

Сектор

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

перспективы развития

И

СЦЕНАРНЫЙ АНАЛИЗ



М.Е. Дорошенко, А.Б. Сулов

В предыдущей публикации¹ мы рассматривали текущее состояние сектора интеллектуальных услуг и очертили контуры его будущего развития. Новые обследования, проведенные Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) ГУ-ВШЭ в 2007 г.², позволили сформировать более развернутую картину этих перспектив.

¹ См. [Дорошенко, 2007].

² Исследование выполнено с участием компании РОМИР Холдинг и включало качественный и количественный этапы. На первом этапе проведены углубленные опросы 60 экспертов – представителей первой двадцатки компаний в каждом сегменте. В ходе количественного этапа опрошены 650 организаций – производителей интеллектуальных услуг, а также потребители интеллектуальных услуг, включая 235 компаний – лидеров 18 отраслей российской экономики и 2100 домохозяйств.

Завершившееся недавно первое в российской практике специализированное масштабное исследование сектора интеллектуальных услуг охватило 10 его сегментов:

- Услуги в области рекламы
- Услуги в области маркетинга
- Услуги в области ИКТ
- Услуги в области аудита
- Услуги по подбору персонала
- Инжиниринговые услуги
- Юридические услуги
- Услуги в области дизайна
- Риэлторские услуги
- Услуги в области финансов и доверительного управления.

Важным аспектом работы стало изучение перспектив развития интеллектуальных услуг в России. Это актуально, поскольку сектору интеллектуальных услуг, вероятно, предстоит вскоре занять ведущее место в мировой экономике.

Изучение перспектив развития любого объекта предполагает в первую очередь ответ на вопрос о временном горизонте исследования. С этой целью производителей интеллектуальных услуг опрашивали, существует ли в компаниях сектора стратегическое планирование и если да, то каков его горизонт.

К сожалению, стратегии в секторе интеллектуальных услуг ввиду высокой неопределенности среды развития бизнеса оказались довольно краткосрочными. Практически никто из участников рынков интеллектуальных услуг, включая крупные компании, не составляет формализованных планов развития на пять лет и более. Немногие имеют планы на два-три года. Большинство ограничиваются бюджетом на следующий год (табл. 1).

Экономику, в зависимости от доли занятых в соответствующем секторе, принято делить на:

- «аграрную» (более половины всех работающих заняты в сельском хозяйстве);
- «индустриальную» (более половины всех работников заняты в промышленности);
- «постиндустриальную», ее также можно назвать «сервисной» (более половины всех работающих заняты в сфере услуг).

Однако уже в третьей четверти XX в. ученые стали выдвигать идеи об основанных на знаниях экономиках будущего – «интеллектуальных». Впервые термин «экономика знаний», или «экономика, основанная на знаниях», ввел в 1962 г. Фриц Махлуп в своей книге «Производство знаний в США» [Machlup, 1962]; с тех пор это словосочетание прочно укоренилось в научном обороте.

В начале XXI в. «интеллектуальная» экономика стала приобретать реальные черты в наиболее экономически «продвинутых» странах мира. К середине века, по-видимому, только такие экономики и будут считаться «развитыми» и «современными». А «сервисная» экономика станет таким же признаком экономической отсталости, как «аграрная» в начале XX в. и «индустриальная» в конце того же столетия.

Как видим, четверть респондентов вообще не имеет стратегии, почти 20% даже не задумывались над этим вопросом. У тех, кто располагает стратегическими планами, горизонт планирования в среднем не превышает полутора лет. Далее перспективы воспринимаются как слишком неопределенные³.

