

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА в г. ВЛАДИВОСТОКЕ

К.С. Костюк

бакалавр

В.В. Жохова

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Целью исследования является определение состояния и тенденций развития автомобильного рынка и разработка рекомендаций для автомобильной компании г. Владивостока. Для исследования требовалось изучить: сущность и понятие автомобильного рынка; рассмотреть особенности и проблемы развития автомобильного рынка; описать методы анализа торгового рынка; изучить современное состояние и тенденции развития автомобильных рынков в России и Приморском крае; провести анализ организационно-экономических характеристик компании в г. Владивосток; осуществить анализ и прогноз развития предприятия на региональном рынке; разработать основные направления развития предприятия.

Ключевые слова: *автомобильный рынок, анализ, продвижение, аренда, разработка, прогноз.*

ANALYSIS OF THE STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE AUTOMOTIVE MARKET ON THE EXAMPLE OF A COMPANY IN VLADIVOSTOK

The purpose of the study is to determine the state and development trends of the automotive market and develop recommendations for a company in Vladivostok. For the study, it was necessary to study: the essence and concept of the automotive market; consider the features and problems of the development of the automotive market; describe the methods of trading market analysis; to study the current state and trends in the development of automotive markets in Russia and Primorsky Krai; to analyze the organizational and economic characteristics of the company in Vladivostok; to analyze and forecast the development of the enterprise in the regional market; develop the main directions of the company's development.

Keywords: *automotive market, analysis, promotion, rent, development, forecast.*

Автомобильная промышленность мира – это емкий и весьма значительный сектор мировой экономики и международного бизнеса, ведь это не только собственно автомобили, но и разнообразные товары по обслуживанию автомобиля, а также, в значительной мере, рынок производства и продажи автозапчастей. Рынок автомобилей имеет ряд смежных рынков и отраслей: от наиболее тесно прилегающих (рынка деталей и блоков автомобилей и нефтедобывающей промышленности) до менее очевидных (строительство дорог, производство аксессуаров для автомобилей и т.п.). Автомобиль обеспечивает высокую мобильность человека, эффективность труда, определяет современный образ жизни общества. В последние годы на развитие автомобильного рынка возрастает влияние технологических инноваций в разработке силовых агрегатов автомобилей. В связи с подорожанием автомобильного топлива и загрязнения окружающей среды, потребители стремятся приобретать более экономичные автомобили. Свою роль в этом играют и правительства, устанавливая все более жесткие экологические нормы на выброс вредных веществ автомобилями. Несколько компаний уже продают на рынке автомобили с гибридными топливно-электрическими двигателями, а так же исключительно на электрической тяге, подзаряжаемые от электрической розетки. Среди них: Toyota, Lexus, VW, Honda. Большим минусом автомобилей на альтернативных источниках энергии является их высокая цена. С другой стороны, в 2022г. наблюдается стремительное падение продаж новых машин в России в связи со сложной политической ситуацией. Основная причина стремительного падения продаж в России – нехватка машин у дилеров, уход крупных автомобильных концернов из России, приостановка производства на российских заводах, что свидетельствует о необходимости исследования состояния и тенденций автомобильного рынка и поиска перспективных направлений для операторов рынка, включая дилеров. Поэтому данный вопрос исследования является актуальным.

Объектом исследования является состояние и тенденции развития автомобильных рынков Приморского края и России. Предмет исследования – методы и процесс анализа рынка, основные направления развития предприятия в г. Владивосток.

В современной экономической литературе можно встретить самые различные определения рынка, т.к. рынок всегда интересовал экономистов.

Рынок – это экономические отношения, строящиеся на основе рыночных законов и принципов. Рынок – это обмен, организованный по законам товарного производства и денежного обращения [1]

Рынок – Механизм, соединяющий производителя и потребителя на основе спроса и предложения [2].

Для того чтобы рынок был конкурентоспособным, в нем должно существовать несколько независимых друг от друга покупателей и продавцов [3].

