

Література:

1. Гришина , Н. (2024). Тенденції цифрової трансформації управління персоналом економічних систем в умовах безпекового інформаційного середовища. Цифрова економіка та економічна безпека, (1 (10), 225-231. <https://doi.org/10.32782/dees.10-39>
2. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту : кол. моногр. / [М. В. Семикіна, С. В. Дудко, А. А. Орлова та ін.] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : КОД, 2021. – 442 с.
3. Сила HR. Як досягати цілей бізнесу / уклад. О. Шахова, В. Самойлова. – Х. : Віват, 2022. – 400 с.
4. Сочинська-Сибірцева І.М., Сторожук О.В., Доренська А.О. Новітні технології управління персоналом : навч. посіб. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. 278 с.

Льїна О.В.

асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Доренська А.О.

асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД В ІТ-КОМАНДАХ

У сучасному технологічному світі, де конкуренція за таланти та можливості зростає, персональний бренд стає стратегічним інструментом для виділення та просування фахівців. Вивчення питання впливу персонального бренду окремого фахівця на роботу в командах ТОВ "EVNE Developer", дозволяє зробити наступні висновки щодо ключових аспектів впливу бренду на роботу команд.

Персональний бренд відображає репутацію спеціаліста в ІТ сфері. Якщо фахівець є експертом у певній технології або галузі, його персональний бренд будується на основі знань, досвіду та внеску в професійні спільноти. Ця репутація допомагає співробітникам отримувати визнання як всередині компанії, так і за її межами.

Сильний персональний бренд сприяє кар'єрному зростанню. Співробітники з чітко вираженим брендом можуть легше залучати нові можливості для підвищення, отримувати складніші завдання та проекти, а також бути запрошеними до участі в стратегічних ініціативах компанії.

Співробітники з потужним персональним брендом покращують імідж самої ІТ компанії. Якщо компанія має у своїй команді відомих фахівців, це підвищує її престиж на ринку, робить її привабливішою для клієнтів, партнерів та нових співробітників.

Персональні бренди членів ІТ-команди можуть сприяти залученню нових талантів. Відомі фахівці часто є носіями інноваційних ідей та практик, що приваблює інших професіоналів до співпраці з ними або в ту ж компанію.

Формування персонального бренду в ІТ-командах часто включає участь у професійних форумах, конференціях, написання статей або блогів, а також активну участь у соціальних мережах. Це дозволяє фахівцям підтримувати видимість у своїй галузі, ділитися знаннями та бути в курсі нових тенденцій.

Фахівці з потужним персональним брендом часто є проактивними та більш мотивованими до постійного саморозвитку. Вони прагнуть бути на передовій інновацій, розвивати нові навички та зберігати актуальність у своїй професійній сфері.

Робота над персональним брендом дозволяє спеціалісту визначити свою експертизу та нішу, в якій він хоче розвиватися. Це може бути, наприклад, спеціалізація у сфері кібербезпеки, штучного інтелекту, веб-розробки або іншої ІТ-галузі. Така концентрація на певній сфері допомагає стати авторитетом у своїй галузі.

Сильний персональний бренд також може сприяти розвитку лідерських якостей. Відомі фахівці стають менторами для молодших співробітників, допомагаючи їм

розвиватися професійно. Це також сприяє розвитку командної роботи, що є критичним аспектом для ефективності ІТ-команд.

Але варто зазначити, що персональний бренд кожного окремого працівника може як позитивно впливати на роботу в ІТ-командах, що вже було окреслено вище, так і створювати певні виклики. Здебільшого чинники, які можуть заважати роботі в ІТ-командах через персональний бренд - це конфлікт індивідуальних та групових інтересів, індивідуалізм та певна робоча ізоляція, персональне суперництво, занижена лояльність до компанії, високі ризики репутаційних втрат сильного персонального бренду, незбалансованість ролей в команді через персональні бренди, нестача уваги до спільних командних цілей.

Якщо оглянути кожен з наведених вище чинників, то бачимо зосередження працівника на розвитку свого персонального бренду, що породжує конфлікт інтересів з цілями команди або компанії. Співробітник може надавати пріоритет своїм особистим досягненням замість командних, що впливає на загальну ефективність. Персональний бренд часто акцентує увагу на індивідуальних досягненнях. Це може створити ситуацію, коли працівник надає перевагу самостійній роботі або виступає як окремий «зірковий» гравець, що ускладнює співпрацю з іншими членами команди. Така поведінка може підірвати дух взаємодії та колективної роботи. Якщо кілька членів команди активно розвивають свої персональні бренди, це може призвести до внутрішньої конкуренції. Таке суперництво може вплинути на атмосферу в команді, викликати напругу або навіть конфлікти між співробітниками. Співробітники з потужним персональним брендом можуть бути більше зацікавлені в розвитку власної кар'єри, ніж у довгострокових інтересах компанії. Це може привести до високого рівня плинності кадрів, оскільки фахівці з сильним брендом часто отримують пропозиції від інших компаній або прагнуть самостійних кар'єрних шляхів, наприклад, у вигляді фрілансу. Якщо працівник з сильним персональним брендом робить помилку або потрапляє у скандал, це може вплинути на репутацію не лише самого співробітника, але й компанії, особливо якщо працівник був асоційований із нею. Невдалі публічні виступи або неоднозначні коментарі можуть завдати шкоди бренду компанії. В ІТ-команді важлива чітка розподіленість ролей та завдань. Якщо хтось зосереджується на особистих досягненнях або просуванні свого бренду, це може вплинути на здатність виконувати колективні завдання. Така незбалансованість може призвести до відсутності координації або нерівномірного навантаження на інших членів команди. Фокус на персональному бренді може відвертати увагу від командних цілей. Наприклад, працівник може прагнути бути помітним на зовнішніх заходах, конференціях або соціальних мережах, а не брати активну участь у внутрішніх процесах компанії [1].

Щоб мінімізувати негативний вплив персонального бренду в команді варто працювати над підтримкою корпоративного бренду, інтегрувати персональні бренди ІТ-фахівців з корпоративною культурою та цілями компанії. Це є превентивною практикою ТОВ "EVNE Developer" і дійсно допомагає уникнути конфліктів між індивідуальними інтересами та інтересами компанії. Не менш важливим є розвиток командної культури та сприяння об'єднанню навколо спільних ідей та визнавати колективні досягнення. Це допоможе уникнути ситуацій, коли індивідуальні досягнення затьмарюють роботу цілих команд. Окрім цього ключовим є чітка комунікація щодо ролей, очікувань та внеску кожного працівника в загальний успіх, що допоможе запобігти проблемам, пов'язаним із конфліктами через персональні бренди.

Надмірність та зацикленість на персональному бренді має відслідковуватись та вивчатись як важливий елемент під час побудови корпоративного бренду та культури. А забезпечення балансу між розвитком особистого бренду та внеском у спільні цілі команди та компанії має стати одним з напрямів роботи HR-віддітів ІТ-компаній.

Література:

1. Сочинська-Сибірцева І.М., Сторожук О.В., Доренська А.О. Новітні технології управління персоналом : навч. посіб. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. 278 с.