

## **МОББИНГ В КОЛЛЕКТИВЕ: НЕВИДИМАЯ УГРОЗА КОМАНДЕ И БИЗНЕСУ**

Моббинг — систематическое психологическое давление на сотрудника со стороны коллег или руководства, проявляется в унижении, изоляции, запугивании или создании невыносимых условий труда. Подобное явление разрушает коллектив, снижает продуктивность и негативно влияет на психическое здоровье человека, который подвергся моббингу. В сфере недвижимости, где особенно важны командная работа, стрессоустойчивость и мотивация, последствия моббинга могут быть крайне опасными. По данным Международной организации труда, каждый пятый человек сталкивался с насилием или домогательствами на работе, в США — около 30 %. Наиболее уязвимыми оказываются новички и женщины [1].

Причины моббинга бывают личные и организационные. Среди личных — зависть и конкуренция, конфликты между «старожилами» и новичками, стремление к власти. Организационные факторы — слабое руководство и высокий уровень стресса.

Формы моббинга разнообразны. Это социальная изоляция, когда сотрудника исключают из чатов и планерок или отказываются от совместных показов проектов; дезорганизация работы, выражающаяся в сокрытии информации, постоянных изменениях условий работы и поручениях без перспектив; дискредитация через слухи и обвинения в срыве сделок; вертикальный моббинг, или боссинг, когда руководитель унижает подчиненного, ставит невыполнимые планы и занижает проценты дохода от продаж; диджитал-моббинг, проявляющийся в травле через корпоративные чаты и игнорирование сообщений.

Последствия моббинга выходят далеко за рамки личных проблем сотрудника. Прежде всего снижается продуктивность. Человек тратит силы на выживание, а не на работу с клиентами. Возникает текучесть кадров, компания теряет специалистов и несет финансовые потери. Репутационные риски также значительны. Агентство получает имидж конфликтного работодателя, что отпугивает как сотрудников, так и клиентов. Кроме того, в ряде стран моббинг рассматривается как нарушение трудовых прав, что может привести к правовым последствиям.

Решение проблемы требует системного подхода и последовательной реализации комплекса взаимосвязанных мер. На уровне компании необходимо внедрять политику нулевой терпимости к моббингу, закрепленную в четких регламентах и подкрепленную реальными действиями при нарушениях. Параллельно следует формировать культуру открытости и доверия через регулярные анонимные опро-

сы сотрудников и создание безопасных каналов для обратной связи. Главным становится обучение руководителей современным методам управления, включая развитие эмоционального интеллекта и навыков раннего распознавания конфликтных ситуаций. Важную роль играют и регулярные командные мероприятия, которые должны быть не просто формальностью, а тщательно спланированными активностями, направленными на построение доверительных отношений между сотрудниками.

Таким образом, моббинг — это не частные конфликты, а серьезная угроза бизнесу. В сфере недвижимости успех строится на доверии и командном духе, а агрессивное поведение разрушает эти основы. Создание атмосферы уважения и поддержки в коллективе — это не только вопрос этики, но и стратегическая инвестиция в стабильность и процветание агентства.

### **Источник**

1. Моббинг на работе: формы, признаки, последствия и способы борьбы // Lucky Hunter. — URL: <https://luckyhunter.io/blog/mobbing-na-rabote#formy> (дата обращения: 15.11.2025).

**В. А. Курилёнок, У. О. Щерба**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С. В. Стасюкевич*

## **ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ**

Цифровые технологии играют ключевую роль в управлении взаимоотношениями с покупателями в розничной торговле. CRM-системы — специализированные информационные системы, предназначенные для автоматизации процессов взаимодействия организаций с покупателями (потребителями) и управления взаимоотношениями с ними.

CRM-системы собирают и хранят всю информацию о покупателях и их взаимодействиях в единой базе, позволяя систематизировать работу, отслеживать сделки и повышать эффективность торгового бизнеса. Ключевые функции: управление клиентской базой, автоматизация ежедневных задач, анализ показателей и интеграция с другими сервисами.

Распространенные CRM-системы:

1. HubSpot CRM. Данная система предлагает простую интеграцию с маркетинговыми инструментами и анализ продаж, что помогает управлять ассортиментом, основываясь на интересах покупателей.