

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ: СОСТОЯНИЕ И ВОЗМОЖНОЕ РАЗВИТИЕ

В. Л. ТАМБОВЦЕВ

Экономический факультет МГУ

В статье анализируются возможности формирования стратегической теории фирмы исходя из транзакционного (контрактного) и ресурсного подходов, а также подхода, основанного на знаниях, концепции динамических способностей, предпринимательских теориях фирмы и процессного подхода. Формулируются промежуточные выводы относительно базовых характеристик стратегической теории фирмы, разрабатываемой с позиций методологического индивидуализма.

Ключевые слова: стратегическая теория фирмы, транзакционный подход, ресурсный подход, знания, динамические способности, предпринимательская теория фирмы, процессный подход, методологический индивидуализм.

В 2009 г. исполнилось ровно четверть века со времени публикации статьи Ричарда Рамелта «К стратегической теории фирмы» [Rumelt, 1984]. Это достаточный период, для того чтобы предпринять попытку понять достижения, очертить трудности и проблемы, а также оценить возможности для дальнейшего продвижения в направлении формирования стратегической теории фирмы (СТФ).

Если попытаться дать очень схематичный очерк пути, пройденного СТФ за эту четверть века, то он, с нашей точки зрения, будет выглядеть так:

- 1) практически параллельное возникновение двух альтернативных теорий фирмы, транзакционной (контрактной) и ресурсной, произошедшее до появления идеи СТФ;
- 2) вялая позиционная борьба между ними, приведшая к доминированию в исследованиях стратегического менеджмента ресурсного подхода;
- 3) попытки развить ресурсный подход на базе неявной эволюционной теории фирмы, уведшие многих теоретиков в своеобразный «холистический

Автор выражает искреннюю признательность д. э. н., проф. В. С. Каткало, декану Высшей школы менеджмента СПбГУ, мягкая настойчивость которого в привлечении автора к чтению фрагмента курса по стратегическому менеджменту для аспирантов ВШМ сыграла иницилирующую роль в подготовке данной статьи. Ее текст подготовлен на основе доклада, сделанного 9 декабря 2009 г. на Первом Российском экономическом конгрессе (Москва).

© В. Л. Тамбовцев, 2010

антропоморфизм»¹ (способности фирмы, знание фирмы, динамические способности...);

- 4) осознание непродуктивности холизма и активизация новых поисков: предпринимательская теория фирмы.

Важно подчеркнуть, что выделенные блоки лишь *условно* можно рассматривать как *этапы* пути (кроме разве что последнего), поскольку первые три блока практически сосуществовали во времени, — особенно если принимать во внимание весь корпус публикаций, относящихся к упомянутым теориям, включая и их предшественников.

Нетрудно заметить, что предлагаемая реконструкция динамики подходов к СТФ отличается от разработанной и обоснованной В. С. Катькало «линейно-поступательной» концепции эволюции теории стратегического управления, согласно которой «эволюция предполагает рассмотрение таких изменений, которые обусловлены одной причиной, имеющей внутреннее происхождение, и представляют собой последовательное накопление некоторой новизны. Внутренняя причина прогрессирующего развития теории стратегического управления состоит в стремлении к целостному анализу источников и механизмов создания устойчивых конкурентных преимуществ фирм» [Катькало, 2006, с. 147].

¹ Уточним, что под *холизмом* мы понимаем здесь методологический подход или принцип (распространенный преимущественно в социологии), согласно которому объяснения действий *индивидов* следует искать в характеристиках различных социальных *общностей*. Ему противостоит принцип *методологического индивидуализма*, требующий искать объяснение социальных феноменов в действиях и взаимодействиях отдельных *индивидов*. При этом, разумеется, никак *не отрицается* влияние на индивидов со стороны других людей и результатов их действий, учет индивидом существования других субъектов при выборе им своих действий и т. п. [Тамбовцев, 2008]. Соответственно, холистический антропоморфизм — это приписывание *социальным общностям* свойств, присущих только *индивидам*.

Предложенное понимание эволюции идеи СТФ, включая констатацию непродуктивности холистической методологии, позволяет наметить возможную линию формирования такой теории. Демонстрацию того, что предложенная реконструкция процессов развития идеи СТФ является обоснованной, и представляет собой данная статья.

Стратегическая *теория* фирмы — в строгом смысле слова «теория» как развернутый (и развивающийся!) корпус знаний о ее объекте — разумеется, не может быть представлена в журнальной статье. В лучшем случае определенный «срез» таких знаний на некоторый момент времени можно отразить в монографическом формате. Поэтому операциональная задача этой работы — охарактеризовать *предмет* такой теории, его связь с альтернативными пониманиями предмета СТФ, предложенными в существующих подходах и концепциях, и отличия от этих пониманий.

В разделе 1 мы обсуждаем различия между объектом и предметом нескольких теорий фирмы, раздел 2 посвящен краткой характеристике транзакционного, а раздел 3 — ресурсного подхода. В разделе 4 анализируется подход, основанный на знаниях (ПОЗ), а в разделе 5 — его ответвление в форме концепции динамических способностей. Предпринимательская теория фирмы характеризуется в разделе 6. Раздел 7 посвящен потенциалу формирования СТФ, содержащемуся в процессном подходе к стратегическому менеджменту и поведенческой теории фирмы, а в разделе 8 приводятся общие принципы формирования стратегической теории фирмы, предлагается описание ее предмета, намечаются возможные пути дальнейших исследований.

1. Фирма как объект и предмет теории

Разграничение *объекта* теории — того или иного фрагмента объективной или субъективной реальности — и ее *предмета*, т. е. некой модели (аспекта, среза) этой реаль-

ности, которая и изучается теорией, является общепринятым в методологии науки, оно относится к любой теории — как естественно-, так и общественно-научной. Несомненно, оно должно иметь место и применительно как к СТФ, так и к любой другой теории фирмы.

В основополагающей статье Р. Рамелта, где было впервые использовано выражение (*не термин!*) «стратегическая теория фирмы», явное определение его содержания, как известно, отсутствует. Однако из текста его статьи ясно, что СТФ *не должна базироваться на неоклассической экономической теории*, поскольку в последней специальная теория фирмы как реального феномена, наблюдаемого в экономике, просто *отсутствует*.

В рамках теории отраслевых рынков, разумеется, присутствуют представления о «репрезентативной фирме», однако они вовсе не объясняют наблюдаемого *разнообразия* фирм внутри одной отрасли², — в то время как в числе базовых задач теории стратегического менеджмента как раз и находится объяснение этого разнообразия, — и, тем более, ничего не говорят о собственно менеджменте. Следующий важный момент заключается в том, что практически принимаемые стратегические решения базируются на тех моделях и «неявных теориях» фирмы³, которыми располагает каждый из менеджеров. То, насколько они близки к реальности, т. е. являются научно обоснованными, во многом определяет и успешность стратегических решений.

Представляется очевидным, что *объектом* теорий фирмы выступает совокупность *фирм* — реально существующих и (относительно) легко идентифицируемых феноменов окружающего нас мира. Разные теории фирмы выделяют у этих реальных феноменов разные стороны, элементы и взаимодействия между ними, строят раз-

² Прекрасный пример реализуемого в ней подхода приведен в [Бухвалов, Катякало, 2005, с. 79].

³ См., напр.: [Engle, Lord, 1997; Nickerson, Zenger, 2004; Spender, Scherer, 2007].

ные модели фирм, что и обуславливает неждественность предметов этих теорий.

Однако так ли однозначно можно определить, *с чем именно*, говоря о фирме, мы соотносим свои высказывания: с фирмой как элементом *объекта* теории или с фирмой как ее *предметом*? А ведь от того, с чем мы сопоставляем свои теоретические утверждения и гипотезы, зависит, окажутся они истинными или ложными. При этом, очевидно, *гипотезы* должны соотноситься с наблюдениями над *объектом*, а утверждения (подтвердившиеся гипотезы или логические выводы из моделей фирмы) — с описанием *предмета* теории, развивая и пополняя его.

Можно ли дать точное и однозначное *определение* (вербальное или формальное) фирме как *объекту* теории? Как представляется, это сделать невозможно, поскольку любое *описание* будет, по определению, характеризовать фирму как *предмет* теории. Поскольку на базе одного объекта может быть построено множество различных предметов несовпадающих теорий, то спор о том, какой предмет «правильнее», «точнее» и т. п., лишен смысла. Сопоставлять *предметы* разных теорий одного и того же объекта имеет смысл лишь по тому, насколько верными оказываются следующие из них *гипотезы и выводы*, насколько они продуктивны для решения практических задач.⁴

Вместе с тем представляется очевидным, что, говоря о фирме как объекте изучения, все ее исследователи имеют в виду некоторую *организацию*, т. е. *группу индивидов, взаимодействующих* между собой для решения той или иной *задачи*. От того, какие именно стороны (свойства) индивидов, взаимодействий и задач полагаются важными, зависит и определение *предмета* соответствующей теории.

⁴ Разумеется, предметы разных теорий не являются статичными, они изменяются как под влиянием проверки гипотез, так и под воздействием перекрестной критики, осуществляемой сторонниками разных теорий, существующих и создающихся «над» одним и тем же объектом.

Приведенные положения далеко не всегда, однако, учитываются в дискуссиях, развертывающихся при обсуждении проблематики теорий фирмы, в частности — *понятия фирмы*. Не имея возможности в рамках статьи обсудить сколько-нибудь полно хотя бы значительную часть такого рода дискуссий⁵, остановимся лишь на одной из них.

В новой институциональной экономической теории (НИЭТ) устоялось представление о том, что фирма и рынок представляют собой две крайних (полярных) градации единой шкалы механизмов координации (*governance mechanisms*), различаясь доминирующими контрактами: внутри фирм таковым является отношенческий контракт найма, а внутри рынка — классические и неоклассические контракты купли-продажи. Это различие не должно скрывать *внутреннее единство* фирмы и рынка, поскольку при определенных условиях происходит *фундаментальная трансформация* [Уильямсон, 1996, с. 117–121], т. е. конкурентные взаимодействия рынка замещаются неконкурентными контрактными взаимодействиями продавца и покупателя.

Более того, даже классический или неоклассический контракт (как «атом» рынка) в течение времени его выполнения вполне можно рассматривать в качестве *виртуальной организации* [Тамбовцев, 1996], поскольку *в этот период* он определяет двух или более лиц, сообща решающих определенную задачу, т. е. некоторую организацию. Не удивителен в этой связи

⁵ Достаточно сказать, что в недавно вышедшей в свет более чем 300-страничной монографии, посвященной теории фирмы для стратегического менеджмента [Весегга, 2009], обсуждаются четыре разных варианта предмета такой теории. Они трактуют фирму как (1) производственную единицу; (2) процесс принятия решений; (3) контрактное решение; (4) совокупность ресурсов. Очевидно, внутри каждого из этих вариантов есть свои подварианты, предлагаемые разными исследователями, работающими в данной области.

вывод С. Мастена о том, что фирму можно отличить от исполняемого (находящегося в процессе исполнения) контракта *только в рамках «внешней» правовой системы* [Masten, 1988], т. е. по экономической природе они *неразличимы*.

Иные выводы из положений Мастена извлекает Дж. Ходжсон [Hodgson, 2002]: представления о внутреннем единстве фирмы и рынка, с его точки зрения, являются порочной идеей, поскольку ни фирму, ни рынок невозможно понять вне институционального (в первую очередь, правового) контекста. Фирма — это некоторая *юридическая конструкция*, и ничего общего с рынком она не имеет; рынок также является юридической конструкцией, но иной, а порочность идеи их внутреннего единства заключается в том, что рассматривается *дихотомия* «фирма/рынок». В действительности же реальна *трихотомия* «фирма/рынок/нерыночные обмены», и нерыночные обмены *не являются гибридами* фирмы и рынка: «Во всех обменах есть неявные или явные юридические контракты, управляющие передачей прав собственности. Но не все обмены включают отношения конкуренции и скоротечности, которые мы обнаруживаем на рынках» [Hodgson, 2002, p. 48].

Фирма, согласно Ходжсону, «это специальный тип организации, которая является юридически признаваемой и нацелена на производство. Фирма определяется как *интегрированная и длительно существующая организация, включающая двух или более человек, действующая явно или подразумеваемо как „юридическое лицо“, способное владеть активами, предназначенными для производства благ или услуг, а также способная продавать или сдавать в аренду потребителям эти блага или услуги*» [Hodgson, 2002, p. 53].

Сформулировав это определение, Ходжсон продолжает: «Почему столь много экономистов избегают очевидного, юридически обоснованного, „каждодневного“ определения фирмы? Тому есть две схожих и связанных причины. Одна из них — тен-

денция ассоциировать так называемые „экономические“ атрибуты социальной структуры со специфическим субъективным восприятием включенных в нее агентов, а не с характером социальной структуры или институтов. Другая — это желание сделать экономическую теорию (economics) общей и внеисторической, а не связывать ее с исторически специфическими институтами» [Hodgson, 2002, p. 54].

Если проинтерпретировать приведенную дискуссию в терминах объект/предмет теории, становится очевидным, что фирма «по НИЭТ» представляет собой *предмет* соответствующей теории, в то время как фирма «по Ходжсону» — это попытка описания *объекта* теории. Насколько удачной можно считать эту попытку? Укажем лишь на один момент, вызывающий серьезные сомнения: как быть с *теневыми* фирмами? Очевидно, они *не являются юридически признаваемыми*, однако имеют те же управленческие и экономические черты, что и юридически признаваемые, и в некоторых странах производят до половины ВВП. Исключать их из объекта теории фирмы (и тем более, теории стратегического менеджмента) — значит серьезно обеднять ее содержание: в реальном мире, где применяются различные формы государственного регулирования рынков, решение об «уходе в тень» представляет собой очевидную разновидность стратегических решений фирмы [Fitzsimons, 2005].

Можно спорить с приведенными Дж. Ходжсоном *причинами* слабого внимания в экономической теории к правовой форме фирм, однако подчеркивание юридических атрибутов этих разновидностей организаций, безусловно, значимо. Вместе с тем именно в силу тех или иных особенностей правовой среды, действующей в экономике, мы сплошь и рядом сталкиваемся с тем, что *единая по сути* организация может быть представлена *несколькими* юридическими лицами. Скажем, если законодательство предусматривает существенные налоговые льготы для малого бизнеса,

то вариант искусственного раздробления одной организации на несколько «малых фирм» вовсе не кажется невероятным.⁶

Что в таком случае окажется объектом управленческого анализа? Строго следуя введенному определению фирмы «по Ходжсону», надо исследовать каждую из «малых фирм», хотя здравый смысл ясно подсказывает: изучать нужно *всю совокупность* как *единую организацию*. Можно ли «примирить» очерченные позиции? С нашей точки зрения, это возможно посредством разграничения понятий «экономическая фирма» и «юридическая фирма» [Шаститко, 2001]. При этом границы экономической фирмы определяются, например, в соответствии с НИЭТ, в то время как границы юридической (в нашем примере — юридических) — скажем, рациональным решением собственника о минимизации налоговой нагрузки в условиях существующего законодательства.

Подводя итог обзору рассмотренной дискуссии, нужно подчеркнуть важность четкого определения *предмета* той или иной теории фирмы. Ведь внутри любой *реальной* фирмы всегда можно вычленять разные аспекты, модели, гносеологические системы и т. д. Предпочтительность же того или иного предмета должна, как отмечалось, определяться успешностью решения с его помощью *задач* теории фирмы.

В настоящее время практически общепризнанно, что *любая* теория фирмы, претендующая на роль оснований для исследований в области менеджмента, должна давать ответы как минимум на следующие вопросы⁷:

1. *Существование*: почему фирмы возникают и существуют, почему не все

⁶ Разумеется, во избежание вопросов со стороны регулятора «дочерние» фирмы оформляются при этом на разных подставных учредителей.

