

НОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ПУБЛИКАЦИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА¹

М. ОГБЕ

Стэнфордский университет

Д. Дж. ТИС

Школа бизнеса им. Хааса Калифорнийского университета, Беркли

В наши дни организованные научные исследования являются отличительной особенностью всех ведущих школ бизнеса США и Европы. Создание новых знаний в области теории менеджмента поддерживается здесь мощной академической инфраструктурой: рецензируемыми журналами, профильной аспирантурой, солидными международными конференциями. Эти реалии активно учитываются лучшими школами бизнеса Китая и Индии, созданными в последнее десятилетие и уже занявшими заметные места и в мировых рейтингах. Несомненно, что задачи развития в России конкурентоспособной национальной системы подготовки профессиональных менеджеров и создания собственных школ бизнеса мирового класса требуют масштабного освоения отечественными специалистами международных стандартов качественных научных исследований и публикаций.

Вопросам организации научных исследований в школах бизнеса и публикации их результатов в профильных рецензируемых журналах был посвящен одноименный предлагаемой статье доклад, сделанный 24 мая 2004 г. в рамках второй презентации «Российского журнала менеджмента» в Санкт-Петербурге его главным соредактором, профессором Дэвидом Дж. Тисом. В своих суждениях и выводах профессор Тис опирался как на личные впечатляющие научные результаты (его статьи лидируют в индексах цитирования работ по управлению инновациями, теории стратегического управления и управлению знаниями), так и на анализ роли исследований в эволюции современных школ бизнеса. Указанная проблематика и подходы к ее осмыслению вызвали большой интерес участников второй презентации РЖМ. Надеемся, что публикация на его страницах расширенного и доработанного варианта данного исследования сыграет важную роль в сближении тематики и уровня развития теории и практики менеджмента в России и экономически передовых странах.

От редколлегии

¹ Авторы выражают признательность Дж. Марчу за полезные комментарии, а также П. Лонерган и Ф. Дарнли за неоценимую помощь при написании и редактировании этой статьи.

© M. Augier, D. J. Teece, 2004

© В. С. Катькало, перевод с англ., 2004

1. Введение. Искусство научных публикаций

«Публикуйся или умри»^{*} — это выражение является одним из часто употребляемых клише при характеристике (по крайней мере применительно к ситуации в США) правил существования в научном сообществе. Пусть это действительно клише, но оно в определенной мере отражает реальность, поскольку публикации представляют собой важный аспект профессиональной жизни преподавателей исследовательских университетов. Хотя менеджмент, как и бизнес в целом, является относительно молодой областью исследований, сегодня уже издается столь много профильных научных журналов, что их число заставляет задаться вопросом о том, не превышает ли желание опубликоваться желание читать опубликованное. Несомненно, во многих университетах успешное начало карьеры молодого преподавателя зависит от его способности опубликовать свои работы в ведущих рецензируемых журналах^{**}.

Публикации являются важной частью научной жизни по ряду причин. Мы пуб-

ликуем статьи для распространения своих идей в научном сообществе и за его пределами; для изменения, совершенствования и проверки теорий, в рамках которых мы работаем; для развития сотрудничества и коммуникаций с другими учеными. Представление статьи в тот или иной журнал является первым этапом процесса ее публикации. Предложенные рукописи проходят конфиденциальное рецензирование коллегами, порой «вслепую», порой «в открытую». Система рецензирования «вслепую» исполняет роль «невидимой руки» для обеспечения качества публикаций. Ведь автор статьи или редактор журнала далеко не всегда могут легко предсказать, будет ли рукопись принята к публикации и если да, то будет ли она после этого цитироваться.

В настоящей работе мы сначала рассмотрим некоторые основополагающие вопросы процесса научных публикаций и дадим краткий обзор истории образования в области менеджмента с момента его зарождения до настоящего времени (разделы 2 и 3), затем идентифицируем некоторые «зоны конфликтности» в исследованиях менеджмента, в частности связанные с необходимостью того, чтобы публикации были полезными для практики бизнеса и при этом соответствовали академическим требованиям. Подобные «зоны конфликтности» (которым посвящен раздел 4) находят отражение в механизме процесса опубликования статей и разнообразии журналов, ориентированных на аудитории исследователей и практиков менеджмента. В заключение мы выскажем некоторые специальные соображения относительно ряда журналов в нашей области исследований, суммировав тем самым обсуждение вопросов предыдущих разделов статьи.

2. Важность «хороших» вопросов и конструктивной критики

Для продуктивности научной работы необходимо, чтобы ученый концентрировался на поиске «хороших» исследователь-

^{*} Авторы перефразируют аксиому выживания в современном бизнесе («отличайся или умри», в терминологии Дж. Траута; см. также: Кирнэн М. 2004. *Обновляйся или умри! Как создать конкурентоспособную компанию XXI века*. СПб.: Крылов). Однако этот принцип не актуален при гарантированном полном государственном финансировании университетов, которое ныне повсюду в мире (включая Россию) — лишь факт истории. — *Прим. пер.*

^{**} В русском языке нет точного аналога термина «peer-reviewed journal», означающего, что все статьи до рассмотрения на редколлегии подлежат анонимному рецензированию специалистами. Только такие журналы учитываются при составлении мировых рейтингов школ бизнеса и университетских кафедр. Хотя оба применяемых на русском языке термина — «рецензируемый журнал» и «реферлируемый журнал» — соответствуют пассивной форме и могут неверно толковаться как журналы, на статьи в которых пишутся и публикуются рецензии или рефераты, в настоящем переводе используется первый вариант как более близкий по смыслу. — *Прим. пер.*

ских вопросов. Действительно, мы убеждены в том, что «хорошие» вопросы зачастую труднее сформулировать, чем найти хорошие ответы. Данное утверждение может показаться парадоксальным, но это не так. Постановка «хорошего» вопроса, при условии что на него будет найден ответ, способствует приросту знаний в нескольких направлениях. В частности, такая постановка:

- 1) расширяет знания общества в области фундаментальной проблемы;
- 2) увязывает способом, имеющим смысловое наполнение, современные исследования с предшествующими;
- 3) будучи сопровождающей ответом, позволяет внести вклад в становление новой области научных знаний.

