

SELF-BRANDING КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЕ

SELF-BRANDING AS A CONDITION FOR SUCCESS IN A PROFESSIONAL CAREER

ПОЛУЧЕНО 25.01.2024 ОДОБРЕНО 08.02.2024 ОПУБЛИКОВАНО 25.04.2024

УДК 331 DOI 10.12737/2305-7807-2024-13-2-93-96



МУХАМЕТШИНА Г.Р.

*Канд. соц. наук, доцент,
доцент кафедры проектного
менеджмента и бизнес-
администрирования,
ФГБОУ ВО «Уфимский университет
науки и технологий», г. Уфа*

MUKHAMETSHINA G.R.

*Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor, Department
of Project Management and Business
Administration, Ufa University
of Science and Technology, Ufa*

e-mail: ggr-nauka@mail.ru



МИННИБАЕВА Л.Р.

*Студент,
кафедра проектного менеджмента
и бизнес-администрирования,
ФГБОУ ВО «Уфимский университет
науки и технологий», г. Уфа*

MINNIBAYEVA L.R.

*Student, Department of Project
Management and Business
Administration, Ufa University
of Science and Technology, Ufa*

e-mail: lianaminnibaeva@mail.ru

Аннотация

В статье представлены описание и значимость self-branding в профессиональном становлении специалиста. Отмечается, что на сегодняшний день в нашей стране self-branding только набирает обороты, поэтому людям, которые хотят создать собственный бренд, необходимо самостоятельно работать над ним. Авторы статьи рассматривают self-branding как процесс, направленный на то, чтобы человек мог позиционировать себя как успешного в своей профессиональной деятельности сотрудника и быть востребованным на рынке труда.

Описывая этапы создания своего личного бренда, отмечается, что меняется общество, меняются его потребности и интересы, отсюда меняется и запрос работодателей. На основании этого в статье прописаны рекомендации, позволяющие удерживать свой личный бренд и оставаться успешным в своей профессиональной карьере.

Ключевые слова: self-branding, профессиональная карьера, карьерные маршруты, карьера, профессионал, рынок труда.

Abstract

The article presents the description and importance of self-branding in the professional development of a specialist. It is noted that today in our country, self-branding is only gaining momentum, so those people who want to create their own brand need to work on it independently. The authors of the article consider self-branding as a process aimed at ensuring that a person can position himself as a successful employee in his professional activity and be in demand in the labor market. Describing the stages of creating your personal brand, it is noted that society is changing, its needs and interests are changing, hence the employers' request is changing. Based on this, the article contains recommendations that allow you to maintain your personal brand and remain successful in your professional career.

Keywords: self-branding, professional career, career paths, career, professional, labor market.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день благодаря сильному влиянию западноевропейских ценностей капиталистического общества люди постоянно находятся в таких условиях, где пытаются утвердиться в качестве успешных личностей как на работе, так и в общественной жизни и семье.

Так, люди, будто один из мифологических героев — Протей, периодически перебирают свои социальные роли и превращаются то в одного человека, то в другого. Сравнение приведено именно с этим мифологическим героем потому, что он также менял свой облик и характер, но ответить на вопрос «Кто ты на самом деле?» не мог. Так и с людьми: постоянная смена социальных ролей вызывает затруднение в понимании собственного Я. Люди начинают испытывать сильнейший стресс и задаваться мыслями о своем смысле жизни, о том, кто они такие на самом деле.

Отсюда возникает ситуация, где размываются такие константы, как самоидентичность и целостность. Это приводит к тому, что человек становится лишь носителем раз-

ных социальных ролей, внутри которых прячется одинокая личность, испытывающая стресс и отчуждение. Такое положение может привести к серьезным последствиям в плане психики.

Для того чтобы справиться с этой проблемой и помочь человеку вернуть его идентичность в современном обществе, появился такой феномен, как Self-branding, благодаря которому у людей появляется возможность заново выстроить себя, свой бренд.

Селфбрендинг относится к такому виду бренда, который рассматривается в единстве вещи и человека. Значение слова «бренд» упирается в мифологию и означает уникальность вещи. В менеджменте принято считать, что на сегодняшний день у человека должны быть некоторые характеристики бренда. К ним можно отнести репутацию, уникальную биографию, уважение и почет [3].

И именно селфбрендинг выступает в качестве помощника в измерении средств брендинга с целью построить уникальное представление о конкретном человеке, о его жизни и особенностях.

