

# **Развитие прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху: часть 2 – от К до М**

## **Development of Applied Management in the Post- Industrial Era: Part 2 – From K to M**

УДК 338.2; 330.8

Получено: 29.09.2024

Одобрено: 25.10.2024

Опубликовано: 25.12.2024

### **Тебекин А.В.**

Д-р техн. наук, д-р экон. наук, профессор, почетный работник науки и техники Российской Федерации, профессор Высшей школы культурной политики и управления в гуманитарной сфере Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, профессор кафедры финансово-экономического и бизнес-образования Государственного университета просвещения, заведующий научной лабораторией проблем устойчивого развития Института повышения квалификации руководящих кадров и специалистов, заведующий кафедрой высшей математики, статистики и информатики Академии труда и социальных отношений  
e-mail: Tebekin@gmail.com

### **Tebekin A.V.**

Doctor of Technical Sciences, Doctor of Economic Sciences, Professor, Honorary Worker of Science and Technology of the Russian Federation, Professor of the Higher School of Cultural Policy and Management in the Humanities of Moscow State University. M.V. Lomonosov, Professor of the Department of Financial, Economic and Business Education of the State University of Education, Head of the Scientific Laboratory of Sustainable Development Problems of the Institute for Advanced Training of Managerial Personnel and Specialists, Head of the Department of Higher Mathematics, Statistics and Informatics Academy of Labor and Social Relations  
e-mail: Tebekin@gmail.com

### **Тебекин П.А.**

Аспирант кафедры финансово-экономического и бизнес-образования Государственного университета просвещения, г. Москва

### **Tebekin P.A.**

Postgraduate student of the Department of Financial, Economic and Business Education, State University of Education, Moscow

### **Егорова А.А.**

Ведущий специалист отдела технического маркетинга ООО «Научно-технический центр «Интайр», г. Москва

### **Egorova A.A.**

Leading specialist of the technical marketing department of Scientific and Technical Center Intyre LLC, Moscow

## **Аннотация**

Переход рубликона от ненасыщенного рынка в индустриальную эпоху к высоко насыщенному рынку в современную постиндустриальную эпоху стимулировал лавинообразному расширению спектра направлений хозяйственной деятельности, обеспечивающего рост ассортимента предоставляемых товаров, работ и услуг. Указанные обстоятельства привели к появлению новых отраслей экономики и, соответственно, новых направлений прикладного менеджмента, требующих исследования их содержания, анализа и оценки перспектив развития, что и обусловило актуальность выбора темы работы.

Целью данной работы является исследование направлений развития прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху, происходящего адекватно динамике отраслевого развития современной экономики.

Научная новизна полученных результатов заключается в системном представлении перечня и описании содержания сформировавшихся в текущий момент развития постиндустриальной экономики прикладных направлений менеджмента, расположенных в алфавитном порядке: от К до М.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования как для дальнейшего исследования процессов развития направлений прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху, так и для учета возможностей дифференциации направлений менеджмента в практике деятельности предприятий, отраслей и комплексов.

**Ключевые слова:** развитие направлений, прикладной менеджмент, постиндустриальная эпоха, часть 2 – от К до М.

## **Abstract**

The transition of the Rubicon from an unsaturated market in the industrial era to a highly saturated market in the modern post-industrial era stimulated an avalanche-like expansion of the range of economic activities, ensuring the growth of the range of goods, works and services provided. These circumstances led to the emergence of new sectors of the economy, and, accordingly, new areas of applied management, requiring research into their content, analysis and assessment of development prospects, which determined the relevance of the choice of the topic of the work.

The purpose of this work is to study the directions of development of applied management in the post-industrial era, occurring adequately to the dynamics of sectoral development of the modern economy. The scientific novelty of the obtained results lies in the systematic presentation of the list and description of the content of the applied management areas that have formed at the current moment of development of the post-industrial economy, arranged in alphabetical order: from K to M.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their use both for further research into the processes of development of applied management areas in the post-industrial era, and for taking into account the possibilities of differentiation of management areas in the practice of enterprises, industries and complexes.

**Keywords:** development of areas, applied management, post-industrial era, part 2 - from K to M.

**Введение.** Произошедший в последние десятилетия в мировой экономике переход от индустриальной к постиндустриальной эпохе ознаменовался достижением высокой насыщенности рынка продукции (товаров, работ и услуг).

Под влиянием научно-технического прогресса не только существенно сократился жизненный цикл большинства видов этой продукции, но и расширился их спектр.

Об этом, в частности, свидетельствует переход отечественной статистики на новую, более детальную классификацию видов экономической деятельности [13],

произошедший 10 лет назад. И совершенно очевидно, что отраслевое деление видов экономической деятельности претерпит дальнейшую дифференциацию.

