

Лариса Осадча,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри психолого-педагогічних дисциплін Уманського НУС,
м. Умань, Україна,
mega.osadcha@ukr.net

Необхідність соціально-психологічних досліджень іміджу на сучасному етапі розвитку психологічної науки обумовлена сутнісними протиріччями між соціальною практикою створення і використання іміджів у різних сферах соціального життя. Новому поколінню керівників необхідно мати своє «обличчя», запам'ятовуватися людям, а отже мати власний привабливий імідж. Метою нашої статті стало висвітлення результатів дослідження психологічного іміджу менеджера аграрного підприємства. Проаналізовано поняття «імідж» з психологічної точки зору; визначено, яке місце займає імідж в професійній діяльності менеджера аграрного підприємства; визначено найважливіші психологічні складові іміджу сучасного менеджера аграрного підприємства; розкрито психологічний зміст виявлених компонентів в формуванні іміджу менеджера аграрного підприємства, створено практичну модель психологічного іміджу ідеального менеджера аграрного підприємства. Зроблено психологічний висновок про існування гендерних відмінностей щодо розуміння психологічного іміджу сучасного менеджера аграрного підприємства. Проведене дослідження яскраво демонструє потребу на кожному етапі розвитку організації в різних менеджерах, які мають різні особливості характеру. Тому, формуючи власний імідж, менеджер повинен пам'ятати, що він формує імідж організації в цілому.

Ключові слова; *психологічний імідж, менеджер аграрного підприємства, структура психологічного іміджу, модель психологічного іміджу, знання, уміння, навички, особистісні риси.*

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖРА АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Необхідність соціально-психологічних досліджень іміджу на сучасному етапі розвитку психологічної науки обумовлена сутнісними протиріччями між соціальною практикою створення і використання іміджів у різних сферах соціального життя. Конкуренція в економічних колах та на політичній арені підвищує комплекс вимог, що стосуються менеджера й вимагає аналізу його особистості. Це зумовлює необхідність безустанного удосконалення стилю і методів їхньої роботи, використання всіх сучасних можливостей для покращення результатів діяльності. Серед цих засобів важливе місце займає імідж організації та безпосередньо її менеджера.

Нове покоління керівників повинно бути здатним творчо розв'язувати завдання, поставлені ринковими умовами діяльності. Сьогодні менеджерам необхідно мати своє «обличчя», запам'ятовуватися людям, а отже мати власний привабливий імідж. Така особливість ролі керівника, менеджера закономірно приводить до необхідності вивчення психологічних факторів утворення його образу (іміджу.) Імідж привертає увагу саме тому, що не є чисто психологічною категорією, а знаходиться на перехресті інтересів психолога, стиліста, дизайнера та фахівця з паблік релейшн.

Ми вважаємо, що імідж є важливою складовою частиною професіоналізму менеджера, чинником успіху професіонала, що впливає на сприйняття та довіру до нього з боку інших людей, і саме тому обрали його як об'єкт дослідження.

Мета та завдання

Об'єкт дослідження – професійний імідж менеджера аграрного підприємства. *Предмет дослідження* – психологічні складові професійного іміджу менеджера аграрного підприємства. Завдання дослідження:

- 1) визначити, що таке імідж з психологічної точки зору;
- 2) визначити, яке місце займає імідж в професійній діяльності менеджера аграрного підприємства;
- 3) визначити найважливіші психологічні складові іміджу сучасного менеджера аграрного підприємства;

4) розкрити психологічний зміст виявлених компонентів в формуванні іміджу менеджера аграрного підприємства.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використано комплекс теоретичних та емпіричних методів дослідження. Теоретичні методи – аналіз, синтез, порівняння, систематизація та узагальнення теоретичних та емпіричних результатів дослідження. Емпіричні - включали застосування авторської анкети, яка висвітлювала питання психологічних складових іміджу сучасного менеджера аграрного підприємства. Також використовувалися математико-статистичні методи .

