

ISSN Print 2708-0366  
ISSN Online 2708-0374

Міністерство освіти і науки України  
Херсонський державний аграрно-економічний університет



# Таврійський науковий вісник

Серія: Економіка

Випуск 20



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2024

УДК 63(05)

*Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет  
відповідно до рішення вченої ради Херсонського державного аграрно-економічного університету.  
(протокол від 30 травня 2024 року № 8).*

Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал. Вип. 20. – Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2024. – 346 с.

Свідоцтво про Державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 24813-14753ПР,  
видане Міністерством юстиції України 31.05.2021 р.

Журнал включено до міжнародних каталогів  
наукових видань і наукометричних баз:  
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського,  
CrossRef, Index Copernicus.

**Фахова реєстрація (категорія «Б»):**

Наказ МОН України від 24 вересня 2020 року № 1188 (Додаток № 5)

**Галузь науки: економічні.**

**Спеціальності:** 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;  
072 – Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок;  
073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;  
076 – Підприємство та торгівля; 241 – Готельно-ресторанна справа;  
242 – Туризм; 281 – Публічне управління та адміністрування;  
292 – Міжнародні економічні відносини.

**Редакційна колегія:**

**Кирилов Юрій Євгенович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри публічного управління, права та гуманітарних наук, ректор Херсонського державного аграрно-економічного університету (*головний редактор*).

**Грановська Вікторія Григорівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи Херсонського державного аграрно-економічного університету (*заступник головного редактора*).

**Жосан Ганна Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, завідувачка кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету (*технічний редактор*).

**Аверчев Олександр Володимирович** – доктор сільськогосподарських наук, професор, завідувач кафедри землеробства Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Бойко Вікторія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Вольська Олена Михайлівна** – доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін та інноваційної педагогіки Херсонської державної морської академії.

**Крикунова Вікторія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних та поведінкових наук Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Мармуль Лариса Олександрівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, обліку та фінансів Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Потравка Лариса Олександрівна** – доктор економічних наук, професор, головний науковий співробітник, професор кафедри екології та сталого розвитку імені професора Ю.В. Пилипенка Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Пристемський Олександр Станіславович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, обліку та фінансів Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Скрипник Світлана Валентинівна** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри підприємництва, обліку та фінансів Херсонського державного аграрно-економічного університету.

**Stanley R. Thompson** – Ph.D., Professor, The Ohio State University (Columbus, USA).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

© Херсонський державний аграрно-економічний університет, 2024

## ЗМІСТ

**ЕКОНОМІКА****Аверчева Н.О., Гринченко О.В.**ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ  
НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ..... 11**Акімова О.В., Петченко М.О.**ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СТРУКТУРИ РЕСУРСНОЇ СКЛАДОВОЇ  
ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ..... 23**Vazaka Roman**THE MECHANISM OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES  
IN THE PROCESSES OF MOTIVATION OF THE COMPANY'S EMPLOYEES ..... 33**Bilousova Tetiana**

GENERAL ECONOMIC EQUILIBRIUM MODELS ..... 38

**Бойко Л.О.**СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ПІДХІД  
ДО ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ..... 43**Боліла С.Ю.**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ  
У ВИРІШЕННІ ЗАВДАНЬ У СФЕРІ РИТЕЙЛУ  
ЯК ЧИННИК ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ..... 51**Герлован Я.Е.**ПСИХОЛОГІЧНА ТРАВМА ДИТИНСТВА ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ  
НА ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОСОБИСТОСТІ ..... 61**Грицишен Д.О., Абрамова І.В.**ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ ЄС  
ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД ..... 67**Грицишен Д.О., Поплавський П.Г.**АНАЛІЗ БЮДЖЕТУ ЄС  
ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ІННОВАЦІЙ ..... 79**Гуцул Т.А., Остропольська Є.В., Шафран А.І.**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК  
АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ  
НА ШЛЯХУ ДО ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОСТІ ДО 2030 РОКУ ..... 86**Желуденко К.В.**КЛАСТЕРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ..... 100**Іванова Н.С.**РОЗРОБКА АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА  
В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ..... 109