Таким образом, переход от ненасыщенного рынка в индустриальную эпоху к высоко насыщенному рынку в современную постиндустриальную эпоху способствовал лавинообразному расширению спектра направлений хозяйственной деятельности, обеспечивающего рост ассортимента предоставляемых товаров, работ и услуг. Указанные обстоятельства привели к появлению новых отраслей экономики и, соответственно, новых направлений прикладного менеджмента, требующих исследования их содержания, анализа и оценки перспектив развития, что и обусловило актуальность выбора темы работы.

#### **Цель исследования**

Целью представленной работы является исследование направлений развития прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху, происходящего адекватно динамике отраслевого развития современной экономики.

#### **Методическая база исследований**

Методическую базу исследования составили известные научные труды, посвященные вопросам развития прикладного менеджмента таких авторов, как Вакуленко В.Ф. [9], Петров М.Н. [15], Цыпкин Ю.А. [30], Сулейманов, А.Р. [17], Мерзляк А.В. [12] и др., а также авторские научные публикации по теме исследований [18, 19, 22, 25, 27] и др.

#### **Основные результаты исследований**

Данное исследование является логическим продолжением авторских исследований, представленных в работе [21], где были рассмотрены прикладные направления менеджмента в алфавитном порядке от А до И, и содержит результаты рассмотрения прикладных направлений менеджмента в алфавитном порядке от К до М.

#### **К.**

**Коммуникационный менеджмент.** Необходимость повышения эффективности внутренних и внешних социальных взаимодействий в интересах осуществления оптимально благоприятных для организации коммуникационных процессов, формирования и поддержания имиджа и общественного мнения, достижения согласия, сотрудничества и признания [11], привела к развитию коммуникационного менеджмента как прикладного направления менеджмента.

**Контроллинг.** В интересах поддержки процессов эффективного управления организацией получила развитие комплексная система такой поддержки, известная в прикладном менеджменте как контроллинг, обеспечивающая координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля их эффективности [2].

**Координационный менеджмент.** Усложнение хозяйственных связей привело к развитию координационного менеджмента, направленного на обеспечение согласованности действий между отдельными работниками, их группами, различными подразделениями, а также между организациями, осуществляющими взаимодействием, например, в рамках проекта или программы, производственно-технологической или производственно-сбытовой цепочки и т.д. [23].

**Корпоративная социальная ответственность.** Необходимость повышения уровня стабильности в процессах развития организации привела к расширению внедрения такого направления прикладного менеджмента, как корпоративная социальная ответственность [7], отражающего концептуальный подход, в соответствии с которым организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние своей деятельности на жизнедеятельность всех заинтересованных сторон общественной сферы.

#### **Л.**

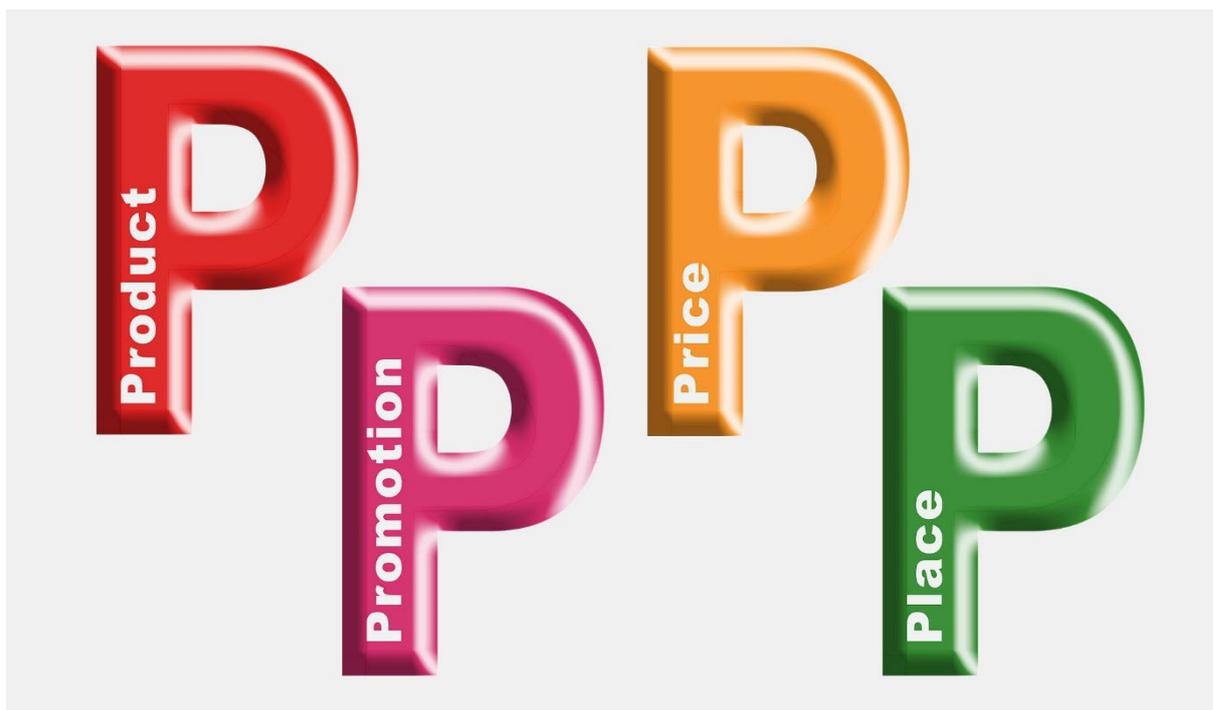
**Латеральное мышление.** В рамках инновационного менеджмента в период повышательной волны экономического цикла Н. Кондратьева, очевидно, получит новый