У дослідженні взяли участь 115 осіб (студенти-магістри Уманського НУС(60 осіб), викладачі- експерти(15 осіб), менеджери аграрних підприємств(40 осіб), які були розподілені на три групи за професійним і віковим принципом і на дві групи за статевим принципом, серед яких представників чоловічої статі – 40 осіб, жіночої статі–75 осіб. Процедура дослідження включала заповнення авторської анкети респондентами, а отримані показники були піддані кількісному та якісному аналізу. Для порівняння моделі іміджу ідеального менеджера аграрного підприємства серед чоловіків і жінок був використаний критерій Р.А. Фішера (Сидоренко,2003). Критерій оцінює достовірність різниці між процентними долями двох вибірок.

Результати теоретичного дослідження. Слово «імідж» походить від англійського поняття «уявлення», «образ». Під іміджем в загальноприйнятому сенсі розуміється враження, вироблене конкретною людиною або компанією, організацією на навколишніх (Кулініч І.О., 2008).

Еволюція поняття «імідж» відбувалася упродовж тривалого історичного періоду і питання іміджу було об'єктом дослідження різних галузей науки. Досить часто у працях філософів трапляється визначення іміджу через термін «харизма». Слово «харизма» прийшло з давньогрецької мови і означає «притягувати до себе увагу». Пізніше термін «харизма» був використаний М. Вебером і, на думку Н. Корабльової, запозичений з ранньохристиянської літератури, де він означав «богонатхненність». Цим терміном сучасна соціологія та політологія позначають своєрідну рольову дію, «що властива особі, здатній піднятися над іншими, виділитись із середовища «пересічних» людей. Харизматичний

лідер наділяється надлюдськими та надзвичайними видатними здібностями вести за собою, підпорядковувати собі інших» (Браун Л., 2001).

Найчастіше під поняттям «імідж» ми маємо на увазі зовнішній вигляд, образ. Цей термін може поширюватися на велику кількість об'єктів і явищ, які так чи інакше сприймаються людьми і залишають свій слід в їх свідомості. Це можуть бути окремі особи, деякі соціальні групи, організації, товари широкого споживання, торгові марки та ін. (Дуткевич Т.В., 2005). Що стосується особистості менеджера компанії, то це поняття можна визначити наступним чином: імідж – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним в цільовій групі, і очікуванням, які висуваються членами групи до керівника (Панфилова А.П., 2007). Імідж менеджера є одним з елементів іміджу організації. Формування іміджу менеджера як члена організації та іміджу організації відбувається завдяки використанню психологічних механізмів взаємин індивіда і групи: наскільки менеджер, ідентифікуючи себе з організацією, стає елементом системи «Ми — організація», настільки її імідж відповідає іміджу організації, і навпаки. Тому імідж менеджерів організації не менш важливий, ніж імідж організації в цілому. І хоча один без одного вони не існують, безпосереднього зв'язку між ними немає (у непопулярній партії можливий популярний лідер, і навпаки). Ідеальним є збіг обох типів іміджів.

Імідж повинен відповідати визначеним характеристикам організаційної культури та виконувати наступні функції (Бандурка А.М., 2006):

- 1) приведення дій менеджера у відповідність з очікуваннями підлеглих;
- 2) мотивуюча функція – прагнення бути схожим на лідера може стати стимулом для розвитку підлеглих;
- 3) нормативна функція – менеджер задає норми взаємодії в організації.

Відповідно до цього складена структура іміджу менеджера (Бандурка А.М., 2007):

зовнішність:

- зовнішній вид (зачіска, одяг, аксесуари тощо);
- кінестетичний імідж (ходьба, положення тіла, жести);

стиль поведінки:

– спрямованість особистості і позиції по відношенню до оточуючих (мотиви, здібності, установки, ціннісні орієнтації).

– мовні особливості (вербальна та невербальна поведінка);

– предметний імідж (обстановка в кабінеті, автомобіль);

– спосіб самовіддачі (важливість для керівника його роботи та людей, які його оточують, ентузіазм).

стиль керівництва (демократичний, авторитарний або ліберальний).

Можна додати також інші компоненти іміджу менеджера:

– соціально-демографічні характеристики – стать, вік, рівень освіти, життєвий цикл сім'ї тощо;

– вчинки – форма поведінки людини у визначеній ситуації, саме вони слугують основою для виділення рис особистості.

Таким чином, імідж менеджера має бути достатньо привабливим, оскільки від рівня його сформованості залежить професійний успіх цієї особистості. Саме тому необхідно спеціалістам будь-якого фаху, в тому числі керівникам, наполегливо працювати над його створенням.

