

УДК 65.01

В. Боднар, студент гр. БРМ-61

В. Ратинський, канд. екон. наук, доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА

V. Bodnar,

V. Ratynskii, Ph.D, Assos Prof.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

FACTORS AFFECTING THE COMPANY'S IMAGE

В умовах постійно зростаючої конкуренції в сучасному суспільстві підприємства конкурують не лише у вимірах продукції, функцій, специфікацій та якості, але й у сферах корпоративного іміджу, бренду та репутації. Аналізуючи поняття іміджу, виявлено, що в ньому переплітається безліч сфер, таких як маркетинг, зв'язки з громадськістю, навколишнє середовище та менеджмент.

Загалом імідж підприємства – це спосіб, яким споживачі, партнери, інвестори та громадськість сприймають компанію. Це включає в себе загальну уяву про підприємство, його репутацію, цінності, цілі, культуру, стиль та спосіб взаємодії з клієнтами та іншими стейкхолдерами.

Імідж підприємства визначається численними факторами, які впливають на сприйняття його бренду та репутації серед клієнтів, співробітників, інвесторів та громадськості. Ось деякі з ключових факторів, що впливають на імідж підприємства:

1) фінансові показники. Імідж компанії визначається сприйняттям її клієнтів, інвесторів, партнерів, співробітників та громадськості загалом. Загалом фінансові показники можуть так впливати на цей імідж:

- фінансова стійкість – сильний фінансовий стан, такий як стабільні прибутки і позитивна чиста прибутковість, може підсилити довіру споживачів та інвесторів до підприємства;

- ліквідність, тобто здатність компанії швидко реагувати на фінансові труднощі або можливості, що може підвищити імідж;

- вартість акцій та інвестицій – якщо компанія публічна і її акції торгуються на фондовому ринку, то фінансовий успіх може призвести до підвищення вартості акцій і залучення нових інвесторів;

- кредитоспроможність – якщо підприємство може легко отримувати фінансування від банків або інших кредиторів, це свідчить про його надійність і може позитивно впливати на стосунки з партнерами та постачальниками;

- споживачі та бренд – хороші фінансові показники можуть позитивно вплинути на споживачів, які можуть більше довіряти продуктам або послугам компанії;

2) етика грає важливу роль у формуванні іміджу підприємства і може мати значний вплив на сприйняття компанії громадськістю, споживачами, партнерами, інвесторами і співробітниками. Ось деякі способи, як етика впливає на імідж підприємства:

- довіра і репутація – поведінка підприємства, яка відповідає високим стандартам етики, допомагає побудувати довіру серед клієнтів й інших стейкхолдерів;

- лояльність споживачів – якщо підприємство проявляє етичність у своєму бізнесі, це може сприяти більшій лояльності споживачів;

- привабливість для інвесторів – інвестори також можуть бути більш зацікавлені в компаніях, які ведуть бізнес з урахуванням етичних принципів;

- залучення та збереження талантів – компанії, які демонструють етичний підхід до бізнесу, можуть бути більш привабливими для професіоналів, які шукають роботу;

– уникнення ризику – невідповідність етичним нормам може призвести до негативних наслідків, таких як правопорушення, судові справи або санкції;

– сприяння сталому розвитку – етичний підхід до бізнесу може сприяти сталому розвитку, що є важливим фактором для багатьох клієнтів та інвесторів;

3) ділова практика має значний вплив на імідж підприємства. Погана ділова практика, така як недбале ставлення до клієнтів, низька якість продукту, нечесна поведінка або ігнорування принципів корпоративної соціальної відповідальності, може суттєво погіршити імідж підприємства. Негативний імідж може вплинути на репутацію підприємства, втратити клієнтів і може мати серйозні фінансові наслідки. Навпаки, добра ділова практика, яка включає в себе високий стандарт обслуговування клієнтів, високу якість продукту або послуги, ефективну комунікацію та відповідальне ставлення до соціальних питань, може покращити імідж підприємства і збільшити його успіх на ринку;

4) якість продукції та послуг – є одним із ключових чинників, які споживачі враховують при виборі товарів або послуг, і вона може визначити, чи буде підприємство успішним. Ось способи як якість впливає на імідж підприємства:

– довіра споживачів – висока якість продукції та послуг сприяє підвищенню довіри споживачів до бренду;

– задоволеність клієнтів – висока якість споживчих товарів і послуг призводить до задоволеності клієнтів;

– конкурентоспроможність – підприємства з високою якістю продукції та послуг можуть бути більш конкурентоспроможними на ринку;

