

УДК 174:37.091

DOI 10.31654/2663-4902-2019-PP-2-133-138

Новгородська Ю. Г.

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, початкової освіти та освітнього менеджменту Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЗИТИВНОЇ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ДО ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ

У статті наведено переконливе розуміння того факту, що питання професійного іміджу майбутніх менеджерів залишається одним з актуальних в області професійної підготовки. Підкреслено зростаюче значення означеної проблеми в житті суспільства та окремої людини. Визначено, що привабливий імідж керівника невіддільний від знання ділового етикету та впевненого володіння відповідними навичками. У роботі розкрито й обґрунтовано різні підходи щодо поняття професійного іміджу майбутніх менеджерів.

Визначено актуальність забезпечення позитивної мотивації майбутніх менеджерів до формування професійного іміджу у процесі професійної підготовки в освітньому середовищі вищої школи. Зазначено, що формування професійного іміджу майбутнього менеджера є важливим фактором його конкурентності. Синтезовано інформацію щодо питання формування досліджуваного феномену, отриману з робіт вітчизняних та зарубіжних учених, які займаються цим питанням. Розглянуто особливості внутрішньої і зовнішньої мотивації.

***Ключові слова:** професійний імідж, професійне самовдосконалення, професійна підготовка, майбутні менеджери, позитивна мотивація.*

Актуальність теми дослідження. Актуальною проблемою сьогодення є пошук ефективних шляхів для забезпечення якісного управління, успішність вирішення якої безпосередньо залежить від професійної підготовки менеджерів. У сучасному розумінні поняття "менеджер" – це керівник або фахівець, який обіймає постійну посаду та має повноваження у сфері прийняття рішень із конкретних видів діяльності організації, що функціонує у ринкових умовах.

Однією із сфер діяльності менеджера, яка спроможна передати інформацію про нього та про організацію в цілому, є створення професійного іміджу. Інформаційне суспільство висуває нові вимоги до фахівця, його здатності адаптуватися до соціально-економічних змін, що посилює роль іміджу в глобальному інформаційному просторі та потребує конкретизації суті поняття "професійний імідж".

Теоретичні основи та особливості процесу формування професійного іміджу в різних його аспектах вивчали такі науковці, як С. Болсун, Г. Бриль, Н. Гайдук, В. Ісаченко, Л. Ковальчук, О. Мармаза, М. Сперанська-Скарга, М. Субочева І. Размолодчикова та ін.

Мета статті – теоретично обґрунтувати особливості мотивації як провідного фактору формування професійного іміджу у майбутніх менеджерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні поняття "професійний імідж" не викликає в середовищі дослідників однозначного тлумачення. Науковці інтерпретують досліджуваний феномен, як:

- сукупний образ, що передбачає синтез професійних якостей і компетентностей та особистісних якостей і зовнішності особистості [2, с. 51];

- система особистісних (толерантність, фактичність, доброзичливість, рефлексивність) і психологічних (вербальних і невербальних, засобів спілкування, позицій, ролей) якостей, які цілеспрямовано використовує педагог з метою досягнення результату педагогічної діяльності [8, с. 52];

- інтегрована якість особистості, що об'єднує систему культурологічних, психологічних, педагогічних знань, умінь і навичок фахівця; його особлива здатність до

синтезу чарівливості та духовності, що сприяють професійному та особистісному розвитку [10, с. 129];

- цілеспрямовано формований образ фахівця, що містить професійно важливі якості, котрі сприяють ефективності суб'єкт-суб'єктної взаємодії в педагогічній діяльності [14, с. 41].

Отже, узагальнення існуючих у науковій літературі визначень *професійного іміджу* дає нам підстави для розуміння цього феномену як *складного комплексного утворення в структурі особистості майбутнього фахівця, в якому гармонійно поєднані зовнішні й внутрішні чинники та процесуальні компоненти, що формуються завдяки інтеграції професійних та особистісних характеристик, відповідаючи вимогам соціокультурного середовища та освітнього простору.*

Професійний імідж майбутнього менеджера може мати персоніфікований та особистісний характер, залежно від домінантного типу мотивації (психологічна мотивація, пов'язана з потребою людини в підвищенні своєї самооцінки, результатом чого стає досягнення психологічного комфорту та прагматична мотивація, пов'язана з бажанням використати імідж для більш ефективного соціального впливу і досягненні за його допомогою тих чи інших зовнішніх цілей).

