

Емельянцев Дмитрий Олегович,
*СПбГУ, факультет политологии,
3 курс бакалавриата,
hbjks09@mail.ru*

ВИДЕНИЕ ПИТЕРОМ ДРУКЕРОМ БУДУЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА И РЕАЛИЗАЦИЯ ЕГО ПРОГНОЗОВ

Аннотация

В статье рассматривается личность одной из важнейших фигур в современном менеджменте – Питера Друкера. Этот человек еще в начале формирования современных бизнес-организаций указывал основные направления и систематизировал те основы, на которых выстраивались организации компаний того времени. Однако с начала научной карьеры прошло уже 70 лет, за это время очень много изменилось. Целью данной статьи является необходимость проследить – насколько те модели, которые описывал Друкер в начале информационной революции воплотились в сегодняшней реальности.

Ключевые слова: менеджмент, Питер Друкер, организационные структуры, бизнес, инновации, информационная революция, глобализация.

RePEc: M11

УДК: 005.1

Emelyantsev Dmitrii,
Saint-Petersburg State University,
the faculty of political science,
3rd year bachelor's degree,
hbjks09@mail.ru

PETER DRUCKER'S VISION OF THE FUTURE OF MANAGEMENT AND THE IMPLEMENTATION OF HIS FORECASTS

Abstract

The article examines the personality of one of the most important figures in modern management – Peter Drucker. Even at the beginning of the formation of modern business organizations, this person indicated the main directions and systematized the foundations on which the organizations of companies of that time were built. However, 70 years have passed since the beginning of his scientific career, and a lot has changed during this time. The purpose of this article is to trace the extent to which the models described by Drucker at the beginning of the information revolution have been embodied in today's reality.

Keywords: management, Peter Drucker, organizational structures, business, innovation, information revolution, globalization

RePEc: M11

УДК: 005.1

УДК: 005.1

Емельянцев Дмитрий Олегович,
*СПбГУ, факультет политологии,
3 курс бакалавриата,
hbjks09@mail.ru*

ВИДЕНИЕ ПИТЕРОМ ДРУКЕРОМ БУДУЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА И РЕАЛИЗАЦИЯ ЕГО ПРОГНОЗОВ

Emelyantsev Dmitrii,
*Saint-Petersburg State University,
the faculty of political science,
3rd year bachelor's degree,
hbjks09@mail.ru*

PETER DRUCKER'S VISION OF THE FUTURE OF MANAGEMENT AND THE IMPLEMENTATION OF HIS FORECASTS

Питер Фердинанд Друкер – фигура, безусловно, знаковая в менеджменте. Некоторые называют его не просто выдающимся, но приписывают его имени такие термины как отец-основатель современного менеджмента, патриарх, гуру («Непревзойденным гуру менеджмента был и остается Питер Друкер» [8]). Всё это говорит о безусловно гигантском вкладе Питера Друкера в развитие теории и практики менеджмента.¹ [9; 12]

Отметим, что в молодые годы Питер Друкер и не думал о такой карьере, работал в конторе по импорту хлопка, а учился на юриста. Хотя по его словам, учебы как таковой не было, он просто платил деньги за сдачу экзаменов, а сам всё свое свободное время просиживал в библиотеке и читал так много книг, насколько это вообще было возможно прочитать. Быть может, что именно это самообразование позволило впоследствии ему стать деловым обозревателем в газете и более плотно заниматься изучением вопросами права, экономики и политики.

¹ Существуют и иные оценки вклада Питера Друкера. См., например: [17]

Первый период жизни Друкера выпал на довольно интересный послевоенный мир, так называемый «interbellum». В своей книге Друкер пишет про то, что менеджмент как понятие зародилось давно², отсылки к такому мы можем найти в трудах Адама Смита, а если внимательнее присмотреться к действиям первого министра финансов США Александра Гамильтона, то в них мы можем найти появление такой должности как исполнительный директор. Однако существовал ли менеджмент именно как наука, которой можно научиться и которая бы позволяла эффективно управлять предприятием в период первых трудовых начинаний Друкера? Сам Друкер пишет так про это: "Все, чем мы в то время располагали, были какие-то байки из практики руководителей. Не было ни одной работы, в которой хотя бы делалась попытка проанализировать, изучить и представить менеджмент как самостоятельный вид деятельности со своим кругом обязанностей. Поэтому мне не оставалось ничего другого, как самому творить науку менеджмента, что я и сделал, написав эту книгу". [6, с. 11-12]