виток развития одно из направлений инновационного менеджмента – латеральное мышление, предполагающее владение технологиями нестандартного, нешаблонного мышления с использованием максимального количества возможных подходов к решению задачи, что достаточно часто игнорируется менеджерами, ограничивающимися логическим мышлением [1].

**Логистика.** С переходом мирового развития от индустриальной эпохи, характеризующейся рыночным доминированием производителя и продавца, к постиндустриальной эпохе, характеризующейся рыночным доминированием потребителя, радикально возросла в экономике роль логистики как прикладного направления менеджмента [20]. Таким образом, увеличение насыщенности рынка в постиндустриальную эпоху привело к необходимости более быстрой по сравнению с конкурентами доставки продукции потребителю, что наряду с другими социально-экономическими и производственно-технологическими процессами придало новый толчок развитию одного из древнейших направлений прикладного менеджмента – логистики.

**М.**

**Маркетинг.** Все более широкий спектр технологий, определяемый потребностями рынка, генерируется в таком функциональном направлении менеджмента как маркетинг, направленный на более полное удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли организации [8] на основе исследования основных рыночных характеристик (например, рис. 1): товар, продвижение, цена, дистрибуция.



**Рис. 1.** Концепция 4P как пример маркетинговой теории, отражающей четыре основных координаты комплекса маркетинговой деятельности

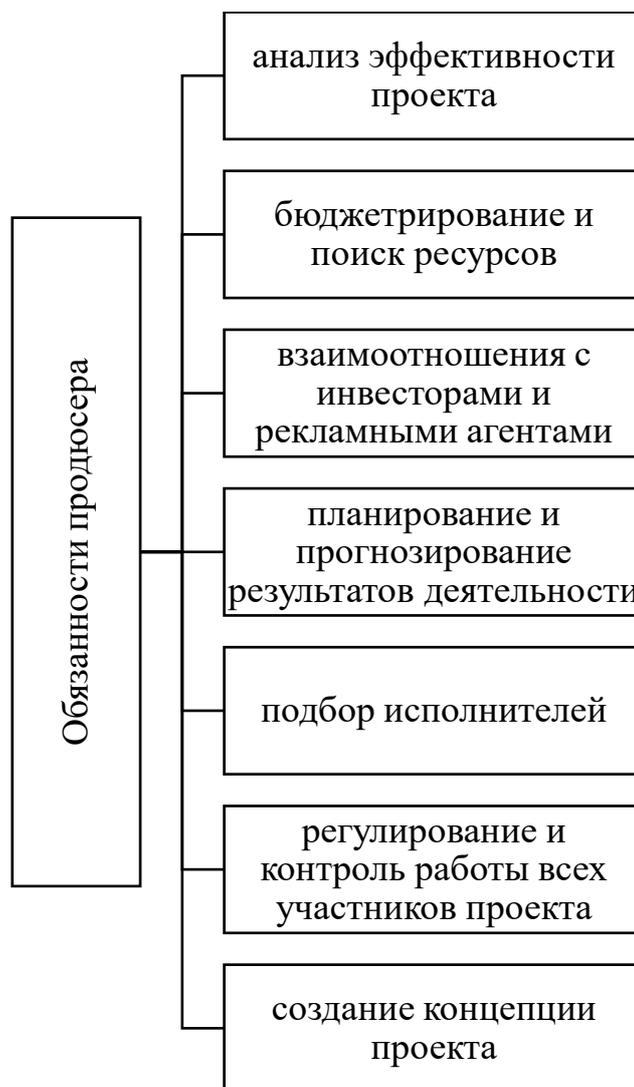
**Медиаменеджмент.** Медиаменеджмент, известный также как управление СМИ, принято рассматривать как направление делового администрирования, направленного на решение управленческих проблем стратегического и оперативного характера в руководстве медиапредприятий [4] с учетом их специфики.

