

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В БІЗНЕСІ

Соціально-економічні та суспільно-політичні умови розвитку нашої держави зумовлюють попит на сильних керівників з високими моральними та інтелектуальними якостями, які мають розвинені управлінські здібності та вміння. Нагальною потребою сучасності стає всебічне вивчення умов, чинників і детермінант розвитку особистості як суб'єкта управління. Керівник, чия особистість відіграє визначальну роль у діяльності компанії, використовує різноманітні управлінські ресурси, які є основою ефективного функціонування організації. Однією із складових успішного управління організацією є особистісний імідж керівника – пріоритетний підхід для підвищення якості та ефективності управлінської діяльності.

Позитивний імідж керівника – це прояв його інтелекту та ввічливості. Загалом про ставлення керівника організації до іміджології можна судити про його моральну відповідальність як професійного керівника, діловий успіх якого безпосередньо пов'язаний з підтримкою та щирою повагою до тих, з ким він розділяє перемоги та поразки у спільній роботі.

Тому доцільно вивчити конкретну роль і місце іміджу керівника в управлінні сучасною організацією, зокрема, якими якостями, особливостями, навичками повинен володіти керівник, щоб вміло та у повній мірі використовувати кожного співробітника, що забезпечить гнучку реакцію на зовнішнє середовище та успішне керування колективом.

Імідж – це образ, який формується у свідомості людини і є невід'ємною частиною бізнесу будь-якої компанії та її керівника. Імідж керівника має багато компонентів, без яких неможливе його позитивне формування і які стосуються сфер його діяльності та особистості: 1) особистісний компонент - якості характеру, особистості, фізичні здібності; 2) соціальний компонент – освіта, стиль життя,

система цінностей, соціальний статус; 3) професійний компонент - тип керівника за стилем мислення, поведінки, його статусом у колективі; ступінь володіння методами і технологіями управління командою; наявність навичок стратегічного планування; організаційні навички; здатність до незалежної оцінки, до професійного зростання.

Інноваційність, оригінальність, креативність, швидка реакція на зміни, рішучість і динамізм у власних діях і думках тощо – ось що наразі потребує сучасна організація задля успішної діяльності [1, с.154].

Імідж являє собою складний багатофакторний соціально-психологічний феномен, образ, який проектується у зовнішньому світі та відображає особистість керівника, його трудову етику, спосіб життя, систему переконань і основні цінності.

З позицій управлінської іміджології управлінський імідж включає такі компоненти: особистісні характеристики керівника (тип особистості, психофізіологічні особливості, спосіб прийняття рішень тощо); соціальні характеристики лідера (статус лідера, модель рольової поведінки, норми та цінності, яких дотримується лідер тощо); символічне значення лідера, коли він стає символом певної ідеології, певної лінії дій.

Грунтуючись на вищезазначеному, припускаємо, що імідж керівника потенційно впливає на діяльність колективу, спонукає підлеглих до адекватних моделей поведінки, містить інформацію про дії керівника і позначається на процесі обміну інформацією, тим самим підвищує ефективність управління і є значущою умовою для успішної діяльності організації. Імідж керівника впливає на загальний корпоративний імідж.

Завдяки організуючому принципу в побудові управлінських відносин імідж керівника впливає на процес обміну інформацією, сприяє усуненню нестачі інформації, необхідної для прийняття рішень, тим самим підвищуючи ефективність управління [2, с.81].

Необхідно виділити дві групи іміджевих функцій: ціннісні та технологічні. Ціннісні функції іміджу орієнтовані на створення підйомної сили особистості, завдяки якій вона спілкується з людьми і досягає успіху в житті. [3, с.22].

До технологічних функцій належить соціальна адаптація, тобто швидке входження в конкретне соціальне середовище, розташування людей, встановлення та зміцнення з ними дружніх контактів. Чим помітніші в образі лідера його оригінальні характеристики, що сприяють стійкому соціальному та діловому успіху, тим колоритнішим є його особистість, яка заслуговує на особливу увагу [4].

Імідж керівника є невід'ємною частиною іміджу організації і безпосередньо впливає на ефективність її діяльності. Сучасний менеджер повинен розуміти важливість власного іміджу та його зв'язок з діяльністю організації. Тому необхідно вміти створювати і підтримувати позитивний імідж, адже лідерський імідж є умовою стабільного і довгострокового успіху бізнесу.

Цінність позитивного іміджу полягає ще й у тому, що він дає змогу збільшити різницю між собівартістю товару та продажною ціною, тобто імідж створює певну додаткову цінність для споживачів, оскільки звертається до особистості, їхньої емоційні та соціальні потреби. Тому позитивний імідж організації створює додаткову вартість, що дозволяє їй отримати перевагу над конкурентами. [5]

Позитивний імідж організації забезпечує прихильне ставлення населення в кризових ситуаціях. Дотримання стандартів соціальної відповідальності робить зовнішнє середовище більш сприятливим для організації. Таким чином, в сучасних умовах імідж організації, який створює додаткову цінність для суб'єктів взаємодії, стає одним із найважливіших елементів конкурентної переваги, що може забезпечити досягнення стратегічних цілей організації в довгостроковій перспективі. [5]

Зрозуміло, що ця складова конкурентної переваги потребує грамотного управління. Всі елементи іміджу, які впливають на сприйняття людей протягом тривалого часу, повинні бути застосовані самою організацією, а якщо ні, то відсутній елемент буде замінений масовою свідомістю людей за певними стереотипами, що може сформувати перешкоди для подальшої роботи над створенням гарного іміджу. Ефективне управління іміджем організації дозволяє впливати на хід реальних подій і сприяє досягненню довгострокових цілей організації.

Таким чином, імідж керівника є критерієм оцінки ефективності управлінської діяльності, важливою частиною іміджу організації та є базою для створення конкурентної переваги організації. Наразі інвестори вкладають не в ідеї, а в людей, тому привабливий особистісний імідж керівника і довіра до нього цільової аудиторії підвищить ймовірність залучення капіталу і стане запорукою створення успішного конкурентоспроможного бренду на сучасному ринку.

Література

1. Браєвська А. І. Формування успішного іміджу керівника в дистанційних умовах роботи. Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут". 2021. № 18. С.152-158.
2. Кузьменко Ю.В. Психологічні підходи до проблеми створення позитивного іміджу керівника педагогічного колективу. Вісник Національного університету оборони України. 2021. 4 (62). С.79-84.
3. Jager Jen. Business protocol: a strategy for personal success. Alpina Business Books, 2021. 344 p.
4. Воробйова Є.В. Формування іміджу сучасного менеджера. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків. 2021 URL:
<http://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2012/S20/%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%86%D0%9C%D0%86%D0%94%D0%96%D0%A3%20%D0%A1%D0%A3%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%95%D0%A0%D0%A3.pdf>.
5. Никифорова В., Кравченко В. Роль іміджу в створенні конкурентних переваг підприємства. Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. 2017. № 4. С. 69-83.