

КЛАССИКА ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

В. С. Катъкало, В. В. Лукашевич

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ НЕОКЛАССИКИ: НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ — ПУТЬ К «ПОРЯДКУ»? (предисловие к разделу)

В настоящем выпуске нашего журнала мы продолжаем начатую в 2003 г. (вып. 3, с. 18–46; вып. 4, с. 47–75) публикацию классических статей по ресурсной концепции стратегического управления. Довольно подробную вступительную статью к данным публикациям см.: [Катъкало, 2003б]. Если изданные в 2003 г. переводы были посвящены периоду 1990-х гг. в развитии ресурсной концепции, когда она стала доминировать в теории стратегического управления, сменив в этой роли школу позиционирования (известную прежде всего работами М. Портера), то нынешние — отражают самый начальный постановочный этап для ресурсной логики в исследованиях стратегий фирм.

В начале 1980-х гг. Ричард П. Рамелт, автор первой из предлагаемых вниманию читателей в настоящем разделе статьи, выступил на одной из многочисленных научных конференций, посвященных попытке сформулировать свежие, неортодоксальные научные подходы к исследованию стратегического управления фирмами, с докладом, озаглавленным «К стратегической теории фирмы». Позднее, в 1984 г., этот доклад в качестве статьи был опубликован в сборнике «Конкурентный стратегический менеджмент» [Rumelt, 1984], вышедшем под редакцией Роберта Б. Лэмба.

К этому времени Р. Рамелт уже успел завоевать известность в кругах представителей в те годы еще такого относительно молодого научного направления, как исследования в области стратегии фирмы. Личность автора этого доклада заслуживает особого внимания. Непросто перечислить все научные и карьерные заслуги и достижения профессора Рамелта. С 1976 г. Р. Рамелт работает в одном из ведущих американских центров бизнес-обра-

зования — Школе менеджмента им. Андерсона Калифорнийского университета (г. Лос-Анджелес), где ныне занимает профессорскую позицию им. Гарри и Эльзы Куни в области взаимодействия бизнеса и общества. С 1993 г. Рамелт одновременно занимает позицию профессора в области человеческих ресурсов и развития организаций в лучшей школе бизнеса Европы — INSEAD. И наконец, профессор Рамелт является президентом международного Общества стратегического управления.

Карьеру менеджера и ученого Р. Рамелт начинал как инженер-практик, а точнее — как инженер-электрик (степени бакалавра и магистра получены им в Калифорнийском университете соответственно в 1963 и 1965 гг.). Несколько лет он проработал в качестве инженера в калифорнийской компании Jet Propulsion Laboratories. Уже имея реальный практический опыт участия в руководстве наукоемким бизнесом, он принял решение о дальнейшей профессионализации в качестве менеджера, а затем и исследователя в области стратегии бизнеса — о работе в Гарвардской школе бизнеса. Время показало, что сделанный выбор оказался правильным: в 1972 г. Р. Рамелт получил в Гарварде докторскую степень. С этого момента он начинает свою академическую карьеру. Отметим также, что вскоре после получения докторской степени в Гарварде он отправился в Иран, где активно участвовал в организации школы бизнеса в Тегеране.

Предлагаемая читателю статья Рамелта — одна из его первых публикаций по проблематике стратегии и экономической теории конкуренции. Поэтому она представляет для российского читателя особый интерес. Именно Р. Рамелт считается создателем логической схемы выбора возможных стратегий, основанной на сформулированных впервые именно им критериях, к числу которых относятся критерии непротиворечивости, согласованности (соответствия окружающей среде), поддержания конкурентных преимуществ и реализуемости. Эти критерии вошли в большинство канонических учебников и монографий по стратегии.

