

Лавренев Н. К.

Криворожский национальный университет

СУТЬ ПОНЯТИЯ «КОММУНИКАТИВНЫЙ ИМИДЖ» В КОНТЕКСТЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Статья посвящена выяснению сущности и обоснованию целесообразности применения понятий «имидж» и «коммуникативный имидж» в деятельности современных предприятий и организаций с учетом специфики и сферы их деятельности. В статье проанализированы научные взгляды зарубежных и отечественных ученых по определению сущности понятий имидж, имидж предприятия, коммуникативный имидж. С учетом различных точек зрения ученых по исследуемому вопросу в статье предложено авторское определение понятия «коммуникативный имидж предприятия (организации)».

Ключевые слова: имидж, предприятие, организация, имидж предприятия, корпоративный имидж, коммуникативный имидж.

Lavrenev N.K.

Kryvyi Rih National University

THE DEFINITION OF THE “COMMUNICATIVE IMAGE” TERM IN CONTEXTS OF MODERN COMPANY ACTIVITIES

Summary

The article intends to clarify the subject and to provide the grounding for proper usage of the terms of “image” and “communicative image” in the modern companies and organizations considering their specifics and fields of their activities. The article reviews the academic views of foreign and indigenous scientists regarding the definition of the following terms: image, company’s image, communicative image. Considering different points of view of the scientists on the subject of research, the author’s definition of the term of “communicative image of the company (organization)” was given in the article.

Keywords: image, enterprise, organization, company image, corporate image, communicative image.

УДК 338.242

Майборода Ю. В.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОТРАНСПОРТУ

Досліджено теоретичні підходи до визначення організаційно-економічного механізму активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту. Запропоновано в основу OEM покласти визначення достатнього рівня підприємницької активності. Розроблено OEM активізації підприємницької діяльності, який включає блок попередньої оцінки, блок розробки заходів з активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту, блок реалізації заходів.

Ключові слова: підприємницька діяльність, організаційно-економічний механізм, активізація підприємницької діяльності.

Постановка проблеми. Кризова ситуація у підприємницькому середовищі в Україні підсилюється зростанням дезорієнтованості органів державної влади і місцевого самоврядування, що зумовлюється політичною, соціальною й економічною нестабільністю у країні. Негативна реакція в поведінці підприємців у такому разі обмежується не тільки фінансовим сектором, але і поширюється на виробничі галузі. OEM активізації підприємницької діяльності формується на різних рівнях – рівні держави, регіону галузі, підприємства. У дослідженнях підприємницької діяльності недостатньо уваги приділяється формуванню комплексного OEM її активізації, у якому б поєднувалися форми, методи і засоби впливу на усіх рівнях. Отже, питання розробки теоретичних і методичних підходів до формування комплексного OEM активізації підприємницької діяльності на автотранспорті, визначення його складових і напрямів їх удосконалення є актуальними і потребують подальшої розробки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ролі й значення підприємництва перебу-

вали у центрі уваги протягом усього часу розвитку економічної науки. Значного розвитку отримали питання державного регулювання підприємництва [1; 2; 3], формування ефективних умов розвитку підприємництва у регіонах [4; 5; 6], створення сприятливих умов розвитку середнього і малого підприємництва [7; 8; 9].

Таким чином, аналіз наукових студій, присвячених підприємницькій діяльності, виявив, що, незважаючи на їх значну кількість, комплексного дослідження, яке розглядало б питання формування дієвого OEM активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту, на сьогодні немає. При визначенні OEM активізації підприємницької діяльності здебільшого розглядаються механізми її розвитку на конкретних рівнях (держави, регіону, підприємства). Саме тому постає питання про необхідність розробки теоретичних і методичних підходів до формування комплексного OEM активізації підприємницької діяльності на автотранспорті, визначення його складових і напрямів їх удосконалення.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Огляд наукових робіт показав, що серед значної кількості наукових праць, що присвячені питанням підприємництва, досліджень, які б розглядали становлення і розвиток підприємництва на транспорті й, зокрема, на автомобільному транспорті, дуже мало, а тих, що розглядали б питання формування дієвого OEM активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту, взагалі немає.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обґрунтування теоретичних і практичних підходів до розробки і впровадження OEM активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту.

Виклад основного матеріалу. Механізм господарювання, відповідно до розробок дослідників теорій гри стосовно економічних процесів, є набором певних правил і засобів взаємодії, діючи в межах яких кожен гравець, реалізуючи свої власні егоїстичні інтереси, досягає свідомого очікуваного результату [10, с. 23].