У структурі іміджу керівника науковці виділяють три важливих блоки: перший – пов'язаний з особистістю носія іміджу і являє собою комплекс характеристик його якостей; другий – характеризує стан і поведінку менеджера в соціальному середовищі; третій – показує застосування цих якостей у професійній діяльності.

Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що формування професійного іміджу менеджера – це складна системна проблема цілісного розвитку особистості майбутнього фахівця, яка може бути вирішена шляхом створення позитивної мотивації.

Мотивація – це система уявлень та переконань, почуттів і переживань, у яких виражаються матеріальні й духовні, природні й культурні потреби людини, а усвідомлення потреб і предметів, якими вони задовольняються, утворює загальний механізм мотивування діяльності.

Мотивація – тривалий, безперервний процес, що є "сукупністю внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, задають межі та форми діяльності, а також додають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей" [4, с. 133].

Основна функція мотивації, за С. Рубінштейном – саморегуляція активності людини на окремих фазах діяльності, передусім до і після виконання дії. Серед мотивів, що сприяють підвищенню професійної кваліфікації сучасного фахівця, є і мотиви зміни його іміджу [5, с. 303].

А. Калініченко розглядає мотивацію як "сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, визначають тип її поведінки, орієнтують на досягнення поставлених цілей" [7, с. 419].

На переконання Т. Кузнецової, необхідною передумовою успішності навчання та реалізації внутрішніх можливостей студентів є сформованість мотиваційної сфери, мотиваційного механізму. Стимулюючо-мотиваційний компонент передбачає, що студент повинен усвідомити власний стимул до діагностичної діяльності, який можливий тільки за наявності певних знань [9, с. 38].

Мотив збуджує та стимулює особистість до здійснення дій з метою отримання бажаного результату. Весь навчальний процес студентів повинен бути побудований на засадах формування усвідомлення майбутніми менеджерами необхідності постійної роботи над собою з метою побудови позитивного образу справжнього керівника.

За результатами дослідження А. Бугрименка, внутрішньомотивовані студенти характеризуються мотивацією самовизначеної навчальної діяльності. Вони більш активні, свідомі, довільні в плануванні свого учіння; приділяють однакову увагу як загальноосвітнім, так і вузькопрофесійним предметам. Такі студенти більше орієнтовані на процес і результат навчально-професійної діяльності, ніж на зовнішні чинники (наприклад, педагогічне оцінювання).

Зовнішньомотивовані студенти характеризуються недостатнім рівнем самостійності й довільності в організації процесу навчання. Активність таких студентів спричиняють не стільки пізнавальні або професійні мотиви, скільки зовнішні щодо

процесу і результату навчальної діяльності чинники (наприклад, одержати стипендію). Зовнішніми щодо навчальної діяльності студента є численні прагматичні мотиви (відтермінування від армії, майбутнє працевлаштування тощо) [3, с. 45].

У дослідженнях науковців виділяються різні типи мотивів:

- психологічний (імідж орієнтується на самовідчуття і самооцінку, в основі його лежить особиста інтуїція); прагматичний (імідж орієнтований на сприйняття, в його основі лежать знання і досвід) (А. Маслоу);

- внутрішні (процесуальні, результативні, мотиви саморозвитку, які сприяють самоосвіті та самовдосконаленню) та зовнішні (суспільні та особистісні, що відображають самоствердження, оцінку, успіх) (Н. Басова) [1]. Внутрішні мотиви (інтринсивні, процесуальні) мають місце, коли до діяльності спонукає сам зміст діяльності, інтерес, бажання. Зовнішні мотиви (екстринсивні) – це мотивація, яка виникає від зовнішніх впливів відносно індивіда, тобто поведінка мотивується ззовні застосованими винагородами та / або покараннями та є визначеною зовні.

За переконанням Дж. Роттера, в основі формування професійного іміджу майбутнього менеджера лежать людські потреби:

- визнання (потреба відчувати себе компетентним);
- захисту (захист та допомога у здійсненні мети);
- домінування (потреба вплинути на інших людей);
- незалежності (автономія у прийнятті рішень);
- фізичного комфорту (потреба в хорошому здоров'ї та безпеці).

У своїх дослідженнях В. Семиченко виділяє такі групи мотивів:

- професійні – виникають у процесі професійної діяльності;

- соціальні – викликають бажання спілкуватися, підвищувати соціальний статус, престижність;

- пізнавальні – спонукають особистість до отримання нових знань;

- матеріальні – полягають у прагненні до забезпечення матеріального добробуту;

- утилітарні – передбачають отримання власної переваги та безпеки [11, с. 179].

