

Дуднева Ю.Е.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА

Аналіз досліджень останніх років щодо сутності, структури та процесів моделювання корпоративного іміджу дозволяють стверджувати, що імідж керівника організації є ваговою складовою зовнішнього та внутрішнього іміджу організації.

Імідж керівника може бути визначений як образ керівника, що склався у представників цільових контактних груп громадськості. Він містить у собі зовнішні та внутрішні складові і відповідно виконує як зовнішні, так і внутрішні функції.

Зовнішні функції іміджу керівника об'єднуються в два блоки: представницькі функції при контактах з зовнішніми цільовими аудиторіями та комунікаційні функції.

У якості основних внутрішніх функцій виділимо функцію моделювання, функцію мотивації та нормативну функції.

Реалізація функція моделювання полягає в створенні такого образу керівника, який буде зрозумілим та привабливим для підлеглих, викликати позитивний відгук з боку робітників, а відтак буде сприяти ефективному керівництву організації.

Мотивуюча функція полягає в прагненні підлеглих бути схожим на керівника.

Нормативна функція полягає в тім, що керівник задає норми поведінки в організації, що може бути основою формування соціально-психологічного клімату. Особистісні цінності керівника та його особиста місія впливають на корпоративну культуру організації.

Структуру іміджу керівника представимо таким чином:

- габаритний імідж - сукупність зовнішніх характеристик, що формують основне враження про людину. При його формуванні необхідно враховувати особливості зовнішності людини, його конституції, обличчя, тіла, одягу, зачіски, ходи.

- професійний імідж, який перебуває в залежності від фахової підготовки, досвіду (у тому числі і управлінської діяльності), професійних досягнень
- стиль вербальної й невербальної поведінки, що виражає співвідношення екстравертності та інтравертності в особистості та темперамент менеджера
- стиль керівництва та прийняття рішень
- соціальні характеристики та особистісні цінності.

Імідж керівника організації може складатися стихійно або формуватися цілеспрямовано. Стихійне формування найчастіше приводить до різноспрямованої дії факторів, що формують імідж керівника, і, як результат, негативного впливу на загальний корпоративний імідж. Сучасні топ-менеджери приділяють все більше уваги свідомому формуванню власного іміджу, намагаючись впливати на нього в бажану сторону або самостійно, або за допомогою послуг професійних фахівців. Це свідчить про зростаючу практичну значущість іміджу керівника для загального корпоративного іміджу організації, а також про перетворення іміджу з абстрактної категорії у чинник перемоги в конкурентній боротьбі.