

Н.П. КЕТОВА, д.э.н., проф.

В.Н. ОВЧИННИКОВ, д.э.н., проф.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ, СТРУКТУРА, МОТИВАЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В РЕГИОНЫ

В статье представлена современная структура интеллектуальных услуг, сформированы основные институциональные условия и ограничения их развития в России. Раскрыты возможности дальнейшего расширения рынка интеллектуальных услуг на примере компаний, оказывающих такого рода услуги с использованием IT-технологий. Сформулированы факторы и условия активизации факторов институциональной среды сферы интеллектуальных услуг в российских регионах.

Ключевые слова: интеллектуальные услуги, инновации, институциональная среда, IT-компании, консалтинговые услуги, региональный услуговый комплекс.

С развитием интеллектуальных услуг и расширением сферы использования сети Интернет усиливается их влияние на принятие управленческих решений на всех уровнях: государственном, региональном, муниципальном. Несомненно, влияют они и на решения в сфере менеджмента, маркетинга, информационного обслуживания, обучения персонала компаний. Появляются новые возможности для привлечения инвестиций, внедрения инноваций, распространения информации о новых моделях управления, проведения маркетинговых исследований, формирования стратегических альянсов. В то же время, возрастает потребность формирования благоприятной институциональной среды для развития такого рода услуг, представления их через электронные средства.

Сфера интеллектуальных услуг выступает одним из самых перспективных «полей» услугового комплекса как мировой, так и российской экономики. Именно развитие данного направления обслуживания экономических субъектов, представляющее четвертичный сектор современной

экономики, согласно мнению А. Шохина, это – одно из условий перехода от жесткой сырьевой ориентации России к инновационной модели ее развития, кардинального преобразования качества делового климата [13, с.9]. Интеллектуальные услуги признаются, с одной стороны, генератором инноваций, а с другой – их отражением, так как они «создаются» и предоставляются потребителям отлично профессионально подготовленными специалистами, формируются по востребованным рынкам направлениям. Данные обстоятельства предопределяют актуальность настоящего исследования.

Вопросы интеллектуализации хозяйственной жизни общества представлены в работах российских и зарубежных ученых. И. Березин и А. Милехин рассматривают место и роль интеллекта в модернизации производства [2]. А. Сетиаван, Ф. Котлер и Х. Картаджайя пишут об эволюции маркетинга от товаров к потребителям и далее – к человеческой душе [4]. Для Е. Мидлер интерес представляет генерирование и трансфер инноваций в системе формирования новой экономики [5]. Б. Мильнер и Т. Орлова изучают организацию создания инноваций с позиций горизонтальных связей и управления [6]. А. Шохин подходит к интеллектуальным услугам со стратегических позиций развития национальной экономики [13]. Вместе с тем до настоящего времени в исследованиях не нашла отражение современная структура интеллектуальных услуг, а также условия и ограничения их развития в России и в российских регионах.

Цель статьи – на основе анализа структуры интеллектуальных услуг сформировать базовые институциональные

© Н.П. Кетова, В.Н. Овчинников, 2013

условия их развития в России, что позволит раскрыть возможности дальнейшего расширения рынка интеллектуальных услуг в российских регионах.

В России к интеллектуальным услугам относят: консалтинг (по всем его направлениям), обслуживание в сфере маркетинга и рекламы, дизайн, услуги в области подбора и управления персоналом, IT-обслуживание, инжиниринг, аудит, услуги финансового посредничества и юридические услуги, услуги в области управления недвижимостью, оценочную деятельность. Это в целом соответствует классификации, принятой в Западной Европе и Северной Америке. Однако в этих странах к интеллектуальным услугам относят также образование и здравоохранение.

Интеллектуальные услуги являются весьма знаниеемкими, причем участникам рынка данных услуг, обеспечивающим их предложение, необходимы очень диверсифицированные знания. Зачастую те, кто оказывают интеллектуальные услуги, должны иметь знания в области менеджмента, маркетинга, бизнес-администрирования, IT-технологий, и при этом быть способными осуществлять юридическую, оценочную, PR и другие виды деятельности практически одновременно, в комплексе.

На рис. 1 представлена структура основных видов интеллектуальных услуг с точки зрения доли в них стандартизированных и индивидуальных услуг [8, с.36].

