

KOMPATIBILNOST KOMUNIKACIONE KOMPETENTNOSTI SA VANREDNIM SITUACIJAMA I PANDEMIJOM COVID – 19

Akademik prof. dr Slobodan Nešković

Međunarodna Akademija Nauka, Umetnosti i Bezbednosti – MANUB,
Univerzitet „Sveti Kiril i Metodij” Veliko Trnovo Bugarska, Centar za
steateška istraživanja nacionalne bezbednosti – CESNA B Beograd, Srbija

Apstrakt: *Kompatibilna korporativna komunikacija omogućava unapređenje procesa koje obavlja poslovni sistem i da se postignu optimalni rezultati u projektovanoj biznis strategiji. Pri tome, esencijalni značaj ima adekvatno poslovno ponašanje koje članovima menadžmenta i ostalim zaposlenim obezbeđuje neophodna znanja i veštine za realizaciju utvrđenih ciljeva. Komunikacioni procesi se smatraju osnovnim instrumentom koji kompanija implementira u kontekstu ostvarivanja kompetitivne prednosti na kompleksnom domaćem i inostranom tržištu. Surova borba na svetskoj pozornici imperativno insistira na kompetentnom nastupu zasnovanom na permanentnom osposobljavanju relevantnih subjekata sistema. U okviru takvih tržišnih uslova, unapređenje procesa komunikacije vodi ka ostvarivanju pozitivnih poslovnih rezultata. Navedeni postulati naročito se odnose na poslovanje tokom vanrednih događaja, kao što su elementarne nepogode, terorizam, organizovani kriminal, masovne migracije i drugi savremeni izazovi, rizici i pretnje. Aktuelna pandemija COVID – 19 označava prvorazrednu opasnost planetarnih razmera. Podrazumeva se sveobuhvatna inkorporacija odgovarajućeg koncepta korporativne komunikacije na svim nivoima organizovanja društva. Odlučujući akteri zemlje i strategijski menadžment u poslovnim organizacijama moraju sprovesti primerene koncepcije zaštite zdravlja ljudstva i korporativne ekonomske egzistencije.*

Ključne reči: *komunikaciona kompetentnost, korporativna komunikacija, kompatibilnost, menadžment, poslovni subjekti, vanredne situacije, pandemija COVID – 19*

COMPATIBILITY OF COMMUNICATION COMPETENCE WITH EMERGENCIES AND PANDEMIC COVID – 19

Abstract: *Compatible corporate communication enables the improvement of the processes performed by the business system and the achievement of optimal results in the projected business strategy. At the same time, it is essential to have adequate business behavior that provides members of management and other employees with the necessary knowledge and skills to achieve the set goals. Communication processes are considered the basic instrument that the company implements in the context of achieving a competitive advantage in a complex domestic and foreign markets. The fierce struggle on the world stage imperatively insists on a competent performance based on the permanent training of the relevant subjects of the system. Within such market conditions, the improvement of the communication process leads to the achievement of positive business results. These postulates especially apply to business during emergencies, such as natural disasters, terrorism, organized crime, mass migration and other contemporary challenges, risks and threats. The current pandemic COVID - 19 marks a first-class danger 2 of planetary proportions. It implies the comprehensive incorporation of the appropriate concept of corporate communication at all levels of organization of society. The decision-making actors of the country and strategic management in business organizations must implement appropriate concepts of human health protection and corporate economic existence.*

Key words: *communication competence, corporate communication, compatibility, management, business entities, emergency situations, pandemic COVID - 19*

UVOD

Komunikaciona kompetentnost uticajnih subjekata u društvu i kompanijama odnosno poslovnim sistemima ima odlučujuću ulogu u realizaciji projektovanih biznis strategija i rešavanju aktuelnih kontroverzi. Komunikaciona kompetentnost je sposobnost koja omogućava interakciju osoba i kompatibilnost u rešavanju konkretnih situacija. To je karakteristika ličnosti koja im omogućava da u interakciji sa drugima izaberu odgovarajuće komunikaciono ponašanje koje dovodi do ostvarivanja poslovnih ciljeva. Informacija se smatra obaveštenjem, saopštenjem, obrađenim podatkom. Veoma je bitno da svaka informacija bude proverena, pouzdana, tačna, upravljana i naravno dinamična u vremenu. Svaka informacija se može drugačije tumačiti u zavisnosti od vremenskog intervala u kom se posmatra. Informacije podležu vremenskom efektu i konstantno se menjaju, pa u vezi sa tim i proces komunikacije stalno postaje dinamičniji.