⁷ По мнению Г. Б. Клейнера, «...такие вопросы, как объяснение существования предприятий, или вопрос о сущности и измерении эффективности предприятий, находятся вне пределов теории предприятия в собственном смысле слова...» [Клейнер, 2004, с. 107]. С его точки зрения,

обмены в экономике осуществляются отдельными индивидами через рынки?

2. *Границы*: почему границы фирмы проходят именно там, где они находятся, какие обмены осуществляются внутри фирмы, а какие — вне нее?
3. *Организация*: почему структура фирм такова, какова она есть, как взаимодействуют формальная и неформальная структуры?
4. *Функционирование*: как осуществляется координация работы структурных подразделений и действий работников?

С точки зрения теории *стратегического менеджмента* — как позитивной, так и нормативной — к этим вопросам нужно добавить и еще два:

5. *Конкурентные преимущества*: как фирма создает (и *должна* создавать) конкурентные преимущества?
6. *Механизм создания стоимости*: как фирма создает (и *должна* создавать) ценность для потребителя и стоимость?

Разумеется, перечисленные вопросы далеко не исчерпывают всего многообразия тем, которые могут заинтересовать исследователя, работающего в обсуждаемой области. Однако именно они выступают в качестве ключевых, без ответа на которые теория фирмы вряд ли может считаться полноценной теорией. Тем самым стратегической теорией фирмы может считаться та теория фирмы, которая дает те или иные ответы на приведенные вопросы. Рассмотрим с этой точки зрения основные концепции фирмы, не являющиеся неоклассическими экономическими в указанном выше смысле.

2. Трансакционный подход

Трансакционный подход, известный также под названием контрактного подхода, исторически был первым, не только поставившим вопрос о том, почему существу-

ют фирмы, но и давшим такой ответ на него, который определил отправной пункт целого нового направления в экономической теории, существенно изменившего ее облик и предпосылки. Речь идет о знаменитой статье Р. Коуза «Природа фирмы» [Coase, 1937]. Суть ответа, как известно, заключалась в том, что фирмы в силу своего особого контрактного устройства обеспечивают экономию трансакционных издержек при координации использования ресурсов по сравнению с координацией, обеспечиваемой действием механизма цен, т. е. рынком.

Будучи существенно продвинутым в 1970-х — 1980-х гг. целым рядом исследователей [Alchian, Demsetz, 1972; Cheung, 1983; Demsetz, 1988], и в первую очередь О. Уильямсоном [Williamson, 1975], который ввел понятие оппортунистического поведения и создал тем самым предпосылки для применения к изучению фирм агентской модели, трансакционный подход давал ясные и аргументированные ответы на первый и второй, а также отчасти третий из приведенных выше вопросов СТФ. Четвертый, пятый и шестой вопросы в тот период вообще находились вне сферы внимания сторонников трансакционного подхода.

Как представляется, такая ситуация в определенной мере явилась следствием того, что в рамках данного подхода был достаточно детально представлен предмет теории, т. е. *модель фирмы*, формировались, анализировались и верифицировались выводы из этой модели, однако мало внимания уделялось тому, что *есть* фирма, т. е. тому, что представляет собой *объект* теории. Эта позиция была ясно выражена С. Ченом: «Я утверждаю, что мы не знаем в точности, чем является фирма, но знание этого не является жизненно важным. Слово „фирма“ — это просто краткое описание способа организовать деятельность в рамках контрактной структуры, отличающейся от обычных рынков продукции» [Cheung, 1983, р. 3]. Квинтэссенцией такого отношения к фирме как объекту исследования

«отправной пункт любой теории предприятия сводится к следующему вопросу: из чего состоит предприятие?» [Клейнер, 2005, с. 2].

можно считать ставшее широко употребляемым выражение «фирма как совокупность контрактов» (*firm as a nexus of contracts*), введенное М. Дженсенем и У. Меклингом для характеристики корпорации [Jensen, Meckling, 1976]. Если трактовать его буквально, — а работы, опубликованные в рамках транзакционного подхода, иногда вполне допускали это, — то о стратегиях говорить было просто невозможно: *у контрактов (и даже их совокупностей) никаких стратегий быть не может*. Они могут быть только у *индивидов*, заключающих те или иные контракты и исполняющих (или не исполняющих) их.⁸ Это, разумеется, не могло не привести к сдержанной позиции теоретиков и практиков менеджмента по отношению к транзакционному подходу к фирме.

Другой момент, обусловивший весьма критическое отношение исследователей стратегического менеджмента к данному подходу, была достаточно жесткая позиция, занятая О. Уильямсоном по поводу стратегий в принципе: «Экономия издержек — лучшая стратегия» (*economy is the best strategy*) [Williamson, 1991], занятая им еще в начале 1990-х гг. и не раз подтвержденная впоследствии [Williamson, 1999; 2002]. Разнообразие стратегических практик, разносторонние подходы в области стратегического планирования и т. д. оказывались при таком подходе в лучшем случае на периферии исследовательских интересов.

Вместе с тем авторитет НИЭТ обусловил появление целого ряда публикаций, посвященных попыткам *синтеза* транзакционного подхода с другими направлениями, по которым развивались разработки в области теории фирмы, адекватной задачам стратегического менеджмента [Silverman, 1999; Nickerson, Hamilton, Wada, 2001;

⁸ Безусловно, поскольку НИЭТ базируется на принципе методологического индивидуализма, в качестве индивидов выступают менеджеры, в реальности в центре внимания исследователей находились их действия, однако на уровне *определений* этот факт явно не отражался.

Kim, Mahoney, 2002; 2005; 2008; Heiman, Nickerson, 2002; Foss, Foss, 2005]. Обеспечить успешность таких попыток весьма непросто, поскольку для этого необходимо как минимум *совместить предпосылки синтезируемых подходов*. В этом плане наиболее «валентным» представляется ресурсный подход, *лишенный*, по мнению ряда исследователей [Lockett, Morgenstern, Thompson, 2009], каких-либо *ограничивающих поведенческих предпосылок*, что и обусловило его широкую популярность среди теоретиков стратегического менеджмента.

3. Ресурсный подход

Альтернативное понимание фирмы как «пучка ресурсов» (*bundle of resources*) начало активно развиваться в середине 1980-х — начале 1990-х гг. [Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Grant, 1991; Conner, 1991; Peteraf, 1993; Prahalad, Hamel, 1990], хотя предпосылки к его формированию были заложены еще в конце 1950-х гг. [Penrose, 1959]. Суть ресурсного подхода, как известно, заключается в следующем. Различия в экономических результатах фирм, действующих на одном товарном рынке, связаны с различиями в составе ресурсов, которыми располагает фирма и которые используются ею в своей деятельности. Ресурсы понимаются при этом в самом широком смысле — как все то, что обеспечивает функционирование фирмы. Наличие у фирмы неких *особых* ресурсов, обозначаемых известной аббревиатурой VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*), обеспечивает ей конкурентное преимущество, т. е. получение сверхнормальной прибыли, или ренты.

Важным компонентом ресурсного подхода явилась постулируемая «*причинная неоднозначность*» (*causal ambiguity*) [Lippman, Rumelt, 1982; Barney, 1991], заключающаяся, по мнению сторонников подхода, в том, что ни внешним, ни внутренним наблюдателям причинная *связь* между составом и свойствами ресурсов, которые

используются фирмой, и возникающим конкурентным преимуществом может быть совершенно *не ясна*. Это положение, безусловно базирующееся на фактах невозможности для большинства менеджеров ответить на вопросы о причинах тех или иных решений, приведших к успеху, является следствием *ограниченной рациональности* индивидов. Более точно, речь идет о такой ее разновидности, как *ограниченная рефлексивность*, т. е. неспособность полностью осознать причины своих решений и действий. Для внешних наблюдателей основой причинной неоднозначности выступает ограниченность общих познавательных способностей индивидов.

Широкая трактовка ресурсов, включавшая в них знания, способности, решения и действия менеджеров, обеспечила высокую привлекательность ресурсного подхода для исследователей стратегического менеджмента, поскольку «возвращала» им, в отличие от транзакционного подхода, традиционный объект анализа. При этом *предмет* теории не оказывался в столь резком несоответствии с практической деятельностью, как это имело место для транзакционного подхода к теории фирмы. Ведь фирма как *пучок ресурсов* несопоставимо ближе к практике управления, чем фирма как *совокупность контрактов*.

Вместе с тем ряд положений ресурсного подхода подвергся критике, в рамках которой можно выделить несколько направлений. Во-первых, в концепции отсутствовал ответ на вопрос о причинах возникновения фирм, т. е. на первый из «стандартных» вопросов, жизненно важных для любой теории фирмы. Во-вторых, была подмечена определенная тавтологичность подхода: успешные фирмы успешны, потому что они обладают уникальными ресурсами, так что они должны формировать у себя такие ресурсы, чтобы быть успешными [Porter, 1994, р. 445]. В-третьих, с этой чертой ресурсного подхода во многом связано и обвинение его в несоответствии такому критерию научности теории, как *фальсифицируемость* [Priem, Butler, 2001a; 2001b].

В-четвертых, внимание было обращено и на некоторую «замкнутость» концепции, на ее пренебрежение внешней конкурентной средой: ведь стоимость создается в обменах, на рынках, а последние находятся вне сферы ее внимания [Priem, Butler, 2001a; 2001b]. В-пятых, использование причинной неоднозначности как фактора, *объясняющего* устойчивость конкурентного преимущества, создает труднопреодолимые препятствия в рамках *нормативной* составляющей теории: ведь если менеджеры не всегда понимают, какие именно ресурсы «ответственны» за возникшие конкурентные преимущества, маловероятно, что сторонние исследователи, сталкиваясь с нематериальными ресурсами и способностями, уловят такие связи. При этом без соответствующего знания затруднительны и какие-либо рекомендации. Наконец, в-шестых, легко заметить и несколько «мелких» недочетов, типа избыточности VRIN (значимые ресурсы не могут не быть редкими), нечеткости разграничения ресурсов и способностей (ресурсы трактовались как все, что может рассматриваться как сила или слабость данной фирмы [Wernerfelt, 1984, р. 172]), смешения *системы* ресурсов и *отдельных* ресурсов (за создание ценностей для потребителя и, соответственно, стоимости «отвечают» *все ресурсы* фирмы, так что выделение лишь *некоторых* из них в качестве ключевых необоснованно).

Убедительные ответы на перечисленные критические замечания до сих пор так и не получены. Однако вместо упрочения основ подхода его сторонники и последователи двинулись дальше, сконцентрировав внимание на таких составляющих пучка ресурсов, как *знания и способности*.

4. Подход, основанный на знаниях

Зарождение *подхода, основанного на знаниях* (ПОЗ), происходило практически синхронно с формированием ресурсного подхода, в первой половине 1990-х гг. [Kogut, Zander, 1992; Nonaka, 1994; Spender, Grant, 1996; von Krogh, Roos, Slocum, 1994]. Сво-

им содержанием ПОЗ отразил распространившееся к этому времени среди менеджеров и исследователей понимание того, что в рамках «новой экономики» возникают фирмы, для которых именно *знание* становится наиболее значимым ресурсом, и такие фирмы могут вести себя иначе, чем фирмы в «старой экономике». Отсюда — концентрация внимания на движении знаний и их влиянии на эффективность и конкурентные преимущества фирм. Знания при этом трактуются как *субъективированная информация*, неотделимая от убеждений индивида и целенаправленного действия [Nonaka, 1994, p. 15–16].

Основные положения ПОЗ самым образом связаны с ресурсным подходом, заимствуя из него понимание природы компетенций и ресурсов как основы устойчивого конкурентного преимущества [Barney, 1996; Mahoney, 1995; Christensen, 1995]. Они во многом переключаются с положениями *поведенческих теорий фирмы*, такими как важность познавательных процессов (cognition), предпосылка разделяемой идентификации членов организации («организационное гражданство» [Kogut, Zander, 1996]), и неявной *эволюционной теории фирмы* (центральная роль рутин как источников устойчивости и изменчивости, хранителей памяти организации, основы формирования способностей фирмы).

В отличие от ресурсного подхода, ПОЗ предложил свои объяснения *существованию* фирм. Согласно этому подходу фирмы существуют, поскольку превосходят рынки в их способности организовывать комбинации знаний [Kogut, Zander, 1992], снижая издержки коммуникации и координации посредством создания и развития групповой идентичности [Kogut, Zander, 1996]. Кроме того, именно организации усваивают и развивают новые знания, создаваемые индивидами [Nonaka, 1994], обеспечивая долгосрочность и устойчивость взаимодействий между индивидами, независимо создающими новые знания [Spender, 1996], и формируя для индивидов условия для

интеграции их экспертных знаний [Grant, 1996; Grant, Baden-Fuller, 1995].

Между ресурсным подходом и ПОЗ есть и другое отличие: с точки зрения первого знание — это ресурс, необходимый для того, чтобы обеспечить наличие и возможность использования (изменения) других ресурсов [Wernerfelt, 1984], в то время как с точки зрения второго знание — это «обычный» ресурс наравне с другими ресурсами [Barney, 1991].

Однако основное отличие заключается в понимании уровня локализации знания: если традиционно знания понимались как феномен *индивидуального* уровня, т. е. принадлежащие исключительно индивидам, то в рамках ПОЗ они трактуются как феномен, присущий *фирме* в целом и различным *группам* индивидов. При этом особо подчеркивается важность взаимодействий между индивидами и группами в процессах создания и распространения знаний (например, при развитии рутин), и главное — при формировании конкурентных преимуществ [Grant, 1996; Szulanski, 1996].

Обоснование «надындивидуальности» знаний связывается ПОЗ с существованием неcodируемого знания (tacit knowledge). Логику этого обоснования можно выразить следующим образом: индивиды являются ограниченно рациональными, что выражается прежде всего в форме «ограниченной языковой выразительности» (language limits). Иначе говоря, они не всегда способны точно *выразить словами* свои знания и чувства, что обуславливает формирование неcodируемого знания [Conner, Prahalad, 1996]. Именно различия явного и неcodируемого знания *отделяют* знание от других ресурсов [Kogut, Zander 1992; 1996]. Из этих положений делается следующий вывод: не всё знание фирмы может быть обнаружено в голове *одного* индивида, оно *распределено* между работниками фирмы и, *следовательно*, принадлежит *фирме*. Более того, именно *фирмы* создают и развивают рутины, которые действуют как хранилища знаний [Cyert, March, 1963];

в этом смысле фирмы становятся «знающими» (knowledgeable) организациями.

Поскольку тезис надындивидуальности знания является центральным как для ПОЗ, так и для его важнейшего ответвления — концепции динамических способностей, то на его анализе необходимо остановиться специально. В приведенном рассуждении вызывает самые серьезные сомнения обоснованность принадлежности распределенных некодируемых знаний *фирме*, а не *совокупности индивидов*. Ведь если, скажем, у каждого из членов некоторой группы есть *разная* одежда, отсюда никак не вытекает, что эта одежда *в совокупности* принадлежит *группе*, а не отдельным людям. Точно так же нельзя согласиться и с тем, что рутинны создаются *фирмами*, а не отдельными людьми, равно как и с тем, что *рутины* (независимо от их точного определения), а не *память отдельных людей* (работников фирмы) являются хранилищем неявных знаний.

Простейшим доказательством отсутствия у *фирмы* неявных знаний (а также рутин, способностей и др.) может служить следующий мысленный эксперимент. Представим себе, что в некоторой фирме *одновременно и полностью заменен весь персонал*. В какой из оставшихся неизменными частях такой фирмы сохранятся неявные знания, рутинны и т. п.? Ответ очевиден: *ни в какой*. Разумеется, сохранятся все *кодированные* знания, записанные на бумаге, на табличках над кабинетами и в памяти компьютеров. Некоторую информацию о бывших работниках также можно будет извлечь из расположения мебели, планировки помещений и других артефактов. Однако самое значимое, по мнению сторонников ПОЗ, *неявное* знание безвозвратно исчезнет из фирмы вместе с удаленными сотрудниками.

