

ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ: ОСНОВНЫЕ СЛАГАЕМЫЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

В. А. Филиппова (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *С. Н. Лихачева*

канд. соц. наук, доцент

Имидж – это социальный образ, который является отражением профессионально значимых характеристик его личности [1].

Личность профессионального руководителя представляет собой набор особенностей, совокупность которых создает ее индивидуальный портрет. Опросы в различных организациях показывают, что их работники не хотят или же не могут отделить внешние характеристики начальников от их внутренних особенностей.

По данным опроса можно сказать, что наиболее успешные составляющие имиджа руководителя предприятия (организации), характеризующие его сущность и важность, будут следующие: успех в работе; смелость, готовность принимать ответственность на себя; лидерский тип управления, преданность делу своему, целеустремленность; предоставление работникам возможности проявить себя, способность работать с ними в режиме партнерства; умение объективно оценивать работников; знание личных потребностей работников и т.д.

Одной из главных функций имиджа является приведение действий руководителя в соответствие с ожиданиями подчиненных. Имидж обладает и мотивирующей функцией. Чаще всего эта функция реализуется в предпринимательском типе корпоративной культуры, где стремление быть похожим на лидера может стать хорошим стимулом для развития подчиненных. Можно выделить такие составляющие имиджа руководителя организации: 1) персональные характеристики: психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений и т.д.; 2) социальные характеристики: статус руководителя организации; 3) личная миссия руководителя: своего рода конституция, выражающая стратегическое видение руководителя; 4) ценностные ориентации руководителя: наиболее важные предположения, принимаемые руководителем организации и оказывающие воздействие на организационную культуру организации. Хороший руководитель должен уметь демонстрировать свою заинтересованность в работе перед сотрудниками. Чрезвычайно важное место в процессе «строительства» имиджа занимает речь. Любой руководитель должен уметь грамотно излагать свои мысли.

Литература

1. Бовыкин, В. И. Новый менеджмент: (управление предприятием на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления) / В. И. Бовыкин. – М. : ОАО «Издательство «Экономика». – 2007. – 368 с.