

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.356.7:330.101.542

СКЛАД ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ АДЕКВАТНИЙ ГНУЧКОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Тархов П.В., Ілляшенко К.В., Гончарова Н.О., Славкова О.П.

У статті визначено склад виробничої функції адекватний гнучкому розвитку підприємства, обґрунтовано присутність фінансового капіталу у виробничій функції як бази оперативного бюджету та відповідно менеджменту операційної діяльності і гнучких виробництв (підприємств).

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Трансформація підприємницької діяльності потребує не тільки певних управлінських рішень, але і уточнень теоретичних підстав розбудови ринкових економічних відносин.

Наприклад, навіть в закордонних публікаціях в складі функції є абстрактна праця, а не людський капітал, що передбачає і амортизацію і адекватну мотивацію, в тому числі і матеріальну. З іншого боку при розгляді менеджменту операційної діяльності підприємств майже відсутній аналіз оперативного реагування на суттєві недоліки реального стану підприємств та аналіз факторів цих недоліків [1].

Віддзеркаленням цього етапу розвитку є перехід до гнучкого виробництва (підприємства для яких таке виробництво є його суттєвою характеристикою) тому в подальшому ми його визначаємо як гнучке підприємство.

Формулювання цілей статті. Мета нашої роботи: обґрунтування присутності фінансового капіталу у виробничій функції як бази оперативного бюджету та відповідно менеджменту операційної діяльності і гнучких виробництв (підприємств).

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відмічається у західних наукових джерелах, «гнучка фірма» може розглядатися як концепція, що базується на різноманітних методах організації, які дозволяють роботодавцю досягнути необхідного рівня гнучкості систем зайнятості на підприємстві. Взагалі організаційна гнучкість може бути досягнута шляхом трьох стратегій гнучкого використання праці. Якщо ми звернемося до методики Аткінсона [1984] [2], організаційна гнучкість поліпшується через функціональну, кількісну гнучкість або шляхом їх поєднання.

Інший вагомий напрямок дослідження організаційної гнучкості аналізує пошук різноманітних форм гнучкості роботодавцями шляхом екстерналізації і економії витрат. Даний напрямок характеризується різними визначеннями однакових форм організації залучення персоналу: гнучке регулювання персоналу, організація праці відповідно до конвертних умов.

Функціональна гнучкість – цей термін стосується скасування традиційних професійних обмежень виробників, які мають місце між інженерами, інженерно-технічними працівниками і робітниками. Розвиток подвійних або навіть різноманітних навичок роботи з електронним та механічним обладнанням – мета оперативної гнучкості. У свою чергу, робітники можуть залучатися до завдань, опосередковано пов'язаних з їх предметом праці: до контролю якості продукції, прибирання робочої території, заходів підтримки стану виробничих об'єктів. Для робітника функціональна гнучкість підви-

щує інтенсифікацію праці робітника і зменшує контроль. З функціональною гнучкістю пов'язують і більш широкую спеціалізацію робітників, скасування демаркації спеціальностей.

Кількісна гнучкість (часто також використовується термін «гнучкість часу») дозволяє фірмі швидко коригувати обсяг виробництва відповідно до попиту за допомогою зміни робочого часу працівників або залученням сумісників до виконання певного обсягу робіт. Традиційно понаднормова праця використовувалася для задоволення зростаючого попиту але для відповідного і адекватного стимулювання якісної праці потрібно мати фінансові резерви.

Іншою формою кількісної гнучкості є річний розпис графіка робочого часу працівників за основним місцем роботи відповідно до попиту на основну продукцію підприємства.

Характерною ознакою гнучкості підприємства є адекватність менеджменту усіх видів ресурсів та створення оперативних резервів. З іншого боку першочерговим резервом є гроші без яких рух інших факторів виробництва неможливий. Але ми стикаємося з відсутністю такого фактору у складі виробничої функції, навіть і в економічній літературі [3,4,5,6], хоч в деяких джерелах та нормативних документах є згадки про грошові кошти та їх резерви у складі реального капіталу та оперативних бюджетів [7,8,9]. Реалізація цих положень ускладнюється наявними уявленнями з економічної теорії та практики.

