

УДК 330.34

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА: ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ

**Дворяшина Марина Михайловна**, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры стратегического маркетинга

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
г. Москва, Россия  
mdvoryashina@hse.ru*

*Цель этой статьи – сформулировать подходы к исследованию процессов трансформации рынков. Рынок рассматривается как механизм управления совместной деятельностью в условиях неопределенности. В условиях трансформирующегося рынка фирмы способны открывать и коммерциализировать новые виды ресурсов, находящиеся за пределами их границ.*

***Ключевые слова:** трансформация, отраслевые рынки, эволюция экономических систем, экономическая организация*

## THE MARKET TRANSFORMATION: APPROACHES TO THE MODELLING

**Marina Dvoryashina**, PhD, associate professor, Marketing Department  
*National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia  
mdvoryashina@hse.ru*

*The purpose of this article - to formulate approaches to the study of the market transformation. The Market is seen as governance mechanism under the*

*uncertainty condition. Transforming the market, the firm is able to discover and commercialize the advantage of resources, located outside its borders.*

**Keywords:** *transformation; industrial markets; the economic system evolution; economic organization.*

Эволюционные процессы, происходящие в современном экономическом пространстве, в последние годы во многих странах способствуют трансформации существующих экономических систем, приводящей к институциональным изменениям.

Термины «трансформация», «трансформирующийся» все чаще используются применительно к широкому спектру предметных областей, от организации, фирмы, до общественно-политических систем и национальных экономик. В одних ситуациях это выступает синонимом процессов изменений, эволюции, развития, в других - предполагает достаточно четко обозначенные концептуальные рамки.

Процесс развития можно представить как последовательность циклов эволюционного изменения состояний внутри цикла, со скачкообразным переходом состояния в конце цикла на новый качественный уровень, означающий начало нового цикла развития. Такой этап в рамках эволюционного цикла будем называть трансформацией.

В процессе развития экономической организации происходит трансформация множества целей. Это важнейший элемент развития. Но при этом факторы организационных изменений формируются как внутри фирмы, так и вне ее: в межорганизационных взаимодействиях и во взаимодействии с государством.

Трансформация (от лат. *Transformatio* - изменять) рынка - такое преобразование рыночной структуры, форм и функций рынка, которые в совокупности приводят к изменению целей участников рынка.

Появление в начале 90-ых годов прикладного подхода к «трансформации рынка» развивает идеи возможности и оправданности вмешательства государства в экономику в случае неэффективности рыночного механизма, торможения процессов развития. Разработка на основе этого подхода энергетической политики США (в Великобритании - Программы трансформации рынка – *The Market Transformation Programme* (МТР), программ Международного энергетического агентства)<sup>1</sup> ставило целью преодоление так называемых «провалов рынка», повышение эффективности использования энергетических ресурсов и энергосбережения путем стимулирования технологических, экономических, социальных инноваций.

Трансформация рынка в данном случае определяется как процесс стратегического вмешательства в рыночное пространство для создания устойчивых изменений в поведении рынка путем устранения выявленных барьеров или использования возможностей для ускорения внедрения экономически и энерго-эффективных решений в стандартную практику<sup>2</sup>.

Анализ современных работ по проблемам трансформации рынков показывает, что актуальность этой темы обосновывается усилением процессов глобализации, бурным развитием информационных технологий, а объектом исследования наряду с рынками ключевых ресурсов или общественных благ все чаще выступают товарные и информационные рынки. Процесс трансформации рынков часто связан с разрушением устойчивых схем взаимодействия участников рынков. Изменение цепочек создания ценности, состава и содержания ролей участников, логики коллективных действий, нарушение справедливости при распределении доходов от кооперации стимулирует «пострадавших» участников рынка к защитным институциональным мерам, способным блокировать процессы рыночной трансформации.

---

<sup>1</sup> Международное энергетическое агентство (МЭА)/ <http://www.iea.org/index.asp>

<sup>2</sup> <http://www.aceee.org/glossary>

В рамках неоклассической экономической теории проблема трансформации рынка в явном виде не ставилась по причине фокусирования внимания на равновесных состояниях. Хотя парадигма «Структура-поведение-результативность» предполагает наличие обратных связей, обозначающих возможность стратегий, направленных на изменение рыночной структуры. Речь при этом не идет о возможности изменения структуры рынка в результате вовлечения в хозяйственный оборот новых видов ресурсов.