**Международный менеджмент.** Развитие хозяйственных связей в условиях глобализации привело к интенсификации процессов развития международного менеджмента, направленного на обеспечение эффективного управления корпорациями,

осуществляющими свою деятельность в разных странах, отличающихся политическими и правовыми условиями, социальными и культурными факторами, распределением экономических сил и т.д. [3].

**Методы принятия управленческих решений.** Принципиальное значение в обеспечении эффективности менеджмента имеет такое прикладное направление, как методы принятия управленческих решений, отражающие регламенты и алгоритмы действий и способов решения управленческих задач, направленный на выбор наилучшего варианта из возможных альтернатив, основанные на: опыте и интуиции, лиц, принимающих решения; логическом мышлении или научно обоснованных методах принятия управленческих решений на экономико-математической основе различной степени сложности [24].

**Менеджмент в продюсерстве.** Менеджмент в продюсерстве представляет собой прикладное направление менеджмента, связанное с созданием и развитием различных развлекательных проектов [14]. Тем самым продюсерство можно рассматривать как одно из направлений управления развлечениями, требующего от профильного менеджера, несущего ответственность за их коммерческий успех, знаний административных, финансовых и юридических вопросов, а также навыков, обусловленных обязанностями продюсеров (рис. 2), специализирующихся на музыкальной, театральной, теле-, радио- и киноиндустрии.

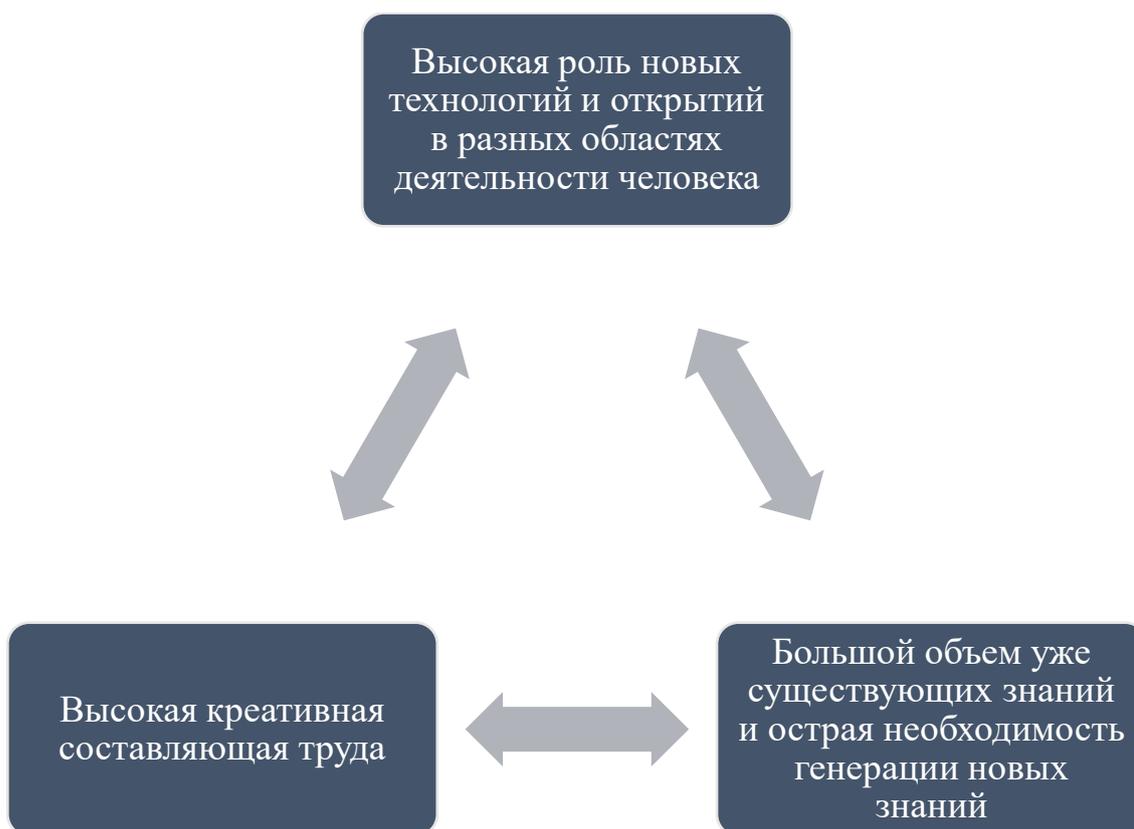


**Рис. 2.** Основные функции продюсера как менеджера

Характерным примером продюсерской деятельности является управление артистами-исполнителями. Этот сложный и многогранный управленческий процесс требует комплексного подхода к выявлению, развитию и продвижению творческого потенциала артистов, начиная с поиска талантливых исполнителей и подписания с ними контрактов, планирование их гастрольных туров, продвижение артистов на рынке развлечений и управления их репутацией, и заканчивая оценкой коммерческих результатов деятельности и анализом перспектив их развития. При этом эффективное управление артистами в продюсерстве требует от профильных менеджеров не только хорошего понимания индустрии развлечений, но и навыков в области маркетинга, PR и GR-менеджмента, управления проектами и т.д.