Табл. 1. Временной горизонт стратегического планирования компаний сектора интеллектуальных услуг (доля компаний, %)

Горизонт планирования	Сегмент рынка интеллектуальных услуг										Средневзвешенное значение по сектору
	Реклама	Маркетинговые услуги	ИКТ-услуги	Аудит	Подбор персонала	Инжиниринг	Юридические услуги	Дизайн	Риэлторские услуги	Финансовые услуги	
Нет	27.7	30.0	31.4	41.4	27.4	8.2	23.4	16.1	28.2	11.4	24.5
До полугода	9.2	5.7	18.6	10.3	8.1	24.6	20.3	12.9	11.3	15.7	13.6
До года	29.2	25.7	27.1	15.5	17.7	23.0	21.9	29.0	31.0	24.3	24.7
До полутора лет	9.2	4.3	2.9	0.0	3.2	4.9	3.1	6.5	4.2	4.3	4.3
До двух лет	3.1	1.4	4.3	1.7	11.3	11.5	7.8	6.5	5.6	1.4	5.4
До трех лет	3.1	4.3	1.4	1.7	4.8	9.8	3.1	3.2	7.0	1.4	4.0
Более трех лет	1.5	4.3	5.7	6.9	3.2	8.2	6.3	1.6	2.8	12.9	5.4
Затрудняюсь ответить	16.9	24.3	8.6	22.4	24.2	9.8	14.1	24.2	9.9	28.6	18.2

³ Неопределенность здесь понимается в классической трактовке. Такая неопределенность предполагает возможность возникновения в будущем нескольких альтернативных «состояний мира» (states of world), причем исследователь не знает точно, какое именно состояние наступит, а может только прогнозировать вероятность наступления каждого из них.

Среди факторов, по которым оценивается горизонт неопределенности, наиболее значимым остается инфляция. Как справедливо отметил один из экспертов на качественном этапе нашего исследования, «горизонт тактического планирования – это период, когда основные цены меняются (растут) не более чем на 10%, стратегического – не более чем на 40%... вот и получается, что у нас тактический горизонт – от силы год, стратегический – два... а у “буржуев” тактический – 3-4 года, стратегический – 10-15 лет...».

Методика сценарного анализа перспектив развития сектора интеллектуальных услуг

В условиях высокой неопределенности и быстрых изменений внешней среды описывать ожидаемые даже в недалеком будущем события с опорой на единственный вероятностный прогноз было бы неправильно. При нестабильном окружении существует множество возможных вариантов будущего. В подобной ситуации более надежным инструментом является сценарный анализ. Его смысл состоит в конструировании различных вариантов перспектив развития и базируется на предположениях о динамике наиболее значимых детерминант будущего – так называемых сценарных факторов.

Выбор сценарных факторов определяется объектом и задачами исследования. Поэтому успешность сценарного прогноза во многом зависит от определения границ и установления фокуса сценариев.

Разумеется, как в настоящем, так и в будущем можно отметить множество характеристик сектора интеллектуальных услуг, которые могут быть подвергнуты анализу и сравнению. Среди них надлежит выделить те, которые носят ключевой характер для данного исследования. Совокупности различных их состояний и будут считаться «состояниями мира» для сектора в целом.

Алгоритм формирования сценарных условий может различаться в зависимости от целей исследования. Для изучения перспектив развития сектора интеллектуальных услуг наиболее целесообразным и компактным признан трехшаговый алгоритм.

Шаг I → Определение сценарных факторов

Понимание основных «движущих сил» (драйверов) сектора интеллектуальных услуг дает возможность более точно и аргументированно прогнозировать его будущее состояние.

Прежде всего, как и в любом экономическом исследовании, были выделены эндогенные (внутренние) и экзогенные (внешние) факторы.

К внутренним факторам сценарного прогноза относятся те, которые являются результатом при-

нятия решений самими акторами сектора (производителями интеллектуальных услуг)⁴, т.е. те драйверы рынка, что подвержены влиянию субъектов микроуровня и потому могут быть в достаточной степени предсказуемы и управляемы.

Экзогенные факторы генерируются внешней для рынка средой. Важно понять, какое влияние (положительное или отрицательное) оказывают эти факторы, насколько сильно их влияние, действуют ли они независимо или взаимодействуют, можно ли с уверенностью прогнозировать их будущее состояние.

Далее, экзогенные факторы имеет смысл разделить на факторы ближней и дальней внешней среды. Это полезно с точки зрения последующего анализа силы воздействия факторов, а также сопряженных с ними рисков и неопределенности.

Для сектора интеллектуальных услуг **ближней внешней средой** является та среда, которая непосредственно воздействует на рынок. В первую очередь это нацеленное именно на указанный сектор государственное регулирование. Ввиду того что рынок интеллектуальных услуг находится в процессе становления, тренды ближней среды в настоящее время проследить нелегко вследствие нехватки количественной информации и отсутствия специфической политики в данном секторе.