Наиболее известная монография Р. Рамелта — «Стратегия, структура и экономическое поведение» (Strategy, Structure and Economic Performance, 1974) — была удостоена одной из самых престижных американских национальных премий — премии Ирвина (Irvin prize). В 90-х гг. прошлого века им опубликован ряд научных статей и монографий в соавторстве и в тесном творческом сотрудничестве с такими признанными корифеями теории стратегического управления, как Д. Дж. Тис, Дж. Дози, С. Уинтер, Д. Шендел и др. В последнее время его научные интересы направлены на изучение источников инерционных явлений в корпорациях, исследование траекторий трансформации фирм, понимание качества взаимодействий внутри организаций, а также на анализ изменений моделей диверсификации в крупных фирмах.

Научные заслуги профессора Р. Рамелта, таким образом, позволяют отнести его к числу классиков современного стратегического подхода к теории фирмы. Тем больший интерес представляет для современного читателя одна из его этапных ранних работ, посвященная этой тематике.

Особую важность имеет то обстоятельство, что методологической основой работы выступает подход, сформулированный автором в самом начале статьи, — согласно ему изучение стратегии бизнеса должно основываться на фундаментальных принципах разработанной в рамках экономической теории модели фирмы и теории отраслевой организации, — т. е. неоклассический подход. В наши дни эти исследования получили свое дальнейшее логическое развитие [Катькало, 2004; Клейнер, 2003]. В соответствии с данной логикой составлено, кстати, большинство учебных курсов и учебников, преследующих цель систематического изложения стратегии бизнеса как применения научных результатов, достигнутых неоклассической экономической теорией [Байе, 1999; Besanco, Dranove, Shanley, 1996; Pappas, Hirschey, 1987].

Изучение стратегии менеджмента, по мнению профессора Р. Рамелта, по крайней мере на момент написания статьи, базировалось исключительно на концепции стратегии, которая для наиболее прогрессивных его современников носила организующий, системообразующий характер. «Суть данной концепции сводится к тому, что конкурентная позиция фирмы определяется неким пучком (bundle) уникальных ресурсов и связей, а задача руководства состоит в адаптации и обновлении этих ресурсов и связей по мере того как... происходит обесценение их значимости. Подобная трактовка фирмы *не является* теорией...» [Рамелт, 2006, с. 84]. Речь идет скорее о совокупности положений, которые выступают результатом обобщений эмпирического обследования ограниченного числа неповторяющихся феноменов (а именно таковы и есть феномены стратегии конкретных фирм). Полезность данных результатов представляет собой объект самостоятельного исследования, но теория обязана «работать» в любой ситуации, когда действуют конституирующие ее допущения.

«Совокупность положений», составляющих исходный материал для построения теории стратегии фирмы, о которых говорил Р. Рамелт, вполне была способна стать ее ядром, но при этом между вновь созданной из этих, пусть и вполне надежных компонентов, теорией и ранее разработанными концепциями не должно было возникать логических несоответствий и противоречий. Это обстоятельство тем более важно и в наше время, особенно в тех случаях, когда ранее созданные теории получили признанную научным сообществом достоверную эмпирическую поддержку. Речь, разумеется, идет о неоклассической теории фирмы, на недостатках которой автор сосредотачивает внимание, заслуживающее особого рассмотрения.

Р. Рамелт формулирует тезис, справедливость которого подтверждается в условиях принятия неоклассической аксиоматики, на чем придется остановиться особо. Смысл этого тезиса, изложенного в «обвинительной» форме, а точнее, в виде фактического отказа неоклассической теории фирмы в праве называться таковой, состоит в том, что неоклассическая пост-хиксианская теория фирмы сконцентрировалась на решении совокупности задач, имеющих, по существу, единственную цель — определение уровней цен на ресурсы и продукты, обеспечивающих максимизацию прибыли/минимизацию убытков при одновременной минимизации затрат.

Переход от нереалистичности допущений модели совершенной конкуренции к допущениям более реалистичным принципиально не улучшает ситуацию. К задаче поиска цены добавляется задача поиска оптимального, максимизирующего величину прибыли объема выпуска. Реалистичность допущений, на которых построены неоклассические модели, не претерпевает качественных улучшений.