Эти тезисы носят достаточно общий характер и, конечно, не связаны только с исследованиями бизнеса и менеджмента. Формулирование «хороших» вопросов требует любознательности плюс понимания того, что является в действительности наиболее важным. Лауреат Нобелевской премии по экономике Герберт Саймон часто отмечал тот факт, что любопытство является двигателем настоящей науки. Ученых привлекают парадоксы, дилеммы, противоречия в теориях и идеях, т. е. проблемы для интеллектуального поиска, которые требуют интеллектуальных (академических) усилий, равно как и интеллектуального предпринимательства. Подобные проблемы и вызовы не только служат критическому изучению имеющихся теорий, но также часто указывают на наличие упущенных из виду, уводящих в сторону или ошибочных посылок, что стимулирует преодолевать привычные концептуальные рамки или теории и устремляться в новые области теоретических и эмпирических исследований, и порой это приводит даже к созданию совершенно новых теоретических парадигм [Kuhn, 1970].

Например, критическое изучение самим Саймоном процесса принятия решений в организациях привело его к формулирова-

нию терминологии и теории ограниченной рациональности. Поскольку Саймон является одним из отцов современной теории менеджмента и входит в число наиболее влиятельных исследователей теоретических и практических аспектов менеджмента, мы рассмотрим судьбу его ранних идей более подробно. Тем самым мы также проиллюстрируем то терпение и преданность своему делу, которые необходимы в процессе исследований и публикации их результатов, так как зачастую проходит долгое время (даже десятилетия!), прежде чем идеи ученого сформируются, затем будут опубликованы и, возможно, окажутся приняты другими учеными.

В 1935 г., будучи студентом выпускного курса университета, Саймон написал работу под названием «Управление общественными рекреационными объектами в г. Милуоки» [Simon, 1935]. Работа была посвящена изучению вопросов общественного управления, связанных с ростом муниципальных рекреационных объектов. В частности, быстрый рост масштабов деятельности парков и спортивных объектов при школах вызвал необходимость изучения особенностей управления ими в свете возможных проблем в отношениях между попечительскими советами таких школ и правительствами городов [Simon, 1935, p. 2]. Впоследствии Саймон часто говорил, что эта работа позволила ему впервые подойти к идее ограниченной рациональности, поскольку именно при ее написании он обнаружил, что неоклассические идеи максимизации полезности не соответствуют реальному процессу распределения бюджетных средств, который изучался им на примере Департамента парков г. Милуоки. В этой его работе обсуждается процедура распределения бюджетных средств и описываются структура управления рекреационными административными функциями (такими, как планирование деятельности; строительство новых объектов; содержание и техническое обслуживание объектов), а также правовые аспекты их реализации.

Поначалу Саймон хотел использовать базовые идеи максимизации полезности при анализе процесса распределения бюджетных средств, согласно которым рационально действующие агенты осуществляют выбор из имеющихся альтернативных способов получения наивысшей полезности при заданном распределении ресурсов. Этот рациональный процесс предполагал бы, что имеется ранжирование различных возможностей и набор предпочтений, благодаря чему полезность каждой альтернативы может быть точно определена (путем сравнения полезности таких объектов, как «парки и парковые аллеи», «площадки для спортивных игр», «музеи» и «муниципальные спортивные сооружения»). В конце концов Саймон поставил под сомнение этот аналитический подход, согласно которому допускалось наличие полной информации об альтернативах, а административные лица, принимающие решения, знали их текущие результаты. Более того, лица, принимающие решения, должны были быть способны точно предсказывать последствия будущих решений таким образом, чтобы рациональность была не просто «локальной» и ограниченной возможностями максимизации локальных альтернатив, а «глобальной» и максимизирующей все альтернативы. Будучи примененной в случае государственного и муниципального управления, эта логика означала бы, что чиновник может оценивать полезность, получаемую путем расходования денег на конкретную цель, и распределять средства таким образом, чтобы максимизировать глобальную полезность, делая это путем разделения бюджета между конкурирующими программами рациональным способом, рассматривая при этом максимизацию как свою основную задачу. Однако Саймон обнаружил, что в реальной жизни бюджетный процесс не осуществляется таким образом. Люди не могут прийти к согласию по вопросу об относительной ценности площадок для спортивных игр и парков. Чаще оказывалось, что характер

решений определялся, по крайней мере в некоторой степени, локальной средой, в которой работал данный чиновник, и частными целями людей, действовавших в этой среде. Например, руководитель одного из департаментов докладывал, что «первостепенной функцией департамента является обеспечение такого управления, которое позволит жителям города с большей пользой и весельем использовать свое свободное время» [Simon, 1935, p. 15–16]. В результате, как писал Саймон,

мое образование в области экономической теории напомнило о себе при изучении бюджетных проблем, и это привело к противоречию между тем, что, согласно изучавшейся мною теории, должно было происходить, и тем, что мои глаза и уши сообщали мне о происходящем в действительности [Simon, 1991, p. 371].

Этот случай показывает, как эмпирические аномалии, встречающиеся на нашем пути, могут инициировать возможные парадигмальные сдвиги в нашем теоретизировании. Другой урок для нас состоит в том, что не следует сдаваться, когда наши идеи первоначально не получают поддержки. Если речь идет о хорошем исследовании, то в конце концов оно получит признание, при условии что автор продолжит его добиваться. Первая статья Саймона, посвященная концепции ограниченной рациональности в контексте экономической теории, была опубликована в 1955 г. [Simon, 1955] — через 20 лет после того, как он сформулировал изначальные идеи этой концепции, — и фактически лишь много лет спустя она была признана важным вкладом в теорию (о чем, разумеется, свидетельствует Нобелевская премия 1978 г.). Однако в итоге данная статья, как оказалось, содержит многие фундаментальные тезисы для современного развития исследований бизнеса в таких разделах, как теория организаций и теория стратегического управления.

Таким образом, даже результаты качественного исследования не всегда удается легко опубликовать в рецензируемых

журналах.² Тем не менее очень важно постоянно издаваться и представлять исследовательские статьи в хорошие журналы, применяющие процесс рецензирования. С учетом того, что во многих странах решения о назначении на постоянную профессорскую должность в университете обычно принимаются примерно через шесть лет после получения молодым ученым первой научно-преподавательской позиции с условием полной занятости, весьма важно публиковаться с самого начала карьеры. Однако при подготовке рукописи к изданию предстоит преодолеть несколько барьеров. Вставшему на этот путь следует приобрести навыки, связанные с пониманием процесса редактирования, правил ответов рецензентам и т. д.

Процесс редактирования, даже когда он хорошо организован, не обходится без сбоев. Многие знаменитые работы известных ученых были отвергнуты их редакторами. В опубликованной в 1994 г. в *Journal of Economic Perspectives* интересной статье [Gans, Shepherd, 1994] приведен обзор переписки со своими редакторами более 140 ведущих экономистов, включая Нобелевских лауреатов. Оказалось, что даже такие великие ученые, как Пол Кругман, Пол Самуэльсон, Милтон Фридмен и Жерар Дебрё, получали в прошлом отказы относительно своих основных статей, причем некоторые из этих работ они считали частями своих наиболее важных трудов! Например, статья «Рынок „лимонов“», на основании которой Джорджу Акерлофу присудили Нобелевскую премию, была отвергнута тремя журналами (*American Economic Review*, *Journal of Political Economy* и *Review of Economic Studies*), прежде чем ее в конце концов приняли к публикации в *Quarterly Journal of Economics*.