Дальней средой, соответственно, следует считать макроэкономическую среду. В ней происходят важные для сектора события, однако они не нацелены на формирование рыночной среды в конкретном секторе, а имеют общероссийский масштаб. Как ни странно, такие факторы обычно отличаются большей предсказуемостью, нежели рыночные, поскольку во многом задаются государственной экономической политикой, направленность которой по крайней мере декларирована.

Группировки сценарных факторов схематически представлены на рис. 1.

При исследовании сектора интеллектуальных услуг перечень основных сценарных факторов был составлен по итогам углубленных интервью с экспертами. Аналитические группировки факторов

Рис. 1. Аналитические группировки сценарных факторов



⁴ В ходе массового опроса респондентам предлагалось оценить степень влияния каждого из факторов по следующей шкале: -2 – отрицательно влияет; -1 – скорее отрицательно влияет; 0 – никак не влияет; +1 – скорее положительно влияет; +2 – положительно влияет.

Табл. 2. Состав и аналитические группировки сценарных факторов развития сектора интеллектуальных услуг

Эндогенные факторы	Экзогенные факторы	
	Факторы ближней внешней среды	Факторы дальней внешней среды
Усилия самих ведущих участников рынка по повышению прозрачности, понятности, измеримости (эффективности) своих рынков Доверие потенциальных клиентов к производителям услуг Неспособность заказчиков использовать результаты оказанных услуг Информационная прозрачность потенциальных клиентов Информированность потребителей о производителях услуг	Административные сложности, создаваемые государственными организациями Состояние нормативно-правовой базы Поддержка со стороны государства Развитие инфраструктуры рынка Доступная стоимость привлеченных средств Приход на российский рынок крупных западных компаний потребительского сектора в качестве заказчиков Отсутствие потребности в услугах Развитие собственных отделов на предприятиях	Экономический рост в стране Рост доходов населения Уровень платежеспособности российских предприятий Государственное регулирование Коррупция

выполнены в ходе реализации второго этапа сценарного планирования (табл. 2).

Шаг II Ранжирование сценарных факторов по значимости и степени неопределенности

Ранжирование всех факторов, полученных на первом шаге, проводилось по двум критериям:

- важность каждого фактора для развития сектора интеллектуальных услуг (как положительное его влияние, так и отрицательное);
- степень неопределенности, присущая каждому фактору в выбранном сценарном периоде.

Рассмотрим вначале первый критерий. Определение значимости выделенных факторов производилось самими акторами рынка. Средневзвешенные оценки по отдельным видам услуг и по сектору в целом представлены в табл. 3. Эти данные свидетельствуют, что самый сильный положительный импульс исходит от таких факторов, как (по мере убывания значимости):

- экономический рост в стране;
- рост доходов населения;
- доверие потенциальных клиентов к производителям услуг;
- информированность потребителей о производителях услуг;
- развитие инфраструктуры рынка;
- уровень платежеспособности российских предприятий;
- усилия самих ведущих участников рынка по повышению прозрачности, понятности, измеримости (эффективности) своих рынков.

Отрицательное же влияние на динамику рынков интеллектуальных услуг, как ожидают респонденты, окажут (по мере убывания значимости):

- отсутствие потребности в услугах;
- коррупция;
- административные сложности, создаваемые государственными организациями;
- неспособность потенциальных клиентов использовать результаты оказанных услуг.

Отметим, что сильную отрицательную роль в развитии рынка интеллектуальных услуг играет

отсутствие потребности в услугах. Негативное воздействие остальных факторов (по отдельности) не столь явно.

Незначительную роль играют:

- состояние нормативно-правовой базы;
- государственное регулирование;
- развитие собственных служб на предприятиях.

Как показано в табл. 3, отрицательное влияние на развитие всего рынка интеллектуальных услуг оказывают только четыре фактора, остальные имеют позитивный, хотя и не всегда существенный эффект. В целом примечательно еще и то, что респонденты, принадлежащие к различным сегментам рынка, единодушны в оценке направленности влияния каждого фактора.

