УДК 651.01 https://doi.org/10.31713/ve4202128
JEL: M10

Судук О. Ю. [1; ORCID ID: 0000-0002-4620-4389],
к.с.-г.н., доцент

[1]*Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне*

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО БРЕНДУ ОСОБИСТОСТІ

У статті розглянуто самоменеджмент через призму формування власного бренду. Обґрунтовано теоретичне підґрунтя для тлумачення сутності поняття «самоменеджмент», а також запропоновано його авторське бачення. Визначено фактори, що впливають на саморозвиток колективу організації. Розглянуто вплив основних якостей особистості на здатність до саморозвитку. Доведено, що самоменеджмент є інструментом підвищення мотивації в колективі. Автором обґрунтовано зв'язок між продуктивністю діяльності керівника, високим рівнем управлінської культури та використанням інструментарію самоменеджменту.

Ключові слова: самоменеджмент; самоорганізація; самомотивація; самоконтроль; управлінська культура; лайф-менеджмент; корпоративна культура; розвиток особистості; бренд-менеджмент; креативність.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси в українському суспільстві, яке намагається інтегруватися до європейського простору, призводять до зміни умов організації та ведення бізнесу, а це, в свою чергу, формує потребу у висококваліфікованих фахівцях, які змогли б швидко адаптуватися до цих змін. Більшість сфер господарювання шукає фахівців з високим рівнем індивідуального розвитку, що неможливо забезпечити без уміння правильно ставити пріоритети, володіти методикою цілепокладання, азами тайм-менеджменту, емоційного інтелекту, лайф-менеджменту тощо. Такі тенденції обумовлюють необхідність досліджувати вплив основних напрямків самоменеджменту на формування ефективного бренду особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки спостерігається зростання популярності наукових досліджень, які присвячені питанням соціалізації та психологізації менеджменту. Серед зарубіжних науковців, що зробили вагомий внесок у формування сучасної концепції самоменеджменту можна

виокремити наступних: Д. Френсіс, Л. Зайверт, А. Хроленко, М. Вудкок, Бербель і Хайнц Швальбе, В. Андрєєв, Дж. Максвелл [1].

В Україні проблеми саморозвитку особистості розглянуто у працях О. Бабчинської, К. Андрющенко, Т. Волотовської, В. Колпакова, Н. Буняка [2], А. Чкан, О. Штепи, М. Лукашевича, Л. Федоришиної та ін.

Незважаючи на значну кількість публікацій в сфері самоменеджменту серед вчених відсутнє єдине розуміння сутності даного поняття, що ускладнює розробку ефективних технологій саморозвитку та самоорганізації особистості з позиції формування ефективного бренду як організації, так і особистості.

Тому метою статті є теоретико-методологічне дослідження сутності самоменеджменту з позиції формування ефективного бренду особистості та обґрунтування комплексу основних якостей, які призведуть до її саморозвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як самостійний напрямок самоменеджмент виокремився лише на початку 90-х років минулого століття. Все це зумовлено змінами у суспільстві, зокрема, стрімким розвитком науки та техніки, виникненням нових професій в майбутньому, зростанням конфліктності, збільшенням стресових ситуацій, перетворенням креативного потенціалу команди в основний ресурс організацій.

Така ситуація потребує формування нової парадигми ведення бізнесу, яка дасть можливість привести у відповідність функціональні можливості людини, розвиток її захисно-адаптивних властивостей, оптимальні межі використання власного потенціалу, тобто оволодіти техніками самоорганізації та саморозвитку.

Сьогодні відсутнє єдине бачення поняття «самоменеджмент», так як кожен науковець трактує його сутність у власному контексті. Узагальнивши більшість підходів, можна зробити висновок, що самоменеджмент – це сукупність дієвих методів, операцій, інструментів, які сприяють самореалізації особистості, досягненню успіху в особистому житті та професійній діяльності [3].

На мою думку, самоменеджмент, як елемент формування ефективного бренду особистості, являє собою набір інструментів, методів та принципів, що сприятимуть самоорганізації шляхом виявлення та ефективного використання всіх своїх можливостей, ресурсів, регулювання емоційного стану, розвитку креативності з метою забезпечення персональної ефективності та формування сильної корпоративної культури суб'єкта господарювання.