² А плохие исследования порой, напротив, оказываются напечатанными. В области теории менеджмента не всегда доставляет удовольствие читать издаваемые в последнее время статьи, огромное количество которых нуждалось в предварительной неоднократной переработке (если вообще их стоило публиковать).

Акерлоф был, разумеется, обескуражен этими отказами:

Я думаю, что этот ранний холодный прием оказал влияние на мою работу. Лишь в 1973 г., когда я провел шесть месяцев в творческом отпуске в Англии, я понял, что довольно много людей прочитали мою работу, и она им даже понравилась. Я считаю, что занялся бы развитием идей статьи «Рынок „лимонов“» раньше, если бы не был вынужден считать ее публикацию большой удачей [Gans, Shepherd, 1994, p. 171].

Оливер Уильямсон отмечал, имея в виду, что его книга «Рынки и иерархии» была первоначально отклонена издательством Brookings, следующее:

Рецензенты рукописи книги были ортодоксальных убеждений и не видели большого смысла в ее издании. Изложенный в книге аналитический подход, автор книги либо и то, и другое вместе считались столь безнадежными, что рецензенты даже не предлагали делать никаких ее переработок... Издательство Free Press позднее опубликовало книгу в 1975 г. [Gans, Shepherd, 1994, p. 174].

Некоторые ученые принимали отказы с юмором. Так, Дж. Марч однажды сказал:

Я, конечно, получал отказы в публикации моих статей, иногда даже по достойным причинам... Я вспоминаю, как однажды некий рецензент дал состоящий из двух абзацев комментарий на статью, соавтором которой был я, причем в первом абзаце он утверждал, что ключевая теорема, примененная в статье, весьма тривиальна, а во втором — что она неверна. Я подумал, что этот рецензент должен был в итоге сделать для себя выбор.

Несмотря на эти сбои, хорошие журналы должны уметь принимать правильные решения. Они должны это делать для поддержания своей репутации, а также для обеспечения потока хороших рукописей сильных авторов, стремящихся к их публикации. Если журнал будет допускать повторяющиеся сбои, то он потеряет свой статус и в конечном счете потерпит крах.

Важнейшим элементом процесса публикации, используемым ведущими журналами, является рецензирование представленных рукописей. Оно есть тот инструмент, которым современная наука пользуется для облегчения выявления качественных исследований, иначе говоря, рецензирование — это своеобразная «невидимая рука», призванная обеспечить качество публикаций. При наличии в журнале практики рецензирования поступившая рукопись прочитывается (анонимно) учеными, специализирующимися на проблематике статьи, и затем они рекомендуют редактору принять или отвергнуть рукопись либо предложить автору переработать ее и представить снова для рецензирования перед публикацией. Этот процесс является также инструментом для стимулирования дополнительных усилий перспективных авторов и помощи им в целях улучшения их работы. Хотя данный процесс не устраняет полностью субъективный элемент в решении редактора по конкретной рукописи, он тем не менее помогает ему, обеспечивая внешние оценки достоинств представленной к публикации статьи. В поведенческой теории принятия решений Д. Канеман и Д. Ловалло [Kahneman, Lovall, 1993] проводят различие между двумя типами участников процессов принятия решений — инсайдерами и аутсайдерами — и утверждают, что инсайдер как субъект процесса принятия решений зачастую подвержен предубеждениям и склонен трактовать ситуацию менее точно, в то время как аутсайдеры могут более объективно оценить возможные решения, понимая, что все люди, включая их самих, сильно подвержены предубеждениям. Таким образом, люди склонны видеть проблемы как «уникальные» («взгляд инсайдера»), когда они должны рассматриваться в составе более широко трактуемого класса проблем («взгляд аутсайдера»). Рецензии коллег могут помочь сделать процесс публикации основанным на более объективных суждениях.

Итак, скрупулезный процесс внешнего рецензирования, к которому привлекаются квалифицированные рецензенты, чьи мнения и комментарии тщательно взвешиваются редактором и передаются авторам, является существенной частью исследовательского процесса и способствует научному и техническому прогрессу. Благодаря этому процесс публикации в значительной мере деполитизируется. Фактически многие ученые не считают статью или тезис важными, если они не прошли через процесс рецензирования коллегами. Конечно, данная система не является абсолютно совершенной. Субъективность решений и когнитивные предубеждения имеют место и в процессе рецензирования.

Другая потенциальная проблема состоит в том, что порой качество или престиж журналов используются как суррогатный показатель при оценке качества публикаций отдельно взятого ученого. Возможно, это происходит вследствие несовершенства мониторинга результатов научных исследований [March, Sutton, 1997].³ Иногда комитеты по поиску но-

³ К настоящему времени разработано несколько различных показателей качества научных журналов. Одним из наиболее популярных показателей престижа журнала является *фактор влияния* по Индексу цитирования работ по социальным наукам (Social Science Citation Index — SSCI). По логике, лежащей в основе оценки влияния, журналы с высоким престижем будут содержать статьи, которые чаще цитируются в изданных впоследствии работах. Одно из направлений критики метода фактора влияния заключается в том, что статьи по тематике, пользующейся большей популярностью (например, лидерство, менеджмент, тренинги и развитие специалистов и менеджеров), будут иметь тенденцию к более частому цитированию, чем статьи по тематике, имеющей меньшую популярность (например, психометрика). Аналогичным образом журналы с большей аудиторией — предназначенные одновременно для преподавателей школ бизнеса и факультетов психологии, будут непременно иметь большие факторы влияния, чем журналы с меньшими аудиториями, например адресованные лишь психологам. Точ-

вых преподавателей или по оценке степени готовности преподавателя для зачисления его на постоянную должность принимают решения о научной продуктивности претендента, опираясь в большей мере на престиж конкретного журнала, в котором опубликованы статьи кандидатов, чем на содержание самих статей. Действительно, эта опора на авторитет конкретного журнала была отмечена в исследованиях в области менеджмента: журналы являются хорошим индикатором качества публикаций, однако этот индикатор не является совершенным.