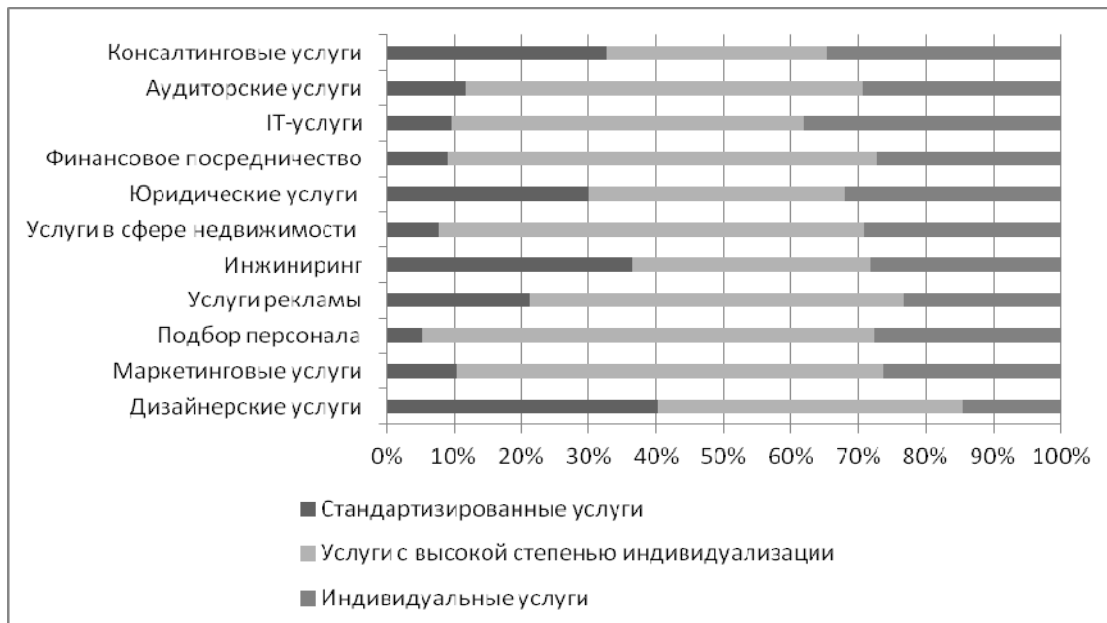


Рис. 1. Основные виды интеллектуальных услуг, оказываемых в России, удельный вес стандартизированных и индивидуальных услуг в них

Приведенные результаты опросов, выполненных специалистами Высшей школы экономики и исследовательского холдинга «Ромир» в 2010 г., отраженные на графике, дают основания Е. Мидлер сделать важные выводы. Во-первых, интеллектуальный рынок генерирует существенно меньше стандартизированных услуг и товаров, нежели любой другой. Хотя стандартные услуги (включая индивидуальные на основе «стандартизированной платформы») в среднем составляют около

50% от общего объема, они приносят компаниям всего 30% выручки. Кроме того, одним из признаков отнесения услуги к «интеллектуальной» является ее эксклюзивность, слабая тиражируемость.

Во-вторых, именно данное качество интеллектуальной услуги – уникальность, максимально возможная ориентированность на потребности и его ценности позволяют утверждать, что через такие услуги обеспечивается переход от маркетинга 2.0 (формирование его происходило в рам-

ках «информационной эры») к маркетингу 3.0. Это означает, что «деловой ландшафт» данного поколения маркетинга создают три силы: во-первых, производственные технологии, во-вторых, информационное поле, в-третьих, ценности потребителей, их духовность, стремление к сотрудничеству [5, с.19-21].

Подтверждением возможностей выполнения интеллектуальными услугами данной миссии является то, что их потребители желают индивидуализировать услугу, получить ее в том виде, какой в наибольшей степени подходит именно им. Как свидетельствуют данные рис. 1, до 40% оказываемых услуг составляют индивидуальные, и до 30% – стандартные, но с высокой степенью индивидуализации. Весьма редки случаи, когда двум разным заказчикам может быть оказана одна и та же услуга, без ее глубокой адаптации к индивидуальным потребностям конкретного физического лица или фирмы (юридического лица). При этом даже услуга средней степени индивидуализации (оказываемая на базе стандартной) в среднем стоит на 31% дороже. Поэтому такого понятия, как единая рыночная цена на интеллектуальном рынке быть не может. Даже в рамках отдельного контракта между производителем и потребителем цену невозможно точно оговорить заранее, она предопределяется большим числом факторов.

