

УДК 658.012.32

## **ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА**

Студ. О.В. Поліщук, гр. мГЗІУД-15(з)

Наук. керівник доц. Г.В. Костюк

Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасному світі корпоративний імідж стає необхідною умовою досягнення фірмою стійкого і тривалого ділового успіху. Сильний імідж організації і її товарів говорить про унікальні ділові здібності, які дозволяють підвищувати пропоновану споживачам цінність товарів і послуг. Репутація організації уразлива, її потрібно постійно підтримувати. Особливо потрібним є вивчення формування позитивного іміджу українським організаціям та фірмам. Одним з дієвих методів досягнення успіху в ринкових умовах є формування позитивного іміджу. Будучи одним з потужних засобів соціального впливу, імідж одночасно з цим виконує і функцію самовираження, самовиявлення відображуваного в ньому суб'єкта, а також тісно пов'язані з нею функції самопізнання, саморозвитку, самовдосконалення.

Дуже важливо враховувати те, що існує як зовнішній імідж так і внутрішній імідж. Прийнято вважати, що на зовнішній імідж компанії впливають такі чинники, як: якість продукту, який створює (реалізує, просуває) компанія; уміння компанії підтримувати ділові відносини з партнерами і клієнтами; соціальна політика компанії (участь в добродійних акціях); фінансова стабільність; зовнішній вигляд офісу; реклама компанії.

До чинників, що впливають на внутрішній імідж можна віднести: соціально-психологічний клімат в колективі; мотивація персоналу, відношення до службових обов'язків; зовнішній вигляд співробітника; політика компанії в області розвитку і навчання персоналу; політика компанії в області планування кар'єри і створення системи заохочень.

Отже, ми вважаємо, що при формуванні позитивного іміджу підприємства потрібно враховувати насамперед такі фактори: офіційна політика компанії; корпоративні рекламні комунікації; корпоративна індивідуальність; програма графічної ідентифікації підприємства; імідж товару; імідж держави, партнера; законодавча база держави.

Тому досконале вивчення факторів впливу на імідж, дасть можливість підприємству вийти на якісно новий рівень своєї діяльності. Втілена в життя ідеологія формує імідж компанії – як внутрішній (сприйнятий зайнятим персоналом), так і зовнішній (сприйнятий навколишнім середовищем).

Отже позитивний імідж компанії: дає можливість для додаткових інвестицій; полегшення доступу до ринку зовнішнього капіталу; зменшує ризик банкрутства; зменшує текучість кадрів, що піднімає рівень кваліфікації співробітників; зниження вартості капіталу, що запозичає; збільшує ефективність реклами, з подальшою можливістю зменшення фінансування даної статті витрат; підвищення економічної і фінансової ефективності компанії; здатність вийти на новий рівень конкурентоздатності на ринку та зайняти лідируючі позиції; допомагає якісно працювати на фондовому ринку; виступає гарантом перед її партнерами.

Сьогодні поліпшення корпоративного управління а також формування позитивного іміджу від компаній вимагають не тільки інвестори, але і регулюючі органи країни. Український уряд зацікавлений у створенні привабливого інвестиційного клімату, тому дотримання національними компаніями визнаних принципів ефективного корпоративного управління – один з найважливіших важелів впливу на інвестиційний клімат в Україні.

Таким чином, корпоративний імідж підприємства формується величезною кількістю різних факторів, вибір яких необхідно здійснювати згідно диференціації іміджу та факторному аналізу. Окрім цього, формування повинне бути засновано на економічній ефективності іміджу з погляду витрат на нього. Тому потрібно проводити досліджувати позитивні характеристики підприємства. А це в свою чергу дасть можливість збільшити цінність корпоративного іміджу, а також збільшити цільову аудиторію.