Процесс рецензирования не свободен и от других погрешностей и недостатков, тем не менее он считается важным инструментом для «мониторинга» стимулов в научном мире. Хотя процесс рецензирования коллегами не является абсолютно совершенным, альтернатива ему (единоличное принятие решения редактором, исходящим из собственного мнения и не использующим преимущества рецензирования другими специалистами) имеет гораздо более серьезные изъяны.

После этих общих рассуждений о процессе публикации обратимся к вопросам научных публикаций в контексте школ бизнеса. Мы идентифицируем некоторые острые проблемы в области менеджмента и стратегий фирм применительно к научным исследованиям и публикациям. Хорошие исследования являются необходимым — но недостаточным — условием для хороших научных публикаций.

3. Эволюция образования в области менеджмента

Когда более ста лет назад в США начали возникать школы бизнеса (пионерами были Школа Уортона Пеннсильванского

университета и Колледж коммерции (ныне — Школа бизнеса им. Хааса) Калифорнийского университета в г. Беркли*), их цель состояла в обучении менеджменту руководителей железных дорог — первых крупных компаний в истории бизнеса. Ранние школы бизнеса испытывали затруднения с получением признания научной общественностью. Однако, по крайней мере в США, некоторые из них, к счастью, были основаны в университетских кампусах, что дало профессорам в области управления бизнесом возможность взаимодействия с представителями других научных дисциплин.

Ранние американские школы бизнеса не рассматривались как серьезные участники научной жизни и процессов интеллектуального поиска. Они зачастую определяли свою роль преимущественно в терминах кодификации и распространения хорошей деловой практики, что нашло выражение в написании бизнес-кейсов и обучении на их основе. Действительно, изначально многие позиции преподавателей школ бизнеса заполнялись опытными бизнесменами (такими, как Артур Андерсен), а не молодыми учеными. Несмотря на усилия некоторых деканов и преподавателей подтолкнуть школы бизнеса к ориентации на более академические цели, школы все же делали акцент на практические, а не на теоретические курсы, на прикладную, а не на фундаментальную науку, и исследования преподавателей чаще всего публиковались в журналах, посвященных детальным описаниям техник бизнеса, а не в научных журналах. Герберт Саймон, который был

* Первая была открыта в 1881 г., вторая — в 1898 г. Строго говоря, в начале XX в. в США, Европе и России прообразы современных школ бизнеса назывались, как правило, «школы (колледжи) коммерции». Лишь в последние полвека в названиях мировых лидеров бизнес-образования утвердилось понятие «школа бизнеса (менеджмента)», что отражало активное развитие программ MBA и научных основ управления бизнесом. — *Прим. пер.*

ность других показателей качества журналов, в том числе процент отклонения рукописей, подписка библиотеками или число лет издания, тоже подвержена размыванию такими факторами, как величина читательской аудитории и популярность тематики.

свидетелем и активным участником трансформации бизнес-образования, отмечал в автобиографии:

Не знаю, насколько это была точная оценка, но мы трактовали американское бизнес-образование того времени как пустошь, в которой царили несистемные профессиональные навыки и которую надо было трансформировать в территорию профессионализма, основанного на научном подходе, подобно тому, как медицина и инженерное дело были трансформированы за 20–40 лет до этого [Simon, 1991, p. 138].

Первые десятилетия после Второй мировой войны были эрой, которая возвеличила «большую науку». В этот период социальные и поведенческие науки стали более количественными по методам исследований, более аналитическими и более приверженными научным принципам. Доклад Роберта Гордона из Университета Беркли и Джеймса Хауэлла из Стэнфордского университета, призвавший к принятию аналитических подходов при подготовке менеджеров, стал водоразделом в истории бизнес-образования. Побужденный этим исследованием [Gordon, Howell, 1959], фонд Форда в течение следующего десятилетия выделил более 35 млн долл. для обеспечения успешного реформирования школ бизнеса [Schlossman, Sedlak, Wechsler, 1987].

В те годы фонд Форда сформулировал программу «исследований поведения человека» (впоследствии известную как «область исследований поведенческой науки»), специфическая задача которой была изложена так:

Фонд Форда будет поддерживать научные проекты, направленные на прирост знаний о тех факторах, которые влияют на действия людей или определяют их, и на распространение этих знаний в целях получения максимальной пользы от них для индивидов и общества в целом [The Ford Foundation..., 1951].

Проводимые в этой области исследования должны были обрести подлинно на-

учный характер, при этом в трактовку фондом Форда концепции поведенческой науки был встроен «ее акцент на научный подход к решению проблем» [The Ford Foundation..., 1951, p. 4].

Одновременно этот подход должен был иметь практические, по крайней мере в некоторой степени, результаты, в связи с интересом фонда не просто в знаниях как таковых, а в «знаниях, которые обещают на определенном этапе служить потребностям людей». Более того, такая установка явным образом призывала к междисциплинарным исследованиям. «Данная программа является междисциплинарной и межотраслевой. Ее задача состоит в накоплении и применении знаний о человеческом поведении, и вклад в ее решение в разной степени внесут разделы всех областей науки и дисциплин».

Университет Карнеги–Меллона (в то время — Технологический институт Карнеги) посредством своей Высшей школы промышленного администрирования стал ролевой моделью для основанного на научных исследованиях и нового дисциплинарного (но при этом очень междисциплинарного) подхода к бизнес-образованию и катализатором фундаментальных междисциплинарных исследований в таких областях, как учет, финансы, маркетинг, исследования операций, микроэкономика и теория организации. Книги Дж. Марча и Г. Саймона «Организации» (1958) и Р. Сайерта и Дж. Марча «Поведенческая теория фирмы» (1963) являются двумя значительными результатами ранних исследований бизнеса учеными Карнеги [Cyert, March, 1992; March, Simon, 1993]. Помимо формирования основ поведенческих наук, эти исследования организаций положили начало развитию нового раздела бизнес-образования, соединив потенциал различных дисциплин при изучении процессов принятия решений и поведения людей в организациях.

В ранние годы этой новой эпохи взаимодействие между научной специализацией и междисциплинарным сотрудничеством

играло существенную роль в эволюции теории менеджмента. Теория менеджмента развивалась в Технологическом институте Карнеги как междисциплинарная, но при этом самостоятельная научная дисциплина. Феномены бизнеса исследовались через призму концепций устоявшихся социальных наук. Однако, хотя это давало возможность междисциплинарных исследований в рамках школ бизнеса, такой подход имел свои издержки. Будучи «пасынком» чистых поведенческих наук, раннее бизнес-образование могло позаимствовать что-то от них всех, но при этом не относилось ни к одной из них и немедленно не обрело статуса признанной самостоятельной науки. Поначалу было совершенно ясно, что некоторая общая теория менеджмента пока не просматривалась. Возможно, прогресс тормозился из-за недостатка связности и «дисциплинированности» исследований. В одной из ранних статей одного из первых (если не самого первого) из научных журналов школ бизнеса *Administrative Science Quarterly* утверждалось:

Наша путаница с терминологией затрудняет точное смысловое общение друг с другом в одной и той же области исследований, не говоря уже о контактах между представителями ее разных разделов и исследовательских культур [Litchfield, 1956, p. 6].