Нам імponує думка А. Казьмерчука, який серед мотивів професійного іміджу виділяє: професійні, утилітарні, пізнавальні мотиви, мотиви досягнення та саморозвитку [6, с. 58].

Професійні мотиви характеризуються прагненням до організації і здійснення управлінської діяльності; розвитком професійно-важливих якостей як основи якісного управлінського спілкування; потребою розвивати професійний імідж у собі та підлеглих, у прагненні до високих результатів у професійній діяльності.

Утилітарні мотиви задовольняють потребу людини утвердитись серед колег, партнерів управлінської сфери, отримати похвалу за виконання тих чи інших вимог, вплинути на підлеглих, бути конкурентоспроможним.

До *мотивів досягнення* належать: підвищення статусу (формального та неформального), прагнення зайняти певну позицію у колективі, ставити цілі та досягати їх. У кожної людини, зокрема й керівника, є прагнення покращувати результати своєї діяльності; вдосконалювати вміння та здібності, ставити все більш складні цілі, отримувати творчі результати.

Розглядаючи мотивацію як необхідну умову формування професійного іміджу, А. Смолюк зауважує, що *професійний саморозвиток* – це невід'ємна складова професійної підготовки, що є результатом свідомої взаємодії студента з освітнім середовищем, у процесі якої фахівець реалізує власні потреби розвивати у себе такі особистісні якості, які забезпечують успішність його професійної діяльності та життєдіяльності загалом [12, с. 319].

З огляду на вищевикладене, погоджуємося з думкою А. Смолюка, що потреба у професійному саморозвитку є вторинною щодо загальної мотивації професійної діяльності фахівця, ставлення особистості до професійних вимог. Адже передумовою професійного саморозвитку є ставлення самого фахівця до вимог, що пред'явлені закладом освіти. Тільки при свідомому прийнятті професійних вимог особистість буде відчувати потребу в саморозвитку, яка забезпечується механізмом постійного

подолання внутрішніх протиріч між рівнем професійної готовності фахівця (Я-реальне професійне) та змодельованим її рівнем (Я-ідеальне професійне) [12].

В. Чайка трактує професійний саморозвиток педагога як процес створення свого "професійного життєвого простору", умов і перспектив його подальшого самовдосконалення. Визначальним у стратегії професійного становлення є проблемна оцінка самого себе, інших людей, докільля, що "звільняє" особистість від безпосередньої дійсності і допомагає їй формуватись творчим суб'єктом власної професійної життєдіяльності. Тому важливим у процесі професійної саморегуляції є усвідомлення двох складників професійного життя: професійного оточення і власного внутрішнього світу" [13, с. 92].

Весь навчальний процес студентів повинен бути побудований на засадах формування усвідомлення майбутніми менеджерами необхідності постійної роботи над собою з метою побудови позитивного образу справжнього менеджера. Формуванню позитивної мотивації має сприяти: партнерська позиція викладача-наставника у процесі опанування знаннями, суб'єктна позиція студента, в основі якої покладено готовність до професійного саморозвитку; стійкий пізнавальний інтерес до освітнього процесу; бажання вдосконалювати власний рівень управлінської діяльності. Позитивну мотивацію важливо цілеспрямовано підтримувати упродовж усього періоду навчання, закріплюючи її в ситуаціях успіху, зосередженні на перспективі управлінської діяльності.

Отже, мотиваційний компонент виступає системотворчим у ціннісно-смысловій позиції студента, що припускає розуміння значення професійного іміджу в управлінській діяльності, прагнення до професійної самореалізації. Він свідчить про позитивне ставлення студента до управлінської діяльності, до знань про неї, задоволеність положенням даного виду діяльності в соціумі та бажання займатися цією діяльністю.