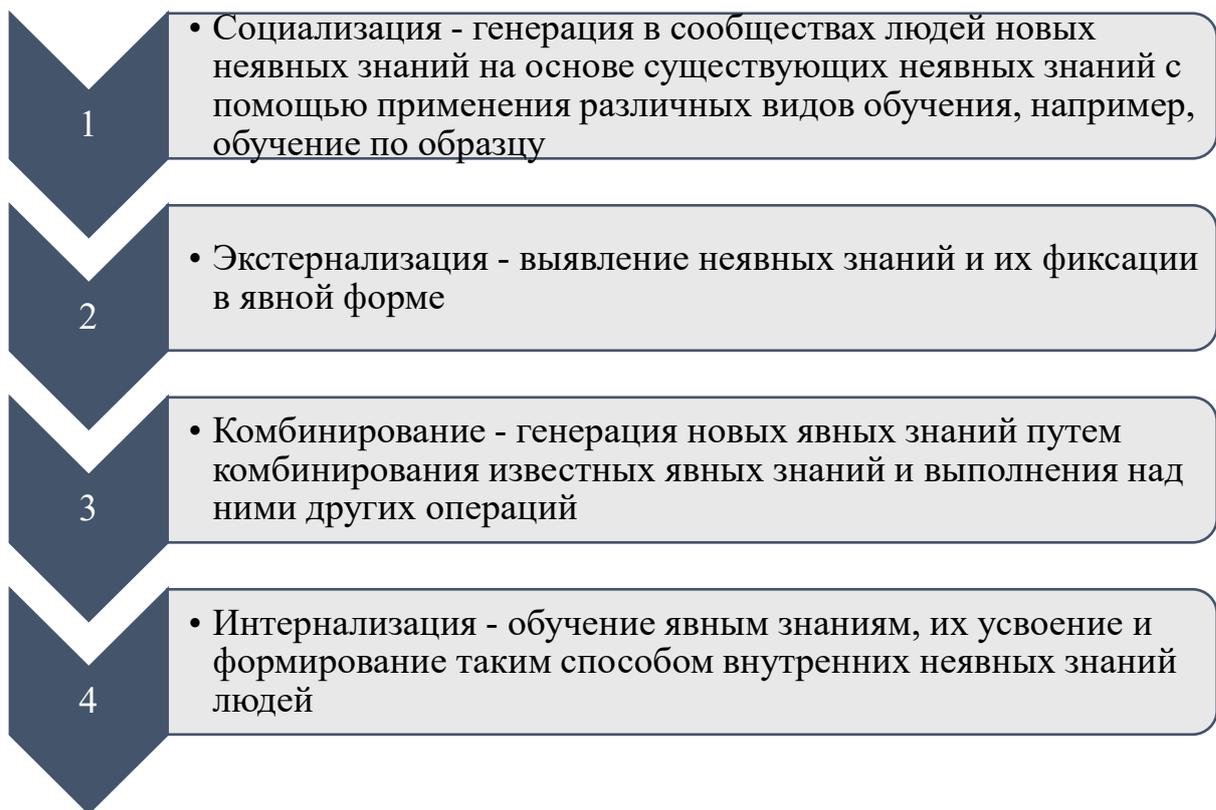
**Менеджмент в сфере культуры.** Менеджмент в сфере культуры как прикладное направление менеджмента предполагает управление и руководство организациями и учреждениями культуры, а также планирование, программирование и подготовка коммерческих и некоммерческих проектов в сфере культуры, основанные на создании организационных и экономических условий саморазвития культурной жизни [29].

**Менеджмент знаний.** С развитием креативной индустрии, основные признаки которой представлены на рис. 3, новый импульс в развитии получило такое прикладное направление, как менеджмент знаний, представляющий собой систематические процессы по созданию, сбору, накоплению, сохранению, распределению и применению знаний [10].