Другими пионерными научными журналами в области менеджмента были *Management Science* и *Operations Research*. Ученые из школ бизнеса также активно публиковались в лучших журналах других наук, например, в *Quarterly Journal of Economics*, *Journal of Political Economy*, *American Economic Review*, *American Sociological Review* и *Psychological Review*. Действительно, поначалу ведущие исследователи менеджмента (такие, как Герберт Саймон) чаще печатались в журналах других отдельных отраслей знания, однако по мере развития менеджмента как науки стало издаваться больше специализированных журналов для публикации результатов в этой области.

После появления доклада Гордона и Хауэлла был достигнут огромный прогресс в развитии школ бизнеса, создании профильных научных журналов и традиций научных исследований менеджмента. Однако впоследствии то, что было задумано учеными Карнеги как область междисциплинарных исследований, превратилось в область изысканий монодисциплинарных ученых, причем особенно глубоко в учебные планы школ бизнеса проникла неоклассическая экономическая теория. К 1980 г. эта ситуация достигла такого состояния, что в некоторых школах бизнеса США часто было трудно отличить ученого из школы бизнеса от ученого с какого-либо традиционного монодисциплинарного университетского факультета (например, экономики, исследования операций или социологии).

Спустя 25 лет после публикации доклада Гордона и Хауэлла маятник качнулся слишком далеко, и, по крайней мере в некоторых исследовательских проблемных группах ряда школ бизнеса, связь науки с практикой была утрачена [Porter, McKibben, 1988]. Последствия такого положения дел были весьма негативными. В США тогда имели место серьезные проблемы с финансовыми институтами (кризис кредитно-сберегательной системы 1980-х гг.), однако школы бизнеса не смогли предложить адекватных ситуации преподавателей или релевантный учебный план, поскольку знания о финансовых институтах и прошлом финансовом регулировании были у них крайне ограниченными. Кризис кредитно-сберегательной системы был следствием плохой модели регулирования этой сферы и плохого менеджмента. Аналогичным образом конкурентоспособность американской обрабатывающей промышленности резко упала, однако преподаватели бизнеса не могли объяснить широкий разброс результатов деятельности фирм в одной и той же отрасли при использовании одной и той же технологии.

Тем не менее часть преподавателей школ бизнеса желала одновременно и принадлежать к самостоятельной научной

дисциплине, и проводить исследования, имеющие практическое значение. Довольно многие из них присоединились к Консорциуму по конкурентоспособности и кооперации — эклектической группе преподавателей со всего мира, которые видели необходимость в прикладных исследованиях, обогащенных теорией и, в свою очередь, обогащающих ее. Фонд Альфреда П. Слоуна обеспечил солидную финансовую поддержку данной инициативы,* разработанной не только для того, чтобы помочь разгадать загадки низких результатов американской промышленности, но и сделать научные исследования в школах бизнеса более прочно связанными с практикой.

Действительно, начиная с середины 1980-х гг. школы бизнеса США привлекли и бережно взрастили преподавателей, которые более нацелены на прикладные исследования, хотя по-прежнему многие с неохотой берутся за решение проблем менеджмента и (по крайней мере, это верно для экономистов) стремятся оставаться в более приятных и привычных областях исследований, таких как государственное регулирование. Тем не менее в деле повышения аналитического и методологического уровня исследований в школах бизнеса был достигнут огромный прогресс. В результате качество проводимых здесь изысканий сегодня заметно выше, чем 30 лет назад.

Среди журналов по управлению бизнесом, появившихся в этот период, отметим *Academy of Management Review*, *Academy of Management Journal*, *Organization Science*, *Harvard Business Review***², *Industrial and Corporate Change*, *California*

Management Review, *Research Policy*, *Journal of International Business Studies*, *Journal of Management Inquiry*, *Journal of Industrial Economics*, *Management International Review*, *Sloan Management Review*, *Organization Studies*, *Strategic Organization*, *Journal of Business Administration*, *Journal of Economic Behavior and Organization*, *Managerial and Decision Economics* и *Strategic Management Journal*.*** Все эти журналы оказались очень хорошими изданиями для публикации результатов исследований бизнеса и менеджмента, причем некоторые из них были теоретическими (например, *Industrial and Corporate Change* и *Strategic Management Journal*), а некоторые — более практически-ориентированными (например, *California Management Review* и *Harvard Business Review*). Довольно часто появление данных журналов было следствием того, что имеющиеся журналы из других наук не могли уделять внимание тем проблемам, которые интересовали исследователей менеджмента [Теезе, Винтер, 1984]. Подобные противоречия и трудности изучения вопросов менеджмента в рамках имеющихся научных программ означали новые и перспективные возможности для развития научных исследований стратегического управления фирмами.

По мере усиления конкуренции и сложности бизнеса ученые все больше нуждались в новой теоретической конструкции для осмысления результатов экономической деятельности на уровнях фирмы и отрасли. Прежние разработки в области теории отраслевой организации и теории

* Первый грант в этом жанре был выделен в 1989 г. Центру исследований менеджмента Калифорнийского университета, г. Беркли. Профессор Д. Дж. Тис — директор этого Центра, в 1994 г. преобразованного в Институт менеджмента, инноваций и организации, — был одним из инициаторов Консорциума, бессменным сопредседателем которого он является по настоящее время. — *Прим. пер.*

** Журнал *Harvard Business Review* был основан в 1922 г., но лишь в последние десятилетия

он заметно изменил свою прежнюю сугубо практическую ориентацию на более выраженную теоретическую направленность. — *Прим. пер.*

*** Ряд ведущих в мире журналов из этого перечня издаются лучшими университетскими школами бизнеса США: *Harvard Business Review* — Гарвардской школой бизнеса, *California Management Review* — Школой бизнеса им. Хааса Калифорнийского университета (Беркли), *Sloan Management Review* — Школой менеджмента им. Слоуна Массачусетского технологического института. — *Прим. пер.*

фирмы не были адекватны новым задачам этих исследований [Теесе, 1984]. Поэтому не случайно, что в инаугурационном номере *Strategic Management Journal* одной из его приоритетных задач было названо изучение теоретических и эмпирических проблем инновационности, гибкости и быстрой реакции фирм (см. редакционную статью [Schendel, Ansoff, Channon, 1980, р. 2]). (Это указывает на то, что хорошие исследования менеджмента часто инициируются практикой управления бизнесом, о чем мы подробнее скажем ниже.) Кроме того, сразу же была выражена надежда, что новый журнал будет публиковать материалы как ученых, так и практиков — менеджеров и корпоративных плановиков, чтобы сделать анализ проблем и вызовов, стоящих перед исследователями менеджмента, как можно более всеобъемлющим.