Зарубіжні іміджмейкери вважають, що значний вплив на формування іміджу менеджера також мають параметри не основної діяльності, а саме етапи професійної кар'єри, активність особистості поза роботою (хобі, спорт), інтереси тощо (Акаймова А., 2011).

Імідж менеджера може бути зовнішнім і внутрішнім. Зовнішній імідж – це те, як перша особа компанії сприймається суспільством в цілому і групами людей, чії інтереси, так чи інакше, перетинаються з інтересами організації. Він безпосередньо пов'язаний з тим, наскільки компанії довіряють і хочуть з нею співпрацювати, адже наш мозок ідентифікує всю організацію з її керівником.

Внутрішній імідж ґрунтується на взаємовідносинах між менеджером і його підлеглими або, кажучи іншими словами, як персонал сприймає керівника. Внутрішній імідж менеджера нерідко відрізняється від зовнішнього, адже не про все стає відомо за межами компанії (Кулініч І.О., 2008).

Таким чином, підсумовуючи аналіз літературних джерел, ми описали теоретичну модель психологічного іміджу сучасного менеджера.

Результати емпіричного дослідження. Цікаві результати принесло дослідження серед студентів, викладачів Уманського НУС та менеджерів аграрних підприємств теми психологічного іміджу сучасного менеджера. На першому етапі дослідження нами була розроблена авторська анкета з метою вивчення основних складових психологічного іміджу сучасного менеджера аграрного підприємства. Респондентам було запропоновано відповісти на відкриті запитання «Якими знаннями, вміннями, навичками, особистісними рисами повинен володіти сучасний менеджер аграрного підприємства?». Дана анкета спочатку була запропонована експертам (найбільш досвідченим доцентам Уманського НУС, які мають досвід практичної роботи в аграрних підприємствах), а також використаний системний підхід до вивчення даної проблеми (студенти – менеджери аграрних підприємств) для уточнення і порівняння отриманих даних і побудови практичної моделі психологічного іміджу менеджера аграрного підприємства.

На *другому етапі* відповіді, отримані на «відкриті» питання вищезгаданими респондентами, були оброблені за допомогою методу контент-аналізу. Даний метод використовується в психології для уточнення і обробки даних, отриманих іншими методами. В результаті обробки відповідей визначилися конкретні складові знань, умінь і навичок, а також особистісних рис, які складають психологічний портрет «ідеального менеджера» аграрного підприємства.

Так експерти (15 осіб) визначили, що існує певна система знань, необхідних для здійснення успішного управління. Ці знання можна поділити на дві групи: *загальні та психологічні*. У кожному групі входять знання, які пов'язані з управлінською діяльністю, як такою, а також знання, які мають відношення до об'єкту управління, пов'язані зі специфікою управління в аграрних підприємствах (Осадча Л.А, 2005).

До *загальних знань* відносять такі блоки дисциплін:

- основи загальнотеоретичних дисциплін в обсязі, необхідному для успішного опанування методами економічного і систематичного аналізу у сфері менеджменту;
- дисципліни загальноекономічного циклу і спеціальні дисципліни, що розглядають закономірності, особливості, сучасний стан і основні тенденції розвитку економіки;

- стан і розвиток сучасної менеджерської діяльності на внутрішньому і світовому ринку;
- стан і розвиток ринку трудових ресурсів;
- тенденції і перспективи розвитку підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм;
- напрямки інноваційної та інвестиційної;
- особливості управління підприємствами різних організаційно-правових видів та форм власності;
- стратегічні цілі та тактичні прийоми функціонування підприємств;
- основні напрямки маркетингових досліджень ринку;
- специфіку проведення посередницьких операцій при здійсненні комерційної діяльності;
- методику визначення економічної ефективності управлінської діяльності підприємства;
- бути всебічно розвиненою людиною;
- знати закони розвитку природи і суспільства, технологічні процеси сільськогосподарського виробництва;
- володіти інформацією про події внутрішнього і зовнішнього життя країни;
- теорії організації, загальних функцій та методів менеджменту;
- дослідження ринків споживачів, прогнозування товарної політики;
- формування попиту та стимулювання збуту;
- фінансової політики, грошового обігу, кредиту;
- питань соціальної відповідальності за ринкову діяльність підприємства;
- добре знати специфіку свого господарства і напрямки виробничої діяльності аграрного формування.

