

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/38EVN516.pdf>

Статья опубликована 21.10.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шкляр Т.Л., Васильев С.В. Современные условия труда в конкурентном обществе // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/38EVN516.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Shklyar T.L., Vasilyev S.V. [Modern working conditions in a competitive society] Naukovedenie, 2016, Vol. 8, no. 5. Available at: <http://naukovedenie.ru/PDF/38EVN516.pdf> (In Russ.)

Shklyar Tatjana Lvovna

Der Russischen Universität für Wirtschaft von G.W. Plekhanoff
Associate Professor der Lehrstuhl für Marketing
Ph.D. für Wirtschaft
E-mail: tlb@mail.ru

Vasilyev Stanislav Viktorovich

Der Moskauischen Staatlichen Technischen Universität Von N.E. Baumann
Professor der Lehrstuhl für Wirtschaft und Produktionsgestaltung
Ph.D. (B) für Wirtschaft
E-mail: vsvict@mail.ru

Moderne Arbeitsbedingungen in der Wettbewerbsgesellschaft **Modern working conditions in a competitive society**

Annotation: Die moderne Informationsgesellschaft sieht ein schnelle Verlauf von allen Prozessen vor, incl. die Betrachtungsweise der Personalführung.

Im Arbeitsmarkt gibt es mindestens zwei Güter: von einer Seite wird die Arbeitskraft angeboten, von der anderen, - Arbeitsplatz mit der gewissen Abgeltung für die Arbeitstätigkeit. Damit sich der Bewerber auf Ihre Leerstelle interessiert, sowohl um die Mitarbeiterfluktuation im Unternehmen zu senken, muß man um die möglichst ansehnlichen Arbeitsstelle sorgen.

Die Autoren dieses Artikels bieten an, diese Frage im Komplex zu betrachten, folgende Aspekte in Berücksichtigung genommen:

- Farbton der Wänden sowohl im Büro, als auch im Werkstatt;
- Beleuchtung der Arbeitsstelle;
- Tonspur des Arbeitsprozesses;
- eine dynamische Betrachtungsweise zur Steigerung der Wirkungsgrad der Angestellten.

Mit dem Ziel wurden folgende wissenschaftliche Faktoren, wie:

- Farbtonpsychologie;
- Aromadesign;
- Audiomarketing usw.

Viele Werke sind der Motivierung des Personals gewidmet. Der Bewerber kann sich jedoch für Ihres Unternehmen nicht nur wegen greifbaren bzw. immateriellen Anregungen neigen.

Die Autoren dieses Artikels sind zum Ergebnis gekommen, dass es keine unwesentliche Momente bei Betrachtung der Arbeitsstelle gibt. Es ist unheimlich wichtig alles zu tun, damit Ihre Mitarbeiter gemütlich und komfortabel arbeiten könnten. Dann, bei dem Stellenangebot, macht sich Ihr Mitarbeiter Mühe zu überlegen, ob er tatsächlich bereit ist, Ihres Unternehmen zu verlassen.

Stichworte: marketing des personals; personalführung; arbeitsplatz; wettbewerbsfähigkeit; aromadesign; motivierung; psychologie; audiomarketing; NLP; dynamischen ansatz

1. Anleitung

In unseren so unstablen Zeiten sind die Leitern der unterschiedlichen Unternehmen und Ämtern an hoch qualifizierten Mitarbeitern und die Senkung der Personalfuktuation interessiert. Das macht kein Sinn, über die Wettbewerbsvorteile zu reden, und dabei das Personal nicht in die Berücksichtigung zu nehmen.

Die betrachtende in diesem Artikel Stellungnahmen wurden bei der Verwirklichung der Maßnahmen der wissenschaftlichen Organisation der Arbeit von mehreren Schulen (Sowjetische, Amerikanische, Japanische) und von der Deutschen Arbeitsfront im Nazi-Deutschland untersucht und verwendet, sowie im Taoistbrauch der symbolischen Einpassung (Organisation) des Raums bzw. der Erstreckung nach dem Feng-Shui-Lehre.

Es sei Betont, dass die Einpassung der Arbeitsplatz in Hinsicht auf gefühlsbetonte menschliche Empfindung von Gründer der wissenschaftlichen Organisation der Arbeit überhaupt nicht in die Berücksichtigung genommen wurde.



Der Gründer der wissenschaftlichen Organisation der Arbeit der Amerikanische Ingenieur Frederick Winslow Taylor (1856 - 1915) betrachtete vier deren Elementen in der Gesamtheit:

- die Geübtheit bei Werkträgern von rationellen Verfahren und Handhabungen der Arbeit;
- richtige Anwerbung;
- Schulung und Vorwärtsentwicklung der Werkträgern;
- eine enge Zusammenarbeit der Administration mit den Werkträgern.

Die Gatten Gilbreth (Lillian Moller Gilbreth 1878 - 1972 & Frank Bunker Gilbreth 1868 - 1924), nahmen als wissenschaftliche Organisation der Arbeit deren Messung an. Man hat die Verfilmung zur Untersuchung des Arbeitsverlaufs verwendet und auf Mikroelemente ihn geteilt. Dabei hat man über die Organisation der freien Zeit der Werkträgern und Ruhepausen nachgedacht. Mit dem Ziel die der Operationserfüllung beitragende Parameter zu analysieren, hat man diese auf drei Typen geteilt:

- die Parameter, die die Arbeitercharakteristik beschreiben (anatomische Besonderheiten, Glaubensbekenntnisse, Erfahrung, Lebensweise, Qualifikation, Temperament, Vorbereitung usw);
- Bewegungsparameter des Arbeiters (die Beschleunigung, das Automatismus, die Trägheit, die Richtung, die Effizienz usw);

- die Parameter des Umfeldes (die Ausrüstung, die Werkzeuge, die Beleuchtung, die Heizung, die Belüftung, Farbtonkonzept des Arbeitsplatzes usw).

Der Amerikanische Berater und Publizist Harrington Emerson (1853 - 1931) hat das Management untersucht und die Methodik "12 Produktivitätsprinzipen" entwickelt, gemäß derer die Leistung und der Erfolg des Unternehmens hängt davon ab, inwieweit die Tätigkeit des Unternehmens diesen Prinzipen entspricht. Zwischen diesen 12 Prinzipen ist lediglich ein "Faire Behandlung von Mitarbeiter,, unmittelbar mit der Wahrnehmung von Mitarbeiter seiner Tätigkeit verbunden ist.