До Друкера, конечно же существовали три научные школы, в частности, можно вспомнить классическую школу менеджмента и ее основоположника Фредерика Тейлора, но его подход больше представлял собой «механистическую» науку. Во многом – это была концепция, которая была духом времени, носила характер предписания для тех предпринимателей и управленцев, которые запускали и управляли предприятие, связанное с внедрением конвейерного производства. Тейлоризм можно описать как систему, которая занималась специализацией и рационализацией трудовых операций, которые в конечном счёте должны были приводить к интенсификации труда. Бихевиориальная школа исследовала психологическую составляющую менеджмента, математическая школа – развивала количественные методы. Друкер же пытался создать новую науку, которая сочетала в себе классический подход Анри Файоля и бихейворизм, столь

² Вместе с тем, понятие менеджмента связано с крупным машинным производством. Поэтому, менеджмента как науки до XIX века не существовало. [7]

популярный в те годы, а затем на основе этого построил единое здание менеджмента. [15]

Огромное значение во всей организации производства и управлении им Друкер отводил огромное значение для новых знаний, технологий и информации. Особенно учитывая тот факт, что первая книга Питера Друкера вышла в 1954 году, а именно на этот период приходится начало становления постиндустриального общества, т.е. общества, в основе которого лежит информация. Не случайно Друкер подмечает тот факт, что само понятие менеджер и его трансформацию в «профессионального индивидуального сотрудника» происходило именно в 50-ые годы. В целом, до того времени, опять же стоит отметить, что профессия менеджера не была особо уважаемой, а сами менеджеры не всегда понимали в чем конкретно заключаются их функции. Здесь напрашивается очень хорошая аналогия с такой профессией как режиссёр. На заре великой эпохи Голливуда и кинематографа режиссёров редко обозначали в титрах, их роль не была столь значительна, а подходы к созданию всех фильмов были до жути однообразны, что можно увидеть в ранних картинах 10-20-ых годов. [20] Тогда в первую очередь чествовали актёров, а режиссеров задвигали на задний план. Только после появления фильма «гражданин Кейн», который был создан величайшим режиссером Орсоном Уэллсом, инвесторы, продюсеры и директора киностудий наконец поняли, что режиссёр и ряд решений, которые он принимает в ходе создания фильма – действительно влияют на всё и выделили профессию режиссёр как одно из важнейших про создании фильма.

В бизнесе произошло по сути дела то же самое. Чем более сложной становилась цепочка производств, чем больше требовалось сил для управлением производства, тем более очевидным становилось потребность в появлении профессионального индивидуального сотрудника. Также на это накладывался известный конфликт предпринимателя и менеджера, но постепенно первопроходцы многих технологических компаний понимали, что пора отдать бразды правления тем людям, вернее тому количеству людей,

которые реально будут понимать как нужно выстраивать производство, удовлетворять потребности людей и генерировать прибыли в новых реалиях информационного общества.

Новый профессиональный работник, именуемый менеджером, получает в свои руки власть. У менеджера, благодаря Питеру Друкеру и развитию наукоемкого производства, появляются реальные функции и задачи. Сам Друкер выделяет 5 важнейших функций менеджера – установка целей, организация, мотивация, оценивание и развитие. Обратимся к каждой из этих функций, чтобы понимать, что они значат в контексте работы менеджера.