Крім фундаментальних та загальнотеоретичних знань у обов'язі, необхідному для вирішення завдань управління, економічних знань, менеджер аграрного підприємства мусить мати *спеціальні знання* з:

- питань прийняття управлінського рішення та його інформаційного забезпечення;
- керівництва та лідерства, групової динаміки;

- психології та етики ділового спілкування;
- питань управління підприємством та його ефективності;
- управління персоналом;
- рекламної та зовнішньоекономічної діяльності;
- бухгалтерського обліку;
- психологічні особливості спілкування і взаємодію в різних колективах;
- психологічні особливості конкретного колективу, з яким працює керівник, і кожного підлеглого.

Також експерти відзначили, що важливе значення в формуванні психологічного іміджу відіграє комплекс умінь та навичок, які забезпечують успішність здійснення управління (Карамушка Л.М, 2004). Відповідно до основних елементів управління, виділяють такі вміння та навички:

- діагностико-прогностичні;
- організаційно-регулятивні;
- контрольні-корегуючі.

Діагностико-прогностичні включають такі вміння та навички: визначити цілі своєї діяльності (стратегічні і тактичні), прогнозувати діяльність, визначати специфіку та основні завдання підприємства, висувати нові ідеї та впроваджувати їх у життя, розробляти та проводити стратегічну та тактичну політику організацій у конкурентному середовищі, впроваджувати ефективні технології виробництва та обслуговування, оцінювати виробничо-економічний потенціал організацій, планувати та прогнозувати діяльність організації чи підрозділу, розраховувати обсяги діяльності та динаміку розвитку, оцінювати дані статистичної звітності та бухгалтерського обліку по основних господарських операціях, проводити зовнішньоекономічну діяльність, вміти самому заробляти кошти на господарство і економно їх витратити, залучати в господарство інвестиції, володіти ситуацією за будь-яких обставин, вміти правильно визначити необхідність ризику підприємницької діяльності.

До *організаційно-регулятивних* умінь та навичок належать:

- вміння підбирати та розставляти кадри;
- організовувати колектив на виконання завдань;

- самостійно приймати доцільні управлінські рішення;
- вести фінансово-господарську діяльність та створювати матеріально-технічну базу господарства;
- оцінювати ситуацію, визначати черговість завдань, розраховувати термін їх виконання;
- своєчасно приймати аргументовані рішення, узгоджуючи свої задуми з реальними умовами і забезпечувати їх виконання;
- направляти, координувати та контролювати діяльність підлеглих;
- раціонально розподіляти роботу між співробітниками, інструктувати їх, забезпечувати їхню взаємодію;
- вміння йти на виправданий ризик в умовах невизначеності, обмеженості та нестачі часу;
- активно використовувати для досягнення мети зовнішні фактори та зміну обставин;
- створювати оптимальні комбінації ресурсів, які є у розпорядженні, узгодження використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів;
- вміння делегувати повноваження, добирати виконавців, розподіляти обов'язки;
- організовувати маркетингові дослідження, аналізувати стан та динаміку попиту, вести рекламну і консультаційну роботу;
- володіти навичками пошуку, збирання і використання інформації, користування інформаційними технологіями менеджменту, економіко-математичними моделями та методами;
- на практиці використовувати навички раціональної організації управлінської праці;
- використовувати методи наукової організації праці, ефективні системи мотивації та оплати праці;
- оцінювати виробничо-економічний потенціал організації, розраховувати обсяги діяльності та динаміку розвитку;
- формувати організаційну культуру бізнесу на підприємстві;
- забезпечувати соціальний захист працівників;
- працювати з банками та іншими кредитно-фінансовими установами;

- вільно володіти державною та однією з іноземних мов, а також уміти користуватися однією зі слов'янських мов у своїй професійній діяльності;

Група *контрольно-корегуючих* умінь та навичок включає вміння:

- організовувати, планувати та здійснювати поточний контроль та координацію діяльності;

- контролювати додержання правил технології виробництва та обслуговування, охорони праці та техніки безпеки, захисту навколишнього середовища;

- здійснювати управління інноваційними процесами, спонукати працівників до творчої діяльності, підтримувати нові ідеї;

- контролювати основні види розрахунків;

- домагатися реальної персональної відповідальності кожного за виконання дорученої справи;

- підтримувати дисципліну виконання, створювати ефективну систему контролю за результатами діяльності;

- вміти давати розпорядження, запевняти, доводити, добиватися кінцевих результатів.

