

ХРОНИКА

ЧЕТЫРНАДЦАТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

Общая информация о конференции

Со 2 по 5 апреля 2013 г. в Москве прошла Четырнадцатая Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества, проводимая Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» при участии Всемирного банка и Международного валютного фонда.

Специальными темами конференции стали: «Мировой экономический кризис и российская экономика» и «Институты и новая социальная политика», которым были посвящены пленарные заседания, а также отдельные почетные доклады, секции и круглые столы.

Конференция вызвала значительный интерес российских и зарубежных ученых, представителей федеральных органов исполнительной власти, бизнеса, средств массовой информации.

На пленарных заседаниях 2 и 3 апреля выступили: первый заместитель председателя Правительства РФ И. И. Шувалов, заместитель председателя Правительства РФ О. Ю. Голодец, помощник Президента РФ А. А. Фурсенко, министр образования и науки РФ Д. В. Ливанов, министр РФ М. А. Абызов, министр финансов РФ в 2000–2011 гг., председатель Комитета гражданских инициатив А. Л. Кудрин, первый вице-президент и главный экономист Всемирного банка К. Басу, профессор, бывший председатель правления

CASE М. Домбровский, профессор Университета Мельбурна С. Маргинсон.

Проблемы развития экономики и общества обсуждались в рамках 29 тематических секций, включавших 159 сессий, в том числе 15 круглых столов. На конференции было заслушано 533 научных доклада, 153 из которых были представлено зарубежными участниками. Всего в работе конференции приняли участие 1200 человек, из них выступили с докладами 533 человека (табл. 1). Сведения о динамике числа участников конференции в последние годы представлены в табл. 2.

Секция «Менеджмент»

В рамках секции «Менеджмент» состоялось пять сессий: «Бизнес как объект социального исследования: российская и международная перспектива», «Менеджмент: программы и проекты исследований», «Межфирменные взаимодействия и клиентоориентированность», «Количественные модели в менеджеральных исследованиях» и «Новые управленческие (маркетинговые) метрики и технологии: вызовы и возможности работы на российском рынке». Руководителями секции «Менеджмент» выступили д. э. н., профессор, заведующая кафедрой стратегического маркетинга НИУ ВШЭ О. А. Третьяк и к. э. н., профессор, декан факультета менеджмента НИУ ВШЭ Н. Б. Филинов.

Из 41 заявки, поданной для участия с докладом на секции «Менеджмент», на этапе

Таблица 1

Общая информация об участниках конференции

	Количество участников конференции, чел.	Количество выступивших с докладами, чел.	Доля докладчиков от общей численности участников в соответствующей группе, %
Всего	1200	533	44
из Москвы	895	259	29
из регионов	152	121	80
иностранцы	153	153	100

Источники: официальные данные организаторов конференции.

Таблица 2

Количество участников конференции в сравнении с предыдущими годами

	Год									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Численность зарегистрированных участников конференции, из них:	808	836	1053	1397	1420	1475	1483	1293	1188	1200
российские участники, всего,	706	776	985	1294	1334	1343	1340	1189	1097	1047
в том числе:										
из регионов РФ	37	45	102	114	160	135	156	245	179	152
из НИУ ВШЭ, включая филиалы	173	187	237	253	442	390	434	649	530	432
иностранцы, включая СНГ	102	60	68	103	86	132	143	104	91	153

Источники: официальные данные организаторов конференции.

экспертизы было отклонено 17 заявок. Экспертиза проводилась тремя независимыми экспертами. В результате в рамках секции «Менеджмент» в течение четырех дней конференции было заслушано 24 доклада в рамках 6 сессий.

В работе секции «Менеджмент» приняли участие 18 докладчиков из России и 6 иностранных докладчиков из Турции, Дании, Финляндии и Италии. Почетным иностранным участником секции стал профессор *P. Badgio* из Университета Боккони (Dr. Rodolfo Baggio, Bocconi University). Он выступил с докладом «Studying complex tourism systems: A novel approach based on networks derived from a time series» на сессии «Количественные модели в менеджериальных исследованиях».