Развивая данное положение, Р. Рамелт далее приводит перечень, состоящий из восьми экономических феноменов, исключенных неоклассиками из анализа для достижения целей подобного «системного ценоискательства». В этот список он справедливо включает: транзакционные издержки; ограниченность рациональности; технологическую неопределенность; ограниченность мобильности ресурсов; ограниченность доступа к информации; существование рынков, на которых цена содержит информацию о качестве; способность производителя и покупателя к обучению (в процессе участия в рыночных отношениях); и, наконец, недобросовестное и/или неразумное поведение.

Совершенно очевидно, что практически ни один из указанных феноменов не может быть однозначно количественно определен. Таким образом, существо «претензий», предъявляемых нарождающейся теорией стратегического менеджмента к традиционной неоклассической теории, сводится не столько к нереалистичности сделанных предположений, сколько к игнорированию возрастающей многовариантности экономических процессов, их подверженности влиянию все большего количества экзогенных факторов, предвидение которых возможно лишь как вероятностное. Все это делает каузальные, исключительно причинно-следственные подходы к решению управленческих задач и соответствующие инструменты стратегии иногда просто неприемлемыми. Игнорирование неопределенности как, возможно, важнейшего из свойств современных экономических процессов становится главным недостатком неоклассического подхода. В условиях растущей глобализации как «связи всего со всем» сама неопределенность становится неустранимым компонентом стабильности.

Отметим, что сам по себе «перечень претензий» к неоклассической школе, приведенный профессором Р. Рамелтом, вызывает научный интерес.

Интересен он не столько своей полнотой (не она составляла, очевидно, задачу автора статьи), сколько отбором феноменов, имеющих, по мнению автора, жизненно важную значимость для анализа стратегии и одновременно практически нулевую ценность (по крайней мере, согласно представлениям последователей постмаршаллианской традиции) для поиска оптимальной системы цен в условиях максимизирующего поведения экономических агентов. «Список Рамелта» — своего рода обвинение, которое бизнес бросил неоклассической экономической теории. Существо его сводится к тому, что неоклассика, упорствуя на абсолютной ценности/значимости проблематики дихотомии «цены — объем выпуска» в качестве центральной проблемы экономического равновесия и настаивая при ее решении на необходимости использования все большего числа все менее реалистичных допущений (assumptions), фактически игнорирует само существование феномена неопределенности в той экономической действительности, которую она исследует, и тем самым пренебрегает жизненными интересами реального бизнеса.

В этой связи уместно вспомнить, что история науки предоставляет нам многочисленные доказательства того, что эволюционный этап развития любой научной теории (предпарадигмальный этап эволюции, «нормальная наука» по Т. Куну) с неизбежностью предполагает увеличение числа упомянутых выше допущений и, как следствие, рост количества соответствующих операциональных инструментов — «категорий», «терминов» или «сущностей» (по Дж. Оккаму). Вместе с тем мы не вправе забывать и о неотвратимости итогов этого периода: на определенном этапе развития «нормальной» науки (пользуясь терминологией Оккама, возрожденной Т. Куном) «число сущностей начинает превосходить потребное», т. е. число, необходимое и достаточное для того, чтобы наука успешно справлялась со своими когнитивной и прагматической («прикладной» или «технологической») функциями. Как показывает история, социум на нее, как правило, никаких иных и не возлагает. Нормальная наука входит в фазу кризиса («научной революции» по Куну). Именно этот этап и переживает сегодня современный неоклассический экономический анализ. Конкретными причинами данного кризиса, на наш взгляд, выступают: во-первых, кажущийся необратимым процесс расширения числа уже упомянутых научных допущений (приводящий к нарушению принципа «лезвия Оккама», согласно которому между поступательным развитием науки и увеличением числа «новых сущностей» должно существовать гармоничное соответствие); и, во-вторых, игнорирование феномена неопределенности, значение и роль которого возрастает в среде принятия экономических решений. Последнее обстоятельство связано со сформировавшейся «научной рутинной», в соответствии с которой каузальный принцип исследования продолжает господствовать на страницах учебников экономикс.

