

# ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ

аспірантка **Колодка А.В.**

Імідж керівника є одним з елементів іміджу організації. Позитивний імідж може стати конкурентною перевагою при створенні образу організації.

Імідж керівника – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним в організації і очікуванням, що пред'являються до керівника [1]. Імідж має характер стереотипу та повинен відповідати визначеним характеристикам організаційної культури та виконувати наступні функції:

- 1) приведення дій керівника у відповідність з очікуваннями підлеглих;
- 2) мотивуюча функція – прагнення бути схожим на лідера може стати стимулом для розвитку підлеглих;
- 3) нормативна функція – керівник задає норми взаємодії в організації.

Імідж має і зовнішні по відношенню до організації функції, такі як представлення та позиціонування організації у зовнішньому середовищі.

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 і його особистості (і це призводить до зниження трудової мотивації);
- існують зовнішні причини для створення іміджу керівника як такого собі аналогу «торгової марки» підприємства.

Існує декілька підходів до класифікації іміджу керівника: *типологічний підхід*; *функціональний підхід* [5]; і *комунікативний підхід* [3].

Відповідно до цього нами було складена структура іміджу керівника:

- *зовнішність*:
  - зовнішній вид (зачіска, одяг, аксесуари тощо);
  - кінестетичний імідж (ходьба, положення тіла, жести);
- *стиль поведінки*:
  - спрямованість особистості і позиції по відношенню до оточуючих (мотиви, здібності, установки, ціннісні орієнтації) [2].

- мовні особливості (вербальна та невербальна поведінка);
  - предметний імідж (обстановка в кабінеті, автомобіль);
  - спосіб самовіддачі (важливість для керівника його работа та люди, які його оточують, ентузіазм та «зараження» цим ентузіазмом).
  - *стиль керівництва* (демократичний, авторитарний або ліберальний) [4].
- Можна додати також інші компоненти іміджу керівника:
- соціально-демографічні характеристики – стать, вік, рівень освіти, життєвий цикл сім'ї тощо;
  - вчинки – форма поведінки людини у визначеній ситуації, саме вони слугують основою для виділення рис особистості.

Зарубіжні іміджмейкери вважають, що значний вплив на формування іміджу керівника також впливають параметри не основної діяльності, а саме етапи професійної кар'єри, активність особистості поза роботою (хобі, спорт), інтереси тощо. Тому що значний вплив мають не абстрактні поняття, а переконливі життєві факти.

Усі види іміджу так чи інакше взаємопов'язані між собою, тому їх слід враховувати. Знання цих видів іміджу дозволяє керівнику адекватно реагувати на різні ситуації, які виникають у процесі управління підприємством.

Отже, позитивний імідж керівника організації має значний вплив на формування як внутрішнього, так і зовнішнього іміджу організації та може стати однією з конкурентних переваг.

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

2. Шаров А.С. Формирование ценностных ориентаций и поведение личности: Учебное пособие по курсу «Психология развития человека» для студентов пед. Институтков. – Омск: Изд-во ОмГПУ 1993 – 91 с.

3. Панасюк А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. – 2-е изд. испр. – М.: Дело, 2004. – 240 с.

4. Урбанович А.А. Психология управления: Учебное пособие. – Мн.: Харвест, 2003. – 640 с. – (Библиотека практического психолога).

5. Ф. Джефкинс, Д. Ядин. Паблик Рилейшинз: Учебное пособие для вузов. Перевод с английского под ред. Б.Л. Еремина. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 285 с.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 34-35.