

УДК 336:13

Химич Ірина, Тимошик Наталія, Подвірна Тетяна

Khymych Iryna, Tymoshyk Nataliia, Podvirna Tetyana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІМІДЖ-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО УСПІХУ COMPANY IMAGE STRATEGY AS A BASE OF SUCCESS

В сучасному світі все більшої популярності набирають стратегії розвитку та успішності діяльності підприємства на основі етичних норм та принципів ведення бізнесу. Основним елементом таких стратегій виступає правильне формування іміджу здійснення як підприємницької, так і загальної діяльності взагалі.

Сьогодення спонукає підприємців та управлінців використовувати та застосовувати імідж як надзвичайно важливу характеристику свого бізнесу (наприклад, щодо реклами власного товару, продукції, послуг), яка вказуватиме на подальші перспективи та умови його процвітання.

Якщо ж коротко описати мету формування іміджу підприємства, то варто зазначити, що вона полягає, передусім, у формуванні та забезпеченні його популярності на основі позитивного ставлення до нього та його сприйняття, які мають досить динамічну здатність змінюватися під впливом багатьох факторів. Отже, правильно сформований та представлений імідж виступає необхідною умовою для забезпечення довготривалого успіху та процвітання підприємства, не тільки на основі його позитивних результатів діяльності, але й з врахуванням позитивних думок суспільства (споживачів, бізнес-партнерів, клієнтів тощо) про нього.

Імідж-стратегію для ефективного функціонування підприємства доцільно формувати на основі його найкращих внутрішніх характеристиках, тобто враховувати всі фактичні, наявні та потенційні сильні сторони (рис. 1).



Рис. 1. Формування імідж-стратегії підприємства
на основі його внутрішніх характеристик

Доцільно зауважити, що імідж-стратегія підприємства відображає обрану позицію підприємства, яку воно займає з врахуванням впливу певних факторів, ризиків, принципів, законів, внутрішніх характеристик, сильних сторін та ін. Дана позиція підлягає коригуванню, тобто, відображає, що є допустимим, а також, що є недопустимим для ефективного розвитку та подальшого функціонування самого підприємства.

Отже, можна констатувати той факт, що імідж є важливою складовою формування стратегії розвитку та діяльності підприємства. Адже, саме він дозволяє показати наявний стан підприємства на основі його сприйняття суспільством, яке підлягає корегуванню, за умови: грамотного підходу як до власної справи, так і до правдивого рекламування продукції, товарів чи послуг; вмілого забезпечення позитивних відгуків в ЗМІ; ретельності та чіткості представлення «індивідуальності» власного бренду та торгової марки тощо.