

中国管理学研究向何处去？

□ 李海洋 李新春^①

摘要：本文基于“中国管理学研究向何处去？”特刊所收录的5篇文章，探讨中国管理学研究要实现从中国实践到达理论创新所要回答的三个问题。第一，中国管理学研究要遵循什么样的逻辑？第二，谁来主导中国管理学研究的发展方向？第三，如何通过建设学术社区与学术平台促进中国管理学的发展？我们认为，就研究逻辑而言，中国管理学研究既要立足于中国实践，又要超越实践去抽象出背后所隐含的理论问题，并提出解决这些问题的理论思路。这个过程需要在普适化理论和中國情境之间进行反复的相互验证。就研究主体而言，每一位从事中国管理研究的学者或对中国管理研究感兴趣的人都应该参与并影响中国管理研究的发展方向。同时我们建议，为了促进中国管理学研究的发展，学者们应该共同建立开放式、包容性的学术社区以及高质量的学术平台，促使中国管理学发展成为一个兼具实践相关性与理论创新性的学科。最后，我们以《管理学季刊》为例，介绍其创刊目标和办刊特点，探讨如何把季刊打造成一流的学术期刊，为中国管理学研究的发展做出积极的贡献。

关键词：中国管理学研究；研究逻辑；研究主体；学术社区；学术平台

一、引言

中国管理学研究向何处去？这是一个非常重要的问题，也是目前中国管理学界热烈讨论的问题。

对该问题的讨论主要基于以下背景：第一，改革开放近40年来，虽然中国管理学研究取得了巨大进步，但其发展主要是建立在引进、学习和模仿西方管理理论、实践及研究方法的基础之上的（李海洋和张燕，2016）。在引进—学习—模仿的过程

^① 李海洋，莱斯大学琼斯商学院；李新春，中山大学管理学院。作者非常感谢张燕（莱斯大学）、王元地（四川大学）、李瑜（对外经贸大学）和朱沅（中山大学）等教授在本文写作过程中所提出的中肯意见和建议。

中，自然而然会出现一些问题。譬如，一些中国学者在应用西方管理理论时，缺乏对中国实践的准确把握，其研究成果往往和中国实践相脱节（梁建，2018）。第二，随着中国经济的高速发展，中国企业的竞争力大幅度提升，一些企业甚至在国际市场上也处于领先地位（比如华为等），但是学界却鲜有有关中国企业的管理理论，理论创新乏善可陈（蒋东生，2018）。因此，近年来不少学者开始系统性反思中国管理研究，探讨中国管理研究的未来发展之路，推动理论创新。其中一个主要的观点是：中国管理研究一定要结合中国实践，强调本土化。比如，陈春花（2010）在阐述“当前中国需要什么样的管理研究”时，提出中国管理研究要直面中国管理实践而非国际一流学术标准。郭重庆（2011）强调中国管理研究必须融入中国情境，加强实践导向。徐淑英在一个访谈中也强调本土管理研究的重要性，她认为“中国管理学者需要真正地进行探索性研究来发展中国管理的新概念和理论，依赖于现有文献的模仿和构建不会带来根本的创新”（徐淑英和吕力，2015）。

对于“中国管理研究要结合中国管理实践”这一观点，我们完全认同，但是仍有一些重要问题需要进一步探讨。比如：现有中国管理研究有没有结合中国实践？针对这个问题，就我们自己的观察而言，中国管理学者（主要指国内的学者）中的大部分人（如果不是全部的话）都在研究与中国有关的管理实践和管理现象。翻开国内各个与管理相关的学术期刊，所发表的大部分文章都和中国情境、中国问题有关；相反，专门研究欧美或其他国家的管理学