Головним напрямком досягнення гнучкості підприємства є економія інтернальних та екстернальних витрат (рис.1).

Витрати складаються з видатків по відповідним напрямкам або функціям і затрат (рос. издержек).

Повні витрати будь якого виробництва (підприємства) можуть бути записані таким чином:

$$Z = P(q) + S(q) + E(q) + R_g + R_k + R_L + M, \quad (3.1)$$

де Z – повні витрати АПК, грн.;

q – обсяг виробництва продукції в натуральному виразі;

$P(q)$ – витрати технології виробництва й менеджменту в АПК, грн.;

$S(q)$ – соціальні витрати АПК або збитки, грн.;

$E(q)$ – екологічні витрати АПК або збитки, грн.;

R_g – витрати функціонування ринку продукції АПК, грн.;

R_k – витрати функціонування ринку капіталу, грн.;

L – витрати функціонування ринку праці, грн.;

M – витрати моніторингу зовнішніх ефектів й фінансово-економічного стану виробництва в АПК, грн.

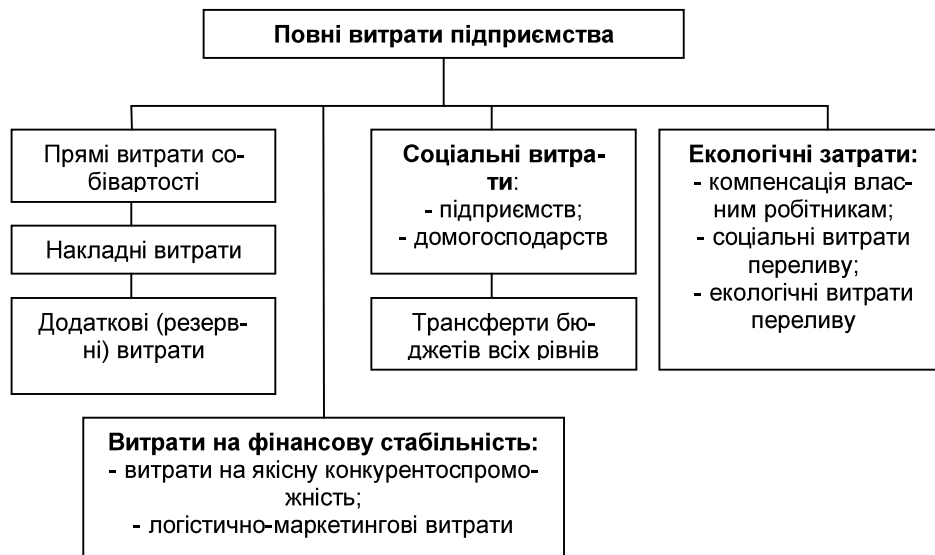


Рис. 1 Склад повних витрат гнучкого підприємства АПК

Якщо кожний з факторів виробництва, має питому «ціну» екологічного збитку e_i , й соціального збитку s_i , тоді функція повних витрат (з урахуванням збитку), прийме вид:

$$\sum p_i x_i + \sum e_i x_i + \sum s_i x_i \rightarrow \min, \quad (3.2)$$

де e_i – грошовий вираз екологічного збитку в АПК, що спричинений i -м виробничим фактором, грн.; s_i – грошовий вираз соціального збитку в АПК, що спричинений i -м виробничим фактором, грн.

Розв'язок задачі, дає суспільно оптимальний план попиту на фактори виробництва:

$$x_i^* = x_i^*(\mathbf{p}, \mathbf{e}, \mathbf{s}, \bar{Y}), \quad (3.3)$$

де x_i^* – оптимальна кількість факторів виробництва в АПК.