Б. Мильнер и Т. Орлова считают, что особое место в числе интеллектуальных услуг занимает электронный бизнес. Он осуществляется в виде купли-продажи товаров и услуг в сети Интернет, проникая во все сферы деловой активности – от закупок на рынке B2B до приобретения потребительских товаров. Это стало возможным благодаря безналичной электронной оплате товаров и услуг и применению глобальных сетей для проведения операций по всему миру. Если рассматривать масштаб только электронной коммерции, то в 2011 г. он составил 680,6 млрд. долл. США. По прогнозам, данная сумма будет возрастать и к 2015 г. достигнет 1,5 трлн. долл. США [6, с.113].

Отмеченные особенности интеллектуальных услуг требуют особой, соответ-

ствующей их специфике, институциональной среды. Речь идет, как минимум, о трех ее аспектах. Во-первых, формирование надежной системы защиты интеллектуальных услуг как особых продуктов, генерируемых «коллективным мозгом» (а нередко – и индивидуальным), аккумулирующих разнообразные научные, технические и обыденные знания работников, оказывающих такие услуги, а также их интеллектуальную собственность, накопленный опыт, информацию, позитивный имидж и др. Проблема обеспечения такой защиты, как справедливо отмечает Е. Мидлер, заключается в том, что разработка правовых норм и механизмов охраны интеллектуальной собственности происходит в условиях полной неопределенности субъектно-объектных отношений, а закрепленные в Гражданском кодексе (ГК) правовые нормы представляются мерой паллиативной. В итоге такие режимы прав собственности, как патентное и авторское право, доказавшие свою жизнеспособность в развитых странах, в условиях российской экономики оказываются деформированными [10, с.108]. Это, несомненно, затрудняет создание соответствующего правового поля, адаптированного для системы интеллектуальных услуг. Однако необходимость решения означенной проблемы очевидна.

Во-вторых, высока значимость создания в России гибкой системы продаж сложных интеллектуальных услуг, в частности, индивидуальных, обеспечивающих не только «прозрачные условия» их оказания, но и возможность формирования цен на них в соответствии с законами рынка. Как пишут И. Березин и А. Милехин, «подножку» развитию интеллектуального рынка подставил широко известный федеральный закон о государственных закупках, ФЗ-94. Когда речь идет об оказании относительно простой, стандартизированной услуги, выбор цены контракта как единственного критерия отбора еще, наверное, может быть оправдан. Однако при оказании сложной, знаниеемкой, интеллектуальной услуги ориентация на цену с установкой на ее минимизацию представляется абсурдом [2, с.36].

Применение ФЗ-94 привело к существенному снижению контрактных цен на интеллектуальные услуги в России, и к явному сужению их рынка, ограничению предложений.

Необходимость изменения условий ее государственных закупок в нашей стране подчеркивалась в Послании Президента Федеральному Собранию в декабре 2011 г. Это подтверждает остроту и значимость ускоренного решения данной задачи.

В качестве основного пути ее решения названо принятие федерального закона (взамен ФЗ-94), предусматривающего создание комплексной федеральной контрактной системы. Новые процедуры государственных и муниципальных закупок должны обеспечивать высокое качество исполнения государственного заказа, прозрачность этого процесса, препятствовать формированию многомиллиардных коррупционных схем [10, с.4].

В-третьих, очевидна необходимость поддержки отечественных компаний, оказывающих интеллектуальные услуги, на государственном уровне.

На этапе становления любому новому рынку, особенно знаниеемкому, нужна финансовая подушка, на базе которой формируется фонд его развития. Результатом снижения цен в последние полтора-два года (это одно из последствий ФЗ-94) стало существенное снижение качества интеллектуальных услуг, их упрощение, при предоставлении заказчиком, работниками, не имеющими должной квалификации. Критичность ситуации состоит в том, что государство в период кризиса перестало формировать квалифицированный платежеспособный спрос на интеллектуальные услуги и сделало это в тот самый момент, когда сектору таких услуг очень нужна была государственная поддержка. Государство показывало остальным потенциальным заказчикам: «при приобретении интеллектуальных продуктов надо ориентироваться прежде всего на цену, и она не должна быть высокой». Этот сигнал был воспринят заказчиками из негосударственного сектора, которые также стали использовать тендеры и электронные торги, клю-

чевым критерием выигрыша которых стала минимальная цена. Особенно широко эта практика распространилась в период кризиса – в 2009 и 2010 гг. Следовательно, сфера интеллектуальных услуг лишилась финансового «задела» – средств для развития. Нестандартность и уникальность интеллектуальных услуг стала, к сожалению, дополнительным фактором высокого уровня коррупции в тендерах и распространения схем ухода от налогов, характерных для этого рынка.