Основною метою самоменеджменту є максимальне використання власних можливостей, свідоме управління життям (самовизначення) і переборювання зовнішніх обставин як професійного, так і особистого характеру [4, С. 18].

Самоменеджмент є визначальною методологією, що дасть можливість реалізувати життєві цілі, оптимізувати часовий ресурс за допомогою технік тайм-менеджменту, а також подолати обмеження, розвинути організаторські здібності, налагодити взаємодію з колегами, підлеглими тощо.

За часовим ресурсом виокремлюють два основних види самоменеджменту:

– простий вид орієнтується на поточні цілі та являє собою технологію, що дозволить раціонально використовувати час та наявні ресурси (встановлення пріоритетів, ведення щоденника, телефонні розмови, переговори тощо);

– системний вид орієнтується на реалізацію важливої стратегічної цілі за рахунок щоденної діяльності особистості за тривалий проміжок часу.

В умовах глобалізації та євроінтеграції саморозвиток та самовдосконалення являються важливими чинниками «виживання» особистості та досягнення особистого й професійного успіху. Використовуючи ефективну систему самоорганізації ми створюємо сприятливі умови для виконання завдань з меншими витратами ресурсів, уникнення стресових ситуацій, підвищення власної кваліфікації, отримання задоволення від виконання посадових обов'язків.

Для того, щоб управляти собою необхідно розуміти свої звички, мотиви поведінки. Тому важливою складовою самоменеджменту є самоусвідомлення, тобто усвідомлення себе як особистості, пізнання своїх слабких та сильних сторін, позиціонування себе в суспільстві, обґрунтування своїх життєвих позицій. Здатність до саморозвитку визначається саме сформованою системою знань, умінь, навичок, що допомагають особистості адаптуватися до змін у професійному та особистому житті.

Об'єктивно саморозвиток людини обумовлює її природа, організація речей та соціальна система, частиною якої вона є. В сучасних філософських, соціальних, психологічних концепціях людину розглядають як триєдину істоту: біологічну (за фізіологічними ознаками); соціальну (за приналежністю до соціальної групи); індивідуальну (особистість), що володіє

унікальними, неповторними розумовими, фізичними, вольовими, емоційними ознаками, які вирізняють її з-поміж інших [5]. Тому при формуванні бренду обов'язково необхідно враховувати цю особливість.

Саморозвиток особистості є тривалим у часі процесом протягом усього життя. Він може відбуватися у неусвідомлених (індивід не планує змінюватися за допомогою власних зусиль) та в усвідомлених формах (особистість цілеспрямовано формує нові якості, удосконалює себе). За допомогою саме свідомого саморозвитку відбувається самореалізації та самоствердження, що сприяє формуванню ефективного бренду особистості.

В наукових публікаціях в сфері самоменеджменту часто акцентовано увагу на його важливості для керівного складу організації, а не для окремої особистості. На мою думку, такий підхід застосовувати недоречно. Адже проблематика самоорганізації, самомотивації, саморозвитку, самоконтролю є актуальною для будь-якої людини, яка бажає бути успішною.

Але, водночас, зрозуміло, що самоменеджмент є вкрай важливим інструментом формування позитивного іміджу саме для керівників, які відповідають за організацію праці своїх безпосередніх підлеглих, створюють сприятливі умови для їх розвитку.

До основних факторів, що забезпечують саморозвиток працівників організації, належить:

– підтримка управлінської та корпоративної культури, яка сприятиме самовдосконаленню та саморозвитку членів команди;
– заохочення командної роботи;
– демократичний стиль керівництва;
– залучення працівників до прийняття управлінських рішень;
– відкритість та доступність необхідної інформації;
– використання принципів крос-культурного менеджменту;
– використання методів роботи, що сприятимуть розвитку креативності;
– участь у конференціях, програмах стажування, неформальна освіта.

