

Зайцева М. О., Стасюк Ю. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМА ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ ПРАЦІВНИКІВ
ПІД ЧАС КРИЗИ**

Останнім часом економічна ситуація в світі стає все більше нестабільною; пандемія COVID-19, війна в Україні значно вплинули а світову економіку, та зумовили зміну як зовнішніх, так і внутрішніх умов функціонування бізнесу. Працівники різних організацій стикаються зі значними труднощами і тиском, що призводять до емоційного вигорання, яке розглядається як стан психологічної втоми і виникає в результаті тривалої емоційної та психологічної напруги, зокрема пов'язаної з роботою або навчанням.

Проблема емоційного вигорання є актуальною в будь-який час, проте умови кризи можуть збільшити ризик її виникнення. Під час кризи люди стикаються з додатковими стресовими ситуаціями, що можуть викликати та посилювати такі неприємні явища, як негативні емоції, втома та незадоволення. Каталізаторами емоційного вигорання можуть стати такі наслідки кризи, як втрата роботи, проблеми зі здоров'ям, економічні складнощі, ізолюваність через карантинні заходи тощо. У таких умовах почувають себе безпорадними та незахищеними, що може призвести до погіршення вже наявних психічних проблем та стану загалом. Одним з найбільш розповсюджених психологічних наслідків і є розвиток емоційного вигорання.

Існує багато наукових визначень терміну емоційного вигорання. Один із перших дослідників цього питання Г. Фрейденберг зазначав, що вигорання – це стан втрати енергії, мотивації та інтересу до роботи, що може виникати в результаті тривалого періоду стресу або надмірної роботи [1].

Відповідно до визначення ВОЗ, синдром «вигорання» є фізичним, емоційним чи мотиваційним виснаженням, що характеризується порушенням продуктивності в роботі та знесиленням, безсонням, підвищеним впливом соматичних захворювань, зниженням імунітету, а також уживанням алкоголю чи інших психоактивних речовин з метою отримати тимчасове полегшення, яке має тенденцію до розвитку фізіологічної залежності і суїцидальної поведінки [2].

Незалежно від конкретного визначення, вигорання може стати серйозною проблемою для професіоналів, які стикаються з надмірним рівнем стресу та працюють в умовах з високими вимогами, зокрема медичних працівників [3]. Для запобігання вигорання, важливо вчасно виявляти ознаки цього стану та здійснювати заходи з підтримки здоров'я та зниження рівня стресу, зокрема можна говорити про суттєвий вплив емоційної роботи на стан благополуччя працівників в цілому [4].

Для визначення і як наслідок подолання наслідків емоційного вигорання першим кроком має бути розуміння цієї проблеми і вміння її виявляти. Для цього важливо знати симптоми цього стану. Вони можуть бути індивідуальними для кожної людини і залежати від сфери її діяльності, а також чинників, які вплинули на формування/погіршення стану. Симптоми емоційного вигорання можуть включати постійну втому, зниження енергії, негативне ставлення до роботи або навчання, зниження самооцінки, відчуття безсилля та безнадійності, розлади сну, іритацію, агресію або зневагу до інших людей тощо. Найбільш помітним індикатором того, що людина знаходиться в стані емоційного вигорання є зміна звичної для неї моделі поведінки, як професійної, так і соціальної, набуття нетипових і часто негативних звичок.

Важливо розуміти, що кращим способом подолання синдрому «емоційного вигорання» є профілактика його появи. Попередження емоційного вигорання на підприємстві – це важлива складова забезпечення здоров'я та ефективності працівників. Окремі заходи для недопущення погіршення психологічного стану мають виконувати як працівники, так і керівництво організації. Для працівників важливо окрім професійного життя не забувати і про особисті потреби, та зберігати баланс між якісним життям і професійною успішністю [4].

Звісно бувають випадки коли попередити виникнення труднощів і перенавантаження просто неможливо. Яскравим прикладом є ситуація з пандемією, до якої людство виявилось зовсім не готовим. Саме ця криза, як наслідок, викликала значні зміни умов роботи, надмірне навантаження і стрес, які згодом вилилися у серйозні зміни психологічного стану працівників різних сфер.

Проаналізувавши минулий досвід на підприємствах почали вживати заходів для подолання негативних наслідків професійного вигорання, які вже були присутні, і в подальшому запобіганню виникнення подібних ситуацій або хоча б

мінімізації негативного впливу. Працівникам важливо забезпечувати належну підтримку, як шляхом створення сприятливої для праці атмосфери, так і можливістю отримати кваліфіковану допомогу за необхідності.

Список використаних джерел:

1. Freudenberger, H.J. (1974). Staff Burn-Out. *Journal of Social Issues*. 1974. № 30(1), P. 159-165. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1974.tb00706.x>.
2. World Health Organization. Division of Mental Health. (1994). Guidelines for the primary prevention of mental, neurological and psychosocial disorders. 5. Staff burnout. World Health Organization. URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/60992>
3. Громцева О.В. Уявлення про професійне вигорання медичних працівників та дослідження його феноменології. *European Journal of Management Issues*. 2019. 27(3-4), С. 63-72. <https://doi.org/10.15421/191907>
4. Krupskiy O.P., Stasiuk Y.M., Hromtseva O.V., Lubenets N.V. The Influence of Emotional Labor of Family Doctors on their Well-Being and Job Satisfaction. *European Journal of Management Issues*. 2022. 30 (4). P. 215-223. <https://doi.org/10.15421/192218>.

Каліберда М. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Задля більшої ефективності підприємства за умов діджиталізації передбачається реалізація комплексу заходів. У цьому контексті найважливішим є використання цифрового маркетингу загалом, і навіть його окремих фінансових аспектів у тому, щоб забезпечити ефективність функціонування компанії, отримати конкурентні переваги у довгострокову перспективу. Досягти високих конкурентних позицій у перспективі можливо тільки при розробці дієвої комплексної стратегії за науково обґрунтованими принципами. Важлива характеристика стратегії маркетингу в умовах цифровізації – це гнучкість і передбачення закладення в неї адаптивних компонентів, що швидко змінюються в залежності від трансформації ринку, зміни переваг цільової аудиторії.

Класифікація маркетингових стратегій з мети та способів розвитку може бути проведена класичною маркетинговою стратегією по Майклу Портеру. Вона передбачає, що є 3 типи стратегій: