

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КЕРІВНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

COMMUNICATION POTENTIAL OF THE MANAGER AT THE ENTERPRISE USING THE LATEST TECHNOLOGIES

У статті визначено значимість комунікацій та розглянуто комунікаційний потенціал керівника на підприємстві як такий, що виокремлюється через оцінку можливостей підприємства. Проінформовано та усвідомлено вказівки щодо внутрішньої комунікації керівників із масовим впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій в їхню роботу. Проаналізовано кількість зареєстрованих юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, що займаються інформаційною та комунікаційною діяльністю в Україні, де досягнення керівників спостерігається через поставлення цілей завдяки використанню існуючих комунікаційних ресурсів підприємства. З'ясовано, що сучасні комунікації функціонують завдяки технічним досягненням на підприємстві, а саме через постановку стратегічних пріоритетів розвитку сучасними інформаційними, комунікаційними технологіями та робототехнікою, без яких керівники не в змозі ефективно управляти. Надано правила для керівників із комунікаційною активністю на підприємстві, що використовують новітні технології, з огляду на їх позитивну репутацію в процесі комунікацій та зворотного зв'язку.

Ключові слова: управління, комунікація, інформація, комунікаційний потенціал, новітні технології, підприємство, розвиток.

The article identifies the importance of communications and considers the communication potential of the head of the enterprise, as one that stands out through the assessment of the capabilities of the enterprise. Informed and aware of the instructions on the internal communication of managers with the mass introduction of information and communication technologies in their work. It is determined that the state of communications in the enterprise is developing widely, but the communication potential of the head today is not sufficiently developed to ensure communication with other structural units and compliance with the necessary rules for their operation using the latest technologies. This is due to the intensification of international markets and the current development of informatization in the world. The number of registered legal entities and natural persons-entrepreneurs engaged in information and communication activities in Ukraine is analyzed, where the achievement of managers is observed through the setting of goals through the use of existing communication resources of the enterprise. It is proved that the communication potential of managers at the enterprise passes all temporal information complexes of personal activity, which appears before us in a different perspective with the expanded role of managerial transformational unity of actions at the enterprise. It is motivated that communications involve acquaintance of all interested specialists with teamwork at the enterprise, where the main requirements are for project connections. It was found that modern communications function due to technical advances in the enterprise, namely by setting their strategic priorities for the development of modern information, communication technologies and robotics, without which managers are unable to effectively manage. It is substantiated that communications always contribute to the development of enterprise management, namely to resolve the relevant links between management positions, which is manifested through the use of information and communication technologies to optimize the structural units of the enterprise. Rules are provided for managers with communication activity in the enterprise who use the latest technologies due to their positive reputation in the process of communication and feedback.

Key words: management, communication, information, communication potential, latest technologies, enterprise, development.

УДК 658.005.95:316.7

DOI: <https://doi.org/10.32843/infastruct63-4>

Маковецька І.М.

к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту

Державний університет телекомунікацій

Makovetska Iryna

State University of Telecommunications

Постановка проблеми. Швидкі зміни, які відбуваються на підприємствах різної форми власності, набули такого розголосу та розширення, що необхідно розглядати оболонку комунікаційного середовища через призму формування і використання нових правил, за якими мають слідувати керівники підприємства. Комунікаційний потенціал керівників на підприємстві проходить усі часові інформаційні комплекси персональної діяльності, що постає перед нами в іншому ракурсі з розширеною роллю управлінської трансформаційної єдності дій на підприємстві. Нині це питання є актуальним, оскільки кожен керівник у своїй діяльності визначає свої зусилля управлінської взаємодії, що потребують постійного розвитку та вдосконалення складників ефективного виявлення рівня потужностей комунікацій на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Л.В. Балабановою, О.У. Безчасним, Дж. Бернетом,

