

ОСОБИСТИЙ ІМІДЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОГО УСПІХУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено роль особистого іміджу як стратегічного інструменту досягнення професійного успіху в сучасному бізнес-середовищі. Метою дослідження була оцінка впливу компонентів особистого іміджу на кар'єрне зростання, ділову репутацію та ефективність професійної комунікації. У роботі встановлено прямий зв'язок між цілеспрямованим формуванням іміджу та підвищенням конкурентоспроможності фахівця на ринку праці, покращенням ділових взаємодій і зростанням довіри з боку партнерів та клієнтів. Отримані результати показали, що особистий імідж є не лише зовнішньою оболонкою, а комплексною системою самопрезентації, яка безпосередньо впливає на професійні досягнення та кар'єрні перспективи.

Ключові слова: особистий імідж, професійний успіх, самопрезентація, ділова репутація, конкурентоспроможність.

Abstract

This paper explores the role of personal image as a strategic tool for achieving professional success in the modern business environment. The aim of the study was to assess the impact of personal image components on career growth, business reputation and the effectiveness of professional communication. The paper establishes a direct relationship between targeted image formation and increasing the competitiveness of a specialist in the labor market, improving business interactions and increasing trust from partners and clients. The results obtained showed that personal image is not just an external shell, but a complex system of self-presentation, which directly affects professional achievements and career prospects.

Keywords: personal image, professional success, self-presentation, business reputation, competitiveness.

Вступ

Особистий імідж у сучасному професійному середовищі є важливим чинником досягнення успіху та кар'єрного зростання, оскільки він формує стійке уявлення про фахівця в очах колег, керівництва та клієнтів. У наукових дослідженнях особистий імідж розглядається як цілісний соціально-психологічний образ, що поєднує зовнішній вигляд, поведінкові характеристики, комунікативні навички та рівень професійної компетентності, впливаючи на ефективність професійної діяльності та самореалізацію особистості.

Результати дослідження

Дослідники зазначають, що особистий імідж формується на основі поєднання зовнішнього вигляду, культури мовлення, емоційного інтелекту та дотримання професійної етики. Важливу роль у цьому процесі відіграє здатність до самопрезентації, яка дозволяє фахівцю ефективно демонструвати свої професійні й особистісні переваги в різних комунікативних ситуаціях [3].

Фахівці, які інвестують у розвиток власного іміджу через удосконалення комунікативних навичок, емоційного інтелекту та презентаційних умінь, демонструють кращі результати у переговорах і побудові ділових відносин. Сучасні роботодавці дедалі частіше оцінюють кандидатів не лише за рівнем професійних компетенцій, а й за здатністю представляти організацію, ефективно взаємодіяти з клієнтами та формувати позитивне враження про компанію.

Компоненти успішного особистого іміджу охоплюють відповідний посаді й корпоративній культурі зовнішній вигляд, невербальну комунікацію, вербальні навички, а також цифровий слід і репутаційний капітал, сформований через професійну діяльність та відгуки колег і клієнтів. Сукупність цих елементів створює цілісне враження про фахівця та визначає його професійну привабливість.

Стратегії формування іміджу передбачають аналіз очікувань цільової аудиторії, визначення власного професійного позиціонування, послідовну роботу над стилем поведінки й зовнішнім виглядом, розвиток навичок публічного спілкування та управління онлайн-репутацією. Ефективне управління іміджем потребує системного підходу й адаптації до змін у професійному середовищі.

Поширеними помилками у формуванні іміджу є невідповідність між задекларованими цінностями та реальною поведінкою, що призводить до втрати довіри, а також створення неавтентичного образу. Ігнорування цифрового простору та відсутність контролю за онлайн-репутацією також становлять загрозу для професійного іміджу, оскільки негативна інформація може тривалий час впливати на сприйняття фахівця.

У сучасному суспільстві з високим рівнем конкуренції особистий імідж набуває стратегічного значення для професійного успіху. Він є важливим чинником формування першого враження, сприяє налагодженню ефективної комунікації та підвищенню рівня довіри з боку професійного оточення. Позитивний імідж допомагає фахівцю зміцнити авторитет, виділитися серед конкурентів і підвищити кар'єрні перспективи.

В умовах цифровізації особливого значення набуває узгодженість між реальним і онлайн-іміджем, що є необхідною умовою збереження професійної репутації. Таким чином, особистий імідж виступає комплексним ресурсом, який впливає на професійний розвиток, досягнення цілей та успіх у сфері діяльності. Дослідження підтверджують, що сформований професійний імідж сприяє підвищенню рівня довіри та ефективності професійної взаємодії [4].

Висновки

Особистий імідж є ключовим інструментом професійного успіху, що впливає на кар'єрне зростання, самореалізацію та конкурентоспроможність фахівця. Свідоме управління іміджем підвищує ефективність професійної діяльності, зміцнює ділову репутацію та забезпечує адаптацію до вимог сучасного ринку праці, особливо в умовах цифровізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дзядевич Ю. В. Шляхи і засоби формування іміджу особистості професіонала. URL: <https://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/11029/4/dzjadevich.pdf>
2. Овакімян Л. Ю. Професійний імідж керівника: особливості створення засобами дизайну костюма. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. №1 С. 147–157. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2025.1.15>
3. Мармаза О. Теорія професійного іміджу: особливості та іміджотворчі елементи. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/items/3a5ddbbe-6b63-4746-b0f1-1fe6e76e0d40>
4. Хандога Ю., Маргітич В., Сембай Н., Графська О., Філімонов Ю. Теоретичні підходи та моделі формування іміджу територіальної громади: маркетинговий, соціологічний, комунікаційний. Київський економічний науковий журнал. 2025. № 8. С. 183-191. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2025-8-24>

Боковець Вікторія Вікторівна – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: bokovets.v@ukr.net

Андріанова Анастасія Сергіївна – студентка групи П-226, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: andrianovaanastasiiaa@gmail.com

Bokovets Viktoriia – Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: bokovets.v@ukr.net

Andrianova Anastasia – student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: andrianovaanastasiiaa@gmail.com