Проте, крім названих груп умінь та навичок, менеджер повинен володіти ще і *психолого-управлінськими* уміньми та навичками, які пов'язані з психологічним забезпеченням управлінського процесу. Ця група включає:

- уміньня ефективного спілкування з працівниками, вибираючи, залежно від ситуації, необхідний стиль спілкування;

- забезпечення співробітництва між адміністрацією та працівниками;

- створення сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі;

- вирішення конфліктних ситуацій в колективі та здійснення профілактики конфліктів;

- запровадження індивідуальних вимог до підлеглих;

- уміньня вислухати робітників і прийняти вірне рішення.

Але кожен менеджер повинен мати уміньня і навички, спрямовані на самого себе. Це такі як: уміньня критично аналізувати свою діяльність, володіти собою в будь-якій ситуації,

забезпечувати власне психічне здоров'я, забезпечувати розвиток власної професійної майстерності и підбору управлінської команди;

Характеризуючи особистісні риси, які складають психологічний портрет «ідеального менеджера» аграрного підприємства, експерти відзначили, що існує система особистісних характеристик керівника, які впливають на діяльність і забезпечують результативність управлінської діяльності. Це такі риси:

1) *Риси, які пов'язані зі ставленням до предмету діяльності:* організаторські здібності (вміння працювати з людьми, вміння налагоджувати ділові стосунки, вміння підбирати кадри, вміння організовувати виробництво та людей, вміння розуміти людські проблеми), ерудиція, підприємливість, діловитість, готовність до розумного ризику, зацікавленість у результатах діяльності свого підприємства, твердість у прийнятті рішень, самовіддача.

2) *Риси, пов'язані зі ставленням до виконання діяльності:* професійна компетентність, відповідальність за доручену справу, об'єктивність, пунктуальність, відданість роботі, вимогливість до інших, організованість, далекосяжність зв'язків з районними і обласними працівниками, обов'язковість, єдність слова і діла.

3) *Риси, пов'язані зі ставленням до учасників діяльності:* ввічливість, стриманість, порядність, оптимізм, справедливість, чесність, дипломатичність, розсудливість, терплячість, комунікабельність, принциповість, людяність, тактовність, доброзичливість, дотримання раніше даних обіцянок.

4) *Риси, пов'язані зі ставленням до самого себе:* наполегливість, стійкість інтересів, рішучість, твердість думки, вимогливість до себе, харизматичність, високий рівень культури, самодисципліна, ораторські і риторичні здібності, впевненість у собі, професійне самовдосконалення, „горіння на роботі”, в деякій мірі зазнайство, інтелектуальні здібності (глибина розуму, гнучкість та рухливість розуму, доказовість і практичність розуму, логічність, системне мислення), цілеспрямованість, ініціативність, сміливість, стресостійкість, інтуїція.

Також успішність іміджу менеджера аграрного підприємства, на думку експертів, залежить від таких факторів:

а) стосунків з діловими партнерами (95,0%);

- б) фінансових результатів діяльності (91,67%);
- в) авторитету менеджера (68,75%);
- г) зовнішності, що викликає повагу (добротний одяг, взуття, аксесуари), („зовнішній вигляд керівника в районі – це обличчя господарства (10,4%)”);
- д) зовнішніх атрибутів влади (рахунок в банку, власний будинок, престижна машина), „якщо цього всього в менеджера немає, то його можна назвати невдахою (6,25%)”.

Все це зумовлено психологією сільського жителя. На сьогодні в сільській місцевості побутує думка: «Справжній менеджер може забезпечити безбідне проживання і собі, і своїм підлеглим».

