

Импровизация как форсайт в реальном времени

Ключевые слова: black swan, real time foresight, strategic opportunism, weak signals, импровизация, слабые сигналы, стратегический оппортунизм, форсайт, черный лебедь

Автор:

Дата публикации: 18.06.2020

Лицензия: © . Копирование, распространение или иное использование разрешается после согласия правообладателя.

Мигел Пина и Кунья (Miguel Pina e Cunha) из лиссабонской Nova School of Business and Economics считает [1], что в быстроменяющемся окружении «конкуренция как структура» (например, портеровское позиционирование относительно пяти микросил [2-3]) проигрывает «конкуренции как процессу» – оппортунистическому перебору внешних возможностей в децентрализованной плоской организации [4-5].

Соответственно, к устаревшим Пина относит и логику традиционного корпоративного форсайта, в которой последовательно разделены фазы поиска, планирования и стратегического действия. Взамен он предлагает сделать орудием конкуренции и организационного развития «мудрость в нужный момент» (wisdom in the moment) – немедленные локальные ответы на слабые сигналы (weak signals) внешней среды [6]. Импровизацию, иначе говоря, Пина красиво называет её «форсайтом в реальном времени» (real time foresight), в котором все фазы параллельны.

Пина закономерно отрицает ансоффский детерминизм: «будущее нельзя «одомашнить» или свести к логической непрерывности» (the future cannot be “domesticated” or reduced to logical continuity), пишет он. И тут же противоречиво призывает ловить чёрных лебедей на крючок слабых сигналов. Для адекватных децентрализованных действий на местах, чтобы не превратиться в стратегическую какофонию, компании нужно разделяемое видение себя в будущем – Пина прагматично признаёт это. Правда, для создания такого видения требуется им же дезавуированный корпоративный форсайт с традиционными структурой и последовательностью.

Работа Пины талантлива и идеалистична. На наш взгляд, метафора импровизации как форсайта в реальном времени это несомненный признак божьего дара. А призыв к распространению власти над стратегией по всем уровням организации и среди её клиентов для той самой «мудрости в нужный момент», подкреплённый ссылкой на кейс краудсорсинга продуктовой стратегии Google [7], – это ранний, совсем ещё не тошнотворный, бирюзовый идеализм.

[1] M.P. Cunha et al., Improvisation as “real time foresight”, Futures 44 (2012) 265–272.
<https://doi.org/10.1016/j.futures.2011.10.009>

[2] M.E. Porter, *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980.

[3] M.E. Porter, The contributions of industrial organization to strategic management, *Academy of Management Review* 6 (1981) 609–620. <https://www.jstor.org/stable/257639>

[4] I.M. Kirzner, Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach, *Journal of Economic Literature* 35 (1997) 60–85. <https://www.jstor.org/stable/2729693>

[5] W.P. Barnett, M.T. Hansen, The red queen in organizational evolution, *Strategic Management Journal* 17 (1996) 139–157. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171010>

[6] Ansoff, H. I., 1975, “Managing Strategic Surprise by Response to Weak Signals”, *California Management Review*, vol. XVIII no. 2, pp. 21–33. <https://doi.org/10.2307/41164635>

[7] B. Iyer, T.H. Davenport, Reverse engineering Google’s innovation machine, *Harvard Business Review* April (2008) 59–68. <https://hbr.org/2008/04/reverse-engineering...>

Постоянный линк: <https://veraviastrategy.com/improvisation-as-real-time-foresight>

2020 Vera Via Strategy Consultants