В работах по маркетингу под рынком понимается совокупность всех потенциальных потребителей, испытывающих потребность в товарах определенной отрасли и имеющих возможность ее удовлетворить. С точки зрения маркетинга рынок можно определить, как совокупность лиц и организаций, каждая из которых: 1) имеет свои особые потребности; 2) обладает определенными материальными средствами для их удовлетворения и 3) характеризуется готовностью потратить эти средства на удовлетворение потребностей.

Автомобильный рынок определяют, как совокупность экономических отношений, на основе которых происходит взаимодействие субъектов рынка, нацеленное на обмен готовых автомобилей на денежные средства или их эквиваленты [4]. Объектом (товаром) рассматриваемого рынка является автомобиль. Автомобиль, как товар, должен удовлетворять нужды или потребности покупателей автомобильного рынка [5].

Автомобильный рынок принято делить на 4 сегмента: легковые автомобили, LCV, грузовые автомобили и автобусы (рис. 1) [6].

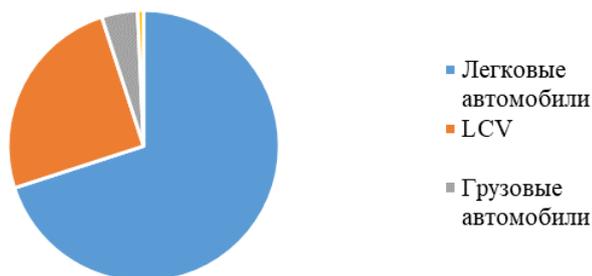


Рис. 1. Распределение мирового производства автомобилей по сегменту

На мировом рынке больше всего легковых автомобилей их принято разделять по ценовому критерию на автомобили бюджетные, среднего ценового диапазона и премиальные. Но такое деление достаточно «размытое» и не позволяют точным образом оценить принадлежность автомобиля к той или иной группе, потому что необходимо учитывать не только конкретную цену на автомобиль, но и комплекс технических характеристик, предлагаемых производителями за определенную плату [7].

Автомобильный рынок РФ относится к экономическим объектам, которые в свою очередь относятся к сложным, динамическим, нестационарным, активным системам, что чрезвычайно затрудняет задачу прогнозирования экономических показателей. Развитие автомобильной отрасли в РФ происходит в настоящее время под влиянием нескольких определяющих социально-экономических факторов [4].

Суть маркетингового анализа заключается в следующем – это количественный и качественный анализ одного или совокупности рынков для получения информации о его потенциале, емкости, конъюнктуре, поведении потребителей, динамике цен. Цель проведения маркетингового анализа – изучение конкретного товарного рынка (рынка услуг) для продвижения на нем продукции компании и принятия целевых управленческих решений [8]. Проведение маркетинговых исследований (анализа) направлено на уменьшение рисков предпринимательской деятельности. Его результаты предназначены руководству для принятия управленческих

решений, которые всегда сопровождаются риском в условиях постоянных рыночных изменений и неопределенности поведения, как потребителей, так и конкурентов [9].

С помощью кабинетных исследований можно провести предварительный анализ рынка. Можно изучить динамику важных структурных характеристик, а также факторов, которые влияют на развитие компании и рынка в целом. В рамках методов кабинетных маркетинговых исследований проводятся: SWOT – анализ, PEST – анализ, Контент-анализ, GAP-анализ, анализ конкурентов и стратегий развития на рынке [10].