Strategic Management Journal быстро превратился в лучший научный журнал в своей области и стал ведущим изданием для публикации результатов исследований по теории и практике менеджмента. В момент запуска журнала его создатели приветствовали не только рукописи теоретического характера, но и работы в формате кейсов по истории компаний и дескриптивных моделей, имеющих отношение к теории и практике, а также эмпирические статьи [Schendel, Ansoff, Channon, 1980, р. 3–4]. В списке же тем, по которым в первом обращении редакторов рекомендовалось представлять материалы, мы находим такие хорошо известные области исследований, как «концепции стратегии», «процессы формулирования целей», «исследования будущего», «бизнес и общество», «методы исследований и прикладные разработки», «взаимосвязь стратегии, структуры и поведения людей» и «предпринимательство» [Schendel, Ansoff, Channon, 1980, р. 4].

Изначально список специальных тем исследований стратегического менеджмента насчитывал 30 позиций. Если же мы подсчитаем количество тем, по которым в журнале с тех пор публиковались статьи,

то он окажется значительно длиннее: это отражает тот факт, что данная область исследований по-прежнему отмечена некоторыми «зонами конфликтности». В частности, здесь сохраняется конфликтность между теорией и возможностями ее применения, между междисциплинарностью исследований и стремлением менеджмента стать самостоятельной научной дисциплиной. Эти зоны конфликтности, скорее всего, останутся в будущем, и обязательно должны остаться. Если ими управлять правильно и чутко, то они могут стать источником созидательных конфликтов, ведущих к новым открытиям, которые будут распространяться посредством новых публикаций. В этом отношении весьма важно понимать природу «научной строгости» исследований, проводимых в школах бизнеса.

4. «Зоны конфликтности» в исследованиях стратегического управления: как соединить научную и практическую ориентации

Для того чтобы оценить дальнейшее развитие проблемы научных публикаций по менеджменту, уместно рассмотреть два стоящих перед нами, как учеными из школ бизнеса, фундаментальных вызова, характерных для современных исследований менеджмента.

1. Быть междисциплинарной, но при этом самостоятельной научной дисциплиной.

Проводимые в школах бизнеса исследования должны быть междисциплинарными. Проблемы бизнеса не могут успешно анализироваться в узких границах отдельных дисциплин. Более того, фактически не существует научной дисциплины, которую мы могли бы назвать «исследования бизнеса». Как отмечалось выше, школам бизнеса как явлению всего сто лет, а признанные научные исследования в них начались лишь в 1960-х гг. Практика бизнеса предлагает нам многочисленные

вопросы и проблемы для исследования, однако до сих пор не появилось общей научной дисциплины бизнеса, обладающей общепризнанным набором аксиом и прогностических выводов. Возможно, такая дисциплина никогда и не появится. Следовательно, научный прогресс должен происходить и научные результаты должны извлекаться — если они вообще востребованы — из смежных научных дисциплин, таких как экономика, психология и социология. В той мере, в какой проблемы бизнеса и менеджмента пересекают границы отдельных научных дисциплин, научная работа в школах бизнеса также должна выходить за дисциплинарные границы.

Соответственно, фундаментальным требованием к образованию в области менеджмента является поддержание баланса между дисциплинарными и междисциплинарными исследованиями. Для проникновения в суть сложных проблем, с которыми сталкиваются деловые фирмы, мы должны быть в своих исследованиях междисциплинарными, поскольку эти проблемы по своей природе междисциплинальны. Однако порой междисциплинарная научная работа становится мультидисциплинарной, последней же, в свою очередь, может не хватать какой-либо дисциплинарной основы. Это приводит к концептуальному плюрализму и фрагментации исследований. При этом постоянно появляются новые гуру, продвигающие то или иное «чудодейственное» средство для преодоления знакомых организационных проблем. Подобные концептуальные увлечения и модные суждения, зачастую усиливаемые деятельностью консультантов по управлению, не способствуют научному прогрессу. В этом состоит серьезная проблема, с которой сталкиваются сегодня исследователи в области стратегического управления (равно как и в других разделах бизнес-образования).

С нашей точки зрения, крепкая опора на несколько научных дисциплин является необходимым, но недостаточным

условием для научных прорывов в исследованиях бизнеса. Если мы позволим дисциплинарным границам поставить пределы нашим исследованиям, то тогда мы, скорее всего, столкнемся с серьезными затруднениями в понимании фундаментальных проблем бизнеса. За исключением, возможно, теории финансов, все наиболее значимые достижения в их изучении были междисциплинарными с точки зрения как концепции, так и организации исследований. Достижения экономической теории транзакционных издержек или современные исследования технологических стратегий фирм, несомненно, опираются на синтез возможностей нескольких научных дисциплин. Дэвид Крепс недавно отметил [Kreps, 2004]:

Я все больше убеждаюсь в том, что экономисты должны изменить — и в конечном счете изменят — значительные разделы своей теоретической парадигмы, которая в последние 50 лет позволяла нашей науке оставаться относительно монолитной. Мы все больше становимся похожи на коллег из других социальных наук и все больше развиваем сотрудничество с ними.

Действительно, понимание фундаментальных проблем менеджмента требует чего-то гораздо большего, чем просто знания в области экономики, социологии или психологии.

Появление таких журналов, как *Journal of Economic Behavior and Organization* и *Industrial and Corporate Change*, можно рассматривать в качестве попытки решения данной задачи. Действительно, одной из особенностей журнала *Industrial and Corporate Change (ICC)* является то, что его редакторы много потрудились над его становлением как площадки для публикации работ ученых, междисциплинарных по своему мышлению, но представляющих отдельные научные дисциплины. В *ICC* публикуются статьи таких хорошо известных ученых из отдельных научных дисциплин, как Рой Раднер и Оливер Уильямсон, однако журнал также оста-

ется открытым для разнообразных статей по эволюционной и поведенческой проблематике, равно как и для эмпирических, методологических и исторических эссе. Подобное разнообразие должно быть, конечно, сбалансировано, и особенно на ранних стадиях становления журнала очень важно получить высококачественные статьи от уже утвердившихся в научном сообществе и хорошо известных ученых в той области исследований, в которой журнал стремится занять видное место. При этом важную роль призваны сыграть редакторы журнала: они должны привлекать рукописи от признанных авторов и научных направлений и одновременно быть открытыми для новых подходов и новых исследований, которые впоследствии могут оказаться прорывными. Даже с учетом того, что невозможно предсказать, какие именно новые креативные идеи обретут в дальнейшем большое значение, редакторы — и их команда рецензентов — должны рисковать и также публиковать креативные и инновационные исследования и идеи.⁴

2. Быть теорией, но при этом полезной для практики бизнеса.