Таким образом, сформировавшаяся в 2009-2011 гг. в России институциональная среда и экономические реалии кризиса 2008-2009 гг. явно не способствовали развитию рынка интеллектуальных услуг. Более того, волна наращивания объемов рынка интеллектуальных услуг была вообще сбита, стало очевидно его сокращение. По заключению И. Березина и А. Милехина, ведущих экспертов исследовательского холдинга «Ромир», осуществляющих мониторинг данного рынка, падение спроса на услуги интеллектуального характера предопределило их существенное сокращение.

Так, уменьшение объемов оказываемых услуг во второй половине 2009 г. по отдельным направлениям (архитектурное проектирование, подбор персонала и проч.) составило 75-80% от пиковых значений второй половины 2007 г. В целом же сектор интеллектуальных услуг потерял в 2009 г. от 30 до 40% докризисных объемов, в то время как ВВП по России сократился на 8%, промышленное производство – на 12%, а инвестиции – на 18%. Доля же сектора интеллектуальных услуг в ВВП снизилась с 3 до 2%, то есть в 1,5 раза [2, с. 35].

По имеющимся оценкам, номинальный рост сферы интеллектуальных услуг в 2010 г. составил около 10-15% (в рублях РФ) к 2009 г. В то время как номинальный ВВП вырос на 13% в рублях и на 17% в долларах (по сравнению с 2009 г.). По данным первого полугодия 2011 г., ускорения темпов роста на рынках интеллектуальных услуг вновь не наблюдается [2, с. 36].

Еще одной серьезной проблемой в изучаемой сфере является то, что отдель-

ные сегменты интеллектуального рынка уже, очевидно, находятся под контролем крупных международных игроков, имеющих преимущественно американские корни. Например, из семи ведущих исследовательских маркетинговых агентств шесть – иностранные, которые контролируют около 70% рынка. Значительная доля рынка рекламы обслуживается западными рекламными компаниями, рынок аудита контролируют четыре ведущие западные компании. Другие сегменты могут попасть под иностранный контроль в течение ближайших трех-пяти лет. В частности, речь может идти об архитектурной отрасли, если будет принято решение о применении без адаптации и согласований иностранных

архитектурных проектов в отечественной строительной практике.

Следует отметить, что достоверную информацию о рыночных позициях российских компаний, оказывающих интеллектуальные услуги по полному их кругу, получить не представляется реальным. В этой связи, для дальнейшего решения поставленной исследовательской задачи использованы официальные данные о деятельности наиболее крупных и значимых компаний, оказывающих услуги в сфере информационных технологий (ИТ-услуги). Они выбраны из рейтинга 400 крупнейших компаний РФ за 2010 и 2011 гг., и представлены в табл. 1 [10, с.150-166].

Таблица 1

Рейтинги, объемы продаж и прибыльность наиболее крупных российских компаний, оказывающих услуги в сфере информационных технологий (ИТ-услуги)

Название компании	Место в числе 400 крупнейших компаний России.		Объем реализации услуг, 2010 г.		Темпы прироста в 2010 г. по сравнению с 2009 г., % (оценка в долл. США)
	2010 г.	2011 г.	млрд.руб.	млрд.долл.	
Национальная компьютерная корпорация (НКК)	105	80	69,2	2,3	49,6
Группа компаний «ЛАНИТ»	179	165	35,0	1,1	26,1
ТЕХНОСЕРВ	208	203	28,4	0,9	20,7
Группа компаний IBS	300	280	19,8	0,6	27,7
«Энвижн Груп»	312	296	18,9	0,6	68,8
Группа компаний R-Style	270	301	18,8	0,6	4,6
«Компьютер-линк-Групп»	384	365	13,8	0,4	23,7
«Ай-Теко»	390	391	12,5	0,4	17,5

Анализ приведенных данных дает основание для следующих выводов. Во-первых, российские ИТ-компании не отличаются внушительными размерами: восемь из них, признанные ведущими по объему реализации ИТ-услуг, в 2010 г. занимали от 105 до 390 места в числе 400 крупнейших российских рыночных игроков (из разных сфер экономики). Самая же большая национальная компьютерная корпорация (НКК) была на 105 позиции в 2010 г. и на 80 – в 2011 г. В американской же, и тем более японской и южнокорейской экономиках, крупнейшие ИТ-компании занимают места в первой десятке.