文章在国内的管理类期刊还很少看见。所以，我们似乎不能简单地得出结论说：目前中国管理学者的研究没有结合中国实践，至多说学者们没有很好地结合中国实践。事实上这个问题在西方管理学界也一直存在，并受到广泛讨论（Hambrick, 1994; March, 2006）。但是，到底如何“很好地直面或者结合（中国）实践”却很少有人探讨。与此相关，国内管理学界的一种看法是，“中国学者有着接触中国管理实践的巨大优势，对于研究的起点‘在中国管理实践中发现科学问题’有着天然的优势”（蔡玉麟，2016）。经济学界也有类似的看法，比如林毅夫（1995）认为，“我国经济学家对我国经济问题进行研究，并在将这些研究提升到新的理论高度上，具有先天的比较优势”。可是，过去40年来，对于中国学者来说，这种“天然的优势”一直存在，为什么在这么长的时间内中国学者并没有很好地把这种“天然的优势”转换成理论创新呢？我们认为，了解管理实践和实现理论创新并不是一回事。将这种“天然的优势”转换成理论创新，从而为管理学、经济学知识体系做出贡献，并不是简单地通过重视、融合中国实践就能实现的（李海洋和张燕，2016）。另外，中国管理学者的学术评价体系逐步国际化，这可能会使研究本土化和学术成果发表国际化之间的冲突加大。那么，中国管理学者就面临这样一个诉求：如何既研究中国问题，又能融入全球管理学共同体并发表国际管理学界认可的学术成果？

在这样的背景下，2017年7月14日，《管理学季刊》在华中科技大学管理学院举办了

“中国管理学研究向何处去?” 2017年学术论坛^①。季刊联席主编李海洋, 领域编辑贾良定、梁建、沈伟, 以及知名华人学者陈昭全、周雪光、樊景立等都做了发言。在这一期“中国管理学研究向何处去?” 特刊中, 我们对参会学者的发言进行整理, 变成独立的文章予以发表^②。通过对这些学者观点的梳理, 我们认为, 探讨“中国管理学研究向何处去”, 实现从中国实践到达理论创新, 至少需要从以下三个方面着手(见图1): 第一, 研究逻辑^③, 即中国管理学研究要遵循什么样的逻辑, 是着重于本土情境化知识还是普适性理论。第二, 研究主体, 即谁来主导中国管理研究的发展方向。第三, 如何通过建立学术社区与平台(包括出版物等)促使中国管理学发展成为一个兼具实践相关性与理论创新性的学科。

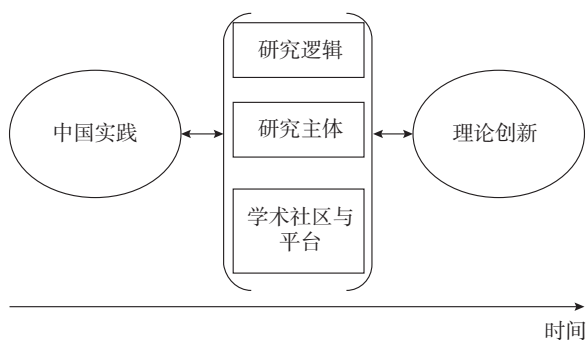


图1 从中国实践到理论创新

二、中国管理学研究要遵循什么样的逻辑?

如前所述, 中国管理学界有不少学者倡导中国管理研究要结合中国实践, 强调本土化, 做真正的“中国管理研究”。对此, 梁建(2018)根据自身的研究经历指出, 中国管理学研究存在两个问题: 一个是强调中国企业现象, 整理了很多企业案例, 却不能提炼出科学问题并进行理论抽象; 另一个是虽然依照科学研究的范式, 却没有明确的中国现象, 无助于对中国实践的理解。针对这两个问题, 他认为, 根植于中国情境的中国学者应该从科学研究的基本范式出发, 探讨中国实践或中国现象背后所包含的科学问题, 而不是仅仅关注实践或现象本身; 如果现有文献不能回答这些问题, 我们就需要对中国实践或现象给出新的、合理的解释, 而正是这些新的、合理的解释最终变成了理论知识, 贡献于现有管理学知识体系。