Секция «Бизнес как объект социального исследования: российская и международная перспектива» под руководством доктора философских наук, профессора НИУ ВШЭ *А. Г. Эфендиева* была посвящена результатам

эмпирических исследований организаций. В первом докладе профессор Университета Ольборга (Дания) *П. Нильсен* представил результаты большого исследования организационных изменений и инноваций в организациях Дании. Эмпирическую базу исследования составил опрос сотрудников 2000 организаций по вопросам востребованности квалификации и новых компетенций на рабочих местах, благополучия сотрудников, их удовлетворенности и приверженности, вовлеченности в разработку инноваций и проводимые изменения. Особый интерес у аудитории вызвал тот факт, что, хотя в период кризиса в 2009–2011 гг. в исследованных организациях, с одной стороны, выросла текучесть кадров и сократились возможности развития сотрудников, а с другой стороны, повысился уровень требований, уровень удовлетворенности персонала существенно вырос.

Второй доклад секции, представленный *В. А. Давыденко*, профессором Тюменского

государственного университета, был посвящен компаративному исследованию доверия. Международный проект по изучению доверия «высокого» и «низкого» уровней продемонстрировал различия между странами по данному показателю. Россия по данному критерию наиболее близка Турции и была определена как «страна недоверия» с высокими транзакционными издержками, в которой важной составляющей доверия выступают социальные сети. Автор доклада делает заключительный вывод, что современный бизнес весьма сильно опирается на доверие — системное, личностное и институциональное, однако в российском бизнесе его очень мало.

Е. А. Александрова (НИУ ВШЭ) представила исследование, проведенное *Е. Г. Калабиной* (Уральский государственный экономический университет), о влиянии религиозной идентичности на процессы поиска и выбора работы. Авторы исследования утверждают, что люди стали чаще осознавать свою религиозную идентичность и руководствоваться ею при выборе характера и места работы, а также каналов ее поиска. Это интересное утверждение было проверено на базе данных социологического опроса работающих и безработных членов домохозяйств стран Закавказья. Построенная мультиномиальная логит-модель выявила различия в стратегиях выбора для людей, принадлежащих к разным религиям. Подобное знание может быть полезным для проведения государственной политики, способствующей уменьшению транзакционных издержек на рынке труда, и представляется актуальным в контексте разработки и реализации миграционной политики, а также для интеграции мигрантов в активную трудовую деятельность.

А. С. Наконечный (НИУ ВШЭ) в своем докладе «Культура безопасности полетов российских авиакомпаний: социально-нравственные и организационные механизмы формирования» представил результаты эмпирического исследования, целью которого стало определение факторов, способствующих или препятствующих формированию позитивной культуры безопасности. Среди по-

следних были названы сделная система оплаты труда пилотов и доминирование недельного типа отношений среди членов экипажа. Исследование показало, что не противоречащие культуре безопасности профессиональные стремления пилотов находятся в конфронтации с социальными и организационными условиями их трудовой деятельности.

О. В. Валиева (ИЭОПП СО РАН, ЭФ НГУ) в продолжение дискуссии изложила результаты исследования, проведенного на основе опросов руководителей и топ-менеджеров 52 компаний г. Новосибирска и Новосибирской области. Исследование ставило своей целью изучить влияние факторов внешней среды на структурные изменения в компаниях, выявить общие и отличительные особенности организационных изменений, сопоставить выявленные особенности со стадиями жизненного цикла организации. Результаты показали, что в опрошенных российских компаниях процесс принятия решений сконцентрирован в верхних эшелонах корпоративной иерархии и весьма не прозрачен. Власть в компаниях в основном принадлежит основателю (собственнику), при этом структура управления централизована и слабо контролируется. Основная масса опрошенных отметила, что компании имеют функциональную организационную структуру, в которой наблюдается постепенная специализация и диверсификация. Почти треть респондентов полагают, что на их деятельность серьезное влияние оказывают изменения в налоговом законодательстве.

Доклад *А. Г. Эфендиева* и *П. С. Сорокина* (оба — НИУ ВШЭ) представил результаты исследования, целью которого было выявление ключевых характеристик российского бизнеса как социального явления сквозь призму построения карьеры в организациях. Авторы определили модель карьерного развития как сводный показатель, позволяющий интегрировать ключевые характеристики карьерного процесса, и выделили несколько моделей карьерного развития в зависимости от ответов респондентов: меритократическую, клановую, конфликтную и адаптивную. Полученные данные были сопоставлены

с типами индивидуального карьерного профиля и карьерной культуры организации. Результаты исследования показали на преимущественно клановую модель развития карьеры в российских организациях. Наибольшего успеха добиваются индивиды, имеющие какие-либо социальные связи или контакты в организации. Таким образом, основной особенностью карьерного роста в России является его детерминированность в зависимости от принадлежности индивида к определенному клану. В то же время квалифицированные работники, не имеющие связей, демонстрируют худшие результаты карьерного роста.