Якщо розглядати економічний механізм лише в ринковій системі господарювання з урахуванням поглядів на нього як на взаємопов'язані потоки інформації на ринку, то можна стверджувати, що він включає дві підсистеми: саморегульовану та регульовану. Саморегульована підсистема виступає економічною складовою, яка базується на певній «свободі» в поведінці й спрямована на реалізацію особистих економічних інтересів товаровиробників. Регульована підсистема є регулятором «свободи» й виступає організаційною складовою, використовуючи такі регулятори, як антимонопольні заходи, кредитні, фінансові регулятори, квотування, програми розвитку тощо [11, с. 6-7].

Безпосередньо організаційно-економічний механізм найчастіше визначають як сукупність методів і важелів організаційного, економічного та правового впливу на соціально-економічні процеси [12, с. 39].

Теоретичні підходи до визначення і формування OEM активізації підприємницької діяльності дозволяють виділити декілька його основних рис на рівні підприємства:

1. Основними складовими OEM виступають економічна й організаційна складова.

2. OEM виступає як поєднання форм і методів впливу на підприємницьку активність і її стимулювання.

3. На рівні підприємства OEM урахує внутрішні можливості підприємства.

4. OEM базується на взаємному обміні інформацією із зовнішнім середовищем, що вносить корективи у функціонування OEM.

5. Комплексний підхід до формування OEM активізації підприємницької діяльності на рівні підприємства полягає у поєднанні засобів державного управління, активізації підприємницької діяльності на місцевому рівні з потенційними можливостями прояву підприємницької активності на рівні підприємства.

У загальному вигляді схема OEM активізації підприємницької діяльності на рівні підприємства поєднує всі три рівні: держави, регіону, підприємства (рис. 1).

На рівні підприємства OEM активізації підприємницької діяльності включає: 1) організаційну складову, яка формується організаційною структурою підприємства, структурою управління, функціями та методами управління; 2) економічну складову, яка включає планування та прогнозування, резерви розвитку підприємства, зокрема підприємницької активності, систему матеріального стимулювання підприємця та праці виробників, економічний і фінансовий аналіз діяльності, оцінку рівня підприємницької активності та впливу зовнішніх чинників на її прояв [13, с. 9-10].

OEM активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту повинен забезпечувати не тільки можливість надання автотранспортних послуг і розширення їх обсягів, сприяти збільшенню прибутку підприємства, але й спрямовуватися на задоволення суспільних потреб. Можливість реалізації завдань активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту залежить від рівня їх забезпечення і використання ними ресурсів, рівня спеціалізації, фінансового стану, інноваційної й інвестиційної активності тощо.

Таким чином, комплекс форм і методів, що використовуються для активізації підприємницької діяльності, повинен базуватися на наявному рівні підприємницької активності й на пряму залежать від нього. Визначення і методика оцінки підприємницької активності розглянуто автором у роботі [14]. У запропонованому OEM активізації підприємницької діяльності рівень підприємницької активності, методика оцінки якого розроблена автором, диференційовано на існуючий рівень підприємницької активності та бажаний (або запланований) рівень підприємницької активності.

Оцінка існуючого рівня підприємницької активності є:

- характеристикою діяльності автотранспортного підприємства за певний період;
- основою для вибору завдань активізації підприємницької діяльності;
- основою для вибору комплексу заходів з активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту.

Оцінка бажаного (або запланованого) рівня підприємницької активності підприємства автотранспорту виступає як:

- визначення мети і завдань активізації підприємницької активності;
- складова вибору стратегії розвитку підприємства, а також