**Karlina Anastasiia**

IMPROVEMENT OF INNOVATION AND INVESTMENT ACTIVITIES  
OF THE ORGANIZATION..... 120

**Карнаушенко А.С.**

ІНВЕСТИЦІЙНЕ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ:  
СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ..... 126

**Олійник І.В.**

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ:  
ВПЛИВ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ..... 135

**Povod Tetiana**

FEATURES OF BANK LENDING  
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS ..... 142

**Солоп А.П.**

АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ..... 147

**Трухачова К.В.**

ДІАГНОСТИКА ІНТЕНСИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ  
З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ..... 159

**Філяк М.С., Завадовська Ю.Ю.**

ЦИКЛИ ПОКОЛІНЬ  
ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПОСЕЛЕНЬ  
ЯК ЇХ КЕРІВНА ПРОГРАМА ..... 167

**Yarmolenko Vitalina**

INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE..... 174

## **ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ**

**Височан О.С., Височан О.О., Коркішко В.І.**

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЗАПАСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ ..... 182

## **ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК**

**Західна О.Р., Михальчук С.В., Західний Р.В.**

ПОДАТОК НА НЕРУХОМЕ МАЙНО  
У ЛЬВІВСЬКІЙ МІСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ..... 190

**Ковальов В.В., Асташов Д.М.**

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ  
ТА НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ  
СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 199

**Стефанів І.Ф.**

МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РІВНЯ  
ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ..... 208

**МЕНЕДЖМЕНТ****Андрушкевич Н.В., Чен Н.О., Подібка В.В.**ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ  
В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....215**Базака Р.В., Щепаняк А.С., Костина О.С.**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ  
ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ .....221**Варна夫ська І.В., Чепок Р.В.**

ОСНОВНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПЕДАГОГА .....228

**Debela Iryna**EXPERT ASSESSMENTS IN DECISION-MAKING PROBLEMS:  
THE METHOD OF MULTIPLICATIVE FUNCTIONS.....234**Larchenko Oksana**CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR FORMING  
AN ENTERPRISE ANTI-CRISIS MANAGEMENT SYSTEM .....241**Лобода О.М., Кириченко Н.В.**ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
ТА АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ІТ-ПРОЕКТІВ.....249**Лядський І.К.**МЕТОДИ РОЗВИТКУ META SKILLS  
У ПРАЦІВНИКІВ: SOCIAL INTELLIGENCE, SELF-MANAGEMENT,  
INNOVATION, EMPLOYABILITY .....258**ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ****Кобеля-Звір М.Я.**ГРАНТИ ПРОГРАМИ EIT MANUFACTURING ACCELERATE  
ДЛЯ ПІДТРИМКИ, МАСШТАБУВАННЯ  
ТА ПРИСКОРЕННЯ ПЕРЕТВОРЕННЯ  
ПРОМИСЛОВИХ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ .....269**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА****Красномовець В.А.**ПРОГРАМИ ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ  
ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ .....275**Сидорук С.В., Оніщук М.М.**УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВОЇ МАРКИ  
У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....286**ТУРИЗМ****Герман І.В.**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ТЕОРЕТИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ  
УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМ СТИМУЛЮВАННЯМ  
ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА  
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....292

УДК 37.011.31:159.92

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.27>**Варнавська І.В.**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
(м. Херсон / м. Кропивницький)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3061-0665>

**Чепок Р.В.**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
(м. Херсон / м. Кропивницький)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9063-3244>

**Varnavska Inna, Chepok Roman**

Kherson State Agrarian and Economic University  
(Kherson / Kropyvnytskyi)

## ОСНОВНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПЕДАГОГА

### THE MAIN FACTORS OF THE TEACHER'S PROFESSIONAL IMAGE

У статті розглянуто міждисциплінарний підхід у вивченні професійного іміджу та його структури. Варто його аналізувати як «цілеспрямовано сформований образ», як «образ-подання». Найбільш розповсюджені визначення іміджу через «стереотип», «багатоаспектне явище», «соціально-психологічна освіта», «якість особистості», «інтегративну сукупність презентем», «самооформлення», «вираз очікувань людей». Зазначено, що поняття «іміджу» трактується досить широко і суперечливо, дослідники пояснюють цей феномен через соціальний емоційно забарвлений образ, що формується у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії і символічно закріплює певну інформацію про суб'єкта, що є прологом до формування авторитету; стихійно соціально-психологічний феномен, що свідомо формується, виявляється в процесі самопрезентації суб'єкта й існуючий у формі двох взаємопов'язаних сторін: суб'єктивної та об'єктивної, позитивно взаємопов'язаний із соціальною ідентичністю, самооцінкою особистості, рівнем претензій – ставленням; сукупність основних якостей і професійних компетенцій, що включає характеристики високого рівня професіоналізму та спеціальну діяльність суб'єкта з його створення. Визначено, що професійний імідж педагога формується, спираючись на думку про нього як про фахівця в освітньому середовищі, тому досить важливими у структурі є комунікативний, соціальний і професійний компоненти. Оскільки професійний імідж відноситься до особистісного типу іміджу, для нього є актуальними особистісні компоненти іміджу. Ці компоненти зазнають протягом життя незначні зміни щодо інших і можуть переважати над іншими, забезпечуючи стабільність і стійкість рис особистості, поведінки, діяльності. Наголошено, що професійний компонент починає формуватися одночасно з професійно орієнтованими характеристиками особистості, проте він може мінімально бути представлений в іміджі за допомогою сформованих професійно орієнтованих структур особистості, і навіть практичних знань, умінь, навичок. Тому професійний компонент не є активним у формуванні індивідуального іміджу, але є суттєвою характеристикою професійного. Соціальний аспект іміджу характеризує соціальне місце і поведінку людини в соціумі. Сюди входять соціальний (суспільний) статус, соціальні ролі, моделі поведінки, а також соціальне і матеріальне оточення, стиль життя, основні соціальні контакти.

**Ключові слова:** професійний імідж педагога, структурні компоненти професійного іміджу, сутність професійного іміджу, державні освітні стандарти, професійний стандарт педагога.

*The article considers an interdisciplinary approach to the study of professional image and its structure. It is worth analysing it as a 'purposefully formed image', as an 'image-presentation'. The most common definitions of image are 'stereotype', 'multidimensional phenomenon', 'socio-*

*psychological education, 'personality quality', 'integrative set of presentations', 'self-image', 'expression of people's expectations'. It is noted that the concept of 'image' is interpreted quite broadly and controversially, researchers explain this phenomenon through a social emotionally coloured image formed in the process of subject-subject interaction and symbolically fixing certain information about the subject, which is a prologue to the formation of authority; a spontaneously formed socio-psychological phenomenon that is consciously formed, manifested in the process of self-presentation of the subject and existing in the form of two interrelated parties: subjective and objective, positively interconnected with social identity, self-esteem, level of claims – attitude; a set of basic qualities and professional competences, including characteristics of a high level of professionalism and special activities of the subject to create it. It has been determined that the professional image of a teacher is formed on the basis of the opinion about him/her as a specialist in the educational environment, therefore, communicative, social and professional components are quite important in the structure. Since professional image is a personal type of image, personal components of the image are relevant for it. These components undergo minor changes over the course of life relative to others and may prevail over others, ensuring stability and sustainability of personality traits, behaviour, and activities. It is noted that the professional component begins to form simultaneously with professionally oriented personality characteristics, but it can be minimally represented in the image with the help of the formed professionally oriented personality structures, and even practical knowledge, skills, abilities. Therefore, the professional component is not active in the formation of an individual image, but it is an essential characteristic of a professional image. The social aspect of the image characterises the social place and behaviour of a person in society. It includes social (public) status, social roles, behavioural patterns, as well as social and material environment, lifestyle, and main social contacts.*

