

Триггеры в управлении хозяйствующим субъектом как инструмент повышения эффективности деятельности

Н.А. Гончарова^{1а}, А.Ю. Кобзов^{1б}, Т.М. Левченко^{2с}

¹ Братский государственный университет, ул. Макаренко, 40, Братск, Россия

² Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, ул. Кирова, 86, Новосибирск, Россия

^а goncharova-n@mail.ru, ^б AK@verish.net, ^с Levchenko.64@mail.ru

Статья поступила 10.05.2023, принята 09.06.2023

В статье рассмотрены понятие и основные виды триггеров, вызывающих положительную и отрицательную эмоциональную реакцию у человека в определенных условиях деятельности. В настоящее время именно психологи утверждают, что триггеры можно рассматривать с положительной точки зрения, хотя молодое поколение вкладывает в данное понятие совсем иное значение, таким образом, рассмотрим понятие «триггер» в различных контекстах. Авторами схематично рассмотрены виды эмоциональной реакции на различные триггеры с учетом их кардинальных различий по функциональному назначению и области применения. Был сделан вывод, что триггер возможно рассматривать не только с точки зрения «спускового крючка», в контексте негативных действий или эмоциональной реакции, но и с точки зрения внешней и внутренней побудительной силы для целенаправленных действий, в том числе по повышению эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: триггер; триггерить; эмоциональная реакция; эффективность деятельности; эффективность проектов; мотивация подчиненных; заинтересованность руководителей.

Triggers in the management of an economic entity as a tool to increase the efficiency of activities

N.A. Goncharova^{1а}, A.Yu. Kobzov^{1б}, T.M. Levchenko^{2с}

¹ Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia

² Siberian State University of Telecommunications and Information Science; 86, Kirov St., Novosibirsk, Russia

^а goncharova-n@mail.ru, ^б AK@verish.net, ^с Levchenko.64@mail.ru

Received 10.05.2023, accepted 09.06.2023

The article discusses the concept and the main types of triggers that cause a positive and negative emotional reaction in a person in certain conditions of activity. Currently, it is psychologists who claim that triggers can be viewed from a positive point of view, although the younger generation puts a completely different meaning into this concept. Here, the concept “trigger” is considered in various contexts. The authors schematically examine the types of emotional reaction to various triggers, taking into account their cardinal differences in functional purpose and scope. It is concluded that the trigger may be considered not only from the point of view of the trigger, in the context of negative actions or emotional reaction, but also from the point of view of external and internal motivating force for purposeful actions, including improving the efficiency of the economic entity.

Keywords: trigger; emotional reaction; activity efficiency; project effectiveness; motivation of subordinates; managers' interest.

В данное время определению триггера уделяется очень большое внимание со стороны психологов и молодежи.

Триггер — это термин, который обозначает любой стимул, вызывающий определенное поведение или реакцию у человека. В настоящее время триггеры широко используются в различных областях. Они запускают практически неконтролируемое

желание что-то сделать или яркие эмоциональные переживания. Чем мощнее воздействие на сознание, тем ярче эмоциональный всплеск у человека [1, с. 89].

Чаще всего психологи рассматривают триггеры с точки зрения положительной реакции человека, молодое поколение же напротив использует триггеры в качестве негативной эмоциональной реак-

ции на что-либо. В данной статье постараемся рассмотреть использование триггеров с нестандартной стороны, точнее, с точки зрения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

Таким образом, понятие «триггер» используется в разных контекстах и имеет различные значения. Несомненно, общим для всех этих значений является то, что триггер вызывает определенную реакцию, активизирует некий процесс или событие. Рассмотрим несколько примеров использования этого термина в различных сферах деятельности:

1. Триггеры в психологии. В психологии триггером называют какой-то стимул, который вызывает определенную реакцию у человека. Чаще всего именно в данном контексте выступает отрицательная эмоциональная реакция индивида. Например, у кого-то может быть триггер в виде звука автомобильного клаксона, визга тормозов, звукового сигнала при экстренном торможении автомобиля, который вызывает у него стрессовую реакцию, связанную с прошлым травматическим опытом.

Среди современных авторов, исследующих триггеры в психологии, можно назвать Джеффри Янга, который в своих работах занимается терапией травматических воспоминаний с помощью триггеров.

