

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СЛАГАЕМЫЕ ИМИДЖА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО "ТД "ЕВРОМЕТ")

Аннотация. Рассмотрено формирование Мастер-плана на примере предприятия, занимающегося металлоторговлей.

Анотація. Розглянуто формування Мастер-плану на прикладі підприємства, що займається металоторгівлею.

Annotation. This article is devoted to the building of enterprise's image by the example of steel trading enterprise.

Ключевые слова: имидж, Мастер-план, закладка фундамента, внешний имидж, внутренний имидж, неосязаемый имидж.

Создание положительного имиджа – это нечто большее, чем просто создание хорошей рекламы. Имидж фирмы создают работающие в ней люди. От профессиональной квалификации сотрудников фирмы, нравственной атмосферы, царящей в коллективе, ответственности каждого за успех общего дела, умения правильно общаться с партнерами, клиентами и конкурентами, от честности и доброжелательности зависит имидж, а значит, успех и процветание фирмы. Таким образом, имидж – это самое ценное имущество, которое есть у компании.

Создание имиджа – это сложная, длительная, тщательно спланированная и трудоемкая работа, результаты которой находят отражение в такой имиджеформирующей системе, как Мастер-план.

Мастер-план – это план по формированию имиджа предприятия. Он является официальным документом предприятия.

Мастер-план состоит из четырех основных частей: закладки фундамента, внешнего имиджа, внутреннего имиджа и неосязаемого имиджа. Каждая из частей Мастер-плана направлена на достижение трех главных задач:

Задача 1 – достижение высокого уровня компетенции и эффективной работы.

Задача 2 – поддержание имиджа успешного предприятия.

Задача 3 состоит в установлении эмоциональной связи с покупателем и обществом.

Таким образом, правильно составленный Мастер-план поможет повысить ценность компании в глазах потребителя, создать благоприятную рабочую атмосферу, урегулировать профессиональное поведение и взаимоотношения сотрудников.

Именно с этой целью был разработан Мастер-план для ООО "ТД "Евромет" – торгового предприятия, реализующего на территории Украины нержавеющие и специальные стали и изделия из них.

Главное в Мастер-плане по созданию имиджа – это закладка его фундамента. Для построения фундамента необходимо определение принципов, целей создания предприятия, корпоративной философии, долгосрочных целей и стандартов. Стандарты, в свою очередь, следует разделять на стандарты поведения и стандарты одежды.

Принципы – это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, правильно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к чему-либо.

Принципы, прописанные для сотрудников ООО "ТД "Евромет", помогут сформировать такие модели межличностных отношений, на которых впоследствии легко будет построить неосязаемую часть имиджа.

Соблюдение буквы закона. *"Полагаться на законы и к тому же понимать их положения – только так можно добиться согласия".* Сюньцзы.

Честность. *"Чтобы быть честным, поступай так, как нужно".* С. Янковский.

Мастерство. *"Решающую роль в работе играет не всегда материал, но всегда мастер".* М. Горький.

Надежность. *"Мораль – сильна; войска – надежны; командиры – компетентны".* Д. Абизейд.

Доверие. *"В работе, ориентированной на людей, есть только один ключ к успеху – доверие".* Плутарх.

Совершенствование. *"Все можно сделать лучше, чем делалось до сих пор".* Г. Форд.

Ответственность. *"Настоящая ответственность бывает только личной. Человек краснеет один".* Ф. Искандер.

Справедливость. *"Когда правитель любит справедливость, никто не осмелится быть непослушным, когда правитель любит правду, никто в народе не посмеет быть нечестным".* Конфуций.

Преданность делу. *"То, что можно сказать об отношении человека к своему труду, то же можно сказать и об отношении человека к человеку".* К. Маркс.

Трудолюбие. *"Трудолюбие – душа всякого дела и залог благосостояния".* Ч. Диккенс.

Уважение. *"Уважать всякого человека, как самого себя, и поступать с ним, как мы желаем, чтобы с нами поступали, – выше этого нет ничего".* Конфуций.

Положение о цели создания – второй камень фундамента имиджеформирующей системы и внутренняя движущая сила компании. Положение о цели должно быть сосредоточено на людях. В нем должны быть четко

определены потребности заказчиков и партнеров, которые предприятие призвано удовлетворить. Оно должно вдохновлять сотрудников, отражать идеалы компании в сфере бизнеса.

Цель создания ООО "Торговый Дом "Евромет" – стать для металлопотребляющих предприятий Украины и стран-соседей стратегическим поставщиком высококачественных нержавеющей и специальных сталей и изделий из них.

Корпоративная философия образует первый этаж структуры любого бизнеса, над которым надстраиваются другие слагаемые имиджеформирующей системы.

Корпоративная философия ООО "ТД "Евромет": **"Качество – наша традиция, мастерство – наш капитал. Мораль – сильна, войска – надежны, командиры – компетентны"**.

