

ПЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ, ГИПОТЕЗЫ, ИССЛЕДОВАНИЯ»

С 23 по 25 октября 2012 г. в Москве прошла Пятая Международная научная конференция «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования».¹ Конференция была организована факультетом менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) совместно с одним из самых авторитетных журналов в области менеджмента «*Harvard Business Review — Россия*».

23 октября работали 10 молодежных сессий конференции, которыми руководили ведущие профессора и преподаватели факультета менеджмента. Было представлено около 80 докладов аспирантов и студентов из Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Перми, Тюмени, Кемерово и других городов Сибири, а также из Белоруссии. Авторы лучших докладов были награждены годовой подпиской на журнал «*Harvard Business Review — Россия*».

Кроме того, в рамках молодежной конференции прошел мастер-класс на английском языке, который провела *С. Хан ХенЧон*, научный сотрудник Института фундаментальных междисциплинарных исследований НИУ ВШЭ. Она познакомила участников мастер-класса с современными тенденциями и результатами новейших исследований в области гостеприимства и туризма. Участники конференции смогли также принять участие в научном семинаре «The Role of Operational

Capabilities in Enhancing Venture Survival», проведенном профессором из США *М. Татикондой* (M. V. Tatikonda, Kelley School of Business, Indiana University). На семинаре подробно обсуждались особенности венчурного предпринимательства и основные результаты, полученные международными группами ученых, занимающихся данной проблематикой.

Основные события конференции проходили 24–25 октября 2012 г. Рабочими языками конференции были русский и английский, что значительно расширило и круг ее участников, и возможности обсуждения представленных докладов. Открывая пленарное заседание, декан факультета менеджмента НИУ ВШЭ, профессор *Н. Б. Филинов* отметил рост интереса к научным исследованиям в области менеджмента, расширение обсуждаемой тематики и географического пространства конференции: 136 докладчиков форума представляли различные университеты России и зарубежных государств, включая США, Швейцарию, Италию, Францию, Финляндию, Венгрию, Индию, Новую Зеландию.

Профессор М. Татиконда в своем докладе «Continuous Improvement as a Dynamic Capability of Organizations» на пленарном заседании коснулся важнейших вызовов, стоящих перед современными предпринимателями. Отвечая на вопрос, почему далеко не каждый бизнес оказывается успешным, он указал на комплекс факторов, которые критичны с точки зрения выживания венчурных

¹ См.: <http://manconf.hse.ru/>

предприятий. Ключ к успеху предпринимателя, по мнению докладчика, состоит в грамотном сочетании операционных и динамических способностей.

Профессор *P. Литтлел* (R. Littrell, Auckland University of Technology, New Zealand) выступил с докладом «Indigenous Study of Management and Leadership: Theories and Research for Where We Live», посвященным проблематике лидерства в современной теории и практике менеджмента. Он подчеркнул, что в области исследований международного менеджмента и лидерства существуют три направления: исследования процессов интернационализации, методов входа на зарубежные рынки, работы экспатов, трансграничного обмена знаниями («чистый» международный менеджмент); кросс-культурные исследования поведения сотрудников и руководства компаний; наконец, исследования, которые фокусируются на практиках управления и лидерства на отдельно взятом зарубежном рынке (погружение в локальный контекст зарубежного рынка). Он указал на проблемы и преимущества таких исследований и подчеркнул, что теоретические изыскания в области лидерства особенно зависимы от культурного контекста и было бы ошибкой выводить универсальные рецепты для использования на глобальных рынках.

Завершил пленарное заседание доклад ординарного профессора НИУ ВШЭ *И. Б. Гуркова* «Инновации в зарубежных корпорациях в России», основанный на материалах проекта «Инновации в российских производственных подразделениях международных корпораций», реализованного в 2012 г. в рамках гранта факультета менеджмента НИУ ВШЭ. Докладчик ярко охарактеризовал конкурентные позиции, ключевые элементы организационного дизайна, стратегические «нестыковки» и возникающие в результате проблемы в управлении инновациями, выявленные в ходе полевого исследования. Он отметил, что российские подразделения международных корпораций служат источником для копирования отечественными компаниями новых продуктов и передовых управленческих практик, играют роль «кузниц талантов» (особенно для рабочих и началь-

ников производств) и своего рода «гетто» для компетентных инженеров и менеджеров. Они являются объектами бенчмаркинга инновационных процессов в российской промышленности, однако только на уровне «микроорганизации» — перенять «макроорганизацию» инновационных процессов отечественным компаниям не удается.