Между тем именно перманентное возрастание неопределенности внешней среды, характерное для всех без исключения экономических агентов на протяжении последнего полувека, представляет собой один из важнейших экономических феноменов, ставящих перед теоретиками и практиками стратегического менеджмента такие актуальные научно-практические задачи, как исследование проблем создания и поддержания конкурентных преимуществ, обеспечивающих недоступные соперникам ренты [Катькало, 2003a]. Неоклассическая экономическая теория фирмы (по крайней мере, в ее современном состоянии) по своей философской ориентированности преимущественно глубоко детерминистична, что существенно сужает как ее прикладное значение для использования в практике стратегии, так и теоретическую ценность для построения нарождающейся «стратегической теории фирмы» [Катькало, 2004].

Весьма интересны также критические замечания Р. Рамелта, направленные им в адрес теории олигополии, лежащей в основе теории отраслевой организации. В неоклассике идентичность или однородность фирм по всем показателям, кроме масштабов производства, непререкаема и независима от результатов предпринимательской активности внутри отрасли, что обедняет содержание самой идеи стратегии.

Справедливости ради необходимо заметить, что гораздо раньше на неадекватность действующей системы допущений (носящих в макроэкономике, по сути, почти аксиоматический характер) указывали и наиболее добросовестные теоретики-экономисты. Еще в 1977 г. в Амстердаме Ж. Лезурн [Лезурн, 1993] опубликовал работу, где им приведен перечень из целых восемнадцати (!) предположений или «гипотез» (выражаясь авторским языком), на которых, как он с полным основанием утверждал, строится сегодняшняя неоклассическая экономическая теория. Эти предположения вошли в литературу, посвященную методологии современной фундаментальной микроэкономики, под названием «списка гипотез Лезурна». Суть первой из этих «гипотез» состоит в отсутствии неопределенности, что весьма красноречиво характеризует справедливость нашего утверждения о детерминистическом характере современной неоклассической экономической теории. Комплексный, системный сопоставительный анализ «списка Рамелта» *совместно* с «гипотезами Лезурна», безусловно, представляет собой актуальную научную задачу для методологии как современной неоклассической экономической теории, так и стратегической теории фирмы, о формулировании которой писал Р. Рамелт в 1984 г. [Лукашевич, 2005], но, разумеется, выходит далеко за пределы предлагаемого читателю введения.

Работа Р. Рамелта вызывает интерес у современного читателя также и потому, что «стратегическая теория фирмы», процесс формирования которой столь интенсивно происходит в настоящее время, продолжает оставаться

порождением сложного и непрекращающегося взаимодействия неоклассической теории фирмы и собственно теории стратегического менеджмента, причем необходимо признать, что именно экономическая теория внесла в 1970–1980-е гг. значительный вклад в становление стратегического менеджмента как самостоятельной научной дисциплины. Исследовательские традиции экономической теории фирмы и теории стратегического менеджмента *созвучны*, а их взаимное обогащение имеет большое значение для плодотворного развития каждой из них [Катькало, 2004].

Необходимо подчеркнуть, что неудовлетворенность Р. Рамелта прагматической ценностью неоклассической теории фирмы, о которой мы говорили выше, в этот период была характерна не только для него. К числу создателей стратегической теории фирмы, осуществивших пионерные исследования нарастающих встречных интеграционных усилий неоклассической теории фирмы и теории стратегического менеджмента, относится и Д. Тис [Теесе, 1984]. Было бы несправедливо, представляя читателю статью Р. Рамелта, умолчать о том, что не менее глубокие научные выводы, относящиеся к анализу специфического процесса наметившегося к тому времени синтеза экономической теории и теории стратегического менеджмента, были опубликованы Д. Тисом в 1984 г., т. е. *одновременно* с выходом в свет публикуемой статьи Р. Рамелта, — случай весьма характерный для истории научной мысли и сам по себе свидетельствующий о многом: так, возникают неизбежные аллюзии с феноменом «маржинальной революции» 1870-го...

