

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО:

Влиянието на COVID-19 върху бизнеса и пост ковид възстановяването му

Наименование на организацията:

„ДИАНА“ ООД

Държава и сектор на организацията:

БЪЛГАРИЯ, гуми и сервиз

Тип организация:

- Бизнес компания
- Публична организация
- **Частна фирма**
- НПО
- Друго:

Размер на организацията:

- малка
- средна
- **голяма**

Кратко описание на организацията:

„ДИАНА“ ООД е най-голямата компания в България за внос на гуми за леки автомобили, лкамиони, тежкотоварни автомобили, ван, агро, мотоциклет и джипове. „ДИАНА“ ООД управлява 11 модерни центъра за гуми на територията на България. Пет от тях са в София, а останалите 6 се намират в големи градове в България като Пловдив, Бургас, Варна, Плевен, Русе, Стара Загора. Общата площ на магазините е 90 000 кв.м. Около 300 души работят в момента в "ДИАНА" ООД, създадена през 1990 г.

Кратко описание на изследването:

Този казус има за цел да опише основната стратегия на голяма българска компания, изправена пред кризата с COVID-19. Ще разгледаме как мениджърите успяха да запазят лидерската си позиция на българския пазар и да запазят служителите си в тежки времена на голяма криза. „ДИАНА“ внедри няколко техники, за да мотивира персонала и да го поддържа емоционално стабилен по време на всички предизвикателства от 13 март 2020 г. (денят, в който българското правителство обяви „Извънредно положение в страната“).

Ключови думи:

Гуми, бизнес, адаптация, COVID-19, криза, предизвикателства, опит

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

От 1-вия ден на COVID кризата (13.03.2020 г.) компанията прилага множество мерки, за да предпази и съхрани своите служители. Мениджърите събраха целия персонал и обясниха прозрачно ситуацията, въпреки че нямаха много информация, тъй като правителството променяше ограниченията почти всеки ден, а болестта и нейните странични ефекти не бяха добре известни. За всеки служител беше важно да знае какво да прави, ако подозира, че има симптоми на вируса. Отговорността за справяне с тази неприятна ситуация е както лична, така и взаимна. Колкото по-добре и по-бързо реагираме, толкова по-добре ще се справим в тази ситуация. Така всеки служител получи инструкции какво да прави и кого да информира, ако почувства някои от симптомите, свързани с вируса COVID-19.

Бяха осигурени дезинфектанти в достатъчно количество и достъпни за всички, защитните маски и ръкавици бяха задължителни, дезинфекцията на повърхности се правеше на всеки 2-3 часа във всички офиси на фирмата. Бързи PCR тестове също бяха достъпни за всеки служител, който имаше съмнения относно здравословното си състояние.

Направен бе график за работния процес, както и за присъствието в офиса, тъй като компанията работи с клиенти, идващи за ремонт на всички класове автомобили, така че не целият персонал може да работи от вкъщи. Особено служителите в склада, които бяха свързани с доставките на гуми и в сервиза за монтаж. По отношение на администрацията, счетоводството и маркетинга – те биха могли да вършат цялата си работа от вкъщи. HR мениджърът на „ДИАНА“ казва: „За нас беше наистина важно да държим нашите служители информирани и да защитим здравето им и техните близки, доколкото можем. По време на тази пандемична ситуация отново осъзнахме важноста на самосъзнанието и силните ни страни като екип. Не беше лесно да управляваме и да даваме инструкции на 300 души, за съжаление поради финансови причини и доходите ни намаляха с 80% в

сравнение със същия месец на 2019 г. Наложихме да уволним 3 души и да сменим няколко работни позиции.”

ОБОСНОВКА

Един от основните мотиви зад тези мерки беше поддържането на добро здраве на служителите и минимизиране на рисковете от заразяване на работното място. Много често, когато се сблъскаме с трудности, осъзнаваме важността на мотивацията на персонала и необходимостта да осигурим максимално приятно работно място.

Работата по време на кризата с COVID-19 стана по-съзнателна, тъй като целият персонал знаеше, че компанията преминава през много трудни времена. За някои от тях „ДИАНА“ е първата компания, в която са работили, някои от тях са намерили мечтаната работа, някои от тях могат да си плащат заемите благодарение на работата си. Маркетинг мениджърът на компанията казва: „Нашите мениджъри осъзнаха необходимостта да благодарим на целия персонал за бързата адаптация и да им осигурим по-добро място в бъдеще. Ето защо решихме да поздравим част от служителите, които постигнаха целите си с ваучери за безплатен престой в хотел в планината. Те биха могли да го използват през лятото, тъй като правителството обяви, че ще отворят отново страната и туризма до началото на лятото. За нас беше важно да осигурим мотивация и повод да очакваме нещо с нетърпение. Това беше начин да се помогне и подкрепи туристическия сектор, тъй като той беше един от най-засегнатите поради ограниченията.”

