

Предисловие

Стратегия — это искусство превзойти своего соперника, зная, что в это время он пытается сделать то же самое. Всем нам приходится применять стратегический образ мышления на практике — как на работе, так и в домашних условиях. Для того чтобы выжить в мире бизнеса, отдельные бизнесмены и целые корпорации просто обязаны использовать тщательно разработанные конкурентные стратегии. Политики должны продумывать стратегию своей предвыборной кампании, а законодательные органы — воплощения своих мировоззренческих концепций. Тренер футбольной команды постоянно разрабатывает стратегию будущей игры, которую его игроки должны будут реализовать на поле. Родители, которые хотят добиться от своих детей хорошего поведения, также вынуждены становиться стратегами-любителями (профессионалы тут дети). В течение более чем сорока лет выживание всей человеческой расы зависит от ядерных стратегий супердержав.

Хорошо развитый стратегический образ мышления в таких разнообразных вопросах представляет собой настоящее искусство. Между тем в его основе, как и в основе всей науки о стратегии, лежат всего несколько простых принципов. При написании этой книги мы исходили из того, что эти принципы помогут стать лучшими стратегами читателям из самых разных слоев общества и с разным уровнем образования.

Наука о стратегическом мышлении называется теорией игр. Это относительно молодая наука — ей не исполнилось еще и пятидесяти лет. За время своего существования она уже представила много полезных программ для практикующих стратегов. Но, как и все науки, она вскоре стала “защищать” себя специальными терминами и математическими выкладками. Это жизненно необходимые инструменты для научных исследований, но они не дают возможности понять основные идеи неспециалистам. Мы же попробовали изложить многие важные принципы языком, понятным куда более широкому кругу читателей. Мы заменили теоретические рассуждения наглядными примерами и случаями из практики. Мы изъяли все математические выкладки и большинство специальных терминов. По нашему убеждению, книга должна быть по-

нятной для всех, кто хоть немного разбирается в арифметике, диаграммах и таблицах.

Авторы многих из изданных ранее книг уже пытались применить идеи стратегического мышления к конкретным ситуациям. К примеру, заслуженную известность получили работы Тома Шеллинга о ядерных стратегиях, особенно его *Стратегия конфликта* (*The Strategy of Conflict*) и *Оружие и влияние* (*Arms and Influence*). Фактически Шеллинг во многом был первопроходцем в применении теории игр к проблеме ядерного конфликта. Не менее известна и книга Майкла Портера *Конкурентная стратегия*, построенная на уроках по теории игр для бизнесменов. Стивен Дж. Брамс также написал несколько интересных книг, наиболее известной из которых стала *Теория игр и политика* (*Game Theory and Politics*).

В этой книге мы не ограничиваемся идеями какого-либо одного контекста. Наоборот, нами представлен достаточно широкий спектр иллюстраций для каждого базового принципа. Таким образом, представители самых разных профессий могут найти в ней для себя что-то близкое и знакомое. Читатели смогут также узнать, как эти же принципы влияют на стратегии в не совсем привычных условиях. Мы надеемся, что это позволит им по-новому взглянуть на многие события, происходящие как в наши дни, так и свершившиеся в далеком прошлом. Используя, к примеру, литературные источники, фильмы или спортивные события, мы опирались на коллективный опыт большинства американских читателей. Серьезные ученые могут подумать, что это превратило стратегию в банальность, но мы верим, что известные примеры из кино и спорта весьма эффективны для представления важных идей.

Подобно толкиеновскому “Властелину колец”, эта книга сплетена из историй. Ее источник — это курс “стратегических игр”, который Авинаш Диксит разработал и преподавал в Принстонской школе общественных и международных отношений им. Вудро Вильсона. Тот же курс — и еще один похожий — преподавал позднее и Барри Нейлбафф. Его “площадками” стали факультет политологии Йельского университета, а затем Йельская школа организации и менеджмента. Мы очень благодарны многим нашим студентам за их энтузиазм и предложенные идеи. Особо нужно отметить Анну Кейс, Джонатана Флемминга, Хизер Хэзард, Дэни Родрика и Джонатана Шимшони. Такаши Канно и Юичи Шимацу взяли на себя труд перевести наши слова и идеи на японский язык; при этом они даже улучшили английскую версию.

Идею написания книги на более популярном уровне, чем тот, на котором проводился вышеупомянутый курс, подал Хэл Вэриан из Ми-

чиганского университета. Он также предложил нам много других полезных идей и предоставил комментарии первых черновиков. Дрейк Мак-Фили из издательства *W. W. Norton* блестяще выступил в роли взыскательного редактора. Он приложил поистине невероятные усилия для того, чтобы преобразовать нашу академическую рукопись в живой текст. И если данная книга все еще содержит некоторые признаки учебного пособия, то лишь по той причине, что мы не вняли всем его советам.

Многие наши коллеги и друзья внимательно прочли первые черновики и одарили нас разнообразными дельными советами по их улучшению. Рискую пропустить кого-то, мы хотим особо выделить Дэвида Остен-Смита (Рочестер), Алана Блайндера (Принстон), Сета Мастерса (С. Бернстайн), Карла Шапиро (Принстон), Луи Тейлора (корпорация *MITRE*), Томаса Тренделла (*ATT-Paradyne*), Терри Воуна (*MIT Press*) и Роберта Уиллига (Принстон). Редакторы рукописи — Стейси Мандельбаум и Лаура Кэнг Уорд — были весьма снисходительны к нашим недостаткам. Каждый раз, когда вы, уважаемый читатель, не обнаружите ошибку, вспомните об этих людях с благодарностью!

Мы также хотим выразить свою признательность тем, кто помог нам выбрать название для этой книги. Сначала Хэл Вэриан предложил нам назвать этот труд *Стратегия мышления*. Потом студенты Школы организации и менеджмента подали массу других идей. Больше всего нам понравилось предложение Деборы Хэлперн — *За пределами игровой площадки*, и рекламный слоган, сочиненный Уильямом Барнсом:

“*Стратегическое мышление* — не конкурируйте без него!”^{1*}

Авинаш Диксит
Барри Нейлбафф
Октябрь 1990 г.

¹ Было также еще несколько довольно милых вариантов, вроде *Стратегия и вы*.