同梁建(2018)的思路类似, 蒋东生(2018)提出从差异性事实出发构建管理学的中国理论。他认为, 中国管理学者不仅要熟悉西

① 华中科技大学管理学院教授龙立荣、廖建桥、田志龙、杨治等以及参加中国管理研究国际学会(IACMR)研究方法研讨班(2017)的师生约80人出席此次论坛。

② 由于时间等原因, 本期特刊只发表了与会者中梁建、周雪光和沈伟的文章。季刊领域编辑井润田和《管理世界》原主编蒋东生虽然没有参加这次论坛, 但是他们也应邀提交了文章。

③ 这里的“研究逻辑”类似于Pralhad和Bettis(1986)所提出的“dominant logic”, 是指“a common way of thinking about how to do academic research”。

方企业的管理实践和管理理论，同时还要对中国企业的管理实践有深入的了解，只有这样才能找出差异性事实。如果现有理论不能较好地解释这些差异性事实，就存在着理论创新的可能性空间，通过对中国管理实践或现象的理论抽象而提出新的解释，由此实现理论创新。

周雪光（2018）从社会学领域有关本土化和国际化的讨论出发，他认为，无论本土化或国际化都是以国家或文化的“边界”为基础的，二者不应该对立起来。相反，好的学术研究，应该超越本土化或国际化的标签，追求社会科学研究应有的标准：强调对研究对象、研究背景的深入理解，汲取与研究课题有关的学术资源（包括本土思想资源）。因此，好的研究者需要开放的胸襟，以及由此带来的眼界、思路和分析工具。

井润田和耿菊徽（2018）从中国管理研究中所存在的管理理论与实践脱节的问题出发，对这方面的研究做了梳理。他们提出管理学研究中存在三种典型的模式：“象牙塔式”的研究（崇尚理论研究的思想之美），“咨询式”的研究（深入企业情境解决具体实践问题）和“投入式”的研究（把实践者视为创造知识的合作伙伴而不只是研究对象）。他们指出，每个学者可以追寻不同的模式，但对理论与实践的关系要有清楚的理解：科学研究在追求一般性理论的同时，总要超越现象，而解决现实问题又必须回到情境之中。

总体上，上述学者对中国管理学研究所要遵循的逻辑提出了比较明确且相对一致的建议，这就是，中国管理学研究既要立足于中国实践，又要超越实践去抽象出背后所隐含的理论问题，

并提出解决问题的理论思路。这也正如李海洋和张燕（2016）所指出的：“中国管理研究要基于但是不能局限于中国情境或实践，而是应该把中国情境或实践放到更加普适化的理论背景中去讨论；这个过程需要在普适化理论和中国情境之间进行反复的相互验证。”只有这样，我们才可以逐步达到理论创新的目的。李海洋和张燕（2016）基于他们自己所做的三个与中国实践相关的管理研究，具体地阐述了如何把情境化知识和普适化理论进行有机结合。彭维刚（2018）在谈到学术创业时也强调这种研究逻辑对中国学者的重要性。他指出，他的代表作（Peng & Heath, 1996）发表之后，引起众多关注，“原因之一就是全球性的眼光站得高看得远，洞悉众多转型经济体中（从波兰横跨欧亚直到越南）企业成长共同的战略问题，而不是一个国家、一个地区地看”（彭维刚，2018）。与此相似，李海洋在论坛发言中以他最近的海归创业研究（Li et al., 2012）为例，指出“研究中国的海归创业是中国的事情，研究全球人才流动与创业——以中国的数据为例，则是全球的事情”。归根结底，对中国管理实践或现象的研究需要放在普适性理论的大背景、大框架下，才可能建立中国管理学的理论创新和贡献。