П. Друкером, В.М. Жуковською, Ф. Котлером, Ж.Л. Крисько, Ж.-Ж. Ламбенном, Т.В. Марусей, Т.О. Примак, Л.Ю. Сагер та ін. розглянуто комунікаційний потенціал керівників на підприємстві через використання сучасних інформаційних, комунікаційних технологій та робототехніки для широкого охоплення організаційних зв'язків на підприємстві. Проблематика, яка висвітлюється у працях науковців, потребує подальшої уваги та досліджень, бо аналіз останніх літературних джерел показав, що без ефективних комунікацій неможливо управляти підприємством, а комунікаційний потенціал керівників на підприємстві став своєрідним базисом інформаційної інтерпретації у формуванні з відповідними телекомунікаційними технологіями та системами з накопиченим досвідом керівників цих структурних підрозділів.

Постановка завдання. Стан комунікацій на підприємстві набуває широкого розвитку, але

комунікаційний потенціал керівника сьогодні недостатньо розвинутий для забезпечення зв'язків з іншими структурними одиницями та дотримання необхідних правил для їх функціонування з використанням новітніх технологій. Це пояснюється активізацією на міжнародних ринках та щохвилинним розвитком інформатизації у світі. Саме така взаємозалежність породжує можливості керівників до ефективної комунікації на підприємстві з інформаційними системами, які реалізуються в комунікаційному середовищі підприємства. Запровадження правил для керівників із комунікаційною активністю, що використовують новітні технології, забезпечить ефективне функціонування всіх департаментів та відділів на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний світ диктує нам нові правила, у яких для кожного керівника підприємства з'являються нові можливості та комунікаційні перспективи. Комунікації стали одним з атрибутів ефективного управління підприємством, де в комунікаційному середовищі зосереджені як виконавці, так і управлінці тих чи інших зв'язків. Комунікаційний потенціал керівника на підприємстві розглядається як швидкий інформаційний атрибут тих технічних властивостей, які необхідні для організованої роботи співробітників, та має часові характеристики обробки інформації для управління підприємством.

Комунікації у менеджменті пов'язують між собою усі управлінські функції та впливають на результативність їх виконання. Саме завдяки комунікаціям досягається довіра і взаємосприйняття поглядів, різних думок, дій, завдань між усіма учасниками комунікаційного процесу. Так, для реалізації управлінських функцій керівники структурних підрозділів за допомогою комунікацій формують цілі і завдання, здійснюють оцінку організаційної ситуації, виявляють проблеми та мають можливість підготувати і прийняти відповідні управлінські рішення, проконтролювати хід їх виконання [4, с. 134].

Сьогодні підприємства, які стикаються з масовим упровадженням інформаційно-комунікаційних технологій у роботі керівників, стали більш прогностичними та впливовими, тобто конкурентоздатними на ринку праці. Комунікації передбачають ознайомлення всіх зацікавлених фахівців із командною роботою на підприємстві, де основними є вимоги до проєктних зв'язків. У зв'язку із цим проєктні виконавці у своїх відділах мають бути чітко поінформованими про:

- обсяг проєктних даних та самої роботи в колективі;
- необхідний внесок кваліфікованого персоналу для успішного виконання робіт;
- очікувану вартість на проєкт із погляду управлінських зусиль та необхідних затрачених матеріалів;
- переваги командної роботи;

– план реалізації комунікаційних зв'язків для ефективного проєкту;

– форс-мажорні обставини у разі провалу даної роботи;

– альтернативи, якщо такі є, для досягнення спільної мети;

– потенційні прямі та непрямі переваги проєкту як для підприємства, так і для окремих виконавців командної роботи тощо.

З урахуванням означених указівок щодо внутрішньої комунікації ризик неправильного тлумачення буде мінімізований у межах проєктної системи. Чітка комунікація між відділами та між співробітниками сприяє повному розумінню між керівництвом та проєктними виконавцями, що збільшує потенціал співпраці у цілому. Після комунікативного погодження витрат ресурсів на проєкт покращуються комунікація, співпраця та координація. Це позитивно позначається на досягненні ефективності як для керівників, так і для всього підприємства [6, с. 94].

Комунікації завжди сприяють розвитку управління підприємством, розв'язанню відповідних зв'язків між керівними посадами, що проявляється за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій для оптимізації структурних підрозділів підприємства.