Оптимальний план повних витрат (ОППВ) АПК:

$$\begin{aligned} \text{ОППВ} = & x_1^*(\mathbf{p}, \mathbf{e}, \mathbf{s}, \bar{Y})(p_1 + e_1 + s_1) + \\ & + x_2^*(\mathbf{p}, \mathbf{e}, \mathbf{s}, \bar{Y})(p_2 + e_2 + s_2) + \\ & + \dots x_n^*(\mathbf{p}, \mathbf{e}, \mathbf{s}, \bar{Y})(p_n + e_n + s_n); \end{aligned} \quad (3.4)$$

Для компенсації витрат усіх складових матеріального багатства необхідно включати їх у виробничу функцію, що дозволить включити їх в механізм амортизації капіталу.

$$Q = F(L_{1\dots n}, M_{1\dots m}, K_{1\dots i}, N_{1\dots k}, H_{1\dots q}, F_{1\dots p}, C_{1\dots l}) \quad (3.5)$$

де Q – виробнича функція, значення якої треба оптимізувати;

$L_{1\dots n}$ – набір трудових ресурсів (від простого комірника до вищих менеджерів);

$M_{1\dots m}$ – набір матеріальних факторів;

$K_{1\dots i}$ – набір капітальних послуг;

$N_{1\dots k}$ – набір природних (ресурсних) факторів;

$H_{1\dots q}$ – набір факторів якості життя (здоров'я);

n, m, i, k, q – скінченні величини, тому що в нас є набори благ і послуг. Набір факторів виробництва не повинен мінятися довільно в сторону зменшення, додатково слід враховувати рівень розвитку інститутів (l);

$F_{1\dots p}$ – набір фінансових джерел для поточного фінансування;

$C_{1\dots l}$ – набір економічних свобод (підприємництва).

Потрібно враховувати також специфіку державного розвитку.

$$Q = F_i(L, M, K, N, H, F, C) \quad (3.6)$$

Тут i – поправка на розвиток економічно-правових інститутів, властивих саме даному суспільству. Наприклад, це заборона або дозвіл на деякі сторони та види діяльності, як виробництва, так і усього суспільства, матеріальною основою якого це виробництво виступає в епоху нестабільного (колокризисового) розвитку. Але загальновідомі (поширені) функції не передбачають у своєму складі фінансового капіталу як такого, тобто відокремлення грошових потоків оперативного бюджету від інвестиційного (стратегічного).

Віддзеркаленням цього етапу є перехід до гнучкого виробництва (підприємства), яке є принципово нестабільним і тому потребує присутності усіх видів ресурсів. Першочерговим резервом для цього є гроші без яких рух інших факторів виробництва неможливий. Але такий фактор (резерв) відсутній у складі виробничої функції навіть і в зарубіжній економічній літературі [3,4,5,6], хоч в деяких сучасних нормативних актах резервування грошових коштів передбачено, реалізація цих положень ускладнюється наявними уявленнями економічної теорії та практикою. Адекватна виробнича функція гнучкого виробництва (підприємств), з нашого погляду має вигляд:

$$Q = F(HC + RC + NC + FC + BC) K_{i,m} * K_{i,d} * K_{i,l} \quad (3.7)$$

Де HC – людський капітал;

RC – фізичний капітал;

NC – природний капітал (земля);

FC – фінансовий оперативний капітал;

BC – бізнесовий капітал (підприємницька здібність);

$K_{i,m}$ – показник логістичної мобільності;

$K_{i,d}^*$ – показник інституціонального розвитку (економічної свободи);

$K_{i,l}^*$ – показник технологічного рівня.

* поправочні коефіцієнти беруть з міжнародних офіційних рейтингів з поправкою на власні експертні оцінки.

Аналіз складових виробничої функції для їх оперативного менеджменту складається із перманентного планування та бюджетування всіх витрат по кожному фактору і компенсацію будь-яких щоденних (тижневих) відхилень.

1) Аналіз людського капіталу враховує усі сторони існуючого колективного благополуччя персоналу включаючи філогенетичну адекватність, тобто нормальний, а не обтяжливий розвиток (фізичний, психологічний, включаючи і когнітивний розвиток (інтелект), а також адекватність стимуляції трудових зусиль, що включають вигорання з причин матеріального та психологічного неблагополуччя.