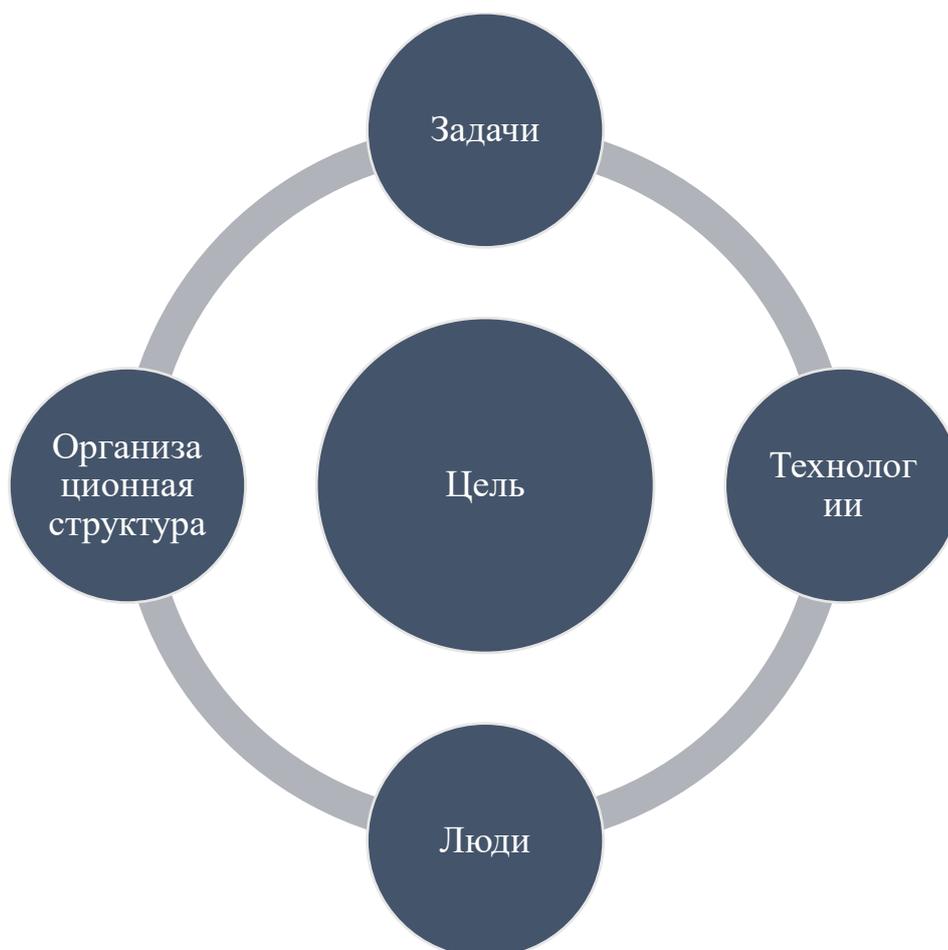
**Рис. 3.** Основные признаки креативной индустрии

Модель взаимодействия явных и неявных знаний при создании новых знаний, описанная Нонаки А. и Такеути Г. [5], представлена на рис. 4.



**Рис. 4.** Модель взаимодействия явных и неявных знаний при создании новых знаний, описанная Нонаки А. и Такеути Г. [5]

**Менеджмент организации.** Рост динамичности внешней среды, требующий адекватной адаптации хозяйствующих субъектов, придает новые импульсы в развитии менеджмента организации как науки, искусства и практики достижения целей путем организации и использования знаний, умений, навыков и мотивов поведения других людей, входящих в эту организационную структуру (рис. 5) [26].



**Рис. 5.** Реализация менеджмента организации путем постановки целей, определения задач по их достижению, выбора наилучших технологий их решения, подбора специалистов, владеющих этими технологиями, и формирования соответствующих организационных структур [26]

**Менеджмент продаж.** Рост насыщенности рынка товарами и услугами стимулирует развитие менеджмента продаж (*sales management*), ориентированный на практическое применение методов продаж как важной бизнес-функции - продажи продукции (товаров, работ, услуг) с целью получения прибыли от коммерческих операций [6].

**Менеджмент территорий.** Сохраняющаяся (а порой и увеличивающаяся) неравномерность пространственного развития государств в сочетании с интенсификацией миграционных процессов стимулирует развитие менеджмента территорий (управление развитием территорий), подразумевающего реализацию специально организуемых системных действий, направленных на обеспечение устойчивого и сбалансированного воспроизводства социального, хозяйственного и природного потенциалов территории в интересах достижения позитивной динамики параметров уровня и качества жизни населения [16].