Бренд — продукт творчества человека, который направлен на то, чтобы выразить его идеи и удовлетворить потребности. Селфбрендинг имеет своей целью помочь личности самореализоваться и самоактуализироваться в обществе, усовершенствовать свои личностные качества. За брендом находится абсолютно реальный человек, обладающий присущими только ему характеристиками [3].

В современном понимании сущность брендинга заключается в том, чтобы настроить человека на тот факт, что он сам создает свою личность и историю жизни. И здесь бренд является средством идентификации этой личности. Именно поэтому для того чтобы стать успешным в профессиональной деятельности, человеку на сегодняшний день необходимо пользоваться инструментами self-branding.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Само по себе понятие селфбрендинга появилось еще в 1997 г. Его создал американский писатель Т. Питерс, который посвящал свои книги различным практикам по управлению бизнесом [8]. Он считал, что личный бренд — некий образ конкретного человека, его представление самого себя для других, которое они запоминают и благодаря которому узнают этого человека.

Интересным на наш взгляд является труд Котлера Ф., в котором он показывает, как «высокая популярность и сильные персональные бренды способствуют появлению конкурентных преимуществ и новых возможностей» [7].

Основные этапы построения личного бренда описала в своей научной работе Морозова А.Л. [5]. Ценным в ее труде является то, что в ней рассмотрены кейсы — реальные истории по созданию личного бренда.

Бесценным является труд Ю. Саленбахера, представивший авторскую методику по бренд-позиционированию и развитию креативного мышления [9].

В последнее время наблюдается интерес к данной теме и можно констатировать активность публичных выступлений [4, 10, 12, 13].

Несомненно, при собеседовании современные работодатели продолжают обращать внимание на опыт работы, образование и квалификацию, но самое главное, что становится решающим фактором принятия или не принятия на работу сотрудника — его личная уникальность, таланты, выдающиеся качества, умение презентовать себя. Именно от последнего зависит успешность, так как человек, который может самостоятельно построить для себя уникальный, эффективный профессиональный имидж, свой личный бренд, способен достичь максимальных высот.

Особенно важен личный бренд для людей, которые трудятся в области коммуникаций, поскольку в их задачи входит общение с публикой и чаще всего с живой. Сюда можно отнести таких специалистов, как маркетолог, менеджер, психолог, профориентолог, карьерный консультант, социолог, специалист по рекламе. Сегодня можно отметить тот факт, что спрос на таких специалистов-коммуникаторов растет с высокой скоростью. Происходит это потому, что такие специалисты необходимы для того, чтобы создавать благоприятное коммуникативное пространство в компании, создавать условия для ее совершенствования, увеличивать спрос на продукцию и создавать положительный имидж, который будет привлекать потенциальных клиентов. Такие сотрудники ставят перед собой задачи по решению кризисных вопросов, организации коммуникаций и т.п.

Учитывая тот факт, что спрос на специалистов в разных областях растет, то это говорит о том, что появляется и кон-

куренция. В особенности конкурентоспособными являются самые высокооплачиваемые должности на тех предприятиях, которые уже добились успеха. И здесь для того чтобы повысить свою конкурентоспособность, иметь задатки карьерного роста и успешности, на помощь приходит self-branding.

Исследователи утверждают, что при наличии высокого уровня конкуренции на рынке труда работники выступают на нем в качестве «товара». Именно поэтому выпускникам профессиональных заведений обязательно нужно говорить о том, что чаще всего происходит так, что успешный и востребованный профессионал своего дела — не тот, кто способен усердно трудиться, а тот, кто может убедить всех, включая своего начальника, в том, что он лучший в своем деле, используя для этого способы самоимиджирования, самобрендинга, самомаркетинга. В научной работе Щегулиной О.В. представлены «результаты первого направления эмпирического исследования по определению понимания ключевых особенностей личного бренда и необходимости его формирования на этапе получения профессионального образования в вузе, которые показали, что студенты понимают важное значение личного бренда, который влияет на их удушую позицию на рынке труда и профессиональную деятельность. Студенты осведомлены о возможностях раскрытия контента личного бренда в социальных сетях и знают доступные инструменты для его продвижения» [11, с. 64].

Сегодня можно смело говорить о том, что времена, когда создание своего бренда было актуально только лишь для звезд и политиков прошли. В настоящее время огромное количество людей стремится к тому, чтобы не только делать узнаваемым и запоминающимся, востребованным свой продукт, но и свое имя.

Базовыми элементами self-brandingа являются уверенность в себе, понимание своей успешности, надежность и компетентность, именно благодаря им о человеке складывается положительное впечатление. Но необходимо понимать, что создавая образ успешной личности, необходимо учитывать свое Я, свои индивидуальные особенности. Нужно уметь остаться самим собой для того чтобы не потерять своей уникальности.