Во второй половине дня состоялись две параллельные панели с участием исследователей и практиков бизнеса. Подобный формат организации дискуссии проводился на конференции впервые и вполне себя оправдал как площадка для обмена опытом между академическим сообществом и практиками. Отличительной чертой панельных дискуссий стала атмосфера заинтересованного диалога: для обсуждения каждого доклада отводилось достаточно времени, участники обменивались мнениями по представленной в докладах проблематике.

Модератором панельной дискуссии «*Новые маркетинговые метрики и технологии: вызовы и возможности работы на российском рынке*» выступила профессор *О. А. Третьяк* (НИУ ВШЭ). Основная цель дискуссии заключалась в обмене маркетинговым опытом и передовыми практиками и технологиями маркетинга между представителями академической среды и компании Nielsen, одного из ведущих игроков среди мировых исследовательских и консультационных компаний в области маркетинга. Участники панели стремились показать работоспособность в российских условиях известных стратегий и технологий, применяемых на развитых рынках, обсудить возможность использования на развивающихся рынках аналогичного маркетингового аппарата, метрик, технологий и индикаторов. В рамках панели были представлены пять докладов. Три из них были сделаны академическими исследователями НИУ ВШЭ: *И. А. Слов* представил доклад «Современные методы оценки клиентского потока на основе Customer Lifetime Value (CLV): теория и практика»; *В. А. Ребякина* выступила с докладом «Измерение клиентоориентированности российских компаний: результаты эмпирического исследования»; *А. Г. Рожков* продемонстрировал результаты

исследования «Ориентация компании на клиента: оценка на основе ключевых процессов». Два доклада представителей компании Nielsen Ю. Дейнеко и К. Головиной носили ярко выраженный практический характер и были посвящены, соответственно, эффективности комплекса маркетинговых инструментов и использованию индекса капитала марки как инструмента оценки эффективности маркетинговой стратегии.

Панельная дискуссия «Актуальные проблемы российского бизнеса: взгляд изнутри», модераторами которой выступили ординарный профессор НИУ ВШЭ И. В. Липсиц, профессор О. К. Ойнер (НИУ ВШЭ) и руководитель Клуба выпускников факультета менеджмента НИУ ВШЭ Н. А. Поротникова, была интересна тем, что впервые все доклады для обсуждения представили выпускники факультета — успешные практики бизнеса. Е. Пузакова (BBDO Moscow) выступила с докладом «Рынок рекламы сегодня: когда умрут традиционные медиа», показав перспективы и проблемы, связанные с быстрым развитием новых медиа, но подчеркнув при этом, что традиционные СМИ пока дают лучшие результаты для массовых продуктов и для «зрелой» аудитории. Логичным развитием темы новых медиа стал доклад Д. Быковского и Е. Патюлиной (компания Socialist), содержащий реальные примеры успешного вовлечения потребителей в создание ценности продвигаемых брендов. И. Пасхина (компания «3М») рассказала об успешном опыте своей компании в докладе «Социальные медиа на B2B-рынке: опыт компании „3М“». П. Тубин, советник президента Торгового Дома «ЦУМ», познакомил участников панели с особенностями управления доходами в индустрии моды и роскоши, рассказав о ключевых факторах успеха в индустрии моды, возможных бизнес-моделях и путях их оптимизации.

Не менее интересной оказалась работа тематических сессий конференции, прошедших 24 и 25 октября 2012 г.

На сессии «Стратегическое и корпоративное управление» основные дискуссии развернулись вокруг нескольких тем, заинтересовавших всех участников.

Первая тема касалась методов оценки организационной культуры компании как экономического ресурса развития межорганизационных взаимодействий, предложенных Д. Ю. Двинских (НИУ ВШЭ) в качестве одного из инструментов стратегического планирования и контроля для фирм. В ходе дискуссии было отмечено, что проблема и теоретический контекст исследования применимы в целях дальнейшего теоретического изучения межорганизационного культурного процесса.

Модификация модели цепочки создания ценности М. Портера для оценки синергетических эффектов, рассматриваемая в докладе Л. В. Татарченко (НИУ ВШЭ), стала основой для обсуждения основных факторов, влияющих на эффективность интеграционных процессов при реализации сделок M&A и внутриорганизационных изменений.