三、谁来主导中国管理学研究的发展方向？

过去40年来，中国管理学研究所取得的巨大成就，离不开每一位管理学者（包括海外的华人及非华人学者）的辛勤付出。那么，未来

中国管理学研究的发展方向由谁来主导？管理学界存在不同看法。比如，蔡玉麟（2016）对“本土领袖”和“域外精英”进行了区分。他指出，“时代正在呼唤本土领袖登场。在解决中国管理实践中的问题的过程中发展管理理论，当然欢迎友善的外国学者参与，却没有必要放弃主导权。事实证明，把希望寄托在域外精英身上，把领袖地位拱手相让，虽然他们也恪尽职守，甚至殚精竭虑、身先士卒，却成效有限”（蔡玉麟，2016）。我们认为，这种把“域外精英”和“本土领袖”对立起来的观点，有很大的误导性。第一，如果我们认为学术研究（包括管理学研究）要致力于发展理论，解决实践问题，是否有必要对参与研究的学者的身份（域外精英 vs. 本土领袖）进行区分？更何况界定“域外精英”也并非易事。事实上，即便是美国的管理理论，也不是全部由美国本土出生的学者做出的，其中不少有移民背景或其他国家的学者也做出了杰出贡献。第二，更为重要的是，学术界的主导权和领袖地位不应该取决于某位学者来自哪里，而是取决于这位学者做了哪些工作、做出了哪些贡献。一个有趣的事实是，日本的“精益生产”理论不是由日本人而是由美国人首先提出的（李海洋和张燕，2016），但大家仍然认为，这是日本管理实践对人类管理知识的贡献。

沈伟（2018）的文章对“谁会决定或影响中国管理研究的发展方向”做了有益的讨论。他认为，所有从事中国管理研究的学者或对中国管理研究感兴趣的人，作为一个群体，都将会影响中国管理学研究的发展方向。虽然每个人的研究兴趣存在差异，可能会导致未来中国

管理学研究没有一个一致的方向，而是朝多个方向的探索和创新，但是，对于一个学科发展来说，“百花齐放，百家争鸣”才是一个较为理想的状态。与此类似，张静等（2016）回顾和展望了中国管理研究国际化的进程，他们也强调每一类主体（包括海内外学者）都在发挥应有的推动作用。

上述观点和营销领域的顶级期刊 *Journal of Marketing Research* (JMR) 最近所做的一项研究 (Huber et al., 2014) 不谋而合。为庆祝 JMR 出版 50 周年，Huber、Kamakura 和 Mela 三位学者（他们是 JMR 前任或现任主编）对过去 50 年来该期刊发表的近 2500 篇论文进行分析，来研究到底是不同的主编会影响所发表文章的选题导向，还是选题导向会影响主编的人选。结果表明，主编对选题导向的影响微乎其微；相反，基于众多学者个体的研究兴趣汇总起来的学科发展方向影响着主编的人选。这些结果也进一步印证了周雪光（2018）的观点：在任何学术领域，正是开放的、不同方向探究的交流和争论，导致了这个领域学术研究的道路选择和推陈出新。

四、如何建立具有开放性、包容性的学术社区和高质量的学术平台？

周雪光（2018）提出，学术研究需要建立一个开放性的、包容性的学术社区。这种学术社区的特点是：学术研究展现学术社区的集体活动，学者们既互相竞争，也互相交流和学习。正是在这个过程中，学者们的学术水平和学术

眼界（乃至学术标准）才会不断地提高。贾良定等（2015）以6个管理学界公认的理论体系为案例进行分析发现，理论体系的形成是一个由个体学者开始，到学术团体整合，然后在学术社区进行动态及跨层次对话的过程。他们认为，构建中国管理学理论自信之路，不仅要求学者个体善于理论创新，而且需要建立学术社区，从而为学者个体提供对话平台，使得他们能够对理论进行不断的讨论、检验和完善，最终到达理论创新的目的。

如何建立开放性、包容性的学术社区，显然超出了本文的讨论范围。中国学者可以从美国管理学领域的学会组织比如AOM（成立于1936年，见<http://aom.org/About-AOM/History.aspx>）和SMS（成立于1981年，见https://en.wikipedia.org/wiki/Strategic_Management_Society）的发展过程中学到很多有益的做法。张静等（2016）以IACMR的发展作为范例，详细探讨了学术社群（“学术社区”的另外一种说法）中各个主体（包括商学院、学术期刊、专业协会和学术会议、学者自身等）如何相互协同配合，推动了中国管理研究的发展。在这里，我们仅从《管理学季刊》的创办动因及其办刊特点出发，来讨论如何打造高质量的学术平台（或学术出版物），为中国管理学研究的发展做出积极的贡献。