За останнє десятиліття суттєво змінилися саме ведення бізнесу, стан економіки в країні та комунікації всередині підприємства. Так, у табл. 1 та 2 аналізуються деякі види економічної діяльності в Україні, де розглядаються підприємства, які пов'язані з інформаційною та комунікаційною діяльністю та якими управляють керівники вищої ланки управління.

Важливим аспектом у набутті навичок ділової контактності для керівників підприємства є розвиток комунікативної компетентності як сукупності спеціальних комунікативних, перцептивних та інтерактивних знань, що дають змогу індивіду орієнтуватися у ситуаціях спільної діяльності, міжособистісних відносинах та взаємодії і допомагають приймати правильні рішення та досягати цілей [3, с. 94].

Інформаційний період для підприємств України доволі тяжкий та цікавий з огляду на їхню діяльність, бо саме використання комунікацій у своїй діяльності сприяє підвищенню їхньої конкурентоздатності та розвитку з використанням сучасних технологій у своїй діяльності. Реєстр статистичних одиниць (табл. 1 та 2) за гендерною ознакою на підприємствах України показує нам, що керівні посади займають переважно чоловіки в інформатизації та телекомунікації.

На підприємствах України без передових технологій неможливі трансформація їхньої діяльності та розвиток із передовими інноваційними нахилами. Таким чином, українські підприємства

Таблиця 1

Кількість зареєстрованих юридичних осіб за видами економічної діяльності з розподілом за ознакою статі керівника на 01 січня 2022 р.

Вид економічної діяльності згідно з КВЕД-2010	Загальна кількість юридичних осіб	чоловіки		Жінки	
		кількість	частка, у % до загальної кількості	кількість	частка, у % до загальної кількості
Консультавання з питань інформатизації	3194	2418	75,7	776	24,3
Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем	1088	841	77,3	247	22,7
Оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність	3117	2306	74,0	811	26,0
Надання інших інформаційних послуг	3369	2328	69,1	1041	30,9

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця 2

Кількість зареєстрованих фізичних осіб – підприємців за видами економічної діяльності з розподілом за ознакою статі керівника на 01 січня 2022 р.

Вид економічної діяльності згідно з КВЕД-2010	Загальна кількість фізичних осіб – підприємців	чоловіки		жінки	
		кількість	частка, у % до загальної кількості	кількість	частка, у % до загальної кількості
Консультавання з питань інформатизації	26388	17013	64,5	9375	35,5
Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем	5072	3375	66,5	1697	33,5
Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність	24345	13330	54,8	11015	45,2
Надання інших інформаційних послуг	11498	5346	46,5	6152	53,5

Джерело: складено автором на основі [1]

здійснюють свою діяльність за всіма стратегічними пріоритетами, де основним важелем залишається розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій та робототехніки.

Із рис. 1 видно, що найбільшу частку надходжень від стратегічних пріоритетів телекомунікаційної діяльності в Україні було зосереджено в 2018 р. Як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку телекомунікації та інформатизації безпосередньо були зайняті фахівці, переважно чоловіки,

які могли впроваджувати комунікації в діяльність підприємства. Запровадження розширених стимулів комунікацій на підприємстві призвело до сприяння та розвитку високотехнологічного ланцюга комунікаційної направленості.

Керівникам підприємств необхідно розставляти свої пріоритети так, щоб управління комунікацією здійснювалося відповідно до зазначених норм та вимог, а співробітники були завжди поінформованими.