**Мотивационный менеджмент.** Рост потребностей человека в условиях насыщенного рынка в постиндустриальную эпоху влечет за собой интенсификацию процессов развития мотивационного менеджмента как направления управления организацией, базирующегося на использовании и регулировании мотивации делового поведения людей путем создания условий их заинтересованности в результате своей деятельности, сопряженной со стремлением к достижению целей организации, что предполагает формирование определенных поведенческих установок, влияние на мировоззрение людей, что выражается в формировании и реализации концепций,

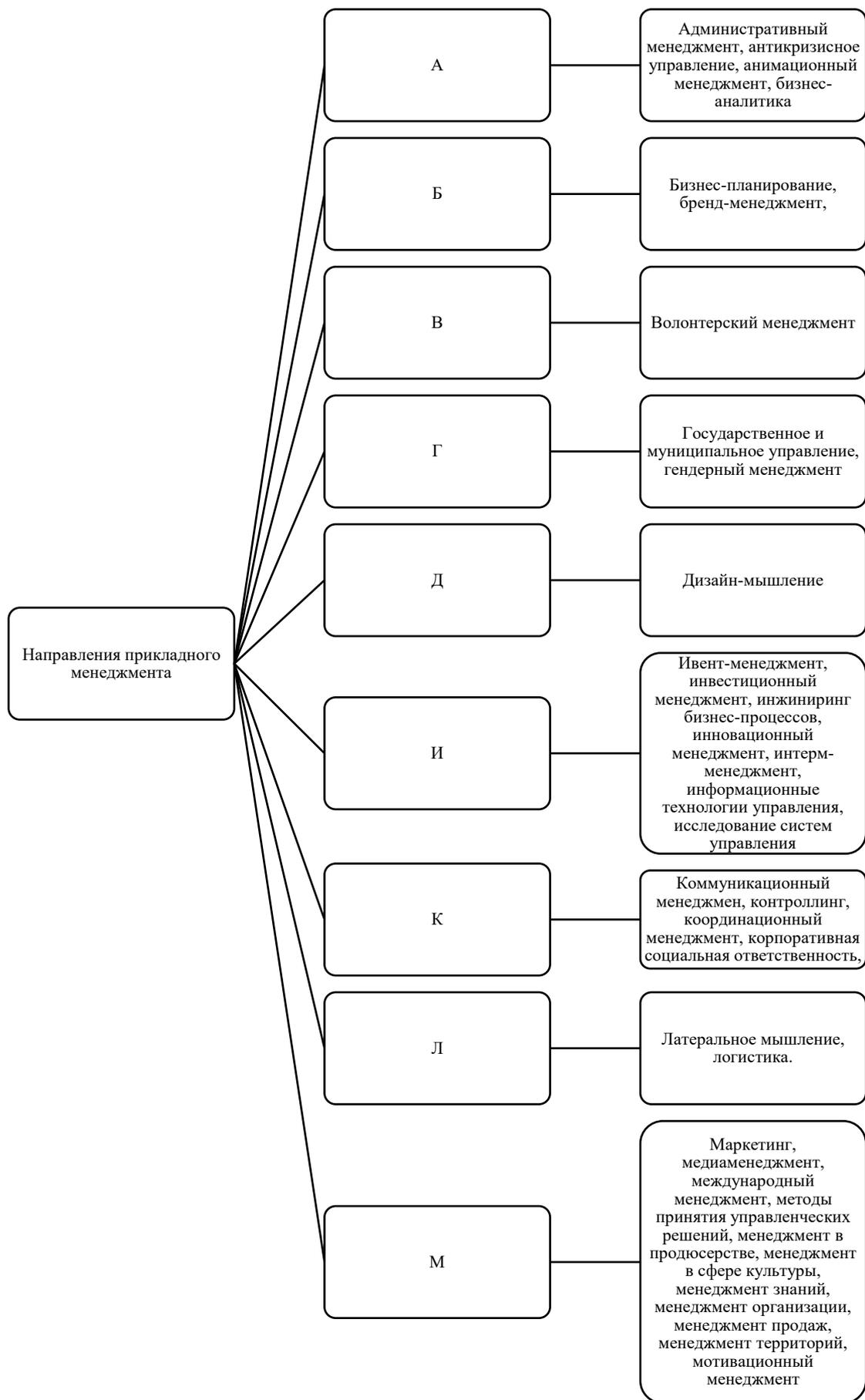
базирующихся на содержательных теориях мотивации (звено «мотив-стимул»), мотивационных теориях «поля» (звено «стимул-цель») и процессных теориях (звено «цель-действие») мотивации (рис. 6) [28].



**Рис. 6.** Обобщенная схема, описывающая механизм мотивации персонала в организации [28]

### Обсуждение результатов и выводы

Таким образом, проведенные исследования позволили выделить к ранее рассмотренным в алфавитном порядке направлениям развития прикладного менеджмента (от А до И) направления развития от К до М (рис. 7).



**Рис. 7.** Современные направления развития прикладного менеджмента, выделенные в алфавитном порядке (от А до М)  
Полученные результаты могут быть использованы:

- в теоретическом аспекте - дальнейшего исследования процессов развития направлений прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху, включая их дифференциацию, группировку, исследование взаимосвязей и т.д.;

- в практическом аспекте - для рационального распределения функций менеджмента в процессе специализации деятельности в управляемых социально-экономических системах.

