

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Р. И. Романова

# Успех фирмы: что это такое, от чего он зависит и как его измерить<sup>1</sup>



**РОМАНОВА Регина Игоревна** — аспирант, стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований, преподаватель департамента социологии факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** rromanova@hse.ru

*Почему одни компании более успешны, нежели другие? Поиску ответа на этот вопрос посвящены многочисленные исследования в менеджменте, экономической теории и социологии. Однако из-за отсутствия универсальной концептуализации самого понятия и несовпадения методологических предпосылок наблюдаются серьёзные расхождения в объяснении причин успеха. В результате в организационных исследованиях нет консенсуса ни по поводу того, что считать индикатором успеха компании, ни о том, как его измерить. В начале обзора разбираются трудности использования категории «эффективность» (effectiveness) в исследовании поведения фирм, анализируются потенциал и ограничения альтернативного термина — «результативность» (performance). Затем предпринята попытка систематизировать теоретические наработки в области стратегического менеджмента и социологической теории организаций. Внимание к стратегическому менеджменту обусловлено тем, что данное ответвление менеджмента фактически сформировалось вокруг вопроса о том, почему одни компании превосходят другие. В отличие от своей интеллектуальной предшественницы — индустриальной экономики, — стратегический менеджмент переносит акцент на деятельность и структуру фирмы как на фактор, обуславливающий различия в результативности компаний. Рассматриваются два центральных конструкта в стратегическом менеджменте — стратегии и ресурсы фирмы. В первом случае речь идёт о теории стратегического выбора (strategic choice) и о теории обстоятельств (contingency theory), а во втором — о доминирующей на текущий момент теории ресурсной зависимости (resource-based view). В отличие от стратегического менеджмента, организационные исследования в социологии объясняют успех компаний, опираясь на внешние факторы, так или иначе анализируя эффект среды. Темы выживания фирм, их успешной адаптации явно или имплицитно затрагиваются сразу в нескольких аналитических перспективах экономической социологии — в сетевом, экологическом и институциональном подходах. В заключение в обзоре обсуждаются методологические сложности изучения результативности компаний, которые требуют от исследователей создания композиционных моделей объяснения успеха фирм, учитывающих синергетический эффект как внутренних, так и внешних факторов.*

<sup>1</sup> Автор выражает благодарность Е. Бердышевой и М. Маркину за их ценные комментарии, а также В. Радаеву за научное руководство. В данной научной работе использованы результаты проекта «Институциональные и структурные основы современных российских рынков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2016 г.

**Ключевые слова:** результативность; эффективность; ресурсный подход; стратегия; измерение результативности; сетевой подход; экологический подход; институциональный подход; стратегический менеджмент.

## Введение

Вопрос о причинах успеха компаний представляет собой редкий пример темы, одинаково интересной как академическому сообществу, так и практикам. Поиск и объяснение причин преуспевания одних компаний и упадка других признаётся важной исследовательской проблемой в социологии [Fligstein 2001], менеджменте [Тамбовцев 2010] и в экономической теории [Porter 1981]. Однако, несмотря на большой эвристический потенциал темы и её прикладной характер, существует ряд трудностей.

Львиная доля проблем проистекает из одного вопроса: какую компанию можно считать успешной? На первый взгляд ответ на этот вопрос кажется элементарным: компания, которая эффективна, результативна и конкурентоспособна. Дело за малым: нужно лишь понять, что подразумевается под этими категориями. Один из центральных вопросов для менеджмента и экономической теории стал камнем преткновения для теоретиков, обернувшись непрекращающейся дискуссией (см., например: [Venkatraman, Ramanujam 1986; Cameron, Whetten 1994, Brinkerhoff, Kanter 1981]). Парадоксально, но в организационных исследованиях нет консенсуса ни по поводу того, что считать индикатором успеха компании, ни о том, как его измерить. Более того, ряд организационных исследователей и вовсе предлагают воздержаться от использования этих категорий, причисляя их к неэксплицируемым переменным [Hannan, Freeman 1977; March, Sutton 1997].

Кроме этого, наблюдается междисциплинарное обособление и размежевание менеджмента и социологии [Baum, Dobbins 2000], экономической теории и менеджмента [Porter 1981, Barney 1990; Lockett, Thompson 2001]. В итоге в силу теоретико-методологической специфики объекта, являющегося одновременно зависимой и независимой переменной в анализе, мы имеем дело со своего рода категорией-фантомом без формализованного определения, но с интуитивно понятным содержанием. Несмотря на долгую традицию изучения успеха, большинство исследований не заботится о теоретическом, а иногда даже и об операциональном осмыслении понятия, которое они хотят объяснить [Miller, Washburn, Glick 2013].

В рамках данного обзора мы сфокусируемся на том, как в разных дисциплинарных полях объясняют причины успеха компаний. В первой части работы постараемся проанализировать сложившийся терминологический аппарат, который используется при концептуализации успеха компании. Затем представим объяснения причин рыночного успеха, сформулированные в рамках стратегического менеджмента и в социологических исследованиях организаций. Внимание к стратегическому менеджменту обусловлено тем, что данное направление фактически сформировалось вокруг вопроса о том, почему одни компании превосходят другие [Meyer 1991]. На основе этого анализа мы предложим возможный вариант концептуализации, учитывающий релевантные индикаторы, и покажем методологические сложности при построении объясняющей модели.

## Проблема реконструкции понятий: от эффективности к результативности

Прежде чем перейти к реконструкции понятий, хотелось бы отметить, что речь идёт исключительно об организациях, ориентированных на получение прибыли, о фирмах. Задача данного раздела — разобраться с терминологическим плюрализмом, характерным для любого междисциплинарного объекта. Для других организационных форм (например, для некоммерческих организаций) существуют отдельные эвристические инструменты анализа эффективности (см. обзор: [Гудова 2016]).

Для того чтобы наглядно продемонстрировать важность терминологической согласованности, обратимся к конкретному примеру. Хорошо известно, что часто лидирующие компании сознательно мнят с невысокой рентабельностью продаж, снижая цены своей продукции. Такая тактика позволяет завоевать большую долю рынка и максимизировать объёмы прибыли в долгосрочной перспективе [Гончар, Кузнецов 2008: 43]. Ограничившись одним критерием финансовой состоятельности компании, мы рискуем неправильно проинтерпретировать положение организации и расстановку сил на рынке в целом.

Начнём наш экскурс с наиболее широкой категории — с эффективности (*effectiveness*). В общем виде модель эффективности предполагает как минимум три уровня измерения: достижение целей организации; оптимальная организационная структура, поддерживающая функционирование организации; способность адаптироваться к изменениям среды [Brinkerhoff, Kanter 1981: 322]. Дать общепринятое определение эффективности, с которым согласились бы большинство представителей организационных исследований, фактически невозможно. Несмотря на всю аналитическую значимость концепта, некоторые авторы призывают оставить бесплодные попытки оценить неизмеримую эффективность и сосредоточиться на конкретных индикаторах [Kahn 1977; Goodman, Atkin, Schoorman 1983].

Чем продиктованы такие сложности? Во-первых, есть теоретические трудности, обусловленные полимодальностью конструкта «эффективность» [Cameron 1986]. Во-вторых, интерпретация термина тесно связана с методологией его измерения. Необходимо сразу определить, на каком аналитическом уровне и с помощью каких данных мы измеряем эффективность. Известно, что эффективность одних организационных элементов может легко сочетаться с неэффективностью других процессов [Cameron, Whetten 1983].

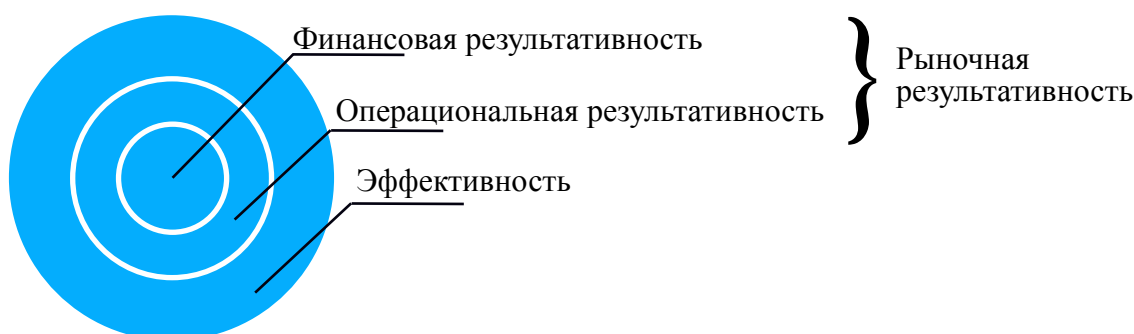
Использовать такое неоднозначное понятие, как эффективность, при анализе поведения предприятий крайне затруднительно. В качестве альтернативы эффективности применяется более узкий термин — «результативность» (*performance*), отражающий фактический уровень экономического развития компании [Richard et al. 2009]. Несмотря на то что результативность носит менее абстрактный характер, нежели эффективность, проблема многозначности не снимается.

