

СПУСТЯ ПЯТЬ ЛЕТ

Первый номер журнала «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия „Менеджмент“» вышел 5 лет назад. Журнал издается усилиями факультета менеджмента СПбГУ и призван в первую очередь содействовать реализации его концепции. Целью открытия в 1993 г. и сутью концепции факультета менеджмента СПбГУ было создание университетских программ подготовки для российской экономики профессиональных менеджеров нового типа, способных руководить фирмами в отечественной рыночной среде и владеющих современной общемировой теорией управления конкурентоспособными организациями в условиях глобализации бизнеса. Реализовать поставленные задачи трудно без активного развития собственных научных исследований. Стимулирование и развитие организованных научных исследований преподавательского состава явилось одной из важнейших стратегий факультета. Приобретение преподавательского состава, студентов и слушателей факультета к достижениям мировой науки по управлению бизнесом стало исходной задачей журнала, которая реализовывалась посредством публикации развернутых аналитических статей по эволюции и состоянию основных теорий и концепций управления. Этому же были подчинены публикации переводов классических статей зарубежных авторов. Становление российского бизнеса приносит свой опыт управления, который необходимо осмыслить, обобщить и сделать достоянием современной науки и практики. Статьи, содержащие новые знания, полученные в результате полевых исследований, занимают все больший объем на страницах журнала. Наконец, в журнале важное место уделяется опыту методической работы, новым формам обучения, например разработке и использованию кейсов.

В журнале прежде всего представлены статьи, посвященные самым разнообразным проблемам общего и стратегического менеджмента — от вопросов бюджетирования до концептуальных статей по современной теории стратегического управления. За пять лет по общему и стратегическому менеджменту было опубликовано свыше 40 статей, авторами которых выступили как ведущие преподаватели и исследователи факультета и других

российских вузов, так и представители бизнеса. Если в первые годы существования журнала доминировали статьи, имевшие ярко выраженный теоретический характер исследования, то в последний период появилось много статей, освещающих результаты эмпирических исследований авторов, что свидетельствует о повышении интереса ученых к особенностям управления в российских компаниях. Здесь был опубликован ряд пионерных для российской управленческой науки исследований по эволюции теории стратегического управления, жизненным циклам организаций. В сфере интересов авторов находились такие актуальные темы общего и стратегического менеджмента, как ресурсная концепция стратегического управления, проблемы управления качеством, организационная культура и управление изменениями.

В нашем журнале активно публиковались результаты научных исследований в области теории финансов, финансового менеджмента компаний и функционирования финансовых рынков. Основными направлениями опубликованных исследований в данной области являлись следующие: финансовый учет и финансовый анализ, управление стоимостью компаний, оценка инвестиций, структура капитала и источники финансирования. Особую научную ценность представляют публикации по ценностно-ориентированному менеджменту и влиянию корпоративного управления на рыночную стоимость российских компаний.

Высокую активность проявили авторы публикаций в области маркетинга. В журналах публиковались статьи, посвященные актуальным проблемам в различных сферах маркетинга: брендингу на потребительских и промышленных рынках, маркетингу взаимоотношений, прайсингу, сетевым подходам в маркетинге и многим другим. На страницах журнала были представлены все основные жанры научных и учебно-методических работ: обзоры фундаментальных исследований и обсуждение новых концептуальных вопросов теории маркетинга, постановка новых научных проблем и результаты прикладных исследований, рассмотрение вопросов общего и отраслевого маркетинга, обсуждение проблем преподавания маркетинговых дисциплин и учебные кейсы. Большинство авторов стремились к тому, чтобы гармонично сочетать глубину нового поиска и свойственную маркетингу практическую направленность, связь с прикладными исследованиями и реальной практикой бизнеса. Особо надо отметить новаторские статьи по маркетингу взаимоотношений на промышленных рынках и портфельному брендингу в фэшн-бизнесе.

Характерной особенностью публикаций, посвященных управлению персоналом, является многоуровневый подход к анализу актуальных про-

блем менеджмента в этой сфере: от влияния культурно-исторического контекста и государственной политики в управлении человеческими ресурсами через организационную стратегию и кадровую политику к функциональным технологиям и конкретным процедурам. Центральная проблема публикаций — эффективность управления персоналом — анализируется не только с позиций принципов и технологий функционального менеджмента персонала, но и с учетом влияния факторов личности, мотивации, ролевого поведения, стиля лидерства высшего и среднего менеджмента компаний, в том числе в кросскультурном контексте. Большинство публикаций основывается на результатах полевых исследований, имеют выраженную практическую направленность и содержат выводы и обобщения, представляющие интерес как для теории, так и для практики менеджмента.

В разделе «Классика теории менеджмента» издавались переводы классических работ по теории управления организациями, теории стратегического управления, теории корпоративного управления и теории фирмы. Так, в журнале были впервые опубликованы русские переводы основополагающих работ П. Ф. Дракера, Л. Грейнера, М. К. Дженсена, У. Х. Меклинга, М. Ханнана, Дж. Фримена, была издана серия первых для нашей страны переводов классики по ресурсной концепции стратегического управления (работы Б. Вернерфельта, Р. Гранта, Р. Коллиза, С. Монтгомери, К. К. Прахалада, Г. Хамела, Р. П. Рамелта) и по концепции динамических способностей (Д. Тиса, Г. Пизано и Э. Шуен). Следует отметить, что такие публикации сопровождаются оригинальными методологическими статьями, раскрывающими эволюцию идей в том или ином разделе теории менеджмента и теории фирмы.

Журнал «Вестник СПбГУ. Серия „Менеджмент“», выполняя задачи развития персонала факультета менеджмента, никогда не рассматривался как чисто «домашнее» издание. Он был рассчитан на самую широкую аудиторию, интересующуюся вопросами теории управления конкурентоспособным бизнесом. На страницах журнала в равной мере находят отражение статьи авторов из различных регионов страны и даже мира. Приоритет всегда отдавался лучшим статьям, содержащим явно выраженный элемент нового знания.

В апреле 2006 г. Правительство Российской Федерации приняло решение в рамках национального проекта «Образование», инициированного Президентом Российской Федерации В. В. Путиным, на базе факультета менеджмента СПбГУ создать Высшую школу менеджмента. Реализуя постановление Правительства, ректор СПбГУ Л. А. Вербицкая издала приказ от 29 января 2007 г. о преобразовании факультета менеджмента в Высшую школу менеджмента СПбГУ. Миссией проекта является созда-

ние российской школы бизнеса мирового уровня для подготовки национальной элиты управленческих кадров, способной решать задачи повышения конкурентоспособности страны в экономике знаний XXI в. Соответственно, требования к качеству публикаций журнала «Вестник СПбГУ. Серия „Менеджмент“» возрастают, они должны соответствовать новому амбициозному проекту — созданию Высшей школы менеджмента мирового уровня.

*Редакционная коллегия журнала
«Вестник СПбГУ. Серия „Менеджмент“»*