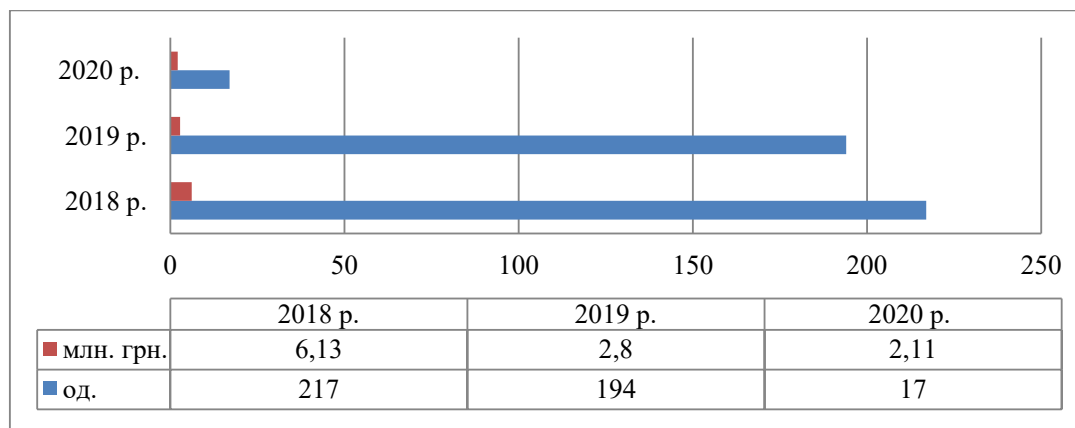


Рис. 1. Стратегічні пріоритети розвитку сучасних інформаційних, комунікаційних технологій та робототехніки для підприємств України, 2018–2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [5]

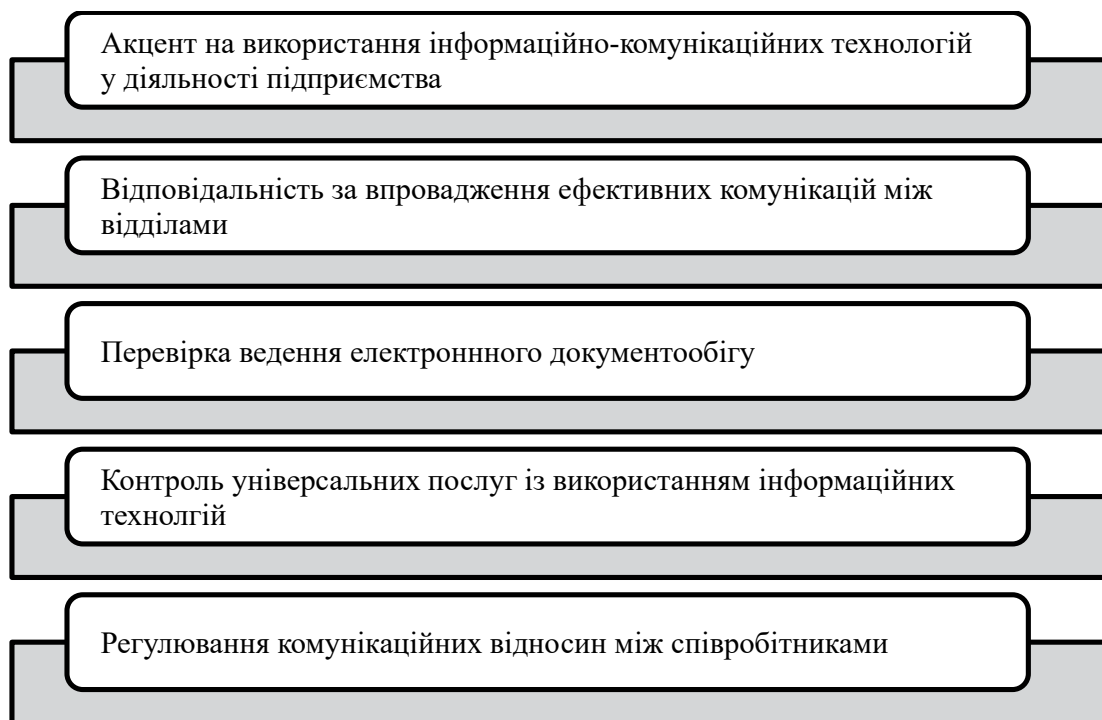


Рис. 2. Правила для керівників із комунікаційною активністю на підприємстві, які використовують новітні технології

Джерело: авторська розробка

Комунікаційний процес на підприємстві проходить усі зони впливу інформації на фахівців у даній сфері діяльності. Сучасні інтегровані комунікаційні зв'язки проходять шлях осмислення, розуміння та сприйняття інформаційних даних, але все це підкріплюється певними правилами, за якими керівники підприємства мають стежити.