Первая и самая важная функция – это постановка целей. По сути дела, это есть главный показатель приобретенной власти менеджера, пусть даже если и среднего звена. Менеджер не только слепо исполняет свои обязанности по выполнению планов. Он сам придумывает и устанавливает пути того, как можно достичь поставленные перед ним задачи, путем установки целей для своих подчиненных. [13] Это важный показатель новой автономии, где иерархическая цепочка всё более раздробляется и иерархия не является прямо нисходящей. В эту же целеполагающую функцию можно сразу включить и отмеченную организационную функцию. Поскольку без организации достижения цели, сама цель достигнута не будет. А организация – это прикладная функция, поскольку уже в рамках неё происходит управление единицами производства для достижения целей. Далее, две новые, и возможно самые важные функции в рамках новой науки менеджмента и создания образа индивидуального профессионального работника - это мотивирование, налаживание контактов и развитие людей. В целом, можно даже объединить это в одну единую функцию – работа с людьми или с персоналом. Новый менеджер должен производить такую колоссальную работу с людьми. Он не только управляет ими, он старается выстраивать грамотную и дружелюбную коммуникацию между персоналом, чтобы не возникало никаких разногласий в коллективе, в ином случае это будет приводить к понижению производительности. И, возможно, самая главная задача, которая возлагается

на менеджера – это обучение персонала. Менеджер, пускай даже если он менеджер среднего звена, обязан доносить необходимую информацию до своих подчиненных, доставлять для них какую-то новую информацию и способствовать их развитию в той сфере, в которой работает компания. Таковы новые реалии информационного общества и необходимо подстраиваться под них.

Друкер, безусловно, уделяет внимание не только компаниям и их развитию, хотя без развития предприятий невозможно переходить к детальному рассмотрению составных частей этих предприятий. Организация всегда должна «понимать» себя: бизнес всегда обязан понимать, что он из себя представляет. Друкер формирует вопросы, за счёт которых организация может осуществлять самоанализ. Это должно происходить с пониманием сегодняшнего состояния, а также перспектив будущего развития, в том числе с учетом стратегического планирования. Эти перспективы должны быть разделены на две части – какой бизнес будет, и то, каким бизнес должен быть (будущий идеал), та форма, к которой бизнесу необходимо стремиться. Такой анализ должен включать понимание собственной целевой аудитории, ее интересов, ценностей.

После изучения себя и понимания, бизнес должен обращаться к своему главному внутреннему ресурсу – персоналу. Нет ничего более ценного, чем кадровый состав предприятия. Безусловно, топ менеджмент и менеджмент среднего звена являются важной частью компании. Но без рядового персонала, без отдела маркетинга, исследовательского отдела, эта когорта менеджеров будет попросту бесполезна. Друкер огромное значение придаёт именно развитию персонала, улучшению его качеств и его обучению, также, как и исследовательским разработкам в компании. Живя в эпоху информационного общества, разработка и внедрения инноваций, а также подготовка персонала к меняющимся условиям общества информации также становится важнейшим фактором в развитии организаций.

Прогнозы Питера Друкера. Итак, если структурировать все те прогнозы, которые даёт Питер Друкер для менеджмента и для компаний будущего, а для нас компаний настоящего, то получается следующий список:

1. Одно из самых важных предсказаний Друкера относится непосредственно к самим корпорациям. **Будет существовать не один вид корпорации, а несколько.** Тем более, что тогда корпорации всё равно оставался одним и тем же видом, пускай и со своей национальной спецификой, находясь в США, Германии или Японии и «впитывая» особенности тех стран. Но в 1970-ые грянули новые изменения в плане появления нового типа крупных институциональных инвесторов и нового типа работников. Корпорация уже тогда претерпела значительные изменения. Друкер не берётся точно определять какие новые типы организации нас ожидают, он лишь отмечает, что ими должны быть и будут избраны новые подходы.
2. Друкер отдельно выделяет **важность социального характера корпорации.** Ценности компании, миссия и образ будут подчас важнее той продукции, которую они производят, поскольку в обществе маркетинга информация о бренде и о компании в целом, о ее ценностях, о её действиях в поддержку того или иного будет гораздо более ценнее. Друкер это отмечает не раз, уделяя тем самым социальному характеру бизнеса огромное значение. [3]
3. Друкер отмечает также **важный характер альянсов, партнерства** и в целом **ускорение географической и производственной диверсификации компаний.** Тем самым, он делает ставку на всё большую и большую глобализацию как мира, как и всего бизнеса. Именно для этого и потребуются новые формы взаимодействия в виде альянсов, а также постановка новых целей и задач для топ-менеджмента, а возможно вместе с ним и его трансформация под новые глобальные реалии. [4]