Теперь рассмотрим сценарные факторы в свете второго критерия – степени неопределенности. Заметим, что неопределенность по-прежнему трактуется в классическом смысле: она касается не оказываемого фактором влияния, а вероятности изменения самого фактора.

Неопределенность, конечно, нельзя измерить непосредственно, о ней можно судить лишь по косвенным признакам. По данной причине анализ степени неопределенности, ассоциирующейся с различными факторами, был выполнен на базе экспертных суждений. Затем факторы были ранжированы по уровню неопределенности (0 – отсутствие неопределенности, т.е. полная определенность, 10 – полная неопределенность).

Полученные указанным способом количественные оценки значимости и неопределенности каждого фактора были нанесены на соответствующую координатную плоскость (рис. 2).

Шаг III Выделение базовых сценарных условий

Представленная на рис. 2 диаграмма дает хорошую основу для отбора базовых сценарных факторов из общего их перечня.

Прежде всего, для сценарного анализа не подходят факторы с высоким уровнем определенности (низкой неопределенностью). Очевидно, что сценарии не могут различаться по предопределенным

Рис. 2. Сценарные факторы развития сектора интеллектуальных услуг, ранжированные по степени значимости



факторам, так как во всех «состояниях мира» такие факторы действуют одинаково.

Из диаграммы видно, что в число определенных попали практически все факторы, которые так или иначе связаны с влиянием государства и его аппарата, как положительным, так и отрицательным. Это представляется обоснованным, если вспомнить об ограниченном горизонте планирования субъектов сектора интеллектуальных услуг. Действительно, в течение года-полутора взаимоотношения государства и бизнеса можно считать определенными: вряд ли за такой короткий срок удастся существенно снизить коррупцию и административные барьеры, разработать и принять радикальные изменения нормативно-правовой базы или заметно пересмотреть политику в области регулирования.

На этом основании обведенная овалом группа факторов считается одинаковой для всех сценариев и потому входит в рамки предположения «при прочих равных условиях». Таким образом, сценарии формируются исходя из допущения устойчивости институтов взаимоотношений бизнеса и государства на сценарный период.

Далее следуют те группы факторов, которые теоретически можно было бы включить в сценарный анализ, но в данном случае делать это нецелесообразно.

Прежде всего речь идет о факторах, которые сами рыночные субъекты признают малозначимыми (эти факторы обведены серой пунктирной линией). К ним относятся внутреннее производство субститутов услуг и адаптационная способность потребителей.

Первое было названо не важным, как представляется, благодаря выявленному в ходе исследования

«разделению труда» между внутренними подразделениями и внешними исполнителями: потребители интеллектуальных услуг более рутинную, шаблонную, не требующую креативных решений деятельность поручают собственным подразделениям, а решения нестандартных задач отдают на аутсорсинг внешним организациям. Это вызвано в первую очередь нехваткой и «дороговизной» квалифицированных кадров: дешевле «арендовать» их у внешнего исполнителя, нежели оплачивать и обучать собственные. Для репликации же стандартных решений можно подобрать менее продвинутый и, соответственно, менее дорогостоящий персонал.

Второй фактор – способность потребителей к адаптации услуг, – видимо, имеет невысокую значимость вследствие заметной пока еще доли типовых услуг (в среднем по сектору доля стандартизированных услуг составляет 47%), с восприятием которых проблем значительно меньше, чем в случае нестандартных услуг.

Сказанное, безусловно, не означает, что указанные факторы будут оставаться второстепенными всегда. Но в пределах сегодняшнего горизонта планирования они не оказывают существенного влияния на развитие сектора интеллектуальных услуг и могут быть исключены из рассмотрения.

Другая группа факторов, которая гипотетически могла бы лечь в основу разработки сценариев, но в нашем исследовании не использовалась, – факторы, сопряженные с очень высокой степенью неопределенности (обведены на рисунке черной штриховой линией). Первый касается прихода на российские рынки интеллектуальных услуг зарубежных потребителей, второй – доступности заемных финансовых ресурсов.