Во-вторых, динамика развития анализируемых компаний положительна. В 2011 г. ситуация даже несколько улучшилась, большая часть из них поднялась вверх (от 5 до 25 позиций). Это не относится к компаниям «Ай-Теко» и группе компаний R-Style, которые несколько снизили свой рейтинг. Однако и они, как и другие ИТ-фирмы, имели темп прироста объемов реализации по сравнению с 2009 г. высокий, оцениваемый от 5 до 68%.

Эти тенденции представляются обнадеживающими. Ибо именно активность ИТ-компаний способна оказать серьезное влияние на объем инноваций и привлече-

ние инвестиций в знаниеемкие отрасли России, осуществление модернизации всей экономики. Однако данные компании не относятся к числу тех, кто сосредоточен только на оказании интеллектуальных услуг. Ибо они, кроме оказания услуг, осуществляют в больших объемах куплю-продажу электроники и продуктов программного обеспечения, их разработку, продвижение на рынок и т.д.

С фирмами, действующими только в сфере оказания интеллектуальных услуг, ситуация иная. Значительная часть из них вообще вытолкнута с российского рынка иностранными компаниями (чаще всего их дочерними структурами), что предопределило банкротство или реформирование ранее активных компаний.

Вследствие этого ребрендинг, рекламные кампании и прочее для наших крупнейших корпораций, как правило, проводят иностранные компании. Зачастую это происходит даже в отраслях, подпадающих под действие закона о гостайне. Давно и безуспешно обсуждается вопрос о закреплении приоритета использования и учета в тендерах данных именно национальных, а не зарубежных рейтинговых агентств. Очевидно, что бесконтрольная передача рынка интеллектуальных услуг иностранным компаниям не только недальновидна, но и небезопасна для российской экономики. Кроме того, зарубежные игроки даже в самом лучшем случае не заинтересованы в качественном развитии рынка, делая акцент на стандартизированных сетевых услугах, а индивидуализированные услуги зачастую оказываются невостребованными.

Таким образом, рынок интеллектуальных услуг нашей страны – один из перспективных и значимых. Он охватывает многие инновационные, финансовые, дизайнские и др. услуги, что соответствует тенденциям глобального развития и подтверждает ускоренное расширение инвестиционной, технико-технологической, информационной сфер. Услуговой сектор российской экономики – самый знаниеемкий, выступающий генератором, и одновременно – активным потребителем инно-

ваций по большому числу направлений. В России, при относительно высоких темпах роста, по некоторым блокам (например, IT-услуги), в целом рынок интеллектуальных услуг находится в состоянии стагнации. В значительной степени это предопределено явно не благоприятствующей деятельности отечественных компаний институциональной средой.

В отраслевых и региональных сегментах данного рынка имеется очевидная специфика. Территориальные особенности развития сферы интеллектуальных услуг достаточно четко прослеживаются, например, в южнороссийских регионах.

Южнороссийские регионы в современных условиях следуют в рамках общей направленности развития российской экономики, в частности, решения задач преодоления сырьевой ориентированности, понижения чувствительности к нестабильной конъюнктуре сырьевых рынков (хотя доля сырьевых отраслей здесь невелика). Связывают свое будущее они с ускоренным развитием оптовой и розничной торговли, созданием соответствующей им многообразной инфраструктуры логистических сетей, с традиционной ориентацией на активизацию структур АПК, пищевой и химической промышленности. Также важны производство строительных материалов и сооружение современных транспортных модулей и коридоров, разнообразных развязок, магистралей и т.д. Последнее направление в значительной мере предопределено формированием модульных туристического и транспортного кластеров, массивным строительством олимпийских объектов в Краснодарском крае, развитием связанных с этим отраслей и сфер всей территории Юга России и за его пределами [9, с.10-12].

Практически все из перечисленных территориально-отраслевых комплексов – реальные или потенциальные потребители интеллектуальных услуг. Это совершенно необходимо для решения задач повышения компетенций компаний в ключевых отраслях, привлечения прямых инвестиций (ПИ) – отечественных и иностранных, а также наилучшего использования богатейших

природных (в первую очередь – почвенно-климатических) ресурсов, развития малого, среднего бизнеса и т.д.

Для южнороссийского рынка интеллектуальных услуг характерны многие ранее изложенные «болевы точки», сдерживающие его развитие в масштабах страны. К ним добавляются «местные» проблемы, наличие которых обусловлено как периферийным положением территории (относительно Центра), так и весьма специфическими, отражающими «южнороссийские» условия и традиции, особенностями экономики.

