

ХРЕСТОМАТИЯ. ОТНОШЕНЧЕСКИЕ РЕНТЫ: ПОИСКИ НОВЫХ ОСНОВАНИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

СВОЕОБРАЗИЕ ОТНОШЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ

О. А. ТРЕТЬЯК

Государственный университет — Высшая школа экономики

Согласно оценкам ESI (Essential Science Indicators) — крупнейшего и старейшего международного информационно-издательского агентства Thomson Reuters (<http://www.thomsonreuters.com>) — статья Дж. Х. Дайера и Х. Сингха «Отношенческий подход: кооперативная стратегия и источники межорганизационных конкурентных преимуществ» [Dyer, Singh, 1998] заняла второе место среди работ по экономике и бизнесу, опубликованных в течение последних десяти лет.¹ В чем секрет столь широкой и долговременной популярности этой работы в академической среде? Почему споры о ней не затихают и по сей день?

Прежде всего статья Дж. Дайера и Х. Сингха послужила основой для развития *нового подхода* к анализу конкурентных преимуществ, объяснению успехов деятельности фирм и стратегий их развития. Этот подход получил название *отношенческого (RV)* и в качестве основной единицы анализа предлагает отношения в диадах (дуальные отношения) и сетях фирм, во взаимодействии которых авторы видят источники

межорганизационных конкурентных преимуществ.²

Новая единица анализа появляется не случайно. В течение двух последних десятилетий наблюдается стремительный рост числа альянсов (внерыночных отношений) между компаниями (см., напр.: [Dyer, Singh, Kale, 2008]), многочисленные виды деятельности активно выводятся за пределы компании, зачастую в другие страны и на разные континенты. Этот процесс продолжается и во время текущего кризиса, когда в стремлении к сокращению затрат на различные виды деятельности в рамках цепочки создания ценностей компании перемещают целые подразделения в страны с дешевыми ресурсами и рабочей силой. Действительно, альянсы, опирающиеся на неоклассические или отношенческие контракты, превратились в одну из наиболее важных организационных форм как в США, так и в других рыночных экономиках. Новые организационные формы требуют новых единиц анализа; новых подходов к объяснению успешности их функционирования, более высоких прибылей и

¹ В 2008 г. количество ссылок на данную статью в специальной литературе превысило 560. См.: <http://sciencewatch.com/inter/aut/2008/08-aug/08augDyerET>.

² Подробный анализ отношенческого подхода дан в работе [Каткало, 2006, с. 432–433, 442–464] в рамках обсуждения сетевой концепции стратегического управления.

© О. А. Третьяк, 2009

конкурентных преимуществ. Идея о том, что альянсы генерируют отношенческие ренты и являются важным средством создания экономической ценности, находит поддержку в многочисленных исследованиях, появившихся как до знаменательной работы Дайера и Сингха, так и после нее (см., напр.: [McConnell, Nantell, 1985; Koh, Venkatraman, 1991; Anand, Khanna, 2000; Kale, Dyer, Singh, 2002]). Именно поэтому данная статья, заложившая основания для разработки нового подхода и продемонстрировавшая его актуальность, оказалась столь востребованной в академических кругах.

Дж. Дайер и Х. Сингх определили отношенческую ренту как «сверхприбыль, совместно извлекаемую в результате взаимоотношений обмена, которую нельзя получить любой из фирм изолированно друг от друга и которая может быть создана только путем совместных идиосинкразических усилий партнеров, специализированных относительно их альянсов» [Dyer, Singh, 1998, p. 662]. Детерминантами отношенческих рент авторы назвали специфичные для конкретных взаимосвязей активы, процедуры совместного использования знаний, комплементарные ресурсы и способности, а также эффективное управление межфирменными взаимодействиями. В то время как первые три фактора были раскрыты экономистами достаточно подробно, особая роль эффективных форм координации взаимоотношений [Dyer, Singh, 1998, p. 669–671] требовала дальнейших исследований и разъяснений.

