(cc) BY

Лекерова Гульсим Жанабергеновна
д-р психол. наук, профессор
Кидирбаева Халима Керимбаевна
канд. биол. наук
Кемелбекова Гульнар Ашимхановна
магистр биол. наук
Жуматаева Улжалгас Таубаевна
магистр биол. наук
Бегалиева Айгерим Молдияровна
магистр биол. наук
Жумаханова Роза Калдашовна
канд. техн. наук, доцент
Южно-Казахстанский государственный
университет им. М.О. Ауэзова
г. Шымкент, Республика Казахстан

ПОСТРОЕНИЕ КАРЬЕРЫ МОЛОДЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация*: в статье рассматривается проблема построения карьеры – сложного многоступенчатого процесса. Желание занимать более высокую должность может быть обусловлено различными мотивами. Для кого-то важно постоянно расти и развиваться, другими движут стремление к изменениям и возможность попробовать себя в новом качестве, третьими – жажда власти хотя бы над своими подчиненными, а кому-то просто необходимо доказать себе и окружающим, что он достоин большего. Люди делятся на две категории: одни активно плывут по течению, меняя время от времени свое направление, подстраивая поток под себя, другие, спокойно отдавшись воле воды, движутся туда же, куда их несет течение. Наиболее оптимальное время для планирования карьеры – обучение в вузе и начало трудовой деятельности.*

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

***Ключевые слова**: профессиональная карьера, профессиональное самоопределение, механизмы управления карьерой, ключевые виды карьеры.*

Карьеру строят не все. Не всем это надо, хотя и понимают, что это необходимо. Однако люди делятся на две категории: они активно плывут по течению, меняя время от времени свое направление, подстраивая поток под себя, другие, спокойно отдавшись воле воды, движутся туда же, куда их несет течение. Как вы спланируете свою карьеру, так она и будет развиваться. Наиболее оптимальное время для планирования карьеры – обучение в вузе и начало трудовой деятельности. Это некие точки отсчета, с которых начинается продвижение по ступеням карьерной лестницы [1, с. 12].

Все начинается с мысли. Как вы спланируете свою карьеру, так она и будет развиваться. Составление обдуманного плана главный шаг профессионального самоопределения, и надо сказать, совсем не простой этап. Многие полагают, что о карьерном росте уместно задумываться, имея за плечами 2–3 года трудового стажа. Однако это не совсем так. Наиболее оптимальное время для планирования карьеры – обучение в вузе и начало трудовой деятельности. Это некие точки отсчета, с которых начинается продвижение по ступеням карьерной лестницы. В этот период вы уже будете иметь конкретное представление о будущей специальности и сможете сформулировать свои основные жизненные цели. Начинать планировать карьеру лучше в 18–21 год.

Конечно, если интерес к продвижению по службе возник в более зрелом возрасте, не упускайте этот момент. К сожалению, после 50 лет количество возможностей для маневра уменьшается. Но это не означает, что управлять карьерой в эти годы абсолютно нельзя. Все зависит от внутренней воли человека, его мотивации [2, с. 23].

Построение карьеры – сложный многоступенчатый процесс. Желание занимать более высокую должность может быть обусловлено различными мотивами. Для кого-то важно постоянно расти и развиваться, другими движут стремление к изменениям и возможность попробовать себя в новом качестве, третьими –

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

жажда власти хотя бы над своими подчиненными, а кому-то просто необходимо доказать себе и окружающим, что он достоин большего [3, с. 34].

Существуют три ключевых вида карьеры.

Лестница. Этап «разгона», этап равномерной интенсивной работы, переход на следующую ступень. Например, выпускница вуза устраивается в косметическую фирму менеджером по продажам. Сначала она «вживается» в должность, нарабатывает опыт и клиентскую базу, потом два года плодотворно трудится, затем становится начальником отдела продаж. Девушка оказывается сообразительной и целеустремленной и не сбавляет темп, и затем занимает пост заместителя коммерческого директора.