Der Französische Bergingenieur Henri Fayol (1841 - 1925), der Theoretiker und Praktiker des Managements, hat eine administrative (klassische) Führungsschule gegründet. Er hat das Funktionalitätsprinzip zum Aufbau des Führungsapparates, zur funktionellen Einteilung der Arbeit in der Produktion und zum funktionellen Bedienungssystem der Arbeitsplätze angepasst.

Der Industrieunternehmer Henry Ford (1863 - 1947) hat im April 1913 dank der Spezialisierung, Standardisierung und Teilung der Arbeit den ersten Fertigungsstraße mit besten für die Zeit Beleuchtung und Belüftung in Betrieb genommen.

Aber, wie oben beschrieben wurde, haben die Gründer der wissenschaftlichen Organisation der Arbeit den Mitarbeiter als einiges Mechanismus betrachtet, für welchen für die optimale Benutzung lediglich eine wesentliche Beteiligung und Erholung (das Wochenende und Urlaub) genügen sind.

Anschließend wurde der Theorie der menschlichen Beziehungen erarbeitet, gemäß dem die Produktivität vom Verhalten gegenüber der eigenen Arbeit, von den Beziehungen mit den Leitern und nicht zuletzt von der Solidarität in der Gruppe abhängt.

Der Theorie der menschlichen Beziehungen stellt in Vordergrund die Bedürfnisse des Menschen, Soziologie der kleinen Gruppen, Arbeitskraftführung im Betrieb.

Der Produktionsmeister sollte sich als Schlüsselglied die ganze Zeit mit den Mitarbeitern beschäftigen und über den aktuellen Stand der Dinge sie informieren. Es wurde auch die Teilnahme der Mitarbeiter in der Verwaltung betrachtet, und zwar durch:

- das gemeinsame Entscheidungstreffen;
- die Beziehung in Rationalisierungen;
- die Beteiligung im Gewinn des Betriebes;
- Organisation der Freizeit [16].

Es sei betont, dass obwohl die Theorie der menschlichen Beziehungen den Arbeitern bereits nicht als Mechanismus betrachtete, war jedoch mit dem "Feedback" Prinzip zum Verwalten des Personals durchaus zufrieden. Dies ist zweifellos zum wesentlichen Vorschrift im Vergleich mit der Betrachtungsweise der Gründer der wissenschaftlichen Organisation der Arbeit geworden. Aber die Theorie reagierte auf die Empfindungen der Arbeiter "Postfactum", ohne das im Praxis diese Empfindungen beeinflussen zu wollen.

Solche Betrachtungsweise kann man mit einem Thermometer vergleichen, der die Temperatur im Kühlschrank zwar zeigen kann, ohne das die jedoch ändern zu können.

Abseits stehen die Methoden, die in 30-ten Jahren vom Deutschen Arbeitsfront, DAF, zur "Harmonisierung" der Arbeit verwendet wurden. Mit dem Ziel wurde sogar eine s.g. Amt für Schönheit der Arbeit gegründet. Man muß berücksichtigen, dass der Internationale Militärgerichtshof in Nürnberg DAF unter verbrecherischen Organisationen des Dritten Reiches nicht genannt hat.

Die Tätigkeit der Amt für Schönheit der Arbeit hatte als Ziel die Schaffung der komfortabel Bedingungen auf dem Arbeitsplatz. In der engen Zusammenarbeit mit der Leitung des Betriebes, Treuhändern und Stattindustriaufsicht forderte die Amt für Schönheit der Arbeit:

- Sauberkeit und Ordnung in Betrieben;
- Anständigen Erholungsräume in der freien Zeit;
- Eine gute Sanitätsausrüstung;
- Bepflanzung des Territoriums;
- Versicherung von den Berufskrankheiten.

Jede Bildungs-Einsatzmaßnahme wurde unter einer Sonderlösung durchgeführt. Die erste war“die Sonne und grüne Anlagen für alle Werktätige”, weiter folgten “gegen dem Lärm”, “gute Beleuchtung - gute Arbeit”, “saubere Leute im sauberen Betrieb”, “der gesunde Luft im Arbeitsraum”, “warmes Essen im Betrieb” [17].

Wir bleiben im Rahmen dieses Artikels und betonen jedoch, dass die von DAF genutzten Methoden der aktiven Beeinflussung auf Arbeiter sowohl im Betrieb als auch außer dem Betrieb, die Bresche zwischen der Propaganda und dem Alltag beseitigt und eine unglaubliche Loyalität der Bevölkerung gegenüber dem Regime und Akzeptanz all seiner unmenschlichen Ideen versichert haben. So kann die Einwirkung auf den Arbeiter zum Hebel sein, mit der man (mit der Propaganda gekoppelt) sogar die Gesellschaftsstruktur und Moral beeinflussen kann.

In diesem Artikel wird eine Reihe an einfachen Maßnahmen angeboten, mit der man jedoch aktiv auf den Stand und die Empfindung der Gegenwart des Menschen beeinflussen kann.

In dem Sinne ist zweifellos die Hilfe des Personalmarketings unersetzbar, ein ziemlich neuen Begriff, der in Russland am Ende des XX Jahrhunderts entstandet hat. Jedoch, nur wenige Russische Unternehmen verwenden diese Kenntnisse in der Verwaltung der Organisation und im Personaldienst. Die ausländische Firmen können auch nicht in diesem Sinne besonders prahlen [2].

Personalmarketing ist eine Art an Verwaltungstätigkeit, gezielt auf eine langfristige Versorgung der Organisation mit den Arbeitskräften [1].

Personalmarketing betrachtet als Gut von einer Seite Arbeitsstelle, von der anderen – Mitarbeiter (Arbeit). Dabei wird sich das Marketing-mix auch verändern (sieh tabelle 1).

Tabelle 1

Marketing-mix in der Abhängigkeit vom Gut (eine Autorinterpretation)

das Produkt – freie Stelle	das Produkt – menschliche Arbeit
der Preis – Zeit\Ausbildung\Qualifikation	der Preis – Arbeitslohn
der Platz – Arbeitsplatz	der Platz – Arbeitsplatz
die Förderung - Bewerbung (Motivation und Anregung der Arbeit)	pr die Förderung – C.V.