Табл. 3. Сценарные факторы развития сектора интеллектуальных услуг, ранжированные по степени значимости

Факторы	Сегмент рынка интеллектуальных услуг										
	Аудит	Риэлторские услуги	Дизайн	Юридические услуги	Инжиниринг	Подбор персонала	ИКТ-услуги	Маркетинговые услуги	Реклама	Финансовые услуги	Средневзвешенное значение
Отсутствие потребности в услугах	-1.03	-1.3	-1.12	-0.73	-1.05	-1.26	-0.91	-1.46	-1.15	-1.22	-1.13
Коррупция	-0.68	-0.72	-0.79	-0.81	-1.11	-0.68	-0.72	-0.63	-1.01	-1.47	-0.86
Административные сложности, создаваемые государственными организациями	-0.02	-0.94	-0.88	0.04	-0.82	-0.72	-0.33	-0.93	-1.1	-0.58	-0.64
Неспособность потенциальных клиентов использовать результаты оказанных услуг	-0.28	-0.63	-0.82	-0.18	-0.77	-1	-0.28	-0.78	-0.64	-0.73	-0.62
Состояние нормативно-правовой базы	0.78	0.19	-0.05	0.87	0.27	0.11	0.37	0.21	-0.01	0.14	0.28
Государственное регулирование	0.64	0.35	0.05	0.69	0.33	0.36	0.28	0.32	0	0.69	0.37
Развитие собственных служб на предприятиях*	0.12	0.55	0.4	0.79	0.78	0.13	0.59	0.63	0.06	0.48	0.45
Поддержка со стороны государства	0.9	0.63	0.58	0.79	0.45	0.43	0.67	0.74	0.77	1.24	0.72
Доступная стоимость привлеченных средств	0.82	0.91	0.88	0.57	1	0.79	0.66	1.11	1.08	1.1	0.9
Информационная прозрачность потенциальных клиентов	1	0.78	0.69	0.75	0.93	1	0.77	1.1	0.77	1.39	0.92
Приход на российский рынок крупных западных компаний потребительского сектора в качестве заказчиков	0.94	0.87	0.66	0.53	0.89	1.37	1	1.1	1.18	1.09	0.96
Усилия самих ведущих участников рынка по повышению прозрачности, понятности, измеримости (эффективности) своих рынков	1.15	1.24	0.81	0.87	1	1.5	1.03	1.16	0.98	1.59	1.13
Уровень платежеспособности российских предприятий	1.1	1.29	0.83	1.33	0.93	1.3	1.14	1.2	1.28	1.33	1.17
Развитие инфраструктуры рынка	1.35	1.16	1.06	1.15	1.07	1.38	1.29	1.4	1.23	1.34	1.24
Информированность потребителей о производителях услуг	1.47	1.51	1.36	1.38	1.27	1.58	1.18	1.49	1.42	1.57	1.42
Рост доходов населения	1.42	1.58	1.46	1.49	1.24	1.4	1.38	1.44	1.45	1.5	1.44
Доверие потенциальных клиентов к производителям услуг	1.4	1.53	1.33	1.38	1.42	1.57	1.4	1.49	1.38	1.53	1.44
Экономический рост в стране	1.51	1.54	1.61	1.6	1.45	1.44	1.67	1.58	1.7	1.53	1.56

* Речь идет о тех подразделениях, которые производят «внутренние субституты» интеллектуальных услуг: бухгалтерии, юридическом отделе, маркетинговой службе, отделе рекламы и т.п.

Примечания

1. При построении таблицы учитывались мнения только тех респондентов, которые дали положительный ответ на соответствующий вопрос.
2. Диапазон изменений средневзвешенного значения совпадает со шкалой, предложенной респондентам.
3. Весом при расчете средневзвешенных величин выступает доля респондентов в каждой группе.

Проблема с включением таких факторов в анализ состоит в том, что, по правилам исследования неопределенности, «состояния мира» должны задаваться по некоему критерию, общему для всех рассматриваемых переменных. Но именно для указанной группы трудно проделать это корректно, поскольку соответствующие сегменты развиваются по законам, мало схожим с закономерностями развития самого сектора интеллектуальных услуг.

Действительно, приход зарубежных потребителей обусловлен детерминантами развития зарубежных рынков (в том числе и рынков интеллектуальных услуг), которые слабо подвержены воздействию даже очень важных для России событий.