Заметим, что нечто похожее на приведенный мысленный эксперимент — замену *не всех, а некоторых* из сотрудников — сторонники ПОЗ используют как доказательство именно того, что неявные знания *принадлежат фирме*. Логика их

рассуждений примерно такова: если заменить сотрудника на нового, сложившиеся рутины практически не меняются; следовательно, рутины существуют независимо от отдельных работников.

Легко видеть, однако, что у факта неизменности рутин при замене отдельных работников существует иное, гораздо более простое объяснение: рутины существуют *в памяти оставшихся* работников, так что новый сотрудник обучается «вести себя правильно», взаимодействуя с последними. Не рутины, независимо от людей существующие «в памяти фирмы», переносят информацию новому сотруднику, а его коллеги обучают его, частично — словами (кодируемая часть рутин), частично — личным примером (некодируемая часть рутин).⁹

Здесь необходимо, разумеется, внести некоторое «философско-терминологическое» уточнение. Если понимать выражение «нечто принадлежит группе» как *сокращение* выражения «нечто принадлежит всем или большинству членов группы», то никаких проблем с принадлежностью знаний фирме (как некоторой группе ее работников) не возникает. Однако проблемы появляются, если трактовать группу (или фирму) как самостоятельный *субъект*, существующий *наряду* (или «над») с ее работниками. Именно такую трактовку мы и характеризуем как «холистический антропоморфизм».

В качестве обоснования субъектного характера фирмы (организации, группы) чаще всего указывают на ее *системный* характер и существование у систем *эмерджентных* свойств. Безусловно, реально существующие организации являются системами. Соответственно, у них имеются и

⁹ Здесь уместно вспомнить положение М. М. Бахтина: «Любой объект знания (в том числе человек) может быть воспринят и познан как вещь. Но субъект как таковой не может восприниматься и изучаться как вещь, ибо как субъект он не может, оставаясь субъектом, стать безгласным, следовательно, познание может быть только диалогическим» [Бахтин, 1986, с. 383].

некоторые эмерджентные свойства. Однако никто и никогда не доказал, что одним из таких свойств фирмы выступает свойство «быть субъектом»¹⁰ — таким же, как индивид, т. е. обладающим сознанием, волей, памятью, способностями к познанию и действию, эмоциями и т. д.

Справедливости ради нужно отметить, что Р. Нельсон и С. Уинтер в своей основополагающей книге [Nelson, Winter, 1982] неоднократно подчеркивали *метафорический* характер использованного в ней уподобления рутин привычкам, генам и т. п. Они полагали, что рутины ближе всего к *программам поведения*, отличаясь от, например, компьютерных программ наличием значительных неcodируемых фрагментов, которые не могут быть ясно сформулированы «носителями» этих программ, т. е. индивидами — работниками фирм.¹¹ Однако дальнейшая эволюция как самого этого понятия, так и связанных с ним понятий организационных способностей, организационного обучения и т. п., как показало исследование [Felin, Foss, 2009], пошло по пути *буквальной трактовки* упомянутых метафор, понимания их как *терминов*.

Как следствие, в рамках такой эволюции не произошло уточнения понятий органи-

зационной рутины и организационной способности. Напротив, их содержание стало поистине «безразмерным»: «Когда исследователи пытаются предложить определения, они часто так много вкладывают в понятия рутин и способностей, что те на деле становятся идентичными организации как таковой, или же рутины отождествляются с другими конструктами, такими как эвристики, стратегии, организационные процессы и устройства, когнитивные моменты (например, «организационная память») и стимулы...» [Felin, Foss, 2009, p. 159].

Образно выражаясь, понятие «рутины» стало подобно понятию «четвероногие объекты», в содержание которого включаются, наряду с кошками и собаками, также столы, стулья и Эйфелева башня. Безусловно, такое понятие имеет право на существование. Вопрос состоит в том, является ли оно *продуктивным* для развития той или иной теории. С нашей точки зрения, безграничное расширение понятия «рутины» (вместе со столь же широким пониманием термина «знание») создает излишние, искусственные трудности для теории стратегического менеджмента в целом и СТФ — в частности.

Проанализируем эти трудности на примере проблемы передачи неcodируемого знания или же проблемы репликации рутин [Becker, 2004; 2005; Hodgson, 2004; Pentland, Feldman, 2005]. Не воспроизводя сложные аналитические конструкции, предложенные авторами упомянутых работ, рассмотрим значительно более простое решение названной проблемы. Если мы разделим «безразмерное» знание на *информацию*, закодированную в знаках, являющихся *внешними* по отношению к индивиду, и собственно *знание*, закодированное во «*внутренних*» знаках человеческого организма, т. е. в электрохимических сигналах и состояниях мозга, то *проблема репликации рутин фактически исчезает*. Ведь собственно знание может быть как *codируемым* — индивид в состоянии озвучить или записать некоторую его часть, — так и неcodируемым (*tacit*).

¹⁰ Попытку обосновать наличие такого свойства у организаций ссылкой на признание ее юридическим лицом [King, Felin, Whetten, 2010] нельзя признать удачной, так как подобное признание в рамках правовых систем обусловлено не более чем соображениями удобства в связи с возникновением обществ с ограниченной ответственностью и необходимостью разграничить имущество учредителей и имущество такого общества, на которое только и может быть обращено взыскание.

¹¹ В упомянутой книге нет четкого и однозначного определения понятия «рутины», однако именно это понимание вытекает как из содержания книги, так и из более ранних и более поздних высказываний ее авторов: рутины — это «программы (patterns) поведения, которое последовательно повторяется, но меняется, если меняются условия» [Winter, 1964, p. 263]; «способы осуществления разных вещей» [Winter, 1986, p. 165] и т. д.

Кодируемую часть рутины, понимаемой как знание индивида о том, что следует делать в некоторой ситуации, включая его взаимодействие с другими работниками, можно передать новому работнику путем специализированного производства соответствующей информации. Некодируемое же знание в принципе не может быть результатом *специализированного* производства информации, оно может рассматриваться только как результат производства *потенциальной* информации, т. е. как информация, содержащаяся в *любом* объекте [Тамбовцев, 1993, с. 22]. Но потенциальная информация не может быть и объектом *передачи*¹²: ее можно только *извлекать* из объекта-носителя. Извлечение потенциальной информации из любого объекта, в том числе из индивида как носителя не кодируемого знания, предполагает *исследование* этого объекта: наблюдение за его поведением, выдвижение гипотез, их проверку, экспериментирование и т. п. У нового работника фирмы, которому его коллеги пытаются «реплицировать» ту или иную рутину, нет иного пути получения не кодируемой части рутины, чем повторение действий опытных работников на основе *сообщенной* ему информации (отражающей кодируемый компонент рутины) и собственных попыток делать то же самое, в ходе которых у него возникает (или не возникает, если его индивидуальные способности недостаточны) соответствующий не кодируемый компонент рутины.

¹² Передача информации в строгом смысле слова предполагает наличие индивида — ее *производителя*, специально создающего сообщения на тех или иных «внешних» носителях, адекватных существующим *каналам связи*, по которым могут передвигаться эти носители, т. е. знаки, а также наличие *получателя*, способного воспринимать и понимать эти знаки. Познание исследователем какого-либо внешнего для него объекта, *не передающего целенаправленно* информацию о себе, лишь *метафорически* можно назвать передачей информации, — это *не передача* в строгом смысле слова, а *производство* (для самого себя или других) исследователем информации об этом объекте.

Понятно, что реплицируемая рутинная информация существует в *памяти индивидов* [Simon, 1991], а вовсе не в организации (или фирме), причем некоторые части этого знания могут не осознаваться индивидами (и следовательно, не кодироваться), другие — осознаваться, но не кодироваться, третьи — и осознаваться, и кодироваться. Тем самым нет какой-либо необходимости в том, чтобы трактовать знания как *многоуровневый* концепт, содержание которого существует и на уровне индивида и на уровне организации, как это предлагается в [Kaplan et al., 2001]. *Информация*, безусловно, может принадлежать фирме как юридическому лицу (например, патент), но *знания* могут принадлежать лишь *индивидам*.

Характеризуя ПОЗ в целом как вариант СТФ, нельзя не отметить, что, стремясь доказать преимущества фирмы перед рынком в производстве и использовании *знаний*, его сторонники не учитывают, во-первых, органичные для фирмы ограничения этих процессов, а во-вторых, — существование механизмов координации, более эффективных именно для производства информации и знаний, чем и фирма, и рынок.

Неотъемлемые от фирмы ограничения на производство и использование знаний связаны с тем, как в ней распределяется доход, получаемый фирмой от продаж продукции, произведенной на основе знаний. Если в фирме принято стимулирование индивидуальных усилий, то у умелого работника возникают стимулы сохранить свои производственные знания при себе, а не передавать их другим, так как это (относительно) снизит его зарплату. Если же в фирме поощряется групповая оплата, то вполне может возникнуть «эффект безбилетника», который в состоянии вообще подавить стремление повышать уровень производственных знаний у работников. К сожалению, в рамках ПОЗ эти проблемы не обсуждаются, их место занимает якобы всеобщая «организационная идентичность», исключающая возможность оппортунистического поведения работников [Conner, Prahalad, 1996].

Что касается второго момента, то в силу специфических черт информации как кодированного знания наиболее эффективные из известных на сегодня механизмов координации, которые могут применяться для ее производства, — это *не фирма*, а некоммерческая организация и «базар» [Baker, Gibbons, Murphy, 2002; Acemoglu, Kremer, Mian, 2003; Demil, Lescocq, 2006]. Соответствующий пласт идей, однако, совершенно не освоен в рамках ПОЗ.

Таким образом, налицо значительные проблемы в самих *основаниях* ПОЗ, что ставит под сомнение его потенциал в формировании СТФ.

5. Концепция динамических способностей

Общепризнанно, что *концепция динамических способностей* (КДС) ([Teece, Pisano, Shuen, 1990; 1997; Teece, Pisano, 1994; Helfat, 1997; Eisenhardt, Martin, 2000; Zollo, Winter, 2002; Helfat et al., 2007] и др.) явилась развитием ресурсного подхода, призванным придать динамизм его статическим конструкциям.¹³ Вместе с тем в силу ведущей роли в КДС понятий рутин, обучения и т. п. она тесно связана с ПОЗ, выступая своеобразной «вершиной» всего ресурсного подхода, отражающей как его достоинства, так и недостатки.

КДС анализирует вопросы формирования и сохранения конкурентных преимуществ фирмы. В соответствии с ней конкурентное преимущество обеспечивается наличием у фирмы *динамических способностей* (ДС), т. е. способностей модифицировать и пересматривать свои компетенции для достижения лучшего соответствия с изменившейся внешней средой. Способности фирмы, в свою очередь, трактуются как изменяющиеся внутренние и внешние ор-

ганизационные навыки, ресурсы и функциональные компетенции. Согласно КДС, конкурентные преимущества создаются путем использования организационных и управленческих *процессов, позиций* (position), т. е. активов всех типов, а также *путей* (path) — верований и привычек, ограничивающих будущее поведение, для того чтобы на долгосрочный период развить высокоэффективные *рутины*.

В соответствии с этим ДС характеризуются также как «траектории развития компетенций», т. е. как специфические для фирмы процессы, основывающиеся на прошлом опыте (path dependence). ДС сочетают в себе *гибкость*, необходимую для обеспечения возможности изменений, с *ограничениями*, которые выводятся из прошлого именно данной фирмы.

Если попытаться охарактеризовать КДС в сравнении с ранее рассмотренными подходами, то можно заметить, что она представляет собой существенное *упрощение* ресурсного подхода, поскольку заменяет поиск неуловимых V(R)IN-ресурсов поиском *способностей адаптировать таковые* (в предположении, что *они уже есть*) к изменениям внешней конкурентной среды. Фактически анализ *совокупности* V(R)IN-ресурсов замещается анализом только одного ресурса — способности комбинировать остальные ресурсы (включая и организационные способности, как это принято в ресурсном подходе). Стоит отметить, что КДС обуславливает и существенное сужение *объекта* анализа: интерес для нее представляют *не все фирмы*, а только те, которые действуют в динамичных, инновационных секторах.

Унаследованные от ресурсного подхода и ПОЗ характеристики КДС недавно стали объектом достаточно обстоятельного критического анализа [Arend, Bromiley, 2009]. В числе недостатков подхода исследователи отмечают: (1) отсутствие должных теоретических оснований; (2) слабую эмпирическую верификацию формулируемых положений; (3) неясность практической применимости; (4) сосредоточенность

¹³ Достаточно подробное описание развития понятия динамических способностей представлено в [Ambrosini, Bowman, 2009]; при этом, по мнению авторов [Galunic, Eisenhardt, 2001], элементы этой концепции можно обнаружить еще в трудах Й. Шумпетера.

на понятийно-терминологических вопросах в ущерб изучению механизмов стратегических изменений. К этому можно добавить также и известную тавтологичность положений КДС, подобную той, которую М. Портер подметил, анализируя ресурсный подход (см. раздел 3): успешные фирмы успешны потому, что обладают ДС; чтобы стать успешной, фирма должна развивать у себя ДС.¹⁴ При этом вопросы о том, какими именно должны быть «успехообразующие» ДС, что должны для их формирования делать менеджеры и т. п., фактически остаются открытыми.

Ответ на эту критику, опубликованный в том же номере журнала *Strategic Organization* [Helfat, Peteraf, 2009], фактически сводится к следующему: КДС еще очень молода, не следует требовать от нее четкости и законченности формулировок, мощной базы эмпирических подтверждений и т. п. Безусловно, фактор молодости КДС — это реальность, однако, независимо от продолжительности существования той или иной концепции фирмы, ее *потенциал* так или иначе должен проявить себя в тех *ответах*, которые предлагаются для *вопросов*, приведенных в разделе 1.

Потенциал КДС в этом плане *изначально ограничен* нечеткостью исходного понятия «способность». Как образно выразились Д. Дози, Р. Нельсон и С. Уинтер, «термин „способности“ плавают в литературе подобно айсбергу в туманном Ледовитом океане, один из айсбергов среди других, с трудом отличающийся от многих других айсбергов вокруг него» [Dosi, Nelson, Winter, 2000, p. 3].

Ситуация мало изменилась и за прошедшие десять лет. Анализ литературы, посвященной изучению конкретных ДС, выделяемых разными исследователями, порождает ощущение, что многие из этих способностей объявляются таковыми *ad hoc*,

т. е. под те или иные действия успешной фирмы *придумываются* соответствующие организационные (динамические) способности. Так, если фирма (точнее, конечно, *руководители* и *сотрудники* фирмы) успешно вступает в отношения с другими фирмами, утверждается, что у нее есть динамическая «отношенческая способность» [Dyer, Kale, 2007]; если фирма хорошо разрабатывает контракты, значит, у нее есть «контрактные способности» [Argyres, Mayer, 2007; Lee, 2008]; если фирма успешно вступает в союзы — у нее есть соответствующие «союзные способности» (*alliance capabilities*) [Heimeriks, Duysters, 2005]; если она может и вступать в союзы, и осуществлять слияния — у нее есть способность слияний и альянсов [Vassolo, Anand, 2007/2008] и т. д. Любому непредвзятому читателю ясно, конечно, что речь идет фактически об одной и той же способности, однако в силу неясности того, что же такое способность, каждый из исследователей волен изобретать «свою» способность.