**Keywords:** *professional image of a teacher, structural components of professional image, essence of professional image, state educational standards, professional standard of a teacher.*

**Постановка проблеми.** Зростаючі вимоги суспільства до системи освіти виявляються у розробці нових освітніх і професійних стандартів, в оновленні кваліфікаційних вимог і кваліфікаційних характеристик педагога. У структурі сучасних стандартів освіти одним із важливих і необхідних компонентів, що підвищують ефективність педагогічної діяльності, стає професійний імідж. Професійний імідж забезпечує функціональний зв'язок між професійними якостями та особистісним розвитком педагога, підвищуючи конкурентоспроможність суб'єкта у професійному середовищі, сприяючи диверсифікації освітніх послуг і варіативності змісту освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття «імідж» є міждисциплінарним і формувалося у категоріальній сфері багатьох наук: філософії, культурології, соціології, політології, психології, педагогіки та інших, кожна з яких оперує власними трактуваннями і тлумаченням, формує розуміння сутності та проявів іміджу. Визначення іміджу, що існують у філософії, можна звести до трьох груп, де імідж розуміється як модель / інструмент пізнання, як форма соціального управління і як образ. Узагальнивши найуживаніші визначення цього феномена, можемо стверджувати, що імідж у філософії – стереотипний, емоційно забарвлений, індивідуальний, що розкриває внутрішній зміст, сформований у свідомості реципієнта образ, що несе оцінне та мотиваційне навантаження, завдяки чому впливає на поведінку носіїв цього образу, а також на їх ставлення до реальних подій.

Для нашого дослідження найбільший інтерес представляє педагогічний підхід до вивчення іміджу. Питання «індивідуального або особистісного іміджу сучасного педагога» у своїх дослідженнях порушували Горчакова В.Г., Гузій Н.В., Гуревич П.С., Калюжний А.А., Кузін Ф.А., Мітіна Л.М., Панасюк А.Ю., Перелигіна Е.Б., Подоляк Л.Г., Почепцов Г.Г., Рудницька О.П., Сагач Г.М., Сингаївська І.В., Пенькова О., Шепель В.М. Так, професійний імідж у педагогіці розглядається досить широко – як цілеспрямовано формований образ фахівця, що має характер стереотипу, в якому синтезуються особистісні та професійні якості, що забезпечують йому усвідомлений вибір і контроль рольових позицій, моделі поведінки, оформлення зовнішнього вигляду з урахуванням цінностей і вимог його професійної діяльності, що надає емоційно-психологічний вплив на соціальне оточення.

Назараз у педагогічній науці не склалося єдиної думки у визначенні терміна «імідж педагога». Більшість дослідників визначають його як «цілеспрямовано сформований образ», деякі – як «образ-подання». Зустрічаються визначення іміджу через «стереотип», «багатоаспектне явище», «соціально-психологічна освіта», «якість особистості», «інтегративну сукупність презентем», «самооформлення», «вираз очікувань людей». Аналіз досліджень також доводить, що і єдиної точки зору на визначення сутності та структурних компонентів іміджу не існує.

**Формулювання цілей статті.** Мета дослідження: проаналізувати особливості професійного іміджу та з'ясувати його вплив на становлення особистості сучасного педагога.

**Виклад основного матеріалу.** Імідж характеризується як соціальний портрет, сукупність властивостей, що приписуються об'єктові рекламою, пропагандою, модою, забобонами, традицією з метою викликати певні реакції щодо нього, як форма засвоєння і відображення пізнавальним суб'єктом об'єктів навколишнього світу, як спеціально сконструйований образ, адресований цільовій аудиторії з метою формування у неї певного соціального портрета. У соціологічній науці імідж представляється як явище суспільного життя або як феномен індивідуальної, групової або масової свідомості, що сприяє адаптації носія іміджу до навколишнього середовища.