Понятие «провала рынка» (market failure), введенное в научный оборот О.Уильямсоном, означает невозможность рыночных механизмов эффективно распределять ресурсы по причинам трудностей спецификации прав собственности на них, неопределенности рынка, наличия внешних эффектов (экстерналий). Не находя своего отражения в рыночной цене, эти факторы ведут к искажению ценовых сигналов, регулирующих распределение ресурсов.

Различные типы диверсификации компаний рассматриваются как ответные меры, компенсирующие усилия, направленные на преодоление «провала рынка»[1]. Фирмы выходят на рынок, чтобы получить капиталы, продукты, услуги, ресурсы, необходимые для успешной деятельности. Но не всегда это возможно сделать. К примеру, провалы финансовых рынков приводят к несвязанной диверсификации. Вертикальная интеграция выступает компенсирующей мерой в ответ на провалы товарных или информационных рынков, требуя инкапсуляции организационной системы для получения экономии на издержках координации технологических переделов. Связанная диверсификация преодолевает провалы ресурсных рынков и ориентирована на создание взаимозависимых межфирменных сетей для получения экономии от увеличения охвата покупателей.

В 1996г. в Американском социологическом журнале появляется статья известного экономсоциолога Н.Флигстина «Рынки как политика» [2], запустившая активную научную дискуссию по проблемам трансформации рынков. Достаточно сказать, что количество ссылок на данную статью

обеспечивает почти половину таковых по публикациям с ключевыми словами «markettransformation», отраженным в базе цитирования Scopus. Флигстин рассматривает социологическую модель действия, согласно которой участники рынка стремятся к решению проблемы конкуренции социальными средствами, выстраивая гипотезы относительно того, как осуществляется политика на рынках на разных этапах их развития: формирования, стабильного состояния и трансформации. Согласно теории внешних факторов рыночной трансформации Флигстина основной причиной изменений в рыночной структуре являются силы, находящиеся вне пределов контроля производителей и связанные с изменениями спроса, вторжением других фирм или действиями государства. Вместе с тем механизм процесса трансформации остается неясной.

Полезно с точки зрения поиска аналогий рассмотрение биологической модели трансформации организмов как процесса переноса в клетку чужой генетической информации и встраивания ее в геном, что приводит к появлению у такой клетки новых для неё наследуемых признаков, характерных для организма-донора. Состояние клеток, при котором такой процесс становится возможным, называют состоянием компетентности [3]. Обычно максимальное число компетентных клеток наблюдается в конце фазы логарифмического роста. В состоянии компетентности организмы вырабатывают особый фактор компетентности, активизирующий синтез белка, который частично разрушает клеточную стенку, а также снижает устойчивость организма к шоку. В состоянии компетентности также снижается общая интенсивность метаболизма.

В терминах квазибиологической модели могут быть сформулированы вопросы, представляющие интерес для изучения процессов и результатов трансформации рынка (изменение товарных границ рынка, структуры цепочек создания ценности, изменение пространственной организации рынка, диверсификация спроса, проч.) и управления ими. При каких рыночных условиях наиболее эффективно осуществляется заимствование инноваций

(диверсификация компетенций) организациями на рынке, какие индикаторы характеризуют состояние «компетентности» фирм, работающих на рынке, какие стратегии трансформации инициируют фирмы, фактор «компетентности» которых выше, чем у конкурентов.

Разработка теории трансформации рынка, в определенном смысле, выступает дополнением стратегической теории фирмы (СТФ), о необходимости разработки которой в 90-ых впервые заявил Р.Рамелт [4]. СТФ фокусирует внимание исследователей на мотивации человеческого поведения, процессе принятия решения, так называемой «мягкой инфраструктуре экономики», и является междисциплинарной по своей сути. На линии пересечения со стратегической теорией фирмы находятся постановка и решение проблем трансформации рынка как стратегии бизнеса. Если мы рассматриваем рынки и фирмы как однородные по своей природе, взаимозаменяемые механизмы координации, то постановка вопросов для теории трансформации рынков должна предполагать нахождение общего знаменателя дихотомической формулы «рынок-фирма». При этом должны быть поставлены ряд дополнительных вопросов, касающихся, в том числе, факторов изменчивости фирм и рынков во времени и пространстве:

1. Условия взаимозаменяемости рынка и фирмы, условия стратегической и нестратегической трансформации рынков
2. Механизмы использования фирмами собственных и коллективных (рыночных) ресурсов для создания конкурентных преимуществ
3. Механизм создания стоимости фирмой посредством стратегической трансформации рынка

На наш взгляд, имеет хорошие перспективы «деятельностный» подход к исследованию механизмов рыночной трансформации. Кратко отразим его основные составляющие.