Ako se komunikacija posmatra sa aspekta jednog poslovnog sistema, putem sistema koji ona obrazuje, a preko formalnih i neformalnih kanala, zaposlenima je moguće poslati poruke koje se u najvećem broju slučajeva odnose na željeno ponašanje koje se od njih očekuje, a koje je u vezi sa ciljevima koje taj poslovni sistem zagovara. Veoma često se dešava da usled objektivnih činilaca ili usled neadekvatnih međuljudskih odnosa sistem komunikacije bude narušen, što dalje može da dovede do realizovanja neželjenih poslovnih rezultata i ugrožavanja opstanka kompanije u budućnosti.

Poslovna komunikacija se smatra osnovom poslovnog sveta. Komunikacija se može definisati kao proces kojim se dolazi do zajedničkog ili opšteg razumevanja između dva ili više lica, putem prenosa i primanja verbalnih ili neverbalnih poruka. Takva poruka može biti informacija o nekom fenomenu ili predmetu. Može imati različite forme: reči, simboli, gestikulacije.

Komunikacija se takođe može definisati i kao proces u kojem ljudi upućuju i primaju informacije. Komunikacija je i prenos informacija od pošiljaoca do primaoca, ali

takav prenos da primalac razume što znači da je u pitanju dvosmerni proces. Nauka koja se bavi komunikacijom uopšte, naziva se komunikologija. Organizaciono ponašanje je primenjena naučna disciplina koja istražuje kako individualni, grupni i organizacioni faktori utiču na ponašanje ljudi u cilju unapređenja efikasnosti organizacija i zadovoljstva ljudi.

Poslovna komunikacija i ponašanje zaposlenih posebno je značajno u uslovima kriza izazvanih vanrednim događajima sa krupnim reperkusijama. To često implicira uvođenje vanredne situacije i vanredno stanje, u skladu sa zakonskom regulativom i normativnim aktima poslovnih sistema. Sadašnja zloćudna pandemija COVID – 19 sa ogromnim ljudskim žrtvama i ekonomskom kataklizmom u svim državama predstavlja esencijalni izazov za organe vlasti, rukovodstva poslovnih subjekata, zaposlene i čitavo stanovništvo. Glavnu ulogu u eliminisanju ove i drugih pošasti imaju naučni radnici i visokoosposobljeni stručni ljudski resursi.

1. Komunikaciona kompetentnost u korporacijama

Teoretičari komunikologije kao naučne oblasti koja vodi poreklo iz antičkog doba, piskednjih decenija bave se različitim postmodernim aspektima te akademske discipline. Inovativni procesi i nove paradigme funkcionisanja impliciraju izmenhen pristup i konstantno osposobljavanje korporativnih činilaca. Posebno se tretira temat komunikacione kompetentnosti u funkciji postizanja optimalnih poslovnih rezultata, ostvarivanja kompetitivne prednosti na tržištu roba, usluga i uvećanja profita. Naučni sadržaji baziraju se na istraživanjima Fridriha, Spicberga i naročio Ketrin Rirdon. Temeljno stanovište fenomen komunikacione kompetentnosti definiše kao sistem znanja, sposobnosti i veština potrebnih za uspešnu komunikaciju.

Uslovi za komunikacionu kompetentnost su:

- motivisanost,
- posedovanje znanja potrebnog za komunikaciju i

- imanentnost veština, razvijenih i aktiviranih u svrsi poslovnog ponašanja

Bitna pretpostavka je kognitivna dimenzija komunikacije, koja obuhvata postupke svesnosti i saznavnu obradu informacija, interpersonalnu svesnost, zauzimanje socijalnih perspektiva, samonadzor, empatiju i druge kognitivne komponente. Bihevioralna dimenzija podrazumeva interakcionu uključenost, fleksibilnost ponašanja, slušanje partnera, komunikacijski stil i drugo. Postmoderna teorija i praksa kompetentne komunikacije predstavlja veoma atraktivan temat za istraživače društvenih pojava. Ovde je neizostavna primena savremenih informaciono komunikacionih tehnologija.

Komunikaciju je moguće definisati na nekoliko načina. U zavisnosti od toga sa kog aspekta se posmatra, komunikacija dobija nova obeležja. Jedna od definicija ovog procesa govori o tome da je u pitanju proces koji se koristi kako bi menadžeri uspeli da realizuju funkcije planiranja, organizovanja, rukovođenja, koordinacije i kontrole, odnosno osnovne funkcije koje se vezuju za njihova radna mesta. U okviru organizacije, na taj način se obrazuje celokupna mreža komunikacije koja ima svoje učesnike. Komunikacija omogućava da jedna organizacija živi, da se aktivnosti u njoj odvijaju i da se svaki akter učini delom poslovnog sistema. Kompanija tako uz svoj vitalni proces uspeva da ostvari postavljene ciljeve. Navedeno se posebno odnosi na vanredne događaje i uvedene vanredne mere, vanredne situacije i vanredno stanje, kao što je slučaj sa pandemijom COVID – 19 u Srbiji i svetu.. Zakonski zasnovane obaveze svih činilaca u društvu moraju se potpuno realizovati na svim nivoima organizovanja. To je prvenstveno koncipirano u svrsi zaštite života i zdravlja građanstva.

