

## РЕДАКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА «РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛА МЕНЕДЖМЕНТА»

*Дорогие читатели, авторы,  
рецензенты журнала!*

За прошедшие годы, с начала издания в 2003 г., «Российский журнал менеджмента» вошел в число ведущих российских журналов в области менеджмента и экономики. Журнал стал одним из лидеров по цитируемости среди отечественных научных журналов (см. данные импакт-фактора «Российского индекса научного цитирования», <http://www.elibrary.ru>). Публикации в «Российском журнале менеджмента» (РЖМ) рассматриваются как знак высокого академического уровня их авторов.

В то же время в современном динамичном мире стремление РЖМ выступать в качестве общепризнанного профессионального ориентира для исследователей актуальных вопросов управления требует регулярной настройки редакционной политики журнала.

### **Миссия и приоритеты журнала: новое видение**

Важнейшим приоритетом журнала является публикация статей высокого класса, находящихся на *международном уровне* по своей концепции, исследовательским техникам, предмету исследования. Ключевая цель «Российского журнала менеджмента»,

заявленная в «Обращении главных редакторов» в первом номере журнала в 2003 г., — содействие развитию исследований российскими учеными актуальных проблем современного (прежде всего российского) менеджмента — доказала свою значимость. Теперь необходим переход на следующий уровень: ведь 11 лет развития журнала — это одновременно и 11 лет развития рыночной экономики России, крупнейшие компании которой стали по-настоящему международными; это и 11 лет развития российского образования, включая бизнес-образование, которое стало напрямую ориентироваться на международные стандарты.

Любой исследовательский журнал представляет собой двустороннюю издательскую платформу. С одной стороны, он действует на рынке читателей, с другой стороны, он действует на рынке авторов (подчеркнем, рецензируемый исследовательский журнал не заказывает статьи авторам). Тем самым формулировка миссии журнала должна ориентироваться одновременно и на авторов, и на читателей. В настоящее время подобная двусторонняя платформа объективным образом является международной. Например, специалисты по маркетингу хотят представлять структуру спроса, специалисты по персоналу хотят понимать специфику рынка человеческого капитала (список можно

продолжать почти до бесконечности) — как в России, так и в иных развивающихся (emerging) экономиках. Такие читатели заинтересованы узнать о результатах исследований из разных стран, выполненных с использованием международно признанных исследовательских техник, чтобы формировать собственные выводы.

Миссия «Российского журнала менеджмента» состоит в создании и постоянном обновлении среды взаимодействия различных категорий авторов и читателей. Эта среда должна поддерживать широкий спектр исследований по менеджменту.

РЖМ был и остается журналом, специализирующимся на исследованиях по менеджменту организаций. По-видимому, невозможно дать строгое определение того, что такое менеджмент, или провести строгую границу между менеджментом и экономикой. Важно отметить только несколько аспектов. Во-первых, менеджмент — это наука о поведении человека при принятии управленческих решений в организации (что определяет микроуровень задач). При этом принимаются во внимание не только чисто экономические мотивации, но и весь междисциплинарный арсенал, включающий психологию, социологию, различные институциональные теории. Во-вторых, менеджмент как научная дисциплина не может быть набором управленческих рецептов без доказательного указания на их экономическую действенность для организации, что ставит задачу четкого формулирования критериев эффективности. В-третьих, менеджмент в качестве результата теоретического или прикладного анализа, как правило, предполагает разработку подхода к принятию решений в организации или строгий анализ таких подходов.

### Структура журнала

РЖМ публикует только оригинальные исследовательские статьи, которые группируются по следующим разделам.

#### «Новые исследования»

В разделе публикуются теоретические и эмпирические работы с четко сформулированными задачами исследования. Хотим обратить внимание авторов на то, что в разделе отсутствуют ограничения, связанные с тематическими направлениями менеджмента организаций (в частности, могут рассматриваться и некоммерческие, не ставящие целью извлечение прибыли, организации) или с использованием определенного технического инструментария (статьи, основанные на концептуальном анализе, имеют равное право на существование со статьями, основанными на математическом моделировании или анализе эмпирических данных).

Независимо от тематики и техники статьи должны иметь непосредственные управленческие приложения, которые касаются либо принятия управленческих решений в отдельных компаниях (нормативный подход) либо показывают, какие методы управления используются в реальности и почему (позитивный подход).

Расширяются и жанровые границы публикуемых статей. Наряду с «длинными» (1–1,5 а. л.) исследовательскими статьями журнал будет публиковать и «короткие» (0,5–1 а. л.) исследовательские статьи, посвященные более локальным проблемам или развитию методологии исследовательских техник, используемых в менеджменте.