2) Аналіз реального або фізичного капіталу (матеріального уособлення минулих витрат) передбачає фактичну амортизацію усіх видів та рівень технічного обслуговування для нормальної життєдіяльності персоналу.

3) Аналіз природного капіталу передбачає постійне підвищення економічності використання усіх видів ресурсів та охорону середовища пробування.

4) Фінансовий оперативний капітал передбачає бюджетування операційної діяльності та створення резервів для адекватної мотивації додаткових витрат праці та придбання матеріалів за умов термінової організації випуску продукції підвищеного попиту та інноваційної продукції на існуючих площах і з тим же персоналом або при терміновому освоєнні нових технологій при мінімальних змінах реального капіталу.

5) Бізнесовий капітал або підприємницька здібність передбачає можливість як адекватного реагуван-

ня на зміну зовнішніх та внутрішніх умов бізнесу так і адекватну когнітивність самого підприємця та всього персоналу підприємства.

6) Логістична мобільність – це не тільки своєчасне та повне матеріально-технічне забезпечення, але і системний підхід до організації гнучкості усього підприємства для адекватного реагування на будь-які зміни попиту, включаючи і появу певних його складових не тільки стратегічних але і оперативних що повинно відображатись в оперативному фінансовому менеджменті [1].

7) Коефіцієнт інституційного розвитку передбачає певний рівень правових основ організаційних резервів економічної свободи для рішень як інвестиційних так і поточних операційних.

8) Коефіцієнт технологічного рівня розвитку відображає рівень технологічного переділу, інформаційного забезпечення та передбачає можливість будь-яких сучасних інновацій.

Висновки. Для адекватної реакції на будь-які техніко-економічні зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємство повинно прагнути до позначення свого бренду (товарної марки) як символу найвищої якості своїх товарів та послуг, що може забезпечити доброзичливу реакцію та підтримку споживачами всіх змін. Для цього потрібно демонструвати адекватне відношення у екологічному та соціально-економічному плані, що само по собі забезпечує зниження внутрішніх витрат та витрат переливу.

Література

1. Есманова, Л. І. Управління фінансовими результатами сільськогосподарських підприємств: Автореферат... к. екон. наук, спец.: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Л. І. Есманова. — Суми : Сумський нац. аграрний університет, 2009. — 20 с.
2. Atkinson, J. Flexibility, Uncertainty and Manpower Management // IMS Report, Institute of Manpower Studies, Brighton. — 1984. — No.89. — p.32.
3. Cotton, J.L. Employee Involvement: Methods for Improving Performance and Work Attitudes // Sage Publications, Newbury Park, CA. - 1993. - p.320.
4. Osterman P. How common is workplace transformation and who adopts it? // Industrial and Labor Relations Review. — 1994. — Vol. 47, No 2. — P.173-188.
5. Wood S. Getting the measure of the transformed high-performance organization // British Journal of Industrial Relations. — 1999. — Vol.37, No.3. — P. 391-417.
6. McDuffie, J.P. Human resource bundles and manufacturing performance: organisational logic and flexible production systems in the world auto industry // Industrial and Labor Relations Review. — 1995. — Vol.48. — P. 197-221.
7. Keuning S. The Role of Financial Capital in Production // Review of Income and Wealth. — 1999. — Vol.45, No 4. — P. 419-434.
8. Perez C. Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages // Edward Elgar, Cheltenham, UK. — 2002. - p.224.
9. Пермин, С.М. Производственная функция как инструмент управления производственной программой ГПЗ / Гаврилова, О.А., Пермин, С.М. // Социально-экономические и политические проблемы Астраханской области как геополитического центра Прикаспия: Материалы международной научно-практической конференции, 17-18 октября 2008г. — 2008. — № 1.- с.306-308.

УДК 65.012.32

ОРГАНІЗАЦІЙНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА АПК

Родіонов О.В.