Als stabil in oben dargestellten zwei Systemen bleibt Arbeitsplatz, deswegen die unten in diesem Artikel gegebenen Instrumenten aktuell bleiben.

Die Prinzipien des Marketings beinhalten [3]:

1. Eine gewisse Philosophie und Strategie der Verwaltung der menschlichen Ressourcen, wobei die Mitarbeiter als Kunden des Unternehmens betrachtet werden, mit dem Ziel die maximal günstigen Arbeitsbedingungen zu schaffen.

2. Personaldienstfunktion hat die Aufgabe, das Unternehmen mit den menschlichen Ressourcen zu versichern.

Die Verwendung von Grundprinzipien des Personalmarketings schafft das System der gegenseitigen Beziehungen mit dem Mitarbeiter, wo jeder die Verantwortung für die Effizienz der Unternehmenstätigkeit trägt und die Ahnung von eigenem Wert und als Folge den Recht für gewisse Entlohnung hat.

Bei der Beurteilung dieser Frage wollen wir gerne den Reihe an Experimenten von George Elton Mayo (1880 - 1949) unter dem Decknahmen "Hawthorne effect" [4] erwähnen. Im Laufe von diesen Experimenten wurde eine direkte Beziehung der Effizienz und Produktivität der Arbeit der Werktätigen von den Arbeitsbedingungen und von Verhältnissen mit der Leitung festgestellt. Solange die Wissenschaft sich dialektisch in einer ständigen Entwicklung befindet, die Autoren schlagen vor, die neurolinguistische Grundprogrammierung (NLP) ins Personalmarketing zu integrieren, was anschließend für die Mitarbeiter die mehr günstige Folge haben wird und führt dementsprechend für den Arbeitsgeber zu einem höheren Gewinn dank dem Leistungsfähigkeitszuwachs und der Fluktuationssenkung.

Die Autoren nehmen unbedingt in die Berücksichtigung sowohl die vorhandene nicht eindeutige Schätzung von NLP in akademischen Kreisen, als auch eine zweifellose Effektivität des Tools, die NLP bietet.

2. Neurolinguistische Grundprogrammierung

Die moderne Gesellschaft wird durch eine Unstabilität gekennzeichnet, was das Personal negativ beeinflusst. Immer öfters werden die Depressionen, psychische Zusammenbrüche und Stressen getroffen. Bei der Besprechung der Fragen der Personalverwaltung ist es notwendig, auf Psychologie und als die Variante auf die NLP.

NLP ist eine Variante des praktischen Psychologie, die beinhaltet:

- Psychotherapie;
- Programmierung;
- *Sprachwissenschaft* [5].

In diesem Artikel möchten sich gerne die Autoren auf repräsentativen Systemen aufhalten, die NLP bietet, und betrachten auf diesem Grund die Besonderheiten des Personalmarketings.

Ein repräsentatives System ist ein Grundsystem, die das vorrangige Verfahren zeigt, wie das Mensch die Information von der Außenwelt empfängt [6].

Man unterscheidet drei Typen an repräsentativen Systemen:

1. Visuell. Dieses System basiert sich auf der Wahrnehmung der visuellen Bild;
2. Audiotype. Dieses System unterstützt die menschliche Orientierung in der Erstreckung und im Informationsfeld durch dem Ohren Analysator;
3. Kinästhetisch. Dieses System wird von den hoch empfindlichen Hautrezeptoren gekennzeichnet, die auf mechanische, physische und chemische Auswirkungen aktiv reagiert.

Wollen wir jedes einzelnes System durch das Prisma des Personalmarketings betrachten.

3. Farbton und das Licht als das Beeinflussungstool auf das visuelle repräsentative System der Mitarbeiter

Visuelle Bilder beeinflussen 80-85% DER Bevölkerung der Welt [7]. Dementsprechend spielen solche Faktoren wie das Bueroaussehen, Farbton der Wände, welche Farbtöne sind für das Möbel ausgewählt, ob der Arbeitsplatz gut genug beleuchtet ist, sehr wichtige Rolle sowohl für die Mitarbeiter als auch für den Kunden.

Farbton

Der Farbton ist ein Signal, der vom Mensch abgelesen und in die Emotion umgewandelt wird (Autorenfassung). Demgemäß hat jeder Farbton eine bestimmte Beeinflussung, die entweder die Arbeit fördern, oder umleiten, die Aggression verursachen, irritieren.

Der Farbton soll dem Leiter und den Mitarbeitern des Unternehmens nicht nur gefallen, sondern auch dem Raum, wo er genutzt wird, passen. Zur Gestaltung des Arbeitsplatzes muß man die Farbnuancen benutzen, die die Tätigkeit stimulieren, die aber gleichzeitig von dem Arbeitsprozess nicht umleiten, die sondern fokussieren und aufmerksam machen, zur längeren Aufenthalt arrangieren und die Ermüdbarkeit senken. Das ganze kann eben dank der richtig gewählten Farbtonpalette erreicht werden.

Die Farbtöne teilen sich auf "kalte" und "warme" auf, dabei wärmt die Hinzufügung der gelben Farbton das Gefühl auf, blauen – kühlt ab (sieh tabelle 2).

Tabelle 2

"Warme" und "kalte" Farbtöne

"kalte"	"warme"
blau	gelb
hellblau	rot
violett	orange
grau	grün
terrakotta	braun
jade	beige
schwarz	türkis
lila	hellgrün

Im Buero hat man gewohnt, die "warme" Farbtöne zu benutzen. Es ist bekannt, dass sie der Kreation der Arbeitsstimmung beitragen und auf die Mitarbeiter eine positive Auswirkung haben. Die "warme" Farbtöne beruhigen und verbessern das Sehvermögen.

Es sei betont, dass wenn der Raum nicht groß ist, tragen die "warme" Farbtöne visuell der Vergrößerung des Raums bei, während die intensive Farbtöne - verkleinern.

Wenn das Buero der Firma sich in einem Heißen Land befindet, bzw. sich der Raum im Laufe des Tages stark aufwärmt, können die "kalte" Farbtöne retten (grau, blau, hellblau, intensiv grün). Sie gleichen die Raumbedingungen aus und machen ihn komfortabel. Falls der Raum aufgewärmt werden soll, wären die "warme" Farbtöne die beste Variante (gelb, kaffeebraun, creme, hellgrün).