2. Триггеры в маркетинге (триггерный маркетинг). Речь идет о триггерном маркетинге, в основе которого заложены некие психологические приемы, так называемые триггеры, способствующие воздействию на покупателя и создающие иллюзию необходимости в приобретении товара [2, с. 44]. В маркетинге триггерами называют события или действия, которые приводят к активности покупателей. Как показывает практика, промокод или скидка, рекламный баннер и e-mail-рассылка чаще всего становятся неким триггером для покупки. Многие покупатели совершают незапланированные покупки преимущественно в период распродаж, причем, по статистике, объемы таких приобретений иногда достигают колоссальных размеров.

Среди современных авторов можно назвать Нир Эяля, который в своей книге «На крючке: как создавать продукты, формирующие привычку» рассматривает использование триггеров в маркетинге и поведенческой экономике.

3. Триггеры в информационных системах. В информатике триггером называют устройство, которое реагирует на определенное условие. Триггером называется устройство, обладающее двумя состояниями устойчивого равновесия и способное под воздействием внешнего управляющего сигнала переходить скачком из одного состояния в другое. В цифровых устройствах

триггер используется в качестве элемента, запоминающего информацию в виде двоичных цифр: 0 или 1 [3, с. 514]. Например, триггер может быть использован для сброса счетчика при определенном значении.

4. Триггеры в общении. В общении триггерами называют слова, высказывания или поведение, которые вызывают определенную реакцию у собеседника. Например, определенное высказывание может стать триггером для разговора на нужную для оппонента тему или для определенных действий в заданном направлении.

Среди современных авторов можно увидеть то, что многие рассматривают использование триггеров в общении с целью достижения лучших результатов.

5. Триггеры во время занятий спортом. В спорте триггерами могут быть использованы определенные знаки, команды или действия (например, стартовый выстрел является триггером для начала бега на короткие дистанции), которые вызывают определенные движения у спортсмена и приводят к концентрации физической энергии и силы с целью достижения высших результатов.

6. Триггеры в медицине. В медицине триггеры – это факторы, которые могут спровоцировать приступ или могут привести к серьезному заболеванию (например, плохая погода может стать триггером головной боли).

Кардинальные различия между перечисленными видами триггеров заключаются в их функциональном назначении и области применения.

Так, триггеры в психологии используются для лечения травматических воспоминаний и других психических расстройств, триггеры в информатике – для автоматизации обработки данных, триггеры в маркетинге – для привлечения внимания потенциальных клиентов, триггеры в общении – для эффективного взаимодействия и достижения целей в коммуникации, а триггеры в спорте – для улучшения психологической подготовки и повышения спортивных результатов.

Также стоит отметить, что каждый вид триггеров имеет свои особенности и требует определенных знаний и навыков для их правильного использования. Например, использование триггеров в маркетинге требует понимания психологии потребителя и умения создавать эффективные рекламные кампании, а использование триггеров в общении требует навыков эмоционального интеллекта и эффективного коммуникационного стиля.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что триггер возможно рассматривать не только с точки зрения «спускового крючка»

ка», в контексте негативных действий или эмоциональной реакции, но и с точки зрения внешней и внутренней побудительной силы для целенаправленных действий.

Как видно из представленных примеров, триггеры могут иметь различное значение в разных контекстах. Важно понимать, как именно триггер используется в каждом конкретном случае, чтобы эффективно применять его для достижения желаемого результата, в нашем случае для повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.

В сфере управления триггеры широко используются для повышения эффективности деятельности. Например, триггеры могут быть использованы для улучшения мотивации персонала. Исследования показывают, что мотивация может быть повышена путем создания связи между действием и вознаграждением. Так, в качестве триггера может быть использовано обещание вознаграждения за выполнение определенной работы.

Также триггеры могут быть использованы для улучшения производительности труда и сокращения времени, затрачиваемого на выполнение поставленной задачи. Например, триггером может стать определенный звуковой сигнал, который напоминает о том, что нужно выполнить определенную работу в назначенное время.

Кроме того, триггеры могут быть использованы для улучшения эффективности проектов. Например, триггером может стать обещание получения награды за выполнение проекта в срок или за достижение определенных целей. Также триггеры могут быть использованы для напоминания участникам проекта о сроках и обязанностях, что способствует повышению эффективности выполнения работ.