На автомобильном рынке начиная с 2019г. из-за режима самоизоляции среди всех дилерских центров произошло снижение продаж. Эпидемиологическая ситуация продолжалась вплоть до 2022 года. Пандемия COVID-19 сразу и очень серьезно воздействовала на мировую автомобильную промышленность. И поскольку глобальный автопром давно и глубоко интегрирован, начавшиеся перебои в экспорте китайских запчастей вызвали такие же перебои в производстве по всей Европе. Пандемия привела к закрытию большинства заводов по производству автомобилей и комплектующих для них, что привело к снижению прибыли у дилерских центров [11]. Россия является одним из крупнейших автомобильных рынков Европы с потенциалом долгосрочного роста: в стране с населением 147 млн человек насчитывается 54,2 млн автомобилей. Но эксперты говорят о том, что российский авторынок будет в глубоком минусе. На это указывал опыт других стран: китайский рынок еще в феврале сократился на 79%, а в марте на 85% упали продажи автомобилей в Италии, на 72% – во Франции и на 69% – в Испании. Также эксперты отмечали, что даже открытие дилерских центров не решит проблему отсутствия спроса, поскольку большинство клиентов не готовы в условиях неопределенности покупать автомобили [12].

По итогам 2021г. продажи новых автомобилей в России продемонстрировали рост как в массовом, так и в премиальном сегментах, отмечают эксперты аналитического агентства «Автостат» (рис. 2). Продажи новых легковых и легких коммерческих (LCV) автомобилей в России за 2021 г. составили 1,67 млн автомобилей, что на 10% больше по сравнению с 2020 г., когда было выпущено 1,4 млн машин. По данным «Автостат» доля импортных машин на российском рынке составила в 2021 году 18%, или 271 тыс. ед. В основном это автомобили из Китая (58 тыс.), Японии (56 тыс.) и Германии (34 тыс.). Из них 82%, или 1,2 млн, машин от иностранного производителя, которые собраны в России [13].

В массовом сегменте реализация машин выросла на 3,1% до 1 420,3 тыс. единиц. Но у 9 брендов, входящих в ТОП-25 по объему продаж, отмечена отрицательная динамика.

Несмотря на то, что в 2021 г. российский рынок новых легковых автомобилей показал рост (+3%), в двух федеральных округах было отмечено его падение. В Приволжском ФО рынок сократился на 6,1%, а в Уральском ФО – на 4,8%. В остальных шести округах был зафиксирован рыночный рост. При этом сильнее всего он оказался на Северном Кавказе (+11,3%), немногим меньше – на Юге (+9,5%).

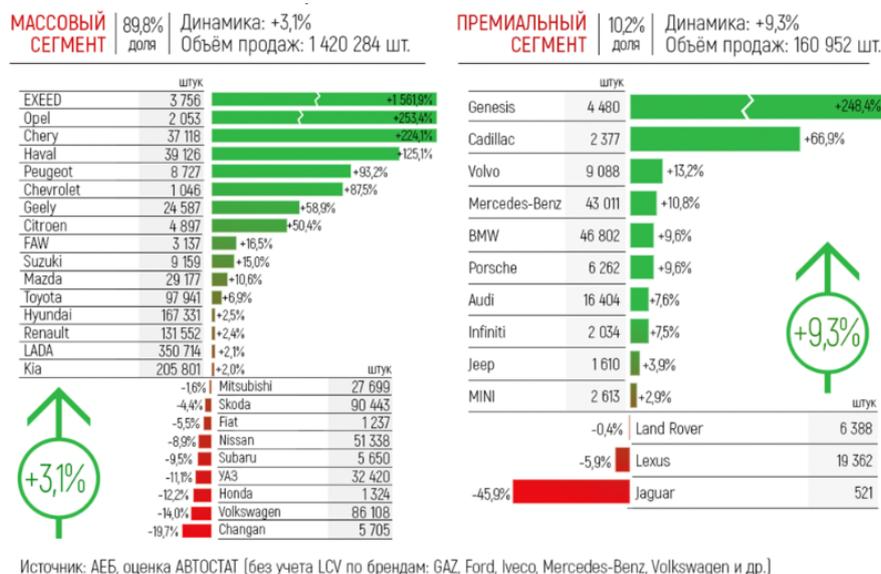


Рис. 2. Динамика российского авторынка в 2021 году, в %

На Дальнем Востоке и в Сибири рынок новых легковых машин вырос на 2,6%. В Центральном ФО данный показатель составил 1,1%, а в Северо-Западном – всего лишь 0,1% (рис. 3) [14].