В статті наведені розробки з формування структури організаційного механізму управління діловою репутацією підприємства. Визначені цілі і завдання механізму, організаційні аспекти створення відповідних механізмів формування і розвитку ділової репутації.

Постановка проблеми. Стабільний розвиток економіки України залежить від стану стратегічно важливих її галузей, до яких належить АПК. У структурі АПК суттєве значення мають підприємства, що створюють стратегічно важливі види продукції, як для населення,

так і промисловості, від діяльності яких залежить не тільки розвиток АПК, але й інших галузей і підприємств. Значущими є підприємства, що забезпечують не тільки споживчу, а й ресурсну базу багатьох підприємств, експортні постачання. Кількість чинників, що впливають на

діяльність підприємств і їх ділову репутацію велика. Отже, підприємства, які не мають впливу на зовнішнє середовище та програм з швидкої реакції на зміни, мають ризик втратити не тільки свою конкурентоспроможність, але й ділову репутацію. Вплив будь-якого з чинників викликає необхідність у підприємств, по-перше, постійно стежити за зміною чинників зовнішнього середовища, по-друге, ухвалювати такі управлінські рішення, реалізація яких сприяла б постійному розвитку ділової репутації. Дослідження сучасного стану вітчизняних підприємств підтверджують недостатній рівень організації управління діловою репутацією на підприємствах промисловості. Підрозділи, що мають вплив на формування ділової репутації підприємств, у цілому діють роз'єднано, відсутні раціональні форми їх взаємозв'язку і співвідповідності, координації, планування і реалізації заходів з формування ділової репутації.

Аналіз досліджень і публікацій. В роботах вітчизняних вчених [1-7] висвітлюються окремі аспекти формування ділової репутації підприємств, проте відсутня галузева спрямованість розробок [6,7], не врахований зарубіжний досвід [4], відсутні дослідження з організації і впровадження відповідних механізмів [1,2,5]. Досвід зарубіжних підприємств [3, 4] свідчить про регулярність і постійність заходів з підтримки і розвитку ділової репутації підприємств, яка ґрунтується на програмах з постійного управління діловою репутацією на всіх етапах життєвого циклу підприємств. Відповідні програми реалізуються за допомогою специфічних механізмів, організації та впровадженні певних заходів відповідальними за це особами. У зв'язку з цим виникає потреба в формуванні на вітчизняних підприємствах галузі Мета статті. Наведення розробок з формування структури організаційного механізму управління діловою репутацією підприємства.

Основний матеріал досліджень. Досвід зарубіжних підприємств свідчить про регулярність і постійність заходів з підтримки й розвитку ділової репутації підприємств, яка ґрунтується на програмах з постійного управління діловою репутацією на всіх етапах життєвого циклу підприємств. Відповідні програми реалізуються за допомогою специфічних механізмів, організації та впровадження певних заходів відповідальними за це особами. Причому заходи є не тільки постійними та системними, але й здійснюються на підставі певних принципів і виконують низку функцій не тільки для підприємства в цілому, але й для підрозділів окремо. На підставі зарубіжного досвіду та аналізу положень, висунутих вітчизняними вченими, можна зробити висновок, що для формування та розвитку ділової репутації на підприємстві повинен здійснюватися комплекс спеціальних заходів, управлінських рішень, правил і процедур спеціальними відповідальними структурними підрозділами або персонами.

Сукупність їх дії обумовлює вплив на підприємство й його діяльність, і вимагає проведення постійного аналізу і оцінки загроз і можливостей ділової репутації підприємства, визначення кризових напрямів розвитку підприємства на ринку.

Аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду підприємств з формування ділової репутації, робіт провідних вітчизняних учених, досліджень автора з стану

управління діловою репутацією на підприємствах дозволяє констатувати, що сьогодні на вітчизняних підприємствах організація й управління діловою репутацією знаходиться на стадії розвитку. Такий стан можна пояснити недостатністю досліджень у теоретичному й практичному плані, що визначає необхідність подальших розробок. Спираючись на це, на підставі досвіду побудови механізмів управління різними об'єктами автором пропонується формування принципових основ організаційного механізму формування ділової репутації підприємства як окремого специфічного об'єкта управління.