Что касается заемных ресурсов, то их доступность определяется сберегательным поведением населения, а также развитостью системы прямого и косвенного финансирования. Заметим также, что финансовый сектор является одним из наиболее жестко регулируемых государством. Нет уверенности, что «состояния мира» для него могут быть зафиксированы с помощью того же набора переменных, что и для сферы интеллектуальных услуг.

Таким образом, вероятность наступления того или иного «состояния мира» в вышеназванных областях не может быть оценена сколько-нибудь достоверно, поскольку критерий выделения «состояний мира», релевантный для четвертичного сектора, вероятнее всего, окажется нерелевантным для рассматриваемых областей.

В результате сохраняется довольно небольшая группа факторов, которые по всем признакам подходят для того, чтобы стать базовыми элементами сценарного прогноза. Они считаются значимыми для развития рынка и имеют умеренную степень неопределенности.

Примечательно, что данная группа расположена на диаграмме довольно тесно. Это объясняется тем, что между блоками факторов имеются причинно-следственные связи. Так, экономический рост может стать причиной увеличения как доходов граждан, так и платежеспособности предприятий (т.е. потребителей интеллектуальных услуг). Улучшение рыночной инфраструктуры и усилия производителей по ослаблению информационных барьеров способствуют повышению прозрачности деятельности акторов рынка, т.е. элиминированию рисков асимметрии информации как потребителей, так и производителей интеллектуальных услуг. Подобное обстоятельство позволяет сделать сценарный прогноз более компактным.

Итак, после ранжирования выявленных на предыдущих этапах сценарных факторов, а также анализа их пригодности для сценарного прогнозирования остается небольшая группа так называемых базовых элементов сценария, или базовых сценарных условий, по состоянию которых и будут различаться «состояния мира» – ситуационные сценарии. Для удобства сведем их воедино (табл. 4).

Сценарии развития сектора интеллектуальных услуг в России

При формировании собственно сценариев прежде всего необходимо выделить так называемые «логические стержни», т.е. альтернативные логики развития каждой разработки. На их основе определяется относительно небольшое число сценариев, существенно различающихся по качественным и количественным характеристикам сферы интеллектуальных услуг в нашей стране.

В процессе исследования значимости факторов, влияющих на развитие сектора интеллектуальных услуг, на первом месте оказался фактор спросоограниченности (отсутствие потребности в услугах). На этом основании он используется как «позвоночник» при формировании «скелета сценариев», тогда как прочие факторы соотносятся с ним как «кости скелета».

Далее «скелеты сценариев» приобретают наполнение, превращаясь в логически последовательные «истории о будущем». Этому служит целый ряд инструментов. Самым распространенным и вместе с тем наиболее эвристичным методом наполнения сценариев является так называемый метод знаковых событий. Он предполагает поиск ответов на следующие вопросы – каким окажется состояние базовых элементов в случае наступления того или иного сценария; как будут комбинироваться базовые элементы в каждом из вариантов; при каких условиях данный сценарий становится наиболее вероятным.

К сожалению, метод знаковых событий в отечественной практике часто применяется в чрезмерно упрощенном виде. Выделяется не более трех базовых сценарных условий, обычно измеримых количественно, и на их основе формируется стандартная линейка сценариев: «пессимистический», «оптимистический» и «реалистический» (иногда именуемый также «базовым»). Тем самым подчеркивается некая вымышленность крайних сценариев по сравнению

Табл. 4. Базовые сценарные условия развития сектора интеллектуальных услуг

Эндогенные факторы	Экзогенные факторы	
	Факторы ближней внешней среды	Факторы дальней внешней среды
Усилия самих ведущих участников рынка по повышению прозрачности, понятности, измеримости (эффективности) своих рынков Доверие потенциальных клиентов к производителям услуг Информированность потребителей о производителях услуг	Развитие инфраструктуры рынка Отсутствие потребности в услугах Развитие собственных служб на предприятиях	Экономический рост в стране Рост доходов населения Уровень платежеспособности российских предприятий

со средним, и по умолчанию принимается предположение, что базовые условия развиваются однонаправленно.