Рис. 3. Региональная структура рынка новых легковых автомобилей России, 2020–2021 гг.

В настоящее время российский авторынок находится под влиянием внешнеполитических процессов, его участники начали процесс адаптации к изменившимся условиям ведения бизнеса [15].

После ослабления ситуации с COVID-19 поставки начали налаживаться, но вновь прекратились из-за ситуации на Украине. Из-за введенных санкций против России нарушились логистические цепочки по поставке автомобилей и комплектующих. [18] Российский авторынок испытал новый кризис. В конце февраля 2022 года покупатели и продавцы столкнулись с резким повышением цен из-за роста курсов валют и стремительным сокращением количества предложений из-за санкций. Продажи автомобилей в марте 2022 г. упали на 62,9% год к году. Всего в марте было продано 55 тыс новых авто. Это второе минимальное значение за всю историю, меньше было только в апреле 2020 года (38 тыс). При самом оптимистичном сценарии, по прогнозам аналитиков Авто.ру, продажи новых автомобилей в 2022 году упадут до 1 миллиона штук – это на треть меньше, чем в 2021 году, и худший в абсолютных показателях результат за последние 15 лет (рис. 4).



Рис. 4. Динамика объема продаж новых автомобилей в России за 2016–2021 гг., в тыс.ед.

Но для реализации оптимистичного сценария необходимо, чтобы компании, которые приостановили свою деятельность в России, возобновили работу, производители восстановили или наладили новые каналы логистики автокомпонентов, а китайские бренды резко усилили своё присутствие. Острый дефицит образовался не только в сегменте импортных автомобилей, но и среди тех моделей, выпуск которых локализован в России. Это происходит из-за того, что большинство автопроизводителей временно приостановили свою деятельность на российском рынке.

Из-за роста цен на новые автомобили на вторичном рынке в последние годы растёт дефицит свежих ликвидных машин – большинство владельцев стараются максимально отложить смену транспортного средства. При негативном сценарии, если инфляция и сокращение доходов ускорятся и ударят по спросу, рынок подержанных автомобилей способен упасть до 4,76 млн ед., считают эксперты Авто.ру., что на 20% меньше, чем в 2021 г. [17] (рис. 5).



Рис. 5. Динамика объема продаж автомобилей на вторичном рынке в России за 2016–2021 гг., в тыс.ед.

Емкость российского рынка новых легковых автомобилей в 1 квартале 2022г. составила 580,9 млрд рублей, что на 14,4% меньше, чем в январе – марте прошлого года (рис. 6), (678,8 млрд руб.).



Рис. 6. Емкость авторынка России. Топ-10 марок, 2022 г.

К началу 2022 года на 13 российских предприятиях производилось 58 марок автомобилей. В основном это крупноузловая сборка из импортных комплектующих. Хотя участники рынка подчеркивают, что степень локализации в последние годы значительно выросла [18].

Доля продаж автомобилей в пандемию на Дальнем Востоке не только не снизилась, но заметно выросла. С общим количеством проданных автомобилей в Приморском крае можно ознакомиться в табл. 1.

Таблица 1

Общее количество проданных автомобилей в Приморском крае, шт.

| Регион | 2019 | 2020 | 2021 | Итого |
|----------------------|------|-------|------|--------|
| Приморский края, ед. | 6115 | 6751 | 6109 | 18 975 |
| Темп роста, в % | – | 110,4 | 90,5 | – |

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод, что 2020 г. Был самым благоприятным и прибыльным для Приморского края и автомобильных производителей. В 2020 г. спрос увеличился из-за ажиотажа, который возник из-за закрытия заводов в связи с COVID-19 [19].

