

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кемпбел Д. Стратегічний менеджмент / Кемпбел Д., Стоунхаус Дж., Х'юстон Б. – М.: Проспект, 2017. – 336 с.
2. Локтіонов М.В. Системний підхід в менеджменті / М.В. Локтіонов. – Москва: Генезис, 2000. – 286 с.
3. Системні підходи до управління стратегічними змінами [Електронний ресурс] / В.А. Салла // Государственное управление. Электронный вестник – 2013. – № 39. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/sistemnye-podhody-k-planirovaniyu-i-provedeniyu-strategicheskikh-izmeneniy>.

УДК 005.336

Тесленок І.М.¹, Павлова А.О.²

¹ канд. екон.наук, доц. ЗНТУ

² студ.гр.ФЕУ-513м, ЗНТУ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Необхідність дослідження іміджу промислового підприємства зумовлена тим, що це вагомий управлінський ресурс, який впливає на ефективне функціонування підприємства. Імідж є важливим елементом залучення більшої кількості клієнтів в підприємство і, як наслідок, збільшення прибутку – однієї з головних цілей розвитку будь-якого підприємства. В сучасних економічних умовах сприятливий імідж є важливим фактором конкурентоспроможності підприємства і недостатня увага до його формування і управління ним істотно зменшує можливості функціонування вітчизняного товаровиробника. Усе вищезазначене обумовлює актуальність теми дослідження.

Об'єктом дослідження є процес формування іміджу промислового підприємства.

Предметом дослідження є принципи формування іміджу промислового підприємства.

Метою роботи є визначення особливостей формування іміджу підприємства, формулювання принципів та задач, які виконує імідж для досягнення визначених цілей.

Виходячи з того, що промислові підприємства все більше усвідомлюють залежність не тільки від зношеності основних фондів, макроекономічної кон'юнктури та цін на сировину але й інших чинників імідж набуває особливого значення.

Безпосередньо створення іміджу зумовлене стратегічними цілями функціонування і розвитку промислового підприємства. Імідж організації

розглядається як економічна категорія, яка відображає систему економічних відносин. Однією з особливостей іміджу промислового підприємства є його існування, незалежно від самого підприємства.

Формування іміджу відбувається за певними принципами:

- принцип повторення – спирається на властивості людської пам'яті: добре запам'ятовується та інформація, що повторюється;
- принцип безперервного посилення впливу – обґрунтовує підсилення аргументованого та емоційного звернення;
- принцип «подвійного виклику» – повідомлення сприймається не лише розумом. Найважливішу роль відіграють підсвідомі психологічні процеси, емоційна сфера психіки людини [3].

Досить висока ділова репутація промислового підприємства дозволяє створити позитивне сприйняття у цільових груп і зацікавленість сторін (споживачів, інвесторів, акціонерів, персоналу, кредиторів, ЗМІ та ін.) Тобто зміцнити ринкові позиції за рахунок залучення й утримання споживачів. Таким чином, значимість іміджу суттєво зростає, у зв'язку з чим керівництвом і персонал організації повинні цілеспрямовано керувати ним, розробляти заходи, що забезпечують його розвиток.

Значна частина промислових підприємств акцентує увагу на проблеми іміджу тільки до зовнішніх атрибутів (логотип, фірмові бланки, інтер'єр, зовнішній вигляд і манери співробітників. Насправді, процес управління іміджем промислового підприємства починається задовго до розробки візуальних атрибутів підприємства. Він починається з формулювання бачення, місії, постановки цілей промислового підприємства та повинен охоплювати всі аспекти діяльності організації.

Сучасні дослідники вважають, що формування в очах населення іміджу промислового підприємства відбувається з урахуванням інформації про його діяльність і оцінки ймовірності нанесення шкоди здоров'ю, зміни звичних умов, можливості економічних втрат, психологічних і емоційних переживань. Такий підхід вимагає інформації про ступінь соціально-еколого-економічного моніторингу території. Одним із заходів підвищення соціально-екологічного благополуччя населення та екологічної безпеки навколишнього середовища є підвищення рівня правової свідомості.

Отже, у сучасних умовах позитивний імідж є умовою для досягнення організацією стійкості і ділового успіху. По-перше, він приводить до зниження чутливості до змін у сфері політики та економіки. По-друге, захищає підприємство від конкурентів і зміцнює його позиції.

Особливостями формування іміджу промислового підприємства є те, що важливо врахувати наступні чинники: соціальну відповідальність, екологічну ефективність, законслухняність. Чітко визначені принципи та

чинники формування іміджу промислового підприємства забезпечують досягнення його стратегічних цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карков Ф.И. Рекламный рынок: методика изучения / Ф.И. Карков, А.А. Родионов. – М.: Экзамен, 2010. – 326 с.
2. Артёмова Д.І. Чинники, що впливають на імідж підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/artomova-d-i-chinniki-scho-vplivayut-na-imidzh-pidpriemstva/>.
3. Химич І.Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // Економіка та держава. – 2009. – № 9. – С. 59–61.
4. Горчакова Р.Р. Особенности формирования корпоративного имиджа / Р.Р. Горчакова // Известия высших учебных заведений. – 2012. – № 2 (22). – С. 185–192.
5. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб.: Питер, 2000. – 224 с.
6. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навч. посіб. – К.: Ніка-Центр, 2003. – 280 с.

УДК 005.21:004,738.5

Гудзь П.В.¹, Пільгуй Д.О.²

¹ д-р.ekon.наук, проф. ЗНТУ

² студ. гр. ФЕУ-516 ЗНТУ

СТРАТЕГІЯ УСПІХУ КОМПАНІЇ ALPHABET

Актуальність проблеми. Успіх будь-якого підприємства, досягнення їм прибутків або збитків, його ріст і процвітання або занепад і загинання практично повністю залежить від того, наскільки грамотний, професійний і ефективний керівник, що стоїть на чолі цього підприємства. Стратегія підприємства – основа його життєздатності та успіху.

Об'єкт дослідження. Стратегічний менеджмент організації.

Предмет дослідження. Теоретичні аспекти і методичні кроки реалізації стратегії підприємства, заснованої на змінах.

Мета роботи. Визначити критерії факторів успішної стратегії діяльності компанії Alphabet, які принципи і стратегії успіху використовуються для досягнення поставлених цілей.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб визначити, куди організація бажає йти для досягнення своєї мети і виконання своєї місії розробляється стратегія, яка у свою чергу створює обмеження, що відображають особливості і напрямки діяльності організації.