Исследования менеджмента должны быть посвящены практическим проблемам бизнеса, однако мы все равно нуждаемся в хороших базовых исследованиях. Некоторые преподаватели университетских школ бизнеса доходят в погоне за практической применимостью своих работ до того, что их опубликованные исследования больше напоминают отчеты консультантов. На самом деле необходимы «базовые» и «прикладные» исследования, которые могут помочь в осмыслении и формулировании — не обязательно решении — проблем менеджмента. Формулирование фундаментальных проблем и выявление «хороших», но «размытых» исследовательских вопросов зачастую более

ценно, чем точные решения для узких, хотя и четко определенных проблем.

В последние 50 лет школы бизнеса были заняты поисками, с одной стороны, базовых знаний, а с другой — возможностей их практического применения. Как было отмечено и учеными, и лидерами бизнеса (см., напр., высказывания Дж. Рида и Дж. Марча в [Huff, 2000]), взаимодействие между научным сообществом и менеджерами-практиками является важным, однако, возможно, ученые, работающие в области теории менеджмента, должны быть меньше озабочены достижением немедленных практических эффектов и больше заняты созданием базовых концептуальных подходов для понимания управленческих проблем. Джеймс Марч уже давно утверждал, что «научные исследования есть своего рода заветы» [March, 1996b]. В том же духе звучат суждения Джона Рида, который недавно возглавлял Нью-Йоркскую фондовую биржу, а до этого — Citicorp:

В целом я считаю, что для практики бизнеса очень важно быть определяемой базовыми научными исследованиями и базовыми знаниями. Исследования, которые опираются на научные дисциплины (но междисциплинарным способом), выполняют важную функцию по созданию аналитической схемы, позволяющей менеджерам и другим практикам бизнеса понимать контекст и содержание специфических проблем, с которыми они имеют дело. Поэтому очевидно, что взаимодействие между научным сообществом и менеджерами-практиками имеет важное значение, и при этом теория менеджмента должна беспокоиться не столько о немедленной применимости своих выводов, сколько об обеспечении базовых аналитических схем для понимания управленческих проблем [Huff, 2000].

Мы согласны с Джеймсом и Джоном в том, что следует признать необходимость «базовых» исследований в школах бизнеса. В то же время по крайней мере некоторые преподаватели школ бизнеса должны

⁴ О сложностях и важности пестования исследовательских идей, отклоняющихся от привычных суждений, см.: [March, 1991; 1996a].

сосредоточиться на практических проблемах менеджмента, и будем надеяться, что при этом они станут опираться на фундаментальные концепции, разработанные теми, кто занят скорее «базовыми» исследованиями. Школы бизнеса как институты должны интегрировать концепции как из базовых исследований, так и из практики менеджмента. Порой для этого может потребоваться командный подход в исследованиях. Осуществление необходимых при этом взаимосвязей и переложений знаний на язык партнера по таким исследованиям не является легким делом. Великие школы бизнеса достигают устойчивости подобных взаимосвязей и генерируют исследования, имеющие практическое применение и опирающиеся на базовые концепции из разных научных дисциплин. Хорошим примером являются недавние исследования в области поведенческих финансов. Напротив, разрыв между теорией и практикой учета, по-видимому, увеличивается, а не уменьшается.

5. Исследования менеджмента и научные публикации

Как справедливо отметили Марч и Саттон,

исследователи из школ бизнеса живут одновременно в двух мирах. Первый требует от них спекулятивных суждений о том, как улучшить результаты менеджмента, и вознаграждает за это. Второй требует от них приверженности строгим стандартам научной работы и за это дает награду [March, Sutton, 1997, p. 698].

В соответствии с эволюцией исследований менеджмента в последние 50 лет, научные публикации в этой области стали играть очень большую роль. Карьерный рост преподавателей школ бизнеса, их наем и увольнение часто сопряжены с показателями цитирования и публикации их работ. Публикация в «правильном журнале» может быть необходимым, хотя

и недостаточным условием для карьерного продвижения. Исследовательская кооперация с коллегами, участие в научных конференциях и активное преподавание являются другими ритуалами, которым следуют молодые ученые для достижения академического признания и роста. Как ученые из мира школ бизнеса, мы сталкиваемся с инфляцией числа журналов, привлекающих наше внимание (и отличающихся большим разнообразием качества), и равным образом — с «асимметричным» распределением хороших статей и цитирований в этих изданиях. Число цитирований заметно возросло, а журнальных статей издается больше, и они стали более длинными. Так, экономические статьи сегодня примерно в два раза длиннее, чем 25 лет назад, и имеют вдвое большие списки использованной литературы!

Разумеется, привлечь внимание к вашим исследованиям в области стратегического управления легче, если вы публикуетесь в *Strategic Management Journal* или *American Economic Review*, а не в каком-то журнале за пределами списка ключевых периодических научных изданий, поскольку журналы, утвердившиеся как ведущие, имеют очень большое число подписчиков. Однако зачастую меньшие по размеру и более специализированные журналы более открыты для новых результатов исследований и новых идей. Кроме того, мы уверены, что основным мотивом для публикации должно быть то, что мы, как ученые, получаем удовольствие от проведения исследований и написания научных статей. Это является, конечно же, хорошей защитой от разочарований, которые вполне могут быть частыми, если система рецензирования работ коллегами хорошо работает.

Позвольте заключить настоящее эссе некоторыми дополнительными размышлениями о взаимоотношениях между хорошими научными исследованиями и хорошей практикой менеджмента. Руководители компаний могут быть соблазнены рассуждениями гуру в книгах по менедж-

менту, которые мы встречаем в книжных киосках в аэропортах. Вполне понятно, что эти очень занятые руководители не обладают достаточным терпением или образовательной базой для чтения научных журналов. Здесь имеет место неизбежный конфликт. Руководители компаний являются теми, кого Марч называет «солдатами организационных действий», а научные работники — это, по его словам, «жрецы чистоты научных исследований». Данные конфликты целевых установок трудно преодолеть, но крайне важно к этому стремиться, поскольку хорошая базовая теория может значительно улучшить практику менеджмента. Следование советам гуру не приводит к устойчивым преимуществам в бизнесе.