У зв'язку із цим ефективними вважаються тільки ті комунікації, за яких отримані інформаційні дані розшифровані саме так, як того бажає відправник. Разом із тим це ще не означає, що зміст цього наповненого повідомлення має однакове значення для всіх учасників комунікаційного процесу: відправника, посередників, адресата [2].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, роль комунікацій є інноваційним важелем стратегічного розвитку в діяльності підприємства. Налагодження та вибір ефективних комунікацій керівниками підприємства проявляються через відповідні комунікаційні системи, де керівникам необхідно вирішувати завдання зі стабілізації, розгортання інформаційних зв'язків, специфічного регулювання та контролю за всіма відділами в комунікаційному середовищі. Так, фахівці накопичують певний досвід, де сплановане та ефективно організоване комунікаційне середовище підприємства виступає важливим ресурсом, що впливає на управління усім підприємством. Комунікативний потенціал керівника є значимим чинником у його діяльності, від якого залежить успіх усього підприємства. Керівникам підприємства необхідно

виявляти фактори інформаційної приналежності та механізми підвищення поінформованості своїх співробітників із використанням новітніх технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державний комітет статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 24.01.2022).
2. Жигалевич Ж.М., Обловацька Н.П. Сучасні підходи до управління підприємством. *Основа маркетингової діяльності підприємства*. 2018. № 3. С. 199–207.
3. Криворучкіна О.В. Комунікаційне поле управління взаємодії в організації. *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 36. С. 92–98.
4. Лозовський О.М., Заяц О.М. Управління комунікаційним процесом на підприємстві. *ЛОГОΣ*. 2020. С. 133–137. DOI: <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v1.43>
5. Писаренко Т.В., Куранда Т.К., Кваша Т.К. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році : науково-аналітична записка. Київ : УкрІНТЕІ, 2021. 39 с.
6. Радкевич О.П. Комунікація в проектній діяльності педагогічних працівників закладів професійної освіти. *Professional Pedagogics*. 2021. № 2(21). С. 129–136. DOI: <https://doi.org/10.32835/2707-3092.2020.21.129-136>

REFERENCES:

1. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrayiny [State Statistics Committee of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 24 January 2022).

2. Zhyhalevych Zh.M., Oblovats'ka N.P. (2018) Suchasni pidkhody do upravlinnya pidpryyemstvom [Modern approaches to enterprise management]. *The basis of marketing activities of the enterprise: a collection of sciences. Wash*, no. 3, pp. 199–207.

3. Kryvoruchkina O.V. (2015) Komunikatsiyne pole upravlins'koyi vzayemodiyi v orhanizatsiyi [Communication field of managerial interaction in the organization]. *Strategy of economic development of Ukraine*, no. 36, pp. 92–98.

4. Lozovs'kyy O.M., Zayats O.M. (2020) Upravlinnya komunikatsiynym protsesom na pidpryyemstvi [Management of communication process at the enter-

prise]. *Collection of scientific works ΛΟΓΟΣ*, pp. 133–137. DOI: <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v1.43>

5. Pysarenko T.V., Kuranda T.K., Kvasha T.K. (2021) Stan naukovo-innovatsiynoi diyal'nosti v Ukraini u 2020 rotsi: naukovo-analitychna zapyska [The state of scientific and innovative activity in Ukraine in 2020: scientific and analytical note]. Kyiv: UkrINTEI. (in Ukrainian)

6. Radkevych O.P. (2021) Komunikatsiya v proektniy diyal'nosti pedahohichnykh pratsivnykiv zakladiv profesiynoi osvity [Communication in the project activities of pedagogical staff of vocational education institutions]. *Professional Pedagogics*, vol. 2(21), pp. 129–136.