

Зотова Ольга сергеевна, магистрант
ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет»
Костенко Анна Арсеновна, к.псх.н.,
доцент кафедры ССПП
ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет»
Алдакимова Ольга Викторовна, к.п.н.,
доцент кафедры ССПП
ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет»

РОЛЬ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ КОМПАНИИ

Аннотация: в статье мы анализируем понятие имиджа руководителя организации, его формирование и особенности руководителя.

Ключевые слова: имидж, стиль, руководитель, негативный имидж, потенциал, положительный имидж, эмоционально-психологическое воздействие, предпринимательском и партиципативном типах корпоративной культуры.

Zotova Olga Sergeevna, Master's student
FSBEI HE "Armavir State Pedagogical University"
Kostenko Anna Arsenovna, Ph.D.,
Associate Professor of the Department of SSPP
FSBEI HE "Armavir State Pedagogical University"
Olga V. Aldakimova, Ph.D.,
Associate Professor of the Department of SSPP
FSBEI HE "Armavir State Pedagogical University"

The role of the leader's image in the functioning of the company

Resume: in the article we analyze the concept of the image of the head of the organization, its formation and the characteristics of the head.

Key words: image, style, leader, negative image, potential, positive image, emotional and psychological impact, entrepreneurial and participatory types of corporate culture.

Имидж руководителя играет немаловажную роль, ведь он самым прямым образом отражается на имидже компании, которую он возглавляет. Привлекательный имидж увеличивает число партнеров, клиентов, инвесторов, представителей государственных и общественных организаций. Соответственно, негативный имидж «первого лица» создает ситуацию «отталкивания», уменьшения числа субъектов внешнего мира компании.

Таким образом, разработка положительного имиджа оказывает существенное влияние на атмосферу внутри компании. Ведь благоприятный климат в коллективе дает работникам ощущение их идентичности,

сплоченности, позволяет чувствовать себя одной командой, все это способствует стабильности и устойчивости организации во внешней среде. [4]

Недооценка же потенциала имиджа руководителя, в системе формирования корпоративной культуры фирмы, в свою очередь, может привести к появлению конфликтов и разногласий внутри компании, недоверию подчиненных руководству, что существенно может отразиться на позиционировании организации во внешней среде, помешать построению отношений с клиентами, партнерами, органами государственной власти, прессой, и, как следствие, порождению сомнений со стороны последних в компетентности руководства и перспективах развития фирмы в целом.

Руководитель - лицо, которое в силу закона, иных нормативных правовых актов или учредительных документов организации осуществляет управление этой организацией либо выполняет функции ее единоличного исполнительного органа.

Имиджем руководителя называют целенаправленно создаваемый образ, который оказывает определенное эмоционально-психологическое воздействие на окружающих.

По мнению многих исследователей, образ не является отражением самой личности, более того, зачастую он сильно отличается от того, кем человек является на самом деле. Это просто образ, который создается по отношению к конкретному человеку со стороны окружающих. Таким образом, образ - это собирательное понятие, то есть та форма проявления жизни человека, благодаря которой «людям» раскрываются лучшие личностные и деловые качества. Рассмотрим подробнее составные части изображения головы, его функции и виды. [3]

Основная функция имиджа лидера - приведение действий лидера в соответствие с ожиданиями его подчиненных. Также образ лидера выполняет мотивирующую функцию. Это часто проявляется в корпоративной культуре

предпринимательского и коллективного типов, где желание быть похожим на лидера может быть хорошим стимулом для развития подчиненных.

Для лидера любой организации важно создать положительный имидж среди окружающих. Ведь именно от руководителя зависят ключевые решения в деятельности компании, а также то, как организация будет воспринята общественностью.

Специфика деятельности руководителя предполагает его регулярное взаимодействие с подчиненными, партнерами, высшими должностными лицами, решение организационных и управленческих вопросов. И в этих условиях важно, чтобы мнение окружающих о лидере было положительным. Ведь от репутации руководителя во многом зависят результаты деятельности компании. Негативный имидж лидера часто приводит к недоверию потребителей к продукту или услугам организации.

Следовательно, имидж руководителя является одним из основных факторов формирования имиджа организации, и при прочих равных условиях положительный имидж руководителя организации будет являться её конкурентным преимуществом.

Имидж руководителя состоит из компонентов, которые можно разделить на три группы : персональные компоненты, к которым относятся физические, психологические особенности, тип личности, свойства характера, качества личности, индивидуальный стиль принятия решений; социальные компоненты. Руководитель, ориентируясь на определённую целевую аудиторию, должен стараться в то же время заручиться поддержкой как можно большего количества людей, как имеющих прямое отношение к продукции, или услуге организации, так и связанных с ней косвенным образом; профессиональные компоненты, включающие тип руководителя и его статус в коллективе, степень владения профессиональными методами и технологиями управления коллективом, наличие навыков стратегического планирования, организаторских умений, способностей к объективной независимой оценке, прогрессивному развитию.Ас[1,4]

Работа над имиджем - сложный и трудоемкий процесс, который в настоящее время оформился в самостоятельную отрасль - имиджелогия - науку, занимающуюся формированием имиджа.

Работа по созданию имиджа положительно влияет на профессиональную характеристику делового человека. В связи с грамотно выстроенным имиджем и правильной презентации «самого себя» у окружающих возникает желание к сотрудничеству.

Таким образом, привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех. Нельзя не согласиться с мнением Ковальчук А.С., утверждающего, что чем привлекательнее деловой имидж, тем выше профессиональный авторитет и общественная репутация предприятия или фирмы, которую он представляет.