Подробный анализ статьи Д. Тиса выходит за рамки настоящего введения, что, однако, не делает его менее интересным и сегодня. Позволим себе процитировать лишь два утверждения Д. Тиса о действительном влиянии неоклассики на состояние, в котором находилась стратегическая теория фирмы, не забывая, разумеется, о том, что речь идет о 1984 г.: «Экономический анализ, использующий стандартные экономические теории во всем многообразии существующих учебников, фактически неизвестен в стратегическом менеджменте» [Теесе, 1984, р. 87]. Такой шокирующий диагноз Д. Тис обосновывает, но видит в этой ситуации «вину» не одних лишь экономистов-теоретиков: «Характеристика и оценка вклада экономикс и экономистов (в развитие теории стратегического менеджмента. — В. К., В. Л.) страдают вполне объяснимой неполнотой. Многие их важнейшие научные достижения были попросту проигнорированы» [Теесе, 1984, р. 87]. Если Р. Рамелт формулирует свои «претензии к неоклассике» в форме лаконичного перечисления, то Д. Тис делает это в существенно более развернутой и аргументированной форме, так как эти претензии, собственно, и составляют сам предмет упоминаемого исследования. Важно, что ни одно из «обвинений» Д. Тиса, как и относящихся к «списку Р. Рамелта», не утратило справедливости и в наши дни.

Можно предположить, что перспективным было бы исследование проблемы содержания и, следовательно, реалистичности системы стартовых предположений, которые не должны быть столь драматически различными для неоклассической и стратегической теории фирмы, как это имеет место сегодня. Оно в состоянии оформиться в дальнейшем в некоторое самостоятельное направление научных исследований, что может позволить значительно усовершенствовать как методологию, так и «прагматическую ценность» обеих научных дисциплин. Тенденция к формированию этого направления в последние годы усилилась, что, на наш взгляд, можно лишь приветствовать.

Критика неоклассики ведется самими представителями мейнстрима и имеет давнюю историю. В качестве одного из наиболее ярких и конструктивных образцов такой критики можно привести статью У. Баумоля с характерным названием — «Чего не знал Альфред Маршалл: вклад XX столетия в экономическую теорию» [Баумоль, 2001]. Кстати, статья самого профессора Р. Рамелта содержит непосредственно относящееся к рассматриваемому вопросу о допущениях неоклассики теоретическое положение У. Баумоля о том, что «...параметр, который корпорации стремятся максимизировать, в действительности является не прибылью, а продажами (или ростом, либо иным показателем благосостояния менеджера)» [Рамелт, 2006, с. 88]. Следует обратить внимание на то, что это достаточно еретическое для мейнстрима утверждение У. Баумоля, использованное Р. Рамелтом, присутствует в книге У. Баумоля, опубликованной еще в 1959 г.

Ведется эта критика также и представителями прикладных дисциплин (менеджмент, маркетинг), чему в большой степени и посвящена предлагаемая читателю статья профессора Р. Рамелта. Заметим, что в данном контексте речь идет не о так называемой литературно-эмоциональной, а о подлинно *научной*, т. е. объективной и креативной, критике, о чем весьма образно и доказательно пишет, например, профессор И. Рудакова [Рудакова, 2005] в своей статье, посвященной анализу научного потенциала мейнстрима и состоянию его критики. Именно на этих принципах базируется подход Р. Рамелта.

Развивая идею о необходимости перехода к более реалистичной системе предпосылок, нежели это имеет место в неоклассической традиции, Р. Рамелт предлагает собственную модель простой теории конкуренции, названную моделью «неясной возможности имитации», которая, базируясь на шумпетерианском подходе к роли предпринимателя, оперирует неопределенностью/неоднозначностью эффектов принятых менеджментом решений в условиях риска. Модель обогащает традиционные представления о входных барьерах и роли диверсификации.