К числу первых правомерно отнести не столь активную, как, например, в Москве, Санкт-Петербурге, и др. городах «Центра» грантовую поддержку компаний, оказывающих интеллектуальные услуги, отсутствие в региональных законодательствах и подзаконных актах адекватных форм регулирования их деятельности. К этому следует добавить слабость механизмов привлечения инвестиций в проекты по созданию целевых инновационных обслуживающих центров, явную нехватку высококвалифицированных кадров, обладающих необходимыми компетенциями и опытом оказания услуг интеллектуального характера.

В числе «проблемных зон», сформировавшихся в рассматриваемом контексте в экономике Юга России, – недостаточная востребованность такого рода услуг (до последнего времени) вследствие относительно высокой доли сельского населения (43,2%, при 26,9% по России) в сознании и традициях которого довлеет сельский уклад жизни. Кроме того, ориентированность значительного числа товаропроизводителей (особенно в республиках Северного Кавказа) на аграрный рынок, производство продукции сельскохозяйственного происхождения, а также изготовление изделий в виде вязаной одежды, самодельной обуви, приготовленного в домашних условиях сыра, вяленого мяса и др. продукции, характерной для сферы этноэкономики, т.е. в первичном секторе экономики, характеризующемся низкой востребованностью услуг интеллектуального ха-

рактера.

В том же ключе следует рассматривать и относительно низкие места большей части южнороссийских регионов в общероссийском рейтинге, предопределяемые невысокими показателями социально-экономического развития. Так, по уровню безработицы из семи регионов Северо-Кавказского федерального округа шесть находятся на 70-м месте и ниже (из 83 субъектов РФ). По объему валового регионального продукта на душу населения эти же регионы занимают от 71 места и ниже. Подобная ситуация складывается и по таким показателям, как «объем отгруженных товаров, выполненных работ и услуг в обрабатывающих сферах», «инвестиции в основной капитал на душу населения», «число персональных компьютеров на 100 работников» и др. [1, с.34-35].

Достаточно четкий индикатор востребованности интеллектуальных услуг – объем инновационных товаров и работ, выполняемых в регионе (V). Этот показатель, хотя и косвенно, свидетельствует об инновационности экономики региона, генерировании и трансфере инноваций, сопровождаемых, как правило, интеллектуальными услугами. Если рассматривать долю инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг (D), то в целом по Югу России в 2010 г. она была близка показателям по России – 7,0%. Однако данные по регионам Южного и Северо-Кавказского федеральных округов сильно разнятся, о чем свидетельствуют данные табл. 2 [12, с.816].

Такие республики, как Ингушетия и Северная Осетия-Алания имели в 2010 г. показатели на уровне 0,1-1,8%. В то время как Ставропольский край отчитывался за 9,1%, Карачаево-Черкесская Республика – 12,0%, Волгоградская область – 13,5%, а Чеченская Республика – 13,6%. Приведенные данные дают основание для вывода относительно того, что реально уровень инновационности экономики Юга России остается невысоким. Кроме двух названных ранее республик – Ингушетии и Северной Осетии-Алании, доля инновацион-

ной продукции, правдиво показываемая, например, Краснодарским краем и Ростовской областью – 4,2 и 4,8%, соответственно, явно низка. А высокие показатели по

Ставропольскому краю, КЧР, Волгоградской области и Чечне позволяют усомниться в правильности отчета.

Таблица 2

Объемы инновационных товаров, работ, услуг в регионах Южного и Северо-Кавказского округов в 2000-2010 гг.

Округа, регионы	2000 г.		2005 г.		2010 г.	
	V, млн. руб.	D, %	V, млн. руб.	D, %	V, млн. руб.	D, %
Южный федеральный округ	3515,3	2,4	17486,2	3,2	86558,4	6,5
Республика Адыгея	12,7	0,6	11,3	0,3	1062,9	9,0
Республика Калмыкия	-	-	-	-	-	-
Краснодарский край	1004,7	3,0	1349,8	1,0	5033,8	4,2
Астраханская область	1,9	0,0	408,9	1,1	1682,3	3,1
Волгоградская область	1804	3,7	9626,7	4,5	59594,3	13,5
Ростовская область	692,0	1,5	6089,5	3,9	19185,0	4,8
Северо-Кавказский федеральный округ	196,7	0,6	2181,5	2,0	27682,6	8,5
Республика Дагестан	17,8	2,8	171,5	2,4	1542,1	5,9
Республика Ингушетия	-	-	-	-	0,7	0,1
Кабардино-Балкарская Республика	4,3	0,1	294,7	3,1	2070,1	7,4
Карачаево-Черкесская Республика	0,9	0,0	35,9	0,5	2766,3	12,0
Республика Северная Осетия-Алания	-	-	12,7	0,1	344,3	1,8
Чеченская Республика	-	-	-	-	1064,6	13,6
Ставропольский край	173,7	0,7	1666,7	2,3	19894,6	9,1

Как и по России в целом, по южнороссийским регионам отсутствуют данные о наличии достоверной информации относительно развития всех (или большей части) секторов рынка интеллектуальных услуг. Однако одно из исследований, результаты которого опубликованы в региональном деловом журнале «Эксперт-Юг», вызывает доверие (по критериям его достоверности и профессионализма).