Self-marketing подразумевает следующие этапы действий:

- создать эталон модели имиджа, у которой будут все желательные качества;
- выявить сильные и слабые стороны имиджа для дальнейшего его изменения в лучшую сторону;
- разработать поэтапные действия для создания эталона имиджа, создание приятного впечатления у целевой аудитории [6].

Ибрахими А., изучая развитие личного бренда, выделяет следующие его функции:

- создает положительное мнение и формирует лояльное отношение со стороны потенциальных клиентов;
- позволяет выстроить максимально доверительные отношения с партнерами и клиентами;
- позволяет наилучшим образом позиционировать себя в сравнении с конкурентами;
- помогает создать и развить отличную репутацию;
- максимально полно раскрывает ваш потенциал, обнаруживает ранее неизвестные возможности и помогает контактировать с людьми на совершенно ином уровне;
- учит управлять собой и бизнесом;
- повышает узнаваемость корпоративного бренда, который неотделим от имиджа его владельца [1, с. 312].

Многие психологи утверждают, что бренд равнозначно имиджу является уникальным феноменом. Так, если рас-

смаковать работников на рынке труда в качестве товара, то можно рассматривать и сотрудников как людей-брендов.

Селф-брендинг или персональный брендинг — это такой процесс, который направлен на то, чтобы человек мог создать себя как успешного в своей профессиональной деятельности сотрудника и высоко продвинутого на рынке труда. Можно назвать его некоей стратегией по развитию карьеры.

Обращаясь к сущности этого феномена, можно отметить, что развитием своей карьеры люди занимаются постоянно и считают, что бренд нужно создавать и управлять только с помощью нормативно-правовых актов, на основании которых на рынке происходит продвижение брендов. Более того, за рубежом для создания личного бренда активно привлекают помощников.

В России феномен селф-брендинга только зарождается, но уже набирает обороты. Но пока что специалист, который решил создать свой бренд, вынужден делать это самостоятельно, при этом деятельность по унификации самого себя должна быть связана с вопросами: что сделать, для того, чтобы стать конкурентоспособным и востребованным в своей профессии? Как создать уникальный бренд? Как сохранить свой бренд и каким образом осуществлять его развитие?

Необходимо понимать, что бренд в корне отличается от продукта. Так, продукт имеет свои потребительские свойства. К ним относят образование, опыт работы, навыки и умения, то есть все то, что человек описывает в своем резюме.

Бренд — более сложное понятие, многогранное, куда входит и продукт. Под брендом можно понимать востребованный, тщательно проработанный, разрекламированный и узнаваемый публикой продукт, который с легкостью и удовольствием покупают. Среди других продуктов его легко узнать и отличить. Отсюда можно прийти к выводу, что если специалист создает и развивает свой бренд, то он становится более востребованным и успешным.

Но далеко не каждый специалист на рынке труда является брендом, для его создания необходимо приложить ряд усилий. Во-первых, поставить цель и определить конкретные сроки ее выполнения. Во-вторых, необходимо изучить ситуацию на рынке труда по своей профессии: понять уровень ее востребованности, какие есть требования к успешным в этой области специалистам, какие возможности появятся при устройстве на работу.

После этого человеку нужно сопоставить полученную информацию со своими реальными возможностями и интересами. В частности, необходимо уделить время стратегическому планированию.

При анализе необходимо обязательно ответить на вопросы: что хочет видеть работодатель в своем работнике и какими личностными характеристиками его можно заинтересовать? Что придется сделать для того, чтобы удовлетворить потребности работодателя? Затем необходимо определить индивидуальные характеристики и профессиональные способности, которые у конкретного работодателя смогут вывести специалиста на высокий уровень. После этого стоит ответить на вопрос: «Почему именно мне удастся продвинуться и быть успешным на этой должности?», «Кто я?». Так, руководствуясь этими простыми правилами, каждый специалист способен стать для самого себя создателем собственного бренда, имиджа.

В будущем селф-бренд может составить большую часть оценочной стоимости потенциального работника. Так, если человеку, находящемуся в поиске работы, необходимо «продать самого себя по высокой стоимости», то для этого необходимо детально проработать тактику действий, рас-

смотреть максимальное число вариантов развития и приобрести необходимые практические навыки.