Для создания Мастер-плана необходимо четкое представление о том, куда должно двигаться предприятие, поэтому важно определить долгосрочные цели.

Долгосрочные цели ООО "Торговый Дом "Евромет":

1. Создание сети региональных представительств.
2. Создание представительств в странах СНГ.
3. Улучшение качества предоставляемых услуг.
4. Формирование команды профессионалов.

Письменное изложение принятых на предприятии стандартов – последний кирпич в фундаменте имиджа. Стандарты определяют действия, отвечающие философии, целям и принципам. Они являются инструментами в руках сотрудников, с помощью которых поддерживается имидж предприятия в глазах общества.

Для ООО "ТД "Евромет" сформированы стандарты поведения, регулирующие отношения руководителя к подчиненным, подчиненных к руководителю, отношения с коллегами и деловыми партнерами. Также приняты стандарты поведения сотрудников во внешней среде и стандарты внешнего вида.

В рамках стандартов отношений с деловыми партнерами и клиентами оговорено, что сотрудник должен учитывать культурные и национальные особенности стран и регионов, осуществляя свою деятельность и принимая решения.

Поскольку ООО "ТД "Евромет" планирует сотрудничать с ведущими итальянскими поставщиками нержавеющей и специальных сталей и продукции из них, команда переговорщиков должна ознакомиться и знать особенности делового общения с представителями деловой культуры Италии. В рамках таких стандартов поведения описаны особенности характера представителей этой деловой культуры, особенности приветствия, обращения, невербального общения, установления деловых отношений, проведения переговоров и дарения деловых подарков.

Отрегулировав составные части фундамента Мастер-плана, необходимо обеспечить его гармоничное сочетание с внешним имиджем.

Внешний имидж – это осязаемый имидж, мнение о компании, формируемое рекламной компанией, качеством продукции, рекламой, связями со СМИ и инвесторами, общественной деятельностью, отношением персонала к работе и его внешним видом.

Если позитивный имидж в глазах общества дает компании право быть услышанной, то внутренний имидж определяет, есть ли предприятию что сказать партнеру и заказчику.

Внутренний имидж – это атмосфера внутри компании, восприятие и психологическое отношение сотрудников к руководителям и политике компании. Он выражается в степени преданности сотрудников компании.

К программам, влияющим на внутренний имидж, относятся:

- *кадровая политика;*
- *ориентация и тренинг сотрудников;*
- *программы поощрения сотрудников;*
- *финансовое планирование имиджа.*

Кадровая политика – это одна из ключевых программ, непосредственно влияющая на внутренний имидж организации, фирмы, предприятия. Как известно, кадры решают все. Поэтому кадровая политика должна быть направлена на подбор кадров, укрепление морального настроя сотрудников, их преданность предприятию, стремление к повышению уровня профессионализма.

Подбор кадров – одна из главных задач. При подборе кандидатов для ООО "ТД "Евромет" необходимо быть нацеленными на профессиональные знания претендентов, их опыт и личностные качества, безусловно, в соответствии с ценностями предприятия. Кадровая политика ООО "ТД "Евромет" предполагает запрет принятия решения о найме кандидата на основании семейных, личных или иных неформальных отношений.

Для создания благоприятной атмосферы в ООО "ТД "Евромет" отношения в коллективе должны быть построены на основе взаимного уважения, доверия и доброжелательности.

С целью пробуждения интереса сотрудников к делам предприятия, укрепления их преданности и установления двухсторонней связи создан и ведется сайт ООО "ТД "Евромет", на котором представлена информация об истории создания предприятия, его целях, важных событиях для предприятия и его коллектива, размещены новости и доска почета сотрудников.

С целью повышения командного духа на предприятии проводятся корпоративные спортивные турниры два раза в год: в холодное время года (осень-зима) – турнир по боулингу, в теплое время года (весна-лето) – турнир по картингу. Победители турниров получают памятные призы. Мероприятия финансируются за счет средств ООО "ТД "Евромет".

Справедливое отношение к сотрудникам ООО "ТД "Евромет" положено в основу поощрения сотрудников – правило четырех "Н": *"Мы платим Нужную зарплату в Нужное время в Нужном размере за Нужный результат"*.

С целью стимулирования активности сотрудников и побуждения их к высокопроизводительному труду на предприятии действует гибкая система премирования, которая максимально учитывает индивидуальный вклад сотрудника в работу предприятия в целом.

На предприятии действует система участия сотрудников в прибыли. Она подразумевает разделение между ними и предприятием части прибыли, свыше запланированной в отчетном периоде. При условии, что данное превышение было обусловлено повышением эффективности работы сотрудников.

Ориентация и тренинг персонала – ключевое звено создания у сотрудников представления о предприятии и его стандартах. Ориентация и тренинг определяют, насколько эффективно сотрудники устанавливают

эмоциональные связи сначала с предприятием, а потом с партнерами и заказчиками, насколько компетентно и профессионально они будут выполнять свои обязанности.