– репутація бренду – якість продукції та послуг безпосередньо впливає на репутацію бренду. Високоякісний бренд може бути більш привабливим для споживачів і інвесторів, а також отримувати позитивну увагу в ЗМІ та соціальних мережах;

– інновації та розвиток – завдяки високій якості продукції та послуг підприємство може просуватися вперед у розвитку та інноваціях. Відмінна якість може привернути талановитих співробітників і партнерів, що сприяє подальшому росту підприємства;

5) обслуговування клієнтів – якщо клієнти отримують якісне та професійне обслуговування, це може позитивно відобразитися на репутації компанії та призвести до ряду важливих переваг, зокрема:

– позитивне враження клієнтів – якщо клієнти задоволені обслуговуванням, вони схильні рекомендувати підприємство іншим;

– збільшення лояльності – якщо клієнти відчувають, що їх потреби і бажання враховуються та вирішуються, вони більш схильні залишатися вірними клієнтами. Лояльність клієнтів може забезпечити стабільний потік прибутку;

– підвищення конкурентоспроможності – гарне обслуговування дозволяє підприємству виділитися серед конкурентів. Клієнти часто готові платити більше за продукти чи послуги, якщо вони супроводжуються високоякісним обслуговуванням;

– зменшення ризику конфліктів – якщо клієнти зазнають негативного досвіду обслуговування, це може призвести до конфліктів, публічних скарг і втрати репутації. Правильне обслуговування може допомогти запобігти таким ситуаціям;

– позитивний вплив на бренд – гарне обслуговування клієнтів вважається однією з ключових складових успішного бренду;

– залучення інвесторів і партнерів – позитивний імідж, який створюється завдяки якісному обслуговуванню, може залучити інвесторів і партнерів для співпраці з підприємством;

б) відносини з працівниками можуть мати значущий вплив на імідж підприємства і можуть бути важливим фактором для успіху чи невдачі компанії. Якщо підприємство добре ставиться до своїх працівників і має здоровий організаційний клімат, це може призвести до ряду позитивних наслідків:

- привабливість роботодавця – позитивні відносини з працівниками можуть зробити компанію більш привабливою для потенційних працівників;
- збереження талановитих працівників – гарні відносини з працівниками допомагають утримувати кваліфікованих і досвідчених співробітників;
- продуктивність працівників – щасливі та задоволені працівники зазвичай більш продуктивні;
- репутація компанії – репутація підприємства в очах клієнтів, інвесторів і громадськості може значно покращитися завдяки гарним відносинам з працівниками;
- зменшення конфліктів і правових проблем – гарні відносини з працівниками можуть допомогти зменшити конфлікти та судові позови з боку співробітників, що можуть завдати шкоди репутації компанії;

7) висвітлення інформації про підприємство в ЗМІ може значно впливати на його імідж і репутацію. Ось деякі способи, які висвітлення інформації в ЗМІ може впливати на імідж підприємства:

- позитивна або негативна публічність – статті, новини і коментарі в ЗМІ можуть створити позитивне або негативне сприйняття підприємства в очах громадськості;
- вплив на інвесторів – інформація у ЗМІ може вплинути на інвестиційне рішення інвесторів. Позитивні новини про підприємство можуть збільшити ціну акцій та привернути нових інвесторів, тоді як негативна інформація може викликати зниження вартості акцій і втрату інвестицій;
- відносини з партнерами та постачальниками – партнери можуть бути більш схильні співпрацювати з успішним і позитивно відомим підприємством;
- залучення талановитого персоналу – компанії з позитивним іміджем можуть бути більш привабливими для потенційних співробітників.

Загальний імідж підприємства формується взаємодією цих факторів і може бути змінений через стратегічне управління та комунікаційні зусилля. Успішні підприємства активно працюють над створенням та збереженням позитивного іміджу, оскільки це може мати велике значення для їх успіху на ринку.

Література

1. Лозовський О. М., Дрончак І. В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. *Молодий вчений*. 2016. № 1(1). С. 101-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1)_25).
2. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів / пер. з англ.: Ірина Ємельянова, Ірина Гнатковська. Київ: Наш формат, 2019. 622 с.
3. Семенчук Т. Б., Гера О. Г. Сучасна модель формування іміджу організації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 7(3). С. 178-181.
4. Ткачук О. В. Корпоративний імідж – важлива складова успіху банку. *Держава та регіони*. 2006. №6. С. 297-299.
5. Химич І.Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. *Економіка та держава*. 2009. №9. С. 59-61.