Описывая ситуацию неясной возможности имитации, автор приводит целый ряд сугубо практических выводов. Так, существенно снижается роль

прибыльности как стимула к вхождению в отрасль, ибо ее высокие уровни могут, как явствует из предложенной автором модели, свидетельствовать о наличии фирм, обладающих трудно копируемыми навыками. Диверсификация в трактовке автора также перестает быть чуть ли ни универсальным средством снижения риска. Согласно выводам Р. Рамелта, имеет смысл лишь такое увеличение видов деятельности, при котором эффективность каждого нового вида будет количественно близка к эффективности уже используемых.

Интересна и трактовка автором входных барьеров как своеобразных «механизмов изоляции». Она развивает идею барьеров мобильности, выдвинутую Портером и Кейвзом. Использование концепции механизмов изоляции, возвращая автора к механизмам возникновения потенциальных рент и к возможностям их удержания в условиях неопределенности, позволяет ему сделать ряд выводов, в том числе и нормативного характера. Практически все они связаны с признанием значения фактора неопределенности как неустранимого элемента формулирования и реализации стратегии. «Рутинный компонент формулирования стратегии заключается в непрекращающемся поиске способов, в рамках которых уникальные ресурсы фирмы могут найти новое применение в изменяющихся условиях» [Рамелт, 2006, с. 99]. Изменения становятся единственной константой стратегии.

Работа Р. Рамелта — успешный пример продвижения исследований по направлению к синтезу анализа практики деятельности по формированию стратегии с лучшими достижениями экономической теории XX в. Подобный синтез бесспорно обогащает обе отрасли знания.

Не меньший интерес для читателя представляет и вторая статья, опубликованная в этом разделе. Ее автор — Биргер Вернерфельт — в настоящее время профессор Школы менеджмента им. Слоуна Массачусетского технологического института (США). Главные теоретические положения этой первой в своем роде статьи Б. Вернерфельта уже получили достаточную известность и нередко ассоциируются с совокупностью научных взглядов на стратегию, которую именуют «школой культуры».

Б. Вернерфельт, безусловно, относится к числу основоположников ресурсного подхода. Его пионерная работа является отправной, поскольку именно он впервые указал на полезность анализа фирмы скорее с точки зрения ее ресурсов, чем продуктов, и высказал гипотезу о том, что такой подход может стать новой парадигмой изучения стратегии. В качестве своих предшественников на этом пути сам Б. Вернерфельт в 1984 г. называет только Э. Пенроуз [Penrose, 1959] и, разумеется, М. Портера. В 1994 г. статья Б. Вернерфельта была признана международным Обществом стратегического управления лучшей из опубликованных в *Strategic Management Journal* за период, предшествующий последнему пятилетию (номинация, по-

явившаяся в журнале в 1993 г. и предназначенная, очевидно, для того, чтобы обратить особое внимание научного сообщества на публикации, выдержавшие проверку временем).

В 1995 г. Б. Вернерфельт по предложению редакции опубликовал в *Strategic Management Journal* короткую статью под названием «Ресурсная трактовка фирмы: десять лет спустя», в которой признал, что в 1984 г. научное сообщество попросту проигнорировало его статью. Действительный интерес к его работе появился лишь после выхода в 1990 г. в свет известной статьи К. К. Прахалада и Г. Хамела, посвященной ключевой компетенции корпорации [Prahalad, Hamel, 1990]. Б. Вернерфельт указывает, что именно Хамел и Прахалад впервые успешно использовали сформулированную им в 1984 г. идею стратегии *stepping stones* (стратегии «мостиков», «мостков» или, воспользовавшись псевдвоенной терминологией, «промежуточных, временных стратегических плацдармов») для анализа конкретной бизнес-ситуации.

В дальнейшем круг научных интересов Б. Вернерфельта существенно расширился и в него вошли преимущественно теоретические проблемы экономической теории (количество только периодических изданий, в которых опубликованы статьи Вернерфельта по проблематике неоклассики, приближается к тридцати) и прикладной математики. Уместно, в частности, упомянуть о ярко выраженном интересе автора к проблематике теории олигополии в терминах равновесия Нэша, поскольку, очевидно, традиционные подходы к этой проблематике его не удовлетворяли.