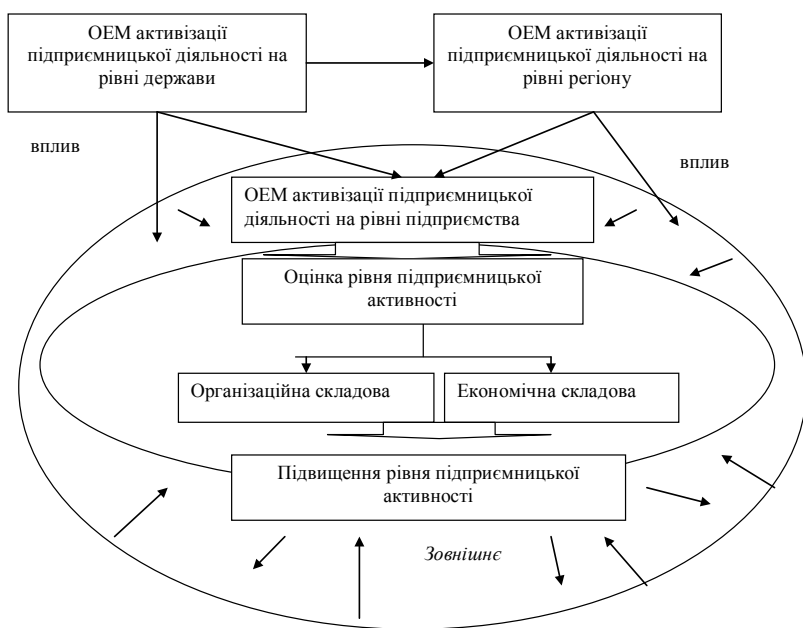


Рис. 1. Загальна схема OEM активізації підприємницької діяльності підприємства

основа при формуванні кадрової, інноваційної, інвестиційної та інших програм підприємства.

Упровадження оцінки рівня підприємницької активності в OEM активізації підприємницької діяльності включає етап попередньої оцінки рівня підприємницької активності, на якому проводиться діагностика фінансово-економічної діяльності автотранспортного підприємства, визначення рівня й оцінка впливу зовнішніх факторів на підприємницьку діяльність, визначення існуючого рівня підприємницької активності підприємства. Результати, що отримано на етапі попередньої оцінки, є основою для визначення цілей, напрямів і завдань активізації підприємницької діяльності, а також виявлення необхідних ресурсів і ступеня їх використання для розвитку підприємницької діяльності (рис. 2).

На другому етапі проводиться вибір заходів з активізації підприємницької діяльності залежно від існуючого рівня та визначених цілей і завдань. На цьому етапі визначають заходи за кожною із компонент залежно від рівня активності за кожною з них. Підкреслимо, що мова йде саме про комплекс заходів, коли, незважаючи на акцент на певній компоненті підприємницької активності, їх реалізація відбувається у сукупності, що сприяє отриманню синергетичних ефектів. Залежно від комплексу заходів на цьому етапі необхідно спрогнозувати очікуваний рівень підприємницької активності, на основі якого розробляються стратегічні й оперативні плани діяльності підприємства.

Отже, запропонований OEM активізації підприємницької діяльності включає три основних блоки форм, методів і заходів:

1. Блок попередньої оцінки, який передбачає діагностику фінансово-економічного стану АТП, оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на підприємницьку активність і визначення існуючого рівня підприємницької активності. На основі отриманих результатів визначаються цілі, завдання і наявні ресурси для активізації підприємницької діяльності.

2. Блок розробки заходів з активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту, який включає розробку комплексу заходів, прогнозування й оцінку рівня підприємницької активності після впровадження заходів, розробку стратегічних планів і програм розвитку підприємства з урахуванням бажаного рівня підприємницької активності, що забезпечує стабільні позиції на ринку

автотранспортних послуг та оперативне планування заходів з активізації підприємницької діяльності.

3. Блок реалізації заходів, який передбачає організацію й управління заходами з активізації підприємницької діяльності, вибудову системи мотивування і стимулювання підприємницької активності, контроль як за виконанням заходів, так і ступенем досягнення цілей і виконання завдань. Також необхідно здійснювати контроль за ефективністю заходів і за необхідності вносити корективи. Контроль передбачає, що у разі необхідності вносяться зміни в цілі, завдання і проводиться повторне визначення наявних ресурсів і можливостей залучення додаткових ресурсів для активізації підприємницької діяльності.

Обов'язковим для дієвого OEM активізації підприємницької діяльності підприємств автотран-

