

- покладення на нього більш складних задач, проєктів;
- забезпечення йому кращих умов, покращення робочого місця тощо;
- надання працівникам знижок на продукцію, яку випускає підприємство;
- надання кредиту на придбання житла, авто тощо [5].

Таким чином, у сучасних умовах рівень мотивації сільськогосподарської праці порівняно з провідними країнами світу знаходиться не на найвищому рівні. Керівники дотепер використовують традиційні методи стимулювання праці, які не відповідають вимогам ринкової економіки. На нашу думку, основним завданням для сільськогосподарських підприємств на сьогодні залишається формування цілісного механізму правильного застосування матеріальних та нематеріальних форм мотивації, їх пристосування до особливостей кожного окремого працівника. Адже тільки комплексне та правильне застосування усього спектра мотиваційних методів може забезпечити максимальне підвищення продуктивності сільськогосподарської праці.

Література.

1. Дудко В.Н. Мотивация персонала как одна из формул успеха современных компаний / В.Н. Дудко, Р.К. Шайдуллоев // Вісник Хмельницького національного університету. — Сер.: Економічні науки. — Хмельницький, 2008. — № 2. — Т. 1. — С. 124—126.
2. Комарова Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы / Н. Комарова // Человек и труд. — 1997. — № 10. — С. 90—92.
3. Колот А.М. Мотивация персонала: підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 345 с.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Вид. 2ге, [випр., доп.]. — К.: Видво "Академвидав", 2007. — 464 с.
5. Линдюк А.О. Сучасні проблеми мотивації сільськогосподарської праці / А.О. Линдюк, А.В. Нестерович // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка та менеджмент". — 2009. — Вип. 4 (35). — С. 20—26.



ІМІДЖ ТОП – МЕНЕДЖЕРА

**Курган В.О., Харківський національний технічний університет сільського господарства
ім. П. Василенка**

Науковий керівник – старший викладач Голованова Г.Є.

Імідж - це мистецтво управляти враженням.

Е. Гофман

Сучасний розвиток нашої держави характеризується функціонуванням різних організацій, діяльність яких визначається професіоналізмом топ-менеджера (керівника). Саме від рішення топ-менеджера залежить діяльність і процвітання всієї організації, тому кожний успішний топ-менеджер формує свій імідж, який дозволяє покращити репутацію організації та самого керівника.

Імідж топ-менеджера – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним в організації і очікуванням, які вимагаються від ідеального лідера[1].

Імідж керівника багато в чому залежить від того, як сприймають його ділові партнери, підлегалі, конкуренти. Тому, топ-менеджер великої компанії, повинен чітко визначати цілі, бути готовим до активного спілкування, бути переконливим і ефективним в діях. Від іміджу та репутації керівника безпосередньо залежить імідж самої компанії, що в свою чергу позначається на її фінансовому становищі.

Імідж топ-менеджера може бути позитивним, негативним і нечітким (завуальованим). Топ-менеджер будь-якої організації, як правило, прагне до створення позитивного особистого іміджу, негативний спосіб є винятком з правила, так як в даному випадку клієнт буде сумніватися, чи варто віддавати свої гроші за товар або послугу, вироблені компанією, керівник якої має

негативний імідж. За інших рівних умов позитивний імідж топ-менеджера організації буде її конкурентною перевагою[2].

Для досягнення позитивного іміджу сучасний топ-менеджер повинен відповідати таким якостям:

- по-перше, – повинен виробити свій власний стиль. Його зовнішній вигляд повинен стати візитною карткою в діловому світі. Так як зовнішній вигляд топ-менеджера несе інформацію про його ділові та особисті якості партнерам і роботодавцям.

- по-друге, щоб підлеглі йшли за своїм лідером, він повинен розуміти своїх послідовників, а вони – розуміти навколишній світ і ситуацію, в якій опинилися. Оскільки і люди і ситуації постійно змінюються, топ-менеджер повинен бути достатньо “гнучким”, щоб пристосуватися до безперервних змін. Розуміння ситуації і знання того, як управляти людськими ресурсами - найважливіші компоненти ефективного керівництва [3].

- по-третє, вміння гарно говорити – “велике мистецтво”, яке потребує мобілізації мислення, пам’яті, великого словарного запасу, всієї духовної сфери та психологічної врівноваженості. Саме голос під час ділових контактів важливий так само, як зовнішність і манери поведінки. Це той інструмент, за допомогою якого доноситься повідомлення до клієнтів або ділових партнерів.

- по-четверте, вміння використовувати прийоми і техніку поведінки, які забезпечують найбільший успіх. До них відносяться: вміння створювати сприятливий психологічний клімат ділової бесіди або комерційних переговорів, аргументувати свої висловлювання, спростовувати докази опонента та вміння його вислуховувати [4].

В успішний імідж сучасного топ-менеджера входять: цілеспрямованість і відданість своїй справі; виражені лідерські якості; готовність ризикувати; сміливість у прийнятті рішень; вміння взяти відповідальність на себе; уміння делегувати повноваження та розподіляти обов’язки; націленість на позитивний результат; висока працездатність [5].

Для іміджу топ-менеджера важливо, як до нього ставляться оточуючі. Зважаючи на свої службові обов’язки топ-менеджер повинен вміння переконувати, захоплювати колектив тому дуже важливо навчитися знаходити потрібний тон в діловому спілкуванні, опанувати умінням віддавати розпорядження. Одне з основних комунікаційних умінь керівника – вміння конструктивно критикувати своїх колег і підлеглих, формуючи сприятливу психологічну атмосферу в колективі.

Розуміння основ формування іміджу та його вдосконалення дозволяє топ-менеджеру успішно здійснювати необхідну в управлінській діяльності стратегію поведінки, реалізовуватися і розвиватися як особистість в умовах професійної діяльності. Саме зовнішній вигляд, манера триматись на публіці, вміння встановлювати контакт, почуття впевненості і комфорту – це складові необхідного іміджу ділової людини. І чим привабливішим складається цей образ, тим вищим буде професіональний авторитет топ-менеджера і репутація фірми, яку він представляє.

Література.

1. Колоскова М. А. Внутренний имидж руководителя компании // Персонал Микс – 2001. – № 6.
2. Еропкин А.А. Имидж руководителя : // Эксмо, 2009. – 206 с.
3. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера: навч. посібник. // Л.І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
4. Дуднева Ю.Е. Імідж керівника як управлінська та соціально - психологічна категорія / Ю.Е.Дуднева, О.І. Кір’ян // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – №15. – 2012. – С .
5. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.