4. В 1992 году он предсказал то, что сейчас только начинают осознавать компании, – *изменение взаимоотношений между личностью и компанией*. В современных организациях человек для организации оказывается важнее, чем организация для человека. Проблема войны за таланты фактически была предсказана им задолго до одноименного исследования компании "Маккинзи" говорит Сергей Филонович, декан Высшей школы менеджмента ГУ-ВШЭ. [10]
5. Друкер пишет в статье "Управляя собой", что *главная потребность и миссия современного человека - управлять собой*, тем самым создавая ценность внутри себя и не слепо подчиняться приказам, а выходить за рамки и создавать больше. Работникам "экономики знаний" стоит ориентироваться именно на свои ценности как на единственный критерий выбора места в жизни. А еще – принять на себя ответственность за отношения в организации, поскольку современные организации основаны "на доверии и понимании". Таким образом, работник постепенно становится по сути функциональной единицей и именно это, по предположению Друкера, произойдет в будущем. [2]
6. В одной из своих последних книг "Задачи менеджмента в XXI веке" Друкер, по сути, закрывает тему оргструктуры, заявляя, что структура должно быть столько же, сколько бизнес-проектов и людей: "Более ста лет – начиная с Дж. П. Моргана и Джона Д. Рокфеллера в Соединенных Штатах, Георга Сименса в Германии, Анри Файоля во Франции и Альфреда Слоуна в General Motors и заканчивая сегодняшним всеобщим восторгом от командного подхода к организации работы – мы искали единственно правильную организацию для наших компаний. Сегодня такого просто не может быть. Будут существовать только "организации", отличающиеся друг от друга примерно так же, как отличаются друг от друга различные "здания" – нефтеперегонный завод, кафедральный собор и жилой дом. Любая организация в развитых странах должна будет создаваться для конкретной задачи, времени и места (или культуры)". [1]

7. В 1984 году Друкер в книге «Бизнес и инновации» обосновал необходимость создания *нового "предпринимательского общества"*. Друкер одним из первых заговорил о внутрифирменном и социальном "предпринимательстве".[5] Он считал что экономический успех Японии основывался на социальных инновациях. Именно в развитии таких институтов, как высшее и среднее образование, трудовые соглашения и кроется секрет успеха. Кроме того, он предостерег от излишнего пафоса в отношении инноваций. По его мнению, большинство успешных инноваций основаны не на уникальных изобретениях и неизвестных фактах, а на изменениях. Причем изменения эти связаны с изменениями в демографической структуре общества, в формировании и структурах рынка. То есть в основном это социально-экономические изменения.

Можно долго говорить про другие предположения Друкера по поводу развития организации, менеджмента и развития работников в рамках этой организационной структуры [19], но в целом это основные аспекты, которые хотелось бы выделить.

Итак, проводя всё сквозь призму времени, проанализируем прогнозы Друкера и попытаемся понять насколько современные организации стали таковыми.

1. Здесь Друкер был прав, он смог предсказать становление нового типа организации по тем моделям, которые были доступны лишь в начале формирования информационного общества. Тем более, что на тот момент не существовало многих технических средств, которые и определяют сегодняшний облик и устройство корпорации. Он просто знал, что старый концепт корпораций в скором времени исчерпает себя, а информация со временем станет важнейшим фактором, точно так же как и технологии. Сегодняшняя крупная корпорация, во многом вне зависимости от того, что она производит, может характеризоваться несколькими аспектами. Во-первых, управленческая иерархическая система в целом не была особо видоизменена

со временем основной творческой деятельности Друкера. Единственное, что стоит отметить – ослабление формальных связей, менеджмент в компаниях делает ставку не на прямое подчинение, а на систему стимулов и неформального взаимодействия, причём как со стороны подчиненного, так и со стороны менеджера, то есть это обоюдный процесс. Безусловно, такое применяется не везде, многие компании сохраняют иерархические отношения и официоз, но более современные корпорации уже отходят от такого порядка. Самое главное изменение, которое мы можем наблюдать в данном случае – использование новых технологий. Компании благодаря этому вышли на совершенно новый уровень. Интернет и интранет, большие объемы данных, возможности для удаленной работы. Всё это в корне изменило саму структуру работы. Новая организация корпорации – это организация информационная, в которой главенствуют технологии и большие объемы данных. Именно поэтому настолько, насколько это было возможно, Питер Друкер в точности предсказал образ современной организации корпорации.