（一）作为中国管理学研究学术社区创新平台的《管理学季刊》

打造一个中国管理学研究的学术社区创新平台，正是我们近年来创办《管理学季刊》的

主旨和理想。2015年下半年，我们联合当时还在上海交通大学（现在在同济大学）任教的李垣教授以及原来在中国人民大学（现在在汕头大学）任教的徐二明教授一起筹划、创办《管理学季刊》，并于2016年6月在杭州首发。《管理学季刊》的目标有两个：第一，《管理学季刊》被定位为中国管理学界的期刊，它不是某个（或某些）大学或学术机构的附属刊物，它是所有参与中国管理学研究的学者们的刊物，是我们这个学术社区（或学术社群）的刊物。与此定位相一致，我们的编委团队（包括主编和领域编辑）来自国内外不同的大学，而且每届任期只有三年，每个人最多只能连任一次，换届时要遴选新的编委成员^①。我们希望通过编委团队的多元化和定期轮换，让更多年轻的、背景不同的、有能力的学者来担当领导角色，以不断推动《管理学季刊》的发展。第二，我们希望通过《管理学季刊》这一学术平台，为关注中国管理学研究的学者们创造一些展示自己最好研究成果的机会，也希望能给大家（尤其是年轻学者和博士生）的职业发展提供一些帮助。我们的愿景（vision）非常明确：打造一流的中文管理学期刊（把《管理学季刊》打造成中文的 *Academy of Management Journal* (AMJ) 或 *Strategic Management Journal* (SMJ)）。这就是《管理学季刊》的由来。

（二）《管理学季刊》的办刊特点：如何打造高质量学术创新平台？

《管理学季刊》的办刊特点具体体现在它的

^① 现任编委（也是《管理学季刊》的第一任编委）的任期会在2018年底结束。事实上，我们在写这篇文章时，遴选下一届编委成员的工作已经开始。

四个核心基石 (pillars) 上 (见图 2)。第一, 专注性战略 (focused strategy)。《管理学季刊》不是一个“巨伞形”、包罗多个学科的刊物, 而是一个有清晰定位的管理学期刊, 因此, 它只发表与企业战略、创业、创新以及组织管理有关的文章。具体而言, 它包含以下几个方面: 竞争战略、公司战略、公司治理、全球战略与跨国管理、创业与创新、领导行为, 以及企业制度与组织管理、变革等。当然, 我们也欢迎其他领域 (比如经济学、市场营销等) 的学者来投稿。但是, 他们的稿件内容必须解决管理学者所关心的学术问题。

第二, 专业化、国际化的编委团队 (professional and international editorial team)。在现任编委中, 从主编到领域编辑都是在各自领域中已经获得突出研究成果并且在学术研究方面仍然十分活跃的学者。编委团队的构成是国际化的, 由国内和国外学者联合担当。比如, 现任主编有 4 人, 其中 1 位是国际主编。领域编辑共有 14 人, 其中 5 人来自境外 (包括美国、澳大利亚和中国香港地区)。而且, 编委团队的成员定期轮换 (任期三年), 确保不断有新成员的加入。

第三, 严谨的评审流程 (rigorous review process)。《管理学季刊》的评审流程强调严谨性, 具体体现在如下几个方面: ①坚持盲审 (blind review)。作者不知道评审人是谁, 评审人也不知道所审文章的作者是谁。②由领域编辑挑选 2~3 位评审专家 (通常是国内和国外的评审专家都有), 但为了避免裙带关系, 领域编辑不会与作者直接沟通, 而是由编辑部来和作者沟通。如果作者有具体的问题要咨询领域编