На рис. 1 схематично представим основные виды триггеров и виды эмоциональной реакции на них.



Рис. 1. Типы эмоциональной реакции индивида на триггерство по видам

Триггеры являются мощным инструментом для повышения эффективности деятельности в различных областях. Они могут использоваться для

улучшения мотивации персонала, производительности, сокращения времени, затрачиваемого на выполнение задач, а также для улучшения эффек-

тивности проектов. При этом необходимо учитывать, что эффективность использования триггеров зависит от выбора правильного типа триггера и его соответствия целям и задачам, а также от умения правильно настроить их использование.

Использование триггеров для улучшения эффективности деятельности — это один из способов повышения производительности и достижения целей. Триггеры могут использоваться для активации нужного поведения, регуляции настроения, усиления мотивации, улучшения концентрации внимания и т. д. Как правило, триггеры используются для создания автоматических реакций, которые помогают достигать желаемых результатов без необходимости сознательного управления своим поведением.

Существует множество видов триггеров, которые могут использоваться для улучшения эффективности деятельности. На рис. 2 представим основные их виды.

Различные типы триггеров могут оказывать разное влияние на реакцию человека, в зависимости от его роли и позиции в организации. Рассмотрим основные отличия и влияние типов триггеров на реакцию руководителя и подчиненного:

– *визуальные триггеры*. Это могут быть картинки, фотографии, плакаты, заметки, напоминающие о задачах, целях или мотивирующие на успех. Поставив на стол картинку с целью, можно лучше сосредоточиться на задачах, связанных с ее достижением. Для руководителя визуальные триггеры могут быть эффективными инструментами для управления временем и приоритетами. Например, календарь с дедлайнами может помочь установить сроки и распределить время на выполнение задач. Для подчиненного визуальные триггеры могут помочь сосредоточиться на задаче и улучшить продуктивность, планировщик задач может помочь организовать работу более эффективным методом;

– *аудиотриггеры* (звуковые триггеры). Ими могут быть звуки, мелодии, напоминающие о задачах, времени, концентрации и т. д. Звуковой сигнал, напоминающий о перерыве или окончании рабочего дня, может помочь эффективнее распределять свое время. Руководитель может использовать аудиотриггеры для управления расписанием и временем. Подчиненному аудиотриггеры могут помочь сосредоточиться на задаче и улучшить продуктивность. Например, спокойная музыка или «белый шум» могут помочь сосредоточиться и убрать отвлекающие факторы. Для каждого человека звуковой триггер как «пусковой механизм» творческой деятельности может быть уникален. Звуковые триггеры могут использо-

ваться для инициации процесса творчества, его дальнейшего поддержания или не использоваться и не быть значимыми для индивида. Во многом это зависит от выработанных «условных рефлексов» и ритуалов деятельности, психофизических особенностей субъекта (прямая связь с физическими ощущениями и обратная — с психическими состояниями), видов его творческой деятельности [4, с. 50];

– *физические триггеры*. Обычно это предметы, которые связаны с задачей или целью. Надев спортивную форму или выполняя утреннюю зарядку, можно усилить мотивацию к тренировке, увеличить энергию и готовность к работе. Руководителю физические триггеры могут помочь управлять своим состоянием и эмоциями, например, прогулка или зарядка могут помочь улучшить концентрацию и продуктивность;

– *эмоциональные триггеры*. Эмоциональными триггерами могут выступать положительные эмоции, связанные с достижением цели или выполнением задачи. Например, после каждой выполненной задачи можно поощрять себя приятными моментами, такими как перекус или короткий отдых. Руководитель может использовать эмоциональные триггеры для управления своими эмоциями и эмоциональным состоянием, например, позитивный настрой может помочь увеличить мотивацию и продуктивность. Подчиненному эмоциональные триггеры могут помочь улучшить мотивацию и эффективность работы, например, поощрение и поддержка со стороны руководства может помочь повысить уровень мотивации и доверия к руководству. Однако отрицательные эмоциональные триггеры, такие как критика или стрессовые ситуации, могут оказать негативное влияние на мотивацию и работоспособность подчиненных;

– *социальные триггеры*. К ним относятся стимулы, связанные с взаимодействием с другими людьми. Можно договориться с коллегой о совместной работе, чтобы повысить мотивацию и ответственность перед другим человеком. Руководитель может использовать социальные триггеры для управления отношениями с подчиненными и установления доверительных отношений. Общение и интерес к делам подчиненных могут улучшить отношения и повысить мотивацию. Подчиненным социальные триггеры могут помочь улучшить коммуникацию и сотрудничество с коллегами и руководством;

– *речевые триггеры*. К данному типу триггеров можно отнести определенные слова или фразы, напоминающие о задаче или цели.