Poreklo reči komunikacija se može pronaći u latinskoj reči *communis*, što znači zajedno ili zajedničko.¹⁵⁵ Komunikacija može da se definiše i kao proces u okviru kog se realizuje zajedničko, odnosno opšte razumevanje između nekoliko lica, putem

procesa prenošenja i prijema određenih komunikacionih poruka. Poruka se može odnositi na neku određenu pojavu ili na neki predmet. Ona može da ima različite forme, kao što su reči, gestovi, mimika, simboli itd. Komunikacija može da se definiše i kao proces u okviru kog ljudi šalju i primaju informacije koje su od značaja. Komunikacija u tom smislu predstavlja prenos informacija od pošiljaoca do primaoca, ali je posebno važno da primalac razume poruku koja je poslata. Komunikacija mora da bude dvosmerni proces, što znači da je bitna povratna informacija o razumevanju upućene poruke. Termin poslovna komunikacija podrazumeva sve poruke koje se šalju i koje se primaju, kako bi se realizovale službene aktivnosti koje mogu da se odnose na pokretanje poslovanja, upravljanje organizacionim delatnostima, vođenje kadrova i poslova itd. Poslovna komunikacija je u većoj meri formalna u odnosu na komunikaciju koja se ostvaruje kao deo socijalnih procesa. Uspeh svake kompanije leži u dobro postavljenom sistemu komunikacije. Komunikacija se odvija među svim privrednim subjektima u okviru tržišta, u okviru organizacije, između brojnih zainteresovanih strana. Ona se realizuje između korisnika i organizacije, između vlasnika i zaposlenih, između organizacije i predstavnika javnosti, što znači da postoje brojni akteri koji su uključeni u ovaj proces, kako sa interne, tako i sa eksterne strane gledano. Bilo koji oblik komunikacije koji se realizuje od strane organizacije, ima veliki uticaj na poslovne ciljeve. Ukoliko se komunikacija efektivno i efikasno planira, onda je jasno da ona može da promoviše bilo koji poslovni interes i da doprinosi uspehu kompanije na tržištu. Angažman u vanrednim situacijama podrazumeva pivećanu odgovornost nosilaca funkcija u zemlji, menadžmenta kompanija, kao i ostalih segmenata, odnosno pojedinaca u domenu individualne bezbednosti.

Ukoliko komunikacija nije efektivna, onda ona može da predstavi organizaciju u lošem svetlu i može negativno da deluje na poslovne interese dugoročno gledano. Komunikacija ima svoj glavni cilj, a on se prevashodno odnosi na podsticanje akcija,

¹⁵⁵ Tomić, Z., Komunikologija, Čigoja štampa, Beograd, 2003, str. 9.

kako bi se ostvarila misija poslovanja. Komunikacija je neizbežna za funkcionisanje organizacije, samo efektivna komunikacija je izbeživa. Uprkos ogromnom napretku u komunikaciji i informacionim tehnologijama, komunikacija u organizaciji je još uvek poželjna stvar. Komunikacija među ljudima ne zavisi toliko od tehnologije koliko od njih samih.¹⁵⁶

U okviru svake kompanije postoji problem oko uspostavljanja odgovarajućeg sistema komunikacije. Ukoliko se rakav sistem i uspostavi, veoma ga je teško održati. Problemi koji se tiču procesa upravljanja na nivou celog sistema, prvenstveno se mogu rešiti otklanjanjem grešaka u okviru komunikacionog procesa. Ukoliko neki od naloga u kompaniji nije shvaćen, može doći do problema i nerealizovanja isporuke prema korisnicima. Problemi mogu da se prenesu i na druge delove sistema, što znači da će se poremećaji osetiti u velikoj razmeri. Ukoliko slušalac ne razume svog sagovornika, jasno je da se proces komunikacije smatra neefektivnim i nepotrebnim. Čak šta više, ukoliko se informacija pogrešno protumači, stvoriće se atmosfera koja je nepoželjnija od one koja bi postojala kada se komunikacija ne bi ni odvijala. Obe strane u procesu komunikacije imaju određena ograničenja, koja mogu da budu različite prirode, pa informacije mogu da protumače na različite načine.