Аналогично обилие способностей «открыто» и в такой сфере, как инновации: одни говорят об «инновационных способностях» [Barbaroux, 2009], другие — о способности балансирования рутин использования и открытия [Güttel, Konlechner, 2007], третьи — о превосходстве в обновлении технологической базы [Narasimhan, Rajiv, Dutta, 2006]. При этом, если одни исследователи утверждают, что «динамические способности представляют собой множество специфических и идентифицируемых процессов, таких как развитие производимой продукции (*product development*), принятие стратегических решений и вступление в альянсы» [Eisenhardt, Martin, 2000], то другие в рамках одной только лесной индустрии обнаруживают 54(!) значимых для нее способности [Korhonen, Niemela, 2005]. Более того, целые *сферы управления*, такие как сетевой менеджмент [Möller et al., 2002] и управление знаниями [Nguyen, Neck, 2008], рассматриваются соответствующими исследователями как ДС.

¹⁴ Или, как сформулировано в [Cepeda, Vega, 2007, p. 427], «если у фирмы есть динамическая способность, она должна хорошо функционировать, и если фирма функционирует хорошо, то она должна иметь динамическую способность».

Вместе с тем умение решать возникающие проблемы «штучно» (*ad hoc problem solving*), по мнению С. Уинтера, не является реализацией ДС: «Стратегическая сущность способностей включает паттернизацию деятельности, и для того чтобы создать и поддерживать такие паттерны, обычно требуются дорогостоящие инвестиции, например, в развитие продуктовых линий. Фирмы могут обеспечить изменения и без опоры на динамические способности, посредством того, что здесь обозначено как решение проблем *ad hoc*» [Winter, 2003, p. 991]. Приведенные аргументы в пользу исключения способности «штучного» решения вопросов из числа ДС не представляются убедительными. Ведь навык индивидуального подхода к каждой возникающей проблеме (в том числе и проблеме изменения сложившейся конфигурации ресурсов, например) может быть весьма устойчивой чертой действий менеджеров некоторой фирмы, так что отказываться такой устоявшейся практике в наличии у нее признаков ДС (при значительной неопределенности самих этих признаков) нет никаких оснований. Более того, как отмечал И. Доз, стратегические «решения конфликты и не могут быть рутинизированы» [Szulanski, Porac, Doz, 2005, p. xvii].

Далее, потенциал КДС *изначально ограничен* также и вследствие приписывания динамическим способностям свойства *причинной неоднозначности по определению*: «причинная неоднозначность — условие, при котором ни фирма, ни ее соперники не могут определить причины эффективности фирмы» [Powell, Lovallo, Caringal, 2006]. Это, с нашей точки зрения, свидетельствует об *изначально неоперациональности* данного понятия, крайне ограниченной применимости его для прикладных целей. Ситуация здесь напоминает ситуацию с понятием «наиболее приспособленный» в «старой» эволюционной теории: наиболее приспособленным объявлялся тот вид, который лучше всего выживает, а лучше всего выживает тот, кто наиболее приспособлен.

Однако для *менеджеров-практиков* такого рода силлогизмы мало что значат. Им важно получить ясные рекомендации относительно того, что же именно им следует предпринимать для улучшения положения фирмы в изменившихся условиях.

Этот порочный круг можно разорвать единственным образом: связав *наблюдаемое* (через успешность выживания) свойство наибольшей приспособленности с *внутренними* (морфологическими, физиологическими и т. п.) свойствами особей соответствующего вида и их *поведенческими характеристиками* посредством того или иного *причинно-следственного* механизма. Если же априори объявить такую причинную связь неясной и неопределенной, то понятие наибольшей приспособленности останется неоперациональным. В биологии, как известно, заявлений о причинной неопределенности никто из исследователей не делал, напротив, поиски причинных связей в конце концов увенчались значительным успехом, и путь к нему лежал через расшифровку *геномов* различных видов (см., напр.: [Ридли, 2008]).

Аналогичная связь должна быть установлена и для фирм — между их успешным (или неуспешным) функционированием и действиями менеджеров. Установление таких связей для динамических способностей, рутин и т. п. соответствует созданию их *микрооснований*, проект изучения которых был недавно заявлен [Felin, Foss, 2006].¹⁵

6. Предпринимательские теории фирмы

Современная фирма, работающая в условиях глобальной и динамичной конкуренции, немислима без активной предпринимательской деятельности. Хотя проблемы предпринимателя и предпринимательства изначально, еще с работ К. Менгера, изучавшего

¹⁵ Проблема поиска микрооснований категорий стратегического менеджмента и СТФ, несмотря на ее несомненную значимость, не может быть детально проанализирована в рамках данной статьи в связи с ограниченностью ее объема.

рыночный процесс, были в центре внимания австрийской школы (включая исследования Ф. фон Хайека и Л. Мизеса), вплоть до середины 1990-х гг. австрийская теория фирмы как *специальная теория* фактически не разрабатывалась. Еще в 1989 г. Б. Лосби характеризовал такое отсутствие как «наиболее очевидный дефект австрийской экономической теории» [Loasby, 1989, p. 166], а в 1996 г. Д. О’Дрисколл и М. Риззо писали: «Удивительно, что субъективистской или австрийской теории фирмы нет» [O’Driscoll, Rizzo, 1996, p. 123].

Вероятно, одной из первых публикаций, посвященных подобной разработке, была статья Н. Фосса [Foss, 1994], а продолжением этих усилий стала работа [Dulbesso, Garrouste, 1999]. В последнее десятилетие исследования в области предпринимательской теории фирмы (ПТФ) стали весьма многочисленны и разнообразны, охватывая проблематику динамики знаний, когнитивных процессов, процессов решения проблем и принятия решений и т. п. (см., напр.: [Alvarez, Barney, 2005; 2007; Casson, 2005; Dew, Velamuri, Venkataraman, 2004; Foss, Klein, 2001; Langlois, 2007; Roberts, Eisenhardt, 2003; Sarasvathy, Dew, 2009; Witt, 1999; 2007; Yu, 1999; Zander, 2007] и др.). Соответственно, несмотря на наличие определенного разнообразия конкретных подходов к ПТФ, можно очертить ее *общие* сложившиеся контуры, а также оценить потенциал с точки зрения формирования стратегической теории фирмы.

В силу особого места, занимаемого неоавстрийской школой в современной экономической теории, — ее положения фактически разделяются многими исследователями, важность идей отмечена премией имени Нобеля (Ф. фон Хайек, 1974 г.), однако собственно разработками в данном направлении занимается лишь узкий круг экономистов, — в упомянутых публикациях большое внимание уделяется взглядам представителей неоавстрийской школы на методологию экономической теории и характеристике ее базовых понятий, таких как субъективизм, неопределенность,

распределенное знание, предпринимательство, теория капитала и т. п. Многие из названных работ содержат также (порой не вполне обоснованную) критику традиционных подходов. Так, неоавстрийский «взгляд на фирму неявно критикует современную (коузианскую) теорию фирмы ... эта теория преимущественно статична и уделяет либо мало, либо не уделяет вообще никакого внимания созданию рынков, предполагая, что ресурсы, продукция и технология являются данными, так что экономическая задача заключается только в их комбинации способом, минимизирующим транзакционные издержки» [Foss, 1994, p. 57].

Понимание фирмы внутри ПТФ вполне совпадает при этом с традиционными воззрениями: «Под термином „фирма“ я буду понимать организацию, созданную с ясно выраженной целью получения прибыли» [Foss, 1994, p. 31]. Однако в вопросе о происхождении фирмы неоавстрийский подход заявляет свою особую позицию: «Фирма... это то, что возникает *после* того, как предприниматель осуществил некоторое предпринимательское принятие решения, а именно — покупку определенных ресурсов» [Kirzner, 1973, p. 52] (цит. по: [Foss, 1994, p. 58]). Еще более четко ее сформулировал Р. Ланглуа: «Фирма существует благодаря предпринимательству... В конце концов, совокупность идей, которые я считаю центральными для объяснения фирмы, это та же самая совокупность идей, которая является центральной в литературе по предпринимательству» [Langlois, 2007, p. 1108]. В чем же заключается эта совокупность идей?

Предприниматель в неоавстрийской теории — это индивид, изыскивающий или создающий *новые возможности* (business opportunities) для извлечения прибыли, основываясь на *знаниях*, которыми он обладает, и *оценках* (judgments), формируемых как на основе знаний, так и исходя из интуиции, поскольку он действует в условиях неопределенности [Kirzner, 1997]. Способность и готовность прини-

мать «оценочные решения» (judgmental decisions) предполагает, что выявленная возможность трансформируется предпринимателем в бизнес-идею, т. е. в представление о новом сочетании ресурсов, позволяющем использовать эту возможность для получения прибыли.

Процессы реализации бизнес-идеи, сформировавшейся у предпринимателя, играют центральную роль в возникновении фирм: «Предпринимательское воображение определяет рождение фирмы» [Witt, 1999, p. 100].¹⁶ Ведь реализовать бизнес-идею, позволяющую использовать возможности, предприниматель может двояко: (1) заказать необходимые для этого ресурсы на рынке, соединив их затем самостоятельно в некие объекты, которые потребители готовы у него приобретать; (2) создать фирму, в которой такое соединение будут осуществлять наемные работники, координируемые либо им самим, либо наемными менеджерами.¹⁷ По каким критериям осуществляется (или должен осуществляться) такой выбор?

Ответ Р. Коуза (и трансакционной теории фирмы) на эту дилемму известен: выбор определяется соотношением трансакционных издержек использования двух названных форм реализации бизнес-идеи. Однако предприниматель, как и любой индивид, только ограниченно рационален, поэтому его выбор может быть ошибочным. Следовательно, необходим более детальный анализ этой дилеммы. Вариант такого анализа, проведенный О. Уильямсоном и основанный на понятии *фундаментальной трансформации*, обусловливаемой высокой специфичностью создаваемых активов и значительной частотой разовых трансакций и выступающей как средство защиты таких активов от оппортунистического вымогательства, в явном виде не опирается на понятия предпринимательства, бизнес-

¹⁶ Интересно отметить схожесть этого подхода с известной концепцией фирмы как отражения ее топ-менеджеров [Hambrick, Mason, 1984].

¹⁷ Фосс выделяет еще и третий способ: продать бизнес-идею на рынке [Foss, 1994, p. 59–60].

идеи или бизнес-модели. Поэтому внутри формирующейся ПТФ возникли иные варианты изучения этой дилеммы предпринимателя и, соответственно, другие ответы на вопрос о том, почему предприниматели создают фирмы, а не обходятся совокупностью контрактов с другими индивидами, действующими на рынках.

Один из таких ответов дает И. Зандер: если издержки реализации новой бизнес-идеи посредством рынка запретительно высоки вследствие *непонимания* участниками рынка этой идеи или неприятия ее, то предприниматель *вынужден* реализовать и эксплуатировать свою идею (создавать новую комбинацию ресурсов) *в виде организации*, внутри которой издержки на преодоление когнитивных барьеров оказываются ниже [Zander, 2007].

С точки зрения трансакционного подхода это означает, что запретительно высокие издержки ведения *переговоров* и заключения *контрактов* заменяются издержками выработки *приказов* и обеспечения их исполнения. Иными словами, работа Зандера уточнила содержание (тип) трансакционных издержек, «ответственных» за выбор механизма координации трансакций, напрямую связав его с ограниченными когнитивными способностями индивидов.

Схожую точку зрения высказывает и У. Витт: если у предпринимателя есть возможность четко специфицировать в контрактах параметры приобретаемых благ, то он выбирает рыночный механизм координации действий по реализации своей идеи. Если же такой возможности нет, он выбирает вариант создания своей фирмы, причем ограниченная рациональность индивидов чаще склоняет их в пользу второго варианта (см.: [Witt, 2007]). При этом особым преимуществом предпринимательской фирмы выступает «когнитивное лидерство» (cognitive leadership) [Witt, 1998]: обладая бизнес-концепцией, предприниматель в состоянии оперативно адаптировать и уточнять общие трудовые контракты, одновременно стимулируя работников

не столько денежным вознаграждением, сколько воодушевляя их причастностью к самому процессу создания и реализации продуктов новой комбинации ресурсов. Как следствие, работник воспринимает задачи предпринимателя как свои собственные и реализует их, основываясь на внутренних (intrinsic) мотивациях. Важно подчеркнуть, что модель Витта находит практические подтверждения: по данным [Baron, Burton, Hannan, 1999], 54% стартапов работали в режиме когнитивного лидерства (в 10% случаев имел место бюрократический или авторитарный режим, примерно в трети — смесь режимов без четкой их идентификации).

Другой ответ на вопрос о происхождении фирм предлагается в работе Стиглица и Фосса, которые задаются вопросом: «как предприниматель может защитить свои инвестиции в бизнес-идею от присвоения другими контрактными сторонами?» [Stieglitz, Foss, 2009, p. 4]. Поясняя такую постановку вопроса, они отмечают, что «использование бизнес-идеи, требующей доступа к другим ресурсам, ведет к двусторонней или многосторонней зависимости между сторонами контракта. Зависимость не только увеличивает необходимость в непрерывной адаптации, но также создает для предпринимателя ситуацию возможного вымогательства (holding-up). Владельцы других ресурсов могут блокировать осуществление бизнес-идеи, даже если они получают большую часть генерируемого дохода. Следовательно, предприниматель должен также включить в свою бизнес-модель средства контрактной защиты предпринимательской ренты» [Stieglitz, Foss, 2009, p. 4].

С их точки зрения, такую защиту не могут обеспечить «обычные» контракты с поставщиками необходимых предпринимателю ресурсов. Преимуществом перед ними обладает «вертикальная иерархия» [Rajan, Zingales, 1998], где некоторым из наемных работников — менеджерам — предоставляется *привилегированный*, т. е. прямой, доступ к изначальной бизнес-идее, в то

время как остальные работники получают доступ к ней лишь через менеджеров.

Приведенное объяснение возникновения фирмы (иерархии) трудно, однако, признать удовлетворительным. Ведь предлагаемое разделение бизнес-идеи (или концепции) на составные части, передаваемые разным менеджерам внутри созданной фирмы, вполне может быть проведено предпринимателем и при подготовке к заключению серии *рыночных* контрактов. Более того, поскольку продавцы компонентов с меньшей вероятностью общаются между собой, чем наемные работники внутри одной фирмы, именно «рыночный» вариант защиты идеи от копирования представляется более надежным, чем «вертикально-иерархический».

Интересно также отметить, что явное вовлечение в анализ предпосылки *неопределенности*, в условиях которой действует предприниматель, приводит других исследователей к ровно противоположному выводу: «В условиях неопределенности приказ менеджера, как он традиционно описывается, будет трудно выполнить эффективно... Принятие решений в такой фирме не будет иерархическим, когда „босс“ говорит другим, что им делать. Скорее принятие решений будет более демократичным и заключается в поиске консенсуса среди тех, кто осуществил специфические инвестиции в эту фирму...» [Alvarez, Barney, 2005, p. 782–783].

Характеризуя приведенные варианты объяснения возникновения фирмы с точки зрения ПТФ в целом, нужно отметить, что все они в большей или меньшей степени развивают объяснение, предлагаемое в рамках *транзакционного подхода*. При этом развитие этого подхода связано с учетом особенностей предпринимателя: его когнитивной специфики, условий неопределенности, в которых он действует, и т. п., а также осуществляемых им действий: осознание возможностей, выдвижение бизнес-идеи, развитие ее в бизнес-концепцию и т. д. Тем самым ПТФ открывает широкие возможности для включения в проводимые

исследования процессов движения знаний, коммуникаций, процессов обучения (включая приобретение некодируемого знания), процессов принятия решений и других поведенческих и когнитивных моментов, которые в явном виде не присутствовали в транзакционном подходе и получили искаженную трактовку в подходе, основанном на знаниях.

