

ВПЛИВ НЕПЕРЕВІРЕНОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІД ЧАС РОЗРОБКИ ТА ПРОСУВАННЯ ІТ-ПРОДУКТІВ

Здатність ефективно спілкуватися - це вміння, яке буде дуже корисним для нас, як у вашому особистому, так і в професійному житті. Проте, відсутність перевіреної інформації на роботі може ілюструвати різницю між невдалим проектом та успішним проектом. Якщо завдання особливо складне, з декількома членами команди і безліччю документів, стає все важче контролювати достовірність інформації. Важливість гарно налаштованої комунікації особливо стає зрозумілою під час кризових ситуацій, коли людина діє спонтанно, не маючи достатню кількість часу на обдумання дій чи належну перевірку достовірності інформації, яку вона використовує чи збирається використовувати для вирішення кризових завдань.

Метою даної роботи є визначення рівня впливу неперевіреної інформації на ефективність управління комунікаціями при розробці та просуванні ІТ-продуктів. Тема даної роботи наразі є надзвичайно актуальною, адже 2020 рік – рік кризи і нестабільності. При цьому також рік розробки та просування великої кількості цифрових продуктів та виходу все більшої кількості компаній в онлайн середовище. При цьому, в мережі з'являється все більше інформації, яка часто стає вірусною.

Завданнями роботи є визначення впливу неперевіреної інформації; визначення на аналіз впливу міфів та чуток на управління просуванням продуктів; визначення основних факторів впливу інформації; розробка пропозицій дій для аналізу інформації на достовірність при розробці та просуванні ІТ-продуктів.

В нашому регіоні та з нашим менталітетом саме чутки і міфи значно впливають на точність та достовірність інформації під час процесу управління комунікаціями, тому саме їх вплив буде розглянуто в даній роботі.

Спочатку, треба визначити поняття чуток і міфи, щоб зрозуміти, що саме вони в себе включають для повної картини розуміння їхнього впливу. Звернемося до наукової літератури.

Чутки як комунікація - це різновид неформальної комунікації, за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються для створення розумної її інтерпретації, спільно використовуючи при цьому свої інтелектуальні можливості. [1]

Міф — це сильне спотворення реальності [2].

Як можна зрозуміти з визначень, чутки і міфи в комунікаціях сильно спотворюють дійсність і як

наслідок є основним джерелом неперевіреної інформації.

Коли з'ясували основне джерело неперевіреної інформації, то тепер можемо описати її вплив на ефективність управління комунікаціями.

Чутки та міфи по різному можуть впливати на проект, але саме наступні є найбільш критичними для досягнення ефективного управління комунікаціями:

працівники довіряють чуткам і міфам і не вірять офіційній інформації;

працівники не можуть працювати спокійно, тому що деякі співробітники розпускають різні чутки про закриття підприємства;

офіційна інформація, доходючи до нижчих рівнів управління, істотно спотворюється і обростає масою недостовірних даних, які суперечать одні одному.

Все це призводить до наступних подій при розробці та просуванні ІТ-продуктів:

недовіра до керівництва підприємства;
зриву плану менеджера проекту щодо управління комунікаціями;

міжособові перепалки співробітників;
зрив строків виконання проекту;
саме найгірше — невдале завершення проекту, або передчасне його закриття.

Щоб зменшити вплив неперевіреної інформації потрібно зменшити кількість чуток та міфів між робочим колективом, командою проекту та керівництвом фірми. Дослідники пропонують наступну стратегію боротьби з чутками:

- перш ніж приступати до будь-яких дій, слід проаналізувати масштаби поширення і причини появи чуток і міфів, а також ступінь їх впливу;

- поговорити з людьми, на яких подіяли чутки чи міфи або які зазнали збитків внаслідок їх поширення, домогтися взаєморозуміння з ними, висловити свою стурбованість з приводу поширення чуток та міфів і готовність активно боротися з ними;

- негайно надати повну інформацію по персоналу питання;

- зібрати разом формальних та неформальних лідерів організації, щоб обговорити і прояснити ситуацію, заручитися їх підтримкою;

- поширюючи правдиву інформацію, уникати посилань на чутки. Немає необхідності самому повторювати чутки доти, поки вони не набули величезних масштабів. [3]

Враховуючи неможливість ефективного функціонування комунікаційної системи без

належного управління нею, керівникам та менеджерам підприємства з метою формування якісних комунікаційних систем потрібно вдосконалювати механізм управління на засадах визначення цілей і формування управління системи комунікацій [4].

Для удосконалення комунікації у процесі управління на підприємстві потрібно чітко визначати потребу в інформації кожного структурного підрозділу й кожного робочого місця, регулювати інформаційні потоки відповідно до вирішуваних завдань, повинна відбуватися взаємодія керівників і підлеглих; організація ефективної системи зворотного зв'язку; впровадження системи збирання пропозицій; інформаційні повідомлення адміністрації підприємства; використання сучасних інформаційних технологій. Керівники вищого рівня повинні постійно надавати управлінській діяльності більш організованого характеру: удосконалювати

планування масових організаційних заходів, зборів, нарад, зустрічей з підлеглими, керівниками інших підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998. – С. 158
2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. Учебное пособие — С. 397.
3. И.В. Сидорская Отдел кадров. №7. – Мн., 2006. – С. 134-136
4. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Частина 2 <https://imi.org.ua/advices/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikov-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladi-chastina-2-i2363>