Wie oben erwähnt wurde, kann jede Farbton eine gewisse Emotion aufrufen, sowohl positive, als auch und negative. Diese Besonderheit muß man auch bei der Buerogestaltung in die Berücksichtigung nehmen (sieh tabelle 3).

Tabelle 3

Einfluß der Farbton auf psychophysiologischen Zustand des Menschen [8, 30]

Farbton	Emotion
schwarz	Erschöpfung
braun	Beunruhigung
grau	Depression
weiß	Vergeistigung
rot	Grimmigkeit \ Überregung
orange	Aktivität \ Wachsamkeit
gelb	Extravaganz \ Freude
grün	Haltung \ Vertrauen
hellblau	Enzspannung
blau	Ruhe
violett	Friedfertigkeit
rosa	Sorglosigkeit

Viele Designer schlagen die Benutzung von ungewöhnlichen Kombinationen an Farbtöne vor, durch welche sie versuchen die Aufmerksamkeit von Kunden zu erregen. Dies kann jedoch extrem negativ die Tätigkeit der Mitarbeiter der Firma beeinflussen und schroff die Effizienz der Firma generell senken.

Es lohnt sich auch die Farbpalette der Möbel zu erwähnen. Zweifellos, die bunte Möbel stimuliert die Wachstum der Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter falls sie sich mit dem Schaffen beschäftigen (Designer, Berichterstatter, Psychologen usw.), ansonsten wird sie ableiten und ermüden.

Das Interieur gestaltet in weiß-schwarz-silber Farbtönen gibt das beste Effekt: die maximale Arbeitsfähigkeit bei minimalem Stress. Die Holzmöbel verzögert die Aufmerksamkeit, neigt den Mitarbeitern abschweifen, weist Melancholie aus. Ruhe Farbtöne (pastel bzw. "warme") versichern einen hohen Wirkungsgrad der Mitarbeiter im Laufe des ganzen Tages.

Die o.g. Aspekten in die Berücksichtigung genommen muß man absichtlich die Interieure für das Buero oder Produktion wählen.

Licht

Das Licht ist der Schlüsselfaktor, der für eine normale menschliche Vitalfunktion notwendig ist, der die Produktivität und Gesundheit beeinflusst (Autorenfassung). Beleuchtung beeinflusst den emotionalen Zustand und die Psyche des Menschen, sowie wird auf die unterschiedliche Arten unterteilt (siehe bild 1).

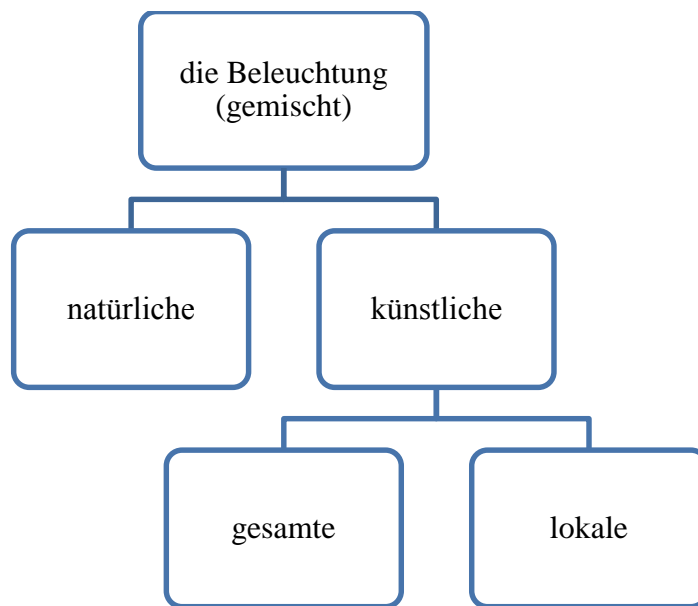


Bild 1. Beleuchtungsarten

Wollen wir den Einfluss der jeden Beleuchtungsart auf Mitarbeiter betrachten.

Natürliche Beleuchtung ist ein Sonnenlicht, der in den Raum durch das Glas oder geöffnete Oberflächen durchdringt (Autorenfassung).

Die Forscher haben die ganze Menge an Daten nach dem Einfluss des Lichtes auf das menschliche Organismus gesammelt. Es ist festgestellt, dass das Licht, außer es die Visuelle Wahrnehmung versichert, durch das nervös optikvegetatives System das endokrine System, das System der Immunschutzbildung, den Wachstum und die Entwicklung des Organismus sowie mehrere Grundvitalfunktionen beeinflusst, Stoffwechsel und Einflusstandfestigkeit gegen ungewünschten Umweltfaktoren regelt. Vergleichsauswertung der natürlichen und künstlichen Beleuchtung nach deren Einfluss auf die Arbeitsfähigkeit zeigt einen deutlichen Vorteil natürliches Lichtes. Grundfaktor, der die biologische Unzulänglichkeit der natürlichen und künstlichen Beleuchtung bestimmt, ist die Differenz in der Spektralzusammensetzung der Strahlung, sowie die Beweglichkeit der natürlichen Beleuchtung im Laufe des Tages. Der Beleuchtungsgrad soll dabei 1000-1500 lx betragen und entspricht dem Tageslicht, wenn vorhanden, bzw. dem elektrischen Licht von dem gemeinsamen oder lokalen Beleuchtungsquelle, Z.B. Leselampe oder Kombination des Tages,- und Naturlichtes. Die Arbeit bei der Beleuchtung der niedrigen Qualität bzw. des niedrigen Grades verursacht die Ermüdung der Augen der Menschen und Arbeitsüberlastung, was zur Senkung der Arbeitsfähigkeit führt. Manchmal kann das zum Kopfschmerzen führen. Die Ursache in der Mehrheit an Fällen ist zu niedriger Beleuchtungsgrad, Blendungswirkung der Beleuchtungsquellen und das Helligkeitsverhältnis, welches auf dem Arbeitsplatz nicht gut genug ausgeglichen ist. Kopfschmerzen können auch durch die Lichtpulsationen verursacht werden, was hauptsächlich das Ergebnis der Benutzung der elektromagnetischen Vorschaltapparaten für die HID-Lampen ist, die bei einem Frequenz 50 Hz arbeiten.