Предлагаемая читателям статья интересна прежде всего тем, что она представляет собой первую, самую раннюю из известных в научной литературе по управлению попытку систематического изложения ресурсного подхода к пониманию и формулированию стратегии диверсифицированной фирмы.

Еще одно обстоятельство, делающее статью Б. Вернерфельта заслуживающей особого внимания, состоит в том, что написанная практически одновременно со статьей Р. Рамелта, она, как и последняя, начинается с академически корректного упрека, высказанного автором в адрес неоклассического инструментария как не вполне достаточного для адекватного описания поведения фирмы. Автор, в частности, указывает, что традиционное понимание стратегии формулируется в терминах *ресурсного подхода* (как совокупности сильных и слабых сторон фирмы), тогда как «...большая часть известного нам формального экономического инструментария существует в терминах продуктов и рынков» [Вернерфельт, 2006, с. 103]. При этом традиционный неоклассический экономический анализ ограничивается, как справедливо отмечает автор, традиционными же факторами — трудом, капиталом, реже — земельными ресурсами.

Коротко остановимся на несколько прямолинейной, но зато отчетливо сформулированной Б. Вернерфельтом цели, оправдывающей само существование, а заодно и инструментарий неоклассической теории фирмы, — поиске оптимальной цены в условиях действия гипотезы максимизирующего поведения.

Можно лишь констатировать, что дальнейшее развитие этого подхода, как справедливо утверждает Б. Вернерфельт, логично приводит к известной неоклассической экономической теории спроса, предъявляемого фирмой на факторы производства на рынках ресурсов, если предварительно принимается также и гипотеза убывающей отдачи каждого из факторов. Фирма в контексте неоклассики является ограниченно рациональным покупателем на рынке ресурсов, но способна собирать информацию об их потенциальной эффективности, используя для их приобретения находящиеся в ее распоряжении (денежные) средства. Для решения проблемы максимизации (прибыли, или объема продаж, если согласиться с упомянутым ранее положением У. Баумоля), фирме нужно купить на рынке ресурсов такой их минимальный пучок, чтобы, затем бросив эти ресурсы в «котел трансформации», каковым, собственно, и становится при таком подходе производственная активность фирмы, получить продукцию, цена которой с учетом известной функции спроса на продукцию этой фирмы «сама собой» становится гарантией максимально возможной прибыли. Задача менеджмента фирмы в этой части фактически ограничивается выбором соответствующего пучка ресурсов и представляется существенно обедненной по сравнению с реальностью.

Б. Вернерфельт, указывая на известную односторонность и ограниченность подобной трактовки поведения фирмы, впервые предпринимает попытку описания с помощью экономического анализа ресурсной позиции фирмы, которая изначально существенно шире, чем связанное с традиционным для неоклассики сведением фирмы к исполнению роли покупателя на ресурсном рынке. Автор значительно расширяет традиционное для неоклассики понимание категории ресурсов, исходя из того, что «...под ресурсом следует понимать все, что может быть определено как сильная или слабая сторона какой-либо фирмы» [Вернерфельт, 2006, с. 105]. Это понимание категории ресурсов очевидно тесно связано с традиционной неоклассической концепцией барьеров на входе, но отнюдь ей не тождественно. Характерно, что для целей анализа автор использует концепцию пяти сил конкуренции Портера, трансформируя ее для исследования связи ресурсов (а не продукции, как это у него имело место) и рентабельности фирмы.

Пожалуй, одним из важнейших достоинств статьи Б. Вернерфельта является попытка наметить контуры комплексного ответа на целый ряд вопросов, связанных с формулированием стратегии диверсифицированной

фирмы, каждый из которых вполне заслуживает отдельного рассмотрения. Для достижения этой цели автор предлагает собственный инструмент — матрицу «Ресурс — рынок», позволяющую рассматривать развитие конкретных ресурсов в терминах рентабельности с учетом действия фактора времени.

