

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВПЛИВУ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ

*Воронько-Невіднича Т. В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Сучасні умови функціонування підприємств характеризується постійними змінами. Діяльність будь-якої організації визначається професіоналізмом керівника персоналу в цілому.

Імідж керівника є одним з елементів іміджу організації. Позитивний імідж може стати конкурентною перевагою при створенні образу організації [2, с. 34]. Імідж керівника – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятим в організації і очікуванням, що пред'являються до керівника [3, с. 24].

У сучасному розумінні імідж – це стереотипний образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості. Основою іміджу є система ролей, якими людина послуговується у своєму житті. Доповнюється імідж іншими характеристиками. Тобто імідж це образ, форма життєпрояву людини, завдяки якій отримують зовнішнє висвітлення особистісно-ділові якості. Імідж у цілому виступає як людське визнання, оціночне ставлення. Формування іміджу відбувається як свідомо, так і мимоволі. Особистий імідж – це поєднання внутрішніх і зовнішніх чинників. Формуючи імідж, потрібно спиратись на власні особистісні характеристики: темперамент, характер, зовнішність [1, с. 42].

Імідж керівника в цьому контексті розглядається як компонент загального корпоративного іміджу організації та один із чинників ефективного позиціонування організації в конкурентному середовищі. Тобто створення іміджу є однією з сфер діяльності керівника, яка спроможна передати інформацію про нього та про організацію в цілому. При цьому процес сприйняття залежить як від керівника, так і від тієї соціальної групи, на яку спрямовується вплив. Окремі науковці вважають, що імідж керівника, особистості не можна розглядати як психологічний засіб для досягнення прагматичних завдань, імідж – це етична змістовність особистості, яка представлена зовнішніми засобами [6, с. 218].

Аналіз досліджень літератури дозволив виділити у структурі іміджу керівника три важливих блоки. Перший з них пов'язаний з особистістю носія іміджу і являє собою комплекс характеристик його якостей. Другий блок характеризує стан і поведінку його в соціальному середовищі. І третій з них показує застосування цих якостей у професійній діяльності керівника.

Формування іміджу керівника може проходити двома шляхами: стихійно (спонтанно) або цілеспрямовано. У першому випадку це звичайний процес, який проходить без зовнішнього тиску, одним з результатів якого є становлення людини як індивідуальності. Другий шлях

припускає активне формування, яке пов'язане зі штучним створенням іміджу та проведенням спеціальних заходів, процедур індивідуальної та організаційної роботи. Він використовується у наступних випадках:

- керівник є «чужим» по відношенню до організації (у разі антикризового управління);
- керівник не має великого досвіду управління;
- в системі управління персоналом є конфліктні точки;
- розмір організації настільки великий, що співробітники не можуть скласти адекватне уявлення про діяльність керівника та його особистості (і це призводить до зниження трудової мотивації);
- існують зовнішні причини для створення іміджу керівника як такого собі аналогу «торгової марки» підприємства [5].

Імідж керівника містить інформацію про вдалі дії керівника, які є прикладом, зразком поведінки для підлеглих. Тому необхідно виділити наступні критерії вибору моделей поведінки: модель поведінки повинна відповідати поставленим цілям організації і самого керівника; відповідати законам та нормам, прийнятим у суспільстві; уособлювати собою моральну бездоганність; перебувати в єдності зі сформованою обстановкою, ситуацією; мати самокритичну оцінку власної моделі поведінки. Особливу значимість набувають компоненти вигляду і поведінки, що утворюють імідж. Відображення цих компонентів виконує дві функції: «безпосереднього розрізнення і пізнання» їх серед інших компонентів вигляду і в загальній картині поведінки, і «інтерпретацію того психологічного змісту, який, як здається учасникам діяльності, укладений в цих компонентах – сигналах» [4, с. 49].

Водночас, імідж керівника впливає на процес обміну інформацією, сприяє усуненню дефіциту інформації, необхідної для прийняття рішення, підвищуючи тим самим ефективність управління.

Основою ефективної діяльності організації є керівник, який здатен керувати підлеглими не тільки за допомогою наказів, але й використовуючи різноманітня управлінського ресурсу керівника. Однією із складових такого ресурсу є його імідж. Розуміння основ його формування і вдосконалення дозволяє керівнику успішно здійснювати необхідну в управлінській діяльності стратегію поведінки, реалізовуватися і розвиватися як особистість в умовах професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. Делія О. В. Імідж керівника як чинник оптимізації управління персоналом / О. В. Делія // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2013. – Вип. 32. – Ч. II. – С. 42-44.
2. Колодка А. В. Особливості формування іміджу керівника організації / А. В. Колодка // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої

пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2013. – Т. 4. – С. 34-35.

3. Колоскова М. Внутренний имидж руководителя компании / М. Колоскова // Персонал Микс. – 2001. – № 6. – С. 23-27.

4. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер. Или о том, как создать свой имидж / А. Ю. Панасюк – М., 1998. – 239 с.

5. Шевченко В. С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації [Електронний ресурс] / В. С. Шевченко // Соціальна економіка. – 2016. – № 2. – С. 157-161. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_2_26.

6. Шепель В. Имиджелогия или как нравиться людям / В. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 635 с.