Прежде всего, проясним ключевой момент соотношения понятий, представленный на рисунке 1. Базовым индикатором уровня благосостояния фирмы считается финансовая результативность (*financial performance*), относящаяся к достижению конкретных экономических целей, таких как доходы, рентабельность активов, рентабельность инвестиций, выручка и др. Операционная результативность (*operational performance*) является более широкой категорией, нежели финансовая результативность, и включает технологические показатели работы компании (доля рынка, качество продукции, создание нового продукта и др.), обуславливающие финансовый успех. В качестве объекта исследования обычно используется рыночная результативность (*business performance*) как комбинация показателей двух типов результативности. Наконец, приведённые типы результативности являются одним из компонентов интегрального понятия эффективности организации.

Исследователи часто пренебрегают сложной операциональной природой термина и ограничиваются лишь одной из приведённых выше характеристик результативности<sup>2</sup> [Miller, Washburn, Glick 2013: 956]. Однако, как показывают эмпирические исследования, выделение одного критерия результативности — неудачная стратегия [Chakravarthy 1986]. На примере анализа лидирующих и отстающих компаний в компьютерной индустрии Америки Б. Чакраварати статистически показал, что при использовании

<sup>2</sup> Стоит отметить, что проблема не только в некритичном подходе к ключевой переменной, но и в ограничениях, накладываемых эмпирическими данными. Особенно в тех случаях, когда речь идёт об организациях, которые не обнародуют свою финансовую отчётность [Dess, Robinson 1984].

лишь одной из характеристик результативности никаких явных различий между лидерами и аутсайдерами нет. Чтобы исправить обнаруженный методологический недостаток, исследователь призывает строить композиционные модели, интегрирующие сразу несколько критериев результативности.



Источник: [Venkatraman, Ramanujam 1986: 803].

**Рис. 1.** Соотношение понятий «результативность» и «эффективность»

В экономической литературе индикатором результативности считается продуктивность деятельности организации, измеренная через производительность труда, производительность капитала и др. [Гончар, Кузнецов 2008; Федотов 2012]. В менеджеральных исследованиях оперируют термином «конкурентное преимущество» (*competitive advantage*), которое, в сущности, синонимично результативности [Crook et al. 2008]. Что же касается экономической социологии, то даже на уровне понятийного аппарата категория рыночной эффективности не имеет фиксированной демаркационной границы. В лучшем случае признаётся неоднозначность определения успешности [Levitt, March 1988: 325]; в других ситуациях между выживанием и эффективностью ставится знак равенства [Мейер, Роуэн 2011], а некоторые направления и вовсе занимаются лишь вопросами, связанными с выживанием, отодвигая успешность деятельности на второй план [Хэннан, Фримен 2013].

## Предтечи стратегического менеджмента в формировании базовых понятий

Как отмечалось ранее, стратегический менеджмент — это ответвление дисциплины, приоритетно изучающее источники и условия различий в результативности компаний. Своими интеллектуальными корнями данная дисциплина уходит к организационной экономике [Caves, Porter 1977] и менеджменту [Penrose 1959; Chandler 1962].

Впервые вопросы о том, как компании достигают успеха, решались в рамках индустриальной экономики. Базовая объясняющая модель была сформулирована Э. Мейсоном и Д. Бейном и получила название «Структура, поведение, результативность» (*Structure, Conduct and Performance — SCP*) [Mason 1939; Bain 1956]. Основанная на предпосылке о совершенной конкуренции и рыночном равновесии, данная парадигма предполагает, что положение компаний зависит от состояния отрасли. Чтобы сохранить своё место на рынке, компания должна придерживаться такой ценовой политики, которая послужит барьером на вход для других продавцов [Bain 1956: 3]. Соответственно конкурентный уровень цен играет решающую роль для участников рынка, сводя их поведение (*conduct*) к ряду простых решений о количестве и качестве выпускаемой продукции. Однако для объяснения различий в производительности компаний достаточно проанализировать структуру рынка, так как поведение компании является простой реакцией на текущее состояние рынка.

Объяснение различий в доходах компаний в рамках модели SCP имеет серьёзные недостатки. Акцент на структуре рынка оставляет без внимания фирму как таковую. Поведение компании исключительно реактивно, поэтому, в сущности, никаких различий, кроме размера, между фирмами нет [Porter 1981]. Модель

Бейна—Мейсона была модифицирована в исследованиях М. Портера. В отличие от своих предшественников из индустриальной экономики, он анализирует не только роль барьеров для входа и выхода при заданной структуре отрасли, но и поведение компаний. Согласно этому подходу, прибыльность фирмы зависит от того, насколько эффективно компания смогла отреагировать на конкурентные вызовы — на угрозу вхождения на рынок новых участников, угрозу появления товаров-субститутов, рыночную власть покупателей и поставщиков и соперничество между действующими конкурентами [Портер 2005].

Несмотря на введение понятия «стратегия фирмы», объяснение Портера также сфокусировано на макроуровне работы рыночных механизмов. Такое невнимание к внутреннему устройству фирмы, при котором она остаётся «чёрным ящиком», серьёзный недостаток любого объяснения, выполненного в логике неоклассической экономической теории [Demsetz 1997]. Однако уже в исследованиях А. Чандлера [Chandler 1962], Д. Чайлда [Child 1972] и Э. Пенроуз [Penrose 1959] деятельность и структура фирмы превратилась из вспомогательно-инструментального элемента теории в самостоятельный предмет для изучения. Чандлер, а вслед за ним и Чайлд представили понимание стратегии фирмы, при котором элементы стратегии играют решающую роль в формировании организационной структуры фирмы. Э. Пенроуз, в свою очередь, связала причины роста благосостояния фирм с возможностями эффективно обращаться с ресурсами, которыми та располагает.

Таким образом, мы выделили три ключевых понятия, используемых в стратегическом менеджменте для анализа эффективности фирмы: «структура рынка» (среда), «стратегия» и «ресурсы». В более поздних исследованиях фокус смещается с характеристик среды на фирму, которая перестаёт быть «чёрным ящиком», её характеристики и реакции значимы для ответа на заветный вопрос о том, как достигается рыночный успех. Далее мы рассмотрим два ключевых для нашей темы подхода.

## **Стратегия: оптимальный выбор или успешная адаптация**

Категория «стратегия», послужившая названием для всего направления, играет центральную роль при объяснении причин успеха фирм. Можно условно выделить два аналитических уровня стратегии: принятие решений внутри организации и линия поведения организации как таковой. В первом случае речь идёт о теории стратегического выбора (*strategic choice*), которая предполагает, что решение о курсе развития организации принимает актор, обладающий властью [Child 1997]. Во втором — о теории обстоятельств (*contingency theory*), предполагающей, что чем больше соответствие (*fit*) характеристик организации внешним обстоятельствам, тем выше результативность [Donaldson 2001]. Иными словами, речь идёт о стратегиях внутри организации в теории стратегического выбора и о внешней стратегии структурного соответствия среде в теории обстоятельств.

Безусловно, в случае с теорией стратегического выбора речь не идёт о полном абстрагировании от эффекта среды. Как утверждает сам Д. Чайлд, теория стратегического выбора должна учитывать как проактивный, так и реактивный способы принятия решений [Child 1997: 53]. С одной стороны, акторы способны брать инициативу в свои руки: вступать в среду, менять её в случае, если она не устраивает, или же адаптироваться к ней. С другой стороны, среда оказывает конституирующее влияние на акторов, задавая приемлемые в представлении участников рынка рамки поведения.

Из этой ветви рассуждений в рамках теории стратегического выбора родилось целое направление — демография топ-менеджмента, анализирующая, как характеристики менеджмента компании связаны с принятием рациональных решений при управлении компанией и как это сказывается на результативности компании [Miller, Cardinal 1994]. Однако стоит отметить, что эмпирические исследования не отличаются той теоретической глубиной, которую предполагает в своих рассуждениях Чайлд. В качестве объясняющих переменных используются данные о возрасте, об уровне образования и занимаемой

позиции в компании. Далее анализируется связь этих характеристик с рациональным принятием решений (которое заключается в ответе на анкетный вопрос о том, какую стратегию развития менеджер считает оптимальной). Затем проверяется наличие связи между рациональным принятием решений, типом бизнес-среды и результативностью компании. Итоговый вывод может быть представлен следующим образом: в условиях благоприятной среды высокий уровень образования топ-менеджеров положительно связан с рациональным стратегированием, что, в свою очередь, позитивно сказывается на результативности компании [Goll, Rasheed 2005].

Несколько иного представления о стратегии как о типе поведения фирмы, а не менеджмента придерживаются сторонники теории обстоятельств. В частности, в конфигурационном подходе, одном из направлений теории обстоятельств, развиваются идеи об ограниченном разнообразии организаций и о наличии нескольких наиболее эффективных и распространённых организационных форм [Meuer, Tsui, Hinings 1993: 1177]. Своё название данное направление получило благодаря выбранной единице анализа — организационной конфигурации, под которой понимается констелляция одновременно присутствующих взаимосвязанных характеристик компании [Ketchen, Thomas, Snow 1993]. По сути, речь идёт о некоторых устойчивых типах устройства и поведения организации. Как и в теории обстоятельств, предполагается, что, сталкиваясь с одними и теми же внешними условиями среды, организации адаптируются, стараясь соответствовать среде и повышать свою результативность. Однако это не приводит к единообразию среди компаний, как предполагается в институциональном подходе [Димаджио, Пауэлл 2010]. Наоборот, организации с разными структурными и стратегическими характеристиками могут быть одинаково результативны. Данный принцип получил название «эквивинальность» [Gresov, Drazin 1997].