В частности, раскрытие «черного ящика» предпринимательства дает возможность увязать *сложность проблемы*, которую решает бизнес-идея, с выбором организационной формы ее реализации [Hsieh, Nickerson, Zenger, 2007]. Авторы различают три основных формы экономической организации процесса реализации бизнес-идеи: рынок, властную иерархию и консенсуальную иерархию. Каждая из этих форм сочетает в себе в той или иной совокупности три инструмента координации: (1) право принятия решения о направлении поиска средств решения проблемы, или право управления; (2) каналы коммуникации, обеспечивающие распространение знаний; (3) стимулы, мотивирующие поиск средств. Рынок предоставляет предпринимателю ограниченные права управления, но одновременно и мощные стимулы, мотивирующие поиск средств решения проблемы. Властная иерархия дает предпринимателю возможность непосредственно, путем приказаний, координировать поиск, но внутри границ фирмы, посредством делегирования работникам прав решения отдельных подпроблем. Консенсуальная иерархия также предоставляет возможность координировать осуществление поиска внутри фирмы, но уже косвенно, через используемый общий язык, совместно созданные эвристики или теории. Принимая во внимание такую характеристику решаемых проблем, как *декомпозируемость* или *структурируемость* (ассоциируемую с их сложностью), авторы [Hsieh, Nickerson, Zenger, 2007] далее логически связывают три градации этого признака с упомянутыми тремя формами экономической организации.

Очерченный подход интересен в первую очередь тем, что предлагает вариант ответа не только на вопрос о причинах возникновения фирм, но одновременно — и на вопрос об их *внутренней организации*. Вместе с тем, сопоставляя все варианты объяснения возникновения фирм в рамках ПТФ, нельзя не обратить внимания на полное пренебрежение *технологическими* и *экономическими* факторами, способными повлиять на решение предпринимателя. Под технологическими факторами здесь понимается наличие или отсутствие *чисто физической* возможности *в одиночку* соединить ресурсы, необходимые для реализации бизнес-идеи, т. е. создания продукта, способного, по оценке предпринимателя, реализовать открытую им возможность. Даже если такая физическая возможность имеется — и, следовательно, нанимать работников и создавать фирму не обязательно, — в действие не могут не вступить экономические факторы, в первую очередь — *эффект масштаба*. Ведь сам «одинокий» предприниматель в единицу времени может произвести только ограниченное количество экземпляров новой продукции. Если созданная им рыночная ниша имеет большую емкость, то наем дополнительных работников и их кооперация (например, путем специализации на отдельных операциях) повысят производительность и снизят издержки изготовления продукции, увеличив тем самым извлекаемую из бизнес-идеи прибыль. Разумеется, приведенные соображения вполне тривиальны, поэтому остается только удивляться тому, что их аналоги *отсутствуют* в рассмотренных объяснениях возникновения предпринимательских фирм.

К сожалению, пренебрежение разграничением объекта и предмета теории фирмы, при всем внимании, уделяемом внутри ПТФ вопросам методологии, характерно также и для нее, со всеми вытекающими из этого последствиями.

В качестве примера разберем интересную попытку предложить новый подход к трактовке фирмы, предпринятую недавно в [Pitelis, Teece, 2009], которая, как будет

показано, принадлежит сфере ПТФ. С точки зрения Пителиса и Тиса, все теории фирмы пытаются объяснить ее существование либо через провалы рынка, либо через наличие тех или иных преимуществ фирм перед рынками, пренебрегая тем, что «с точки зрения онтологии вопрос о том, почему существуют фирмы, не может быть отделен от целей тех, кто их создает, т. е. их принципалов (или тех, кто стремится стать принципалами (principals-to-be))» [Pitelis, Teece, 2009, p. 8]. Ведь в случае появления *новой* предпринимательской идеи «может просто не существовать рынков, на которых можно было бы ее осуществить, — следовательно, объяснение (возникновения) фирмы. — В. Т.) через провал рынка становится сомнительным» [Pitelis, Teece, 2009, p. 10].

Такое заключение, рассуждая формально, является не вполне обоснованным, поскольку отсутствие того или иного рынка в рамках «стандартной» теории как раз может быть следствием его «провала» по причине информационной асимметрии [Akerlof, 1970]. Однако не с формальной, а с содержательной точки зрения замечания авторов совершенно справедливы: современная экономическая теория *действительно* не располагает «изобразительными средствами» для моделирования появления (создания) *новых* объектов — за исключением тех, которые можно представить в виде комбинации свойств «старых», уже существующих объектов (см.: [Тамбовцев, 1997, гл. 5]).

В полном соответствии с идеями ПТФ одним из центральных становится вопрос о *целях создателя* фирмы. По мнению Пителиса и Тиса, это «не максимизация прибыли или удовлетворение от существования фирмы, а скорее извлечение (capture) стоимости (прибыли) из способных создавать присваиваемую стоимость преимуществ (appropriable value creating advantages) (включая идеи) честолюбивых (aspiring) принципалов, стремящихся стать предпринимателями (entrepreneurs-to-be))» [Pitelis, Teece, 2009, p. 10].

Следовательно, заключают авторы,

фирмы существуют для того, чтобы их будущие принципалы (principals-to-be) извлекали стоимость (прибыль) из своих способных создавать присваиваемую стоимость преимуществ. Как и в случае, рассмотренном Коузом, будущий принципал вполне может решить продать свои идеи (преимущества или способности) на открытом рынке — там, где такой рынок существует и характеризуется совершенным предвидением, рациональными ожиданиями и взаимно состоятельными ожиданиями относительно чистой приведенной стоимости преимущества или идеи... Проблема заключается не просто в том, что такие рынки вряд ли существуют и/или являются неплотными (thin)... Основная проблема гораздо глубже и вырастает из того факта, что чистая приведенная стоимость идеи, актива или способности (преимущества) не может быть известной без трансформации ее в тщательно спланированные и творческие действия фирмы и учета их влияния на конечную ценность преимущества, а также способа, которым эта ценность будет изменена в результате действий других рыночных игроков, включая новых конкурентов, поставщиков и покупателей, обеспечивающих совместное создание дополнительной стоимости. Все это не может быть известно заранее по той простой причине, что будущее создается совместно действиями экономических агентов, таких как индивиды (которые стремятся стать принципалами), их фирмы, потребители, поставщики, работники и экономиста в целом [Pitelis, Teece, 2009, p. 10].

Из приведенного анализа авторы делают вывод о том, что природа фирмы заключается в ее способности «сосоздания рынка» (market co-creation): «Во многих случаях фирмы существуют благодаря своим (динамическим) способностям, позволяющим предпринимателям и менеджерам внутри фирм *сосоздавать* рынки (так же, как и отвечать на провалы рынка). Они делают это, осуществляя инвестиции, необходи-

мые для стимулирования экономической активности и рыночного спроса на новые продукты и процессы...» [Pitelis, Teece, 2009, p. 10].¹⁸

Итак, если в неоавстрийской концепции предпринимательства цель предпринимателя — и, соответственно, цель создания им фирмы — это «банальная» прибыль, у Пителиса и Тиса ее место занимает «извлечение прибыли из преимуществ и способностей». Безусловно, изобретательность авторов, в своих рассуждениях связывающих возникновение фирм с динамическими способностями, не может не вызвать восхищения. Однако вопрос о том, *что же представляет собой фирма*, чем она отличается от иных возможных способов реализации целей предпринимателя, так и остается в рамках «инструментального» подхода *без ответа*.

Дело в том, что в своей инструментальной функции средства реализации цели будущего принципала фирма *неотличима* от других функционально тождественных средств, например, от единичного акта арбитража: ведь, купив и перепродав товар, индивид не просто максимизирует прибыль, но и реализует свои информационные преимущества, «динамические способности» изыскания возможностей и т. п. При этом его взаимодействия с другими рыночными агентами будут координироваться рынком, и необходимости в переходе к иерархическому механизму координации просто не возникает. Ссылка на «тщательно спланированные и творческие действия», требуемые для корректной оценки чистой приведенной стоимости вариантов реализации идеи или преимущества, которую дают Пителис и Тис, справедлива *для любых действий* экономических агентов, поскольку последние *ограниченно рациональны*. По-

¹⁸ Ср.: «Один из главных конечных результатов предпринимательского синтеза информации... [это] идентификация возможности создания рынка (a market-making opportunity), т. е. возможность соединить вместе поставщиков ресурсов и потребителей продукции путем формирования нового рынка» [Casson, 2005, p. 335].

этому появляющаяся вдруг «необходимость гармонично сочетать (orchestrate) коспециализированные и взаимодополняющие активы» как *raison d'être* возникновения и существования фирмы (Pitelis, Teece, 2009, p. 10) выглядит как *deus ex machina*: ведь для того чтобы координировать такие активы, надо, чтобы они предварительно откуда-то появились именно как взаимодополняющие, что предполагает принятие будущим предпринимателем соответствующего решения. Несколько утрируя, можно сказать, что, согласно логике авторов, фирмы возникают потому, что так решает будущий предприниматель, а последний решает именно так потому, что ему нужно управлять сложными активами, возникшими потому, что он решил создать фирму...

Закljučая этот краткий анализ «новой природы и сущности фирмы», можно сделать вывод о том, что инструментальное понимание фирмы как *средства достижения целей* индивида, стремящегося стать принципалом, не формирует *в явном виде* какого-либо особого *предмета* теории фирмы. Вопрос о том, как устроено это средство, чем оно отличается от других возможных средств того же функционального назначения, не только не получает ответа, но даже (в проанализированной статье) *не ставится*. Разумеется, *неявно* такой предмет в этом подходе существует — это совокупность коспециализированных активов, требующая гармонического сочетания, т. е. стандартная трактовка ресурсного подхода. Тем самым *действительно новый* предмет теории фирмы, который мог бы возникнуть из соединения предпринимательского и ресурсного подходов, к сожалению, не появился.

Характеризуя соотношение предпринимательства и стратегического менеджмента, авторы [Kraus, Kauranen, 2009] полагают, что «интеграция предпринимательского (направленного на изыскание возможностей) и стратегического (направленного на изыскание преимуществ) подходов представляется обещающим направлением в современном менеджменте, по всей

видимости, необходимым для того, чтобы справляться с эффектами нового конкурентного ландшафта... Следовательно, стратегический менеджмент должен стать, несомненно, предпринимательским и сместиться от традиционного административного понимания к подходу *стратегического предпринимательства*» [Kraus, Kaupainen, 2009, p. 46].

С нашей точки зрения, то же верно и применительно к СТФ: предпринимательская теория фирмы должна стать ее значимой составной частью. Более подробно это утверждение будет развито в заключительном разделе статьи.

7. Процессный подход и поведенческая теория фирмы

Проведенный краткий анализ потенциального вклада в формирование СТФ основных из имеющихся на сегодня подходов к теории фирмы показывает, что несомненный лидер среди них отсутствует. Одна из причин этого — практически полное отсутствие внимания к вопросу о том, *как*, посредством каких *действий* менеджеров и организационных *механизмов*, внутри моделей фирмы, создаваемых в этих подходах, формируются *стратегии*. Между тем изучение процессов формирования стратегий имеет весьма давнюю традицию в исследованиях по стратегическому менеджменту: это процессный подход (ПП).

Процессный подход, согласно А. Петтигрю [Pettigrew, 1992], является одним из базовых в исследованиях стратегического менеджмента, восходя к его пониманию Д. Шенделом и Ч. Хофером как *процесса*, связанного с «предпринимательской деятельностью организации, организационным обновлением и ростом, а в более узком смысле — с развитием и применением стратегии, которая направляет организационные действия» [Schendel, Hofer, 1979, p. 11] (цит. по: [Pettigrew, 1992, p. 5]).

Как отмечал А. Ван де Вен, термин «процесс» в рамках исследований ПП тракту-

ется в трех различных смыслах: «(1) логика причинно-следственного объяснения, связывающая независимые и зависимые переменные; (2) тип концептов или переменных, отражающих действия индивидов или организаций; (3) последовательность событий, которая описывает, как меняются вещи с течением времени» [Van de Ven, 1992, p. 169]. По мнению Петтигрю, «только третий в явном виде и прямо рассматривает процесс в действии и, следовательно, способен описать и принять в расчет, как развиваются и изменяются с течением времени некоторые объекты или вопросы» [Pettigrew, 1992, p. 7]. Заметим, что такое понимание процесса неизбежно привлекает внимание к *индивидам*, действия которых и порождают события: «Стратегии — это нечто, что делают акторы, а не то, чем обладает организация» [Wright, 2009, p. 1].

Наиболее известным, по-видимому, достижением в рамках ПП выступает процессная модель Боуэра — Бургельмана создания стратегий в большой и сложной фирме [Bower, 1970; Burgelman, 1983]. В соответствии с ней «стратегирование» (strategizing) описывается как «множественные, одновременные, взаимосвязанные и последовательные действия менеджеров на трех уровнях организационной иерархии (т. е. линейные, средние и высшие менеджеры), а внутриорганизационные процессы формирования стратегии трактуются как состоящие из четырех подпроцессов: два ключевых, идущих снизу вверх, взаимосвязанных процесса „определения“ и „стимулирования“ и два охватывающих корпорацию процесса „формирования структурного контекста“ и „формирования стратегического контекста“» [Noda, Bower 1996, p. 160].

Таким образом, ПП рассматривает организацию как коалиции групп индивидов со схожими интересами (при различии интересов между группами), которые формируют решения о распределении ресурсов в ходе переговоров, сделок и собственно свободного выбора. При этом способ, посредством

которого достигается согласие, воздействует на выбор решений. Соответственно, значимыми являются те социальные отношения, которые существуют между лицами, принимающими решения. Как отмечал в свое время У. Гут, формирование бизнес-стратегии следует рассматривать как «процесс, включающий взаимодействия между индивидуальными участниками организации и социальной системой, внутри которой они действуют» [Guth, 1976, p. 378]. Среди таких взаимодействий важную роль играют *переговорные процессы*, приводящие к заключению различных договоренностей (см., напр.: [Murray, 1978; Walsh, Fahey, 1986] и др.).

Легко видеть, что такая модель очень близка (если не тождественна) *поведенческой теории фирмы* Р. Сайерта и Дж. Марча [Cyert, March, 1963].¹⁹ Как известно, поведенческий подход привлекает внимание к тому, как внутри фирм принимаются решения. Важную роль в его появлении и развитии сыграли работы Г. Саймона по анализу принятия решений в условиях неопределенности [Simon, 1955; 1956], в которых он ввел и развил понятие *ограниченной рациональности* и концепцию «удовлетворительности» при принятии решений (достижения какого-то определенного уровня удовлетворенности, а не стремления к максимизации этого уровня). Непосредственно связана с поведенческой теорией и модель Г. Саймона «поощрение — вклад» („inducements — contributions“) [March, Simon, 1958]. Сайерт и Марч в своей работе утверждали, что фирма не может рассматриваться как некая неделимая целостность, что внутри нее существуют различные группы с противоречивыми интересами, так что поведение фирмы есть лишь результат взаимо-

¹⁹ Еще более ранним предшественником этой модели можно считать *менеджерскую теорию фирмы* (см.: [Baumol, 1959; Williamson, 1963] и др.), согласно которой менеджеры в ходе деятельности максимизируют *свою собственную полезность*, а вовсе не прибыль фирмы, что нашло развитие в агентской модели фирмы.

действия этих групп, результат постоянно возникающих и разрешающихся конфликтов. Такое разрешение конфликтов обеспечивается действием организационных механизмов, таких как принятие решений по критерию удовлетворительности, последовательное уточнение и пересмотр решений и т. п. Все это снижает эффективность использования ресурсов, однако обеспечивает функционирование фирмы как организации.