Поняття «імідж» досить часто зустрічається також у політичних дослідженнях. Цей феномен так чи інакше стосується наукових публікацій, присвячених загальним і приватним аспектам формування іміджу країни, суспільства і держави в цілому, а також іміджу окремих політичних структур і суб'єктів. У рамках політологічного підходу зустрічаються визначення іміджу: уявлення, що спеціально формується в індивідуальній, груповій, масовій свідомості, засноване на стереотипах; цілеспрямовано створюваний емоційно забарвлений образ; спосіб створення сприятливого інформаційного середовища, що підкреслює найсильніші з погляду цільової аудиторії сторони об'єкта. Аналіз визначень іміджу в політології дозволяє наголошувати на символічності, інформативності, динамічності та активності іміджу як результату цілеспрямованих професійних зусиль.

Потужний досвід теоретичних і практичних досліджень іміджу накопичений у психології. У психологічних дослідженнях імідж трактується як символічний, що стихійно формується або свідомо формується соціально-психологічний феномен, що створює уявлення про характеристики об'єкта, засноване на суб'єктивному сприйнятті, як засіб самовираження, самопізнання та самовдосконалення особистості, як емоційно забарвлений образ об'єкта, наділений певними характеристиками, заснованими на реальних або приписуваних властивостях конкретного об'єкта.

У соціологічних дослідженнях структури професійного іміджу виділяються візуальний образ (костюм, зачіска, міміка, голос тощо), внутрішній образ (темперамент, настрій, особисті якості) та спосіб мислення, дій, вчинків. Відзначається також особлива роль простору життєдіяльності та способу життя в структурі іміджу, що безпосередньо впливають на нього. Психологічні дослідження структури професійного іміджу виділяють такі значущі якості носія іміджу, як індивідуально-особистісні якості, особливості спілкування і професійної діяльності, зовнішній вигляд і поведінка; вміння застосовувати принципи дидактики, культура мови, комунікативні здібності, позиція у міжособистісному спілкуванні; система цінностей людини тощо.

Аналіз визначень доводить, що поняття «імідж» трактується досить широко і суперечливо, дослідники пояснюють цей феномен через соціальний емоційно забарвлений образ, що формується у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії і символічно закріплює певну інформацію про суб'єкта, що є прологом до формування авторитету; стихійно соціально-психологічний феномен, що свідомо формується, виявляється в процесі самопрезентації суб'єкта й існуючий у формі двох взаємопов'язаних сторін: суб'єктивної та об'єктивної, позитивно взаємопов'язаний із соціальною ідентичністю, само-



оцінкою особистості, рівнем претензій – ставленням; сукупність основних якостей і професійних компетенцій, що включає характеристики високого рівня професіоналізму та спеціальну діяльність суб'єкта з його створення. Більшість дослідників також вважають, що імідж є невід'ємною частиною будь-якої зрілої людини, здатної її створювати, та активно взаємодіє з внутрішнім світом індивіда, сприяючи його розвитку, психологічній, соціальній та професійній адаптації; що вид діяльності висуває певні вимоги до носія іміджу, тим самим детермінує формування професійного іміджу, що є показником ефективності професійної діяльності.

Поліваріантність у трактуванні іміджу робить проблему дефініції надзвичайно складною. На основі аналізу теоретичних джерел з проблеми професійного іміджу було сформульовано власне визначення ключового поняття нашого дослідження: професійний імідж педагога – це цілеспрямовано сформований емоційно забарвлений образ, що базується на сукупності індивідуально-особистісних, соціально-комунікативних якостей і професійних характеристик особистості, обумовлених вимогами його професійного і соціального оточення. Організація структури професійного іміджу залежить насамперед від об'єкта дослідження та підходу до проблеми, що вивчається, що найчастіше представлені або двома (індивідуально-особистісним та професійним), або трьома (особистісним, професійним і соціальним) компонентом.

