

## ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ

Студ. Манухіна Ю.І.,  
Наук. керівник к.е.н., доц. Євсейцева О.С.  
Київський національний університет технологій та дизайну

Основну роль у підтриманні стійкості компанії, в умовах конкуренції на ринку, відіграє імідж. Турбота про імідж є важливою ознакою розвитку організацій, і відображає прагнення знайти своє обличчя та гармонійні шляхи співіснування із суспільством.

Цей підхід фокусується на розробці інструментів, які визначають організацію. Ці інструменти включають в себе: організаційну культуру, як систему взаємодій і відносин, які сприяють веденню бізнесу і досягненню цілей; система маркетингу та рекламні стратегії; корпоративний дизайн (фірмовий стиль, зовнішня атрибутика і т. д.); образ лідера та персоналу; організація зв'язків з громадськістю (PR), щоб сформувати позитивний імідж організації в суспільній свідомості. Цей новий підхід в Україні, що вважається інноваційним і справедливо перебуває в зоні підвищеної уваги керівників організацій, які бачать цей підхід в якості потужного важеля для розвитку. У корпоративному дизайні особливу роль відіграє фірмовий стиль. Ідентичність компанії можна розглядати як набір кольорів, графіки, лінгвістичної семантики, стереотипів психології, дизайну, в результаті розуміння образу компанії досягається від зовнішньої і внутрішньої єдності всієї організації виробництва.

Створення образу - питання стратегічного планування компанії. Привабливий імідж компанії створюється щоб працювати протягом багатьох років і підтримувати компанію в тяжкі часи. Таким чином, формування образу має ґрунтуватися (головним чином) на концепції об'єктів і матеріалів, пов'язаних у споживачів з цінностями життя. Необхідною частиною для створення образу компанії є засоби масової інформації, включаючи Інтернет. Ця робота повинна проводитися уважно і дуже вірно. Вона включає в себе безліч форм представлення інформації, але виконання цієї роботи залежить від кваліфікації PR-працівників, що відповідають за виконану роботу разом зі ЗМІ.

Імідж певної компанії, її образ, формується не тільки силою людей, які працюють в цій сфері, а саме маркетологів та рекламистів. Зазвичай багато залежить від того, наскільки якісну продукцію пропонує організація, її актуальність, відношення до споживача та його оцінка. Це має не менше значення, ніж реклама, акції та інше. Гарний імідж повинен бути цільовим, гарно продуманим, індивідуальним. При створенні іміджу фірми потрібно звертати увагу на те, чим займається фірма (на даному етапі, та перспективи в майбутньому), та якими характеристиками відрізняються товари даного виробництва, від інших на ринку. Створення образу фірми краще довірити професіоналу своєї справи, адже заощадження на цьому може призвести до негативних наслідків. Лише певна частина іміджу є часткою фірми – у вигляді певних атрибутів, інше належить споживачу та організовується засобами PR.

На сьогоднішній день у комерційній діяльності підприємства приділяють увагу вмінню вести переговори та ділові зустрічі, адже це впливає на успіх майбутньої діяльності фірми. Варто розуміти, що працюючи над іміджем організації необхідно пам'ятати, що це гарант стабільного розвитку та процвітання.