Література

1. Басова Н. В. Педагогика и психология. Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. 416 с.
2. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Управління школою*. 2013. № 7–9, березень. С. 51–55.
3. Бургименко Е. А., Венгер А. Л. Готовность детей к школе. Диагностика психического развития и коррекция его неблагоприятных вариантов: методические разработки для школьного психолога. Томск: Пеленг, 1992. 62 с.
4. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: учебник. 3-е изд. Москва: Гардарики, 2001. 528 с.
5. Зінченко В. Імідж учителя, або психологія одягу. *Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід*. 2008. № 4. С. 85–86.
6. Казьмерчук А. В. Структурні компоненти формування професійної культури майбутнього менеджера туризму. *Модернізація вищої освіти в Україні та за кордоном*: зб. наук. пр. / за заг. ред. С. С. Вітвицької, Н. М. Мирончук. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. С. 56–61.
7. Калініченко А. В. Мотивація та мотиваційний процес: сутність та поняття. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 42. С. 417–420. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vetr_2013_42_72.pdf (дата звернення: 06.06.15).
8. Камышева Е. Ю. Педагогический имидж учителя. *Известия Уральского государственного университета. Серия "Проблемы образования, науки и культуры"*. 2009. № 4 (68). С. 48–53.
9. Кузнецова Т. Мотивація навчання. *Нова педагогічна думка*. 2013. №1. Ч. 2. С. 37-39. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npd_2013_1.2_10.pdf.
10. Размолодчикова І. В. Імідж учителя початкових класів як педагогічна проблема. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*: збірник наукових праць / за заг. ред. проф. В. І. Євдокимова і проф. О. М. Микитюка; Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди. Харків: Видавець Прокопенко Г. Є., 2010. Вип. 33. С. 125–130.
11. Семиченко В. А. Пріоритети професійної підготовки: діяльнісний чи особистісний підхід? *Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи* / АПН України, Ін-т педагогіки і психології проф. освіти; ред. І. А. Зязюн. Київ. 2000. С. 176–203.
12. Смолюк А. І. Формування готовності до професійного саморозвитку майбутніх учителів початкової школи в умовах педагогічного коледжу. *Вища освіта України у*

контексті інтеграції до європейського освітнього простору: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (24–26 листопада 2016 року). Київ. 2016. С. 314–326.

13. Чайка В. М., Петрова Н. М. Інтелектуальна культура вчителя як фактор інновацій у педагогічній діяльності: монографія. Тернопіль: ТНПУ, 2014. 308 с.

14. Череднякова А. Б. Имидж педагога-хореографа и проблемы его формирования: монография. Москва: Владос, 2008. 166 с.

References

1. Basova, N. V. (2000). *Pedahohyka y psykholohyia* [Pedagogy and psychology]. Rostov-na-Donu: Fenyks [in Russian].

2. Bolsun, S. A. (2013). Profesiyni imidzh kerivnyka navchalnoho zakladu [Professional image of the head of the educational institution]. *Upravlinnia shkoloiu – School management*. 7–9, berezen. 51–55 [in Ukrainian].

3. Buhrymenko, E. A., & Venher, A. L. (1992). *Hotovnost detei k shkole. Dyahnostyka psykhycheskoho rozvytyia y korrektsyia eho neblahopoluchnykh varyantov* [Children's readiness for school. Diagnosis of mental development and correction of its disadvantaged options]. Tomsk: Pelenh [in Russian].

4. Vykhanskyi, O. S., & Naumov, A. Y. (2001). *Menedzhment* [Management]. (3 ed.). Moskva: Hardaryky [in Russian].

5. Zinchenko, V. (2008). Imidzh uchytelia, abo psykholohiia odiahu [Teacher image, or clothing psychology]. *Vidkryty urok: Rozrobky. Tekhnolohii. Dosvid – Open lesson: Developments. Technology. Experience*. 4. 85–86 [in Ukrainian].

6. Kazmerchuk, A. V. (2014). Strukturni komponenty formuvannia profesiinoi kultury maibutnoho menedzhera turizmu [Structural components of forming the professional culture of the future tourism manager]. *Modernizatsiia vyshchoi osvity v Ukraini ta za kordonom – Modernization of higher education in Ukraine and abroad*. S. S. Vitvytskoi, & N. M. Myronchuk (Ed.). Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU im. I. Franka [in Ukrainian].

7. Kalinichenko, A. V. (2013). Motyvatsiia ta motyvatsiyni protses: sutnist ta poniattia [Motivation and motivation process: essence and concept]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti – Bulletin of Economics of Transport and Industry*. 42, 417–420. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vetp_2013_42_72.pdf (data zvernennia: 06.06.15) [in Ukrainian].

8. Kamysheva, E. Yu. (2009). Pedahohycheskyi ymydzh uchytelia [Teacher's pedagogical image]. *Yzvestyia Uralskoho hosudarstvennoho unyversyteta. Seryia "Problemy obrazovanyia, nauky y kultury" – News of the Ural State University. Series "Problems of Education, Science and Culture"*. 4 (68). 48–53 [in Russian].

