

Імідж як бренд. Створення іміджу як питання стратегічного планування діяльності

Імідж підприємства визначається сукупністю характеристик, що дають уявлення про його діяльність.

Для іміджу важлива не сама характеристика, а те уявлення, яке можна створити про неї професійними засобами і яке забезпечить організації позитивний імідж.

У створенні позитивного іміджу організації досить часто йдуть через створення впізнаваного візуального образу, який стає маркетинговим інструментом за умови дотримання єдиного стилю, привабливості, чіткості і запам'ятовування.

СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ - ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Завдання іміджу:

1. Підвищення престижу фірми, тому що розробка фірмового стилю свідчить про увагу фірми не тільки до питань виробництва.
 2. Підвищення ефективності реклами і різних заходів щодо просування товару.
 3. Полегшення введення на ринок нових товарів (послуг), тому що фірмі зі сформованим іміджем вивести товар на ринок легше.
 - 4 Підвищення конкурентоспроможності фірми, тому що в умовах рівного товару конкуренція ведеться на рівні іміджу фірм.
- Елементи іміджу наведено на рисунку 7.1.

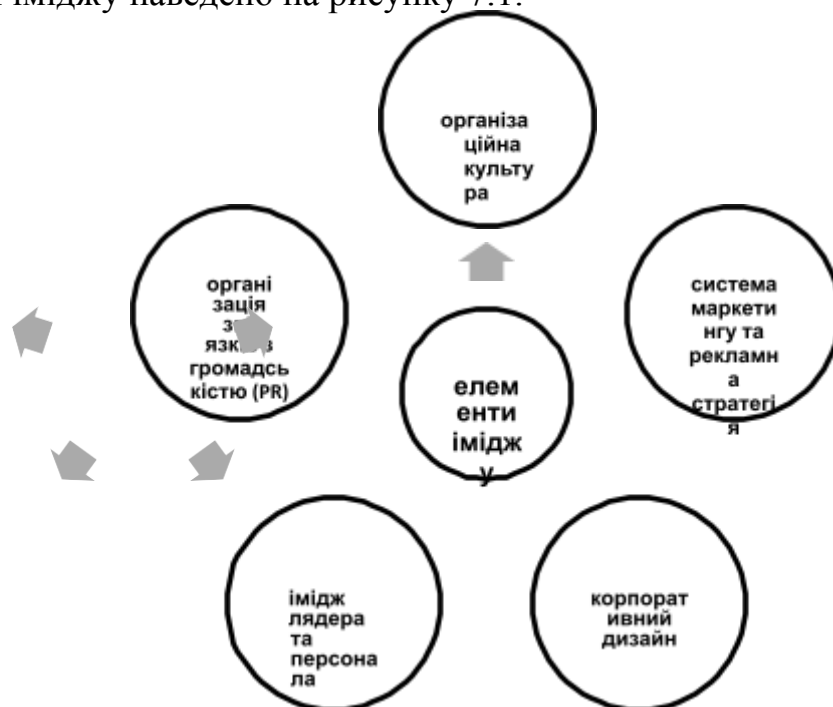


Рисунок 7.1 – Елементи іміджу підприємницької структури

Формування культури підприємства

Яку роль у справі формування культури підприємства відіграє його історія? Основна мета звертання до історії – це не наукова фіксація фактів еволюції організації, а прагнення з позицій минулого мотивувати діяльність персоналу в сьогоденні. Історія підприємства відіграє роль посередника між минулим і нинішнім колективом. Знання її допомагає людям адаптуватися до сучасних умов функціонування підприємства. Історичні дослідження, «екскурс в історію», дозволяють задовільно пояснити, чому так, а не інакше склалися теперішні справи, звідки узялися ті або інші культурні цінності тощо. В історичному дослідженні неодмінно відбиваються такі важливі моменти, як історія становлення та розвитку самої організації: обставини її створення, можливі факти злиття з іншими підприємствами, найбільш значні дати та події, історичні особистості. Тут може йти мова про засновника підприємства, його принципи і заповіді, страйки і т.п.

Важливе місце відводиться опису еволюції виробничої діяльності, продукції, що виробляється, із чого почалося виробництво, яким чином відбувався розвиток виробництва, на виробництві яких товарів компанія досягла найбільших успіхів.

Велика увага у функціонуванні відповідної культури підприємства приділяється його керівництвом кадровій політиці. Ця політика проявляється, насамперед, у відборі персоналу. Провідні компанії із задоволенням беруть на роботу членів родини персоналу або за

рекомендацією своїх службовців. Для визначення можливостей вписатися в ту або іншу культуру фахівцями підприємств – кадровиками, психологами – розробляються та впроваджуються спеціальні методики. На це працюють бізнес-школи при компаніях, відбір відбувається і в університетах, завдяки різним формам співробітництва зі студентами, починаючи з перших курсів. При цьому велика увага приділяється не тільки інтелектуальним можливостям студентів, їхнім технічним компетенціям, але і їхній здатності пристосовуватися до людей, до існуючої моделі культури компанії.

Культура підприємництва – це певна, сформована сукупність принципів, прийомів, методів здійснення підприємницької діяльності суб'єктами згідно з діючими в країні (суспільстві) правовими нормами (законами, нормативними актами), звичаями ділового обороту, етичними та моральними правилами, нормами поведінки під час здійснення цивілізованого бізнесу.

Як відомо, підприємницька діяльність – це вільна діяльність дієздатних громадян і(або) їхніх об'єднань. Але економічна свобода в здійсненні підприємницької діяльності не означає, що її учасники вільні від невиконання встановлених принципів і методів регулювання підприємницької діяльності. Держава встановлює певні перешкоди для обмеження прояву всілякої економічної свободи окремими представниками підприємницької діяльності в ім'я захисту інтересів та економічної свободи інших учасників підприємництва та інших суб'єктів ринкової економіки, суспільства в цілому.