Доля продаж во всей модельной линейки Lexus начала увеличиваться с января 2021 г. В среднем уровень продаж среди автомобилей данной категории на Дальнем Востоке варьируется в пределах 30–35% в год. В западной части России активность продаж машин около 50% и выше.

С 2017 года, независимо от экономических факторов, рост спроса на автомобили класса «премиум» и «люкс» продолжается со стабильностью около 2–3% в год. На Дальнем Востоке по продажам стабильно лидирует «премиальная золотая четверка» – Mercedes, BMW, Lexus и Audi. Их объёмы продаж если и «проседают» в определенные сезоны, то незначительно. Рост восстанавливается достаточно быстро. Например, около 80% продаж авто Lexus в ДФО приходится на Приморский край [20].

В Приморском крае способствует увеличению продаж и услуга trade in, которая начала набирать популярность с конца 2019 года. Сегодня доля продаж в этом сегменте достигает в среднем 40%. Услуга trade in пока не очень сильно влияет на покупательскую активность в сегменте автобизнеса, слишком недавно запущен процесс «продвижения» услуги.

В целом, сегодня около 30% по авторынку покупка машин, особенно дорогих, происходит в кредит. Согласно информации ВТБ, спрос на автокредиты в Приморье в 2021 году увеличился в 1,5 раза. Клиенты ВТБ в Приморском крае за девять месяцев текущего года оформили 200 автокредитов на 300 млн рублей, что по объему на 57% превышает показатель за аналогичный период прошлого года.

Покупатель, который сомневается и боится ошибиться в выборе будущего автомобиля, может взять машину в прокате, чтобы определиться в правильности своего решения. Для этого он обращается в организации, предоставляющие автомобили в аренду. В настоящее время во Владивостоке насчитываются уже десятки фирм автопроката. Самые крупные из них: «Влад Рент», «Самокат», «Рента-Восток», «Avtoprokat 25» «Скоростной Авто», «Альфакар», «Драйв Авто», Eurorentcar, «Влад Лайн», «Меридиан ДВ», VladAvto, City Cars. Все эти фирмы имеют собственные сайты и регулярно размещают рекламу в средствах массовой информации. Крупные компании предоставляют широкий спектр услуг, гибкие цены в зависимости от условий аренды [21].

Компания г. Владивостока имеет многолетний опыт работы на автомобильном рынке, а также на рынке сервисного обслуживания. Компания является ведущей автомобильной компанией на Дальнем Востоке в этой области.

Виды деятельности, осуществляемые предприятием: Продажа новых автомобилей и с пробегом; Техническое обслуживание, кузовной ремонт легковых автомобилей; Страхование и кредитование автомобилей; Установка аксессуаров на автомобили (сигнализация. Тюнинг и т.д.); Аренда автомобилей; Продажа сменно запасных частей.

Одним из ведущих проектов компании в г. Владивосток является развитие услуги автопроката. Анализ динамики объема реализуемых услуг по аренде автомобилей показал, что наблюдается положительная тенденция (табл. 2). В 2021 г. выручка по сравнению с 2020 г. увеличилась в 2 раза, соответственно вырос средний чек на 70% и составил 20 768 руб. Количество лиц, воспользовавшихся услугой аренды динамично росло и составило 355 человек в 2021 г., темп роста составил 130%. Средний срок аренды также увеличился с 1 дня и 4 часов в 2018г. до 4 дней и 5 часов в 2021 г.