Будущим специалистам, которые хотят достичь успеха в своей профессиональной деятельности, рекомендуется пользоваться алгоритмом, представленным ниже:

1. Необходимо изучить целевой рынок и понять, какую позицию на этом рынке вы занимаете;
2. Выявить факторы, которые оказывают влияние на состояние рынка;
3. Провести анализ конкурентов, выгодных работодателей и самого себя;
4. Выбрав потенциального успешного работодателя, необходимо определить, в каком товаре он нуждается и каким образом его нужно будет достать;
5. Создать стратегию по представлению своего продукта, то есть своих личностных качеств, навыков, образования, опыта;
6. Организовать компетентную, грамотную и уверенную коммуникацию с потенциальным работодателем с целью продать «свой товар»;
7. Подтвердить свой личный имидж во время испытательного срока.

Очень важно принимать во внимание в селф-брендинге роль портфолио, поскольку именно оно является способом оценивания профессиональных достижений потенциального работника. В портфолио содержатся все необходимые материалы для того, чтобы работодатель оценил возможности и достоинства потенциального сотрудника и принял решение по его трудоустройству.

Более успешным будет портфолио тогда, когда его систематизируют по разным разделам. Например, сначала будет представлено резюме, затем результаты своей деятельности, результаты своих проектов, достижения, отзывы, рекомендации и т.п.

Особенностью self-branding является то, что необходимо постоянно следить за ситуацией на рынке и анализировать ее для того, чтобы остаться успешным в профессиональной карьере. Также работа над личным брендом предполагает «что для полной проработки возможных вариантов развития профессиональной карьеры необходимо учитывать различные ресурсы: жизненный этап, карьерный этап, образование, финансы, траекторию движения человека в организации и т.д. Разделение карьерных маршрутов на этапы помогает уточнить цели профессиональной деятельности, степень динамичности и специфику индивидуальной мотивации» [2, с. 30].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для того чтобы построить на долгие годы свою успешную карьеру, необходимо тщательно разработать свою собственную программу селф-брендинга и периодически обновлять ее. Если человек считает, что он создал свой бренд и на данный момент стал успешным с ним, то этот успех будет сопровождать его на протяжении всей карьеры, то он глубоко ошибается. Меняется общество, меняются его запросы, соответственно, ситуация на рынке труда также начинает изменяться. И качества специалистов, которые были востребованы сегодня, могут стать абсолютно ненужными завтра. Именно поэтому необходимо тщательно прорабатывать и актуализировать программу селф-брендинга для того, чтобы оставаться на вершине профессиональной карьеры.

Таким образом, селф-брендинг способен оказать огромное влияние на профессиональную карьеру человека. Также он является средством, которое создает конкурентоспособность на рынке труда.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ибрахими А.* Развитие личного бренда // Журнал прикладных исследований. 2022. Том 4. № 6. С. 311–316. DOI: https://doi.org/10.47576/2712_7516_2022_6_4_311 (дата обращения: 23.12.2023).
2. *Лебедева Н.А.* Построение личного карьерного маршрута как технология профессионального развития // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2022. № 4. С. 27–32. DOI: <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2022-11-4-27-32> (дата обращения: 23.01.2024).
3. *Лец С.Е.* «Self-brand» как уникальность «Self» [Электронный ресурс] URL: <https://psycho.ru/library/2092> (дата обращения: 23.11.2023).
4. *Листопад Д.* Заметные фигуры. Так ли важен личный бренд при трудоустройстве в России [Электронный ресурс] URL: <https://secretmag.ru/practice/lichnyi-brend.htm> (дата обращения: 10.10.2023).
5. *Морозова А.Л.* Технология создания и развития личного бренда для специалистов, экспертов, предпринимателей [Электронный ресурс] URL: <https://itexts.net/avtor-anna-morozova/348919-tehnologiya-sozdaniya-i-razvitie-lichnogo-brenda-dlya-specialistov-ekspertov-predprinimateley-anna-morozova/read/page-1.html> (дата обращения: 23.11.2023).
6. *Мусабекова С.Ш., Терехина С.В.* Self-marketing и self-branding как условие успешности в профессиональной карьере [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/self-marketing-i-self-branding-kak-uslovie-uspeshnosti-v-professionalnoy-kariere/viewer> (дата обращения: 25.11.2023).
7. Персональный брендинг: технология достижения личной популярности / Ф. Котлер [и др.]. [Электронный ресурс]. Пер. с англ. М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. URL: <https://reallib.org/reader?file=1333559&pg=1> (дата обращения: 15.01.2024).
8. *Питерс Т.* Преврати себя в бренд! М., 2012. 144 с.
9. *Саленбахер Ю.* Создайте личный бренд. Как находить возможности, развиваться и выделяться [Электронный ресурс] URL: <https://fb2-epub.com/fb2reader/19161> (дата обращения: 18.12.2023).
10. Что такое личный бренд и как он помогает в карьере [Электронный ресурс]. URL: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_takoe_lichnyy_brend_i_kak_on_pomogaet_v_karege/ (дата обращения: 18.12.2023).
11. *Шегулина О.В., Пурлиева А.С., Семенова Е.Ю., Холмова В.П.* Формирование личного бренда студента как инструмент позиционирования на рынке труда (Часть II) // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2023. № 1. С. 63–69. DOI: <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2023-12-1-63-69> (дата обращения: 23.01.2024).
12. *Katryna M. Johnson*, The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. International Journal of Education and Social Science. Vol. 4 No. 1, 2017, pp. 21–27
13. *Chris Ducker*, Rise of the Youpreneur. Jaico Publishing House, 2019. 288 p.