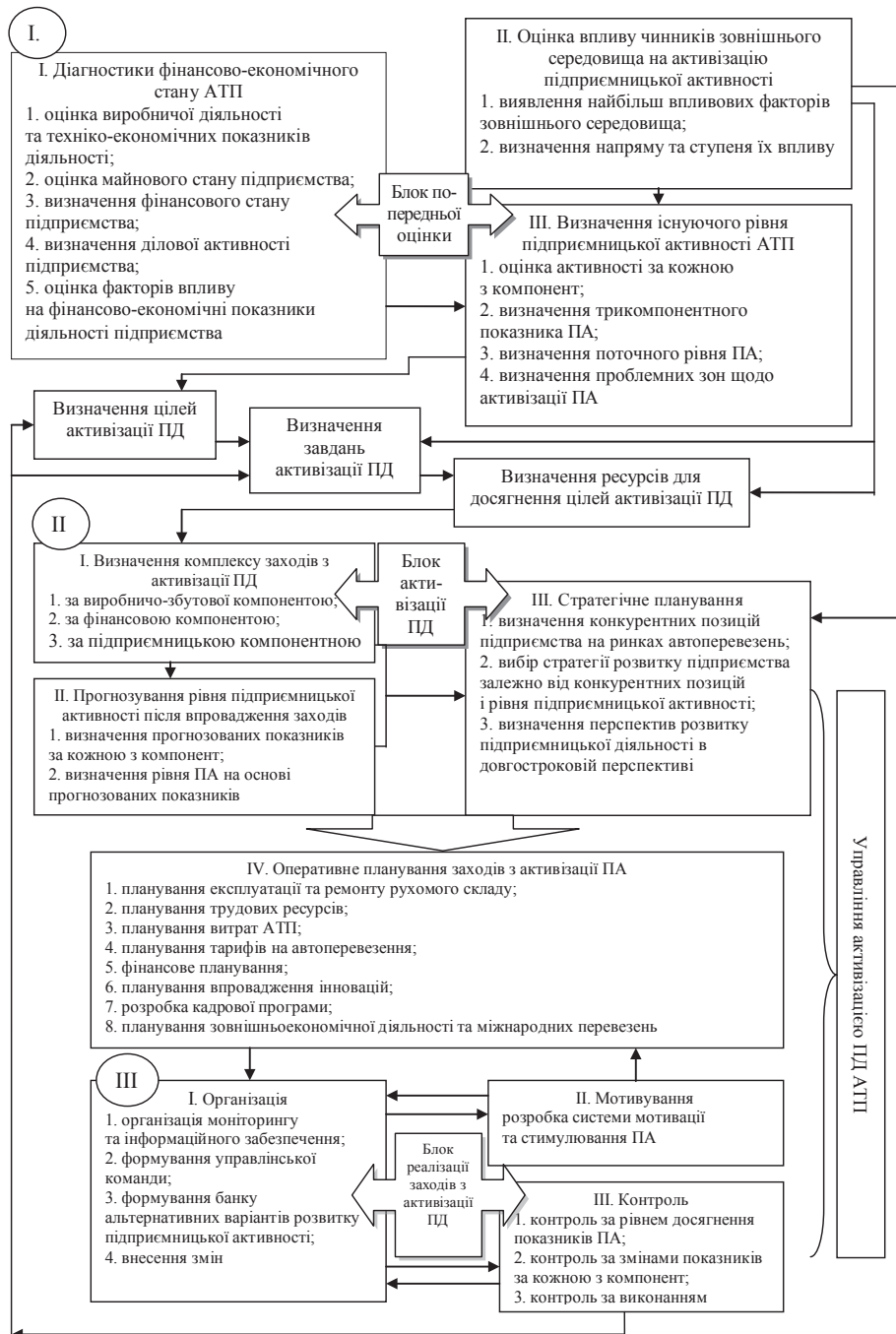


Рис. 2. Формування організаційно-економічного механізму активізації підприємницької діяльності підприємств автотранспорту на основі визначеного рівня підприємницької активності (розроблено автором)

спорту є постійне відстеження й оцінка впливу чинників зовнішнього середовища і внесення коректив у разі змін у них або посилення впливу. Зокрема, необхідно уважно відстежувати й оцінювати вплив заходів регулювання підприємницької діяльності на рівні держави та регіонів, які можуть суттєво змінювати умови реалізації підприємницької діяльності, що наочно продемонстрував прийнятий у 2015 р. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 2 березня 2015 р.

Аналізуючи наявні розробки з підвищення результативності як безпосередньої діяльності автотранспортних підприємств, так і окремих її складових, зазначимо, що пропонувані напрями і науково-практичні підходи передбачають розгалужений комплекс заходів, серед яких удосконалення планування діяльності, розробка бізнес-моделей підприємств автотранспорту, удосконалення і розробка заходів із мотивування й стимулювання персоналу АТП, підвищення їхньої конкурентоспроможності, поліпшення якості послуг, забезпечення комплексного розвитку й економічної безпеки підприємств автотранспорту.