Така ж сама анкета з відкритими запитаннями була запропонована для заповнення менеджерам аграрних підприємств та студентам – магістрам Уманського НУС. Менеджери аграрних підприємств наголошують на тому, що сьогоднішній управлінець повинен бути всебічно розвинутою людиною, добре знати економічні, психологічні, юридичні, управлінські науки (70,0% респондентів). 30,0 % респондентів відмічають, що необхідно також досконало знати виробництво, ринок збуту продукції, мету своєї діяльності і діяльності свого підприємства. Студенти - магістри, які є майбутніми менеджерами, у цей список додають обізнаність з податковою системою, особливості роботи в ринкових умовах, закони розвитку природи і суспільства (64,0% респондентів), досконалі знання специфічних особливостей сільськогосподарського виробництва і свого господарства. Що стосується спеціальних знань, то провідне місце займають знання прогресивних методів організації та оплати праці, психологічних особливостей своїх підлеглих, володіння навичками спілкування з людьми різних категорій (36,0% респондентів). І дійсно, в реальному житті не кожен керівник- менеджер може бути однаковою мірою компетентним з усіх питань, у вирішенні яких бере участь. Проте йому не обійтися без певних професійних знань та навичок, необхідних для чіткого розуміння цілей та сприйняття нових ідей, для кваліфікованого аналізу ситуацій, що виникають, та прийняття обґрунтованих рішень.

Аналізуючи уміння «ідеального менеджера», менеджери головну роль відводять контрольно-корегуючим вмінням та навичкам (40,0% респондентів): вмінню здійснювати

контроль за фінансово-господарською діяльністю і підлеглими, вмінню працювати з людьми.

Друге місце вони відводять діагностико-прогностичним умінням та навичкам (36,0% респондентів): умінню планувати і організовувати керівництво підприємством, залучати інвестиції. І лише на останнє місце менеджери ставлять організаційно-регулятивні уміння та навички (24,0% респондентів): знання психології підлеглих, уміння згуртовувати колектив, довіряти людям, працювати з різними категоріями людей, знаходити вихід із скрутного становища.

По-іншому уміння «ідеального менеджера» оцінюють студенти. Так перше місце вони відводять організаційно-регулятивним вмінням та навичкам, доповнюючи цей компонент «вмінням налагоджувати зв'язки з іншими підприємствами, з повагою відноситись до підлеглих працівників, достойно поводитись в неформальній обстановці, добре знати свою роботу і відповідати за неї». Дійсно, найбільший успіх досягається тоді, коли менеджер вміє делегувати повноваження, максимально використовує потенціал своїх підлеглих. Організаторські здібності допомагають створювати і підтримувати у колективі свідому дисципліну, яка базується на справедливій вимогливості, умінні спонукати людей до діяльності, вихованні власним прикладом керівника, взаємоповазі (Ястреб М.П., Чорний Г.М., 2005)

Що стосується особистісних рис менеджера, то найчастіше менеджери називають риси, пов'язані зі ставленням до предмету діяльності (55,0%): вміння працювати з людьми, налагоджувати ділові стосунки, підбирати кадри, ставити мету та організовувати інших на її виконання, розуміти людські проблеми. Студенти ж головну увагу приділяють рисам, пов'язаним зі ставленням до учасників діяльності: доброзичливість, чесність, компанійність, ввічливість, порядність, комунікабельність, дипломатичність, розсудливість, терплячість. (55,0%). А також рисам, пов'язаним зі ставленням до самого себе: наполегливість, спрямованість, стійкість інтересів, працелюбність, зовнішня привабливість, ораторські і риторичні здібності, високий рівень культури (35%)(табл. 1). Ці дані свідчать про те, що саме таких людських рис не вистачає сьгоднішньому менеджеру, і саме ці риси хочуть бачити в менеджерах їх підлеглих.

Таблиця 1
Практична модель іміджу «ідеального менеджера»

Складові іміджу «ідеального менеджера» аграрного підприємства	Категорія опитаних респондентів	
	менеджери аграрних підприємств	студенти-магістри
Знання:		
Загальні	70%	64%
Спеціальні	30%	36%
Уміння:		
Діагностико-прогностичні	36%	10%
Організаційно-регулятивні	24%	75%
Контрольно-корегуючі	40%	15%
Особистісні риси:		
Риси, пов'язані зі ставленням до предметів діяльності	55%	5%
Риси, пов'язані зі ставленням до учасників діяльності	10%	55%
Риси, пов'язані зі ставленням до виконання діяльності	30%	5%
Риси, пов'язані зі ставленням до самого себе	5%	35%

В ході дослідження було виявлено статистично значущі відмінності в поглядах на формування психологічного іміджу «ідеального менеджера» аграрного підприємства між чоловіками та жінками ($\varphi^* = 3,5$; $\varphi \text{ емп.} > \varphi \text{ кр.}$ ($p \leq 0,001$)).