Волна. Вы движетесь вместе с вашей организацией. Наиболее ярко такая модель карьеры выражена в Японии, но и у нас она существует в более мягких вариантах. Соискатель устраивается на работу в динамично развивающуюся организацию и растет вместе с ней, при этом его должность может и не меняться. Так, один сотрудник пришел в небольшую типографию директором рекламного департамента. За пять лет типография сильно расширилась. Сейчас он, по-прежнему возглавляет свой отдел, но уровень его работы, социальная значимость и доходы значительно выросли.

Серия проектов. Это новая модель карьеры. Ее появление обусловлено динамичностью современного бизнеса, основной ценностью которого становятся талантливые специалисты, а не капитал и материальные орудия производства. Сегодня важны технологии и информация.

Из общей массы производимых продуктов 70% делают с помощью интеллекта. Творческие, нестандартные решения приносят прибыль. Соответственно, команду специалистов могут собирать для реализации конкретного проекта или нескольких проектов. Человек, хорошо работающий головой, может себе позволить выбирать потенциальных работодателей и предлагать свои проекты. Например, специалист по консалтингу, потрудившись в различных компаниях, может написать книгу и успешно продать ее, а потом заняться обучением начинающих консультантов. Это наиболее самостоятельный и творческий вариант карьеры,

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

но он требует высокого профессионализма, уверенности в себе, умения подать себя, при этом необходимо мыслить стратегически и обладать деловым чутьем.

За рубежом карьерные стратегии довольно разнообразны. Так, кадровая политика большинства японских фирм предоставляет сотрудникам возможность карьерного роста в рамках одной компании в течение всей жизни, так называемый пожизненный найм. Многие американские специалисты, даже если нынешняя работа их, в целом, устраивает, регулярно, примерно раз в полгода, активизируют свое резюме в кадровых агентствах и Интернете. Некоторые западные компании исповедуют принцип «promotion from within» (продвижение изнутри). Попасть в такую фирму со стороны на должность из высшего или среднего менеджмента невозможно. Сотрудников набирают только на нижние позиции и растят самостоятельно, с учетом требований внутренней корпоративной культуры. В подобных компаниях шансы добраться до вершин значительно выше. Однако нельзя сказать, что карьерный рост сотрудников – дело рук, исключительно, их самих. Кадровый резерв необходим предприятию как воздух, поэтому вкладывать силы и средства в обучение и развитие собственных перспективных специалистов весьма разумно.

В небольших фирмах, где все на виду, оценить вклад и качество работы каждого работника проще. Но это вовсе не значит, что крупные компании лишены возможности делать инвестиции в персонал. Наоборот, они создают свои учебные центры, корпоративные университеты, где проходят обучение собственные сотрудники, повышая свою квалификацию.

Как же правильно построить новую карьеру, на что стоит обратить внимание, чтобы избежать уже допущенных ошибок?

Известно, что сделать карьеру способен не каждый, а добиться быстрого продвижения по службе – тем более. Какими же качествами нужно обладать, чтобы начальство заметило ваше усердие? Большинство HR-менеджеров ставят во главу угла талант лидера, умение работать команде, открытость, энергичность, трудолюбие, хорошую обучаемость.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Быстрый карьерный взлет наиболее вероятен для людей предприимчивых и креативных, с авантюрной жилкой, всегда готовых предложить предприятию больше, чем требуется от рядового сотрудника. А вот шансов у людей системных, педантичных, скрупулезно выполняющих свою работу «от и до», немного.

Немаловажное значение имеет личностный фактор. Кто повышает сотрудника? Естественно, начальник. Замечено, что этот самый руководитель охотнее приближает к себе работников, которые похожи на него самого. Взрывной, темпераментный директор скорее повысит подчиненного громкоголосого и экспансивного, чем спокойного и старательного. Руководитель, строго относящийся к своему внешнему виду на рабочем месте, с большим удовольствием назначит на высокую должность сотрудника, носящего костюмы, а не свитера и двухдневную щетину.

Однако здесь есть и другая сторона. Если руководитель слишком мягкий, то он старается компенсировать это, взяв к себе в заместители строгого управленца.

Может, также, сыграть роль тот факт, что ваше детство прошло в одном городе или что ваши родители учились в одном вузе. Потому, если вы стремитесь к карьерному взлету, узнав, какие факты помимо работы связывают вас с руководством, обязательно донесите их до сведения вашего начальства.