З метою визначення сутності організаційного механізму формування ділової репутації підприємства необхідно встановити сутність його ключових положень. Так, механізмом визначають сукупність способів, правил і методів організації системи для раціонального використання ресурсів за певними принципами їх використання. Економічний механізм визначають як спосіб прояву економічних законів і категорій. До їх складу належать організаційно-економічні механізми відповідної політики, фінансування; інвестування, резервування фінансових і матеріальних коштів, страхування і перестраховування, відшкодування збитку, економічне стимулювання, економічна відповідальність і багато інших.

Поняття "організація" як процес – це внутрішнє впорядкування, сукупність послідовних дій, які ведуть до створення й удосконалення взаємозв'язків між частинами цілого. Організаційним механізмом діяльності підприємства є комплекс заходів, спрямованих на внутрішнє впорядкування підприємства, тобто встановлення оптимальної пропорційності між усіма частинами та раціональне використання складових виробництва – праці, її засобів та предметів із залученням специфічного інструментарію для формування ділової репутації.

Основою організаційного механізму формування ділової репутації підприємства є взаємодія принципів, властивостей і функцій, спрямованих за допомогою відповідного інструментарію впливати на складові ділової репутації та елементи внутрішнього середовища підприємства з метою протидії впливу чинників зовнішнього середовища для формування стійкої ділової репутації підприємства.

Організаційний механізм формування ділової репутації підприємства – це сукупність способів і методів співпраці діяльності підрозділів підприємства, поєднаних принципами для використання специфічного інструментарію з метою ефективного використання можливостей підприємства для забезпечення розвитку його ділової репутації.

Формування специфічних рішень, програм, заходів з формування ділової репутації підприємств має здійснюватися за допомогою спеціального організаційного механізму формування ділової репутації підприємства. Організаційний механізм формування ділової репутації – це сукупність способів і методів співпраці діяльності функціональних підрозділів підприємства поєднаних на основі принципів для використання специфічного інструментарію з метою ефективного використання можливостей підприємства для забезпечення розвитку його ділової репутації. В основу організаційного механізму формування ділової репутації підприємства

покладена сукупність принципів, властивостей і функцій, які спрямовані за допомогою відповідного інструментарію впливати на складові ділової репутації та елементи внутрішнього середовища з метою протидії зовнішнього середовища для формування стійкої ділової репутації підприємства.

Метою організаційного механізму формування ділової репутації є забезпечення формування і розвитку ділової репутації підприємства за допомогою ефективного використання ресурсів, специфічного інструментарію, системи взаємодії підрозділів підприємства.

Цілями організаційного механізму формування ділової репутації підприємств є такі: забезпечення стійкого розвитку ділової репутації, прийняття ефективних управлінських рішень, мінімізація впливу чинників зовнішнього середовища, максимізація використання внутрішніх можливостей, ефективність інвестування в розвиток підприємства, систематичний позитивний вплив на контактні аудиторії, підвищення конкурентоспроможності підприємства. В результаті взаємодії внутрішніх елементів організаційний механізм формування ділової репутації підприємства набуває певних властивостей, таких як цілісність, точність, відкритість, динамізм, ефективність. Властивості організаційного механізму набуваються через взаємодію його елементів за допомогою інструментарію і використання внутрішніх можливостей. Побудова організаційного механізму залежить не тільки від окремих елементів ділової репутації підприємства, але і окремих елементів загальної системи управління, що забезпечить комплексну взаємодію систем управління підприємством і синергетичний ефект. Таким чином, до складу елементів механізму віднесено: правовий, аналітичний, ресурсний, мотиваційний, комунікаційний елементи загальної системи управління а також бренд, імідж, якість продукції, гудвіл як структурні елементи ділової репутації підприємства.

