

ВЗАИМОСВЯЗЬ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ РУКОВОДИТЕЛЯ

Боровская А.А.

Республика Беларусь, г. Минск
Белорусский государственный университет,
студентка факультета журналистики

Научный руководитель

Шибут И.П.

Республика Беларусь, г. Минск
Белорусский государственный университет,
ст. преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с
общественностью факультета журналистики

Формирование и поддержание положительного имиджа – одна из важнейших задач PR-деятельности организации. Имидж определяет то, что подумают о компании или ее руководителе целевые аудитории, с которыми взаимодействует данное предприятие. Современному покупателю для приобретения продукта или услуги недостаточно знать только об этом продукте или услуге. Конкуренция на рынке огромна, компании стараются создавать качественные товары, в связи с чем приобретающие их люди обращают внимание уже не только на состав и внешний вид продукции, но и на то, какая организация ее создала, что известно о данной организации и с чем она ассоциируется. Соответственно, на сегодняшний день любая развивающаяся компания уделяет внимание своему имиджу.

То, как предприятие будет воспринято общественностью, во многом зависит от его первого лица. Важные решения, принимаемые руководителем, сказываются на деятельности компании, что, в свою очередь, отражается на ее корпоративном имидже. Более того, именно руководитель предоставляет информацию об организации средствами массовой информации и другим источникам. Человек, воспринимающий сведения о компании, так или иначе ассоциирует деятельность предприятия с личностью руководителя. Этим обусловлена актуальность данного исследования.

Соотнесенность имиджа организации и ее руководителя мы рассмотрели на примере бара «Рок-н-рольщик» (ООО «Жолин сервис»). Данное заведение уникально для белорусского рынка, а управленец является яркой личностью и руководителем, тесно связанным с тематикой своего предприятия. Эмпирическую базу составили социальные сети организации «Рок-н-рольщик» и ее руководителя, публикации в СМИ, результаты онлайн-опроса и интервью. Методы исследования: анализ, синтез, индукция, опрос, интервью.

Руководителем рассматриваемой компании является Григорий. По его личной просьбе, в дальнейшем в исследовании руководитель будет упоминаться под укороченной формой имени – Гриша. Общественность может знать Гришу по предыдущему проекту – пельменной «Мука», который

стартовал в 2017 году. Григорий был не единственным владельцем кафе, его совладельцы и по совместительству друзья детства – брат и сестра Сергей и Ольга. Идея «Муки» заключалась в следующем: на то время в Минске регулярно появлялись все новые и новые заведения восточной кухни, а славянские блюда можно было попробовать лишь в нескольких местах. Поэтому Гриша, Сергей и Ольга решили открыть пельменную, а для более интересного меню пригласили к себе шеф-повара Артема Ракецкого. Именно благодаря ему среди блюд появились такие позиции, как пельмени с чернилами каракатицы или вареники с черемуховой мукой. Главный принцип – никаких полуфабрикатов и фермерские белорусские ингредиенты [1]. Однако спустя несколько лет кафе перестало приносить прибыль, и владельцы проекта решили закрыть его. Сейчас Гриша полностью погружен в развитие «Рок-н-рольщика». По словам владельца, «мечта о рок-баре зрела более 5 лет» [2].

Путем проведения онлайн-опроса сотрудников, интервью с руководителем, анализа блога управленца и аккаунта бара, а также изучения публикаций в СМИ можно сказать о тесной взаимосвязи имиджа бара «Рок-н-рольщик» и его главы Гриши. Рассмотрим основные выводы, отражающие данную соотнесенность имиджей.

1. Гриша уже несколько лет ведет блог о заведениях Минска, где активно взаимодействует с ресторанами и кафе, поварами и другими представителями сферы общественного питания. Блог отражает известность Гриши в кругах транслируемых им интересов, а также экспертность руководителя. Очевидно, что человек, открывающий бизнес в той сфере, в которой публично считается экспертом, вызывает у общественности доверие к своему предприятию.

2. С этим же связан второй вывод. Благодаря своему опыту Гриша ответственно подошел к подбору сотрудников бара и разработке меню. Каждый член коллектива – работник со стажем, а созданием рецептуры коктейлей и сэндвичей занимались представители общественного питания высокого класса. В результате, на данный момент среди отзывов посетителей заведения отсутствуют негативные отклики о качестве и вкусе продукции.