Таблица 2

**Динамика показателей по аренде автомобилей за 2018–2021 гг.
в компании г. Владивосток**

| Показатели | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Объем выручки, тыс. руб | 615 140 | 3 989 268 | 3 345 827 | 7372 950 |
| Темп роста, в % | | 648,51 | 83,87 | 220,36 |
| Средний чек, руб. | 9 046,18 | 16 416,74 | 12 255 | 20 768,87 |
| Темп роста, в % | | 181,48 | 74,65 | 169,47 |
| Общее количество клиентов, ед. | 68 | 243 | 273 | 355 |
| Темп роста, в % | | 357,35 | 112,35 | 130,04 |
| Средний срок аренды, дни | 1,4 | 1,7 | 2,0 | 4,5 |

За период январь–май 2022 г. 164 клиента воспользовались услугой аренды автомобилей в компании г. Владивостока, в том числе 115 мужчин и 36 женщин (табл. 2). Общий объем выручки составил 3 088 610 руб. При этом средний срок аренды составил – 3 суток и 5 часов, средний чек – 18 832, 99 руб.

Приходим к выводу, в современном мире большое значение имеет автомобильный рынок. Автомобиль играет большую роль в современном обществе. Во всем мире существует большое количество разных компаний-производителей автомобилей, который пользуются спросом и на Российском рынке. В России дилеры конкурируют между собой, чтобы быть лучшим и получать больше прибыли. В Приморском крае так же есть большое количество дилеров, которые стараются завоевать конкурентное место среди других. Для лучше понимания своей позиции на рынке компании могут использовать методы и способы исследования о которых говорилось в отчете. представить торговое предприятие без рекламы, которая помогает в развитии компании, а также в стимулировании продаж.

1. Курс экономики / под ред. Б.А. Райзберга. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 720 с.
2. Фрейнкман Е.Ю. Экономика и бизнес: Начальный курс. – Москва: Начала-Пресс; Наука, 2004. – 160 с.
3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: учеб. пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа. – Москва, 2015. – 414 с.
4. Обзор рынка легковых коммерческих автомобилей. Определение LCV. – Текст: электронный (Light Commercial Vehicle) [сайт]. – URL: <https://perevozka24.ru/pages/obzor-rynka-legkih-kommercheskih-avtomobiley>.
5. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практика для бакалавриата и магистратуры по экономическим направлениям и специальностям. – Москва: Юрайт, 2016. – 474 с.
6. Виды транспорта. Легковой автомобиль. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://official.academic.ru>.
7. Лейзин И.Б., Неуструева А.С. Анализ автомобильного рынка России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 7 (49). – С. 118–124.
8. Моисеева Н.К., Конышева Н.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб и допол. – Москва: Финансы и статистика, 2015. – 416с.
9. Сафронова Н.Б., Корнева И.Е. Маркетинговые исследования: учеб. пособие. – Москва: Дашков и К, 2019. – 294 с.
10. Мотышина М.С. Методы и модели маркетинговых исследований. – Санкт-Петербург.: Питер, 2015. – 440 с.
11. Автомобильный рынок России. – Текст: электронный // TADVISER [сайт]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Автомобильный_рынок_России.
12. Российский автопром в 2021 году вырос на 10%. – Текст: электронный / Автостат [сайт]. – URL: <https://www.autostat.ru/news/50392/>.
13. Рынок новых автомобилей упал лишь на Урале и в Поволжье. – Текст: электронный / Автостат [сайт]. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/50875/>.
14. Какие автоконцерны останутся на рынке России. – Текст: электронный // РЖД. Партнер.PY [сайт]. – URL: <https://www.rzd-partner.ru/auto/comments/kakie-avtokontserny-ostanutsya-na-rynke-rossii/>.
15. Савостьянчук. Что ждёт российский авторынок в 2022 году: прогнозы экспертов. – Текст: электронный // Авто.ру. [сайт]. – URL: <https://mag.auto.ru/article/what-awaits-russian-car-market-2022/>
16. АВТОСТАТ: в 2022 году российский авторынок в лучшем случае упадет на 35%. 6 апреля 2022. – Текст: электронный // Автостат [сайт]. – URL: <https://www.autostat.ru/news/51177/>.
17. Динамика российского авторынка в 2021 году. – Текст: электронный // Автостат [сайт]. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/50402/>.
18. Дальневосточные регионы вырвались в лидеры на рынке электромобилей. – Текст: электронный // [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2022/01/20/reg-dfo/dalnevostochnye-regiony-vyrvalis-v-lidery-na-rynke-elektromobilej.html>.
19. В Приморье автомобильный рынок в период пандемии заметно приободрился. – Текст: электронный // Iview.news [сайт]. – URL: https://iview.news/2021/10/17/в-пандемию-дальний-восток-перешел-на/?utm_source=uxnews&utm_medium=desktop.
20. Большинство опрошенных приморцев не собираются покупать авто в 2022 году – «Дром». – Текст: электронный // Новости Владивостока на VL.RU [сайт]. – URL: <https://www.newsvl.ru/society/2022/01/26/206048/#ixzz7VCty0CDz>