Исследование выполнено по ряду консалтинговых компаний, действующих практически во всех регионах Юга России в 2010 г. Весьма ценно то, что представлены игроки консалтингового рынка, оказывающие разнообразные услуги: оценочная деятельность, экспертиза, обучение, услуги по сопровождению сделок купли – продажи бизнеса, консалтинг в области маркетинга, PR и др.

Основные результаты деятельности анализируемых компаний свидетельствуют

о формировании следующих тенденций в данном секторе рынка интеллектуальных услуг Юга России. Первая – большая часть из представленных компаний (50% от общего числа) работает на рынке достаточно давно, еще с 90-х годов, (т.е. более десяти и даже пятнадцати лет). Это подтверждает востребованность такого рода услуг. Во время кризиса 2008 г. многие клиенты компаний в целях минимизации издержек отказывались от услуг сторонних консультантов и своими силами пытались решать задачи, ранее передаваемые на аутсорсинг. В этот период спрос на консалтинг упал, но при этом были заложены пока еще с трудом измеряемые заделы на исправление ошибок, допущенных самими компаниями – заказчиками в процессе такой самостоятельной работы [7, с. 22].

Вторая тенденция – ряд компаний-консультантов, не выдержав конкуренции и резкого снижения своих доходов из-за сужения «поля» обслуживания вследствие

кризисной ситуации в экономике в 2009 г. либо разорились, либо сменили вид деятельности. Однако более 80% участников рынка продолжают ее в 2010-2011 гг. Одним фирмам за 2010 г. удалось показать высокий ее уровень – например, выручка от оказания консалтинговых услуг у краснодарской компании «Аудит БЕЗ границ» увеличилась более чем на 50%, у АКГ «Ваш СоветникЪ» – почти на 50%, у таганрогской фирмы «АУДИТ-БЮРО» – на 38%. Лидеру рейтинга, консалтинговой группе «А-КОСТА», удалось заработать почти 67 млн. руб., что на 22,3% больше, чем в 2009 г. У других компаний, наоборот, произошло падение выручки на сопоставимом уровне – если посмотреть на доходы всех участников рейтинга, то, как минимум, у девяти компаний они снизились, причем на их долю приходится около 30% совокупной выручки. Однако все компании, «выжившие» в кризис, имеют далеко идущие планы на перспективу.

Третья тенденция – если рассматривать территориальное размещение консалтинговых компаний в регионах Юга, то в общем списке значатся организации, работающие во всех краях, областях и республиках. Наибольшая их концентрация (и большие размеров фирм) отмечаются в Краснодарском крае, Ростовской и Волгоградской областях, что может быть реальным свидетельством востребованности интеллектуальных услуг в быстро растущей экономике данных регионов.

Подводя итог комментируемому исследованию [7 с.22-24], правомерно заключение: консалтинговые компании, несмотря на некоторый спад активности в период кризиса, успешно его пережили и наращивают темпы роста объемов своей деятельности, диверсифицируют ее, осваивают инновационные технологии. Распространяя данный вывод на работу всех компаний, специализирующихся на оказании интеллектуальных услуг, правомерно утверждение: поле их деятельности весьма велико. Об этом свидетельствует рост удельного веса экономики Юга России в масштабах страны: очевидное улучшение позиций в 2010 г. по сравнению даже с

2008 г. («докризисным») годом. Это подтверждает некоторое увеличение объемов производства промышленной продукции, рост оборота розничной торговли, инвестиций в основной капитал, ввод в действие жилых домов [1, с.13].

Высокий потенциал роста востребованности интеллектуальных услуг подтверждает впечатляющее число инвестпроектов, включенных в Каталог инвестиционных проектов развития реального сектора экономики и социальной сферы Южного федерального округа. Их число по регионам составляет:

Республика Адыгея – 12;
Республика Калмыкия – 15;
Краснодарский край – 60;
Астраханская область – 24;
Волгоградская область – 43;
Ростовская область – 53 [3, с.33].