Для сотрудников ООО "ТД Евромет" сформирован перечень обязательных тренингов, который включает тренинги по тайм-менеджменту, бизнес-этикету, эффективным продажам, деловой коммуникации и технике НЛП, телефонным переговорам и др.

Также предусмотрено право сотрудника самостоятельно выносить на рассмотрение руководства предложение о повышении своего профессионального уровня. При этом возможна частичная или полная оплата обучения за счет предприятия при наличии прибыли. Размер дотаций на обучение зависит от стажа работы на предприятии. Сотруднику, проработавшему на предприятии в течение двух лет, оплачивают 50 % стоимости, в течение 3 – 4 лет – 60 – 70 %. В этом случае специалист обязан отработать на предприятии период, определяемый в договоре, или возратить затраченные на его обучение денежные средства.

С целью удовлетворения материальных и эмоциональных потребностей сотрудников ООО "ТД "Евромет" разработаны программы поощрения.

Так, на предприятии действует программа поощрения лучших сотрудников по итогам отчетного периода:

- фотография лучшего сотрудника по итогам месяца размещается на "Доске почета" корпоративного сайта;
- лучший сотрудник по итогам квартала получает подарочный сертификат;

• лучший сотрудник по итогам года награждается туристической путевкой на двоих за границу. Присвоение этого звания и награждение торжественно проводится на ежегодном корпоративном празднике, посвященном Дню рождения предприятия (первая суббота февраля).

Также программа поощрений предусматривает:

• поздравление каждого сотрудника открыткой и букетом цветов или символическим подарком в день его рождения, на Новый год, 23 февраля, 8 марта и профессиональный праздник;

• выплату премий, приуроченных к определенным событиям (Новый год, юбилей сотрудника или предприятия) при наличии прибыли;

• пользование стоянкой для личных машин, обустроенной возле офиса предприятия;

• участие лучших сотрудников в профессиональных выставках, в том числе зарубежных;

• пользование библиотекой профессиональных изданий;

• выдачу займов сроком на 1 – 2 года для совершения крупных покупок (бытовая техника, автомобиль) при наличии прибыли.

Формирование фундамента имиджа, построение внешнего и внутреннего имиджа предприятия требуют значительных финансовых затрат. Они должны быть представлены в виде финансового плана.

Формирование Мастер-плана завершается построением неосязаемого имиджа.

Неосязаемый имидж – это имидж, который строится на чувствах и ощущениях. Это ответная реакция клиента на осязаемое, на обслуживание и отношение к нему сотрудников компании, предоставляемый сервис. Основой неосязаемого имиджа служат три уровня эмоциональных связей – вежливость, благодарность партнера и умение затронуть самую чувствительную сторону клиента.

Таким образом, формирование Мастер-плана – это залог успеха компании. Эффективный Мастер-план позволит создать благоприятную рабочую атмосферу, отрегулировать профессиональное поведение и взаимоотношения сотрудников предприятия. В результате этого предприятие сможет устанавливать доверительные, надежные и долгосрочные отношения сначала со своими сотрудниками и, как результат, с клиентами и деловыми партнерами.

Повышение преданности сотрудников предприятию позволит снизить текучесть кадров, сократить затраты, связанные с наймом новых сотрудников, увеличить фонд полезного времени персонала за счет сокращения прогулов и опозданий, повысить производительность труда, повысить эффективность использования фонда заработной платы, повысить удовлетворенность клиентов, а значит, максимизировать прибыль предприятия.

Повышение уровня корпоративной культуры значительно улучшит морально-психологический климат на предприятии, снизит конфликтность, повысит инициативность сотрудников, снизит текучесть кадров.

Мастер-план позволит достичь гармонизации интересов предприятия и сотрудника: предприятие получает профессионалов, ориентированных на результат, а сотрудники – удовлетворение своих материальных и эмоциональных потребностей. Предложенные программы поощрения также способствуют повышению уровня благосостояния сотрудников и их удовлетворенности карьерой.

Следовательно, Мастер-план позволит создать положительный, главным образом эффективный имидж предприятия, зарекомендовать его как надежного партнера и хорошего работодателя. А это даст возможность и руководителям, и сотрудникам достичь взаимопонимания, а значит, преуспеть в достижении поставленных целей предприятия, достичь финансовых успехов и желаемого восприятия предприятия обществом, обрести положительную репутацию и тем самым повысить ценность предприятия в глазах потребителей и его конкурентоспособность на рынке.

Научн. рук. Седова Л. Н.

Литература: 1. Бобби Джи. Имидж фирмы [Электронный ресурс] / Джи Бобби. – Режим доступа : <http://www.buro-dv.ru/>. 2. Золотая книга этикета / сост. В. Ф. Андреев. – М. : Вече, 2004. – 400 с. 3. Методические рекомендации по самостоятельному изучению раздела 2 курса "Этика делового общения" для студентов всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 4. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебное пособие. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с. 5. Этика делового общения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mikhayluk.wordpress.com>.