Сущностью организации является совместная деятельность ее участников. Тем самым базовым для моделирования организационной деятельности

выступает понятие деятельности. В совместной деятельности участвуют два или более человека, действие каждого из которых характеризуется целью и ориентированной на нее структурой операционной подсистемы. Согласованность целей предполагает полную или максимальную взаимосвязанность, когда действия одного участника невозможны без предшествующих или одновременных действий другого участника. При этом цели субъектов различаются потому, что объективно различаются лежащие в их основе потребности и интересы (мотивы деятельности). Из выше представленных рассуждений вытекает следующее: организация совместной деятельности двух и более субъектов предполагает механизм согласования интересов. Согласие достигается благодаря наличию социальных норм, институтов, правил поведения, которые позволяют в определенной степени достигать и те, и другие, даже противоречивые цели участников организации.

Организации создаются потому, что с их помощью люди способны более успешно достичь своих целей, чем индивидуально. Если организация не обеспечивает достижение целей ее участникам, тем меньше оснований для ее дальнейшего существования или привлечения в состав участников новых людей. Ядром совместной деятельности людей выступает задача. Именно в контексте особенностей выполняемого группой людей задания, как показали исследования в области социальной психологии групп, можно понять связь между индивидуальной и групповой деятельностью. Следовательно, разработка модели механизма управления деятельностью людей, выявление движущих сил трансформации механизмов управления должны базироваться на понимании природы выполняемых заданий, связанных с ними процессуальных и мотивационных издержек, а также соответствующих им организационных структурах и стратегиях.

На наш взгляд, организационная сущность и единство природы механизмов координации рынка и фирмы проявляется, таким образом, в рассмотренных выше задачах совместной деятельности, своего рода

«элементарных частицах» экономики, на ее организационном микро-микроуровне.

Почему рынки трансформируются, т.е. меняются структура (цепочка создания ценности) отраслевой деятельности, границы рынков, структура рыночных сигналов, ориентирующих фирмы на достижение тех или иных целей – ответы на эти вопросы, по-видимому, необходимо искать на всех уровнях организации как сложной иерархической системы – на уровне малой группы, фирмы, рынков, общества в целом.

Изменения в структуре целей или структуре отраслевой среды, вызванные появлением радикальных технологических или организационных инноваций, обновлением структуры властных коалиций, институциональными новшествами повышают неопределенность ситуации с точки зрения бизнеса. Одновременно эта ситуация стимулирует бизнес к возможному изменению правил поведения на рынке. Например, в начальный период индустриализации интеграция отраслевых предприятий приводила к созданию компаний, способных посредством монопольного ценообразования контролировать отраслевой спрос на профильную продукцию. При этом движущей силой трансформации рынка выступал потенциал коллективного по своей природе ресурса, связанный с возможностью получения экономии от масштаба («стяжка пространства кооперации»). На этапе позднем этапе индустриализации движущей силой рыночной трансформации выступал потенциал «временной стяжки» бизнес-процессов, кооперации деятельности участников, стимулируя создание сетевых отраслевых структур, процессный подход к управлению бизнес-процессами. В определенном смысле также внешний по отношению к экономической организации ресурс, поскольку генерировался на уровне межорганизационных взаимодействий. Результатом такого рода эволюционного развития экономической организации, связанного с вовлечением в оборот новых видов ресурсов коллективной природы, выступала трансформация рынков.



Моделирование организационно-экономического механизма трансформации рынка как стратегического проекта возможно посредством выделения двух переменных – целей и причинно-следственных связей. Это в свою очередь предполагает и выявление зависимой от них переменной – оценки уровня неопределенности рыночной ситуации. Воспользуемся схемой Дж.Томпсона (рис.1), теоретически обосновавшего зависимость уровня неопределенности от сочетания значений переменных цели и причинно-следственных связей в процессе принятия стратегических решений.