4. Die Musik, als Wirkungswerkzeug auf das Gehörrepräsentativsystem der Mitarbeiter

Die Benutzung der Begleitmusik in der Produktion und im Office als Motivierungsinstrument der Mitarbeiter ist keine neue Idee.

Die Musik ist ein Emotionalstimulator, der die Steigerung der geistlichen und physischen Aktivität fördert (Autorenfassung).

Die Beeinflussung des menschlichen Organismus mit der Musik basiert sich auf solchen Besonderheiten von Psyche wie emotionale Empfindlichkeit und unwillkürliche Vorlage dem gegebenen musikalischen Rhythmus. Außer dem verläuft die Mehrheit an physiologischen, biophysischen und biochemischen Prozessen rhythmisch im menschlichen Organismus. Es wurde also festgestellt, dass bei der Benutzung des Audiomarketings die allgemeine Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter steigert auf 15%, dabei steigert in der ersten Stunde die Aktivität auf 10% und die Anzahl an Fehler senkt auf 30% [9].

Die Beeinflussung des menschlichen Organismus mit der Musik basiert sich auf solchen Besonderheiten von Psyche wie emotionale Empfindlichkeit und unwillkürliche Vorlage dem gegebenen musikalischen Rhythmus. Außer dem verläuft die Mehrheit an physiologischen, biophysischen und biochemischen Prozessen rhythmisch im menschlichen Organismus. Es wurde also festgestellt, dass bei der Benutzung des Audiomarketings die allgemeine Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter steigert auf 15%, dabei steigert in der ersten Stunde die Aktivität auf 10% und die Anzahl an Fehler senkt auf 30% [9].

Audiomarketing ist die Art an Tätigkeit, der ein breites Spektrum an Maßnahmen darstellt, die eine Audioatmosphäre schaffen und die oder jene Emotionen des Mitarbeiters fördern (Autorenfassung).

Die Musik beeinflusst zweifellos die Produktivität [10]: die mittlere Steigerung der Produktivität eines Brigaden nach dem Rundfunkmontage (21 Arbeiter) betrug in der Tagesschicht 7%, und in der Abendschicht - 17%. Dabei zeigte die Umfrage, dass die Musik währen der Arbeit nicht nur für Mitarbeiter angenehm ist (sieh bild 2), sondern auch die ungewünschte Klänge und Geräusche abschirmt.

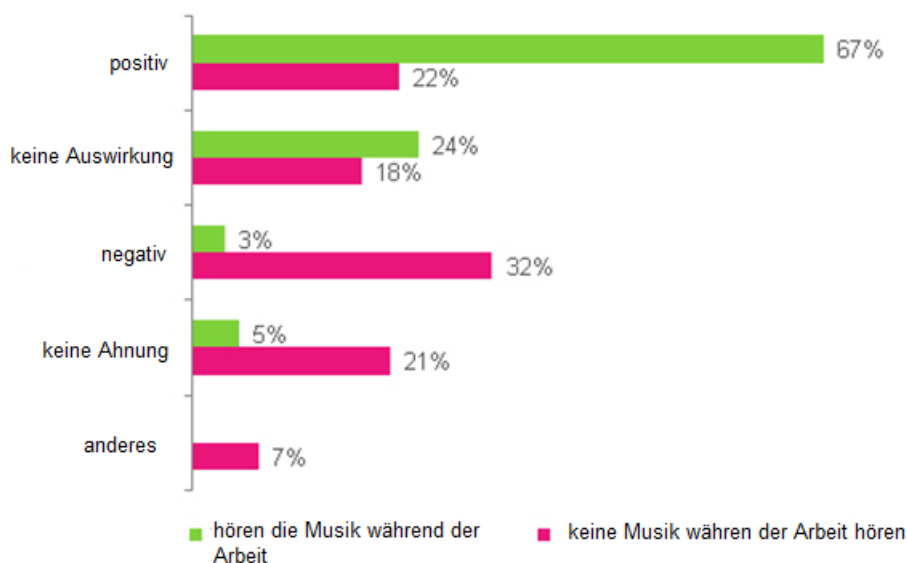


Bild 2. *Empfindung der Musikbegleitung von Mitarbeiter [11]*

Es sei betont, dass die effiziente Benutzung der Musikbegleitung auf Arbeitsplätze von persönlichen Vorlieben der Mitarbeiter abhängt, deren Alter- und Geschlechtsunterschiede. Beim Playlist-Zusammensetzen muß man die Uhrzeit und Arbeitsbedingungen berücksichtigen.

Tabelle 4

Die Abhängigkeit des Musik-Contents von den Arbeitsmerkmale (autorenfassung)

Arbeitsmerkmale	Besonderheiten der Musikbegleitung
intellektuell	Instrumentalwerke \ maßvoll, leicht, sanft
monoton	Vokalwerke auf Fremdsprache \ "die Musik muß hörbar sein, sondern nicht gehört werden"
körperlich	Rhythmische Musik \ rüstig, lustig, übermütig
Sonderaufmerksamkeit gefördert	Hintergrundinstrumentalmusik \ still und leicht

Richtig gewählte Melodien entlasten die Spannungen und Ermüdung (siehe bild 3), helfen zu fokussieren, verbessern die Aufmerksamkeit und die Empfindung. Bei der monotonen Arbeit hilft die Musikbegleitung auszurichten und im Tonus bleiben, gleicht die monotone einschläfernde Geräusche aus.

Die Musik trägt der Verbesserung der Beziehungen in einem Team und senkt die Zahl der Konfliktsituationen ab.

