компетенции организации, обосновывается необходимость управления знаниями путем введения системы непрерывного обучения.

В современных условиях экономической успех компании обеспечивается способностью к быстрой реакции на изменяющиеся условия функционирования. Эта реакция может проявляться двояко: 1) как адаптивная стратегия; 2) как воздействие самой организации на внешнюю среду. И если адаптивная стратегия подразумевает пассивное приспособление к внешней среде на основе использования имеющейся информации и опыта принятия решений по аналогии, то воздействие организации на внешнюю среду – это творческий процесс, строящийся на поиске неординарных идей и таких комбинаций факторов производства, которые способны мобилизовать потенциал организации для решения самых актуальных проблем.

В сложном и постоянно изменяющемся мире выбор организацией соответствующей стратегии во многом зависит как от поставленной цели, так и выбора средств и путей ее реализации. Безусловно, опыт и