Несомненным преимуществом модели фирмы, присутствующей в поведенческой теории, является возможность использовать в ее развитии широкий арсенал экономических и социологических методов анализа. Так, для анализа стратегического процесса вполне применимы концепция «*деятельности по оказанию влияния*» [Milgrom, Roberts, 1988] и концепция «*публичных арен*» [Hilgartner, Bosk, 1988] — как инструменты объяснения состава проблем, подлежащих решению в рамках формируемой стратегии, и т. п. С нашей точки зрения, это говорит о значительном потенциале данного подхода для решения задачи формирования СТФ.

В концентрированном виде полнота ответов рассмотренных подходов на минимальный набор вопросов СТФ (см. раздел 1 статьи) представлен в таблице.

Разумеется, отраженное в ней *качество* ответов является нашей оценкой и вполне может быть оспорено, однако отсутствие самих постановок некоторых вопросов отмечается при рассмотрении существующей литературы вполне четко.

8. Вместо заключения: принципы построения СТФ и ее предмет

Представленный выше анализ показывает, что за истекшую четверть века *идея СТФ*, высказанная Р. Рамелтом, получила определенное развитие, поскольку почти каждый из существующих подходов несет в себе тот или иной потенциал для ее формирования. Однако ни один из них пока не дает оснований для оптимистических

Таблица

Полнота покрытия проблемного поля СТФ существующими подходами

Подходы \ Вопросы	Существование	Границы	Организация	Функционирование	Конкурентные преимущества	Механизм создания стоимости
ТП	+	+	±	∅	∅	∅
РП	∅	∅	∅	±	+	?
ПОЗ	?	?	±	±	+	?
КДС	∅	∅	±	?	?	?
ПТФ	+	+	+	±	±	±
ПП	∅	∅	+	+	∅	∅

Примечания: ТП — транзакционный подход; РП — ресурсный подход; ПОЗ — подход, основанный на знаниях; КДС — концепция динамических способностей; ПТФ — предпринимательская теория фирмы; ПП — процессный подход, базирующийся на поведенческой теории фирмы.

Обозначения: + — предложен убедительный ответ; ± — предложен частичный ответ; ∅ — в явном виде вопрос не рассматривался; ? — предложен ответ, вызывающий сомнения.

утверждений о «прибытии» к такой теории.²⁰

С нашей точки зрения, для такого «прибытия» (или хотя бы значительного приближения) к СТФ необходима радикальная перестройка существующих конструкций путем принятия и сознательного (и последовательного) применения *принципа методологического индивидуализма*. Другими словами, в основе *предмета* теории фирмы должны находиться действующие и взаимодействующие *индивиды*, реализующие свои *интересы*, а не пучки прав, ресурсов, рутин или способностей. Последнее (а также другие «коллективистские феномены») необходимо объяснять, исходя из действий и взаимодействий *индивидов*, а не принимать как данность, объясняющую саму себя. Соответственно, необходим отказ от холистического антропоморфизма, от использования *метафор* в качестве *научных понятий*.²¹ «Организационные способности», «орга-

низационное обучение», «знание фирмы» и т. п. следует трактовать не более чем как *сокращения* для действительно корректных выражений типа «способности конкретных менеджеров и других работников фирмы к...», «обучение работников фирмы, занятых на определенных рабочих местах и взаимодействующих между собой посредством...», «знания работников фирмы, занятых на определенных рабочих местах и взаимодействующих между собой посредством...» и т. д. Такой отказ — не чисто редакционное уточнение текста, а перенос внимания с характеристик *фирм* как целостных объектов (систем) на характеристики входящих в них *индивидов* и их *взаимодействий*.

Предмет такой СТФ представляет фирму как организацию, т. е. в виде группы индивидов, преследующих различные цели и распоряжающихся разными взаимодействующими ресурсами, взаимодействующих по приказу менеджеров для решения формулируемых ими задач в рамках как сложившихся процедур (рутин, формальных регламентов и т. п.), так и посредством специально сформированных «разовых» форм взаимодействия. При этом признаком, отделяющим фирму как *коммерческую* организацию от иных организаций, может выступать нацеленность упомянутого взаимодействия на *создание ценностей*,

²⁰ Ср. с заголовком статьи [Phelan, Lewin, 2000]: «Arriving at a strategic theory of the firm».

²¹ Разумеется, нет никакой необходимости (да и возможности) отказываться от использования метафор в творческом *процессе развития* теорий, поскольку их эвристическая значимость весьма велика (см.: [Oswick, Keenoy, Grant, 2002; Statler, Jacobs, Roos, 2008]), однако метафоры не могут быть *результатами* процесса научного исследования.

получающих *стоимостную* оценку от индивидов, находящихся *вне* организации, более высокую, чем суммарные издержки их создания *внутри* организации. Образно говоря, участники фирмы играют в игру с положительной суммой, причем источник дополнительной выгоды находится *вне* этой группы индивидов и возникает благодаря действию *ценового механизма* распределения ресурсов между индивидами в экономике в целом.²²

Утверждение о том, что создание ценностей — вещей или услуг — это процесс, конституирующий фирму, позволяет очертить *минимальный набор типов ресурсов, взаимодополняющих* друг друга в ходе производства любых ценностей. Такой набор включает: (1) объект изменения; (2) средства воздействия на него; (3) субъект воздействия; (4) знания субъекта о том, как использовать средства; (5) его мотивы и стимулы действия; (6) материально-вещественные условия деятельности; (7) институциональные механизмы соединения перечисленных типов ресурсов (см.: [Тамбовцев, 1993, с. 8–9]). Очевидно, если «представитель» какого-то из этих типов отсутствует, то желаемый результат просто *не может возникнуть*, поэтому говорить о каком-то из таких типов ресурсов как о наиболее значимом просто не имеет смысла: все они в равной мере необходимы для того чтобы некоторая ценность была произведена. Каждая конкретизация этого набора представляет собой ту или иную *технологию*, реализуемую внутри организации. Если технология предполагает участие в ней более чем одного индивида, их взаимодействие может регулироваться как формальными правилами (регламентами, технологическими картами и т. п.), так и спонтанно формирующимися нефор-

²² Если источник дополнительной выгоды находится *вне* группы, но выгода возникает не на базе ценового механизма, мы имеем дело с *некоммерческой организацией*; если источник дополнительной выгоды находится *внутри* группы, то это организация, действующая для удовлетворения потребностей исключительно ее участников.

мальными правилами, — рутинными.²³ Этот минимальный набор типов ресурсов определяет также и содержание бизнес-модели как исходного пункта процесса создания фирмы.

Другой важный момент — сознательный (и последовательный) учет предпосылки *ограниченной рациональности*. Это означает прежде всего признание роли *случайности* в появлении и пребывании конкретного менеджера (или любого иного работника) на конкретном рабочем месте. *Если бы* рынки труда были совершенными, т. е. функционировали без трансакционных издержек, на них отсутствовала бы асимметрия информации, не существовало ухудшающего отбора и сигнализации, а внутри фирм и в правовой среде не было бы препятствий для увольнения и найма работников, то в конце концов каждый работник оказался бы на том рабочем месте, где он создавал бы наибольшую стоимость.

Однако рынки труда *не обладают* перечисленными характеристиками. Поскольку способности индивидов существенно различны, распределены неравномерно и число индивидов с высокими способностями *ограничено*, детальное изучение опыта успешных фирм, располагавших вполне конкретными менеджерами, в действительности *не очень много* может дать другим фирмам, если их владельцы (или высшие менеджеры) не в состоянии будут занять рабочие места точно такими же или хотя бы очень близкими по свойствам индивидами. Схожие по структуре и осуществляемым процессам организации, состоящие из *разных* индивидов, действующие в сходных условиях, могут значительно различаться по интегральным параметрам эффективности.²⁴ Соответственно, *фактор случайности* не может (и не должен) быть исключен из объяснения как *разнообразия*

²³ О механизмах спонтанного возникновения правил см.: [Орр, 2001].

²⁴ Разумеется, нельзя сбрасывать со счетов феномен *обучения*, однако, как известно, способности к обучению у людей тоже сильно различаются.

фирм, так и возникновения *конкурентных преимуществ* [Denrell, 2004].

Следовательно, необходимо изучить и теоретически, и практически важный вопрос, не имеющий пока надежного ответа: в какой мере структура и процедуры *взаимозаменяемы* с индивидуальными способностями работников? Другими словами, можно ли из «плохих» элементов собрать (организовать) «хорошую» систему?²⁵ Обратное, безусловно, верно: из «хороших» элементов легко собрать «плохую» систему. То, что подбор и воспитание эффективных команд представляет собой *искусство*, признается всеми; задача же заключается в том, чтобы максимизировать в этом процессе роль *науки*, т. е. *воспроизводимых регулярностей*.²⁶ Только так можно (хотя бы частично) преодолеть естественную ограниченность ресурса уникальных способностей «тренеров» таких команд.

В частности, необходимо особое внимание уделять изучению природы и построению явных моделей таких феноменов, как *соответствие* (match) и *взаимодополняемость* (complementarity) [Ennen, Richter, 2009] на уровне *свойств* — как индивидов, так и их рабочих мест (т. е. совокупностей ресурсов, которыми они распоряжаются).

Ведь если конкретный индивид на своем рабочем месте не соответствует своему окружению (тем индивидам, с которыми он должен взаимодействовать в рамках внутренней структуры фирмы, а также ресурсам, которыми он распоряжается), то, в зависимости от потенциальной значимости *его* способностей (как его определенных свойств) и такой же значимости способностей *окружающих его* индивидов, речь может идти о *замене* как данного *индивида*, так и элементов его *окружения*.

²⁵ О модельном анализе проблемы см., напр.: [Christensen, Knudsen, 2007].

²⁶ Мы не считаем, вопреки [Numagami, 1998], что в исследованиях менеджмента следует отказаться от поиска устойчивых закономерностей и ограничиться анализом отдельных случаев (кейсов).

Определить, какой из вариантов целесообразно выбрать, можно только располагая *явными моделями*, связывающими *индивидуальные свойства* (и другие переменные, характеризующие ресурсный потенциал фирмы и ее конкурентное окружение), с характеристиками *эффективности деятельности организации* как некоторого целостного объекта. Для построения таких моделей необходимо: выявить *совокупность* индивидуальных способностей, значимых для эффективного взаимодействия индивидов; научиться *измерять* эти способности; сформировать и верифицировать *модели связей* между упомянутыми способностями, характеристиками внутренней среды фирмы, характеристиками конкурентного окружения и другими параметрами внешней среды, с одной стороны, и разнообразными результирующими переменными, начиная от уровня устойчивости наблюдаемого конкурентного преимущества и заканчивая успешностью внутрифирменных взаимодействий, с другой стороны.

Каковы контуры ответов на базовые вопросы СТФ, вытекающие из очерченного предмета этой теории?

Существование. Как и любая (добровольная) организация, фирма существует потому, что индивидам быть внутри нее более выгодно, чем быть вне нее, т. е. издержки достижения желаемого уровня благосостояния при действиях *внутри* фирмы *ниже*, чем аналогичные издержки *вне* фирмы. В состав таких издержек, безусловно, входят и *транзакционные издержки*. Что же касается вопроса о *возникновении* фирм, то ответ, который дают предпринимательские теории фирмы, представляется вполне удовлетворительным.

Границы. Общий ответ, связанный с сопоставлением издержек изготовления и приобретения, дает транзакционный подход, однако его детализацию, предлагаемую предпринимательским подходом (учитывающим неопределенность и ограниченную рациональность), также следует принимать во внимание.

Организация. Основы объяснения может составить транзакционный подход, предполагающий такое устройство сложной организации, которое сокращает издержки решения производственных задач фирмы (адаптация к требованиям покупателей и т. п.) [Harris, Raviv, 2002; 2005], а также учитывающий деятельность по оказанию влияния (*influence activity*), неформальные отношения индивидов и т. п.

Функционирование. Здесь наиболее адекватные ответы, с нашей точки зрения, дает процессный подход, обогащаемый идеями предпринимательской теории фирмы.

Конкурентные преимущества. Как организация, действующая на рынке, фирма работает на покупателя, стремясь предложить ему ценную для него продукцию. Возможности победы в конкурентной борьбе связаны как с наличием «лучших» внутренних ресурсов, согласно ресурсному подходу, так и с «лучшим» знанием рынка, включая возможности влияния на него, сообразно процессному подходу.

Механизм создания стоимости. Лучшее знание спроса и влияние на него — одновременно и способ создания стоимости. Разумеется, снижение издержек (как трансформационных, так и транзакционных) за счет рационального использования ресурсов также вносит свой вклад — при условии, что продукция, произведенная с меньшими, чем у конкурентов, затратами, будет покупаться. Поэтому все факторы, воздействующие на спрос и издержки, действуют созданию стоимости. Их конкретное соотношение во многом определяется случайностями, подобно тому, как во многом случаен состав менеджеров и работников фирмы.

Характеризуя предложенные ответы в целом, нужно заметить, что, хотя они опираются на *разные* концепции, их совокупность не является эклектической. Ведь транзакционный и процессный подходы, предпринимательская и поведенческая теории фирмы вполне *совместимы* по своим предпосылкам и принципам. Однако достаточно ли ответов на *эти* вопросы для

того, чтобы СТФ приобрела *практическую* значимость?

Как справедливо замечает Ж. Ф. Сантуш, «все менеджеры имеют некоторую теорию своей фирмы», причем «эти теории существенно воздействуют на их решения и поведение» [Santos, 1997, p. 1]. Такие теории в своей основной части имеют латентный характер и в редких случаях могут быть ясно сформулированы самими их носителями. Поэтому они вряд ли имеют строго научный характер и соответствуют упомянутым критериям истинности. Тем не менее отрицать их воздействие на принятие внутрифирменных решений, очевидно, не приходится: даже в случае привлечения научных консультантов именно за менеджером остается последнее слово в принятии таких решений. Поэтому важно понять, совпадают ли вопросы, на которые отвечают (или должны отвечать), с одной стороны, научные, а с другой стороны, — латентные теории фирмы (ЛТФ), которые есть у каждого менеджера.

Основная функция ЛТФ — участие соответствующей информации в принятии управленческих решений. Это значит, что отправной точкой для реконструкции ЛТФ должны выступать именно принимаемые менеджерами решения и предъявляемые ими требования к их информационному обеспечению. Для структуризации последнего полезно обратиться к понятию «информационная структура ситуации принятия решений» (ИС СПР), введенному в [Тамбовцев, 1993, с. 19] и определяемому как совокупность знаний субъекта решения о компонентах ситуации принятия решения, существующих в той или иной знаковой форме. В свою очередь, в составе ситуации принятия любого решения можно выделить: (1) его цель; (2) осуществимые (т. е. укладывающиеся в ресурсные ограничения) варианты достижения цели; (3) критерий выбора варианта; (4) связи между параметрами варианта и уровнем достижения цели; (5) связи между параметрами варианта и другими (нецелевыми) последствиями его осуществления. При

этом компоненты (1) и (3) соответствуют *целевой функции* в стандартной задаче условной оптимизации, а компоненты (2), (4) и (5) — множеству ее ресурсных ограничений.

Если менеджер располагает *какими-то* знаниями обо всех этих компонентах, его индивидуальная ИС СПР является для него *субъективно полной*, и он в состоянии принять *обоснованное* (разумеется, с его точки зрения) решение. Другими словами, на основании своей ИС СПР он может определить, какой из вариантов позволяет реализовать цель так, чтобы при этом выполнялись дополнительные требования, отражаемые критерием выбора вариантов.

Будет ли такое решение «удовлетворительным» (в смысле Г. Саймона, т. е. отвечающим требованию «быть не хуже некоторого уровня притязаний»), эффективным или оптимальным, зависит от того, как именно в ИС СПР сформулирован критерий выбора. Очевидно, такая формулировка не только субъективна, но и может *изменяться* по мере формирования менеджером его полной ИС СПР.