Любая публикуемая в РЖМ исследовательская работа должна содержать четко сформулированную задачу и описание техники ее решения, которое позволяло бы сначала рецензенту, а потом читателю оценить, удалось ли автору в самом деле решить поставленную задачу. Желательно, чтобы в «длинных» статьях на обзорно-описательную часть (в том числе обзор литературы) приходилось не более 30% объема текста. Отметим принципиальную позицию редколлегии журнала: исследовательских статей, не вписанных в соответствующую научную проблематику, не бывает; авторы пионерных идей в эконо-

мике, финансах, менеджменте даже в своих первых публикациях имели солидный список литературы.

#### «Обзоры»

Журнал публикует научные обзоры по различным направлениям менеджмента. Основное требование к статьям данного раздела — оригинальный критический взгляд на выбранную проблематику и отражение широкого спектра литературы по рассматриваемому вопросу, прежде всего журнальной (отечественной и зарубежной, классической и современной).

#### «Методология исследований менеджмента»

Данный раздел посвящен публикации оригинальных обзоров существующего или изложению нового, предлагаемого автором *инструментария исследования* менеджмента. По существу, в этих материалах предполагается подробное рассмотрение техники построения моделей, нахождения и обоснования критериев, алгоритмов принятия управленческих решений, поиска данных и измерения показателей.

#### «История управления и управленческой мысли»

Статьи данного раздела могут быть посвящены как истории управленческой мысли, так и истории внедрения управленческих идей и функционирования компаний в прошлом. Обычно материалы такого рода действительно имеют историческую специфику, что предполагает введение в научный оборот архивных материалов, редких источников, новую интерпретацию известных исторических источников.

#### «Практика менеджмента»

В этом разделе публикуются статьи, посвященные изложению и анализу конкретных ситуаций применения управленческих концепций и техник в *реально существующей компании* (организации). Это предполагает анализ действий (выбора реше-

ний) компании в течение некоторого периода времени с анализом результатов этих действий (по определенному критерию). Подчеркнем, что, как и в любом кейсе, речь идет не об описании «лучших практик», а об описании используемых практик и результатах этого использования. Здесь же отметим, что к данному разделу относятся работы, анализирующие влияние изменений в законодательстве или государственной политике на деятельность конкретных компаний и/или отраслей. Особо интересны работы, посвященные анализу стратегических ресурсов и достижению конкурентных преимуществ отдельными фирмами.

Раздел «Практика менеджмента» является таким же полноценным научным разделом журнала, как и предыдущие, и, соответственно, к статьям, публикуемым в нем, предъявляются сходные требования по объему статей и цитированию источников.

### Политика рассмотрения статей

Поступающие в журнал материалы проходят первичный отбор на соответствие общим содержательным критериям исследовательских статей, см. раздел «Авторам» на сайте журнала <http://www.rjm.ru>. Прошедшие такой отбор материалы передаются на внешнее рецензирование. Полученные рецензии направляются автору в течение 2–3 месяцев с момента поступления статьи в редакцию. В своей практике РЖМ реализует политику «двойного слепого» рецензирования, когда ни рецензентам, ни автору не сообщается личность «контрагента». Необходимо отметить, что рецензенты РЖМ, как правило, вносят значимый вклад в подготовку итоговых версий статей, предлагая конкретные рекомендации по улучшению содержания, логики и презентации исследования.

В настоящее время в РЖМ сложился уникальный пул рецензентов-экспертов (более 130) в разных предметных областях

менеджмента и различных исследовательских техниках. Журнал чрезвычайно благодарен всем коллегам, к которым он обращался или будет обращаться за экспертным мнением, поскольку без их вклада невозможно следовать тем высоким международным стандартам, которых придерживается редколлегия РЖМ.

### **Заключение**

В качестве ближайших задач, направленных на реализацию своей миссии, «Российский журнал менеджмента» видит организацию регулярных круглых столов ученых и практиков в различных областях менеджмента, посвященных актуальным задачам, а также переход к изданию пол-

ного перевода журнала на английский язык. Мы полагаем, что эти шаги будут способствовать существенному расширению представленности на страницах журнала авторов, изучающих широкий спектр проблематики менеджмента на развивающихся рынках, включая сравнительные исследования.

Мы заранее признательны всем тем, кто будет вносить свой вклад в дальнейшее развитие «Российского журнала менеджмента». Надеемся, что наша совместная работа послужит расширению продуктивного обмена знаниями о принципах и механизмах управления современными организациями, о подходах к достижению конкурентных преимуществ на российском и международных рынках.

**А. В. Бухвалов**  
главный редактор,  
Институт «Высшая школа менеджмента» Санкт-Петербургского государственного университета

**Д. Дж. Тис**  
главный редактор,  
Школа бизнеса им. Хааса  
Калифорнийского университета,  
Беркли