В рамках настоящего исследования такой подход нельзя признать плодотворным. Прежде всего, набор базовых условий должен охватывать все группы факторов; в нашем случае их девять. Далее, нет оснований полагать, что все факторы будут развиваться однотипно: либо все хорошо, либо все плохо. Скорее всего, их изменение не окажется однонаправленным.

И, самое главное, при проведении сценарного исследования мы стремились избежать оценочных суждений применительно к прогнозируемым «состояниям мира». «Хорошо» и «плохо» – понятия относительные: что хорошо для одного субъекта, плохо для другого. Кроме того, вкусы и суждения экономических субъектов также не являются неизменными: то, что считается скверным сегодня, может показаться превосходным завтра, и наоборот. Это особенно важно учитывать при сценарном анализе объектов, находящихся в процессе становления и еще не приобретших устойчивости.

По указанным причинам логические стержни и наполнение сценариев составлены с минимальной субъективностью.

Инерционный сценарий

Инерционный сценарий, или инерционный прогноз, составляется исходя из предположения, что будущее есть лишь продолжение при неизменных внешних условиях прошлых трендов. То есть «завтра» и «сегодня» соотносятся по тем же закономерностям, что «сегодня» и «вчера».

В качестве самой популярной основы для формирования инерционного прогноза используются экспертные оценки, мнения и суждения. Тому есть серьезное обоснование.

Дело в том, что, когда человека просят составить прогноз на будущее (если, конечно, это не специально обученный профессионал), он автоматически

продолжает вперед образ прошлого. Очень немногие люди, даже зная о неких событиях будущего, обладают достаточно эвристическим мышлением, чтобы предвидеть их последствия. Такого предвидения можно ожидать, если сфокусироваться на предсказании последствий определенного события. Но распознать влияние даже знаковых событий на образ «будущего в целом» могут очень немногие.

Традиция исследования человеческого мышления как опирающегося преимущественно на прошлый опыт очень давняя, она восходит еще к работам Д. Юма [Hume, 1748]. Сейчас она переживает новый пик популярности. Теория «прогноза, основанного на прошлом» (backward-looking expectations) заняла ведущее место в литературе. Немаловажно и то, что данная теория неоднократно тестировалась эмпирически и обнаружила положительные результаты⁵.

Следовательно, экспертные опросы дают наиболее эффективный материал для составления образа будущего как продолжения прошлого.

Инерционный сценарий развития сектора интеллектуальных услуг также выстроен на основе экспертных оценок и суждений акторов сектора.

В ходе опросов 2006 и 2007 гг. компаниям – производителям интеллектуальных услуг предлагалось обозначить собственные планы относительно будущего развития. Эти планы являются «образом будущего» стороны предложения интеллектуальных услуг, но они также описывают сегодняшнее состояние и потому служат отправной точкой построения инерционного прогноза. На основании разницы между декларируемыми в разные годы стратегиями можно судить о существующих тенденциях развития сектора в целом, о векторе развития предложения. Таким образом, имея начальную точку и направленный вектор развития (и предполагая его неизменность), мы получаем представление о будущем состоянии всего сектора интеллектуальных услуг, созданное стороной предложения.

Выявить основные тенденции со стороны спроса помогает анализ намерений потенциальных потребителей. Причем эти тенденции также полагаются

Табл. 5. **Форма представления результатов массового опроса (раздел стратегического планирования)**

Аналитический разрез		Старый сегмент рынка		
		покидается полностью	частично покидается	сохраняется полностью
Новый сегмент рынка	осваивается	1	2	3
	не осваивается	6	5	4

Примечание: цифрами обозначены следующие стратегии:

- [1] «Переход», т.е. планируется отказаться от всех занимаемых рыночных сегментов, но охватить совершенно новые.
- [2] «Расширение с сокращением», т.е. планируется отказаться от части занимаемых рыночных сегментов, но охватить еще несколько новых (ранее не занимаемых).
- [3] «Расширение с сохранением», т.е. планируется охватить еще несколько новых сегментов рынка, при сохранении всех занятых прежде.
- [4] «Неизменное развитие», т.е. не планируется охватить какие-либо новые сегменты рынка, при сохранении всех занятых прежде.
- [5] «Сокращение деятельности», т.е. отказ от части занимаемых рыночных сегментов.
- [6] «Прекращение деятельности», т.е. уход с рынка.