Примером результата исследования, ведущего к усовершенствованию практики менеджмента, является «эффект кривой обучения»*. Согласно данному эффекту, чем чаще повторяется выполнение какой-либо задачи, тем меньше времени требуется на каждую итерацию. Эта взаимосвязь была впервые количественно установлена в 1925 г. в США на предприятии Wright-Patterson одной из баз американских ВВС, где было выяснено, что каждый раз, когда производство самолетов удваивалось, требуемые затраты рабочего времени сокращались на 10–15%. Последующие эмпирические исследования в других отраслях продемонстрировали различные значения этого показателя — от 2 до 30%, однако в большинстве случаев это были устойчивые процентные колебания, которые не менялись в зависимости от масштабов производства.

В более широком смысле данный эффект состоит в том, что чем чаще осуществляется рабочая операция, тем меньше затраты на ее выполнение. С каждым кумулятивным удвоением объема выпуска затраты, сопряженные с созданием дополнительной ценности (включая затраты

на администрирование, маркетинг, дистрибуцию и производство), снижаются на постоянный и предсказуемый процент. Впервые этот более широкий эффект был отмечен в конце 1960-х гг. Брюсом Хендерсоном, основателем и руководителем Boston Consulting Group (BCG). Проведенные BCG в 1970-х гг. исследования выявили эффекты кривой опыта для различных отраслей в пределах 10–25%.

Наш тезис состоит в том, что ученые изобрели не так много нового для практики бизнеса, хотя они выполняют для его успешного развития другую крайне важную функцию. Именно бизнесмены, такие как Альфред Слоун, Генри Форд и Майкл Делл, изобрели новые системы менеджмента*, а ученые лишь помогли объяснить и распространить знания об этих системах и их концепции. По словам Марча и Саттона [March, Sutton, 1997], ученые выступают в роли «эксплуататоров», которые распространяют и применяют знания при выработке более совершенных теорий и лучшего понимания реальных механизмов организаций и деловых операций. Практики бизнеса должны осваивать получаемые таким образом теории, продолжая при этом искать новые бизнес-модели, изобретать новые организационные формы и т. д., которые мы, ученые, воспринимаем как интеллектуальные головоломки и используем как маяки в развитии исследований и продвижении науки вперед. Иными словами, познание реалий мира бизнеса может помочь ученым найти интересные, «хорошие» вопросы для исследований (значение которых мы отметили ранее).

Ученые могут биться над решением правильно поставленных проблем и создавать

* Синонимичное название — «эффект кривой опыта». — Прим. пер.

* См.: Шпотов Б. М. 1999. Альфред Слоун — выдающийся менеджер XX века. *Проблемы теории и практики управления* (4): 117–122; Форд Г. 2004. *Моя жизнь, мои достижения*. Мн.: ООО «Попурри»; Делл М. 2004. *От Dell без посредников: Стратегии, которые совершили революцию в компьютерной индустрии*. М.: Альпина Бизнес Букс. — Прим. пер.

новые концепции и аналитические схемы для прояснения подходов к решению подобных проблем. Кроме того, они способны преобразовывать как практические, так и научные знания в приемлемые для нужд обучения форматы. Как минимум, качественные научные исследования мо-

гут содействовать качественному преподаванию. Совершенно очевидно, что два мира — бизнеса и науки — могут многому научиться друг у друга, и такие журналы, как «Российский журнал менеджмента», способны стать форумом для подобного взаимного обогащения.

ЛИТЕРАТУРА

- Cyert R., March J. M. 1992. *A Behavioral Theory of the Firm*. 2nd ed. Blackwell: Oxford.
- Gans J., Shepherd G. 1994. How are the mighty fallen: Rejected classic articles by leading economists. *Journal of Economic Perspectives* 8 (1): 165–179.
- Gordon R. A., Howell J. E. 1959. *Higher Education for Business*. Columbia University Press: N. Y.
- Huff A. (ed.) 2000. Citigroup's John Reed and Stanford's James March on management research and practice. *Academy of Management Executive* 14 (1): 52–64.
- Kahneman D., Lovallo D. 1993. Timid choices and bold forecasts: A cognitive perspective on risk taking. *Management Science* 39 (1): 17–31.
- Kuhn T. 1970. *The Structure of Scientific Revolutions*. University of Chicago Press: Chicago. (Русск. пер.: Кун Т. 1975. *Структура научных революций*. М.: Прогресс.)
- Kreps D. 2004. Beliefs and tastes: Confessions of an economist. In: Augier M., March J. (eds). *Models of a Man: Essays in Memory of Herbert Simon*. MIT Press: Cambridge; 113–142.
- Litchfield E. 1956. Notes on a general theory of administration. *Administrative Science Quarterly* 1 (1): 3–29.
- March J. G. 1991. Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science* 2 (1): 71–87.
- March J. G. 1996a. Continuity and change in theories of organizational action. *Administrative Science Quarterly* 41 (2): 278–287.
- March J. G. 1996b. A scholars quest. *Stanford Business School Magazine* 64 (4): 10–13.
- March J. G., Simon H. 1993. *Organizations*. 2nd ed. Blackwell: Oxford.
- March J. G., Sutton R. 1997. Organizational performance as a dependent variable. *Organization Science* 8 (6): 698–710.
- Porter L., McKibben L. 1988. *Management Education and Development*. McGraw-Hill: N. Y.
- Schendel D., Ansoff H. I., Channon D. 1980. Statement of editorial policy. *Strategic Management Journal* 1 (1): 1–5.
- Simon H. 1935. *Administration of Public Recreational Facilities in Milwaukee*. Unpublished manuscript. Herbert A. Simon papers, Carnegie Mellon University Library.
- Simon H. 1955. A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics* 69 (1): 99–118.
- Simon H. 1991. *Models of My Life*. MIT Press: Cambridge.
- Schlossman S., Sedlak M., Wechsler H. 1987. The «new look»: The Ford Foundation and the revolution in business education. *Selections* 14 (3): 8–28.
- Teece D. J. 1984. Economic analysis and strategic management. *California Management Review* 26 (3): 87–110.
- Teece D. J., Winter S. G. 1984. The limits of neoclassical theory in management education. *American Economic Review* 74 (2): 116–121.
- The Ford Foundation Behavioral Science Program: Proposed Plan for the Development of the Behavioral Science Program*. 1951. Herbert A. Simon papers, Carnegie Mellon University Library.

Статья поступила в редакцию
11 сентября 2004 г.