Із врахуванням педагогічного підходу структура професійного іміджу представлена як ядро іміджу, індивідуально-особистісними, соціальними, професійними, статусними та адаптивними, комунікативно-інтерактивним компонентами.

Дослідники виділяють різні компоненти у структурі професійного іміджу, спираючись на власне бачення проблеми, що вивчається. Структура професійного іміджу викладач у нашому дослідженні обґрунтована вимогами професійних стандартів до діяльності та особистісних якостей педагога. У вимогах стандартів є параметри, характеристики та умови, в яких реалізується професійний імідж педагога. Отже, необхідно виділити такі компоненти, що визначають структуру професійного іміджу педагога:

- 1) особистісні – система цінностей педагога, критичне ставлення до своїх професійних здобутків (рефлексія) тощо;
- 2) професійні – знання, вміння і навички професійного спрямування;
- 3) комунікативні – професійна комунікація, володіння інноваційних методик;
- 4) соціальні – професійні досягнення і досвід.

Професійний імідж педагога формується, спираючись на думку про нього як про фахівця в освітньому середовищі, тому досить важливими у структурі є комунікативний, соціальний і професійний компоненти. Оскільки професійний імідж відноситься до особистісного типу іміджу, для нього є актуальними особистісні компоненти іміджу. Ці компоненти зазнають протягом життя незначні зміни щодо інших і можуть переважають над іншими, забезпечуючи стабільність і стійкість рис особистості, поведінки, діяльності. До таких характеристик належать сформована я-концепція, ціннісні орієнтації, психологічна зрілість (самоконтроль, впевненість у собі, емоційна врівноваженість, стресостійкість); складний комплекс характеристик, що включають індивідуальні (вік, стать), конституційні (габітус (зовнішні дані)) та психодинамічні (темперамент) властивості. Особистісний компонент також включає особистісну спрямованість (бажання, схильності, інтереси, мотивацію), і тут же визначається місце характеру, здібностям, емоційно-вольовим якостям особи, таким як креативність (неординарність мислення, уява); гуманістична спрямованість (толерантність, емпатія); культура поведінки (культура мови та невербального спілкування, моральність). В особистісному компоненті іміджу найважливішу роль відіграють форми спрямованості особистості та моральні якості, що виробляє особистість протягом життя.

Професійний компонент формується в процесі професійного розвитку особистості і є сукупністю професійно орієнтованих характеристик, що виражаються у професійній і культурній компетенції. Професійний компонент містить якості, що визначають

професійну ідентичність як відповідність людини професії, розуміння своєї професії, прийняття себе у професії, рівень професійної культури та інші якості, що характеризують його в умовах професійної діяльності. У професійній культурі виділяються рефлексивні якості (професійна рефлексія); педагогічні якості (педагогічна спостережливість, справедливість, вимогливість, педагогічний такт); соціально-педагогічне мислення (пошук оптимальних шляхів вирішення проблем). Цей компонент в іміджі відображає професійний портрет особистості.

Професійний компонент починає формуватися одночасно з професійно орієнтованими характеристиками особистості, проте він може мінімально бути представлений в іміджі за допомогою сформованих професійно орієнтованих структур особистості, і навіть практичних знань, умінь, навичок. Таким чином, професійний компонент не є активним у формуванні індивідуального іміджу, але є суттєвою характеристикою професійного.

Соціальний аспект іміджу характеризує соціальне місце і поведінку людини в соціумі. Сюди входять соціальний (суспільний) статус, соціальні ролі, моделі поведінки, а також соціальне і матеріальне оточення, стиль життя, основні соціальні контакти. До цих компонентів також доречно віднести соціально-психологічні аспекти, що реалізуються у відносинах з іншими людьми, тобто ціннісні орієнтації (сформована система цінностей), соціальні установки (соціальна спрямованість особистості), соціальні позиції особистості (активна життєва позиція), принципи ідентифікації (відповідний рівень освіти) та ставлення до оточуючих, а також специфіка та цілі взаємодії з ними (соціальне визнання, статус).