辑, 可以通过编辑部, 这样尽可能地避免外界的干扰, 提高领域编辑对稿件做决定的客观性和公平性。③领域编辑对所评审的文章 (通常在修改完善之后) 可以做出“接受发表” (acceptance) 的建议 (recommendation) (这个建议只会通知编辑部和主编而不是作者), 但是最终的“接受发表”决定 (acceptance decision) 需要得到《管理学季刊》主编的同意。国际一流学刊如 *Journal of Marketing Research* (JMR) 采用与此类似的决策流程。通常来讲, 《管理学季刊》主编都会尊重领域编辑的建议, 但是不排除主编也会提出进一步修改的建议。如果作者的修改不能达到主编的要求, 文章最终有可能会被拒绝。最后, 所有评审过程 (包括谁是领域编辑、谁是评审专家、评审进展如何, 以及哪位主编最终接受发表等) 都会在编辑部的内网上实时公开, 以求做到评审过程的透明性和公正性。

第四, 以改进和完善为导向的评审文化 (developmental culture)。《管理学季刊》收到任何一篇文章, 都不会轻易拒绝, 而是希望通过我们严谨的评审过程使文章改进、提高。也许《管理学季刊》最终不会接受这篇文章, 但是我们仍然希望通过专业的评审过程, 使作者可以从中得到一些有益的建议, 从而能够进一步改进这篇文章。同时, 作者也可以从中学到一些知识或技巧, 包括如何投稿, 如何与评审专家、领域编辑和编辑部进行有效沟通等, 这些知识和技巧可以帮助作者开展其他研究项目。换言之, 一方面, 我们有非常严谨的、专业的评审流程; 另一方面, 我们希望这个过程能让作者的文章得到改进, 让作者有所收获。这是《管

理学季刊》的一个核心价值观。《管理学季刊》编辑部的朱沆教授对此做了如下的生动描述：“好的作品，我们帮您广告天下；有潜力待完善的作品，我们帮您完善擦亮！”

《管理学季刊》从2016年首发到现在不到三年的时间。正是坚持上面的办刊特色，从创办的第一天起就得到国内外管理学同仁的大力支持，也在中国管理学界产生了非常大的影响。《管理学季刊》定期邀请国内外著名的管理学者在名家专栏发表文章，目前已经发表的文章的学者（按发表时间先后）包括徐淑英（University of Notre Dame）、陈明哲（University of Virginia）、李海洋（Rice University）、张燕（Rice University）、Oded Shenkar（Ohio State University）、陈晓萍（University of Washington, Seattle）、Shige Makino（Chinese University of Hong Kong）、郑伯坝（台湾大学）和彭维刚（University of Texas at Dallas）等。我们相信在这些名家作品的带动下，在国内外管理学同仁的共同支持下，我们稿源的数量和质量都会得到更大的提升，也会进一步推动《管理学季刊》成为中国管理学界的一个高质量学术平台，从而为中国管理学的创新与发展做出贡献。