		Ожидания, касающиеся результатов трансформации рынка	
		Определенность	Неопределенность
Оценки уверенности в причинно-следственных связях	Неопределенные	Трансформация 2 типа (сегм.3)	Трансформация 3 типа
	Определенные	1	Трансформация 1 типа (сегм.2)

Рис. 1. Матрица «цели-связи» для проекта трансформации рынка

Сегмент 1 характеризует устойчивость структуры рынка, также как и распространенные в рыночной среде цели экономических организаций. Сегмент 2 характеризует проект трансформации, предполагающий высокую неопределенность в отношении результатов, при этом достаточно четкое понимание механизмов, на которых должен выстраиваться новый контур рыночного пространства (Программы трансформации рынка – The Market Transformation Programme (МТР), программ Международного энергетического агентства). Трансформации такого типа чаще всего ориентированы на стимулирование экономических организаций, их партнеров и потребителей к

«правильному» поведению специальными средствами государственной промышленной и инновационной политики.

Сегмент 3 характеризует в определенной степени противоположную ситуацию, когда существует высокая неопределенность по поводу характера, направления и динамики изменений в структуре межфирменных и внутрифирменных взаимодействий на рынке (причинно-следственных связей) в условиях наличия в деловой практике других рынков апробированных сценариев будущего либо их заданности извне (как параметров госрегулирования). Во многом примером такого рода трансформационного проекта может выступать изменение рыночного ландшафта на российском рынке сетевого продуктового ритейла. Развитие таких форматов торговли как супермаркет и гипермаркет происходило в промышленно развитых экономиках эволюционным путем, в течение нескольких десятилетий они отвоевывали жизненное пространство у традиционных форм магазинной торговли. История бурного развития сетевого ритейла в России занимает всего одно десятилетие. Ориентация на «образцы» отраслевой организации на европейских и американском рынках позволяла российским участникам рынка успешно адаптировать заимствованные практики ведения отраслевой деятельности (форматы сетевой торговли) в условиях неразвитости рыночной инфраструктуры (логистическая, маркетинговая, информационно-аналитическая), необходимой для эффективного ведения данной деятельности.

Сегмент 3 характеризуется в целом более высоким уровнем неопределенности по причине взаимодополняемого характера необходимых для получения результата организационных и технологических инноваций. Сегмент 4 характеризуется самым высоким уровнем неопределенности, связанным как со сложностью планируемых усилий, так и с отсутствием сценариев развития. Такая ситуация обычно стимулирует реализацию пилотных проектов, стратегические альянсы по модели «обмена знаниями», преследующие цели развития рыночной ситуации по наиболее благоприятному

сценарию. Структура портфеля стратегических альянсов в таких условиях чаще всего воспроизводит структуру ключевых компетенций бизнеса компании.

Эволюция отраслевых систем происходит в форме неоднократно повторяющихся процессов интеграции и реинтеграции, диверсификации бизнеса, что делает необходимым выделять факторы многоуровневости и взаимозависимости подсистем организации в исследовании процессов трансформации рынка. В рыночном бизнес-пространстве взаимодействуют не отдельные компании, а отраслевые бизнес-системы, контролируемые определенными компаниями. Взаимозависимость участников бизнес-системы выступает определяющим фактором принадлежности к ней. Рыночное бизнес-пространство (РБП) может быть определено в наиболее общем виде как совокупность отраслевых бизнес-систем (ОБС), образующих своего рода отраслевые кластеры, в каждом из которых улучшение финансовых показателей отдельного участника зависит от аналогичного успеха другого участника, группы участников или всей совокупности фирм в кластере. По своей сути ОБС являются совокупностью взаимозависимых, или взаимодополняемых участников рыночного пространства, отношения которых характеризуются имущественной и/или экономической зависимостью.

Высокая степень взаимодополняемости продукции становится важным фактором в управлении интегрированными организациями, поскольку наличие в составе сети взаимозаменяемых по спросу и взаимодополняемых по предложению производств позволяет не только перераспределять коммерческие (связанные с изменением конъюнктуры) риски, оптимизируя экономику многопродуктовой корпорации, но и изменять структуру отраслевых рынков в своих интересах и интересах партнеров по сети. Для многих современных корпораций информационные, телекоммуникационные технологии в комбинации с традиционными товарными линиями позволяют гибко распределять инновационные усилия, форсируя продвижение по

технологической траектории и/или концентрируя усилия на разработке приложений в традиционных секторах бизнеса.