Наиболее популярной оказалась тематика стратегических альянсов в российском бизнесе, рассмотренная в нескольких докладах, удачно дополнивших друг друга. При обсуждении предложенной А. М. Зобовым (Российский университет дружбы народов) классификации стратегических инновационных альянсов в контексте жизненного цикла инновационного процесса участники обсуждения интересовали особенности и риски каждого из видов инновационных стратегических альянсов, оценка их устойчивости, а также прогноз возможного сценария развития инновационных стратегических альянсов в России в ближайшие годы. Механизмы взаимодействия российских компаний в рамках стратегических альянсов были рассмотрены Е. В. Костроминной (НИУ ВШЭ), которая предложила методiku расчета синергетического эффекта участия авиакомпаний в альянсе, а также систему мониторинга и оценки реализации согласованных стандартов качества.

По традиции на конференции была широко представлена маркетинговая проблематика.

На сессии «Новые маркетинговые метрики и технологии» выступили представители НИУ ВШЭ, Высшей школы менеджмента СПбГУ, Государственного университета

управления (ГУУ), Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, Университета г. Аархус (Дания). Обсуждались факторы формирования финансовой результативности брендинга, типология маркетинговой ориентации компаний, организация поставок и потребительское поведение, проблемы сегментации на современных рынках.

Сессия «Маркетинг–Менеджмент» была посвящена обсуждению специфики маркетинга в разных секторах и нишах рынка: потреблению брендов роскоши в молодежной аудитории, формированию имиджа компании на рынке медицинской техники, влиянию удовлетворенности клиентов отелей на лояльность. Большой интерес вызвал доклад *И. И. Скоробогатых, Ж. Б. Мусатовой, О. В. Сагиновой* (Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова) о факторах успеха компаний — «скрытых чемпионов» России.

Маркетинговые и бренд-коммуникации обсуждались на двух последовательных сессиях, первая из которых была посвящена социально-психологическим семиотическим особенностям маркетинговых и бренд-коммуникаций, вторая — вызовам новой цифровой и медиасреды. Как всегда, на этих сессиях присутствовало значительное число представителей бизнеса, например, компаний «Аналитический центр Видео Интернет», «TNS Россия», МТС, «Наносемантика», Navas Sports & Entertainment Russia. Происходил активный обмен мнениями с исследователями из НИУ ВШЭ, ГУУ, РГГУ, МГИМО (У) МИД России.

В рамках первой из двух сессий доклады касались методологических принципов анализа социально-психологических механизмов рекламной коммуникации, брендируемых объектов компании, применения медиа-аудита для анализа влияния маркетинговых коммуникаций на показатели бренда и др. Вторая сессия была посвящена вопросам оценки эффективности рекламной коммуникации в цифровых СМИ, моделирования динамики рекламного рынка в зависимости от воздействия различных факторов, а также видеорекламы в онлайн-пространстве.

Доклады, представленные в рамках сессии «Управление проектами», касались вопросов формирования ценностно-ориентированного подхода к управлению проектами, управления проектами в нефтегазовом секторе, строительстве, креативных индустриях. Выступающие выявили болевые точки в теории и практике управления проектами, поэтому каждый доклад сопровождался серьезным обсуждением. Особый интерес вызвала дискуссия, прошедшая в рамках круглого стола, посвященного гибким методам в управлении проектами. Основными докладчиками выступали представители компаний *А. Ярошевский* («Яндекс») и *В. Половинко* («АМТ-груп»). Докладчики на конкретных примерах продемонстрировали, каким образом могут быть эффективно внедрены и использованы гибкие методы, которые приобретают все большую популярность в практике различных компаний, в том числе в России. Во время дискуссии были обсуждены возможности соотнесения зрелости компаний в управлении проектами с глубиной использования данных методов и ряд других важных вопросов.

На сессии «Менеджмент инноваций и предпринимательство» были заслушаны доклады по анализу инновационной активности компаний России, технологиям вовлечения в предпринимательскую деятельность, влиянию психологических особенностей на занятость в инновационном бизнесе, обсуждались мотивы осуществления предпринимательской деятельности в России в сравнении с другими странами. Наибольший интерес был проявлен к докладу *Е. В. Бузулуковой* (НИУ ВШЭ), касавшемуся причин вовлечения и участия в предпринимательской деятельности, а также к докладу *М. А. Карпуниной* и *Г. А. Мкртычяна* (НИУ ВШЭ, Нижний Новгород) об изучении психологической пригодности студентов-менеджеров к работе в инновационном бизнесе.

Участниками сессии «Межфирменные взаимоотношения и координация в цепочках создания ценности» были докладчики из НИУ ВШЭ, Университета г. Аархус (Дания), Института экономики РАН, Курганского государственного университета. Обсуждение коснулось целого ряда важных вопросов,

таких как сетевой механизм координации связей в современных кластерах, сравнительный межстрановой анализ условий, динамики и результатов развития межфирменных сетей, портфель взаимоотношений компании с партнерами на промышленных рынках.