Отметим, что другие подходы, конкурирующие с отношенческим с точки зрения объяснения источников конкурентных преимуществ, зачастую приводят к противоположным практическим рекомендациям. Так, согласно *ресурсному подходу* (RBV)²

² Согласно *ресурсному подходу* различные результаты деятельности фирм объясняются в большей степени неоднородностью самих фирм, нежели отраслевой структурой [Barney, 1991; Rumelt, 1984; 1991; Wernerfelt, 1984]. Фирмы, способные аккумулировать ресурсы и способности, которые являются редкими, ценными, незаменимыми и трудноимитируемыми, будут обладать большими конкурентными

фирма должна тщательно оберегать такие свои ценные ресурсы, как исследования и разработки, ноу-хау, знания, накопленные внутри фирмы, для сохранения и укрепления конкурентных преимуществ. Вместе с тем для лучшей координации деятельности в сети, организации совместного планирования и достижения более высоких межорганизационных эффектов необходимо распространение знаний и навыков в сети. В связи с этим приверженцы различных подходов (RV и RBV) дают практикам противоречивые рекомендации относительно их ценнейших нематериальных активов.

Что касается другого, не менее известного, подхода *отраслевой структуры* (IS)³, объясняющего источники конкурентных преимуществ [Porter, 1980], его рекомендации практикам, разрабатывающим стратегии отдельных фирм, также весьма отличны от рекомендаций подхода отношенческого. Так, согласно подходу *отраслевой структуры* фирмам следует увеличивать число поставщиков для повышения переговорной силы и доходов [Porter, 1980, p. 123]. Прямо противоположные рекомендации проистекают из *отношенческого* подхода, в соответствии с которым фирма может увеличить свои доходы, одновременно увеличивая свою зависимость от меньшего числа поставщиков, активно способствуя обмену знаниями и инвестируя в специфические отношенческие активы. Тем самым, способствуя росту межорганизационных, коллективных конкурентных преимуществ, компания участвует в создании значительно большего «пирога». И еще не известно, что оказывается наиболее выигрышным — небольшая доля в значи-

ми преимуществами [Barney, 1991; Rumelt, 1984]. Таким образом, ресурсный подход в качестве основной единицы анализа рассматривает фирму.

³ Согласно подходу *отраслевой структуры* сверхприбыль зависит главным образом от позиционирования фирмы в отрасли с благоприятными структурными характеристиками (такими как относительная переговорная сила, барьеры входа и т. д.). Следуя этому предположению, многие авторы выбирают отрасль в качестве единицы анализа.

тельном по размерам «пироге» или, напротив, большая — в маленьком.

Таким образом, *отношенческий* подход не только отличается от ранее разработанных по основным объектам анализа и базовым предпосылкам, но и приводит к противоположным рекомендациям для практики. Такие противоречия между подходами еще раз подчеркивают неготовность прежних подходов объяснять межорганизационные стратегии и конкурентные преимущества, обслуживать новые формы организации бизнеса, получающие столь широкое распространение на практике.

В настоящем выпуске «Хрестоматии» вниманию читателей предлагаются две работы современных «классиков» *отношенческого* подхода, воспроизводящих механизмы создания и удержания отношенческих рент. Первая — уже упоминавшаяся статья Дж. Дайера и Х. Сингха «*Отношенческий подход: кооперативная стратегия и источники межорганизационных конкурентных преимуществ*» — представляет собой системное описание концептуальной базы нового подхода. В ней структурированы и детально изложены основные источники отношенческих рент, разобраны механизмы их сохранения. Что привело авторов к написанию этой работы? Побудительными мотивами, по их собственным словам, послужили следующие три обстоятельства. Первое — литература по альянсам вплоть до этой работы фактически не касалась вопросов дополнительных рент, возникающих в результате деятельности альянса. Второе — Дж. Дайером было предпринято отдельное исследование вертикально интегрированных альянсов, которое показало возможные источники и механизмы возникновения рент (и конкурентных преимуществ) вследствие участия в альянсе как таковом. Третье — Х. Сингх изучал природу эффектов синергии и условия, при которых фирма может создавать совместную ценность посредством межфирменных трансакций. Согласно первому обстоятельству — недостаточной освещенности вопросов — львиная доля литературы по аль-

янсам, опубликованной до выхода данной работы в свет, фокусировалась на анализе элементов контракта и отношениях взаимодействующих сторон, особое внимание уделялось контролю оппортунистического поведения. В связи с этим представляемая статья прежде всего была направлена на создание концептуальной основы для выявления условий, в которых альянс может создавать совместную экономическую ценность для взаимодействующих сторон.

