ВПЛИВ КАРАНТИНУ НА ОРГАНІЗАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ

Водько Вероніка, Матвійчук Наталія
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Сидорук Світлана
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

В умовах пандемії бізнес усього світу зазнає значного впливу. І якщо для деяких підприємств поширення вірусу призвело до збільшення обсягів виробництва, то більша частина все ж потерпає від чималих втрат. Однак, як для перших, так і для других, головним завданням є підтримання безпечних умов роботи своїх працівників. Найбільшої реформації внаслідок запровадження карантину потребувала саме сфера комунікацій, адже безпосередні контакти осіб підвищують ризик поширення вірусу.

Комунікаційний процес являє собою обмін інформацією всередині підприємства та із зовнішнім середовищем. Він ґрунтується здебільшого на безпосередній взаємодії людей між собою, налагодженню ефективних зв'язків між ними [2]. Комунікації є тією складовою функціонування підприємства, яка забезпечує не просто передачу інформації, а є одним із найважливіших інструментів управління діловими зв'язками [1].

Перед менеджерами організацій постало завдання забезпечити безконтактну взаємодію між працівниками, по можливості перевести їх на віддалений спосіб роботи, зменшити до мінімуму кількість людей, які перебувають в одному приміщенні. Одним із головних пріоритетів має бути планування того, як відбуватиметься внутрішня комунікація: канали, відповідальні, графік.

Загалом усі компанії України та світу наразі працюють у режимі посиленої безпеки. Працівникам компаній «Інтерпайп», JTI, «Макдональдз», «Нова пошта», «Епіцентр», «Нова лінія» міряють температуру. За наявності ознак хвороби негайно відправляють до лікувального закладу. Таких прикладів є чимало, і всі вони впроваджують подібні між собою заходи безпеки як для працівників.

На допомогу підприємствам у такі складні часи прийшли новітні технології. Усі наради, збори, конференції, презентації зараз проводять в онлайн-режимі, вся документація переведена в електронний формат, а комунікації здійснюють через інтернет або ж телефоном. Навіть стратегічно важливі підприємства державного значення надали доступ до внутрішніх каналів для домашніх комп'ютерів деяких своїх співробітників із метою забезпечення можливості їх віддаленої роботи.

Для відеоконференцій найчастіше використовують ткі сервіси, як Google Hangouts, Zoom Meeting, Skype. Компанія Facebook презентувала новий сервіс Messenger Rooms - інтегровану у соцмережу послугу групових дзвінків, завдяки якій одночасно можуть підтримувати зв'язок до 50 людей без обмежень у часі.

Однак такі комунікації несуть певні ризики, адже дослідження вчених свідчать, що відеконференції втомлюють людей більше, ніж спілкування вживу. Під час відеоконференції людина витрачає більше зусиль на те, щоб прочитати невербальні сигнали, емоції, тон і висоту голосу співрозмовника, а також мову тіла.

Ще одним джерелом стресу може бути тиша. Незважаючи на те, що паузи є природною частиною розмови, під час відеоконференції мовчання може сприйматися як технічні проблеми, що змушує нервувати. Дослідження, яке було проведено в 2014 році в Німеччині, показало, що навіть невеликі затримки у відеоконференціях і телефонних дзвінках негативно впливають на сприйняття співрозмовника. Пауза довжиною 1,2 секунди призводить до того, що співрозмовник сприймається як менш доброзичливий або зосереджений.

Сучасні умови життєдіяльності підприємств викликали кардинальні зміни принципів ведення бізнесу. Зміни у роботі організацій значно вплинули на систему менеджменту та зумовили впровадження управлінських інновацій. Саме це дозволило підприємствам оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища [1].

І хоча сьогоднішня ситуація для багатьох організацій є стресовою, вона відгукнеться хорошим уроком у майбутньому. Карантин показав, що необов'язково постійно перебувати в офісі, що паперовий документообіг уже давно застарів, що комунікації можуть бути ефективними не тільки тоді, коли проводяться віч-на-віч.

1. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. Ефективна економіка. 2018. № 9.

2. Головська П. В., Кравченко М. О. Інноваційні підходи до управління комунікаціями підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. 2016. № 10.

3. Матвійчук Н.М., Шульська Н.М. Соціальні мережі як ефективне середовище викладацько-студентської комунікації в навчальному процесі. Інформаційні технології і засоби навчання. 2017. Том 58, № 2. С. 155-168.