Підприємства, які мають високий рівень підприємницької активності, основною метою, окрім загально визначеної цілі підприємницької діяльності – отримання і зростання прибутків, мають підвищення конкурентоспроможності, збереження лідерських позицій і розширення своєї діяльності шляхом виходу на нові ринки автотранспортних послуг. Для цього, окрім зазначених заходів, підприємствам автотранспорту, рівень підприємницької активності яких характеризується як високий, рекомендовані заходи, що пропонуються для підприємств із достатнім рівнем підприємницької активності.

Для підприємств, рівень підприємницької активності яких визначено як достатній, заходи з активізації виконують насамперед два основних завдання:

1) підвищення рівня активності й подолання кризових явищ за тією компонентою, інтегральний показник за якою характеризує активність як низьку;

2) використання можливостей активізації підприємницької діяльності за компонентами, рівень активності за якими визначено як достатній або високий.

На підприємствах, рівень яких визначено як достатній, вирішення зазначених завдань повинно відбуватися комплексно. Основною метою активізації підприємницької діяльності для таких підприємств є закріплення своїх позицій на наявних ринках автотранспортних послуг, утримання й завоювання нових конкурентних позицій на них.

Засоби з активізації підприємницької діяльності при достатньому рівні підприємницької активності спрямовуються на скорочення необґрунтованих витрат ресурсів і часу при здійсненні автоперевезень, упровадження науково обґрунтованих методів планування й організації автоперевезень, модернізації й оновлення рухомого складу, підвищення якості послуг і безпеки автоперевезень.

На підприємствах, що мають низький рівень підприємницької активності, досить часто труднощі, які виникають у виробничій і фінансовій сферах, стримують розвиток підприємницької діяльності, оскільки додаткові витрати на впровадження нових технологій, автоматизацію організації й планування перевезень, оновлення рухомого складу для таких підприємств майже не можливі. Запропоновані заходи за підприємницькою компонентою передбачають підвищення безпеки автоперевезень, рівня кваліфікації персоналу й підготовки водіїв. Важливим заходом на підприємствах із низьким рівнем підприємницької активності є контроль за дотриманням ліцензійних умов.

Висновки. Отже, підприємства автотранспорту, маючи різні рівні підприємницької активності, вирішують різні завдання з активізації підприємницької діяльності. Якщо заходи, передбачені у формуванні організаційно-економічного механізму активізації підприємницької діяльності, що запропоновано для підприємств із високим і достатнім рівнем підприємницької активності, повинні сприяти розширенню ринків збуту, підвищенню якості послуг і безпеки автоперевезень, зміцненню й підвищенню конкурентних позицій, то підприємства з низьким рівнем насамперед вирішують питання технічної і технологічної реструктуризації та стабілізації фінансового становища.

Список літератури:

1. Бережний Я.В. Щодо стимулювання розвитку підприємництва шляхом удосконалення механізму державних закупівель [Електронний ресурс] : аналіт. записка / Я.В. Бережний. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1287/>.
2. Коротенко Н.П. Порівняльна характеристика державного регулювання підприємництва в Україні та країнах ЄС / Н.П. Коротенко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 2(56). – С. 4-13.
3. Шегда А. Стратегія розвитку підприємництва в умовах перехідної економіки України / А. Шегда, Т. Божидарнік // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 5. – С. 102-105.
4. Стасюк О.М. Державне регулювання розвитку малого бізнесу в галузі транспорту України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Стасюк Ольга Миколаївна ; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. – Київ, 2011. – 23 с.
5. Кесарчук Г.С. Активізація підприємницького потенціалу регіону в умовах економічної нестабільності / Г.С. Кесарчук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – Львів : НЛУУ, 2011. – Вип. 21.1. – С. 221-226.
6. Бутенко А.І. Рівень потенціалу малого підприємництва в Одеському регіоні та напрями активізації його використання : монографія / Бутенко А.І., Сараєва І.М., Носова Н.І. – Одеса : Інтерпрінт, 2013. – 112 с.
7. Дрига С.Г. Сучасні тенденції розвитку малого бізнесу в країнах Європейського Союзу [Електронний ресурс] / С.Г. Дрига // Ефективна економіка : електронний журнал. – 2009. – № 4. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>, вільний. – Назва з екрана.
8. Мищенко В. Концепція державної підтримки малого і середнього бізнесу і показателі оцінки його функціонування / В. Мищенко, Фанг Мочинь // Бізнес Інформ. – 2004. – № 9-10. – С. 43-48.
9. Селезень С.В. Економіко-правові механізми розвитку малого підприємництва в Україні / С.В. Селезень, Л.М. Яворська // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – Харків : Право, 2013. – № 2(13). – С. 134-141. – (Серія «Економічна теорія та право»).
10. Николаенко С.И. Теория экономических механизмов / С.И. Николаенко. – М. : ИНТУИТ.РУ : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 207 с.
11. Андрусик І.І. Активізація діяльності підприємств харчової промисловості шляхом удосконалення механізму регулювання : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка і управління підприємствами (харчова промисловість) / Андрусик Ірина Ігорівна ; Нац. ун-т харчов. технол. – Київ, 2008. – 24 с.
12. Козаев И.С. Организационно-экономический механизм развития регионального скотоводства: теория, методология и практика : монография / И.С. Козаев, В.И. Дементьев / Мичурин. гос. аграр. ун-т. – Мичуринск-научоград (РФ) : МГАУ, 2007. – 336 с.