Дослідження розвитку значущості бренду підприємства і його сутності в діловій репутації підприємства дозволило визначити бренд як невід'ємну її складову. Бренд є кумулятивним уявленням про підприємство. Він відображає сукупність позитивних характеристик підприємства, вигідно відокремлює його продукцію на ринку. Отже використати такий елемент в процесі взаємодії з зовнішнім середовищем є необхідним.

В умовах ринкової економіки, коли споживач має великий вибір, якість продукції набуває для споживача першочергове значення. Саме якість продукції визначає її популярність і значущість, є індикатором споживання продукції, при чому вартість продукції поступово набуває другорядного значення. Аналіз сутності якості продукції, умов і способів її регулювання, характеристик етапів розвитку забезпечення якості продукції дозволив установити сучасні концепції, проблеми в її розвитку й напрями з її підвищення. Забезпечити якість процесів і якість продукції підприємств можна тільки за умови систематичного та постійного управління якістю на підприємстві. Є потреба в організації специфічної системи менеджменту підприємства, яка поряд з іншими, такими, як система менеджменту персоналу, виробничого менеджменту, менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, має здійснювати функції з управління і забезпечення якості процесів і продукції підприємств для

розвитку ділової репутації підприємства. Якість продукції є безумовною головною її характеристикою, тому елемент якості продукції підприємства має обов'язково бути відображений в структурі механізму ділової репутації підприємства.

Обґрунтування місця іміджу в структурі ділової репутації підприємства, співвідношення їх рівня і взаємозв'язку дозволили встановити, що імідж є способом позиціонування підприємства і його продукції, способом формування ставлення суспільства до підприємства для розвитку ділової репутації підприємства. Корисні й позитивні властивості продукції та підприємства мають бути втілені в систематичному висвітленні серед контактних аудиторій і бути усвідомлені ними. З цією метою доцільною є розробка процедури формування іміджу підприємства.

Ділова репутація підприємства багато в чому залежить від того, яка інформація надходить на підприємство, наскільки швидко та якісно обробляється. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства доцільно розглядати з точки зору ресурсного забезпечення підприємства та інформаційного супроводу його діяльності з метою розвитку ділової репутації підприємства. Дослідження діяльності підприємств дозволило встановити недосконалість інформаційного забезпечення їх діяльності, що відображається на якості прийняття управлінських рішень і, відповідно, діловій репутації підприємств. До того ж, інформаційне поле, що оточує підприємство, має бути позитивним для всіх його контактних аудиторій, отже, потребує свідомого інформаційного забезпечення й супроводу. Таке положення зумовило розгляд інформації як ресурсу в діяльності підприємств, визначено основні джерела й напрями інформаційного забезпечення підприємства.

Інший аспект інформаційної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем і впливом на його ділову репутацію полягає в інформаційному супроводі діяльності підприємства промисловості й життєвого циклу його продукції. Інформаційний супровід життєвого циклу підприємства і його продукції впливає на споживача й інші контактні аудиторії, створює позитивну думку про підприємство й підвищує ступінь довіри до нього, забезпечує позитивне інформаційне поле підприємства.

Забезпечення і використання інформаційних ресурсів підприємства пропонується здійснювати за допомогою застосування інформаційних методів, прийомів, важелів, інструментів, принципів поєднаних у один специфічний механізм забезпечення і поширення інформації для підтримки й забезпечення ділової репутації підприємства. Механізм забезпечення пошуку й поширення інформації – це сукупність способів і систем забезпечення, використання інформаційних ресурсів, а також форма їх організації, обробки, зберігання і поширення. До інформаційних цінностей механізму забезпечення і поширення інформації для підтримки й забезпечення ділової репутації підприємства боросномельно-круп'яної промисловості належить корисність, своєчасність, повнота, точність інформації тощо.

Принципи взаємодії елементів різні, використання кожного з принципів обумовлено їх особливостями і специфічною ситуацій, що виникають. До основних принципів функціонування організаційного механізму