На запитання анкети: «Якими знаннями повинен володіти сучасний менеджер?», 95% осіб чоловічої статі відмітили, що сучасний менеджер повинен володіти знаннями іноземної мови, персонального комп'ютера, економічними знання, бути гарним педагогом та психологом. Жінки відмітили, перш за все, знання у сфері управління підприємством, навички спілкуватися з людьми, знання у сфері економіки та психології (65%). . Відповідаючи на питання: «Що повинен вміти робити сучасний менеджер?», 85% чоловіків

відмітили: «ефективність координації діяльності персоналом», «досягати цілей підприємства», «підтримку підлеглих». А жінки (60%) звернули увагу на прийняття ефективних управлінських рішень, виконання завдань керівництва. На питання: «Які риси повинен мати сучасний менеджер?», більшість осіб чоловічої статі відмітили: «комунікабельність», «амбітність», «харизматичність», «рішучість», «енергійність», «переконливість». Жінки ж надали перевагу таким рисам менеджера як «справедливість», «ввічливість», «пунктуальність, цілеспрямованість», «креативність», «сильний характер», «комунікабельність». На запитання: «Що, на Вашу думку, впливає на імідж менеджера?», чоловіки відзначили, що основними складовими іміджу менеджера є «вміння керувати», «відносини з колективом», «зовнішній вигляд», «вміння спілкуватися з людьми». Жінки визначили, такі основні складові іміджу менеджера, як перш за все, «зовнішній вигляд», «комунікабельність», «політика організації», «стиль управління», «пунктуальність». Таким чином, на думку майбутніх менеджерів, ідеальним є портрет сучасного менеджера, залежно від статі:

а) чоловік менеджер — це управлінець, який повинен володіти іноземною мовою мати знання у сфері персонального комп'ютера, економіки, ефективно координувати діяльність персоналу за для досягнення цілей підприємства.

б) жінка менеджер — це управлінець, який повинен мати привабливий зовнішній вигляд, володіти комунікативними здібностями, креативністю, бути впевненою у собі, ефективно та своєчасно виконувати завдання керівництва.

На нашу думку, це пояснюється тим, що авторитет у чоловіків завойовується завдяки розвинутим діловим якостям. Жінки можуть вплинути на інших гарною зовнішністю і розвинутими комунікативними здібностями.

Отже, при формуванні іміджу керівника необхідно враховувати очікування підлеглих щодо особистості управлінця, які істотно впливають на його образ. Цілеспрямоване формування іміджу можливе лише шляхом спирання на реальні характеристики особистості. Елементи зовнішності, манер, одягу та інші невербальні компоненти комунікації, при формуванні іміджу комплексно входять до структури самопрезентації. Таким чином, розроблена нами теоретична модель психологічного іміджу

«ідеального менеджера» аграрного підприємства співпадає з розробленою практичною моделлю і підтверджується результатами емпіричного дослідження.

Обговорення результатів дослідження. Теоретичною основою нашого теоретико-емпіричного дослідження стало положення про те, що імідж керівника- це важливий чинник оптимізації системи управління персоналом, який має суб'єктивні та об'єктивні іміджеутворювальні чинники(Делія О. В.,2011). Наше дослідження є доповненням для висновків М.О.Мазоренко, яка досліджувала психологічні складові іміджу сучасного фахівця в цілому (Мазоренко М.О., 2012). Вона розглядала структуру професійного іміджу в контексті професійної діяльності фахівця. Виділила зовнішні компоненти іміджу, повязала імідж з мотивацією, професійною компетентністю, психофізіологічними властивостями людини та професійним спілкуванням. Аналізуючи результати нашого дослідження, необхідно відмітити, що ми розглядали психологічний імідж конкретного професіонала, а саме менеджера аграрного підприємства.