Всего в Каталог включены 207 проектов, из которых 71 планируется завершить не позже 2014 г. Столь мощная заявка на привлечение инвестиций в экономику Юга России, сопровождаемая реальным созданием сети индустриальных парков (только в Ростовской области уже действует 6 таких парков), технологических платформ, инновационных центров, бизнес-инкубаторов и других принципиально новых в организационном, технико-технологическом и информационном плане структур свидетельствует о переходе социально-экономических комплексов южнороссийских регионов на качественно новый уровень. Очевидна утрата ими устоявшегося имиджа «золотой нивы» и «золотого руна» России, и обретение статуса «интеллектуальная нива» и «точка роста инноваций» Юга нашей страны.

Таким образом, проведенное исследование позволяет резюмировать его следующими выводами. Во-первых, ориентация экономики России на инновационную модель развития предполагает организованный, систематический, постоянный поиск новых возможностей и ценностей, технологий и систем управления нововведениями. Это дает основание для взрывного роста рынка интеллектуальных услуг, широких перспектив для инноваций на благо-

словенных российских землях, преодоления существующих пока сдерживающих их ограничений институционального, экономического, кадрового и другого характера.

Во-вторых, оказание интеллектуальных услуг обусловило появление в нашей стране развитой сети информационно-вычислительных комплексов, современных информационных и телекоммуникационных технологий, реализуемых посредством разнообразных Интернет-сервисов. Это предопределено инновационным, диверсифицированным характером интеллектуальных услуг, к которым относятся: консалтинг (по всем его направлениям), оценочную деятельность, обслуживание в сфере маркетинга и рекламы, дизайн, услуги в области подбора и управления персоналом, IT-обслуживание, инжиниринг, аудит, услуги в области управления недвижимостью, финансовое посредничество и юридические услуги.

В-третьих, для продвижения интеллектуальных услуг в российские регионы необходимо не только формирование соответствующей институциональной среды, но и повышение мотивации создания на периферии инновационных бизнесов, утверждение надежной системы защиты интеллектуальных услуг как особых продуктов, аккумулирующих разнообразные научные, технические и обыденные знания работников, оказывающих такие услуги, а также их накопленный опыт, информацию, позитивный имидж и др. Это предполагает разработку правовых норм и механизмов охраны интеллектуальной собственности, соблюдение режима патентного и авторского права, контроль за осуществлением государственных и муниципальных закупок, задачей которых является обеспечение высокого качества исполнения государственного заказа.

В-четвёртых, очевидна необходимость поддержки региональных компаний, оказывающих интеллектуальные услуги, на государственном уровне. Ибо на этапе становления любому новому рынку, особенно знаниеемкому, нужна финансовая

подушка, на базе которой формируется фонд его развития, создаются творческие заделы, обеспечиваются взаимодействия, привлекаются инвестиции.

Литература

1. Атлас социально-экономического развития Юга России / под. ред. А.Г. Дружинина. – М.: Вузовская книга, 2011. – 144с.
2. Березин И. Модернизация без интеллекта / И. Березин, А. Милехин // Эксперт. – 2011. – №43 (776). – С.35-36.
3. Инвестиционный атлас Регионов Юга России. – Ростов-на-Дону, 2011. – С.6-230.
4. Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / А. Сетиаван, Ф. Котлер, Х. Картаджайя. – М.: Эксмо, 2011. – 240 с.
5. Мидлер Е.А. Генерирование и трансфер инноваций в системе формирования новой экономики / Е.А. Мидлер. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ТЮФУ АПСН, 2010. – С.108.
6. Мильнер Б.З. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление / Б.З. Мильнер, Т.М. Орлова. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 288 с.
7. По данным: Барсукова А., Коврыжко В. Еще год продержаться // Эксперт-Юг. – 2011. – №30-32. – С.22-25.
8. По данным опросов НИУ-ВШЭ и «Ромир» // Эксперт. – 2011. – №43 (776). – С.36.
9. По данным: Эксперт-Юг. – 2011. – №16 (155). – С.10-14.
10. Послание президента Федеральному Собранию // Российская газета. 2011. – №290 (5666). – С.4
11. Регионы России Социально-экономические показатели. 2009: стат. сб. – М.: Росстат, 2009. – 990 с.
12. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: стат. сб. – М.: Росстат, 2011. – 990 с.
13. Шохин А. Итоги / А. Шохин // Российская бизнес-газета. – 2011. – №46 (828). – С.9.

Статья поступила в редакцию 11.04.2013