Чтобы понять, как принцип эквивинальности реализуется на практике, обратимся к классической классификации Р. Майлза и Ч. Сноу [Miles et al. 1978], выделивших четыре типа, согласно которым стратегии поведения фирм характеризуются следующим образом:

- обороняющиеся (*defenders*) нацелены на сохранение и укрепление имеющегося положения на рынке;
- разведывающие, или изыскатели (*prospectors*), ведут себя активно, ищут новые рынки и способы расширения своего присутствия;
- анализирующие (*analyzers*), балансируют между обороняющимися и разведчиками; такие предприятия нацелены на расширение присутствия на рынке, но относительно безопасными способами;
- реагирующие (*reactors*) придерживаются динамичной и нестабильной стратегии, цель которой оперативно реагировать на изменения на рынке.

Эмпирическое исследование Ч. Сноу и Л. Гребиниак [Hrebiniak, Snow 1980] показывает, что обороняющиеся, разведывающие и анализирующие типы демонстрируют сопоставимо высокие показатели результативности, во многом превосходя реагирующие фирмы. Однако данная зависимость не универсальна: комбинации могут корректироваться в зависимости от типа отрасли, размера компаний и характеристик среды [Zahra, Pearce 1990].

В заключение отметим, что концепция эквивинальности во многом близка социологическому взгляду на хозяйственные явления, допускающему разные типы рациональности и эффективности в зависимости от культуры и социальной структуры [Доббин 2004; Флигстин 2007; Дор 2008].

## Ресурсы фирмы как конкурентное преимущество

В 1991 г. выходит статья Д. Барни «Ресурсы фирмы как устойчивое конкурентное преимущество», где он развивает представление о фирме как о наборе ресурсов (*bundle of resources*) [Barney 1991]. С этого момента началось активное развитие одной из самых распространенных на сегодняшний день теоретических рамок в стратегическом менеджменте — ресурсного подхода (*resource-based view*). Подавляющее большинство исследовательских вопросов анализируются именно через призму ресурсного подхода [Butler, Priem 2001].

Ресурсы фирмы операционализируются максимально широко, вмещая почти любой аспект деятельности фирмы. Автор концепции относит к ресурсам все материальные и нематериальные активы, способности, организационные процессы, характеристики структуры фирмы, информацию, знания и др. [Barney 1991: 101]. Ресурсы способны обеспечить своего обладателя конкурентным преимуществом, а значит, и высоким уровнем результативности. Однако, чтобы реализовать функцию конкурентного преимущества, ресурсы должны обладать определёнными характеристиками, то есть быть ценными, редкими, незаменимыми и недоступными для имитации. При этом, чтобы стать конкурентным преимуществом, ресурс должен быть одновременно и ценным (то есть вносить свой вклад в эффективность фирмы), и редким. Если ресурс обладает всеми пятью признаками, то можно утверждать, что у компании есть устойчивое конкурентное преимущество.

Что может выступать в качестве ресурса для компании? За свою 25-летнюю историю ресурсный подход вдохновил многих исследователей, занимающихся организационными исследованиями [Barney, Ketchen, Wright 2011]. Привести поэтому системную классификацию типов ресурсов проблематично, но некоторые примеры для наглядности возможны: учитывая то, что имитация со стороны конкурентов рассматривается как посягательство на рыночные позиции компании, ценным ресурсом для компании будет диверсификация и усложнение своих стратегий, трудных для копирования [Rivkin 2000]. Кроме этого, исследователи активно изучают влияние нематериальных ресурсов на преуспевание фирмы: в качестве источника конкурентного преимущества могут выступать организационная культура компании [Barney 1986] и институциональный капитал компании [Oliver 1997].

Таким образом, апологеты ресурсного подхода предлагают исследователям искать объяснение различий в результативности компаний исключительно внутри самих компаний. Каждая компания обладает набором специфических ресурсов, которые она всячески старается скрыть. Можно утверждать, что ресурсная теория фактически игнорирует влияние внешней среды, так как занята изучением микросреды, дифференцирующих результативность компаний. Такой теоретический задел вступает в конфликт не только с институциональной теорией в социологии, но и со схожими с ней теориями стратегического выбора и теории обстоятельств. Отрешившись от структуры отрасли, ресурсный подход вступает в противостояние даже с подходом Ч. Портера, хотя оба направления исходят из неоклассических микроэкономических предпосылок.

## Социологический взгляд на эффективность компаний

Проблема объяснения причин, обуславливающих различие в успехах компаний на рынке, очень редко напрямую встаёт перед экономической социологией. Социологическую и экономико-менеджеральную исследовательские традиции отличают друг от друга аналитическая оптика и угол обзора. Социология исходит из методологического императива о необходимости объяснять экономические действия только с поправкой на социальный контекст их формирования. Так, например, исследователя, занимающегося стратегическим менеджментом, интересует, почему при заданных характеристиках фирмы и отрасли одна компания демонстрирует высокие темпы прироста прибыли, а другая — нет [Baum, Dobbins 2000].

При аналогичном запросе социолог, скорее, сфокусируется на том, как при заданных исторических и культурных условиях сложились обстоятельства, при которых одна стратегия признается эффективной, а другая — нет [Доббин 2016].

Организационные исследования в социологии предполагают более сложную природу причин выживания и упадка компаний, подвергая сомнению объективность и однозначность каузальных связей в экономической теории [Fligstein 2001: 5]. Фокус на выживании организаций и их успешной адаптации явно или имплицитно затрагивается сразу в нескольких аналитических перспективах экономической социологии, а именно в сетевом, экологическом и институциональном подходах. Остановимся кратко на наиболее значимых для нашей работы теоретических положениях, позволяющих более комплексно взглянуть на причины и условия успешной деятельности фирм.

### **Сетевой подход: когда связи имеют значение**

В экономической теории наличие социальных отношений между контрагентами рассматривается, скорее, как недостаток, так как атомизированный обмен позволяет компаниям делать объективный выбор на основе экономических показателей. Предполагается, что отношения с фиксированным кругом поставщиков и покупателей ставит компанию в невыгодное положение: такая ситуация ослабляет стимулы к развитию конкуренции и создаёт препятствия для эффективной реорганизации предприятий [Кузнецов 2010: 29].

Сетевой подход основывается на посылке об укоренённости экономического действия в социальной структуре [Грановеттер 2002]. Применительно к нашей теме он предлагает следующее объяснение: положение компании в сети напрямую определяет её шансы на возможность получения необходимых для выживания и преуспевания ресурсов [Uzzi 1997: 373]. При этом под ресурсами может пониматься не только финансово-материальная помощь, но и многое другое — организационные практики, продуктивные реакции на изменения среды и проч. Сетевые партнёры становятся залогом безопасной и успешной деятельности, что напрямую сказывается на экономической эффективности, а значит, и на успешности компании [Uzzi 1999; Уцци 2007].

Определяющее значение в этой ситуации имеют две характеристики: конфигурация сети и характер связей её участников. Так, полностью закрытая сеть, по каналам которой циркулирует одна и та же информация, скорее всего, окажется не самой выгодной структурой. Обеспечивая доверие и солидарность участников, закрытая сеть ограничивает приток внешних идей. Оптимальной стратегией поэтому, как правило, считается наличие структурных пустот [Burt 2004] или структурных складок [Ведреш, Старк 2010]. Включение в сеть внешних агентов, имеющих опосредованную связь с искомой сетью, позволяет добиться притока новых идей и ресурсов, а значит, и повысить эффективность.

Стоит отметить, что сетевой подход в социологии, пожалуй, единственный из рассмотренных нами, в рамках которого ставится прямой вопрос о влиянии на результативность компаний. Так, например, успешные фирмы в лёгкой промышленности отличает стратегия диверсификации портфолио поставщиков и покупателей: при одновременном расшатывании крепких связей фирмы-лидеры отличает интенция на формирование долгосрочных отношений с избранными контрагентами [Gereffi, Frederick 2010: 181]. Также положительное влияние на результативность компании может оказывать наличие переплетённого директората в структуре бизнес-групп [Mizruchi 1996; Keister 1998]. Хотя стоит оговориться, что связи между советами директоров разных компаний не являются универсальным секретом успеха: некоторые эмпирические исследования не подтверждают линейной связи (см. подробнее обзор: [Carney et al. 2011]). Ещё одним сетевым фактором успеха компаний считаются связи с международными партнёрами [Lavie, Miller 2008; Голикова, Гончар, Кузнецов 2012]. Менеджеры ком-



паний стараются интериоризировать кажущиеся им успешными практики и рутины, обеспечивая тем самым конкурентное преимущество на локальном рынке.

Как показывают эмпирические исследования, для успешной деятельности фирмы важны не только связи с контрагентами в рамках отрасли, но и устойчивые контакты с государственными структурами. Например, в случае с Китаем установление устойчивых отношений менеджеров компаний с госслужащими позволяет компаниям расширить свою долю на рынке и стать более рентабельными [Peng, Luo 2000]. Схожие эффекты прослеживаются и в российских реалиях: эффективность бизнеса в большой степени зависит от наличия доступа к властному ресурсу и интеграции с государством с целью получения преференций [Яковлев 2005].