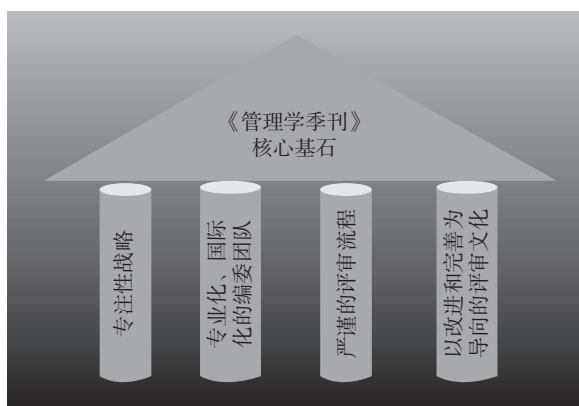


图2 《管理学季刊》的核心基石

五、结语

本文基于“中国管理学研究向何处去？”特刊所收录的5篇文章，探讨了中国管理学研究实现从中国实践到达理论创新所要回答的三个问题：第一，中国管理学研究要遵循什么样的逻辑？着重于本土情境化知识还是普适性理论？第二，从研究主体来看，谁来主导中国管理研究的发展方向？第三，如何建立开放性和包容性的学术社区和高质量的学术平台来推动中国管理学的发展？我们认为，就研究逻辑而言，中国管理学研究既要立足于中国实践，又要超越实践去抽象出背后所隐含的理论问题并提出解决问题的理论思路。这个过程需要在普适化理论和中国情境之间进行反复的相互验证。就研究主体而言，所有从事中国管理研究的学者，作为一个群体，都会影响中国管理学研究的发展。同时我们建议，中国管理学者应该共同建立开放式、包容性的学术社区以及高质量的学术平台，以推动中国管理学研究的发展。我们希望《管理学季刊》的创立和成长能为中国管理学的发展做出积极的贡献。

参考文献

- [1] 蔡玉麟：《也谈中国管理研究国际化和管理理论创新——向张静、罗文豪、宋继文、黄丹英请教》，《管理学报》，2016年第8期。
- [2] 陈春花：《当前中国需要什么样的管理研究》，《管理学报》，2010年第9期。
- [3] 郭重庆：《中国管理学者该登场了》，《管理学报》，2011年第12期。

[4] 贾良定、尤树洋、刘德鹏、郑祎、李珏兴:《构建中国管理学理论自信之路——从个体、团队到学术社区跨层次对话过程理论》,《管理世界》,2015 年第 1 期。

[5] 蒋东生:《从差异性事实出发构建管理学的中国理论》,《管理学季刊》,2018 年第 2 期。

[6] 井润田、耿菊徽:《管理的理论与实践知识》,《管理学季刊》,2018 年第 2 期。

[7] 李海洋、张燕:《情境化知识与普适化理论的有机结合——探索中国管理学研究的理论创新之道》,《管理学季刊》,2016 年第 4 期。

[8] 林毅夫:《本土化、规范化、国际化——庆祝〈经济研究〉创刊 40 周年》,《经济研究》,1995 年第 10 期。

[9] 梁建:《中国管理研究或是中国式思维:基于一个研究项目的个人思考》,《管理学季刊》,2018 年第 2 期。

[10] 彭维刚:《制度转型、企业成长和制度基础观》,《管理学季刊》,2018 年第 1 期。

[11] 沈伟:《谁影响中国管理研究的发展方向?》,《管理学季刊》,2018 年第 2 期。

[12] 徐淑英、吕力:《中国本土管理研究的理论与实践问题:对徐淑英的访谈》,《管理学报》,2015 年第 3 期。

[13] 张静、罗文豪、宋继文、黄丹英:《中国管

理研究国际化的演进与展望——中国管理研究国际学会(IACMR)的发展范例与社群建构》,《管理学报》,2016 年第 7 期。

[14] 周雪光:《以好的研究标准,超越本土化与国际化的标签》,《管理学季刊》,2018 年第 2 期。

[15] Hambrick, D. C. 1994. What if the academy actually mattered? *Academy of Management Review*, 19 (1), 11-16.

[16] Huber, J., Kamakura, W., & Mela, C. F. 2014. A topical history of JMR. *Journal of Marketing Research*, 51, 84-91.

[17] Li, H., Zhang, Y., Li, Y., Zhou, L-A., & Zhang, W. 2012. Returnees versus locals: Who perform better in China's Technology entrepreneurship? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 6, 257-272.

[18] March, J. G. 2006. Ideas as art. Interview by DaneCutu. *Harvard Business Review*, 84 (10), 82-89.

[19] Peng, M. W., & Heath, P. S. 1996. The growth of the firm in planned economies in transition: Institutions, organizations, and strategic choice. *Academy of Management Review*, 21, 492-528.

[20] Prahalad, C. K., & Bettis, R. A. 1986. The dominant logic: A new linkage between diversity and performance. *Strategic Management Journal*, 7 (6), 485-501.