U svakoj kompaniji se realizuje neki vid interne komunikacije. Ljudi u kompaniji komuniciraju kako bi ostvarili zajedničke rezultate. Oni osmišljavaju načine na koje će se sporazumeti i pronalaze sredstva koja će omogućiti da se komunikacija ostvari na što bolji način. Kada se komunikacija ostvaruje u okvirima jedne kompanije, onda je u pitanju interna komunikacija. Onda kada se komunikacija ostvaruje van organizacije, sa bilo kojom zainteresovanom stranom, onda je u pitanju eksterna komunikacija.

Proces komunikacije izgleda jednostavno, ali je u pitanju veoma kompleksan skup aktivnosti koji se realizuje među ljudima. Kako bi se razumeo proces komunikacije, bitno je da se utvrde njegovi osnovni elementi i da se jasno shvate veze koje se

uspostavljaju među njima. Vanredne situacije kanališu specifičnu paradigmu pislovnog komuniciranja. Pošiljalac informacije (naredbe, instrukcije, mere), primalac informacije, odnosno recepijent (stanovništvo, zaposleni) moraju postupati u kontekstu odredbi kriznog komuniciranja. Informacija mora imati sva neophodna naučno zasnovana obeležja. Stoga donosioci odluka moraju posedovati potrebna znanja iz sfere kriznog komuniciranja i kriznog menadžmenta.

Osnovni elementi svakog komunikacionog procesa, bez obzira na vrstu komunikacije koja se realizuje su:¹⁵⁷

pošiljalac,

primalac,

poruka,

kanal,

povratna informacija.

Pošiljalac je osoba koja inicira proces komunikacije i koja saopštava određenu poruku. U zavosnosti od načina na koji osoba saopšti poruku, kreiraće se i dovoljno efektivan komunikacioni proces. Prenos poruke je takođe važan za valjanost poruke, jer on definiše stepen ubedljivosti sa kojim će slušaoci da prihvate informaciju i da shvate značaj poruke koja se prenosi.

Primalac poruke je osoba koja učestvuje u okviru procesa komuniciranja. On prima poruku koju je poslao pošiljalac. Proces komunikacije se završava onda kada primalac prihvati određenu poruku i stavi do znanja da je njeno značenje protumačio.

Poruka se smatra elementom komunikacije i ona može da obuhvata i misli, osećanja, ideje. Ona može da predstavlja nekada i kod ili šifru. Svaki kod mora da bude kreiran tako da bude razumljiv i za pošiljaoca i za primaoca.

Kanal komunikacije predstavlja sredstvo koje se koristi za prenos poruke. Način prenošenja poruke je od bitnog značaja za poruku, odnosno za krajnji efekat poruke. Poruka koja se izražava pomoću reči, koja je jasna i sažeta, ima veći efekat od one poruke koja je napisana nejasno. Povratna informacija predstavlja odgovor primaoca na poruku koja je dobijena. Kada se uvidi

¹⁵⁶ Orlić, R., Kadrovski menadžment, Zoran Damjanović i sinovi, Beograd, 2005, str. 92.

¹⁵⁷ Videnov, A., Poslovne komunikacije, Učiteljski fakultet, Užice, 1995, str. 15.

povratna informacija, onda se može govoriti o poruci kao potpunjoj.

Ukoliko poruka nije prenešena onako kako je to očekivano, mogu da se jave brojne netrpeljivosti i neslaganja u organizaciji, a takvo stanje dovodi do sukoba i konflikta. Nije važno samo da se prenesu informacije, već je bitno da se one shvate onako kako je to zamišljeno. Sadržaj poruke i način njenog saopštavanja je od presudnog značaja za uspeh čitavog procesa. Pošiljalac poruke je dužan da informaciju prene sa način koji omogućava da ljudi različite intelektualne sposobnosti mogu da shvate koja je smisao informacije koja se prenosi. Ukoliko uvidi da određeni način nije efikasan, pošiljalac poruke mora da pronađe neki drugi način da saopšti željenu misao.