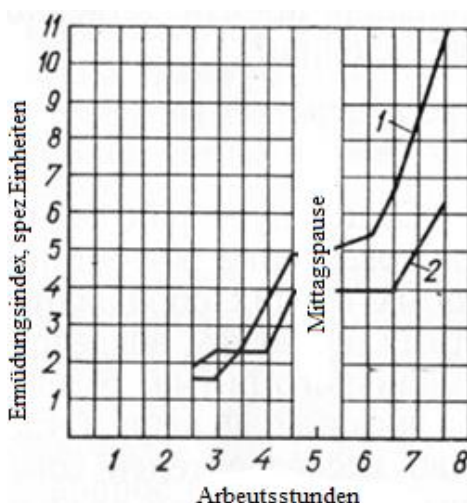


Bild 3. Die Absenkung der Ermüdung der Mitarbeiter bei der Rundfunkmusik:
 1 – Arbeitstage ohne Musik; 2 – Arbeitstage mit der Rundfunkmusik [10]

Office oder die Produktion ist keine Konzerthalle und hier gibt es natürlich eine eigene Spezifik der Musikempfindung. Wenn man sich zu verschiedenen Musikgenres richtet, bezeichnet man, dass am meisten auf Playlisten die Instrumental- und Popmusik stehen soll. Die Erfahrung von mehreren Unternehmen bestätigt, dass beim Zusammensetzen von Musikcontent eben die Kunstwerke Song Genre bevorzugt werden sollten.

Während der Arbeit ist die Sendung der facettenreichen Werken von der Konzernatur mit Rezitativen und Melodeklamationen unzulässig (wie Z.B. Dzhigan & Julija Savicheva – “Otpusti” – “lasst”). Das Content soll aus Musikwerken zusammengesetzt, die keine abrupte Änderungen in der Notenschlüssel bzw. im Rhythmus beinhalten. Die Werke sollen eine deutlich definierte Melodielinie haben, die im Laufe des ganzen Phonogramms durchgehalten wird, und die eine ständige Lautstärke von 80-90 dB hat. Auf der Playliste für die Produktionswerkstätten zusammengestellt sind die traurige lyrische Musikwerke absolut ungewünscht.

Die Musikempfindung hängt im Wesentlichen von der Arbeitsprozessspezifik ab, von den Anforderungen, die an die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter gestellt werden. Die Musik kann den Arbeitern ableiten und die Erfolgreich der Erfüllung der gestellten Aufgabe dadurch stören.

Davon ausgehend ist es notwendig beim Zusammensetzen von Musikcontent auf die maximale Anpassung der Musikwerken an Arbeitsprozess und Uhrzeit abgezielt sein, sowie darauf halten, dass diese den Mitarbeiter gefallen. Diese Aufgabe ist natürlich abwechslungsreich, jedoch durchaus erreichbar.

5. Aromaten, als Einflusstool auf kinetisches repräsentativen System der Mitarbeiter

Die Geruchsempfindungen haben den Einwirkung auf dem psychologischen, physischen und sozialen Niveau. Meistens wann die Menschen die Umgebungsaromaten einatmen, begreifen sie nicht welche Einwirkung diese Aromaten auf das Leben und desto mehr auf das Arbeitsprozess haben. Der Geruch ist dabei der zweite nach der Wichtigkeit nach dem Sehvermögen und überholt nach der Macht der emotionalen Einwirkung andere Sinne auf 75%.

Der Duft (Geruch) ist ein Stimulator, der die Laune und das Verhalten des Menschen beeinflusst (Autorenfassung).

Zur Zeit stimuliert man mit verschiedenen Düften die Produktivität und versenkt man die Zahl an Fehler bei IT-Fachleuten. Die Praktik der Benutzung von Aromadesign zahlt für sich durchaus selbst, da die Düfte den psychoemotionalen Zustand der Mitarbeiter einwirkt, und bei positivem emotionalen Niveau verläuft die Arbeit schneller und effizienter.

Aromadesign ist eine Art an Tätigkeit, die ein Komplex an Maßnahmen darstellt, der auf die Beeinflussung der Produktivität, der Harmonisierung von Verhältnissen im Team und der Anziehung der Kunden usw. durch die Benutzung an ätherischen Ölen, Gewürzpflanzen und anderen Aromaten fokussiert ist.

Der Geruch ist unmittelbar mit dem limbischem System (die Gesamtheit einer Reihe von Gehirnstrukturen) verbunden, der in seiner Reihe die Emotionen, Gedächtnis usw. vereinigt. Dadurch wird so starke Einwirkung der Gerüche auf die Humankondition erklärt. Mehrere Untersuchungsergebnisse zeugen, dass einige Gerüche erregen, andere – helfen sich zu fokussieren, dritte – reizen (siehe tabelle 5).

Tabelle 5

Die Einwirkung der Gerüche auf die psychophysiologische Humankondition (Autorenfassung)

<i>Geruch</i>	Änderung der psychophysiologischen Humankondition
<i>Rosmarin</i>	stimuliert Gedächtnis, verbessert Ausbildungsprozess
<i>Orange</i>	<i>baut Stress ab, erfrischt die Empfindung</i>
<i>Bergamotte</i>	<i>erhöht die Aufmerksamkeitskonzentration</i>
<i>Jasmin</i>	<i>eliminiert Ermüdbarkeit, mobilisiert die Kräfte</i>
<i>Ylang-Ylang</i>	<i>erhöht Selbstvertrauen</i>
<i>Lavendel</i>	<i>stimuliert geistige Aktivität</i>
<i>Minze</i>	<i>stimuliert bei der geistigen Ermüdbarkeit, mindert den Spannungszustand</i>

Wie oben erwähnt wurde, beeinflussen die Gerüche die Produktivität. Insbesondere in dem Sinne werden die Gerüche der Kiefer und neu gedruckten Geldscheinen hervorgezogen.

Noch im Jahre 1939 hat der sowjetische Physiologe D. Tatenstein bewiesen, dass einige Geruchsreize die menschliche Produktivität wesentlich erhöhen [14].

Im Jahre 1983 wurde in der UdSSR ein Test durchgeführt. Im Dispscherraum des Flughafens Borispol bei Kiev wurde ein Geruchsdosator "Phiton-1" installiert, der vom Forschungsinstitut für Botanik der Akademie für Wissenschaften der UdSSR entwickelt wurde. Eine Sonderkombination an Gerüche, die durch Dosator zerstreut wurden, hat wesentlich die Produktivität von Dispscher erhöht [15].