Справедливости ради стоит отметить, что экономический потенциал надёжного партнёрства был до определённой степени оценён в теории транзакционных издержек, аргументация которой воспроизводится и в стратегическом менеджменте [Уильямсон 1996]. Возвращаясь к логике ресурсного подхода, мы можем говорить о сетевых связях как о ценном ресурсе для компании, позволяющем достичь конкурентного преимущества [Barney, Hansen 1994]. Значимость взаимодействия между партнёрами и возрастающая роль доверия признаются эффективными лишь на уровне диадических связей. Все отношения за пределами контрактных обязательств рассматриваются как площадка для оппортунистического поведения. Самой же структуре социальных отношений, в которых разворачивается хозяйственная деятельность, отводится скромная роль внешней рамки, не участвующей в анализе [Уцци 2007: 47].

## Экологический подход и акцент на выживание

Следует оговориться, что от любых абсолютных категорий («эффективность», «успех», «результативность») основоположники экологического подхода М. Хэннан и Дж. Фримен отказались сразу. Их концепция терминологически отличается от теорий, рассмотренных нами ранее. Вместо понятий «эффективность» и «результативность» они оперируют демографическими показателями смертности (*mortality rate*), рождаемости (*founding rates*) или же биологического выживания (*survival*).

Согласно экологическому подходу, организации подвержены структурной инерции, то есть изменения в среде крайне редко сопровождаются изменениями в устройстве компании [Хэннан, Фримен 2013]. Парадоксально, но при этом ригидность организационных структур рассматривается как положительное явление. Побочным продуктом инерции становятся надёжность (*reliability*) и контролируемость (*accountability*) деятельности организации, что особенно важно для потребителей и внешних наблюдателей [Carroll, Khessina 2005: 457]. Организация, сохраняя ядро рутинных деловых практик и технологий, способна двигаться по уже освоенной колее, занимаясь воспроизводством устоявшихся бизнес-стратегий. Конечно, инерция может сыграть и пагубную роль, однако это происходит лишь в случае кардинальных перемен. Так, старые компании зачастую попадают в ловушку компетенций (*competence trap*): компании, которая была успешной в молодости, сложно изменить рутинные практики, доказавшие свои эффективность, в старости [Le Mens, Hannan, Pólos 2011a]. Если внешние условия отличаются от привычного состояния среды, организация вынуждена трансформировать ключевые элементы структуры, тем самым снижая свои шансы на выживание и адаптацию.

Ещё одной значимой характеристикой, определяющей жизненные шансы организации, является возраст. Поскольку все организации подвержены влиянию внешней среды, с возрастом в них происходят структурные изменения. Исследователи не раз предпринимали попытки по изучению зависимостей между возрастом организации и её жизненной траекторией [Barron, West, Hannan 1994]. Изначально популярностью пользовался принцип «уязвимости нового», согласно которому чем «младше» организация, тем меньше её шансы на выживание [March, Stinchcombe 1965]. С возрастом же, наращивая

организационные компетенции, компания становится более приспособленной к среде, что снижает риски для её «жизни».

Однако ряд эмпирических исследований доказал, что связь между возрастом и выживанием не носит линейный характер [Le Mens, Hannan, Pólos 2011b]. Дебаты о том, когда именно — в старости, в молодости или же в среднем возрасте — организация более склонна к упадку, ведутся до сих пор. В последнее время в качестве объясняющего элемента выступает не фактический возраст, а так называемый организационный капитал (*organizational capital*), под которым понимается запас организационных ресурсов. Данная характеристика активизируется в зависимости от конкурентного уровня среды. В итоге могут иметь место следующие закономерности: в условиях низкой конкуренции будет действовать правило «уязвимости нового»; в условиях же высокой конкуренции — правило «уязвимости юности» или «уязвимости старости».

С опорой на институциональный подход в социологии представители популяционной экологии говорят о взаимосвязи между выживанием организаций и плотностью занимаемой ниши. Парадоксально на первый взгляд, но чем меньше компаний в нише, тем выше показатели смертности компаний [Hannan, Carroll 1992]. В качестве объяснения авторы обращаются к категории, заимствованной из институционального анализа, — к легитимности. Новая организационная популяция испытывает дефицит социополитической легитимности и низкий уровень доверия. Устоявшаяся же популяция, наоборот, обладает высокой социополитической легитимностью и высоким уровнем доверия.

В завершение описания этого подхода рассмотрим ещё один важный фактор организационного выживания — зависимость между моделями разделения ресурсов (*resource-partitioning theory*) и размером организации. Для сформировавшихся организационных популяций справедлива следующая закономерность: доминирующее положение нескольких больших компаний и одновременное распространение небольших фирм-специалистов [Carroll, Khessina 2005: 464]. К компаниям-специалистам относятся те, которые используют гомогенные ресурсы и нацелены на узкий рыночный сегмент. Компании, придерживающиеся противоположной стратегии, то есть «универсалы», располагают гетерогенным набором ресурсов и ориентируются сразу на широкий круг рыночных сегментов.

На основе эмпирических данных выделяется универсальная зависимость между эксплуатируемой стратегией (универсальность или специализация) и выживанием. Так, в популяциях с высокой плотностью приоритетное положение остаётся за крупными компаниями-универсалами. Со временем эти компании вытесняют более слабых конкурентов-универсалов, открывая тем самым поле возможностей для небольших компаний, специализирующихся на узком сегменте рынка. В итоге, при прочих равных, в популяции остаются эти два вида компаний, компенсирующих недостатки друг друга и претендующих на рокировку позиций.

## **Институциональный подход: эффективность конформизма**

В случае с институциональным направлением исследовательский акцент смещается с того, как реагировать на среду, на то, в какой степени организация зависит от среды и как формируется под её воздействием.

В программной для данного подхода статье Дж. Мейера и Б. Роуэна [2011] утверждается, что залогом выживания организации в современном обществе становится умение поддерживать свою легитимность в глазах окружающих. Легитимность же достигается включением в свою структуру институционализированных практик и рутин, которые функционируют как рационализированные представления о деятельности организации или как мифы и церемониалы. При этом стремление к конформности

со средой способно приводить к копированию не самых эффективных практик, что, впрочем, может быть компенсировано пользой от легитимности, стабильности и предсказуемости положения организации. Стабильность же играет на руку организации, если удаётся сформировать рутинные практики (*routines*), отвечающие целям организации и одновременно снижающие издержки поиска и оценки [Zucker 1987: 446].

Организация добывает себе легитимность тремя способами: (1) адаптируясь к культурным ожиданиям, (не)формальным политическим требованиям (принудительный изоморфизм); (2) имитируя успешные образцы организационной структуры в условиях неопределённости (подражательный изоморфизм) и (3) подражая нормативным требованиям, связанным с профессионализацией (нормативный изоморфизм). При этом организации могут комбинировать эти механизмы «укрощения» среды [Димаджио, Пауэлл 2010].

Тем не менее институциональный подход испытывает серьёзные сложности при необходимости объяснить организационные изменения или то, почему одни и те же условия среды порождают разные типы организаций [Hinings, Malhotra 2008]. Здесь как нельзя кстати приходятся теоретические импликации из теории обстоятельств и теории стратегического выбора. Так, Й. Беккерт предлагает инкорпорировать теорию стратегического выбора, чтобы сделать институциональный подход более динамичным и чутким к изменениям в среде [Beckert 1999]. Для этого в институциональный анализ необходимо ввести понятие «институциональный предприниматель» (*institutional entrepreneur*), то есть актор, располагающий достаточными ресурсами, чтобы изменить правила игры с учётом своих интересов. Институциональный предприниматель действует согласно шумпеттеровской логике созидательного разрушения: отказывается от общепризнанных правил (*taken-for-granted rules*) и переключается на другие образцы, если сочтёт их более выгодными в текущих условиях. Что же касается организационного разнообразия, то необходимое объяснение обнаруживается в рамках конфигурационного подхода, предполагающего, что точка оптимума может быть достигнута разными структурными и стратегическими характеристиками организаций [Gresov, Drazin 1997].

## **Методологические вызовы:**

### **зачем нужна интегральная модель объяснения успеха?**

В силу специфики объекта тема объяснения результативности компаний так или иначе освещается сразу в нескольких дисциплинарных направлениях. В одних случаях факт взаимосвязи исследовательских посылок рассматривается как необходимая и продуктивная стратегия для комплексного анализа [Aldrich, Ruef 2006: 36]. В других же подчёркивается невозможность компиляции аналитических традиций и настоятельно акцентируется приоритетное положение собственной теоретической перспективы [Uzzi 1997; Barney 2001; Swedberg 2005]. Построение композиционной модели, синтезирующей идеи разных подходов, нам представляется не просто продуктивным, но необходимым условием для объяснения причин и факторов достижения успеха.