Значительное влияние на формирование отношенческого подхода оказало исследование компании Toyota и особенностей ее взаимоотношений с поставщиками по сравнению с конкурентами. Дж. Дайер, работая консультантом в Bain & Company, проводил исследование (бенчмаркинг) для компании Chrysler, сравнивая издержки, качество, время разработки и вывода на рынок новой модели по отношению к аналогичным показателям Toyota. Исследование показало, что Toyota имела преимущества по издержкам — на 30%; по наличию дефектов — почти на 50%; по скорости разработки новых моделей автомобилей — на 33%: Toyota разрабатывала новую модель за 4 года, а Chrysler — за 6 [Dyer, Ouchi, 1993]. Это исследование в дальнейшем привело, с одной стороны, к расширению границ сравнительного анализа, его распространению на других конкурентов — Nissan, GM, Ford, а с другой — к детализации исследования, акцентированию внимания на источниках выявленных конкурентных преимуществ компании Toyota.

Концептуализация отношенческого подхода, проведенная Дж. Дайером и Х. Сингхом, способствовала интенсивному развитию исследований в данной области. Как сами авторы, так и их последователи позднее приняли участие в многочисленных исследованиях, предпринятых для верификации предположений, высказанных в работе [Dyer, Nobeoka, 2000; Dyer, Hatch, 2006; Dyer, Chu, 2003; Kale, Dyer, Singh, 2002].

Вторая статья, публикуемая в «Хрестоматии», — Дж. Х. Дайер, Х. Сингх, П. Кейл

«Дележ пирога: распределение ренты в альянсах и сетях» — развивает отношенческую концепцию, затрагивая весьма острые вопросы распределения совместно создаваемых рент и получения общих и частных выгод. В отличие от первой статьи, предположения которой во многом верифицированы дальнейшими исследованиями, в данной статье анализируется целый

спектр пока еще малоизученных проблем. Вместе с тем авторы и здесь убедительно формируют теоретический контекст возможного обоснования распределения совокупных и частных отношенческих рент. Предположения, сформулированные в работе, представляют непосредственный интерес для будущих исследований и структурируют направления их развития.

ЛИТЕРАТУРА

- Катькало В. С. 2006. *Эволюция теории стратегического управления*. СПб.: Издат. дом С.-Петербург. гос. ун-та.
- Anand В., Khanna Т. 2000. Do firms learn to create value? *Strategic Management Journal* 21 (3): 295–316.
- Barney J. В. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99–120.
- Dyer J. H., Chu W. 2003. The role of trustworthiness in reducing transaction costs and increasing information sharing: Empirical evidence from the United States, Japan and Korea. *Organizational Science* 14 (1): 57–68.
- Dyer J. H., Hatch N. W. 2006. Relation-specific capabilities and barriers to knowledge transfers: Creating advantage through network relationships. *Strategic Management Journal* 27 (8): 701–719.
- Dyer J. H., Nobeoka K. 2000. Creating and managing a high performance knowledge-sharing network. The Toyota case. *Strategic Management Journal* 21 (3): 345–367.
- Dyer J. H., Ouchi W. G. 1993. Japanese-style partnerships: Giving companies a competitive edge. *Sloan Management Review* 35 (1): 51–63.
- Dyer J. H., Singh H. 1998. The relational view: Cooperative strategy, sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review* 23 (4): 660–679.
- Dyer J. H., Singh H., Kale P. 2008. Splitting the pie: Rent distribution in alliances and networks. *Managerial and Decision Economics* 29 (2–3): 137–148.
- Kale P., Dyer J. H., Singh H. 2002. Alliance capability, stock market response and long term alliance success: The role of the alliance function. *Strategic Management Journal* 23 (8): 747–767.
- Koh J., Venkatraman N. 1991. Joint venture formations and stock market reactions: An assessment in the information technology sector. *Academy of Management Journal* 34 (3): 869–892.
- McConnell J., Nantell J. 1985. Common stock returns, corporate combinations: The case of joint ventures. *Journal of Finance* 40 (2): 519–536.
- Porter M. E. 1980. *Competitive Strategy*. Free Press: N. Y.
- Rumelt R. P. 1984. Towards a strategic theory of the firm. In: R. B. Lamb (ed.). *Competitive Strategic Management*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ; 556–571.
- Rumelt R. P. 1991. How much does industry matter? *Strategic Management Journal* 12 (3): 167–185.
- Wernerfelt B. 1984. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* 5 (2): 171–180.

Статья поступила в редакцию
2 сентября 2009 г.