Анализ литературы по формированию имиджа руководителя позволил выделить основные компоненты имиджа:

- Внешняя атрибутика. Общий вид формируется за счет грамотно подобранной одежды, качественной цветовой гаммы, фактуре ткани. Особое внимание уделяет аксессуарам: часам, обуви, деловому портфелю, парфюмерии.

- Вербальный имидж. Умении человека грамотно строить свою речь, риторские навыки.

- Невербальный имидж. Движение тела во время разговора, мимика.

Относительно организации выделяются другие компоненты имиджа:

1. Визуальный имидж. К нему относятся различные детали, наглядно характеризующие организацию: реклама, логотипы, фирменная символика.

2. Социальный имидж определяется успехом самой организации на рынке труда, ее активностью, разнообразием ассортимента и предлагаемых услуг, деловой репутацией.

Имидж руководителя и имидж организации неразрывны связаны между собой. Руководитель является лицом всей организации. По его

внешнему виду, по манере вести себя, по степени выполнения им требований делового этикета судят обо всей организации.

Одним из важных составляющих имиджа руководителя является постановка цели. Прежде всего, необходимо ответить на вопрос: «Зачем? С какой целью?».

Ответ на этот вопрос напрямую зависит от цели - это может быть усиление влияния на подчиненных, улучшения имиджа в целом, достижение успеха в определенной сфере и т.п. Далее руководитель решает, каким путем будет проходить формирование имиджа: самостоятельно или при помощи специалистов. На сегодняшний день очень популярно прибегать к помощи специально обученных людей - имиджмейкеров, которые делают клиента успешным.

Следующий ингредиент успеха - планирование. Достижение цели невозможно без планирования. В план должны быть включены различные мероприятия, направленные на улучшение имиджа, как и другие мероприятия. Эти мероприятия могут быть разного характера: относиться к внешним атрибутам (помощь косметолога, стилиста, парикмахера), а также могут быть направлены на психологические аспекты (курсы, тренинги, посещение психолога).

Важно понимать, что формирование имиджа никак не влияет на изменение личности человека. Имиджология не ставит перед собой цели кардинальных изменений, она призвана научить вас правильно использовать свои сильные и слабые стороны. Изучает закономерности формирования и влияния образа лидера на психику и поведение окружающих.

Осознание собственных достоинств и недостатков - качественное преимущество каждого человека.

Одним из основополагающим фактором является харизматичность руководителя. Эта исключительная черта личности, способность заинтересовать окружающих людей, привлечь их внимание, направить за собой. Харизматичность - это особый талант, залог успеха делового

человека. Однако, обладать одной харизмой для достижения успеха недостаточно. Важной частью образа является самопрезентация - умение грамотно подавать себя и свои качества с лучшей стороны. Самопрезентация включает в себя такие характеристики как коммуникабельность и самообладание. Также очень важно обладать ораторским и эристическим искусством. Красноречие - это первый признак уверенности и твердости характера, который, безусловно, привлекает окружающих.

Важнейшим компонентом в формировании имиджа является технология «facebuildinga», которая приобретает всё большую популярность. Дословно «facebuilding» переводится как «строительство лица», т.е. владение мимикой. Существует две разновидности «facebuildinga». Первая формируется визажистами, создающими лицевою выразительность при помощи косметических средств. Вторая формируется при помощи мимических приемов - владения лицом, использования лицевых масок. Технология «facebuildinga» помогает реализовывать естественные возможности лицевой выразительности, уделяя особое внимание улыбке и взгляду.

На формирование имиджа в различной степени оказывают влияние все составляющие групп характеристик. Квалифицированный руководитель представляет собой совокупность особенностей, соотношение которых создает его индивидуальный портрет.

Наиболее ценными составляющими имиджа руководителя являются: успешность в работе; способность идти на оправданный риск; лидерский тип руководства; преданность делу, целеустремленность; умение выслушивать мнение подчиненных, предоставление им возможности проявить себя; пунктуальность, выдержанность, надежность, способность критиковать, не унижая достоинства подчиненных; способность предвидеть последствия принимаемых решений; честность, неподкупность, тактичность.

Таким образом, имидж руководителя является одной из важных составляющих имиджа самого учреждения в целом. Человек с позитивным

имиджем располагает к себе партнеров, привлекая этим их внимание к содержанию предложений, с которыми он к ним обращается.

Имидж играет важнейшую роль в профессиональной деятельности самого руководителя, но также существенное влияние оказывает и на развитие подчиненных и всей окружающей среды. Особое внимание в имидже личности руководителя следует отметить его внешний вид и развитые коммуникативные навыки (речь и умение взаимодействовать с подчиненными) в соответствии с ситуациями и решаемыми задачами.

Подходы к формированию имиджа существенно не отличаются друг от друга, лишь для категории руководителей добавляются требования к стилю управления и системе планирования и контроля, акцентируется внимание на взаимоотношениях. Недостаточно диагностического инструментария (опросников, тестов и пр.).

В вопросах формирования имиджа целесообразно формулировать более узкие цели, так как понятие «имидж» широкое и анализируется с точки зрения психологии личности, социальной психологии и психологии общения, в том числе и профессионального; анализировать коммуникативные, интерактивные и перцептивные составляющие процесса общения и взаимодействия.

Список используемой литературы:

1. Асаул А.Н. Культура организации: проблемы формирования и управления / А.Н. Асаул, М.А. Асаул, П.Ю. Ерофеев, М.П. Ерофеев. - СПб.: Гуманистика, 2006. - 198 с.
2. Бурков В.Н. Введение в теорию управления организационными системами / В.Н. Бурков, Н.А. Коргин, Д.А. Новиков. - М.: Либроком, 2009. - 264 с.
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 208 с.
4. Имидж руководителя [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2976875/> (дата обращения: 29.11.2018).
5. Максимцов М.М. Менеджмент: Учебник для вузов- 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2012. - 359 с.