Нельзя предварительно назвать приоритетное направление и выбрать один наиболее существенный фактор успеха. Едва ли можно сказать, что отдельный индикатор (например, сетевые связи компании или организационная культура) является единственным источником успеха компании. Так, в одном случае благоприятная внешняя конъюнктура может привести компанию к успеху, обеспечив её конкурентоспособность независимо от качества менеджмента или организационной структуры. В другом же случае, даже несмотря на враждебность бизнес-среды, талант и качество менеджмента обеспечат устойчивое положение компании на рынке. Конечно, это полярные примеры, необходимые для более яркой иллюстрации идеи, однако именно из-за многообразия сценариев успешного развития стоит сконструировать более всестороннюю схему анализа.

Что является достаточным, а что необходимым условием достижения высокой результативности? Можно ли определить и оценить синергетический эффект отдельных элементов? Методологическим решением этой проблемы активно занимаются организационные исследователи [Fiss, Cambré, Marx 2013]. Компромиссное решение сводится к тому, чтобы включать в анализ предикторы разных уровней, допуская как влияние сверху вниз (*bottom-up*) и снизу вверх (*top-down*), так и компиляцию факторов обоих уровней [Klein, Kozlowski 2000; Rousseau, Fried 2001; Whetten 2009].

Нельзя игнорировать тот факт, что успех — не статичное состояние, но продукт долгосрочных изменений. Успех не может быть измерен дискретно, необходимо брать в расчёт временную перспективу. Важной нормирующей характеристикой анализа выступает категория «время», под которой понимается не столько количественная метрика, фиксирующая дни, месяцы, годы, сколько содержательная категория. Социально сконструированное время (*socially constructed time*) отражает периоды, значимые для актора, определившие логику развития организации [Aldrich 2009: 31]. При этом данная категория может быть смоделирована как на микроуровне, так и на макроуровне. В первом случае речь идёт о жизненном курсе одной организации, её индивидуальной истории (например, важным этапом для компании могут стать период реорганизации управления и смена власти в компании, задавшие вектор перемен). На макроуровне время определяется ключевыми переменами для организационного поля в целом, повлиявшими на всех игроков сразу (например, законодательные изменения или геополитическая ситуация).

### **Заключение: чем социология полезна для изучения успешных компаний?**

Основная сложность с операционализацией понятия «успех» заключается в том, что это субъективная категория; многозначность толкований термина определяется многообразием контекстов его использования. Кроме того, есть серьёзные методологические трудности измерения данной категории. Современные организации представляют собой комплексные динамичные системы. Во всём многообразии структурных элементов крайне затруднительно выделить наиболее значимый. Кроме этого, важность тех или иных характеристик организации (успех в их числе) меняется, отражая доминирующие в обществе ценности в конкретный период. Например, сейчас в большинстве случаев критерием успеха компании считается уровень капитализации компании. При этом рост производительности компании, казалось бы, ключевая характеристика экономического предприятия в прошлом столетии, отходит на периферию, уступая место планам по слияниям и поглощениям. Иными словами, с наступлением информационной революции ценность производства как такового «проигрывает» ценности форсированного роста активов. А значит, одна модель успеха уступила место другой. Как и любой артефакт экономической деятельности, эффективность можно и нужно рассматривать как продукт социального конструирования. Социология предлагает более широкую аналитическую рамку, которая позволит преодолеть узконаправленный взгляд теоретиков стратегического менеджмента, скованный необходимостью формулировать практические рекомендации для бизнес-сообщества здесь и сейчас.

### **Литература**

- Ведреш Б., Старк Д. 2010. Структурные складки: продуктивный разрыв в пересекающихся группах. *Экономическая социология*. 11 (4): 69–104. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2010-11-4.html>
- Голикова В., Гончар К., Кузнецов Б. 2012. Влияние экспортной деятельности на технологические и управленческие инновации российских фирм. *Российский журнал менеджмента*. 10 (1): 3–18. URL: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_10\\_1\\_2012\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_10_1_2012_g/)

- Гончар К., Кузнецов Б. (ред.). 2008. *Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм*. М.: Вершина.
- Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html>
- Гудова Е. 2016. Эффективность с «человеческим лицом»: эволюция понимания эффективности в теории организаций. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 131 (1): 231–239.
- Димаджио П., Пауэлл У. 2010. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях *Экономическая социология*. 11 (1): 34–56. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2010-11-1.html>
- Доббин Ф. 2004. Политическая культура и индустриальная рациональность. *Экономическая социология*. 5 (1): 43–60. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2004-5-1.html>
- Доббин Ф. 2016. Сравнительный и исторический подходы в экономической социологии. *Экономическая социология*. 17 (3): 37–81. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html>
- Дор Р. 2008. Различия японской и англо-саксонской моделей капитализма. *Экономическая социология*. 9 (1): 65–78. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-1.html>
- Мейер Д., Роуэн Б. 2011. Институционализированные организации: формальная структура как миф и церемониал. *Экономическая социология*. 12 (1): 43–67. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2011-12-1.html>
- Кузнецов Б. (ред.) 2010. *Предприятия и рынки в 2005–2009 годах: итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Портер М. 2005. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов*. М.: Альпина Бизнес Букс.
- Тамбовцев В. Л. 2010. Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие. *Российский журнал менеджмента*. 8 (1): 5–40. URL: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_v\\_8\\_n\\_1\\_2010\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_v_8_n_1_2010_g/)
- Уильямсон О. 1996. *Экономические институты капитализма*. СПб.: Лениздат.
- Уцци Б. 2007. Источники и последствия укоренённости для экономической эффективности организаций: влияние сетей. *Экономическая социология*. 8 (3): 43–59; 8 (4): 44–60. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-3.html> и <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-4.html>
- Федотов Ю. В. 2012. Измерение эффективности деятельности организации: особенности метода DEA. *Российский журнал менеджмента*. 10 (2): 51–62. URL: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_10\\_2\\_2012\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_10_2_2012_g/)
- Флигстин Н. 2007. Государство, рынки и экономический рост. *Экономическая социология*. 8 (2): 41–59. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-2.html>
- Хэннан М. Т., Фримен Д. 2013. Популяционная экология организаций. *Экономическая социология*. 14 (2): 42–72. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2013-14-2.html>

- Яковлев А. А. 2005. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике. *Российский журнал менеджмента*. 3 (1): 27–52. URL: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_3\\_1\\_2005\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_3_1_2005_g/)
- Aldrich H. 2009. Lost in Space, Out of Time: How and Why We Should Study Organizations Comparatively In: Lounsbury M. (ed.) *Studying Differences between Organizations: Comparative Approaches to Organizational Research*. Vol. 26. Bingley: Emerald Group Publishing; 21–44.
- Aldrich H., Ruef M. 2006. *Organizations Evolving*. London: SAGE.
- Bain J. 1956. *Barriers to New Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Barney J. B. 1986. Organizational Culture: Can It be a Source of Sustained Competitive Advantage? *Academy of Management Review*. 11 (3): 656–665.
- Barney J. B. 1990. The Debate between Traditional Management Theory and Organizational Economics: Substantive Differences or Intergroup Conflict? *Academy of Management Review*. 15 (3): 382–393.
- Barney J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17 (1): 99–120.
- Barney J. B. 2001. Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on the Resource-Based View. *Journal of Management*. 27 (6): 643–650.
- Barney J. B., Hansen M. H. 1994. Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*. 15 (S1): 175–190.
- Barney J. B., Ketchen D. J., Wright M. 2011. The Future of Resource-Based Theory: Revitalization or Decline?. *Journal of Management*. 37 (5): 1299–1315.
- Barron D. N., West E., Hannan M. T. 1994. A Time to Grow and a Time to Die: Growth and Mortality of Credit Unions in New York City, 1914–1990. *American Journal of Sociology*. 100 (2): 381–421.
- Baum J. A., Dobbin F. 2000. Doing Interdisciplinary Research in Strategic Management — Without a Paradigm War. In: Baum J. A., Dobbin F. (eds) *Economics Meets Sociology in Strategic Management*. Vol. 17. Bingley: Emerald Group Publishing; 389–410.
- Beckert J. 1999. Agency, Entrepreneurs, and Institutional Change. The Role of Strategic Choice and Institutionalized Practices in Organizations. *Organization Studies*. 20 (5): 777–799.
- Brinkerhoff D., Kanter R. M. 1981. Organizational Performance: Recent Developments in Measurement. *Annual Review of Sociology*. 7: 321–349.
- Burt R. S. 2004. Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*. 110 (2): 349–399.
- Butler J., Priem R. L. E. 2001. Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review*. 26 (1): 22–40.
- Cameron K. S. 1986. Effectiveness as Paradox: Consensus and Conflict in Conceptions of Organizational Effectiveness. *Management Science*. 32 (5): 539–553.