### Список литературы

1. Edward de Bono. Lateral thinking: Creativity Step by Step. — Harper & Row, 1970. — 300 с.
2. Horvath P. Controlling, Vahlen. München, 2006.
3. International Management: Concept, Environment, Managerial Functions, and Trends. <https://www.geeksforgeeks.org/international-management-concept-environment-managerial-functions-and-trends/>
4. Küng, L. (2008), Strategic Management in the Media: Theory to Practice, Los Angeles 2008.
5. Nonaka, I., and Takeuchi, H. The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation (New York; Oxford University Press, 1995).
6. Spiro, Rosann L., Gregory A. Rich, and William J. Stanton (2008), Management of a Sales Force, 12th Edition, McGraw-Hill Irwin, Boston.
7. Visser, W.; D. Matten, M. Pohl, N. Tolhurst (eds.) (2008). The A to Z of Corporate Social Responsibility. Wiley.
8. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг = Marketing: An Introduction. — 8-е изд. — М.: «Вильямс», 2007. — 832 с.
9. Вакуленко В. Ф. Принципиальные положения прикладного менеджмента через стратегический подход. // Russian Journal of Management 1 (2020): 141-145.
10. ГОСТ Р 53894-2016 Менеджмент знаний. Термины и определения. <https://docs.cntd.ru/document/1200140429>
11. Крылов А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. — М.: Издательство «ИКАР», 2015. — 352 С.
12. Мерзляк А.В. Роль информации и стратегии в моделях управления цепями поставок: референтные модели лучших практик, Ментцера, GSCF, CPFR, SCOR // Российское предпринимательство. — 2015. — Том 16. — № 22. — с. 4099-4118.
13. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) (принят и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31 января 2014 г. N 14-ст) (с изменениями и дополнениями). <https://base.garant.ru/70650726/>
14. Орлов А.Р. Организация продюсерского управления бизнесом. // Труды международного симпозиума "Надежность и качество". 2011. Том 1, С.205-210.
15. Петров М.Н. Эволюция и направления развития парадигмы управления проектами // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Том 7. № 2А. С. 210-221.
16. Региональная экономика и управление развитием территорий: учебник и практикум для вузов / И. Н. Ильина [и др.]; под общей редакцией Ф. Т. Прокопова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 351 с.
17. Сулейманов, А. Р. Особенности проектного менеджмента в современных условиях / А. Р. Сулейманов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 1. — URL: <https://esj.today/PDF/55FAVN123.pdf>
18. Тебекин А.В. Анализ влияния школы научного управления на развитие менеджмента: многоаспектный подход // Стратегии бизнеса. 2019. №1 (57).

19. Тебекин А.В. Динамика развития прикладных направлений менеджмента / А.В.Тебекин, П.А.Тебекин, А.А.Егорова // Транспортное дело России. — 2019. — №4. — С. 11-16.
20. Тебекин А.В. МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ КАК ПРИКЛАДНЫХ СФЕР УПРАВЛЕНИЯ. // Управленческие науки в современном мире. 2015. Т. 2. № 1. С. 375-380.
21. Тебекин А.В. Развитие направлений прикладного менеджмента в постиндустриальную эпоху: часть 1 - от А до И. // ЖУРНАЛ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ. 2024. Том 10, Выпуск 5, с.24-30.
22. Тебекин А.В. Современный менеджмент: основные направления развития // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2015. – № 1 (12). – С. 85-91.
23. Тебекин А.В. Теория менеджмента [Текст]: учебник / А. В. Тебекин. - Москва: КНОРУС, 2016. - 695 с.
24. Тебекин А.В. Методы принятия управленческих решений: учебник для вузов / А. В. Тебекин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с.
25. Тебекин А.В., Збировская Е.П., Тебекин П.А. Принципы прикладного менеджмента: реализация информационных технологий управления // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2016. №2 (4), с.86-94.
26. Тебекин А.В., Касаев Б.С. Менеджмент организации: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: КноРус, 2015. - 420 с.
27. Тебекин А.В., Митропольская-Родионова Н.В., Хорева А.В. Анализ направлений совершенствования современных технологий управления при развитии прикладного менеджмента. // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. 2019. № 4. С. 147-159.
28. Тебекин, А.В. Управление персоналом: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080500 "Менеджмент" / А. В. Тебекин. - Москва: КноРус, 2014. - 624 с.
29. Федотова, Н. Г. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Н. Г. Федотова, НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с.
30. Цыпкин Ю. А., Иванов Н.И., Кокорев А.С., Фомин А.А. Прикладной менеджмент. - Москва: Научный консультант, 2024. - 440 с.