Типы подходов к построению карьеры.

Альпинист. Человек с высокой самооценкой, высоким уровнем притязаний и внутренним контролем. Он делает своими руками карьеру и делает это очень сознательно. Он проходит все ступени и стремится к цели.

От этого человека веет решимостью, он сможет достигнуть намеченной цели. В тяжелую минуту станет надежной опорой для компании.

Иллюзионист. Человек с высокой самооценкой, высоким уровнем притязаний и внешним контролем. Этот человек из всех сил стремится добиться поставленной цели, и уверен в своих силах.

Мастер. Человек с высокой самооценкой, низким уровнем притязаний, внутренним контролем. Этот человек способен с повышенным интересом осваивать новые профессии или же новые области в своей. После того, как он

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

добьется результата, он может потерять интерес. Никакие продвижения его, практически, не интересует. Ему важна сама жизнь, полная ярких красок, интересов и т. д.

Муравей. Человек с низкой самооценкой, низким уровнем притязаний, внешним контролем. Этот человек работает только по определенным задачам, никаких движений в сторону. Он так делает не потому, что он глупый, а потому, боится совершить ошибку. Является ценным сотрудником, так как отличается высокой исполнительностью. Чтобы такой человек не уволился с работы, его стоит просто-напросто завалить поручениями и полномочиями.

Коллекционер. Человек с низкой самооценкой, высоким уровнем притязаний, внешним контролем. Он хочет добиться много, но все не решается делать первый шаг. Он способен получить более одного образования, а также посетить массу курсов.

Узурпатор. Человек с низкой самооценкой, высоким уровнем притязаний, внутренним контролем. В жизни вся надежда только на себя самого. Он способен продвигаться по служебной лестнице, но его недоверие этот процесс тормозит.

Раньше людям, фактически, не приходилось управлять своей карьерой, однако времена сильно изменились. Сегодня нужно учиться управлять своей жизнью и карьерой самостоятельно.

В первую очередь, необходимо учиться развивать себя. Кажется очевидным, что люди добиваются результатов, если занимаются тем, что им хорошо удается.

В отношении формирования образа личности действуют те же законы, которые способствуют продвижению товаров и услуг, но с учетом личностных характеристик человека. В современном мире бизнеса профессионализм рассматривается как рыночный товар, а сам профессионал – как бренд. Ведь в каждой сфере деятельности существуют люди-бренды, яркие персоны, про которых говорят «широко известные в узких кругах».

Личный бренд – это то, что позволяет вам выделиться из толпы конкурентов, то, благодаря чему ваши потенциальные потребители будут о вас помнить и отдавать предпочтение именно вам, а не вашим соперникам по бизнесу. Он

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

позволяет обрести относительную стабильность в постоянно меняющемся мире, помогает «остаться на плаву» в условиях экономических спадов [1].

Заработав определенный «символический капитал», необходимо его удержать, а желательно, и приумножить. Но это отнюдь не проще, нежели развивать и увеличивать ценность бренда какого-либо товара. Важное значение при брендинге личности имеет гармоничность создаваемого бренда с внешностью человека, его личностными особенностями, т.е. внутренним миром, а также спецификой целей, для достижения которых он создается. Иногда бренд получается более контрастным, даже скандальным, иногда – более ровным, без «острых углов». Но именно гармоничность позволяет бренду оставаться на рынке долгое время. Начинать строить персональный бренд нужно с первых шагов по карьерной лестнице, а лучше – с самого детства. На Западе есть отдельная специальность «Планирование карьеры», которая основывается на оценке личных ресурсов и компетенций человека. В раннем возрасте проводится психодиагностика личности и выявляется, к чему более склонен ребенок. Возможно, некоторым вещам его просто учить не надо, так как при отсутствии соответствующих способностей результатом такого обучения будет только возникновение комплексов. Но, тем не менее, технология личного брендинга актуальна все-таки, в первую очередь, для зрелых людей, добившихся определенных успехов в жизни, на основании которых можно выстроить этот бренд [2].

При построении персонального бренда вы должны учитывать достаточно много факторов. Вы должны четко понять, для кого вы будете это делать. Быть всем для всех просто невозможно.