- Cameron K. S., Whetten D. A. 1983. Organizational Effectiveness: One Model or Several? In: Cameron K. S., Whetten D. A. (eds) *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models*. New York: Academic Press, Inc; 1–24.
- Cameron K. S., Whetten D. A. 1994. Organizational Effectiveness: Old Models and New Constructs. In: Greenberg J. (ed.) *Organizational Behavior: The State of the Science*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; 135–155.
- Carney M. et al. 2011. Business Group Affiliation, Performance, Context, and Strategy: A Meta-Analysis. *Academy of Management Journal*. 54 (3): 437–460.
- Carroll G. R., Khessina O. M. 2005. Organizational and Corporate Demography. In: Poston D., Micklin M. (eds) *Handbook of Population*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publisher; 451–477.
- Caves R. E., Porter M. E. 1977. From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. *The Quarterly Journal of Economics*. 91 (2): 241–261.
- Chakravarthy B. S. 1986. Measuring Strategic Performance. *Strategic Management Journal*. 7 (5): 437–458.
- Chandler A. D. 1962. *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Enterprise*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Child J. 1972. Organizational Structure, Environment and Performance: The Role of Strategic Choice. *Sociology*. 6 (1): 1–22.
- Child J. 1997. Strategic Choice in the Analysis of Action, Structure, Organizations and Environment: Retrospect and Prospect. *Organization Studies*. 18 (1): 43–76.
- Crook T. R. et al. 2008. Strategic Resources and Performance: A Meta-Analysis. *Strategic Management Journal*. 29 (11): 1141–1154.
- Demsetz H. 1997. The Firm in Economic Theory: A Quiet Revolution. *The American Economic Review*. 87 (2): 426–429.
- Dess G. G., Robinson R. B. 1984. Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately-Held Firm and Conglomerate Business Unit. *Strategic Management Journal*. 5 (3): 265–273.
- Donaldson L. 2001. *The Contingency Theory of Organizations*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fiss P., Cambré B., Marx A. 2013. Configurational Theory and Methods in Organizational Research: Introduction. In: Fiss P., Cambré B., Marx A. (eds). *Configurational Theory and Methods in Organizational*. Vol. 38. Bingley: Emerald Group Publishing; 1–23.
- Fligstein N. 2001. *Organizations: Theoretical Debates and the Scope of Organizational Theory*. Department of Sociology, University of California Berkley. URL: <http://sociology.berkeley.edu/sites/default/files/faculty/fligstein/inter.handbook.paper.pdf>

- Gereffi G., Frederick S. 2010. The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries. In: Gereffi G., Staritz C., Cattaneo O. (eds) *Global Value Chains in a Postcrisis World: A Development Perspective*. Washington: World Bank Publications; 157–209
- Goll I., Rasheed A. A. 2005. The Relationships between Top Management Demographic Characteristics, Rational Decision Making, Environmental Munificence, and Firm Performance. *Organization Studies*. 26 (7): 999–1023.
- Goodman P. S., Atkin R. S., Schoorman F. D. 1983. On the Demise of Organizational Effectiveness Studies. In: Cameron K. S., Whetten D. A. (eds) *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models*. New York: Academic Press; 163–183.
- Gresov C., Drazin R. 1997. Equifinality: Functional Equivalence in Organization Design. *The Academy of Management Review*. 22 (2): 403–428.
- Hannan M. T., Freeman J. 1977. The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*. 82 (5): 929–964.
- Hannan M. T., Carroll G. 1992. *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.
- Hinings C., Malhotra N. 2008. Change in Institutional Fields. In: Beck N., Ebner A. (eds) *The Institutions of the Market: Organizations, Social Systems and Governance*. New York: Oxford University Press; 106–128
- Hrebiniak L., Snow C. 1980. Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*. 25 (2): 317–336.
- Kahn R. L. 1977. Organizational Effectiveness: An Overview. In: Goodman P. S., Pennings J. M. (eds) *New Perspectives on Organizational Effectiveness*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 235–248.
- Keister L. A. 1998. Engineering Growth: Business Group Structure and Firm Performance in China's Transition Economy. *American Journal of Sociology*. 104 (2): 404–440.
- Ketchen D. J., Thomas J. B., Snow C. C. 1993. Organizational Configurations and Performance: A Comparison of Theoretical Approaches. *Academy of Management Journal*. 36 (6): 1278–1313.
- Klein K., Kozlowski S. 2000. A Multilevel Approach to Theory and Research in Organizations: Contextual, Temporal, and Emergent Processes. In: Kozlowski S., Klein K. (eds) *Multilevel Theory, Research, and Methods in Organizations: Foundations, Extensions, and New Directions*. San Francisco: Jossey-Bass; 3–90.
- Lavie D., Miller S. R. 2008. Alliance Portfolio Internationalization and Firm Performance. *Organization Science*. 19 (4): 623–646.
- Le Mens G., Hannan M. T., Pólos L. 2011a. Drifting Tastes, Inertia, and Organizational Viability. *Research Paper*. 2082. December. Stanford, USA: Stanford Graduate School of Business. URL: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1912116](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1912116).
- Le Mens G., Hannan M. T., Pólos L. 2011b. Founding Conditions, Learning, and Organizational Life Chances: Age Dependence Revisited. *Administrative Science Quarterly*. 56 (1): 95–126.



- Levitt B., March J. G. 1988. Organizational Learning. *Annual Review of Sociology*. 14: 319–340.
- Lockett A., Thompson S. 2001. The Resource-Based View and Economics. *Journal of Management*. 27 (6): 723–754.
- March J. G., Stinchcombe A. L. 1965. Social Structure and Organizations. *Advances in Strategic Management*. 17: 229–259.
- March J. G., Sutton R. I. 1997. Crossroads-Organizational Performance as a Dependent Variable. *Organization Science*. 8 (6): 698–706.
- Mason E. S. 1939. Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*. 29: 61–74.
- Meyer A. D. 1991. What is Strategy's Distinctive Competence? *Journal of Management*. 17 (4): 821–833.
- Meyer A. D., Tsui A. S., Hinings C. R. 1993. Configurational Approaches to Organizational Analysis. *Academy of Management Journal*. 36 (6): 1175–1195.
- Miles R. E. et al. 1978. Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Review*. 3 (3): 546–562.
- Miller C. C., Cardinal L. B. 1994. Strategic Planning and Firm Performance: A Synthesis of More than Two Decades of Research. *Academy of Management Journal*. 37 (6): 1649–1665.
- Miller C. C., Washburn N. T., Glick W. H. 2013. Perspective — The Myth of Firm Performance. *Organization Science*. 24 (3): 948–964.
- Mizruchi M. S. 1996. What do Interlocks Do? An Analysis, Critique, and Assessment of Research on Interlocking Directorates. *Annual Review of Sociology*. 22: 271–298.
- Oliver C. 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views. *Strategic Management Journal*. 18 (9): 697–713.
- Peng M. W., Luo Y. 2000. Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro-Macro Link. *Academy of Management Journal*. 43 (3): 486–501.
- Penrose E. 1959. *The Theory of the Firm*. New York: John Wiley & Sons.
- Porter M. E. 1981. The Contributions of Industrial Organization to Strategic Management. *Academy of Management Review*. 6 (4): 609–620.
- Richard P. J. et al. 2009. Measuring Organizational Performance: Towards Methodological Best Practice. *Journal of Management*. 35 (3): 719–804.
- Rivkin J. W. 2000. Imitation of Complex Strategies. *Management Science*. 46 (6): 824–844.
- Rousseau D. M., Fried Y. 2001. Location, Location, Location: Contextualizing Organizational Research. *Journal of Organizational Behavior*. 22 (1): 1–13.

- Swedberg R. 2005. Economic Versus Sociological Approaches to Organization Theory. In: Knudsen C., Tsoukas H. (eds) *The Oxford Handbook of Organization Theory*. New York: Oxford University Press; 373–392.
- Uzzi B. 1997. Towards a Network Perspective on Organizational Decline. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 17 (7/8): 111–155.
- Uzzi B. 1999. Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing. *American Sociological Review*. 64 (4): 481–505.
- Venkatraman N., Ramanujam V. 1986. Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*. 11 (4): 801–814.
- Whetten D. A. 2009. Organizational Comparative Analysis: Investigating Similarities and Differences among Organizations. In: King B. G., Felin T., Whetten D. A. (eds) *Studying Differences between Organizations: Comparative Approaches to Organizational Research*. Vol. 26. Bingley: Emerald Group Publishing; 63–87.
- Zahra S. A., Pearce J. A. 1990. Research Evidence on the Miles — Snow Typology. *Journal of Management*. 16 (4): 751–768.
- Zucker L. G. 1987. Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*. 13: 443–464.

## PROFESSIONAL REVIEWS

Regina Romanova

# Firm Performance: How to Define it, What Affects it and How to Deal with Measurement Challenges

**ROMANOVA, Regina** — PhD

Student, Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology; Lecturer, Department of Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

**Email:** rromanova@hse.ru

### Abstract

How do some firms achieve superior performance and others fail? Much research has been devoted to this question in management, economic theory, and sociology. Nevertheless, due to the absence of a universal approach for conceptualizing firm success and differences in methodological assumptions, numerous studies have produced divergent findings. This has led to continuous debates on the meaning of market success, performance indicators, and measurement techniques. First, this paper addresses conceptual problems with application of the term “effectiveness” and analyzes the potential and limitations of an alternative construct—“performance.” In addition, we attempt to systematize current theoretical implications in the field of strategic management and

sociological theories of organization. We focus on strategic management because performance-related questions are central in this academic discipline. Contrary to their intellectual ancestors in industrial economics, strategists pay closer attention to firm-level internal factors affecting firm performance. This paper examines two concepts central to strategic management: firms’ strategies and resources. We analyze strategic choice theory and contingency theory first, then turn our focus to core notions for a resource-based view—a dominant framework in strategy research. This article also addresses a sociological approach to the interpretation of firms’ high performance. A sociological understanding of the mechanisms behind performance variety concentrates on external factors (environmental effects). Firm survival and successful adaptation practices are studied in network, ecological, and institutional traditions in sociology. Finally, we discuss methodological challenges in performance research that require a combination of theoretical implications from both fields. In order to build an adequate theory about sources of performance variance, one should include micro- and macro-indicators and explore synergetic effects.