Зачем менеджеру нужна именно *полная* ИС СПР? Дело в том, что отсутствие знаний (хотя бы неверных) относительно какого-то из компонентов ситуации принятия решения делает любой выбор *субъективно необоснованным*, что снижает уровень благосостояния индивида за счет *роста* неопределенности (в то время как любое принятое решение должно *снижать* неопределенность, опять-таки, воспринимаемую субъективно). При этом разные компоненты ИС СПР демонстрируют неодинаковую «склонность» к отсутствию. Цель и критерии выбора, как правило, в ИС СПР обязательно имеются; множество вариантов действий — стандартный предмет заботы менеджера, и его формированию посвящена обширная литература в рамках процессного подхода (см., напр.: [Knudsen, Levinthal, 2007]); для предпринимателя формирование новых способов

действий вообще является, как известно, конституирующим признаком. Вместе с тем знания *последствий* вариантов действий с точки зрения как достижения цели, так и иных влияний этих вариантов специально не анализировались, за исключением предпринимательского подхода, в котором понятие *оценочных решений* (judgments) целенаправленно введено для решений, принимаемых в условиях отсутствия адекватной информации.

Поскольку в фирме как организации, содержащей более чем одного участника, решения принимаются несколькими менеджерами, каждый из которых учитывает *разные* последствия, налицо источник возникновения множественных конфликтов, требующих координации действий субъектов решений. Казалось бы, именно в фирме как материализации такого механизма координации, как «иерархия», естественным способом разрешения подобных конфликтов должно стать *предписание* вышестоящего субъекта. Однако такой способ, как известно, чреват проблемой управления поведением исполнителя, или «агентской проблемой». Иными словами, для разрешения конфликта вышестоящий менеджер фактически должен принимать решение за всех участников конфликта, что вступает в явное противоречие с его ограниченной рациональностью. Поэтому преобладающей неизбежно должна быть переговорная, *контрактная* форма улаживания «горизонтального» конфликта, с вынесением «наверх» только тех ситуаций, где переговорное множество оказывается пустым.

Итак, можно утверждать, что содержание любой латентной теории фирмы — это совокупность эмпирических (и теоретических) знаний и убеждений менеджера *о реакциях* других индивидов на его возможные *действия* из того или иного их репертуара. Следовательно, с точки зрения *практикующего* менеджера основная задача любой *научной* теории фирмы — это пополнение его ЛТФ надежными знаниями о подобных реакциях, позволяющими прогнозировать

некоторые значимые последствия реализации различных решений.

Что является *значимыми* последствиями принятых решений для самого менеджера? Очевидно, общего *недескриптивного* ответа на этот вопрос нет, дескриптивный же состоит в том, что значимыми выступают те последствия, которые *ощутимо* (выше порога различения) влияют на компоненты *благосостояния* менеджера, повышая или снижая его общий уровень. Для фирм, действующих в различных рыночных и институциональных средах, имеющих различные внутренние устройства, «населенных» различными работниками, между которыми устанавливаются разнообразные неформальные отношения и т. д., факторы, влияющие на благосостояние менеджера, могут также оказаться совершенно различными. Так, для фирм-монополистов и фирм, находящихся в остро конкурентных ситуациях, решения в области, например, дизайна продукции, будут неодинаково сказываться на доходах их менеджеров. Точно так же в названных типах фирм будет сильно различаться важность для менеджеров учета реакций стейкхолдеров на их действия и т. п.

Вместе с тем для самого общего случая можно утверждать, что упомянутые факторы подразделяются на две большие группы — внутренние и внешние. Первые связаны с реакциями работников фирмы, вторые — с реакциями индивидов вне фирмы. Внутри каждой группы, в свою очередь, можно выделить индивидов, которые способны повлиять на благосостояние данного менеджера и тех, кто (с его точки зрения) такой возможностью не обладает. Разумеется, отнесение тех или иных индивидов к соответствующей подгруппе может быть ошибочным, однако чаще всего подобные ошибки обнаруживаются *ex post*, если, разумеется, менеджер не вооружен соответствующим надежным знанием. Поэтому чем выше разнообразие (надежных) предсказаний научной теории фирмы относительно внутренних и внешних последствий различных действий менедж-

мента, тем в большей степени такая теория будет востребована практикой.

Казалось бы, концентрация на *стратегической* теории фирмы должна существенно *снизить* разнообразие диапазона последствий, которые интересны практикующему менеджменту. Однако это верно лишь в том случае, если СТФ трактует *фирму* холистически, как *самостоятельного субъекта*, у которого есть *собственные интересы*, отличающиеся от многообразия интересов входящих в такую организацию индивидов, и *возможность* продвигать и реализовать их, несмотря на противодействие работников. Поскольку такая трактовка фирмы, как было показано выше, является неудовлетворительной, необходимо признать, что «стратегирование» как процесс затрагивает не меньшее, а *большее* разнообразие противоречивых интересов — в силу того, что его последствия значительнее, чем у иных решений. Таким образом, для существенного повышения своей прикладной значимости СТФ должна значительно продвинуться в направлении выявления «стандартных» последствий упомянутых типов.

В завершение остановимся на вопросе о том, как в рамках предложенного предмета СТФ может быть представлен процесс формирования стратегий. Ведь СТФ, среди прочего, должна быть и теорией фирмы как «устройства», осуществляющего процессы генерации и реализации стратегии. С нашей точки зрения, концептуализацией стратегического процесса может служить *контрактный процесс*, в рамках которого сама стратегия выступает как эксплицитная или имплицитная договоренность между распорядителями специфических для фирмы ресурсов относительно направлений и форм их использования (в том числе — комбинирования и рекомбинирования) [Тамбовцев, 2000]. Понятно, что все разнообразие влияний, существующих внутри фирм, непосредственно сказывается на «стратегировании», и предложенная модель фирмы предоставляет широкие возможности для их исследования.

ЛИТЕРАТУРА

- Бахтин М. М. 1986. *Эстетика словесного творчества*. М.: Искусство.
- Бухвалов А. В., Катъкало В. С. 2005. Эволюция теории фирмы и ее значение для исследований менеджмента. *Российский журнал менеджмента* 3 (1): 75–84.
- Катъкало В. С. 2006. *Эволюция теории стратегического управления*. СПб: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та.
- Клейнер Г. Б. 2004. Наноэкономика и теория фирмы. *Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия «Экономика и управление»* (2): 99–123.
- Клейнер Г. Б. 2005. *Системно-интеграционная теория предприятия и эволюционный подход*. Доклад на VI Международном Симпозиуме по эволюционной экономике. Пущино, Россия, 23–24 сентября 2005 г.
- Ридли М. 2008. *Геном: автобиография вида в 23 главах*. М.: Эксмо.
- Тамбовцев В. Л. 1993. *Пятый рынок: экономические проблемы производства информации*. М.: Изд-во МГУ.
- Тамбовцев В. 1996. К типологии контрактов. *Экономика и математические методы* 32 (3): 152–160.
- Тамбовцев В. Л. 1997. *Исследования по метаэкономике*. М.: ТЕИС.
- Тамбовцев В. Л. 2000. *Контрактная модель стратегии фирмы*. М.: ТЕИС.
- Тамбовцев В. Л. 2008. Перспективы «экономического империализма». *Общественные науки и современность* (5): 129–136.
- Уильямсон О. 1996. *Экономические институты капитализма*. СПб: Лениздат.
- Шаститко А. Е. (ред.). 2001. *Концентрация производства: условия, факторы, политика*. М.: ТЕИС.
- Acemoglu D., Kremer M., Mian A. 2003. *Incentives in Markets, Firms and Governments*. NBER Working Papers No. 9802.
- Akerlof G. A. 1970. The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84 (3): 488–500. (Русск. пер.: Акерлоф Дж. 1994. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм.
- THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем* 5: 91–104.)
- Alchian A. A., Demsetz H. 1972. Production, information costs, and economic organization. *American Economic Review* 62 (3): 777–795. (Русск. пер.: Алчян А. А., Демсец Г. 2003. Производство, стоимость информации и экономическая организация. В кн.: Слуцкий А. Г. (ред.). *Вехи экономической мысли. Т. 5. Теория отраслевых рынков*. СПб.: Экономическая школа; 280–317.)
- Alvarez S. A., Barney J. B. 2005. How do entrepreneurs organize firms under conditions of uncertainty? *Journal of Management* 31 (5): 776–793.
- Alvarez S. A., Barney J. B. 2007. The entrepreneurial theory of the firm. *Journal of Management Studies* 44 (7): 1057–1063.
- Ambrosini V., Bowman C. 2009. What are dynamic capabilities and are they useful construct in strategic management? *International Journal of Management Review* 11 (1): 29–49.
- Arend R. J., Bromiley P. 2009. Assessing the dynamic capabilities view: Spare change, everyone? *Strategic Organization* 7 (1): 75–90.
- Argyres N., Mayer K. 2007. Contract design as a firm capability: An integration of learning and transaction cost perspectives. *Academy of Management Review* 32 (4): 1060–1077.
- Baker G., Gibbons R., Murphy K. J. 2002. Relational contracts and the theory of the firm. *Quarterly Journal of Economics* 117 (1): 39–84.
- Barbaroux P. 2009. On the nature and logics of innovation capabilities within knowledge-intensive environments: A case study. *Journal of Innovation Economics* 1 (3): 169–188.
- Barney J. B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99–120.
- Barney J. B. 1996. The resource-based theory of the firm. *Organization Science* 7 (5): 469–469.

- Baron J. N., Burton M. D., Hannan M. T. 1999. Engineering bureaucracy: The genesis of formal policies, positions, and structures in high-technology firms. *Journal of Law, Economics, and Organization* 15 (1):1–41.
- Baumol W. J. 1959. *Business Behavior, Value and Growth*. Macmillan: N. Y.
- Becerra M. 2009. *Theory of the Firm for Strategic Management: Economic Value Analysis*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Becker M. C. 2004. Organizational routines: A review of the literature. *Industrial and Corporate Change* 13 (4): 643–677.
- Becker M. C. 2005. The concept of routines: Some clarification. *Cambridge Journal of Economics* 29 (2): 249–262.
- Bower J. L. 1970. *Managing the Resource Allocation Process: A Study of Corporate Planning and Investment*. Harvard University, Division of Research, Graduate School of Business Administration: Boston.
- Burgelman R. A. 1983. A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm. *Administrative Science Quarterly* 28 (2): 223–244.
- Casson M. 2005. Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization* 58 (2): 327–348.
- Cepeda G., Vera D. 2007. Dynamic capabilities and operational capabilities: A knowledge management perspective. *Journal of Business Research* 60 (5): 426–437.
- Cheung S. N. S. 1983. The contractual nature of the firm. *Journal of Law & Economics* 26 (1): 1–21.
- Christensen J. F. 1995. Asset profiles for technological innovation. *Research Policy* 24 (5): 727–745.
- Christensen M., Knudsen T. 2007. *The Human Version of Moore-Shannon's Theorem: The Design of Reliable Economic Systems*. Strategic Organization Design Unit, June 2007. <http://ssrn.com/abstract=996311>
- Coase R. H. 1937. The nature of the firm. *Economica* 4 (16): 386–405. (Русск. пер.: Коуз Р. Г. 2001. Природа фирмы. В сб.: Уильямсон О. И., Уинтер С. Дж. (ред.). *Природа фирмы*. Пер. с англ. М.: Дело; 33–52.)
- Conner K. R. 1991. A historical comparison of the resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: Do we have a new theory of the firm? *Journal of Management* 17 (1): 121–154.
- Conner K. R., Prahalad C. K. 1996. A resource-based theory of the firm: Knowledge versus opportunism. *Organization Science* 7 (5): 477–501.
- Cyert R., March J. G. 1963. *A Behavioral Theory of the Firm*. Blackwell: Oxford.
- Demil B., Lecocq X. 2006. Neither market nor hierarchy nor network: The emergence of bazaar governance. *Organization Studies* 27 (10): 1447–1466.
- Demsetz H. 1988. The theory of the firm revisited. *Journal of Law, Economics, and Organization* 4 (1): 141–161. (Русск. пер.: Демсец Х. 2001. Еще раз о теории фирмы. В сб.: Уильямсон О. И., Уинтер С. Дж. (ред.). *Природа фирмы*. Пер. с англ. М.: Дело; 237–267.)
- Denrell J. 2004. Random walks and sustained competitive advantage. *Management Science* 50 (7): 922–934.
- Dew N., Velamuri S. R., Venkataraman S. 2004. Dispersed knowledge and an entrepreneurial theory of the firm. *Journal of Business Venturing* 19 (5): 659–679.
- Dosi D., Nelson R. R., Winter S. G. 2000. *The Nature and Dynamics of Organizational Capabilities*. Oxford University Press: N. Y.
- Dulbecco P., Garrouste P. 1999. Towards an Austrian theory of the firm. *Review of Austrian Economics* 12 (1): 43–64.
- Dyer J., Kale P. 2007. Relational capabilities: Drivers and implications. In: Helfat et al. (ed.). *Dynamic Capabilities, Understanding Strategic Change in Organisations*. Blackwell Publishing: Malden, MA; 65–79.
- Eisenhardt K. M., Martin J. A. 2000. Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal* 21 (10/11): 1105–1121.
- Engle E. M., Lord R. G. 1997. Implicit theories, self-schemas, and leader-member exchange. *Academy of Management Journal* 40 (4): 988–1010.
- Ennen E., Richter A. 2009. *The Whole Is More Than the Sum of Its Parts — Or Is It?*

- A Review of the Empirical Literature on Complementarities in Organizations*. MPRA Paper No. 15666.
- Felin T., Foss N. J. 2006. *Individuals and Organizations: Thoughts on a Micro-Foundations Project for Strategic Management and Organizational Analysis*. DRUID Working Paper No. 06-1.
- Felin T., Foss N. J. 2009. Organizational routines and capabilities: Historical drift and a course-correction toward microfoundation. *Scandinavian Journal of Management* 25 (2): 157–167.
- Fitzsimons V. G. 2005. *The Institutional Structure of Corruption: Firm Competition and the Choice of Institutional Strategy*. Paper presented at Conference 'Redesigning the State? Political Corruption in Development Policy and Practice', Dalton-Ellis Hall, University of Manchester, UK, 25 November 2005.
- Foss N. J. 1994. The theory of the firm: The Austrians as precursors and critics of contemporary theory. *Review of Austrian Economics* 7 (1): 31–65.
- Foss K., Foss N. J. 2005. Resources and transaction costs: How property rights economics furthers the resource-based view. *Strategic Management Journal* 26 (6): 541–553.
- Foss N. J., Klein P. (eds.). 2001. *Entrepreneurship and the Firm: Austrian Perspectives on Economic Organization*. Edward Elgar: Aldershot.
- Galunic C. D., Eisenhardt K. M. 2001. Architectural innovation and modular corporate forms. *Academy of Management Journal* 44 (6): 1229–1249.
- Grant R. M. 1991. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* 33 (3): 114–135. (Русск. пер.: Грант Р. М. 2003. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (3): 47–76.)
- Grant R. M. 1996. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal* 17 (Winter Special Issue): 109–122. (Русск. пер.: Грант Р. М. 2009. К знаниевой теории фирмы. В сб.: *Управление знаниями: Хрестоматия*. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; 37–65.)
- Grant R. M., Baden-Fuller C. 1995. A knowledge-based theory of inter-firm collaboration. *Academy of Management Best Papers Proceedings*: 17–21.
- Guth W. D. 1976. Toward a social system theory of corporate strategy. *Journal of Business* 49 (3): 374–388.
- Güttel W. H., Konlechner S. W. 2007. *Dynamic Capabilities and the Ambidextrous Organization: Empirical Results from Research-intensive Firms*. Vienna University of Economics & Business Administration.
- Hambrick D. C., Mason P. A. 1984. Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review* 9 (2): 193–206.
- Harris M., Raviv A. 2002. Organization design. *Management Science* 48 (7): 852–865.
- Harris M., Raviv A. 2005. Allocation of decision-making authority. *Review of Finance* 9 (3): 353–383.
- Heiman B., Nickerson J. A. 2002. Towards reconciling transaction cost economics and the knowledge-based view of the firm: The context of inter-firm collaborations. *International Journal of the Economics of Business* 9 (1): 97–116.
- Heimeriks K. H., Duysters G. 2005. *Alliance Capability As a Mediator Between Experience and Alliance Performance: An Empirical Investigation into the Alliance Capability Development Process*. SMG Working Paper No. 12/2005, November 2005. Center for Strategic Management and Globalization, Copenhagen Business School.
- Helfat C. E. 1997. Know-how and asset complementarity and dynamic capability accumulation: The case of R&D. *Strategic Management Journal* 18 (5): 339–360.
- Helfat C. E., Peteraf M. A. 2009. Understanding dynamic capabilities: Progress along a developmental path. *Strategic Organization* 7 (1): 91–102.
- Helfat C. E., Finkelstein S., Mitchell W., Peteraf M., Singh H., Teece D., Winter S. 2007. *Dynamic Capabilities: Understand-*