Organizaciono ponašanje je najmlađa disciplina u sistemu organizacionih nauka i nov pojam u teoriji i praksi organizacije i upravljanja. O njemu se može govoriti s teorijskog i s praktičnog gledišta. Pod organizacionim ponašanjem u teorijskom smislu podrazumeva se zasebna naučna disciplina koja se bavi izučavanjem ponašanja ljudi u procesu rada, odnosno u organizaciji ili drugom radnom kolektivu. U praktičnom smislu, pod organizacionim ponašanjem podrazumevaju se upravljačke aktivnosti kojima se oblikuje ponašanje ljudi u procesu rada, odnosno u organizaciji.¹⁵⁸

Organizaciono ponašanje je nov pristup ljudskim resursima u organizaciji, odnosno ponašanju zaposlenih i rukovodilaca i upravljanju tim ponašanjem. Organizaciono ponašanje može da se definiše kao naučna disciplina koja se bavi istraživanjem ponašanja ljudi u organizacijama da bi se, njegovim razumevanjem, predviđanjem i usmeravanjem, poboljšali organizacioni parametri i povećalo zadovoljstvo članova organizacije. Iz definicije može da se zaključi da je organizaciono ponašanje posebna naučna disciplina ili polje istraživanja, koja ima svoje granice u kojima se kreće, teme istraživanja, predmet, cilj i metodologiju istraživanja. Oblikovanje, usmeravanje i kontrolisanje ponašanja ljudi u procesu rada upravljačka je aktivnost

kojom se bave rukovodioci. Pod oblikovanjem ponašanja podrazumevaju se upravljačke mere i aktivnosti kojima se utiče na promene i razvoj ličnih, a delimično i kolektivnih karakteristika, kao i na promene i razvoj situacije u kojoj se rad odvija.¹⁵⁹

Oblikovanje ponašanja zaposlenih obuhvata upravljačke mere i aktivnosti rukovodilaca, kojima se menja i ka željenom pravcu usmerava ponašanje zaposlenih. Taj proces se ponekad odvija i tako što se odgovarajućim sredstvima i mehanizmima menja i projektovanim ciljevima prilagođava situacija u kojoj se proces rada odvija, kako bi se povećala produktivnost i ekonomičnost. Na osnovu promene ponašanja zaposlenih i prilagođavanja situacijama, ponašanje se može unaprediti i učiniti korisnijim za ostvarivanje ciljeva organizacije. Ako se do željenog ponašanja može doći na osnovu promena navika, shvatanja, očekivanja, planova i drugih parametara, nije neophodna i promena situacije. Dosadašnja iskustva ukazuju da je za ozbiljniju promenu ljudskog ponašanja, po pravilu, neophodno menjati i prilagođavati i ljude i situacije.

Kombinovani pristup daje najbolje rezultate, budući da je ljudsko ponašanje promenljivo, neuhvatljivo i teško za oblikovanje, a situacije su podložne čestim i nepredvidivim promenama. Iz navedenih razloga, organizaciono ponašanje se koristi većim brojem metoda i naučnih pristupa, kako bi se predmet posmatranja svestranije i potpunije sagledao i analizirao. Ponašanje ljudi se sagledava na osnovu tri nivoa: individualnog, grupnog i organizacionog.¹⁶⁰ Na individualnom nivou se sagledava i oblikuje individualno ponašanje, odnosno ponašanje zaposlenog kao pojedinca. Na grupnom nivou izučava se, analizira, oblikuje i kontroliše grupno i timsko ponašanje, odnosi unutar grupe, intergrupni odnosi, timovi, odnosi radnog i upravljačkog tima, intertimski odnosi i slično. Pri sagledavanju, izučavanju, oblikovanju i kontrolisanju ponašanja

¹⁵⁸ Janićijević, N., Upravljanje organizacionim promenama, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007, str. 200.

¹⁵⁹ Janićijević, N., Ibid, Beograd, 2007, str. 210.

¹⁶⁰ Janićijević, N., Upravljanje organizacionim promenama, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007, str. 218.

zaposlenih u celoj organizaciji u žižu interesovanja stavljena je organizacija, kao celina i svi zaposleni u njoj.

Naučni i drugi rezultati do kojih dolaze teoretičari organizacionog ponašanja koriste i rukovodiocima i zaposlenima. Zahvaljujući njima rukovodioci bolje razumeju ponašanje ljudi s kojima rade i upravljaju. Pored toga, oni im pomažu da u procesu upravljanja ljudskim resursima i organizacijom u celini povlače mudre, racionalne, pravovremene i adekvatne poteze. Od rezultata koji se pružanjem takve pomoći ostvaruju zavisi značaj i dalji razvoj organizacionog ponašanja.¹⁶¹

Drugi vid pomoći pruža se zaposlenima radi razumevanja kako tuđeg tako i sopstvenog ponašanja, zadataka i ciljeva poslovne i razvojne politike organizacije i upravljačkih mera i aktivnosti rukovodilaca, kako bi se potpunije integrisali u organizaciju i njene strateške ciljeve. Uspehi organizacionog ponašanja i njegovi neuspehi, najneposrednije se odražavaju na produktivnost i ekonomičnost organizacije. U vezi s tim, neophodno je da se koriste rezultati i drugih naučnih disciplina da bi bilo u skladu sa zahtevima vremena i svakodnevnim izazovima i dilemama.