Процесс изменения организации РБП способен существенно влиять на вариативность показателей взаимодополняемости разных видов деятельности в рамках бизнес-системы. В условиях развитой инфраструктуры отраслевой деятельности показатели взаимодополняемости видов деятельности, включенных в бизнес-систему, выше, чем в условиях неразвитой инфраструктуры. Причина этого связана с относительно низкими транзакционными издержками бизнес-системы по поиску необходимой информации, заключению контрактов, обеспечению гарантий их выполнения. Таким образом, границы ОБС во многом определяются уровнем развитости ее инфраструктуры. Верно и обратное, уровень эффективности инфраструктуры деятельности бизнес-системы в значительной степени определяется структурой деятельности бизнес-системы, ее границами. Процесс трансформации 1 типа может быть блокирован по причине восприятия участниками процесса необходимых усилий и рисков, связанных с инвестициями в обновление рыночной инфраструктуры, как неоправданно высоких. В свою очередь процесс институционализации нового рыночного механизма тормозится по причине «недоинвестирования» на уровне бизнес-системы, обеспечивающего усиление внутрикластерных организационных связей, особенно в условиях глобализации хозяйственных связей.

Система более высокого уровня характеризуется теми же закономерностями. К примеру, динамика российского алюминиевого кластера в границах внутреннего рынка первичного алюминия, полуфабрикатов и сплавов, демонстрируя опережение роста потребления алюминия над показателями общего роста экономики, свидетельствует о наличии значительного потенциала развития инфраструктуры для включенной в границы бизнес-системы деятельности, в первую очередь, рынка электроэнергии. При этом стимулы для инвестирования в соответствующую бизнес-системе рыночную

инфраструктуру оказываются слабыми в силу непомерно высоких транзакционных издержек обеспечения прав собственности. Неэффективность старой инфраструктуры способствует снижению уровня взаимодополняемости предприятий в составе кластера, делая его все более рыхлым и неконкурентноспособным по сравнению с организационно консолидированными цепочками создания стоимости в условиях глобализации хозяйственных связей.

Понимание особенностей организационно-экономического механизма трансформации рынка во многом способно объяснить неудачи в процессе реализации сценария перевода на рельсы инновационного развития российской экономики. Анализ содержания программ инновационного развития показывает, что в большинстве случаев они ориентируются на финансовую поддержку инновационных проектов, на создание инновационной инфраструктуры экономики. Наиболее эффективны в условиях блокирования процессов экономического развития инвестиции в разрушение сформировавшейся институциональной ловушки: укрепление института предпринимательства, снижение транзакционных издержек защиты прав собственности, поддержка процессов трансформации рынков посредством участия в состязательных профессиональных коммуникациях отраслевых сообществ и совместного формирования пакета мер по формам и масштабам регулятивных воздействий института.

Трансформация экономической организации связана как с технологическими изменениями, так и с изменением организационных процедур принятия решений, выбора. Тем самым, возникает "эффект нового ресурса", который оказывается доступным большому количеству участников экономического обмена.

Производительность организации при решении коллективных задач равна производительности наиболее компетентного участника, именно наличие такого рода задач в контексте хозяйственной деятельности способно

обеспечивать генерацию «нового ресурса». Выполнение коллективных заданий предполагает необходимость относительно невысокой управленческой иерархии, незначительную формализацию отношений. Доминирование коллективных зависимостей обуславливает прямое воздействие на клиента, обратную связь и постоянную корректировку деятельности. Контроль выполнения коллективных задач, т.е. нахождения оптимального для некоторой ситуации решения, по существу находится в организации более высокого уровня. Так, оптимальность принятия тех или иных управленческих решений будет закрепляться с одной стороны профессиональными стандартами деятельности, с другой стороны –рыночным механизмом естественного отбора - успешностью компании в системе рыночных координат.

### **Литература**

1. Dundas K.N.M., Richardson P.R. Corporate Strategy and The Concept of Market Failure//Strategic Management Journal, 1996, Vol. 1, p. 177-188.
2. Fligstein, Neil. Markets as politics: A political-cultural approach to market institutions, American Sociological Review (August 1996). Vol. 61. P. 656–673. Русский перевод: «Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам» [http://ecsoc.hse.ru/data/362/588/1234/ecsoc\\_t4\\_n1.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/362/588/1234/ecsoc_t4_n1.pdf), с.45.
3. Грант В. Эволюция организмов. М.: Мир, 1980, гл. 19.
4. Рамелт Р.П. К стратегической теории фирмы//Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент, 2006. Вып. 1. С. 83-102.

### **Рецензент:**

Вафина Н.Х, д.э.н., профессор кафедры «Микроэкономика» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».