

СТРЕС-МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЇ

**Дмитрієва К.М., Халаберда Ю.О., студентки*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Професійний стрес - різноманітний феномен, що виражається в психічних і фізичних реакціях на напружені ситуації в трудовій діяльності людини [2]. В даний час він виділений в окрему рубрику в Міжнародній класифікації хвороб. На думку фахівців, до професійного стресу призводить перевантаження людини роботою, недостатньо чітке обмеження її повноважень і посадових обов'язків, неадекватна поведінка колег і навіть довга і напружена дорога на службу і назад, не кажучи вже про недостатню оплату праці, одноманітну діяльність або відсутність кар'єрних перспектив. Причиною сильного нервового перенапруження можуть служити умови праці: погані освітлення і вентиляція, тісне приміщення тощо. До факторів, що прямо або побічно сприяють професійним стресам, можна також віднести відсутність інформації і відсутність часу. Як вважають фахівці з професійних стресів, останні два чинники є тлом, на якому стресом може стати будь-яке додаткове роздратування.

Фактори, що викликають виробничий стрес, можна досить умовно розділити на об'єктивні (мало залежать від особистості працівника), і суб'єктивні (розвиток яких більше залежить від самої людини). До першої групи належать шкідливі характеристики виробничого середовища, важкі умови роботи і надзвичайні (форс-мажорні) обставини. До несприятливих умов роботи, що провокує розвиток виробничого стресу, можна віднести високий темп діяльності, тривалу роботу, підвищену відповідальність, значні фізичні навантаження і т.д. Додатковими чинниками стресу є різні надзвичайні ситуації, які можуть приймати різний характер залежно від специфіки праці.

Суб'єктивні чинники стресу можна розділити на міжособистісні (комунікаційні) і внутрішньоособистісні. Стреси першої групи можуть виникати при спілкуванні з посадовими особами вищого рангу, підлеглими та колегами по роботі. Керівник досить часто є джерелом стресу для свого підлеглого, у якого може виникати стійке психологічне напруження з найрізноманітніших причин: через

* Науковий керівник – Сахнейко В.І., к.е.н., доцент

надмірний контроль з боку керівника, через його завищені вимоги, недооцінку його праці, відсутність чітких вказівок і інструкцій, грубого або зневажливого ставлення до себе з боку начальника і т.д. [1]. У свою чергу, підлеглі стають джерелами стресу для своїх начальників через свою пасивність, некомпетентність, лінь і т.д. Особи, які не працюють в даній організації, але контактують з нею, також можуть бути джерелом стресів для співробітників організації. Прикладом може служити стрес продавців, яким доводиться спілкуватися з великою кількістю покупців, або стрес бухгалтерів, що здають квартальний або річний звіт в податковій інспекції. У той же час, для податкового інспектора стресорним фактором буде бухгалтер, який по відношенню до нього є прикладом зовнішнього стресора. Внутрішньоособистісні стреси, у свою чергу, можна підрозділити на професійні, стреси особистісного характеру та стреси, пов'язані з поганим соматичним здоров'ям працівників. Професійні причини стресів обумовлені браком знань, умінь і навичок (стрес новачків), а також відчуттям невідповідності між працею і винагородою за неї. Причини стресів особистісного характеру носять неспецифічний характер і зустрічаються у працівників найрізноманітніших процесій. Це низька самооцінка, невпевненість у собі, страх невдачі, низька мотивація, невпевненість у своєму майбутньому і т.д. Джерелом виробничих стресів може бути і стан здоров'я людини. Так, хронічні захворювання можуть приводити до стресів, тому що вони вимагають підвищених зусиль для їх компенсації і знижують ефективність діяльності працівника, що може відбитися на його авторитеті і соціальному статусі. Гострі захворювання також служать джерелом переживань як за рахунок сомато-психічних зв'язків, так і побічно, «вникаючи» на час працівника з трудового процесу (що тягне за собою фінансові втрати і необхідність заново адаптуватися до виробництва).

Психологічний стрес є однією з прихованих, але суттєвих причин зниження ефективності роботи підприємств. Він може виявлятися у зниженні продуктивності праці і мотивації працівників, в підвищеній конфліктності і погіршенні якості обслуговування клієнтів, в підвищенні числа пропусків з причини хвороби і т. д. При цьому важливо не тільки прийняти відповідні заходи, але і зробити це вчасно, поки нормальний робочий стрес не перейшов у стадію руйнівного дистресу. Діагностика психологічного стану співробітників підприємства проходить у два етапи. Перший полягає у визначенні індивідуальної стресостійкості працівників (дану процедуру має сенс

проводити вже на стадії прийому на роботу), а другий етап носить більш-менш регулярний характер, представляючи собою експрес моніторинг психологічного стану керівників організації, а також співробітників, що зазнають особливі навантаження або знаходяться на найбільш відповідальних вузлах бізнес-процесів.

При виявленні значного підвищення рівня стресу в колективі (як мінімум 10-15% від основного складу), запускається програма оптимізації рівня стресу, розроблена на основі раціональної терапії, аутогенного тренування, нейро-лінгвістичного програмування і інших методів. Управління стресом здійснюється під керівництвом інструктора. Спеціаліст з стрес-менеджменту навчає співробітників вчасно діагностувати перші симптоми дистресу і приймати оперативні та адекватні заходи [2], що веде до поліпшення мікроклімату в колективі підприємства.

Література.

1. Щербатих Ю.В. Стрес керівника. - ШЕФ. № 12, 2004. - С.18.
2. Pickering Th. The effects of occupational stress on blood pressure in men and women // Acta physiol. scand. Suppl. - 1997. - V.161, Suppl. N.640. - P. 125-128.

ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ ИНТЕГРИРОВАННОГО БРЕНДА

***Дусь И.А., соискатель,
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского***

Идентичность бренда можно по праву назвать главным рабочим инструментом бренд-менеджеров. *Идентичность бренда* – это уникальное смысловое содержание бренда [5], уникальный набор связанных с брендом признаков, описывающий, для чего существует бренд, и несет в себе обещание потребителю со стороны производителя [6]. Только в бренд-идентичности воплощаются все теоретические разработки и проверяются научные гипотезы. Поэтому в ходе работы над тематикой интегрированного брендинга автор озаботился наличием разработанной структуры идентичности интегрированного бренда. Анализ специализированной литературы показал, что идентичность интегрированного бренда представлена лишь в общих чертах, в виде модели интегрированного бренда Ф. Джозефа Ле Пла и Линн М. Паркер. Однако для задач практического