Organizaciono ponašanje je postalo predmet pažnje brojnih naučnika i istraživača širom sveta. Organizaciono ponašanje je primenjena i interdisciplinarna naučna disciplina. Interdisciplinarnost određuju teorije i koncepti koji objašnjavaju prirodu ponašanja čoveka u organizacijama, a pozajmljeni su iz drugih društvenih nauka – psihologija, socijalna psihologija, sociologija, antropologija i političke nauke. U tom procesu se i pozajmljene teorije i koncepti prilagođavaju i menjaju. Na osnovu psiholoških teorija i koncepata, organizaciono ponašanje istražuje:¹⁶²

- ličnost,

- motivaciju,
- individualno učenje,
- percepciju,
- zadovoljstvo na poslu,
- stres na radu i
- proces odlučivanja.

Socijalna psihologija je nauka koja proučava uticaj grupa na individualno ponašanje i svest ljudi i nudi organizacionom ponašanju koncepte i teorije socijalne psihologije korisne za razumevanje sledećih pojmova: vrednosti, stavova, normi, promena ponašanja, grupnih procesa, grupnog odlučivanja, komunikacije i liderstva.¹⁶³

2. Kompatibilnost komunikacije sa vanrednim situacijama i pandemijom COVID - 19

Teorije i koncepti komunikacije u društvenim procesima koriste se u razumevanju makronivoa korporacionog ponašanja, kao što su: odnosi grupa, konflikti, moć, liderstvo, formalna organizacija, organizacione promene. Kompatibilna komunikacija je značajan aspekt kompatibilnog ponašanja. To ima odlučujuću važnost za uspešno sprovođenje strateških odluka menadžmenta kompanija i ostalih društvenih aktera. Najpoznatiji koncept koji je preuzet iz antropologije jeste kultura, koja je u organizacionom ponašanju transformisana u organizacionu kulturu. Moć i političke procese u društvu proučavaju političke nauke, na osnovu čijih teorija, u organizacionom ponašanju objašnjavamo: moć u organizaciji, političke procese, konflikte i liderstvo.

Korporaciono (organizaciono) ponašanje ne preuzima neke osnovne koncepte i saznanja osnovnih nauka o ljudskom ponašanju da bi dalje gradila teoriju, već da bi ih primenila i tako objasnila ponašanje ljudi u organizacijama i učinila ga predvidljivim i podložnim kontroli. Savremeni izazovi, rizici i pretnje iniciraju posedovanje sveobuhvatnih znanja i sposobnosti nosilaca funkcija i otpornost segmenata konjretnje zajednice. Proističe i adekvatna implementacija postojećih

¹⁶¹ Duljević, B., Ramović, A., Migration Processes and Cross - Border Cooperation in the Western Balkans in a Modern Economic Environment, Tematski zbornik radova knjiga 2, Pravni i bezbednosni aspekti migracija i posledice migrantske krize, Proceedings, ""Constantin Magnus, Naisus 2017", Niš: Fakultet za pravo, bezbednost i menadžment "Konstantin Veliki" Niš, 2017, str. 190.

¹⁶² Mihailović, D., Psihologija u organizaciji, FON, Beograd, 2008, str. 134.

¹⁶³ Mihailović, D., Ibid, Beograd, 2008, str. 135.

znanja, odnosno spisobnosti i veština. To znači da je organizaciono ponašanje primenjena nauka, što je njena druga bitna karakteristika kao naučne discipline.¹⁶⁴ Prvorazrednu važnost ovaj fenomen dobija tokom vanrednih događaja i uvođenja vanrednih mera, kao što je slučaj perioda globalne epidemije COVID – 19.

Praktična pitanja i rešavanje praktičnih problema ponašanja ljudi, njihovih odnosa, zadovoljstva i unapređenja organizacionih parametara, težište je organizacionog ponašanja. Organizaciono ponašanje kao posebna naučna disciplina, devedesetih godina prošlog veka našlo se pred velikim izazovom. Aktuelni izazovi sa pandemijama, vanrednim događajima i situacijama implicira adekvatna znanja i postupanje u konkretnim okolnostima.

Rukovodeći i upravljački timovi mnogih svetskih organizacija zahtevali su da se bez odlaganja pristupi iznalaženju novih podsticajnih mera i sredstava za povećanje motivacije zaposlenih. Rezultati istraživanja brojnih eksperata potvrdili su da stimulatori postoje, ali da nisu dovoljno iskorišćeni. Pažnja je usredsređena na mehanizme za promenu, prilagođavanje i drugačiju kontrolu ljudskog ponašanja. Zaposlen ne može biti dovoljno motivisan za rad ukoliko su mu ciljevi i interesi suprotstavljeni ciljevima i interesima organizacije. Bez saglasnosti tih ciljeva i interesa, pre ili kasnije pojaviće se veliki i teško rešivi problemi.