13. Цахилова В.Ф. Развитие организационно-экономического механизма хозяйствования промышленных предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 – экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность) / Цахилова Виктория Феликсовна : Моск. гуманитар. ун-т. – М., 2010. – 25 с.
14. Майборода Ю.В. Оцінка рівня підприємницької активності підприємств автотранспорту [Електронний ресурс] / Ю.В. Майборода // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип. 6, 2015. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua>.

Майборода Ю. В.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА АКТИВИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОТРАНСПОРТА

Резюме

Исследованы теоретические подходы к определению организационно-экономического механизма активизации предпринимательской деятельности предприятий автотранспорта. Предложено в основу ОЭМ положить определение достаточного уровня предпринимательской активности. Разработан ОЭМ активизации предпринимательской деятельности, который включает блок предварительной оценки, блок разработки мероприятий по активизации предпринимательской деятельности предприятий автотранспорта, блок реализации мероприятий.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, организационно-экономический механизм, активизация предпринимательской деятельности.

Maiboroda Yu. V.

Kharkiv National Automobile and Highway University

FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF AUTOMOBILE ENTERPRISES BUSINESS ACTIVITY INTENSIFICATION

Summary

The article is devoted to theoretical approaches to the definition and formation of organizational and economic mechanism for enhancing business activity. In the article it is suggested the organizational and economic mechanism of activation of business activity, in which the level of business activity is separated into existing and desired (or planning) level of activity. The organizational is worked out and economic mechanism of activation of entrepreneurial activity, that includes the block of preliminary estimation, block of development of measures for activations of entrepreneurial activity of enterprises of motor transport, block of realization of measures.

Keywords: entrepreneurship, organizational and economic mechanism, business activity intensification.

УДК 658.15.012.8

Малик О. В.

Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЯК СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано наукові підходи до сутності понять «ризик», «небезпека» та «загроза». Представлено власне бачення сутності та зв'язку даних фінансових категорій. Здійснено класифікацію ризиків, як основного чинника негативного впливу на фінансову безпеку підприємства.

Ключові слова: ризик, небезпека, загроза, фінансова безпека, механізм.

Постановка проблеми. За сучасних умов забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання набуває особливої актуальності. Ринкова економіка, жорстка конкуренція, інтеграційні процеси, складна політична та економічна ситуація в країні є джерелами виникнення ризиків, загроз та небезпек. Адекватне вирішення проблем забезпечення фінансової безпеки підприємств прямо залежить від правильного розуміння основного категоріального апарату, що застосовується при здійсненні такої діяльності. Терміни «ризик», «небезпека» та «загроза» потребують першочергового уточнення їхнього змісту. Окрім того, вони є взаємозалежними, через що розкриття сутності одного терміну неможливе без розуміння сутності інших.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категоріальний апарат фінансової безпеки розглядали у своїх працях чимало науковців, зокрема О.І. Барановський, В.Т. Білоус, Т.Г. Васильців, М.І. Зубок, Є.П. Каргузов, М.І. Корольов, Ж.С. Костюк, М.В. Куркін, С.М. Лаптев, І.П. Мігус, Д.В. Назаренко, Н.Р. Нижник, Е.А. Олейников, Н.Н. Пойда-Носик, В.Д. Понікаров, Є.М. Рудніченко, Т.В. Семенютіна, Г.П. Ситник, С.М. Яременко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогоднішній день більшість понять, що стосуються забезпечення фінансової безпеки підприємства, не мають однозначного визначення. В опублікованих працях спостерігається нечіткість у формулюванні, отождоження ризику