Висновки. Отже, під поняттям імідж ми розуміємо цілісний, несуперечливий образ менеджера в свідомості оточуючих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятим в цільовій групі, і очікуванням, які висуваються членами групи до керівника. Імідж менеджера є одним з елементів іміджу організації. Структура іміджу менеджера включає: зовнішність, стиль поведінки, стиль керівництва, професіоналізм і компетентність, динамізм, швидка реакція на ситуацію, активність, моральна надійність, уміння впливати на людей справою, словом, гуманітарна освіченість. психологічна культура менеджера.

В ході дослідження було визначено статистично значущу різницю в поглядах на формування психологічного іміджу ідеального менеджера аграрного підприємства між чоловіками та жінками ($\varphi^* = 3,5$; $\varphi_{\text{емп.}} > \varphi_{\text{кр.}}$ ($\rho \leq 0,001$). Чоловіки більшого значення надають діловим і професійним якостям, а жінки зосереджують свою увагу на психологічних якостях і зовнішньому вигляді.

Проведене дослідження яскраво демонструє потребу на кожному етапі розвитку організації в різних менеджерах, які мають різні особливості характеру. Тому, формуючи

власний імідж, менеджер повинен пам'ятати, що він формує імідж організації в цілому. Позитивний імідж може сприяти більш швидкому процесу створення загальних інтересів і мотивувати інших як можна продуктивніше. Позитивний імідж дає більше гарантій для здійснення співробітництва в організації.

Література

- 1.Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація. Віче. 2011. №2. С. 2-5.
- 2.Бандурка А.М. Профессионализм и лидерство : учебное пособие. Харьков : Титул, 2006. 578 с.
- 3.Бандурка А.М. Психология управления : учебное пособие. Харьков : Титул, 2007. 532 с.
- 4.Браун Л. Имидж - путь к успеху. СПб. : Питер, 2001. 95 с.
- 5.Деля О.О.Імідж керівника як чинник оптимізації управління персоналом. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. Випуск 32. Частина II. 2011. С.42-44
- 6.Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: Навч. посіб. К : ЦУЛ, 2005. 456 с.
7. Карамушка Л.М. Психология освітнього менеджменту: Навч. посібник. К.: Либідь, 2004. 424 с.
- 8.Кулініч І.О. Психология управління : Навч.посіб. К.: Знання, 2008. 292 с.
- 9.Мазоренко М.О.Психологічні складові іміджу сучасного фахівця. *Питання психології. Вісник Національного університету оборони України*. Випуск 4 (29). 2012. С.184-187
- 10.Панфилова А. П. Имидж делового человека : учебное пособие. СПб. : ИВЭСЭП; Знание, 2007. 490 с.
- 11.Осадча Л.А. Психосемантична структура психологічної готовності до управління керівників аграрних формувань. Актуальні проблеми психології. Том 1. Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія. К.: Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України, 2005. Ч. 16. С. 76-80.

12. 13. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб .: ООО «Речь», 2003. 350 с.

13. Ястреб М.П., Чорний Г.М. Формування стилю керівництва в аграрному виробництві .Економіка АПК. 2005. №6. С. 116-119.

*Larisa Osadcha,
PhD of Psychological,
Associate Professor on the Department of Psychological and
Pedagogical Disciplines,
Uman, Ukraine,
mega.osadcha@ukr.net*

The need for socio-psychological research of the image at the present stage of development of psychological science is conditioned by essential contradictions between the social practice of creating and using images in various spheres of social life. The new generation of managers need to have their own "face", to be remembered by people, and have their own attractive image. The purpose of our article is to highlight the results of research on the psychological image of the manager of the agrarian enterprise. The concept of "image" from the psychological point of view is analyzed; the place of image in the professional activity of the manager of the agrarian enterprise is determined; the most important psychological components of the image of the modern manager of the agrarian enterprise are determined; the psychological content of the revealed components in the formation of the image of the manager of the agrarian enterprise is revealed; practical model of the psychological image of the ideal manager of the agrarian enterprise was created. The psychological conclusion about the existence of gender differences in understanding the psychological image of the modern manager of the agrarian enterprise is made. This study clearly demonstrates the need in different managers, who have different features of the temper for each stage of the organization's development. That is the reason, the manager should remember, that he forms the image of the organization as a whole, by forming its own image.

Key words; *psychological image, manager of agrarian enterprise, the structure of the psychological image, model of psychological image, knowledge, competence, skills, personality traits.*