2. В данном случае Друкер полагал, что компании со временем будут всё больше и больше социально ответственным. Для нас важно понимать, что почти весь западный бизнес, который сейчас существует, так или иначе ответственен перед обществом. Не всегда правовые нормы заставляют уделять особое внимание мерам по снижению выбросов в атмосферу. Именно понимание, что твое предприятие ответственно перед обществом и в случае, если эта ответственность будет нарушена, то тебя ждут крупные издержки, подталкивает производителей к устранению мельчайших недостатков. Хороши ли это или плохо? Вопрос довольно дискуссионный. Самое главное, что в контексте предсказаний Питера Друкера так в действительности и произошло. Бизнес и социум сейчас переплетены настолько тесно, насколько это в целом возможно. [16] И это еще раз подтверждает тот факт, что Друкер был настоящим архи гуру и не зря получил такой титул.

3. Далее, что касается партнерства и создания альянсов между компаниями. На самом деле, это, возможно, одна из самых очевидных тенденций. Было

понятно, что со становлением глобального мира и глобального рынка появление глобальных компаний или хотя бы глобального сотрудничества между компаниями было вопросом времени. Тут действительно всё так и произошло, компании с большим удовольствием заключают альянсы друг с другом, производят совместную продукцию и разделяют прибыль от реализации продукции. Некоторые даже делят рынки. Так, например, в России компания Uber делит рынок такси с Яндексом, тем самым образовывая определенный альянс конкретно на российском рынке. К сожалению, пандемия COVID-19 внесла определенные корректировки в темпы глобализации, но это лишь небольшая коррекция. Уже почти всем очевидно, что у этого процесса гораздо больше плюсов, чем минусов. Именно поэтому Питер Друкер и в данном случае оказался абсолютно прав.

4. В данном случае это предсказание Друкера было сделано несколько позже. Однако оно опять связывается с технологией и информацией. Да, безусловно, грамотные профессионалы своего дела всегда ценились в крупных компаниях. Но ранее навыки были не столь необходимы, требовались более этические навыки для людей, нежели чем практические, особенно если речь идёт о менеджерах среднего звена. Быстрое развитие технологий всё изменило. В сегодняшнем мире программист, обладающий навыками программирования на редких и востребованных языках будет предметом «вожделения» многих компаний, поскольку он может обеспечить те ключевые факторы успеха, которые позволяют компании лидировать. А ведь нужны не только программисты. Допустим, менеджеры, которые заканчивают лучшие бизнес школы мира, соответственно обладают самыми лучшими знаниями о своей отрасли и их ценность как работников возрастает в разы: лишь один факт обладания ими ценными знаниями уже заставляет компании конкурировать за такого сотрудника. [11] Ценность знаний и уникальных навыков в современном мире возросла настолько, насколько это в целом возможно и Питер Друкер в этот раз опять оказался прав.

5. Данный пункт несколько пересекается с прошлым пунктом. Человек как

ресурс невероятно ценен. Главный его ресурс – знания. Когда ты обладаешь всеми ключевыми навыками, являешься высокопрофессиональным сотрудником, ты будешь делать правильные решения и будешь невероятно ценным. Но также твои навыки дают тебе возможность совершать почти все действия, которые требуются от тебя в одиночку. В американской армии в конце 20-ого века была принята концепция один солдат – одна армия. В бизнес структуре мы можем видеть схожие тенденции. Один работник в меру не умственных, но физических возможностей становится сотрудником организацией, способным совершать невероятное множество действий. [18] Именно поэтому компании стараются поддерживать и развивать каждого из своих сотрудников, всё более и более увеличивая его ценность. А синтез таких сотрудников-организаций создаёт один большой производительный организм. И снова архи гуру Питер Друкер попал в точку относительно будущего человеческих ресурсов в компании.

