И. И. Скрипюк

Санкт-Петербургский государственный университет,

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ КАЧЕСТВА

В современных условиях коммуникации рассматриваются как определяющий фактор успеха любой деятельности. Те из них, которые концентрируются на общении и взаимодействии людей в деловой сфере и обеспечении эффективности деловых контактов, определяются как бизнес-коммуникации. Наряду с внутренними коммуникациями, подавляющая часть бизнес-коммуникаций организации приходится все же на внешние коммуникации, ориентированные вовне как на отдельных людей и их группы, так и на организации, общественные и государственные структуры.

С точки зрения, так называемого, коммуникативного подхода: паблик рилейшнз – коммуникации организации с контактными аудиториями с целью формирования у общества позитивного представления об организации и ее продукции, услугах; реклама – коммуникации, преследующие цель привлечения внимания, формирования интереса, желания и активности у покупателя товар (Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. СПб, 2001).

Перспективным направлением совершенствования рекламы и связей с общественностью, как бизнес-коммуникации, является использование стратегии качества, одним из воплощений которой является концепция «Total Quality», которая, в свою очередь, базируется на пяти основополагающих принципах:

- ориентация на интересы потребителя (ориентация на внешнего потребителя, ориентация на внутреннего потребителя, удовлетворение потребностей потребителя);

- общие усилия (управление «сверху вниз», участие рядовых сотрудников в управлении, взаимодействие работы всех сотрудников);

- оценка качества (оценка своей работы, оценка по информации от потребителя, критерии оценки работы);

- систематическое обеспечение (обучение персонала и ресурсы, вознаграждение и поощрение, проводимая политика и механизмы ее реализации);

- непрерывное улучшение (предотвращение и решение проблем, возможность всех сотрудников участвовать в разрешении проблем, инициативность и принятие на себя риска).