Различные ассоциации всегда привязаны к какому-то конкретному человеку. Причем, у всех людей свое особенное восприятие каждой конкретной личности. При построении своего бренда, вы должны создавать четкие ассоциации у вашей целевой группы. Например, уверенный в себе, зрелый, стильный руководитель. Процесс формирования личного бренда на практике ничем не отличается от технологии создания бренда товарного.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Определение достоинств. Составьте детальный список своих достоинств. Какими личными качествами вы обладаете? Что у вас получается лучше всего? Что вы умеете делать? Какие специальные знания у вас есть? В чем вы уникальны? Какие принципы для вас являются ведущими?

Не спешите переходить к следующему шагу, потратьте на этот шаг столько времени, сколько необходимо. Отбросьте ложную скромность, но и не рисуйтесь перед собою. Обязательно записывайте все, что думаете.

Изучение конкурентов. Определите, кто является вашими конкурентами. Соберите как можно больше информации о ваших конкурентах. Что именно они делают? Как они это делают? Какие используют заявления? Делают ли они нечто такое, что отличает их от других?

Определение отличий. Только после того, как вы выделите свои сильные стороны, вы можете идти дальше и начать сравнивать свои достоинства с достоинствами своих конкурентов. Чем вы отличаетесь от них? Что у вас есть такого, чего нет у ваших соперников? Может быть, вы обладаете какими-то знаниями, например, иностранный язык. Вы умеете быть очень заботливыми, или вы напористы и энергичны? У вас хорошо получается выступать публично, или вы способны к кропотливой и рутинной работе? Обнаружение основных отличий от своих конкурентов называется на языке брендинга «дифференцирование».

Позиционирование. Позиционирование – важный шаг в формировании бренда. Буквально, под «позиционированием» понимается занятие лидирующей позиции в выбранной вами сфере, как поставщик чего-то уникального и необходимого. Позиционирование позволяет точно отделить вас от ваших конкурентов.

На этом этапе создания бренда большие компании разрабатывают так называемое «уникальное торговое предложение» для своих брендов. В случае же личного брендинга, следует придумать себе уникальное заявление, которое вы будете предъявлять рынку.

Упаковка. Вас должны хотеть купить. Приходя в магазин, на что вы в первую очередь обращаете внимание? На упаковку, конечно, а уж потом на содержимое. Значит, прежде всего, нужно подумать именно о ней. Считается, что при создании

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

нового продукта почти 80% средств уходит на его оформление и рекламу. Не секрет, что стиль одежды, как паспорт, сразу выдает вашу принадлежность к определенному кругу людей. Особенно это касается аксессуаров, таких как часы, сумочка, галстук. Созданный вами имидж работает или на вас, или против вас. Если вы претендуете на должность начальника, то не должны выглядеть как курьер. Однако процесс «упаковывания» не должен занимать много времени, так как основа продукта, естественно, его начинка. Ваше базовое образование, опыт работы в определенной области, дополнительно приобретенные знания, навыки, умения и даже хобби.

Список литературы

1. Lekerova G.Zh., Dlimbetova B.S., Kylyshbayeva G.B., Karbozova G.K., Zholdasbekova K.A., Sikhimbayeva Zh.S., Aymenov A.Zh. Research of a problem of formation of educational motivation of students. – Espacios, vol. 38 (№25), 2017, page 26.

2. Lekerova G.Zh., Karbozova G.K., Isabayeva A.S., Dlimbetova B.S., Mamykova R.U., Omarova G.A., Aymenov A.Zh. Results of the Investigation of Psychological Influence on Development of Students, Motivation. – International Journal of Environmental and Science Education, 2016, 11 (8), P. 1711–1720.

3. Lekerova G.Zh., Isabayeva A.S. Forming of professionally pedagogical orientations and motivations in the system of high professional schools. – European Journal of education and applied Psychology. – Vienna, 2015, P. 43–49.

4. Lekerova G.Zh., Isabaeva A.S., Erepbaev N.K., Dlimbetova B.S., Kashaganova T.U. Research of formation features of the system of value personality orientations in the learning process and its impact on motivation professional choice. – Ponte. – Vol. 74 / No. 1/SI / Jan 2018.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)