6. Несмотря на явные тенденции глобализации, которые уже можно было наблюдать со второй половины XX века, это не значит что глобализация приводит к стандартизации. [14] Да, безусловно, многие корпорации перенимают структуры и принципы организации. Но это вызвано только лишь тем, что такая структура является успешной и не перенимать такие модели было бы попросту глупо. Однако же мы должны понимать, что есть уникальные типы организаций, где есть свои особенности, в некоторых странах есть свои культурные особенности, которые будут так или иначе влиять на структуру организации компаний. Например, в современной России могут быть особенности, связанные с отсутствием отделов лоббизма, поскольку так или иначе крупный бизнес связан с государством и у него есть прямые контакты с государством и соответственно лоббизм происходит через личностные контакты крупных чиновников и крупных топ-менеджеров, а не через людей, которые изучают это как отдельное направление и применяют этически-правовые методы, а не личные связи. Таким образом, действительно, Питер Друкер сделал пусть и не столь сложное предсказание, однако он понимал,

что даже при всех тех условиях глобализации, не произойдет стандартизации.

7. Возможно, это один из пунктов в которых Друкер ошибся. Да, безусловно, социальная составляющая бизнеса играет очень важное значение. Но помимо социальных факторов существуют и иные. Он был прав в одном – нельзя излишне уповать на инновации. Друкер приводит Японию, в которой социальное предпринимательство обернулось для страны потерянными десятилетиями, когда страна находилась в довольно долгой и затяжной рецессии. В нынешний период у Японии нет серьезных драйверов роста, даже учитывая, что японское общество довольно динамичное в плане предпринимательства. Возможно, что технологии, инновации, социальное предприятие это не ключевые, но просто ряд факторов, которые способствуют экономическому развитию в целом и развитию предприятий в частности.

Заключение. Питер Друкер – выдающаяся фигура в такой науке как менеджмент. Друкер расширил и систематизировал информацию о менеджменте, а также выдвинул ряд важных предположений о будущем. Находясь на стыке эпох, он предвидел невероятно важные изменения, которые ждут нас в недалеком будущем. Не зря многие уже после выхода его трудов стали называть его не просто гуру, а архигуру менеджмента. Конечно, не все предположения и предсказания архигуру сбылись. Но это абсолютно нормально, невозможно предсказывать будущее с точностью до мелких событий. Самое важное, что магистральная линия и самые важные предсказания сбылись и в современном мире менеджмент компаний выстроен таким образом, каким господин Друкер хотел бы его видеть. Конечно, с тех пор мир значительно преобразился. Сегодня, переходя в новую эпоху технологий было бы неплохо, если в научной сфере появился новый архигуру, который с такой же точностью провел систематизацию знаний и сделал новые предсказания на счет будущего менеджмента на 50 лет вперед для того, чтобы топ-менеджмент многих мировых компаний также понимал, куда ему необходимо двигаться.

Библиография

1. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке = Management challenges for the 21st century. – М.: Вильямс, 2007. – 276 с.
2. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента. – М.: Вильямс, 2004. – 432 с.
3. Drucker P.F. The new society of organizations // Harvard Business Review. – 1992. – Vol. 70, Iss. 5. – P. 95–105.
4. Drucker P. F. The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management. Reissue edition. – N.-Y.: Harper Business, 2008. – 368 p
5. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс. 2009. – 423 с.
6. Друкер П. О профессии менеджера. – М.: Вильямс, 2009. – 306 с.
7. Бажутин И.А., Бажутина М.М. Менеджмент: мифы и реальность // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 52. – С. 6-13.
8. Виханский О.С. Визионер, создавший менеджмент // Вестник Московского университета. Серия 24: Менеджмент. – 2010. – № 1. – С. 3-10.
9. Катькало В.С. Питер Друкер и современный менеджмент // Вестник СПбГУ. Сер.5. – 1995. – Вып.3. – С.14 – 23.
10. Катькало В.С., Филонович С.Р. Менеджмент и проектирование будущего (памяти Питера Ф. Дракера) // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3, №4. – С. 3-10.
11. Мергасова Л. С. Актуальность концепции общества знаний Питера Дракера // Система ценностей современного общества. – 2010. – №15. – С. 349-352.
12. Мильнер Б.З. Менеджмент: эпоха Питера Дракера // Экономическая наука современной России. 2006. – № 1 (32). – С. 182-187.
13. Овчинников С.А. Управление по целям как парадигма современного менеджмента (Питер Друкер и развитие его идей) // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2013. – № 6. – С. 30-41.

14. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегические альтернативы маркетинга в глобальной экономике // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 3. – С. 84-103.
15. Пашкус Ю.В. Введение в менеджмент // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5: Экономика. – 1993. – № 2. – С. 69-78.
16. Петров С.Л., Иванов А.Г. Влияние рынка на предпринимательские ценности в обществе // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. – 2019. – № 2. – С. 492-499.
17. Тимофеев М.И., Мысаченко В.И., Жеребцов В.И. Другой взгляд на теорию менеджмента П. Друкера // Вестник Национального Института Бизнеса. – 2017. – № 30. – С. 189-197.
18. Федулова Л.И. Экономика знаний в контексте взглядов Питера Друкера // Экономическая теория. – 2007. – Т. 4, № 3. – С. 86-99.
19. Эдерсхейм Э.Х. Лучшие идеи Питера Друкера. – СПб.: ООО «Питер Пресс», 2011. – 384 с.
20. Джозеф Собран: Кино как история // ЭОН. Альманах старой и новой культуры. 2008. №VIII. – [Электронный документ] – <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-istoriya> (дата обращения: 28.05.2022).

References

- Drucker P.F. (2007) Tasks of management in the XXI century = Management challenges for the 21st century. Moscow: Williams. 276 p
- Drucker P.F. (2004) Encyclopedia of Management. Moscow: Williams. – 432 p.
- Drucker P.F. (1992) The new society of organizations // Harvard Business Review. – Vol. 70, Iss. 5. – P. 95–105.
- Drucker P.F. (2008) The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management. Reissue edition. – New-York: Harper Business. – 368 p
- Drucker P.F. 2009. Business and innovation. Moscow: Williams. 423 p.

Drucker P. About the profession of a manager. Moscow: Williams, 2009. 306 p

Bazhutin I.A., Bazhutina M.M. Management: myths and reality // Actual issues of economic sciences. – 2016. – No. 52. – pp. 6-13.

Vihansky O.S. Visionary, who created management // Bulletin of the Moscow University. Episode 24: Management. – 2010. – No. 1. – pp. 3-10.

Katkalo V.S. Peter Drucker and modern management // Bulletin of St. Petersburg State University. Ser.5. – 1995. – Iss. 3. – pp.14-23.

Katkalo V.S., Filonovich S.R. Management and design of the future (in memory of Peter F. Draker) // Russian Journal of Management. – 2005. – Vol. 3, No. 4. – pp. 3-10.

Mergasova L. S. The relevance of the concept of the knowledge society of Peter Drucker // System of values of modern society. – 2010. – No.15. – pp. 349-352.

Milner B.Z. Management: the Era of Peter Draker // Economic science of modern Russia. 2006. – № 1 (32). – Pp. 182-187.

Ovchinnikov S.A. Goal management as a paradigm of modern management (Peter Drucker and the development of his ideas) // Bulletin of the Russian State University. Series: Economics. Management. Right. – 2013. – No. 6. – pp. 30-41.

Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. (2018) Strategic alternatives of marketing in the global economy // Marketing MBA. Marketing management firms. – Vol. 9, No. 3. – pp. 84-103.

Pashkus Yu.V. Introduction to management // Bulletin of St. Petersburg University. Ser. 5: Economics. – 1993. – No. 2. – pp. 69-78.

Petrov S.L., Ivanov A.G. The influence of the market on entrepreneurial values in society // Herzen readings: psychological studies in education. – 2019. – No. 2. – pp. 492-499.

Timofeev M.I., Mysachenko V.I., Zherebtsov V.I. Another view on the theory of management by P. Drucker // Bulletin of the National Institute of Business. – 2017. – No. 30. – pp. 189-197.

Fedulova L.I. Economics of knowledge in the context of Peter Drucker's views // Economic theory. – 2007. – Vol. 4, No. 3. – pp. 86-99.

Edersheim E.H. The best ideas of Peter Drucker. St. Petersburg: LLC "Peter Press", 2011. – 384 p.

Joseph Sobran: Cinema as history // AEON. An almanac of old and new culture. 2008. No.VIII. – [Electronic document] – <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-istoriya> (accessed: 05/28/2022).