**Keywords:** performance; effectiveness; resource-based view; strategy; performance measurement; network approach; ecological approach; institutional approach; strategic management.

### Acknowledgements

The author would like to thank E. Berdysheva and M. Markin for their valuable suggestions. Also I would like to express gratitude to my advisor Prof. V. Radaev. This article is an output of a research project “Institutional and Structural Foundations of Markets in Contemporary Russia” implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE).

### References

Aldrich H. (2009) Lost in Space, Out of Time: How and Why We Should Study Organizations Comparatively. *Studying Differences between Organizations: Comparative Approaches to Organizational Research*, vol. 26 (ed. M. Lounsbury), Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 21–44.

- Aldrich H., Ruef M. (2006) *Organizations Evolving*, London: SAGE.
- Bain J. (1956) *Barriers to New Competition*, Cambridge: Harvard University Press.
- Barney J. B. (1986) Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage? *Academy of Management Review*, vol. 11, no 3, pp. 656–665.
- Barney J. B. (1990) The Debate between Traditional Management Theory and Organizational Economics: Substantive Differences or Intergroup Conflict? *Academy of Management Review*, vol. 15, no 3, pp. 382–393.
- Barney J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, vol. 17, no 1, pp. 99–120.
- Barney J. B. (2001) Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on the Resource-Based View. *Journal of Management*, vol. 27, no 6, pp. 643–650.
- Barney J. B., Hansen M. H. (1994) Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, vol. 15, no S1, pp. 175–190.
- Barney J. B., Ketchen D. J., Wright M. (2011) The Future of Resource-Based Theory: Revitalization or Decline? *Journal of Management*, vol. 37, no 5, pp. 1299–1315.
- Barron D. N., West E., Hannan M. T. (1994). A Time to Grow and a Time to Die: Growth and Mortality of Credit Unions in New York City, 1914–1990. *American Journal of Sociology*, vol. 100, no 2, pp. 381–421.
- Baum J. A., Dobbin F. (2000) Doing Interdisciplinary Research in Strategic Management-Without a Paradigm War. *Economics Meets Sociology in Strategic Management*, vol. 17, (eds. J. A. Baum, F. Dobbin), Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 389–410.
- Beckert J. (1999) Agency, Entrepreneurs, and Institutional Change. The Role of Strategic Choice and Institutionalized Practices in Organizations. *Organization Studies*, vol. 20, no 5, pp. 777–799.
- Burt R. S. (2004) Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*, vol. 100, no 2, pp. 349–399.
- Butler J., Priem R. L. E. 2001. Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review*. 26 (1): 22–40.
- Cameron K. S. (1986) Effectiveness as Paradox: Consensus and Conflict in Conceptions of Organizational Effectiveness. *Management Science*, vol. 32, no 5, pp. 539–553.
- Cameron K. S., Whetten D. A. (1983) Organizational Effectiveness: One Model or Several? *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models* (eds. K. S. Cameron, D. A. Whetten), New York: Academic Press, Inc, pp. 1–24.
- Cameron K. S., Whetten D. A. (1994) Organizational Effectiveness: Old Models and New Constructs. *Organizational Behavior: The State of the Science* (ed. J. Greenberg), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 135–155.

- Carney M., Gedajlovic E. R., Heugens P. P., Van Essen M., Van Oosterhout J. H. (2011) Business Group Affiliation, Performance, Context, and Strategy: A Meta-Analysis. *Academy of Management Journal*, vol. 54, no 3, pp. 437–460.
- Carroll G. R., Khessina O. M. (2005) Organizational and Corporate Demography. *Handbook of Population* (eds. D. Poston, M. Micklin), New York: Kluwer Academic/Plenum Publisher, pp. 451–477.
- Caves R. E., Porter M. E. (1977) From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 91, no 2, pp. 241–261.
- Chakravarthy B. S. (1986) Measuring Strategic Performance. *Strategic Management Journal*, vol. 7, no 5, pp. 437–458.
- Chandler A. D. (1962) *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Enterprise*, Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Child J. (1972) Organizational Structure, Environment and Performance: The Role of Strategic Choice. *Sociology*, vol. 6, no 1, pp. 1–22.
- Child J. (1997) Strategic Choice in the Analysis of Action, Structure, Organizations and Environment: Retrospect and Prospect. *Organization Studies*, vol. 18, no 1, pp. 43–76.
- Crook T. R., Ketchen D. J., Combs J. G., Todd S. Y. (2008) Strategic Resources and Performance: A Meta-Analysis. *Strategic Management Journal*, vol. 29, no 11, pp. 1141–1154.
- Demsetz H. (1997) The Firm in Economic Theory: A Quiet Revolution. *The American Economic Review*, vol. 87, no 2, pp. 426–429.
- Dess G. G., Robinson R. B. (1984) Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately-Held Firm and Conglomerate Business Unit. *Strategic Management Journal*, vol. 5, no 3, pp. 265–273.
- DiMaggio P., Powell W. (2010) Novyy vzglyad na “zheleznuyu kletku”: institutsional'nyy izomorfizm i kollektivnaya ratsional'nost' v organizatsionnykh polyakh [The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 11, no 1, pp. 34–56. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2010-11-1.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Dobbin F. (2004) Politicheskaya kul'tura i industrial'naya racional'nost' [Political Culture and Industrial Rationality]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 1, pp. 43–60. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2004-5-1.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Dobbin F. (2016) Sravnitel'nyy i istoricheskiy podkhody v ekonomicheskoy sotsiologii [Comparative and Historical Approaches to Economic Sociology]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 3, pp. 37–81. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Donaldson L. (2001) *The Contingency Theory of Organizations*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

- Dore R. (2008) Razlichiya yaponskoy i anglo-saksonskoy modeley kapitalizma [Distinctions between Japanese and Anglo-Saxon Models of Capitalism]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 1, pp. 65–78. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-1.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Fedotov Y. V. (2012) Izmerenie effektivnosti deyatel'nosti organizatsii: osobennosti metoda DEA [Organizational Performance Measurement: Principles of DEA (Data Envelopment Analysis) Approach]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, vol. 10, no 2, pp. 51–62. Available at: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_10\\_2\\_2012\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_10_2_2012_g/) (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Fiss P., Cambré B., Marx A. (2013) Configurational Theory and Methods in Organizational Research: introduction. *Configurational Theory and Methods in Organizational*, vol. 38 (eds. P. Fiss, B. Cambré, A. Marx), Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 1–23.
- Fligstein N. (2001) *Organizations: Theoretical Debates and the Scope of Organizational Theory*. Department of Sociology, University of California Berkley. Available at: <http://sociology.berkeley.edu/sites/default/files/faculty/fligstein/inter.handbook.paper.pdf> (accessed 12 September 2016).
- Fligstein N. (2007) Gosudarstvo, rynki i ekonomicheskii rost [States, Markets and Economic Growth]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 8, no 2, pp. 41–59. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-2.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Gereffi G., Frederick S. (2010) The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries. *Global Value Chains in a Postcrisis World: A Development Perspective* (eds. G. Gereffi, C. Staritz, O. Cattaneo), Washington: World Bank Publications, pp. 157–209.
- Golikova V. V., Gonchar K. R., Kuznetsov B. V. (2012) Vliyanie eksportnoy deyatel'nosti na tekhnologicheskie i upravlencheskie innovatsii rossiyskikh firm [The Impact of Exports on Technological and Management Innovations of the Russian Firms]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, vol. 10, no 1, pp. 3–18. Available at: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_10\\_1\\_2012\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_10_1_2012_g/) (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Goll I., Rasheed A. A. (2005) The Relationships between Top Management Demographic Characteristics, Rational Decision Making, Environmental Munificence, and Firm Performance. *Organization Studies*, vol. 26, no 7, pp. 999–1023.
- Gonchar K. R., Kuznetsov B. V. (eds) (2008) *Rossiyskaya promyshlennost' na etape rosta: faktory konkurentosposobnosti firm* [Russian Industrial Growth: Factors Affecting Firms' Competitiveness], Moscow: Vershina (in Russian).
- Goodman P. S., Atkin R. S., Schoorman F. D. (1983) On the Demise of Organizational Effectiveness Studies. *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models* (eds. K. S. Cameron, D. A. Whetten), New York: Academic Press, pp. 163–183.
- Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoe deystvie i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).