- ing Strategic Change in Organizations*. Blackwell: London.
- Hilgartner S., Bosk C. L. 1988. The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology* 94 (1): 53–78.
- Hsieh C., Nickerson J. A., Zenger T. R. 2007. Opportunity discovery, problem solving and a theory of the entrepreneurial firm. *Journal of Management Studies* 44 (7): 1255–1277.
- Hodgson J. M. 2002. The legal nature of the firm and the myth of the firm-market hybrid. *International Journal of the Economics of Business* 9 (1): 37–60.
- Hodgson J. M. 2007. *The Nature and Replication of Routines*. Mimeo (24 December 2004). Business School, University of Hertfordshire; Reprinted in: Hodgson J. M. *Economics In The Shadows Of Darwin And Marx: Essays on Institutional and Evolutionary Themes*. Cheltenham: Edward Elgar; 202–215.
- Jensen M., Meckling W. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4): 305–360. (Русск. пер.: Дженсен М. К., Меклинг У. Х. 2004. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (4): 118–191.)
- Kaplan S., Schenkel A., von Krogh G., Weber C. 2001. *Knowledge-Based Theories of the Firm in Strategic Management: A Review and Extension*. MIT Sloan Working Paper No. 4216-01.
- Kim J., Mahoney J. T. 2002. Resource-based and property rights perspectives on value creation: The case of oil field unitization. *Managerial and Decision Economics* 23 (4–5): 225–245.
- Kim J., Mahoney J. T. 2005. Property rights theory, transaction costs theory, and agency theory: An organizational economics approach to strategic management. *Managerial and Decision Economics* 26 (4): 223–242.
- Kim J., Mahoney J. T. 2008. *A Strategic Theory of the Firm as a Nexus of Incomplete Contracts: A Property Rights Approach*. Working Paper No. 08-0108, University of Illinois at Urbana-Champaign, College of Business.
- King B. D., Felin T., Whetten D. A. 2010. Finding the organization in organizational theory: A meta-theory of the organization as a social actor. *Organization* 21 (1): 290–305.
- Kirzner I. M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press: Chicago.
- Kirzner I. M. 1997. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature* 35 (3): 60–85.
- Knudsen T., Levinthal D. A. 2007. Two faces of search: Alternative generation and alternative evaluation. *Organization Science* 18 (1): 39–54.
- Kogut B., Zander U. 1992. Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science* 3 (3): 383–397. (Русск. пер.: Когут Б., Зандер У. 2004. Знания фирмы, комбинационные способности и репликация технологии. *Российский журнал менеджмента* 2 (1): 121–140.)
- Kogut B., Zander U. 1996. What firms do: Coordination, identity, and learning. *Organization Science* 7 (5): 502–518.
- Korhonen S., Niemela J. S. 2005. A conceptual analysis of capabilities: Identifying and classifying sources of competitive advantage in the wood industry. *The Finnish Journal of Business Economics* 54 (1): 11–47.
- Kraus S., Kauranen I. 2009. Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes? *International Journal of Business Science and Applied Management* 4 (1): 37–50.
- Langlois R. N. 2007. The entrepreneurial theory of the firm and the theory of the entrepreneurial firm. *Journal of Management Studies* 44 (7): 1107–1124.
- Lee N. 2008. From tangibles to intangibles — contracting capability for intangible innovation. In: Soili Nyste'n-Haarala (ed.), *Corporate Contracting Capabilities*. University of Joensuu Publications in Law, No. 21; 33–50.
- Lippman S., Rumelt R. P. 1982. Uncertain imitability: An analysis of interfirm differences

- in efficiency under competition. *Bell Journal of Economics* 13 (2): 418–438.
- Loasby B. 1989. *The Minds and Methods of Economists*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Lockett A., Morgenstern U., Thompson S. 2009. The development of the resource-based view of the firm: A critical appraisal. *International Journal of Management Reviews* 11 (1): 9–28.
- Mahoney J. T. 1995. The management of resources and the resource of management. *Journal of Business Research* 33 (2): 91–101.
- March J. G., Simon H. A. 1958. *Organizations*. John Wiley & Sons: N. Y.
- Masten S. E. 1988. Legal basis for the firm. *Journal of Law, Economics, and Organization* 4 (1): 181–198. (Русск. пер.: Мастен С. Правовая теория фирмы. В сб.: Уильямсон О. И., Уинтер С. Дж. (ред.). *Природа фирмы*. Пер. с англ. М.: Дело; 294–318.)
- Milgrom P., Roberts J. 1988. An economic approach to influence activities in organizations. *American Journal of Sociology* 94 (S): S154–S179.
- Möller K., Svahn S., Rajala A., Tuominen M. 2002. *Network Management as a Set of Dynamic Capabilities*. Proceedings of the 18th IMP Conference. Dijon-Burgundy Graduate School of Management: Dijon, France.
- Murray E. 1978. Strategic choice as a negotiated outcome. *Management Science* 24 (9): 960–972.
- Narasimhan O., Rajiv S., Dutta S. 2006. Absorptive capacity in high-technology markets. *Marketing Science* 25 (5): 510–524.
- Nelson R., Winter S. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA. (Русск. пер.: Нельсон Р., Уинтер С. 2002. *Эволюционная теория экономических изменений*. М.: Дело.)
- Nguyen Q. T. N., Neck P. A. 2008. *Knowledge Management as Dynamic Capabilities: Does It Work in Emerging Less Developed Countries?* PBFЕAM 2008 Conference. Brisbane, Queensland, Australia, 2–4 July 2008.
- Nickerson J., Zenger T. 2004. A knowledge-based theory of governance choice — The problem-solving perspective. *Organization Science* 15 (6): 617–632.
- Nickerson J. A., Hamilton B. H., Wada T. 2001. Market position, resource profile, and governance: Linking Porter and Williamson in the context of international courier and small package services in Japan. *Strategic Management Journal* 22 (3): 251–273.
- Noda T., Bower J. L. 1996. Strategy making as iterated processes of resource allocation. *Strategic Management Journal* 17 (Summer Special Issue): 159–192.
- Nonaka I. 1994. A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science* 5 (1): 14–37.
- Numagami T. 1998. The infeasibility of invariant laws in management studies: A reflective dialogue in defense of case studies. *Organization Science* 9 (1) 2–15.
- O’Driscoll G. P. Jr., Rizzo M. J. 1996. *The Economics of Time and Ignorance*. Routledge: London.
- Opp K.-D. 2001. How do norms emerge? An outline of a theory. *Mind and Society* 2 (1): 101–128.
- Oswick C., Keenoy T., Grant D. 2002. Metaphor and analogical reasoning in organization theory: Beyond orthodoxy. *Academy of Management Review* 27 (2): 294–303.
- Penrose E. T. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Wiley: N. Y.
- Pentland B. T., Feldman M. S. Organizational routines as a unit of analysis. 2005. *Industrial and Corporate Change* 14 (5): 793–815.
- Peteraf M. 1993. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal* 14 (3): 179–191.
- Pettigrew A. 1992. The character and significance of strategy process research. *Strategic Management Journal* 13 (2): 5–16.
- Phelan S. E., Lewin P. 2000. Arriving at a strategic theory of the firm. *International Journal of Management Reviews* 2 (4): 305–323.
- Pitelis C. N., Teece D. J. 2009. The (new) nature and essence of the firm. *European Management Review* 6 (1): 5–15.
- Porter M. E. 1994. Toward a dynamic theory of strategy. In: Rumelt R. P., Schendel D. E.,

- Teece D. J. (eds.). *Fundamental Research Issues in Strategy and Economics: A Research Agenda*. Harvard Business School Press; Boston, MA; 423–461.
- Powell T. C., Lovallo D., Caringal C. 2006. Causal ambiguity, management perception, and firm performance. *Academy of Management Review* 31 (1): 175–196.
- Prahalad C. K., Hamel G. 1990. The core competence of the corporation. *Harvard Business Review* 68 (3): 79–93. (Русск. пер.: Прахалад К. К., Хамел Г. 2003. Ключевая компетенция корпорации. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (3): 18–46.)
- Priem R. L., Butler J. E. 2001a. Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research. *Academy of Management Review* 26 (1): 22–40.
- Priem R. L., Butler J. E. 2001b. Tautology in the resource-based view and the implications of externally determined value: Further comments. *Academy of Management Review* 26 (1): 57–66.
- Rajan R. G., Zingales L. 1998. Power in theory of the firm. *Quarterly Journal of Economics* 113 (2): 387–432.
- Roberts P. W., Eisenhardt K. M. 2003. Austrian insights on strategic organization: From market insights to implications for firms. *Strategic Organization* 1 (3): 345–352.
- Rumelt R. 1984. Toward a strategic theory of the firm. In: Lamb R. (ed.). *Competitive Strategic Management*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ; 556–570. (Русск. пер.: Рамелт Р. П. 2006. К стратегической теории фирмы. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (1): 83–102.)
- Santos J. F. 1997. *All Managers Have a Theory of the Firm*. Faculdade de Economia e Gestão, Universidade Católica Portuguesa (Porto), Working Paper No. 97–005.
- Sarasvathy S. D., Dew N. 2009. Without judgment: An empirically-based entrepreneurial theory of the firm. *Review of Austrian Economics*, forthcoming 2010.
- Schendel D. E., Hofer C. (eds.). 1979. *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*. Little, Brown, and Co.: Boston, MA.
- Silverman B. S. 1999. Technological resources and the direction of corporate diversification: Toward an integration of the resource-based view and transaction cost economics. *Management Science* 45 (8): 1109–1124.
- Simon H. A. 1955. A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics* 69 (1): 99–118.
- Simon H. 1956. *Surrogates for Uncertain Decision Problems*. [Reply]. Unpublished ONR Research Memorandum #38, GSIA, Carnegie Institute of Technology. Reprinted in: Simon H. A. 1982. *Models of Bounded Rationality*. Vol. 1. Economic Analysis and Public Policy. MIT Press: Cambridge, MA; 235–244.
- Simon H. A. 1991. Bounded rationality and organizational learning. *Organization Science* 2 (1): 125–134.
- Spender J.-C. 1996. Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic Management Journal* 17 (Special Issue): 45–62.
- Spender J.-C., Grant R. M. 1996. Knowledge and the firm: Overview. *Strategic Management Journal* 17 (1): 5–9.
- Spender J.-C., Scherer A. G. 2007. The philosophical foundations of knowledge management: Editors’ introduction. *Organization* 14 (1): 5–28.
- Statler M., Jacobs C. D., Roos J. 2008. Performing strategy — Analogical reasoning as strategic practice. *Scandinavian Journal of Management* 24 (2): 133–144.
- Stieglitz N., Foss N. J. 2009. *Opportunities and New Business Models: Transaction Cost and Property Rights Perspectives on Entrepreneurship*. SMG Working Paper 4/2009.
- Szulanski G. 1996. Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. *Strategic Management Journal* 17(10): 27–43.
- Szulanski G., Porac J., Doz Y. (eds.). 2005. *Advances in Strategic Management*. Vol. 22. *Strategy Process*. JAI Press: Greenwich.
- Teece D., Pisano G. 1994. The dynamic capabilities of firms: An introduction. *Industrial and Corporate Change* 3 (3): 537–556.

- Teece D. J., Pisano G. P., Shuen A. 1990. *Firm Capabilities, Resources and the Concept of Strategy*. Economic Analysis and Policy Working Paper EAP 38, University of California.
- Teece D. J., Pisano G. P., Shuen A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal* 18 (7): 509–533. (Русск. пер.: Тис Д. Дж., Пизано Г., Шуэн Э. 2003. Динамические способности фирмы и стратегическое управление. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (4): 133–185.)
- Van de Ven A. H. 1992. Suggestions for studying strategy process: A research note. *Strategic Management Journal* 13(Special Issue): 169–191.
- Vassolo R. S., Anand J. 2007/2008. An examination of dynamic capabilities. Is evolutionary theory underdetermined? *Management Research* 6 (1): 47–62.
- Von Krogh G., Roos J., Slocum K. 1994. An essay on corporate epistemology. *Strategic Management Journal* 15 (S2): 53–71.
- Walsh J. P., Fahey L. 1986. The role of negotiated belief structures in strategy making. *Journal of Management* 12 (3): 325–338.
- Wernerfelt B. 1984. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* 5 (2): 171–180. (Русск. пер.: Вернерфельт Б. 2006. Ресурсная трактовка фирмы. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (1): 103–118.)
- Williamson O. E. 1963. Managerial discretion and business behavior. *American Economic Review* 53 (5): 1032–1057.
- Williamson O. E. 1975. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. Free Press: N. Y.
- Williamson O. E. 1991. Strategizing, economizing, and economic organization. *Strategic Management Journal* 12 (Special Issue): 75–94.
- Williamson O. E. 1999. Strategy research: Governance and competence perspectives. *Strategic Management Journal* 20 (12): 1087–1108. (Русск. пер.: Уильямсон О. И. 2003. Исследования стратегий фирм: сравнение концепций механизмов управления и компетенций. *Российский журнал менеджмента* 1 (2): 79–114.)
- Williamson O. E. 2002. The theory of the firm as governance structure: From choice to contract. *Journal of Economic Perspectives* 16 (3): 171–195.
- Winter S. G. 1964. Economic “natural selection” and the theory of the firm. *Yale Economic Essays* 4: 225–272.
- Winter S. G. 1986. The research program of the behavioral theory of the firm: Orthodox critique and evolutionary perspective. In: Gilad B., Kaish S. (eds.). *Handbook of Behavioral Economics*, vol. A. JAI Press: Greenwich; 151–188.
- Winter S. G. 2003. Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal* 24 (10): 991–995.
- Witt U. 1998. Imagination and leadership — The neglected dimension of an evolutionary theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization* 35 (2): 161–177.
- Witt U. 1999. Do entrepreneurs need firms? A contribution to a missing chapter in Austrian economics. *The Review of Austrian Economics* 11 (1–2): 99–109.
- Witt U. 2007. Firms as realizations of entrepreneurial visions. *Journal of Management Studies* 44 (7): 1125–1140.
- Wright A. 2009. *Towards a Practice-Turn in Research: Strategy as Something Actors Do, Not What Organizations Have!* Mimeo. Department of Managerial Economics, Strategy and Innovation, Katholieke Universiteit, Leuven, Belgium.
- Yu T. 1999. Toward a praxeological theory of the firm. *Review of Austrian Economics* 12 (1): 25–41.
- Zander I. 2007. Do you see what I mean? An entrepreneurship perspective on the nature and boundaries of the firm. *Journal of Management Studies* 44 (7): 1141–1164.
- Zollo M., Winter S. G. 2002. Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science* 13 (3): 339–351.

Статья поступила в редакцию
28 января 2010 г.