

УДК 658.009.12

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЯК ЧИННИК ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ*Делія О. В., к.і.н., доц.*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В статті реалізована попытка аналізу іміджу керівника як управленческого феномена і досліджується вплив іміджу на процес управління персоналом.

Ключевые слова: імідж, управління персоналом, керівник, людина.

The article is an attempt to analyze the image of the head of a management study of the phenomenon and how the image of the process of human resources management.

Key words: image, HR-management, leader, personality.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання іміджу керівника стали предметом численних досліджень вітчизняних та російських науковців: В. Шепеля, М. Мурашка, В. Весніна, Л. Вечер, А. Акайомової та інших. Проблематика формування іміджу розглядалась у працях зарубіжних вчених – М.Х. Мескона, Д. Скотта, Е. Ченелза, Ф. Девіса, С. Дипа та С. Сасмена.

Попри беззаперечну вагомість та наукове значення зазначених розвідок механізм впливу іміджу керівника на процес управління персоналом висвітлений фрагментарно та потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у спробі автора розкрити зміст іміджу як управлінського феномену, розглянути імідж керівника як важливий чинник оптимізації системи управління персоналом, визначити суб'єктивні та об'єктивні іміджеутворювальні чинники.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку психологів на процес сприйняття інших людей та формування враження про ту чи іншу людину значно більший вплив справляє те, як людина виглядає та як подає інформацію, ніж те, що саме вона говорить. Тобто створюючи власний зовнішній образ ми сигналізуємо навколишньому середовищу про рівень самооцінки, те місце в соціумі, яке особа відводить собі [1].

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.

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 [2, с. 218].

Оскільки імідж залежить від ролі і статусу, котрі виконує людина в суспільстві, то коли ми говоримо про імідж керівника, маємо на увазі усю сукупність соціально-типових властивостей. Імідж керівника має розглядатися у контексті тієї ролі, яку особа виконує в суспільстві, та місця в управлінській ієрархії.

Дослідниками встановлено, що якості, котрі успадковуються індивідом генетично, утворюють ядро іміджу. Тобто об'єктом конструювання іміджу може бути лише гнучка частина його структури, представлена характеристиками набутими у процесі життєдіяльності. Імідж керівника формується на основі його діяльності і передбачає демонстрацію найкращих рис. Зауважимо, що тільки перетворювальна діяльність спонукає і спрямовує до самовдосконалення [3].

Імідж керівника, сформований відповідно до соціальних потреб і очікувань середовища є чинником неформального управлінського впливу на соціальну групу та сприяє формуванню організаційної та корпоративної культури в організації, покращує психологічний клімат та виконавчу дисципліну. Залежність іміджу керівника від очікувань оточуючих вимагає відповідних поведінкових установок, які відповідають рольовій позиції. Очікування оточуючих не завжди усвідомлюються керівником, бо мають неформальний характер, але вони істотно впливають на його імідж.

Знання вимог соціального середовища, їх вивчення істотно впливає на адаптування іміджевих характеристик керівника в їх свідомості. Риси, котрі керівник має демонструвати широкому загалу, повинні бути співзвучними, чітко окресленими, яскраво вираженими і стабільними.

Імідж керівника, як потужний мотиватор функціонування колективу, організації, впливає на співробітників в плані їх самовираження, емоційного стану кожного працівника та соціально-психологічного клімату колективу в цілому, причетності до роботи на фірмі з ефективним менеджментом. Особливість управлінських ролей керівника полягає в безпосередньому впливі на підлеглих, котрий має ґрунтуватися на особистому прикладі, регулярному спілкуванні, попередженні емоційної притупленості, поєднанні вимогливості і демократизму, проведенні принципової лінії роботи, оптимізації власних амбіцій. Позитивний імідж управлінця постає важливим чинником більш досконалого функціонування організації [4].

На формування іміджу сприяє низка об'єктивних та суб'єктивних факторів. До цих факторів належать: спосіб діяльності, професійні та особисті якості, та якості, котрі розвиваються та вдосконалюються відповідно до соціальних потреб.

Базовою вимогою до конструювання іміджу є наявність лідерських якостей, насамперед у професійній сфері. За таких умов керівник, окрім посадової влади, може користуватись експертною неформальною владою фахівця, володіти лідерством професійного управління [5].

Найважливішим критерієм іміджу керівника є відповідність цього іміджу корпоративній культурі. В системі управління персоналом існують досить жорсткі уявлення про те, який керівник повинен бути в організації з певним типом корпоративної культури. На думку дослідників для культури кланового типу необхідний керівник, патерналістського типу, що має образ заступника, захисника, тобто керівник, орієнтований на персонал, при цьому велика увага приділяється його харизмі. У культурі підприємницького типу оптимальним для керівника є імідж демократичного керівника, орієнтованого на досягнення ринкових цілей. В ієрархічній культурі найбільш прийнятним буде імідж керівника як талановитого менеджера, що є ефективним координатором й організатором.

Вплив іміджу керівника на оточення відбувається за формулою AIDA, де А – привернення уваги; І – пробудження зацікавленості іміджем; D – пробудження потреби здійснити дію; А – здійснення дії.