Jačanjem svoje pozicije organizaciono ponašanje ponudilo je brojne odgovore na navedena pitanja i dileme. Tako su stvoreni novi preduslovi za njegov dalji razvoj i afirmaciju. Empirijska i druga istraživanja ukazuju na promenu odnosa rukovodilaca prema zaposlenima i njihovoj ulozi u organizaciji. Zaposleni ne dolazi u organizaciju samo zato da bi radio, nego i da bi se za nešto pitao, da bi se pokazao i dokazao i da bi uživao u onom što radi.

On hoće da zna koji su ciljevi organizacije i koliki je njegov doprinos njihovom ostvarivanju ili neostvarivanju. Njemu su neophodne informacije i o ostvarenim

rezultatima organizacije. Na osnovu rezultata naučnoistraživačkog rada, rukovodioci dolaze do dragocenih podataka o ljudskom ponašanju i mogućnostima njegovog oblikovanja. Kombinovanom primenom odgovarajućih mera i sredstava, rukovodioci mogu snažnije uticati na promenu i prilagođavanje ponašanja zaposlenih.

Svaka situacija zahteva posebno sagledavanje i prilagođavanje ponašanja. Ne postoji idealan model ponašanja. I najmanja promena strategije, situacionih faktora, organizacione Sisteme odbrane strukture i slično, iziskuje i odgovarajuće promene u ponašanju zaposlenih. Jednom oblikovano ponašanje nije i trajno modelirano i prilagođeno ponašanje. Sve je izloženo stalnim promenama i modifikacijama. Rukovodiocima je neophodno vrhunsko znanje i odgovarajuća praktična iskustva.

Vanredne mere, posebno vanredne situacije proizvod su krupnih kriznih stanja sa razornim posledicama u posmatranoj zajednici, prvenstveno ljudskim žrtvama. Prevencija vanrednih događaja kao njihovih uzročnika podrazumeva brojne aktivnosti kompetentnih faktora. Proizvedeni rizici, kao što je i globalna epidemija COVID – 19, označavaju potencijalne opasnosti po stanovništvo i ostale činioce državnih celina. Adekvatan nastup svih segmenata zemlje i elemenata poslovnih sistema sadržan je u naučnim konceptima menadžmenta rizika i kriznog menadžmenta.

ZAKLJUČAK

Komunikaciona kompetentnost menadžmenta i uticajnih subjekata sistema ima esencijalni značaj za uspešnu realizaciju poslovnih odluka i biznis strategija u korporacijama, odnosno društvenim institucijama. To se naročito manifestuje u vremenu vanrednih situacija kao što je pandemija COVID – 19. Poslovni procesi ne mogu se obavljati bez verbalne komunikacije, neverbalna komunikacija sve više dobija na značaju. Organizaciono ponašanje predstavlja posebno područje menadžmenta i kao takvo se smatra posebnom naučnom disciplinom. Živimo u

¹⁶⁴ Petković, M., Janićijević, N., Bogićević Milikić, B., Organizacija, Ekonomski fakultet, Beograd, 2008, str. 76.

organizovanom društvu. U organizacije spadaju razne vrste kompanija, profesionalnih agencija, vladinih odeljenja, ali su to isto tako i lokalne sportske lige, političke partije, trgovinske unije itd. Za sve njih isto vazi: obezbediti članove je lako, ali pridobiti ih da igraju zajedno je teže.

Pridobijanje ljudi da rade zajedno jedan je od rezultata izučavanja organizacionog ponašanja. Ako su organizacije neefikasne, onda ćemo sve ostaviti na nižem nivou prosperiteta od onog koji smo mogli da ostvarimo. Efektivne organizacije imaju srećne ljude. Ako organizacija funkcioniše na takav način da svako može da pruži najbolje od sebe i da zauzvrat ostvari određene koristi onda će svi biti srećniji i prosperitetniji. Pomoću različitih nauka, možemo veoma često objasniti šta se dešava, promeniti ono što se dešava i kontrolisati događaje.

