

ПРОБЛЕМИ ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Будяк Владислав Вікторович

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня

Стоволос Надія Борисівна

к.е.н., доцент

кафедра публічного управління та адміністрування

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Покращення іміджу підприємства є важливим фактором його конкурентоспроможності та довгострокового успіху. У сучасних умовах глобалізації та високої конкуренції імідж впливає на довіру клієнтів, партнерів, інвесторів і суспільства загалом. Позитивний імідж сприяє залученню нових клієнтів, укладанню вигідних угод і зміцненню ринкових позицій компанії. Підприємства з високою репутацією можуть встановлювати вищі ціни на свою продукцію та послуги завдяки довірі споживачів. Довіра є основою успішних бізнес-відносин, і репутаційні втрати можуть призвести до відтоку клієнтів, зменшення продажів і навіть банкрутства. Компанії з позитивною репутацією легше залучають інвестиції, отримують підтримку від держави та громадськості, тоді як негативний імідж може спричинити втрату ринку, судові позови та фінансові збитки.

Імідж підприємства формується під впливом різних чинників, серед яких важливу роль відіграють якість продукції та послуг, корпоративна соціальна відповідальність, ефективна комунікація та внутрішній імідж компанії. Надійність, безпечність і відповідність стандартам є першочерговими критеріями оцінки підприємства з боку споживачів. Висока якість продукції підвищує лояльність клієнтів та їхню готовність рекомендувати компанію. Крім того, сучасні споживачі та інвестори звертають увагу на екологічну відповідальність підприємств, їхню участь у благодійних проєктах і підтримку соціальних ініціатив. Відкритість, прозорість та оперативне реагування на інформаційні виклики допомагають підприємству формувати позитивний публічний образ. Також велике значення має внутрішній імідж компанії, адже задоволеність персоналу роботою, умови праці та рівень мотивації безпосередньо впливають на продуктивність та зовнішнє сприйняття підприємства.[1]

Покращення іміджу компанії досягається шляхом реалізації комплексних заходів, спрямованих на підвищення впізнаваності бренду, зміцнення довіри клієнтів та поліпшення якості продукції.

Одним із ключових заходів є розширення маркетингової стратегії, зокрема активне використання соціальних мереж та рекламних кампаній, що сприятиме збільшенню впізнаваності. Першочергово буде розширена маркетингова

стратегія, що включатиме аналіз цільової аудиторії, визначення ефективних каналів просування, створення контент-плану для соціальних мереж та запуск рекламних кампаній у Facebook, Instagram і Google Ads. Також можлива співпраця з блогерами та інфлюенсерами для підвищення впізнаваності бренду. Важливу роль відіграє запровадження програми лояльності для клієнтів, яка дозволить розширити клієнтську базу та утримати постійних споживачів. Воно включатиме розробку бонусної системи, кешбеку та знижок на повторні замовлення. Важливим аспектом буде впровадження CRM-системи для збору та аналізу даних про клієнтів, що дозволить персоналізувати пропозиції.

Не менш значущим є підвищення соціальної відповідальності компанії, що включає екологічні ініціативи та благодійні проєкти. Ці заходи позитивно вплинуть на репутацію компанії, сприяючи її зміцненню в довгостроковій перспективі.

Для підвищення рівня довіри клієнтів пропонується оптимізація сервісу клієнтської підтримки, що дозволить оперативніше реагувати на звернення споживачів і поліпшити якість обслуговування. Він включатиме аналіз основних запитів клієнтів, впровадження чат-ботів на сайті та в месенджерах, розширення каналів комунікації через соціальні мережі. Додатково буде впроваджена система зворотного зв'язку для оцінки рівня задоволеності клієнтів.

Окремим напрямком є залучення інноваційних технологій у покращення якості продукції, що передбачає аналіз та вибір перспективних рішень, підписання договорів з постачальниками новітніх матеріалів, впровадження енергоефективних технологій, тестування їх на пілотних об'єктах та навчання персоналу. Впровадження нових технологічних рішень дозволить підвищити рівень задоволеності клієнтів і посилити конкурентні переваги компанії. [2]

Отже, покращення іміджу підприємства є ключовим фактором його успіху та конкурентоспроможності. Для цього необхідно реалізовувати комплексні заходи, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду, зміцнення довіри клієнтів і покращення якості продукції. Основні стратегії включають розширення маркетингової діяльності, впровадження програм лояльності, підвищення соціальної відповідальності, оптимізацію клієнтського сервісу та використання інноваційних технологій. Завдяки системному підходу компанія зможе не лише зміцнити свою репутацію, а й забезпечити стабільний розвиток на ринку.

Список використаних джерел

1. Лозовський О. М., Дрончак І. В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. *Молодий вчений*. 2016. № 1(1). С. 101-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1)_25)
2. Кір'ян О. І. Формування іміджу організації як джерела її стійкості та прибутковості. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15-16. С. 75–80.