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ У ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

С.В. Крисанова

магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Синдром эмоционального выгорания (СЭВ) — это реакция организма, возникающая вследствие продолжительного воздействия профессиональных стрессов средней интенсивности. Это процесс постепенной утраты эмоциональной, когнитивной и физической энергии, проявляющийся в симптомах физического утомления и снижения удовлетворения от выполненной работы.

Ключевые слова: государственные служащие, эмоциональное выгорание, мотивация, профессиональная деформация, деперсонализация, синдром эмоционального выгорания.

SPECIFIC FEATURES OF EMOTIONAL BURNOUT IN CIVIL SERVANTS

Emotional burnout syndrome (CMEA) is an organism's reaction resulting from prolonged exposure to moderate-intensity occupational stresses. This is a process of gradual loss of emotional, cognitive and physical energy, manifested in symptoms of physical fatigue and decreased satisfaction from the work performed.

Keywords: civil servants, burnout, motivation, professional deformation, depersonalization, burnout syndrome.

В современном обществе, пронизанном бесконечными потоками информации, становится актуальна проблема профессионального выгорания. Так, в постиндустриальном обществе главную роль играет отношение людей к работе и к ее постоянно растущим требованиям. Это приводит к тому, что люди лишаются уверенности в завтрашнем дне, устойчивости своего материального положения, социального статуса, в гарантии рабочего места, материального благополучия, усиливается конкуренция за хорошую и высокооплачиваемую работу [1]. Столь неблагоприятные условия жизни и хронический стресс могут спровоцировать развитие профессионального выгорания, которое является неким дистрессом – третьей стадией общего адаптационного синдрома – стадией истощения.

Одним из факторов, способных оказывать прямое влияние на развитие данного синдрома является мотивация. Так, эмоциональное выгорание может приводить к снижению профессиональной мотивации: напряжённая работа постепенно превращается в бессодержательное занятие, теряется интерес к ней, новые поручения вызывают раздражение и негодование. Исследования, проводимые в этой сфере, показывают, что выгорание развивается постепенно, вначале возникает эмоциональное истощение, безразличие к работе, затем обесценивание труда. Личность постепенно заменяет продуктивные подходы к деятельности, направленные на решение задач на деструктивные стратегии поведения, заключающиеся в уходе в себя и от проблем, отказе объективно воспринимать существующие проблемы. Важно отметить, что проблема профессионального выгорания наиболее актуальна среди руководителей организаций и рядовых государственных служащих [2].

Руководители подвержены большему стрессу, чем рядовые сотрудники в связи с тем, что на них возложено гораздо больше ответственности и различных функций деятельности, таких как умение предвидеть различные последствия от каждого применяемого решения, правильно интерпретировать различные ситуации. Чем выше статус руководителя, тем больше на него возлагается обязанностей. В результате руководитель может оказаться заложником огромного количества ожиданий от него окружения от подчиненных до клиентов и вышестоящего руководства, что приводит к серьезному внутреннему расхождению между тем, что он действительно хочет, и между тем, что ему приходится делать [3].

Согласно современным данным, под «психическим выгоранием» понимается состояние физического, эмоционального и умственного истощения, проявляющееся в профессиях соци-