

for the further dialogue. Moreover, comparative approach gives us one more hint. The relationship between human and Drac in this film may have some vibes from the history of European and Arabic rivalry in the Middle Ages. We talk about the time, when European knights held wars against Arabian Kingdom. Despite bloody battles, and mutual hatred and total differences in religion, a big cultural exchange happened at this period, and Arabic culture made a big contribution into European philosophy and science. As a result, European statesmen and cultural figures began to respect an Arabic nation for their cultural achievements. So, maybe the creators of “Enemy Mine” added these references, as an additional historically-philosophical layer. And it certainly added a cultural weight of this picture.

The most striking result to emerge from the analysis is that in golden era of space fiction films not only big franchises brought big victories for the genre, but many separate pictures made their individual and fundamental contributions into space fiction. “Enemy Mine” is a perfect example of this thesis. A further study with more focus on separate films from the golden era of space fiction is therefore suggested, for deeper analysis, and describing of the whole importance of this genre.

СЕКЦІЯ:  
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ  
СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Л. Г. Гетьман*

**ВІДМІННОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ  
ВІД РИНКУ ФІЗИЧНОГО ТОВАРУ**

Виникнення товарно-грошових відносин пов'язують в основному з обміном фізичними товарами. Однак послуга теж доволі stare явище і з виникненням обміну також була об'єктом купівлі-продажу, хоча і у відносно невеликому колі споживачів. Наймані воїни, управлінці, лихварі, астрологи та інші пропонували свої послуги в обмін на гроші або інші блага. Тому можна сказати, що ринок послуг — доволі stare явище. Сучасний ринок послуг відділився від колись єдиного ринку товарів і послуг та є окремим різновидом ринку.

Споживання послуги відбувається в момент її продажу і виробництва, при якому застосовуються і фізичні товари, а сама послуга при купівлі-продажу теж стає товаром. І хоча послуга як об'єкт купівлі-продажу має певні ознаки, що відрізняють її від звичайного товару, відповідний ринок функціонує за тими ж принципами, як і будь-який товарний ринок. Це робить розрізнення ринку матеріально-речових товарів та ринку послуг доволі умовним.

При дослідженні практики функціонування ринку послуг можна виявити його певну специфіку та особливості.

По-перше, для ринку послуг характерна висока динамічність ринкових процесів, яка зумовлена тим, що послугу неможна зберігати та складувати. Тому комерційний успіх залежить від швидкості реакції на зміну попиту та від постійного вдосконалення самого об'єкта купівлі-продажу. Слід зазначити, що зміни кон'юнктури тут доволі часті тому, що залежить від таких факторів як сезонність, мода, реклама, настрої та ін.

По-друге, висока диференціація послуг за рівнем якості та за споживчими характеристиками. Це можна пояснити тим, що попит на послуги має персоніфікований характер, тому пропозиція стимулюється індивідуальними уподобаннями клієнтів, змінами їх платоспроможності. Якщо спостерігається загальне підвищення добробуту населення та розвиток і ускладнення матеріального виробництва, то інноваційна діяльність у сфері послуг посилюється.

По-третє, попит на послуги більш сегментований, ніж на фізичний товар. Він суттєво залежить від цін, доходів, стиля життя, традицій та особливо від суб'єктивної оцінки пріоритетності цієї послуги для споживача.

Крім того, ринок послуг більш сегментований територіально та має локальний характер. Це має прояв у тому, що форма та структура наданих послуг визначається певними географічними (територія, клімат, традиції) факторами і тим, що людина, як правило, задовольняє свої потреби в максимально зручному з точки зору розташування місці.

Також на ринку послуг можна спостерігати високу швидкість обігу капіталу, що зумовлено малою тривалістю виробничого циклу.

Важливою ознакою відмінності ринку послуг є наявність нецінових перешкод входу на ринок. Споживач робить свій вибір, опираючись не стільки на ціну, скільки на нецінові фактори, а саме на унікальність послуги, якість обслуговування, застосування певних технологій та навіть настроїв, що формується у процесі споживання.

Для ринку послуг також характерним є більшість малих і середніх форм підприємництва, оскільки саме вони більш гнучкі й швидко реагують на зміну ринкової кон'юнктури, настроїв та побажань потенційних споживачів.

Отже, можна стверджувати, що, хоча відмінність ринку послуг від ринку фізичного товару, на перший погляд, доволі умовна, є певні специфічні ознаки, які чітко відображають його особливість.

*О. С. Белякова, Г. В. Пущинка*

## **DIGITAL-ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

За думкою вчених, важливою умовою для успішного ведення бізнесу є поєднання HR-стратегії з цифровими технологіями. За умови, що підприємство залишатиметься успішним у сучасних умовах, HR-працівникам необхідно буде співпрацювати з IT-підрозділами та ретельно обирати постачальників програмного забезпечення. Виходячи з цього, цифрова реальність виникає з необхідності створювати нові умови щодо адаптації та розвитку кандидатів на вакантні посади. За допомогою перспективних інструментів є змога знаходити та інтегрувати кадри високої кваліфікації, що вважаємо допоміжним механізмом в усуненні застарілих процедур найму.

Пропонуємо розглянути сучасні засоби та методи управління персоналом. За функціональними можливостями вони поділяються на чотири групи:

Програми для відділу кадрів: облік заробітної платні, робочого часу та особистих речей.

Наприклад, «1С: Зарплата та Управління персоналом» призначена для комплексного кадрового обліку та нарахування заробітної платні. Програмне забезпечення розраховано для бухгалтерії.