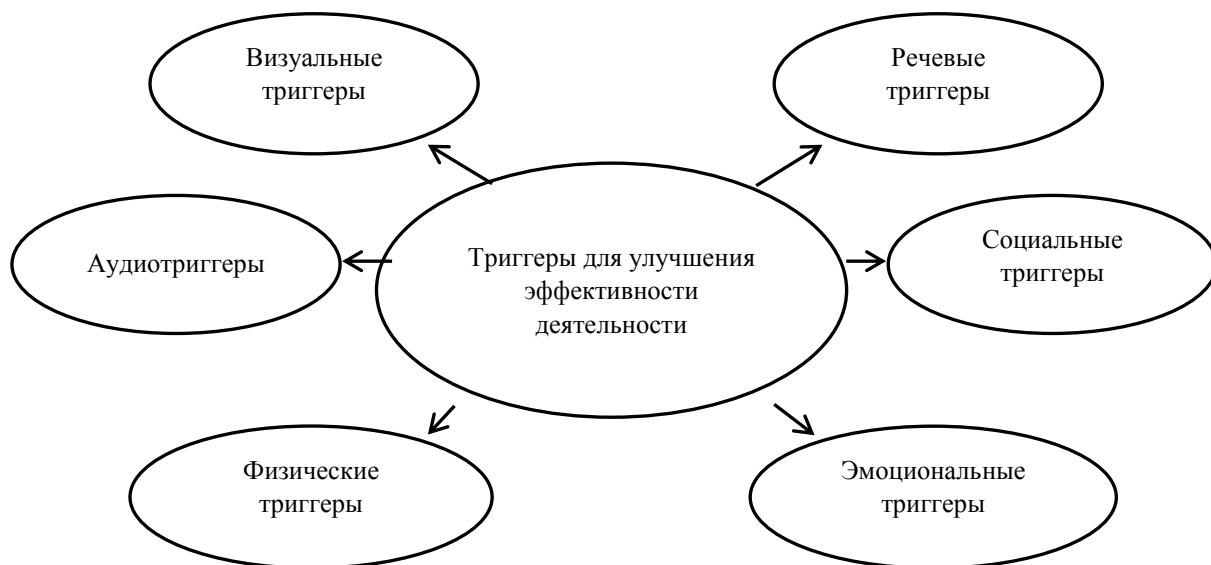


Рис. 2. Триггеры, используемые в процессе повышения эффективности деятельности

Эффективное использование триггеров может помочь улучшить продуктивность и работоспособность как руководителя, так и подчиненных. Однако необходимо учитывать индивидуальные особенности каждого человека и организации, чтобы выбрать наиболее подходящие триггеры для конкретной ситуации.

В целом триггеры могут оказывать существенное влияние на работу и результаты деятельности

субъекта хозяйствования. Поэтому необходимо учитывать их тип и способ использования, чтобы максимизировать положительное влияние и минимизировать отрицательное воздействие на субъект хозяйствования.

Конкретные действия управленческих кадров под влиянием триггеров могут различаться в зависимости от контекста и конкретных обстоятельств.

Литература

1. Кузнецова М.В., Зайцева И.Н. Манипулирование с помощью психологических триггеров // Актуальные проблемы конфликто разрешения в современном мире: от теории к практике: материалы Всерос. науч.-практической конф. (22 апр. 2021 г.). Курск, 2021. С. 89-92.
2. Сидоренко А.А., Шевченко М.С., Попов М.Г. Применение психологических триггеров в целях повышения объемов продаж // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. 2019. № 1 (15). С. 43-50.
3. Фоминых С.О. Триггеры: определение и принципы построения // Сфера знаний: вопросы современного этапа развития научной мысли: сб. ст. Казань, 2018. С. 514-520.
4. Михальчи Е.В., Михальчи Е.Е. Изучение звуковых триггеров у субъектов творческой деятельности // Науч. отражение. 2017. № 2 (6). С. 46-50.