Einige japanische Firmen stimulieren eigenen Mitarbeiter durch die Einspritzung gewisse Gerüche ins Konditionierungssystem. In der Früh erwartet den Mitarbeiter auf ihrem Arbeitsplatz der Zitronengeruch. Zur 10:00 Uhr wird er durch den zarten Blumengeruch ersetzt, der die zusätzliche Aufmerksamkeitskonzentration beeinflusst. Nach der Mittagspause werden die Räume mit der entspannenden Rosa Ausdünstung gefüllt, die zum Ende des Arbeitstages mit dem Aroma von Zypresse, Eukalyptus und Zitrusfrüchte ausgewechselt. Den Mitarbeiter wird es auch empfohlen einzuschlafen, Sandelholzduft in der Kombination mit Waldnuancen einatmend.

Dabei wurde es bezeichnet, dass die Mitarbeiter solcher Firmen im mittleren auf 20% weniger Fehler haben, als bei ihren Kollegen aus anderen Bueros, und die Produktivität – generell auf 50% höher.

In einigen Organisationen gibt es die Sonderräume, die Gerüche in deren den Mitarbeitern helfen, sich zu erholen, die Kräfte widerherzustellen und sich auf Arbeitsweg zustellen [13]. In solchen Räumen werden folgende Gerüche verwendet: Rosmarin, Nelke, Basilikum, Majoran, Thymian u.a.

Dieselbe Japaner haben gemerkt, dass sich die Zahl an Fehler bei Programmierer beim Einatmen des Geruches von Jasmin auf 3% senkte, von Lavendel - auf 20%, von Zitronen – auf 54%.

Es ist festgestellt, dass die Gerüche unterschiedlich die Männer und Frauen beeinflussen. Die Frauen sind viel mehr empfindlich gegenüber Geruchsreizen. Z.B. Orangenaroma hilft nur der schwachen Geschlecht, während die Männer indifferent bleiben.

Die o.g. Faktoren berücksichtigt, sei es betont, dass die Aromaten in der Produktion und im Office zum unersetzbaren Tool der Stimulierung der Mitarbeiterproduktivität werden können, der man sehr vorsichtig handhaben muss. Ts ist notwendig, die Geschlechtskomponente die Arbeitsprozessbesonderheiten und vieles anderes berücksichtigen. Dabei bringt die richtige Verwendung an Aromaten einen wesentlichen Wachstum des Gewinns des Unternehmens.

6. Dynamische Betrachtungsweise zur Gestaltung von Arbeitsklima

Die Autoren sind der Meinung, dass das oben betrachtende Instrumentarium der emotionalen Personalbeeinflussung durch einen dynamischen Charakter gekennzeichnet werden soll. Was die Musik und den Geruch angeht, scheint dieser Satz durchaus offensichtlich zu sein (Wechsel der Musikbegleitung und ausspritzenden Aromaten im Laufe des Arbeitstages sind oben beschrieben). Die Farbtöne und die Beleuchtung sollen jedoch gleichfalls gemäß einem dynamischen Modelle entwickelt werden. Moderne technische Möglichkeiten erlauben sowohl Farbspektrum als auch die Beleuchtung und Unterstrahlungsrichtung des Raums steuern und verändern. Dadurch kann man in einem Raum verschiedene getrennte Zonen mit unterschiedlichen Varianten der Farbton- und Lichtgestaltungen organisieren und in der Abhängigkeit von den gestellten Aufgaben und von der Uhrzeit variieren.

Außerdem die dynamische Betrachtungsweise sieht eine periodische Einwirkungsüberwachung der Musikfragmenten, Aromaten und Beleuchtungsgestaltung vor, die die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter mit nachfolgenden Analysen und Korrektur beeinflussen.

7. Konklusion

In diesem Artikel wurden verschiedene Verfahren der Stimulierung der Mitarbeiter aufgrund der repräsentativen Systemen betrachtet, die im Rahmen der neurolinguistischen Programmierung angeboten werden.

Es wurde die Einwirkung durch den Farbton auf Visualen, durch die Musikbegleitung auf Audialen und durch Geruch auf Kinestetiken beauftragt.

Ein wettbewerbsfähige Arbeitsplatz sieht ein Maßnahmenkomplex mit der Einwirkung auf den Mitarbeiter durch alle repräsentative Kanäle vor, was nachher zum Wachstum der Arbeitsfähigkeit, der Stresstoleranzerhöhung und der Senkung der Fehlerzahl führt.

Es wurde dabei gemerkt, dass die beliebige Einwirkung das langfristige Vorbereitungsprozess vorsieht, welches den altbedingte, nationale und Geschlechtskomponente sowie Arbeitsprozessbesonderheiten, die Geographie der Objektstellung und viele andere Aspekte berücksichtigt.

REFERENZLISTE

1. E. Bogdanova. Marketingkonzept der Organisation des Personalmanagements und des arbeitsfähigen Arbeitskraft. – M.: Progress-Akademie, 2006.
2. T. Savenkova. Personalmarketing in der Innovativ-Investitions Umgebung. - M.: Economist, 2006.
3. O. Patlasov. Personalmarketing. - M.: Dashkoff & Co., 2014.
4. M. Mescon, M. Albert, F. Hedouri. Managementgrundlage. – M.: "ID «Williams»", 2008.
5. S. Kovalev. Grundlage der neurolinguistischen Programmierung. – M.: «MODEK», 2001.
6. <http://www.anypsy.ru/content/reprezentativnaya-sistema-v-nlp>.
7. <http://www.thaicat.ru/forum/81-8869-1>.
8. A.Likhatch. Außer dem Denkbare. - M.: Felix, 2004.
9. http://alexandria.kharkov.ua/stati/muzyka_v_rabote_-_za_i_protiv.
10. V. Loos. Industriepsychologie 2. Ausgabe. - K.: Technik, 1980.
11. <http://granddndz.livejournal.com/656193.html>.
12. <http://www.btl.su/info/articles/227>.
13. <http://tvoymalysh.com.ua/view/13376>.
14. D. Schattenstein. Steuerung von physiologischen Prozessen während der Arbeit. M. Medgis, 1939.
15. M. Pluzhnikov, S. Ryazantsev. Zwischen Gerüche und Klänge. Verlag: Molodaya Gvardiya, 1991.
16. <http://investobserver.info/kratkaya-istoriya-razvitiya-organizacii-truda/>.
17. S. Arapina. Deutsche Arbeitsfront: die Gründung und Aktivität (1933-1939). Der Auszug von Dissertation zum Wettbewerb des wissenschaftlichen Grades von Kandidat für historischen Wissenschaften. Ekaterinenburg, 2006.