На сессии «Управление человеческими ресурсами» значительная часть докладов была посвящена международным и кросс-культурным аспектам проблематики. *О. Новицкая*, *Э. Давуан* (O. Novitskaya, E. Davoine, Fribourg University, Switzerland), *В. И. Кабалина* (НИУ ВШЭ) и *А. В. Воронина* (МИРБИС) обобщили результаты изучения практик управления человеческими ресурсами в дочерних компаниях МНК в России. Свой взгляд на кросс-культурную адаптацию менеджеров экспатриантов в России представил *А. Д. Чанько* (ВШМ СПбГУ). *А. Коченкова* (University of Bologna, Italy) посвятила свой доклад межстрановому анализу влияния механизмов поддержки индивидуальной вовлеченности в передачу технологий, *Э. Берти* (A. Bertsch, Minot State University, USA) — моделированию культуры, *М. О. Латуха* (ВШМ СПбГУ) — практике управления талантами в российских и зарубежных компаниях, *М. Безуглова* («ГФК-Русь») — результатам международного исследования вовлеченности персонала. Тем не менее не остались в стороне и общетеоретические вопросы и специфика управления человеческими ресурсами в России.

На сессии «Социальная организация бизнеса: теоретические и эмпирические исследования» дискуссия сконцентрировалась на социальных факторах карьерного успеха руководителей в российских компаниях, роли организационной культуры руководителей в профессиональном развитии работников, оценке переговорных позиций наемного работника. Отдельное внимание было уделено кросс-культурным аспектам проблематики.

Сессия «Контроллинг» является уникальной — эта актуальная тематика не представлена в рамках единой сессии ни на одной из научных конференций в России. Выступали как представители академических кругов

(НИУ ВШЭ, РАНХиГС, ВШМ СПбГУ), так и практики из российских компаний. Обсуждались методология и инструментарий контроллинга внешней среды, управление эффективностью, проблемы и запросы компаний и менеджеров, внедряющих управленческий учет, вопросы управления по отклонениям, четырехфакторная модель управления проектом на основе временной ценности денег, анализ систем мотивации с помощью сбалансированной системы мотивации и целый ряд других вопросов.

Сессия «Управления знаниями» проходила на английском языке, поскольку большинство докладчиков прибыли из-за рубежа. *Ж. Трюель* (J. L. Truel, University Paris Est Créteil, France) представил сравнение инновационной политики во Франции и в России. *Ф. Меле* (F. Mele, ESCP Europe, UK) посвятила свой доклад подходу «обучения действием» как основе конкурентоспособности выпускников бизнес-школ. *А. Шривастава* (A. K. Shrivastava, N.I.M.S. University, India) остановился на разработке научного инструментария для увеличения человеческого капитала. Были также представлены доклады по развитию инновационного мышления, основанного на ценностях, по особенностям управления знаниями в креативной экономике.

Большой интерес вызвала сессия «Менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», в которой участвовали докладчики из Москвы, Санкт-Петербурга, Перми, Будапешта. *Л. Арва*, *З. Дели-Грей* и *Т. Матура* (ESSCA Budapest, Hungary) подняли теоретическую проблему постмодерна в туризме. Обсуждались также вопросы въездного туризма в России, стратегии управления гостиничным бизнесом, управление потребительскими рекомендациями на рынке туристических услуг, перспективы развития кластеров регионального туризма.

Заключительным акцентом конференции стал научный семинар «Correlating Societal-level Values to Societal-level Behaviors», на котором докладчик из США *Э. Бертш* представил результаты исследования, посвященного сопоставлению ценностей социального уровня и соответствующих паттернов поведения.

Таковы были три насыщенных дня на факультете менеджмента НИУ ВШЭ, посвященных научным исследованиям. Участники конференции отметили высокий уровень большинства докладов, а также тот факт, что в докладах были обсуждены не только важные теоретические аспекты менеджмента, но и реальные управленческие проблемы и результаты эмпирических исследований. Следует отметить атмосферу открытости и заинтересованности, что позволило не только получить

новую информацию о направлениях исследований в области менеджмента, но и наладить полезные контакты, стимулирующие межвузовское сотрудничество и исследования.

Подводя общие итоги конференции, международный программный комитет принял решение о проведении в октябре 2013 г. на базе факультета менеджмента НИУ ВШЭ Шестой Международной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования».

М. Ю. Шерешева
Факультет менеджмента НИУ ВШЭ