

Етапи розвитку комунікативного менеджменту

Олександр Сумець

*академік АЕН України, доктор економічних наук, професор,
професор кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: Sumets@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-7116-3857*

Актуальність розглядуваної проблеми. Комунікативний менеджмент на цей момент часу дослідники виокремлюють в самостійну спеціальну форму загального менеджменту, сутність якого складається в цілеспрямованому управлінні інформацією в соціоекономічній системі у процесі взаємодії представників управляючої підсистеми (менеджерів, керівників) і представників підсистеми, що управляється (безпосередні виконавці операцій і процесів) організації.

Історично комунікативний менеджмент розвивався як метод управління інформацією у процесі спілкування людей, що зайняті у веденні господарської діяльності організації та комунікуванні з учасниками ринку. Однозначної думки дослідників щодо моменту виникнення комунікативного менеджменту як окремого напрямку управлінської науки на цей момент часу немає. Проте, за умови того, що комунікативний менеджмент сьогодні формується і як окрема навчальна дисципліна, і як науковий напрям, виникає необхідність прослідкувати його еволюцію. Результати такого дослідження повинні стати підґрунтям для парадигми комунікативного менеджменту.

Виклад основного матеріалу. Якщо розглянути шлях розвитку менеджменту та комунікацій, то у першому наближенні можна виділити чотири етапи еволюції так званого професійного комунікативного менеджменту.

Етап 1: «Зародження професійних комунікацій у виробничому середовищі» (період: 1770 – 1920 рр.). Чинниками розвитку комунікативного менеджменту на даному етапі слід визнати: розподіл праці при виконанні виробничих функцій (А. Сміт, 1776), започаткування наукового менеджменту в організації праці робітників фабрик і заводів (Ф.У. Тейлор, 1881 – 1910 рр.), розвиток адміністративного управління (А. Файоль, 1890 – 1910 рр.), запровадження в управлінський процес досягнень психології і соціології (М. П. Фоллет, 1910 – 1933 рр.).

Етап 2: «Становлення професійних комунікацій» (період: 1920 – 1960 рр.). Ключовими чинниками розвитку комунікативного менеджменту стали: розвиток ринків, більш масштабне комунікування з їх учасниками, управління зв'язками, формування репутації та іміджу.

Етап 3: «Зародження комунікативного менеджменту» (період: 1960 – 2000 рр.). Даний етап характеризується такими факторами впливу на розвиток комунікативного менеджменту: масштабний розвиток комунікаційних засобів зв'язку, ІТ-технологій, Інтернет- та Інтранет-мереж; потреба в управлінні

комунікаціями як усередині організацій, так і поза їх межами; перші спроби налагодження ефективного процесу комунікацій в загальному управлінському процесі.

Етап 4: «Дальший розвиток комунікативного менеджменту на основі інформаційних технологій і штучного інтелекту» (період: з 2000 р. по теперішній час). Факторами розвитку стали: формування єдиного інформаційного простору, становлення глобального інформаційного суспільства, об'єднання бізнесу з філіями в різних країнах світу в одну систему комунікації, організація роботи віддалених співробітників, розвиток штучного інтелекту в сфері електронних комунікацій, проектування нових форм комунікування з учасниками ринку та у середині організацій, створення у межах організацій комунікативних систем, які стають ключовим складником системи менеджменту.

Аналіз етапів розвитку надає можливість стверджувати, що кожен із них характеризується певними чинниками розвитку професійного комунікативного менеджменту і породженням конкретної необхідності в його формуванні. Так, у межах першого етапу виникла необхідність у професійному (діловому) спілкуванні управлінців і робітників, у межах другого – потреба в формалізації стилю, форм і методів комунікування, у межах третього – необхідність запровадження нових методів управління інформацією, зв'язками, у межах четвертого – потреба в організації і управління дистанційним комунікуванням.

Висновок. Виконані дослідження щодо систематизації етапів еволюції комунікативного менеджменту є ґрунтовним доказом того, що він у професійному аспекті є ключовим напрямом науки управління, що зосереджується не тільки на людях, а й на інформації, яка до них доводиться, і яка ними використовується для виконання професійних обов'язків.

Ключові слова: комунікативний менеджмент, еволюція, фактори розвитку, парадигма.