3. Главной рекламой «Рок-н-рольщика» являются сторис его управленца Гриши в личном блоге. Эксперт показывает, что проводит много времени в собственном заведении, где активно общается как с сотрудниками, так и с посетителями, тем самым привлекая новых клиентов. Итог: большая часть гостей «Рок-н-рольщика» – подписчики блога gdehodil.

4. Тематика заведения отражает общий стиль жизни руководителя. Рок-н-ролл, свобода, общение, музыка, качественный алкоголь и вкусная еда – то, чем живет Гриша, а также то, что составляет концепцию бара.

5. Демократический стиль руководства и неформальный, дружелюбный, открытый формат коммуникации, выстроенный управленцем, сказывается на общении между сотрудниками и клиентами, в том числе сотрудниками и руководителем. Плюс ко всему Гриша, как уже упоминалось, проводит в «Рок-н-рольщике» много свободного времени. Соответственно, он же в качестве нестандартного владельца общается со всеми посетителями заведения в

натуральной барной обстановке. Такой руководитель привлекает гостей и способствует появлению постоянных клиентов.

В результате изучения социальных сетей заведения и его владельца, разбора ответов на онлайн-опрос для сотрудников бара, интервьюирования руководителя «Рок-н-рольщика» об имидже организации и ее управленца мы выяснили:

1. Гриша – не просто владелец заведения, но и эксперт в области общественного питания по трем основным причинам: наличие крупного фуд-блога, публикаций в СМИ и пельменной в качестве первого, уже закрытого проекта. Руководство управленца можно назвать демократическим, потому что сотрудники описывают внутриорганизационную коммуникацию и атмосферу, как доверительную, честную, открытую, прямую, приветствующую обратную связь и неформальное общение. Посетители бара в большинстве своем любят его владельца – лидера, активно взаимодействующего как с персоналом, так и с клиентами. Можно назвать Гришу «визитной карточкой» заведения.

2. Центр города, уникальная концепция, компактность, качественная продукция с оригинальной рецептурой, квалифицированные специалисты, трепетный подход к каждому посетителю – все это можно сказать про микро-рок-бар «Рок-н-рольщик». Несмотря на маленькое помещение и популярную, музыкальную, тематику, рассматриваемое заведение является равноправным конкурентом для более крупных и известных столичных баров. Однако у «Рок-н-рольщика» нет цели получить звание «лучшее заведение». Куда важнее остаться исключительным в своем роде.

В процессе данного исследования на примере бара «Рок-н-рольщик» и его руководителя Гриши было выявлено, что между имиджем компании и имиджем управленца присутствует сильная взаимосвязь, проявляющаяся в формировании мнения клиента о предприятии на основе уже присутствующего мнения о руководителе и наоборот. Публичная деятельность Гриши сказывается на восприятии «Рок-н-рольщика», а опыт владельца – на подборе персонала, разработке концепции, стиля и др. Общая тематика заведения отражает то, как и чем живет ее владелец; то же можно сказать о персонале компании. Общение сотрудников с посетителями, администрацией и между собой – «зеркало» системы организационной коммуникации.

Таким образом, при формировании имиджа своей компании необходимо задумываться о том, как собственный имидж отражает деятельность организации, не противоречит ли он личностным и корпоративным ценностям. Управленец, в свою очередь, должен четко понимать, какой миссии, стиля руководства и типа корпоративной коммуникации придерживаться в процессе существования заведения. Все, что делает глава компании, сказывается на восприятии ее общественностью так же, как все, что происходит внутри компании и за ее пределами, влияет на имидж руководителя.

Список цитированных источников

1. Автор блога «Где ходил» вместе с друзьями открыл в центре Минска кафе-пельменную «Мука» [Электронный ресурс] / Relax.by. – Режим доступа : <https://mag.relax.by/food/place/10506505-muka/>. – Дата доступа : 29.04.2023.

2. Рок и винил. Заглянули в новый бар «Рок-н-рольщик» на Интернациональной, 13 [Электронный ресурс] / Relax.by. – Режим доступа : <https://mag.relax.by/food/place/10701973-rok-i-vinil-zaglyanuli-v-novyj-rok-n-rollyshhik-na-internacionalnoj-13/>. – Дата доступа : 29.04.2023.