Креативність – атрибут самоактуалізації і самореалізації особистості. Креативні люди прагнуть забезпечити внутрішню гармонію за рахунок того, що проявлятимуть свої здібності у всіх справах; творчу роботу вони сприймають як нагороду, спосіб самоорганізації. Творчі особистості здатні системно змінювати все навколо, вони володіють нефіксованим мисленням і психологічно

готові до інноваційного розвитку усіх напрямків діяльності організації. Таким чином, креативність – це та риса особистості, що не тільки забезпечує саморозвиток, але й сприяє генерації нових ідей, швидкому вирішенню проблемних та конфліктних ситуацій і дає можливість бізнесу вийти на новий рівень та швидко адаптуватися до зовнішніх викликів.

В самоменеджменті людина є одночасно і суб'єктом, і об'єктом управління. Особистість, як самокеровану систему, характеризує самоорганізація (вміння організовувати і себе, і свою діяльність для розкриття власного потенціалу), самодисципліна (вміння скеровувати свою поведінку, досягати поставлених цілей), самомотивація (вміння спонукати себе до розкриття власного потенціалу), самоконтроль (оцінка поставлених і досягнених цілей, керування власною поведінкою).

Слід зазначити, що якщо працівники відчувають потребу в самореалізації та саморозвитку, то у них зникає потреба в додаткових стимулах і мотивах для забезпечення якісного виконання робіт відповідно до посадових обов'язків.

На мою думку, саморозвиток залежить від:

– здатності до пізнання себе, тобто визначення своїх слабких та сильних сторін, визначення своїх професійних та комунікаційних якостей, порівняння себе з іншими особами;

– здатності до самовизначення, тобто здатності людини відчувати свої реальні потреби та бажання;

– здатності до цілепокладання, до визначення пріоритетності поставлених завдань, до планування життя та кар'єри;

– здатності до самоорганізації, тобто здатності раціонально використовувати всі свої ресурси та творчий потенціал для досягнення цілей;

– здатності до самомотивації, уміння перетворювати потрібні речі в бажані;

– здатності до самоконтролю та самодисципліни, уміння об'єктивно аналізувати результати життєдіяльності.

В загальному вигляді методологія самоменеджменту відповідає за самопізнання, встановлення цілей та переліку дій, що забезпечать їх досягнення, самоорганізацію, самомотивацію та самоконтроль.

Саморозвиток особистості забезпечується раціональним використанням часу, уникненням стресових ситуацій, коригуванням поведінки в конфліктних ситуаціях, умінням працювати в команді тощо. Для активізації саморозвитку особистості існує безліч

спеціальних методик та технік. Зокрема, досить поширеними є технології оптимізації часового ресурсу, зокрема: система Франкліна, АБВ-аналіз, метод «6 завдань», принцип Парето, принцип Ейзенхауера, метод «Альпи», правило 60/20/20. Дані технології забезпечують раціональне використання ресурсного потенціалу особистості, що сприяє формуванню ефективного бренду.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Головне завдання кожної людини, що прагне досягнути успіху, є безперервний саморозвиток. Управління власним життям, своїми емоціями, ефективне використання наявних можливостей, уникання різноманітних загроз професійного і особистого характеру є важливими передумовами самореалізації, самоствердження та формування ефективного власного бренду. Самоменеджмент як інструмент саморозвитку особистості спрямований на формування навиків раціонального використання часового ресурсу (тайм-менеджмент) та забезпечення кар'єрного зростання особистості. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці методики діагностики застосування принципів самоменеджменту в командній роботі.

1. Максвелл Дж. Воспитай в себе лидера. Минск : Попурри. 2018. 230 с. **2.** Буняк Н. М. Самоменеджмент – як мистецтво саморозвитку особистості. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський Національний університет ім. В.О. Сухомлинського. Миколаїв. 2017. Вип. 18. С. 185–188. **3.** Bieri P. Wie wäre es, gebildet zu sein? München : Komplett Media GmbH. 2017. 96 s. **4.** Лисенко В. В., Приходько І. А. Вплив функцій та технологій самоменеджменту на розвиток персоналу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 19. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/43.pdf. (дата звернення: 12.11.2021). **5.** Резник С. Д., Чемезов И. С. Персональный менеджмент как наука об управлении собственной жизнью и личной деятельностью деловых людей. *Науковедение.* 2017. № 6. Том 9. URL: https://naukovedenie.ru/PDF/ 101EVN617.pdf. (дата звернення: 12.11.2021). **6.** Спивак В. А. Методология и стратегия самоменеджмента : монография. Москва : Креативная экономика, 2018. 342 с.