Особисті якості та професійно значущі компетенції, що утворюють структуру професійного іміджу педагога, виявлялися на основі вимог професійних і державних стандартів, а також основоположних якостей особистісного позитивного іміджу. В основі професійного стандарту педагога і державних освітніх стандартів є такі ключові характеристики, як стандарти (нормативні вимоги до педагогів), так і кваліфікаційний рівень педагогічних кадрів. До системотворчих якостей позитивного професійного іміджу педагога відносять розвинену я-концепцію педагога; демократичний (діалоговий) стиль спілкування; відкритість, співучасть і сприяння кожній дитині; педагогічна майстерність; сукупність вимогливості та поваги до особи здобувача; культуру зовнішнього вигляду; бездоганність манер (культура мови та невербального спілкування, дотримання етикету); духовність, моральність; прагнення до саморозвитку та самовдосконалення; активність особистості, товарищескість; громадянськість і патріотизм; обов'язковість та відповідальність за свої дії; доброту, чутливість і соціально-комунікативну адаптивність; справедливість, обґрунтованість вимог і своєї позиції; почуття власної гідності та впевненість у собі; педагогічну спостережливість, справедливість, вимогливість і педагогічний такт; толерантність, що спирається на визнанні різноманіття культур і людей; емоційну експресивність і вміння керувати своїми емоціями; креативність і здатність до імпровізації; відповідальність за свою професійну діяльність; схильність до самоаналізу та аналізу своєї діяльності; життєрадісність та оптимізм; артистизм і почуття гумору тощо.

**Висновки.** Отже, структура професійного іміджу є досить складною системою, складові якої всі взаємопов'язані, взаємозалежні та несуперечливі. Відсутність або недостатній рівень сформованості будь-якого компонента професійного іміджу може тією чи тією мірою компенсуватися іншими при серйозному відношенні носія іміджу до формування професійного іміджу. Спонтанно або цілеспрямовано посилюючи, виділяючи презентативні або соціально значущі для суб'єкта, що сприймає компоненти, носій іміджу формує свій імідж. Таким чином, основу іміджу складає активна, інформативно насичена сума характеристик та якостей носія іміджу, які виявляються у спілкуванні, поведінці, діяльності, та передає реципієнту необхідну для сприйняття інформацію.

Виходячи з цього, ми можемо сприймати сутність професійного іміджу як інструмент впливу на суб'єкт, що сприймає, впливає на його підсвідомість та емоційну сферу, з метою досягнення ефективного існування в системі відносин та інтересів (у тому числі професійних), та отримання запланованого результату як у поведінці, так і в діяльності суб'єкта.

#### Список використаних джерел:

1. Варнавська І.В. Психологічні складові дослідження професійного іміджу фахівця. *Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»)*. 2023. № 14(32). С. 627–636.
2. Скорик Ю. Імідж педагога як формуючий чинник стійкості до професійного вигорання майбутніх викладачів вищої школи. *Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка*. 2014. Вип. 4. С. 144–147.

#### References:

1. Varnavs'ka I. (2023) Psykholohichni skladovi doslidzhennya profesynoho imidzhu fakhivtsya [Psychological components of research on the professional image of a specialist]. *Perspektyvy ta innovatsiyi nauky (Seriya «Pedagogika», Seriya «Psykhohihiya», Seriya «Medytsyna»)*, no. 14(32). (in Ukrainian)
2. Skoryk Yu. (2014) Imidzh pedahoha yak formuyuchy chynnyk stiykosti do profesynoho vyhorannya maybutnikh vykladachiv vyshchoyi shkoly [The teacher's image as a formative factor of resistance to professional burnout of future teachers of higher education]. *Visnyk Zhytomyr'skoho derzhavnoho universytetu im. Ivana Franka*, is. 4. (in Ukrainian)