REFERENCES

1. *Ibrahimi A.* Personal brand development // Razvitie lichnogo Brenda [Journal of Applied Research]. 2022. Vol. 4. No. 6. P. 311–316. (in Russian). DOI: https://doi.org/10.47576/2712_7516_2022_6_4_311
2. *Lebedeva N.A.* Building a personal career route as a technology of professional development // Postroenie lichnogo kar'ernogo marshruta kak tekhnologiya professional'nogo razvitiya [Human Resources and Intellectual Resources Management in Russia]. 2022. No. 4. P. 27–32. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.12737/2305-7807>
3. *Letz S.E.* «Self-brand» as the uniqueness of «Self» // «Self-brand» kak unikal'nost' «Self». (in Russian). Available at: <https://psycho.ru/library/2092>
4. *Listopad D.* Notable figures. Is a personal brand so important when applying for employment in Russia // Zametnye figury. Tak li vazhen lichnyi Brend pri trudoustroistve v Rossii. (in Russian). Available at: <https://secretmag.ru/practice/lichnyi-brend.htm>
5. *Morozova A.L.* Technology of creating and developing a personal brand for specialists, experts, entrepreneurs // Tekhnologiya sozdaniya i razvitiya lichnogo brenda dlya spetsialistov, ekspertov, predprinimatelei. (in Russian). Available at: <https://itexts.net/avtor-anna-morozova/348919-tehnologiya-sozdaniya-i-razvitie-lichnogo-brenda-dlya-specialistov-ekspertov-predprinimateley-anna-morozova/read/page-1.html>
6. *Musabekova S.Sh., Terekhina S.V.* Self-marketing and self-branding as a condition for success in a professional career // Self-marketing i self-branding kak uslovie uspeshnosti v professional'noi kar'ere. (in Russian). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/self-marketing-i-self-branding-kak-uslovie-uspeshnosti-v-professionalnoy-kariere/viewer>
7. *Kotler F., Rein I., Hamlin M., Stoller M.* Personal branding: technology for achieving personal popularity // Personal'nyi branding: tekhnologiya dostizheniya lichnoi populyarnosti. Moscow, Grebennikov Publishing House, 2008 (in Russian). Available at: <https://reallib.org/reader?file=1333559&pg=1>
8. *Peters T.* Turn yourself into a brand! // Prevrati sebya v Brend! Moscow, 2012, 144 p. (in Russian).
9. *Salenbacher Yu.* Create a personal brand. How to find opportunities, develop and stand out // Sozdaite lichnyi Brend. Kak nakhodit' vozmozhnosti, razvivat'sya i vydelyat'sya/ (in Russian). Available at: <https://fb2-epub.com/fb2reader/19161>
10. What is a personal brand and how does it help in your career // Chto takoe lichnyi Brend i kak on pomogaet v kar'ere (in Russian). Available at: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_takoe_lichnyy_brend_i_kak_on_pomogaet_v_karege/
11. *Shchegulina O. V., Purlieva A. S., Semenova E. Yu., Kholomyeva V. P.* Formation of a student's personal brand as a positioning tool in the labor market (Part II) // Formirovanie lichnogo brenda studenta kak instrument pozitsionirovaniya na rynke truda (Chast' II) [Human Resources and Intellectual Resources Management in Russia]. 2023. No. 1. P. 63–69. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2023-12-1-63-69>
12. *Katryna M. Johnson*, The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. International Journal of Education and Social Science. Vol. 4 No. 1, 2017, pp. 21–27
13. *Chris Ducker*, Rise of the Youpreneur. Jaico Publishing House, 2019. 288 p.