

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ІМІДЖУ КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВА У НОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Власенко В.А.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Необхідно відзначити, що успішність діяльності підприємства у певній мірі залежить і від рівня його іміджу, який можна розглядати як систему уявлень людей про підприємство та окремих співробітників.

Проблемам формування іміджу підприємства присвячені праці відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме К. Боулдинга, Дж. Т. Боуена, Г. Даулінга, Б. Джи, Ф. Котлера, Ш. Д. Патті, Дж. М. Стефанеллі, І. В. Альошина, Т. М. Ахтямова, О. В. Ветчанова, Л. В. Даниленко, В. Г. Королько, М. В. Томілова, В. Д. Шкардун та ін. Однак не досить повно розкриваються такі проблеми як розробка ефективних механізмів формування іміджу підприємства із виділенням окремих етапів створення позитивного іміджу у стратегічній перспективі.

Метою дослідження є обґрунтування методичного підходу до формування програми розвитку іміджу керівництва підприємства.

У практиці діяльності підприємства важливе значення відводиться застосуванню методичного підходу до формування іміджу його вищого керівництва, зміст якого полягає у розробці та реалізації програми розвитку іміджу за окремими етапами та напрямками її втілення.

На нашу думку, практична реалізація програми розвитку іміджу керівництва підприємства на сучасному етапі повинна передбачати дотримання наступної послідовності етапів:

- 1) створення робочої групи, відповідальної за впровадження програми розвитку іміджу керівництва;
- 2) оцінка існуючого особистісного потенціалу працівників підприємства;
- 3) розробка програми розвитку іміджу керівництва;
- 4) проведення роз'яснювальної роботи серед співробітників підприємства у межах його структурних підрозділів;
- 5) організація навчання лінійних керівників і виконавців;
- 6) проведення реорганізації процесів виробництва, праці та управління;
- 7) впровадження програми;
- 8) аналіз результатів впровадження програми;
- 9) розробка напрямів удосконалення програми розвитку іміджу.

Таким чином, при створенні позитивного іміджу керівництва підприємства необхідно твердо дотримуватися встановлених норм і правил ділового етикету та корпоративної культури, стабільність яких повинна постійно підтримуватися всіма наявними способами і, у першу чергу, створенням і збереженням доброго імені, ділової репутації, професійної честі та життєвого кредо. Це сприятиме підвищенню рівня ринкової вартості підприємства в умовах стрімких змін зовнішнього середовища.