Znanje je preduslov za razumevanje ljudske prirode i ljudskog ponašanja, a iskustvo pretpostavka za dobro predviđanje, uspešno oblikovanje i efikasnu kontrolu ponašanja zaposlenih. Koncept organizacionog ponašanja postaje sve aktuelniji. Njime se bavi sve veći broj naučnih disciplina. Postao je dostupan u gotovo svim delovima sveta. Potreba za proširivanjem i produbljivanjem naučnih i drugih saznanja o čoveku, njegovim željama i interesima, sposobnostima i potencijalima, ciljevima i očekivanjima, njegovoj motivaciji i satisfakciji, njegovom ponašanju i interesovanju, pa samim tim i potreba za daljim razvojem organizacionog ponašanja, s vremenom će postajati sve veća.

Savremeni izazovi, rizici i pretnje impliciraju inoviran pristup relevantnih aktera, sa doslednom implementacijom predviđenog koncepta. Vanredni događaji, terorizam, organizovani kriminal, masovne migracije, meteorološke opasnosti i drugo zahtevaju uvođenje posebnih odredbi kao što su vanredne situacije. Tu pripada i pandemija COVID – 19 koja svojom zloćudnom eksponiranošću predstavlja prvorazredni izazov za sve relevantne institucije društva. Zadatak naučne zajednice je da obuzda ovu pošast, usmeri donosioca odluka na državnom planu, odnosno menadžente poslovnih subjekata u cilju minimiziranja posledica i

eliminisanja uzročnika. Pored toga, neophodno je permanentno osposobljavanje donosioca odluka i izvršilaca na svim nivoima organizovanja društvenog ambijenta.

LITERATURA

1. Janićijević, N., Upravljanje organizacionim promenama, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.
2. Mihailović, D., Psihologija u organizaciji, FON, Beograd, 2008.
3. Milićević, V., Međunarodni menadžment - novije tendencije, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2002.
4. Nešković, S., Nešković, M., Poslovne komunikacije i informaciono ratovanje u savremenom globalnom ambijentu, Zbornik radova „Moć komunikacije 2017“, Banja Luka: Panevropski Univerzitet APEIRON, 2017.
5. Nešković, S., Contemporary Paradigm of Corporate Security and Methodology of Crisis Management Implementation in The Countries Of The Western Balkans, Science and Technology 9/2017, Travnik: International University Travnik, 2017.
6. Nešković, S., Jovanović, Ž., The Concept of Europeanization of the System of Higher Education in the Western Balkan Countries, Conference Innovation, ICT and education for the next generation, Thematic proceedings, Novi Sad: Faculty of Economics and Engineering Management, 2017.
7. Nešković, S., Risk Management as a Methodological Concept of Safe Functioning and Business Activity of Corporations, 12th International Conference "Risk and Security Engineering", Kopaonik, Proceedings, Novi Sad: High Technical School of Vocational Studies in Novi Sad and Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad. Novi Sad, 2017.

8. Nešković, S., International Position and European Integration of the Western Balkans Countries, *Ulcinj, Montenegro: Scientific Journal "Monte"*, No.1, Vol.1. 2019.
9. Nešković, S., Modern Paradigm in the Context of Reform of the Public Authority and Administration, *Yearbook of Department "Administration and Management" 2019 Volume 4*, New Bulgarski University, Sofia, 2019.
10. Nešković, S., The National Security Paradigm and National Interest in Postmodern Globalization Flows, *Cross - Border Book Series "New Challenges to Security and Development of the Balkans" Vol. 7, Problems of National and Corporate Security, Proceedings of International Scientific Conference 22 - 23. 11. 2019*, University "St. Cyril and St. Methodius" Veliko Tarnovo Bulgaria, 2020.
11. Nešković, S., Western Balkan Countries Strategies and the European Union Security Paradigm, *Thematic Collection of Papers of Leading National Significance "Social Development and Community Security with Emphasis on the City of Valjevo and Kolubara District"*, Edition *Security in the Postmodern Ambience Book 30*, Proceedings, International Scientific Conference, Belgrade: CESNA B, University "St. Cyril and Methodius" Veliko Trnovo Bulgaria and International University Travnik BiH, Valjevo, 2020.
12. Nešković, Sl., The National Security Paradigm and National Interest in Postmodern Globalization Flows, *Cross - Border Book Series "New Challenges to Security and Development of the Balkans" Vol. 7, Problems of National and Corporate Security, Proceedings of International Scientific Conference 22 - 23. 11. 2019*, University "St. Cyril and St. Methodius" Veliko Tarnovo Bulgaria, 2020.
13. Orlić, R., *Kadrovski menadžment, Zoran Damjanović i sinovi*, Beograd, 2005.
14. Petković, M., Janićijević, N., Bogićević Milikić, B.: *Organizacija*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2008.
15. Tomić, Z., *Komunikologija*, Čigoja štampa, Beograd, 2003.
16. Videnov, A., *Poslovne komunikacije*, Učiteljski fakultet, Užice, 1995.