- Gresov C., Drazin R. (1997) Equifinality: Functional Equivalence in Organization Design. *The Academy of Management Review*, vol. 22, no 2, pp. 403–428.
- Gudova E. (2016) Effektivnost' s "chelovecheskim litsom": evolyutsiya ponimaniya effektivnosti v teorii organizatsiy [Effectiveness with a human face: Evolution of the notion in the organizational theory]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, vol. 131, no 1, pp. 231–239. Available at: [http://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2016/131/2016\\_131\\_09\\_Gudova.pdf](http://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2016/131/2016_131_09_Gudova.pdf) (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Hannan M. T., Carroll G. (1992) *Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition*. New York: Oxford University Press.
- Hannan M. T., Freeman J. (1977) The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*, vol. 82, no 5, pp. 929–964.
- Hannan M. T., Freeman J. (2013) Populyatsionnaya ekologiya organizatsiy [The Population Ecology of Organizations]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 2, pp. 42–72. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2013-14-2.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Hinings C., Malhotra N. (2008) Change in Institutional Fields. *The Institutions of the Market: Organizations, Social Systems and Governance* (eds. N. Beck, A. Ebner), New York: Oxford University Press, pp. 106–128.
- Hrebiniak L., Snow C. (1980) Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*, vol. 25, no 2, pp. 317–336.
- Kahn R. L. (1977) Organizational effectiveness: An overview. *New Perspectives on Organizational Effectiveness* (eds. P. S. Goodman, J. M. Pennings), San Francisco: Jossey-Bass Publishers, pp. 235–248.
- Kanter R. M., Brinkerhoff D. (1981) Organizational Performance: Recent Developments in Measurement. *Annual Review of Sociology*, vol. 7, pp. 321–349.
- Keister L. A. (1998) Engineering Growth: Business Group Structure and Firm Performance in China's Transition Economy. *American Journal of Sociology*, 104 (2): 404–440.
- Ketchen D. J., Thomas J. B., Snow C. C. (1993) Organizational Configurations and Performance: A Comparison of Theoretical Approaches. *Academy of Management Journal*, vol. 36, no 6, pp. 1278–1313.
- Kozlowski S., Klein K. (2000) A Multilevel Approach to Theory and Research in Organizations: Contextual, Temporal, and Emergent Processes. *Multilevel Theory, Research, and Methods in Organizations: Foundations, Extensions, and New Directions* (eds. S. Kozlowski, K. Klein), San Francisco: Jossey-Bass Publishers, pp. 3–90.
- Kuznetsov B. V. (ed.) (2010). *Predpriyatiya i rynki v 2005–2009 godakh: itogi dvukh raundov obsledovaniya rossiyskoy obrabatyvayushchey promyshlennosti* [Firms and Markets in 2005 and 2009: Results from Two Surveys of Russian Manufacturing Companies], Moscow: HSE Publishing House. Available at: <https://www.hse.ru/news/science/17619989.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).

- Lavie D., Miller S. R. (2008) Alliance Portfolio Internationalization and Firm Performance. *Organization Science*, vol. 19, no 4, pp. 623–646.
- Le Mens G., Hannan M. T., Pólos L. (2011a) Drifting Tastes, Inertia, and Organizational Viability. *Research Paper*; no 2082. December, Stanford, USA: Stanford Graduate School of Business. Available at: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1912116](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1912116) (accessed 12 September 2016).
- Le Mens G., Hannan M. T., Pólos L. (2011b) Founding Conditions, Learning, and Organizational Life Chances: Age Dependence Revisited. *Administrative Science Quarterly*, 56 (1): 95–126.
- Levitt B., March J. G. (1988) Organizational Learning. *Annual Review of Sociology*, vol. 14, pp. 319–340.
- Lockett A., Thompson S. (2001) The Resource-Based View and Economics. *Journal of Management*, vol. 27, no 6, pp. 723–754.
- March J. G., Stinchcombe A. L. (1965) Social Structure and Organizations. *Advances in Strategic Management*, vol. 17, pp. 229–259.
- March J. G., Sutton R. I. (1997) Crossroads-Organizational Performance as a Dependent Variable. *Organization Science*, vol. 8, no 6, pp. 698–706.
- Mason E. S. (1939) Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*, vol. 29, pp. 61–74.
- Meyer A. D., Tsui A. S., Hinings C. R. (1993) Configurational Approaches to Organizational Analysis. *Academy of Management Journal*, vol. 36, no 6, pp. 1175–1195.
- Meyer A. D. (1991) What is Strategy's Distinctive Competence? *Journal of Management*, vol. 17, no 4, pp. 821–833.
- Meyer J. W., Rowan B. (2011) Institutsionalizirovannye organizatsii: formal'naya struktura kak mif i tseremonial [Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 1, pp. 43–67. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2011-12-1.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Miles R. E., Snow C. C., Meyer A. D., Coleman H. J. (1978) Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Review*, vol. 3, no 3, pp. 546–562.
- Miller C. C., Cardinal L. B. (1994) Strategic Planning and Firm Performance: A Synthesis of More than Two Decades of Research. *Academy of Management Journal*, vol. 37, no 6, pp. 1649–1665.
- Miller C. C., Washburn N. T., Glick W. H. (2013) Perspective — The Myth of Firm Performance. *Organization Science*, vol. 24, no 3, pp. 948–964.
- Mizruchi M. S. (1996) What do Interlocks Do? An Analysis, Critique, and Assessment of Research on Interlocking Directorates. *Annual Review of Sociology*, vol. 22, pp. 271–298.
- Oliver C. (1997) Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views. *Strategic Management Journal*, vol. 18, no 9, pp. 697–713.



- Peng M. W., Luo Y. (2000) Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro-Macro Link. *Academy of Management Journal*, vol. 43, no 3, pp. 486–501.
- Penrose E. (1959) *The Theory of the Firm*, New York: John Wiley & Sons.
- Porter M. E. (1981) The Contributions of Industrial Organization to Strategic Management. *Academy of Management Review*, vol. 6, no 4, pp. 609–620.
- Porter M. (2005) *Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasley i konkurentov* [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors], Moscow: Alpina Business Books (in Russian).
- Priem R. L., Butler J. E. (2001) Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review*, vol. 26, no 1, pp. 22–40.
- Richard P. J., Devinney T. M., Yip G. S., Johnson G. (2009) Measuring Organizational Performance: Towards Methodological Best Practice. *Journal of Management*, vol. 35, no 3, pp. 719–804.
- Rivkin J. W. (2000) Imitation of Complex Strategies. *Management Science*, vol. 46, no 6, pp. 824–844.
- Rousseau D. M., Fried Y. (2001) Location, Location, Location: Contextualizing Organizational Research. *Journal of Organizational Behavior*, vol. 22, no 1, pp. 1–13.
- Swedberg R. (2005) Economic Versus Sociological Approaches to Organization Theory. *The Oxford Handbook of Organization Theory* (eds. C. Knudsen, H. Tsoukas), New York: Oxford University Press, pp. 373–392.
- Tambovtsev V. L. (2010) Strategicheskaya teoriya firmy: sostoyanie i vozmozhnoe razvitie [Strategic Theory of the Firm: State of the Art and Possible Development] *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, vol. 8, no 1, pp. 5–40. Available at: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_v\\_8\\_n\\_1\\_2010\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_v_8_n_1_2010_g/) (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Uzzi B. (1997) Towards a Network Perspective on Organizational Decline. *International Journal of Sociology and Social Policy*, vol. 17, no 7/8, pp. 111–155.
- Uzzi B. (1999) Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing. *American Sociological Review*, vol. 64, no 4, pp. 481–505.
- Uzzi B. (2007) Istochniki i posledstviya ukorenennosti dlya ekonomicheskoy effektivnosti organizatsiy: vliyaniye setey [The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 8, no 3, pp. 44–60; vol. 8, no 4, pp. 43–59. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-3.html> and <https://ecsoc.hse.ru/2007-8-4.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Vedres B., Stark D. (2010) Strukturnye skladki: produktivny razryv v peresekayushchikhsya gruppakh [Structural Folds: Generative Disruption in Overlapping Groups]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 11, no 4, pp. 69–104. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2010-11-4.html> (accessed 12 September 2016) (in Russian)

- Venkatraman N., Ramanujam V. (1986) Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, vol. 11, no 4, pp. 801–814.
- Whetten D. A. (2009) Organizational Comparative Analysis: Investigating Similarities and Differences among Organizations. *Studying Differences between Organizations: Comparative Approaches to Organizational Research* (eds. B. G. King, T. Felin, D. A. Whetten), vol. 26. Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 63–87.
- Williamson O. (1996) Ekonomicheskie instituty kapitalizma [*The Economic Institutions of Capitalism*], St. Petersburg: Lenizdat (in Russian).
- Yakovlev A. A. (2005) Evolyutsiya strategiy vzaimodeystviya biznesa i vlasti v rossiyskoy ekonomike [Evolution of Business-State Interaction Strategies in the Russian Economy]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, vol. 3, no 1, pp. 27–52. Available at: [http://www.rjm.ru/en/archive/list/t\\_3\\_1\\_2005\\_g/](http://www.rjm.ru/en/archive/list/t_3_1_2005_g/) (accessed 12 September 2016) (in Russian).
- Zahra S. A., Pearce J. A. (1990) Research Evidence on the Miles — Snow Typology. *Journal of Management*, vol. 16, no 4, pp. 751–768.
- Zucker L. G. (1987) Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, vol. 13, pp. 443–464.

**Received:** September 9, 2016.

**Citation:** Romanova R. (2016) Uspekh firmy: chto eto takoe, ot chego on zavisit i kak ego izmerit' [Firm Performance: How to Define it, What Affects it and How to Deal with Measurement Challenges]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 4, pp. 164–189. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-4.html> (in Russian).