

## **ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ PR-НАБОРІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА**

**Шаша О. І.**

*Національний технічний університет*

*«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання організації іміджблдингу підприємства. Під іміджблдингом слід розуміти набір заходів, в першу чергу PR, по формуванню та підтримці іміджу, що здійснюється керівництвом певного підприємства. У сучасних умовах при виборі стратегічних орієнтирів по формуванню та підтримці іміджу підприємства необхідно розробляти не просто стратегію, а набір стратегій, який би забезпечував більш повне визначення напрямків довгострокової діяльності та окреслював оптимальний комунікаційний набір стратегій з досягнення цих напрямків.

Стратегічний набір PR – це комплекс взаємозалежних стратегій, спрямованих на залучення більшої кількості представників цільових аудиторій у коло прихильників за рахунок соціальної відповідальності і відкритого інформування, забезпечення і підтримки довгострокових іміджевих та комунікативних переваг у діяльності підприємства.

Стратегічний набір PR, як правило, базується на формуванні стратегій за двома напрямками: в залежності від фази громадської думки; в залежності від позицій іміджу. Так стратегічний PR-набір для лідерів в області PR: стабілізація, зміцнення та збереження прихильності; лідер іміджу, захист іміджу. Для претендентів на комунікативне лідерство: набуття, формування, розвиток, активний розвиток, підтримка, стабілізація, зміцнення, збереження прихильності; лідер іміджу, захист іміджу, зниження очікування, захоплення уваги, відкриття переваг, атака, прихований контртиск. Для відсталих в області PR: набуття, формування, розвиток, активний розвиток, підтримка, стабілізація, зміцнення, збереження прихильності; зниження очікування, захоплення уваги, здобуття іміджевої зацікавленості, контртиск.

Ці стратегії повинні розроблятися паралельно, для чого використовується матриця стратегічних наборів, яка дозволить більш детально проаналізувати стратегічні можливості та необхідні витрати зусиль по формуванню та підтримці іміджу.

Таким чином, стратегічна орієнтація заходів по формуванню та підтримці іміджу дозволить підприємствам різних масштабів визначити оптимальні напрямки розвитку, узгодити ступінь використання інструментального портфелю з комунікативною позицією, яку воно займає.