Заключительный доклад секции был представлен *А. С. Гоголевой* (НИУ ВШЭ) и был посвящен исследованию организационной культуры как ключевого аспекта социально-гуманитарной сферы предприятий. Автор описала итоги построения регрессионных моделей, выявлявших взаимосвязи между вариантами организационных культур на российских предприятиях и результатами их деятельности, среди которых присутствовали доля удовлетворенных сотрудников и показатели рентабельности продаж и активов. Общий вывод доклада состоял в том, что организационная культура напрямую не связана с экономическими показателями деятельности компании, но играет важную роль в формировании установок сотрудников.

В заключительном слове руководителя секции были отмечены высокая продуктивность работы секции, значительный интерес аудитории к вопросам, поднятым докладчиками, и высказано пожелание продолжать исследование российского и международного бизнеса.

4 апреля 2013 г. состоялась сессия «Новые управленческие (маркетинговые) метрики и технологии: вызовы и возможности работы на российском рынке», которая была проведена в формате круглого стола. Круглый стол стал площадкой для обмена опытом между исследователями со стороны академического сообщества и представителями практики. Модератором дискуссии выступила д. э. н., профессор НИУ ВШЭ *О. А. Третьяк*.

Проблематика сессии является весьма актуальной. Как и на многих развивающихся рынках, в России распространено копирование маркетинговых стратегий и практик, которые используются компаниями на развитых рынках. В то же время очень многие маркетинговые стратегии, инструменты, метрики и технологии, разработанные на развитых рынках, не всегда применимы или релевантно отражают результаты на развивающихся рынках. Таким образом, развивающиеся рынки ставят все новые и новые проблемы перед образовательной системой и исследователями в области маркетинга именно с позиций релевантности и работоспособности тех моделей, метрик и технологий, которые были разработаны на развитых рынках и копируются для использования на развивающихся.

Основная цель круглого стола заключалась в обмене маркетинговым опытом и передовыми практиками и технологиями маркетинга между представителями академической среды и представителями компаний *McKinsey & Company*, мирового лидера в области управленческого консалтинга, и *АС Nielsen*, одного из ведущих игроков среди мировых исследовательских и консультационных компаний в области маркетинга. Основным лейтмотивом стала передача маркетинговых знаний: «практики — академикам, академики — практикам».

Отличительной чертой панельной дискуссии стала атмосфера заинтересованного диалога: для обсуждения каждого доклада отводилось достаточно времени, участники обменивались мнениями по представленной в докладах проблематике. В рамках сессии были заслушаны три доклада.

В. Кулагин и *Я. Сергиенко* (*McKinsey & Company*) представили доклад «Unlocking the value of Big Data and advanced analytics». *В. Кулагин* является партнером компании *McKinsey* и возглавляет направление консультационных услуг в области стратегии и маркетинга в телекоммуникационной отрасли. *Я. Салимова* (*АС Nielsen*) выступила с докладом «Инструменты оценки эффективности маркетинговой стратегии». *О. А. Третьяк*, *В. А. Ребязина* и *А. Г. Рожков* (НИУ ВШЭ,

Москва) презентовали первые результаты исследования «Современные маркетинговые практики в России»¹.

Таким образом, сессия «Новые управленческие (маркетинговые) метрики и технологии: вызовы и возможности работы на российском рынке» объединила академических исследователей и представителей бизнеса, последовательно формируя единое пространство для обсуждения проблем в области маркетинга.

Участники дискуссии отметили, что исследование новых маркетинговых метрик и

¹ В докладе были представлены первые результаты, полученные в ходе выполнения проекта «Современные маркетинговые практики в России» (Программа «Научного фонда НИУ ВШЭ» 2013 г., грант № 13-05-0048).

технологий в России вызывает огромный интерес как с академической, так и с практической стороны. Проблема проведения академических исследований и сближение их с практикой маркетинга актуальна во всем мире, а в России она стоит особенно остро в связи с переходным характером экономики. Значимость развивающихся рынков в текущем тысячелетии выдвигает на первый план вопрос пересмотра ряда положений классического маркетинга с учетом особенностей развивающихся рынков. При этом грамотное представление практики и опыта компаний на развивающихся рынках может стать стимулом к развитию маркетинга и как направления в целом, и как практической деятельности компаний на развивающихся рынках.

В. А. Ребязина, А. С. Гоголева
НИУ «Высшая школа экономики»