Схема поетапного управління за допомогою іміджу керівника виглядає таким чином (рис.1):

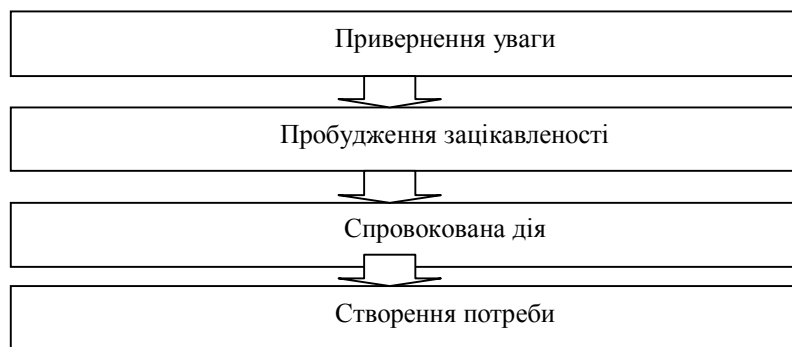


Рис.1. Схема поетапного управління за допомогою іміджу керівника

У діяльності керівника також провідне місце посідає його авторитет, а не суто владні повноваження. Авторитет формується перш за все справами службовими та особистими. Величезне значення має бажання та вміння керівника викликати симпатію в оточуючих, майстерність координування та регулювання складнощів у процесі людських взаємин [6].

Щодо конкретних професійних якостей, які слугують основою для конструювання іміджу керівника слід зупинитись на Я-концепції та її впливі на формування іміджу. Я-концепція – це стійка система уявлень про себе, свою діяльність, на основі якої будується взаємодія з іншими людьми. Позитивна Я-концепція визначається такими чинниками: відчуттям власної значущості, впевненість в тому, що ви імпуєте іншим людям, впевненості у здатності до того чи іншого виду діяльності [7].

Важливе значення для формування іміджу керівника мають інтелектуальні здібності, особливості емоційної, вольової сфер, здатність до емпатії, спостережливості, проникливості. Загалом розвиток особистісних характеристик у процесі іміджування – важлива умова позитивного особистісного зростання, професійної успішності, можливості самореалізації.

Важливим компонентом конструювання іміджу керівника є його самопрезентація. Основною мотивацією самопрезентації є прагнення до розвитку відносин, самоствердження, фахова самопрезентація. Шляхи самопрезентації: стиль одягу, манери, демонстрація ставлення до людей.

У цьому процесі виділяють імідж подачі та імідж сприйняття. Імідж подачі є комплексом параметрів за якими вас оцінює оточення, соціальна група. Імідж сприйняття – це реальні параметри іміджу [8, с. 358].

Вплив очікувань підлеглих (оточуючих) на імідж керівника підтверджує існування так званого «ідеального» іміджу, тобто усередненого уявлення підлеглих щодо образу керівника. Ідеальний імідж не

може бути реалізований на практиці, він служить певним орієнтиром для проектування або удосконалення окремих складових існуючого іміджу управління [9].

Отже, у складі іміджу керівника виділяють декілька груп компонентів [10]:

Таблиця 1

Складові іміджу керівника

Візуальне сприйняття людини	Ступінь фізичної привабливості; ступінь виразності манер і їх привабливість; одяг і аксесуари
Інтелектуальне сприйняття людини	Особистісні характеристики, що проявляються під час комунікації
Статусне сприйняття	Оцінка стратифікаційного статусу особи; посада; професія
Соціальний фон	Стратифікаційні характеристики оточення (належність до соціальної групи; соціальний статус)
Вплив інтер'єру на сприйняття людини	Просторові характеристики; кольорове оформлення

Російські науковці А. Карнишев та К. Жуков пропонують такий механізм конструювання іміджу:

- 1) виявлення очікувань аудиторії, соціальної групи, рис та характеристик, якими повинен оволодіти суб'єкт, який претендує на позитивний імідж;
- 2) конструювання іміджу у відповідь на очікування аудиторії;
- 3) розробка стратегії формування іміджу, плану дій;
- 4) безпосереднє формування іміджу, тобто перетворення дій у практичну площину;
- 5) моніторинг процесу формування іміджу, коригування моделі іміджу, стратегії та результатів [11].

Висновки. Отже, імідж є комплексним поняттям. Процес конструювання іміджу керівника передбачає наполегливу та постійну діяльність індивіда, покликану гармонізувати особистісні якості керівника та зовнішні характеристики особистості у відповідь на очікування соціальної групи та власні самовідчуття. Позитивний імідж керівника слугує засобом неформального впливу, додатковим мотиваційним чинником в системі управління персоналом.

Література

1. Кулініч І. О. Психологія управління : Навч. посіб. / Іван Олексійович Кулініч. – К.: Знання, 2008. – 292 с.
2. Шепель В. Имиджелогия или как нравиться людям / Виктор Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 635 с.
3. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація / Анжеліка Акайомова // Віче. – 2011. – №2. – С. 2–5.
4. Дуднева Ю., Кірьян О. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія / Ю. Дуднева, О. Кірьян – електронний ресурс. – режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_15/statti/14Dydnev.pdf
5. Поведение руководителя: Практ. Пособ. / Автор – составитель Л. Вечер / Лидия Вечер. – Минск: Новое знание, 2000. – 208 с.
6. Обозов Н., Щекин Г. Психология работы с людьми / Н. Обозов. – К.: МАУП, 1994. – 136 с.
7. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління: Навч. посіб. / Т. Дуткевич. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 456 с.
8. Мурашко М. І. менеджмент персоналу: Навч. посібник. / Микола Іванович Мурашко – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. – 435 с.
9. Ананьева С. Е. Формирование имиджа руководителя в государственной службе: автореферат диссертации на соискание научной степени канд. соц. наук. М., 1996. – 21 с.
10. Имидж менеджера : Метод. рекомендации / Сост. Т. Барт. – Ульяновск: УЛГТУ, 2001. – 48 с.
11. Карнышев А., Жуков К. Азбука избирательной кампании / А. Карнышев. – М.: ИМА- ПРЕСС, 2001. – 328 с.