REFERENCES:

1. Maksvell Dj. Vospitay v sebe lidera. Minsk : Popurri. 2018. 230 s. **2.** Buniak N. M. Samomenedzhment – yak mystetstvo samorozvytku osobystosti. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* / Mykolaivskyi Natsionalnyi universytet im. V.O. Sukhomlynskoho. Mykolaiv. 2017. Vyp. 18. S. 185–188. **3.** Bieri P. Wie wäre es, gebildet zu sein? München : Komplett Media GmbH. 2017. 96 s. **4.** Lysenko V. V., Prykhodko I. A. Vplyv funktsii ta tekhnolohii samomenedzhmentu na rozvytok personalu pidpryiemstva. Infrastruktura rynku. 2018. Vyp. 19. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/43.pdf. (data zvernennia: 12.11.2021). **5.** Reznik S. D., Chemezov I. S. Personalnyiy menedjment kak nauka ob upravlenii

sobstvennoy jiznyu i lichnoy deyatelnostyu delovyih lyudey. *Naukovedenie*. 2017. № 6. Tom 9. URL: https://naukovedenie.ru/PDF/ 101EVN617.pdf (data zvernennya: 12.11.2021). **6.** Spivak V. A. Metodologiya i strategiya samomenedjmenta : monografiya. Moskva : Kreativnaya ekonomika, 2018. 342 s.

Suduk O. Y. [1; ORCID ID: 0000-0002-4620-4389],
Candidate of Agricultural Sciences (Ph.D.), Associate Professor

[1]*National University of water and environmental engineering, Rivne*

SELF-MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF FORMING AN EFFECTIVE PERSONALITY BRAND

The essence of self-management as the art of self-development of a personality is explored in the article. The theoretical approaches to defining the essence of the concept «self-management» are considered and its author's interpretation is offered. The factors that promote and hinder the self-development of employees of the organization are determined. The basic qualities of the personality that influence its ability to self-development are substantiated. Keywords: self-management, self-development, self-organization, self-motivation, self-contro.

The article analyzes the motivational self-management as a tool for management. The author of the expediency of intensification heads towards use in practice the basic rules and methods of self-management as a set of measures and policies aimed at improving and developing professional and personal human potential, increase its efficiency.

It is noted that the success of each person depends not only on the material and economic values, but also on how it manages the most valuable asset – time. Each person must knowingly and systematically use their time to achieve this goal.

Identified and singled out the concept of delegation, which is a key activity manager and head helps free up time for more important tasks and reduce congestion and promote the use of professional knowledge and skills of employees, positive impact on employee motivation.

In the article the importance of self-management as one of the prerequisites for a successful and productive work, because given the current pace of life and the level of competition, self- management is an objective necessity for people who aim to score.

Keywords: self-management; self-development; self-organization; self-motivation; self-control; management culture; life management; personality development; creativity; creative thinking.

Судук Е. Ю. [1; ORCID ID: 0000-0002-4620-4389],
к.с.-х.н., доцент

[1]*Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно*

САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО БРЕНДА ЛИЧНОСТИ

В статье рассмотрен самоменеджмент через призму формирования собственного бренда. Обоснована теоретическая основа для толкования сущности понятия «самоменеджмент», а также предложено его авторское видение. Определены факторы, влияющие на саморазвитие коллектива организации. Рассмотрено влияние основных качеств личности на способность к саморазвитию. Доказано, что самоменеджмент является инструментом повышения мотивации коллектива. Автор обосновал связь между производительностью и эффективностью деятельности руководителя и использованием инструментария самоменеджмента.

Ключевые слова: самоменеджмент; самоорганизация; самомотивация; самоконтроль; управленческая культура; лайф-менеджмент; организационная культура; развитие личности; бренд-менеджмент; креативность.

Отримано: 14 грудня 2021 р.
Прорецензовано:19 грудня 2021 р.
Прийнято до друку: 29 грудня 2021 р.