9. Kuznietsova, T. (2013). Motyvatsiia navchannia [Motivation of learning]. *Nova pedahohichna dumka – New pedagogical thought*. 1, 2, 37–39. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npd_2013_1.2_10.pdf [in Ukrainian].

10. Razmolodchukova, I. V. (2010). Yimidzh uchytelia pochatkovykh klasiv yak pedahohichna problema [The image of elementary school teachers as a pedagogical problem]. *Zasoby navchalnoi ta naukovo-doslidnoi roboty – Means of educational and research work*. V. I. Yevdokymova, & O. M. Mykytiuka (Ed.). Khark. nats. ped. un-t imeni H. S. Skovorody. Kharkiv: Vydavets Prokopenko H. Ye. 33, 125–130 [in Ukrainian].

11. Semychenko, V. A. (2000). Prioritytety profesiinoi pidhotovky: diialnisnyi chy osobystisnyi pidkhid? [Priorities for vocational training: activity or personal approach?]. *Neperervna profesiina osvita: problemy, poshuky, perspektyvy – Continuing Vocational Education: Problems, Quests, Prospects*. APN Ukrainy, In-t pedahohiky i psykholohii prof. osvity. I. A. Ziazun (Ed.). Kyiv [in Ukrainian].

12. Smoliuk, A. I. (2016). Formuvannia hotovnosti do profesiinoho samorozvytku maibutnykh uchyteliv pochatkovoї shkoly v umovakh pedahohichnoho koledzhu [Formation of readiness for professional self-development of future primary school teachers in the conditions of a pedagogical college]. *Vyshcha osvita Ukrainy u konteksti intehtratsii do yevropeiskoho osvitnoho prostoru: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (24–26, lystopada) – Higher education of Ukraine in the context of integration into the European educational space: proceedings of the International Scientific and Practical Conference. (November 24–26)*. Kyiv [in Ukrainian].

13. Chaika, V. M., & Petrova, N. M. (2014). *Intelektualna kultura vchytelia yak faktor innovatsii u pedahohichnii diialnosti* [Teacher intellectual culture as a factor of innovation in pedagogical activity]. Ternopil: TNPU [in Ukrainian].

14. Cheredniakova, A. B. (2008). *Imydzh pedahoha-khoreohrafa y problemy eho formirovaniya* [The image of the teacher-choreographer and the problems of its formation]. Moskva: Vldos [in Russian].

Новгородская Ю. Г.

кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики, начального образования и образовательного менеджмента Нежинского государственного университета имени Николая Гоголя

Обеспечение положительной мотивации будущих менеджеров к формированию профессионального имиджа

В статье приведено убедительное понимание того факта, что вопрос профессионального имиджа будущих менеджеров остается одним из актуальных в области профессиональной подготовки. Подчеркнуто возрастающее значение этой проблемы в жизни общества и отдельного человека. В работе раскрыто и обосновано различные подходы к понятию профессионального имиджа будущих менеджеров.

Определена актуальность обеспечения положительной мотивации будущих менеджеров к формированию профессионального имиджа в процессе профессиональной подготовки в образовательной среде высшей школы. Отмечено, что формирование профессионального имиджа будущего менеджера является важным фактором его конкурентности. Синтезировано информацию по вопросу формирования исследуемого феномена, полученную из работ отечественных и зарубежных ученых, занимающихся этой проблемой. Рассмотрены особенности внутренней и внешней мотивации.

Ключевые слова: профессиональный имидж, профессиональное самосовершенствование, профессиональная подготовка, будущие менеджеры, положительная мотивация.

Novhorodska Yu. H.

Associate Professor, Department of elementary education and informal management Nizhyn Mykola Gogol State University

Providing positive motivation of future managers before professional image formation

The article gives a convincing understanding of the fact that the professional image of future managers remains one of the most relevant in the field of professional training. Emphasized growing importance is the problem in the life of a society and an individual. It is determined that the attractive image of the manager is inseparable from knowledge of business etiquette and confident possession of the relevant skills. Different approaches to the concept of professional image of future managers are disclosed and substantiated in this paper.

The relevance of providing a positive motivation of future managers to the formation of a professional image in the process of professional training in the educational environment of higher school is determined. It is noted that shaping the professional image of the future manager is an important factor in his competitiveness. The information on the formation of the investigated phenomenon obtained from the works of domestic and foreign scientists dealing with these issues is synthesized. Features of internal and external motivation are considered.

Key words: professional image, professional self-improvement, professional training, future managers, positive motivation.