

Клімова А.С. 21 МН група

Науковий керівник: к.е.н., доцент Плотніченко С.Р.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Постановка проблеми. Для успішної діяльності будь-якої компанії, її робота повинна бути організована таким чином, щоб солідність, серйозність підходу до справи одразу кидалися в очі відразу після того, як потенційний клієнт переступає поріг офісу. Це враження створюється завдяки цілому комплексу складових, в числі яких і зовнішній вигляд співробітників. Один з найголовніших серед них – це менеджер. Він є авторитетом і на нього порівнюються інші працівники. Дані обставини обумовлюють актуальність теми дослідження.

Виклад основного матеріалу. Поняття "дрес-код" прийшло до нас з Великобританії – країни, відомої своїм консерватизмом і строгими правилами публічної поведінки. Дрес-код – це певний звід рекомендацій і правил хорошого тону, втілений в тому чи іншому стилі верхнього одягу і аксесуарів. Дрес-код ділової людини в даний час став наочним символом успіху і достатку, створивши новий напрямок в моді, яке захопило всі прогресивні верстви населення розвинених країн.[1]

Завдання ділового дрес-коду управлінця є: створити правильне уявлення про особистість керівника; адаптувати його образ до цілей і завдань займаної посади; підкреслити стабільність і значущість, створити ефект переконливості і авторитетності керівника; забезпечити позитивне сприйняття глави компанії співробітниками, діловими партнерами і публікою.

Правила ділового дресс-коду в бізнесі мають досить сувору основу і струнку системність. Безперечна «класика ділового жанру» – традиційний діловий костюм. Звичайно, він зазнав деяку модифікацію, збагатився новими деталями і модними лініями, але в цілому залишається незмінним протягом майже двох століть. В ідеалі в шафі керівника (як чоловіки, так і жінки) повинен бути один чудовий, один відмінний і два-три повсякденних костюма. До дрес-коду керівника-жінки також є певні вимоги: стиль повинен містити пару-трійку блуз, кілька топів і пару водолазок. Чоловіки – десяток сорочок і пара десятків краваток.

Взуття має практично збігатися за кольором з брюками (спідницею). Воно може бути трохи темніше, але світліше – ніколи. Світле відкрите взуття символізує невпевненість, і викликає відчуття, що людина нетвердо стоїть на ногах. Для жінок ділового стилю не допускається високий каблук, оптимальна його висота – 4-6 см.

Колір. Чорний і білий кольори всупереч загальноприйнятим уявленням рекомендується використовувати в дуже рідкісних випадках. По-перше, чорний і білий – це занадто різкий контраст для іміджу керівника. По-друге, поєднання цих кольорів далеко не всім йде. Контраст створює враження замкнутості, строгості і жорсткості. Змішавши ці два кольори, отримуємо сірий – єдиний нерухомий відтінок у всій гамі. Сірий символізує стабільність, консервативність, а також неемоційність – одне з важливих якостей ідеального бізнесмена.[2]

Висновки. Можна зробити висновок, що дрес-код є важливим елементом корпоративної культури. Менеджер, керівник, директор – це особи, на яких порівнюються персонал. Вони є обличчям організації, гарантом її успіху, тому дотримання правил дрес-коду, формування іміджу є важливим моментом для управлінця.

Список літератури.

1. Електронний ресурс. [Режим доступу] https://stud.com.ua/19327/etika_ta_estetika/dress
2. «Дресс-код как составляющая брэнда компании» - 2005 Електронний ресурс. [Режим доступу] <http://www.rhr.ru/index/midday/9661,0.htm>