ЦЕЛИ

Лидерите да развиват умения като:

- отговорност
- разрешаване на проблем
- адаптация
- комуникация
- вземане на решение

Служителите да развиват умения като:

- съвместна дейност
- сътрудничество
- организация на работата

РЕЗУЛТАТИ

Можем да заключим, че краткосрочното въздействие беше предимно отрицателно, тъй като някои хора от персонала имаха трудности да организират работния си процес към новата реалност. „ДИАНА“ е компания, ориентирана към клиентите и новото ограничение на COVID-19 сериозно повлия на фирмата и нейното представяне.

Дългосрочното въздействие върху работната атмосфера е положително, тъй като служителите стават по-съзнателни за своята работа и нейната важност. Някои от тях се страхуваха, че могат да загубят работата си, затова дадоха всичко от себе си и постигнаха целите с успех.

ПОУКА

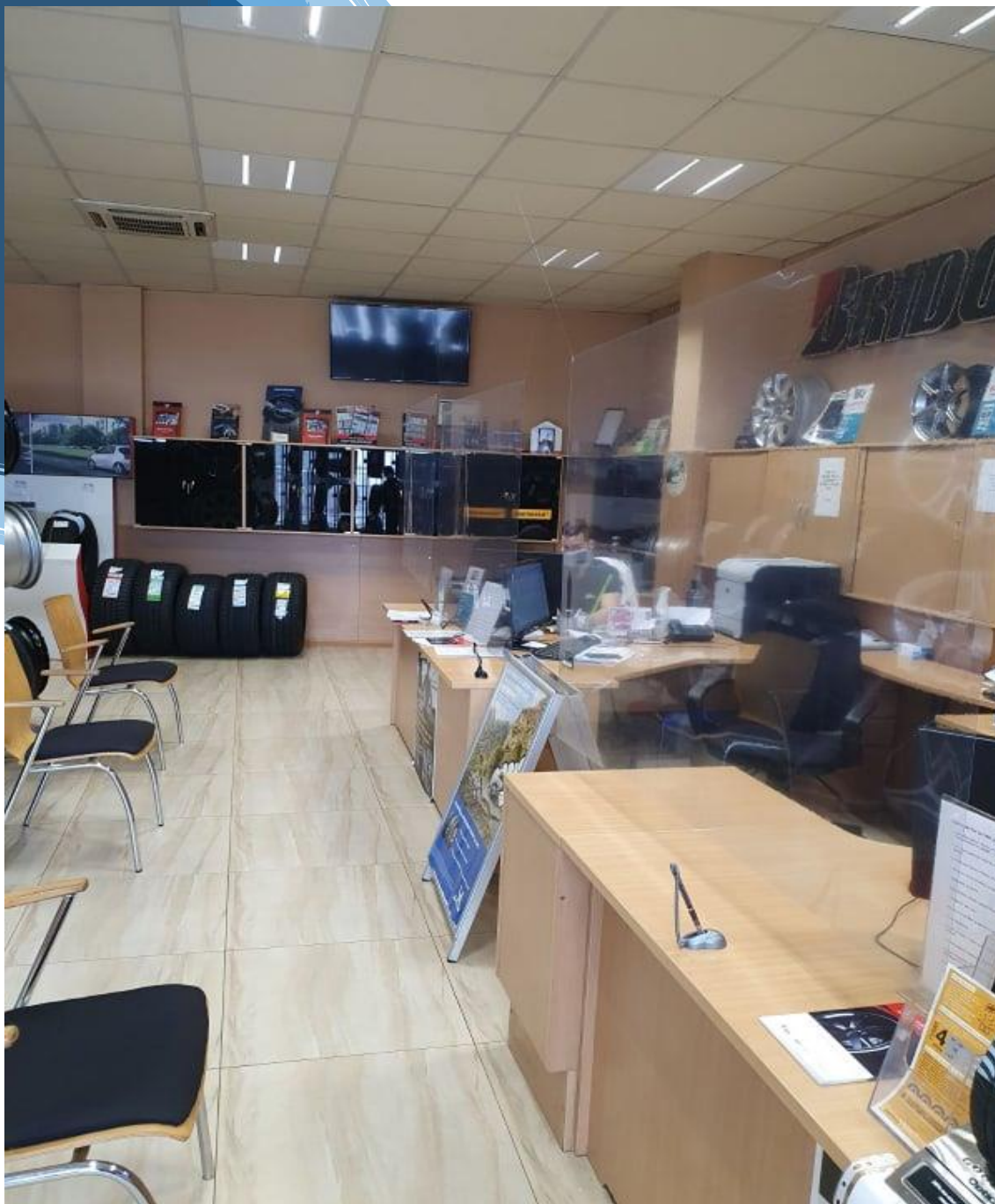
Служителите развиха умения като: доверие към работодателя и колегите, информираност, отговорност, грижа и положителна нагласа за справяне с проблемите. Работният екип стана по-плотен и можем да кажем, че тези трудни времена им помогнаха да разберат, че въпреки че има конкуренция (особено в търговския екип) в крайна сметка всички те се борят за едни и същи цели и всички са част от едно голямо семейство.

МАТЕРИАЛИ



Център „ДИАНА“ в София





БИБЛИОГРАФИЯ

Основната информация за този казус беше получена от водещ служител на Маркетинг отдела, пред когото бе представен проектът TIWA.

<https://diana-ltd.com/>