Shklyar Tatyana Lvovna

Plekhanov Russian university of economics, Russia, Moscow
E-mail: tlb@mail.ru

Vasilyev Stanislav Viktorovich

Bauman Moscow state technical university, Russia, Moscow
E-mail: vsvict@mail.ru

Modern working conditions in a competitive society

Abstract. Modern information society requires prompt for all processes, including a new approach to human resource management.

In the labor market there are two goods: on the one hand offered labor force, on the other hand, workplace compensation for their work. To applicants pay attention to your position, as well as to reduce the "staff turnover" in the organization, you need to think about the most favorable workplace.

The authors of this article offers a comprehensive look at the issue: from the color of the walls, the lighting of the workplace, the audio workflow, ending with a dynamic approach to increase the ability to work.

To do this, the following research areas were considered: the psychology of color, aromadizayn, audiomarketing etc.

Many works devoted to motivation, but not only the material and non-material stimulation of labor workers tip the balance in favor of your company.

The authors came to the conclusion that there is no unimportant moments in the consideration of the place of employment. It is important to do everything to make your staff was comfortable to work with. And then, when considering proposals to change jobs, your employee will think about whether to do it.

Keywords: marketing personnel; personnel management; workplace competitiveness aromadizayn; motivation; psychology; audiomarketing; NLP; dynamic approach

REFERENCES

1. Bogdanova E. Marketing concept organization personnel management and competitive workforce. - M.: Progress Academy 2006.
2. Savenkov T.I. Marketing personnel in innovation and investetsionnoy environment. - M.: Economist, 2006.
3. Patlasov O.J. Marketing personnel. - M.: Dashkov i K, 2014.
4. Meskon M., Albert M., Hedouri F. Fundamentals of Management. - M.: "Publishing House "Williams", 2008.
5. Kovalev S.V. Fundamentals of neurolinguistic programming. - M.: "MODEK", 2001.
6. <http://www.anypsy.ru/content/reprezentativnaya-sistema-v-nlp>.
7. <http://www.thaicat.ru/forum/81-8869-1>.
8. Lihach A.V. Beyond the possible. - M.: Felix 2004.
9. http://alexandria.kharkov.ua/stati/muzyika_v_rabote_-_za_i_protiv.
10. Loos V.G. Industrial Psychology, 2nd ed. - K.: Tehnika, 1980.
11. <http://granddndz.livejournal.com/656193.html>.
12. <http://www.btl.su/info/articles/227>.
13. <http://tvoymalysh.com.ua/view/13376>.
14. Shatenshteyn D. regulation of physiological processes at work. M. Medgiz 1939.
15. Pluzhnikov M., S. Ryazantsev Among the scents and sounds. Because of: The Young Guard, 1991.
16. <http://investobserver.info/kratkaya-istoriya-razvitiya-organizacii-truda/>.
17. Arapina S.V. German Labour Front: creation and activity (1933-1939). Abstract of dissertation for the degree of candidate of historical sciences. Ekaterinburg 2006.

УДК 331.421.1

Шкляр Татьяна Львовна

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Россия, Москва
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: tlb@mail.ru

Васильев Станислав Викторович

ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана», Россия, Москва
Доктор экономических наук, профессор
E-mail: vsvict@mail.ru

Современные условия труда в конкурентном обществе

Аннотация. Современное информационное общество предполагает быстрое течение всех процессов, в том числе и новый подход к управлению персоналом.

На рынке труда присутствуют два товара: с одной стороны предлагается рабочая сила, с другой, рабочее место с компенсацией за трудовую деятельность. Для того чтобы соискатели обратили внимание на Вашу вакансию, а также для уменьшения «текучки кадров» в организации, необходимо задуматься о максимально благоприятном рабочем месте.

Авторы данной статьи предлагает комплексно взглянуть на данный вопрос: начиная от цвета стен, освещения рабочего места, звукового сопровождения рабочего процесса, заканчивая динамическим подходом для увеличения трудоспособности сотрудников.

Для этого были рассмотрены следующие научные направления: психология цвета, аромадизайн, аудиомаркетинг и т.д.

Много трудов посвящено мотивации персонала, однако не только материальная и нематериальная стимуляция труда склонит чашу весов работников в пользу Вашей компании.

Авторы статьи приходит к выводу, что нет несущественных моментов в рассмотрении места трудовой деятельности. Важно сделать всё, чтобы Вашим сотрудникам было удобно и комфортно работать. И тогда при рассмотрении предложений о смене работы, Ваш работник задумается, стоит ли ему это делать.

Ключевые слова: маркетинг персонала; управление персоналом; рабочее место; конкурентоспособность; аромадизайн; мотивация; психология; аудиомаркетинг; НЛП; динамический подход

ЛИТЕРАТУРА

1. Богданова Е. Маркетинговая концепция организации персонал-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. – М.: Прогресс-Академия, 2006.
2. Савенкова Т.И. Маркетинг персонала в инновационно-инвестиционной среде. - М.: Экономист, 2006.
3. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала. - М.: Дашков и К, 2014.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: "ИД «Вильямс»", 2008.
5. Ковалев С.В. Основы нейролингвистического программирования. – М.: «МОДЭК», 2001.
6. <http://www.anypsy.ru/content/representativnaya-sistema-v-nlp>.
7. <http://www.thaicat.ru/forum/81-8869-1>.
8. Лихач А.В. За гранью возможного. - М.: Феликс, 2004.
9. http://alexandria.kharkov.ua/stati/muzyika_v_rabote_-_za_i_protiv.
10. Лоос В.Г. Промышленная психология 2-е изд. - К.: Техніка, 1980.
11. <http://granddndz.livejournal.com/656193.html>.
12. <http://www.btl.su/info/articles/227>.
13. <http://tvoymalysh.com.ua/view/13376>.
14. Шатенштейн Д. Регуляция физиологических процессов при работе. М. Медгиз 1939 г.
15. Плужников М., Рязанцев С. Среди запахов и звуков. Из-во: Молодая гвардия, 1991.
16. <http://investobserver.info/kratkaya-istoriya-razvitiya-organizacii-truda/>.
17. Арапина С.В. Германский трудовой фронт: создание и деятельность (1933-1939 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук. Екатеринбург 2006.