В результате анализа, предполагающего учет динамических характеристик отдельных видов ресурсов в свете их перспективности на длительных временных интервалах, Б. Вернерфельт делает вывод о дуализме, двойственности, взаимном дополнении ресурсного и продуктового подходов к анализу стратегии, указывая при этом на значительный познавательный потенциал ресурсного подхода: «Взгляд на диверсифицированные фирмы скорее как на портфели ресурсов, а не как на портфели продуктов, дает иное и, возможно, более глубокое представление о перспективах роста данных фирм» [Вернерфельт, 2006, с. 115].

Б. Вернерфельт полностью отдает себе отчет о масштабах сложности поставленных задач. Речь идет и о реализуемости предполагающихся на базе ресурсного подхода практических рекомендаций, и о трудностях идентификации самих ресурсов, которые неизбежны при столь широком, как это имеет место у автора, понимании категории ресурсов. Тем не менее статья Б. Вернерфельта, будучи пионерной работой, посвященной ресурсному подходу, безусловно, продолжает оставаться интересной для читателя и в наши дни.

Литература

- Байе М. Р.* Управленческая экономика и стратегия бизнеса: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ.; под ред. А. М. Никитина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
- Баумоль У.* Чего не знал Альфред Маршалл: вклад XX столетия в экономическую теорию // Вопросы экономики. 2001. № 2. С. 73–107.
- Вернерфельт Б.* Ресурсная трактовка фирмы // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2006. Вып. 1. С. 103–118.
- Катъкало В. С.* Взаимодействие теории фирмы и теории стратегического управления: на пути к «стратегической теории фирмы»? // Экономическая наука современной России. 2004. № 4. С. 83–94.
- Катъкало В. С.* Исходные концепции стратегического управления и их современная оценка // Российский журнал менеджмента. 2003а. Т. 1. № 1. С. 7–30.
- Катъкало В. С.* Место и роль ресурсной концепции в развитии стратегического управления // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2003б. Вып. 3. С. 3–17.
- Клейнер Г. Б.* От теории предприятия к теории стратегического управления // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1. № 1. С. 31–56.
- Лезурн Ж.* Основные элементы теории полезности // THESIS. 1993. Т. 1. № 3. С. 10–16.
- Лукашевич В. В.* Инструментарий неоклассики и стратегический менеджмент: некоторые проблемы методологии взаимодействия // Концепции и инструменты

эффективного менеджмента: Материалы научной конференции / Под ред. В. С. Катъкало, А. К. Казанцева. СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2005. С. 21–24.

Рамелт Р. П. К стратегической теории фирмы // Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент. 2006. Вып. 1. С. 83–102.

Рудакова И. Е. Основное течение экономической теории: потенциал и научная критика // Вопросы экономики. 2005. № 9. С. 21–35.

Besanko D., Dranove D., Shanley M. The Economics of Strategy. N. Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1996.

Pappas J. L., Hirschey M. Managerial Economics. Fort Worth, TX: Dryden Press, 1987.

Penrose E. G. The Theory of the Growth of the Firm. N. Y.: Wiley, 1959.

Prahalad C. K., Hamel G. The Core Competence of the Corporation // Harvard Business Review. 1990. Vol. 68. N 3. P. 79–91. (Рус. пер.: Прахалад К. К., Хамел Г. Ключевая компетенция корпорации // Вестн. С.-Петербур. ун-та. 2003. Вып. 3. С. 18–46.)

Rumelt R. P. Towards a Strategic Theory of the Firm // Competitive Strategic Management / Ed. by R. B. Lamb. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1984. P. 556–570.

Teece D. J. Economic Analysis and Strategic Management // California Management Review. 1984. Vol. 26. N 3. P. 87–110.

Wernerfelt B. The Resource-Based View of the Firm: Ten Years Later // Strategic Management Journal. 1995. Vol. 16. N 3. P. 171–174.

Статья поступила в редакцию 19 октября 2005 г.