⁵ Подробнее см. [Gilboa, Schmeidler, 2001; Schank, 1986; Scott, 1992] и др.

неизменными и в данном случае выступают в качестве сдерживающих (ограничивающих) факторов.

В целом же инерционный сценарий развития сектора интеллектуальных услуг является результатом наложения «образов будущего», сложившихся у акторов со стороны спроса и со стороны предложения.

Стратегические планы компаний – производителей интеллектуальных услуг

Основные аспекты стратегии компании, оказывающие существенное воздействие на тенденции и перспективы развития сектора интеллектуальных услуг в целом, и всевозможные их сочетания были уложены в специально разработанную для данного исследования форму многомерной матрицы (таблицы). Так как многомерная матрица сложна для восприятия, она разбита на несколько двумерных матриц, которые в то же время являются аналитическими разрезами исследования. Каждый аналитический разрез (двумерная матрица) дает представление об одном из факторов развития рынка интеллектуальных услуг.

Исходя из структуры инструментария массового опроса компаний – производителей интеллектуальных услуг, разработанного и примененного в 2007 г., представление результатов анализа по каждому разрезу принимает вид, показанный в табл. 5.

В рамках исследования было выделено несколько аспектов стратегического планирования, поскольку для понимания стратегии компании важны следующие факторы:

- изменения в «объеме» и структуре человеческих ресурсов, задействованных в секторе интеллектуальных услуг (динамика численности персонала, обучение / переобучение / повышение квалификации);
- география постоянной деятельности компании (здесь была принята градация: свой город, регион, общероссийский уровень, СНГ, международный уровень);
- размер компании (по обороту);
- частота обновления ассортимента предоставляемых услуг;
- регион, в котором осуществляет свою деятельность компания;
- основные направления стратегического планирования, которые будут актуальны через пять лет.

По версии акторов со стороны предложения, наиболее важные стратегические аспекты, которые сохраняют свою актуальность через пять лет в целом для сектора интеллектуальных услуг, представляются следующим образом (в порядке убывания значимости):

- выход на новые (для компании) рынки;
- выведение новых (для компании) продуктов/услуг;
- внедрение новых (для компании) технологий.

Табл. 6. **Форма представления результатов массового опроса на тему стратегического планирования**
(изменение доли респондентов, придерживающихся соответствующей стратегии,%)

Географический разрез		Старый сегмент рынка		
		покидается полностью	частично покидается	сохраняется полностью
Новый сегмент рынка	осваивается	4.5	7.6	36.8
	не осваивается	0.0	4.2	-53.3

Отраслевой разрез		Старый сегмент рынка		
		покидается полностью	частично покидается	сохраняется полностью
Новый сегмент рынка	осваивается	4.3	31.3	-1.8
	не осваивается	0.0	6.0	-40.8

Технологический разрез		Старый сегмент рынка		
		покидается полностью	частично покидается	сохраняется полностью
Новый сегмент рынка	осваивается	26.7	18.2	-48
	не осваивается	0.0	3.7	-3.3

Разрез по размеру компаний-клиентов		Старый сегмент рынка		
		покидается полностью	частично покидается	сохраняется полностью
Новый сегмент рынка	осваивается	12.0	11.6	-53.7
	не осваивается	0.0	19.4	10.8

 – стратегии, от которых отказалось наибольшее число респондентов.

 – стратегии, в пользу которых высказалось большинство респондентов.

Основные тенденции развития сектора интеллектуальных услуг: взгляд со стороны предложения

Изменение декларируемых стратегий в разные периоды исследования (опросы 2006 и 2007 гг.) по отдельным аналитическим разрезам представлено в табл. 6. В качестве основных направлений развития (со стороны предложения), наметившихся в 2007 г., можно выделить:

■ **Географический разрез:** переход значительного количества респондентов от стратегии «неизменного развития» к стратегии «расширение с сохранением». Таким образом компании стремятся расширить свое присутствие в других регионах.

■ **Отраслевой разрез:** переход значительного количества респондентов от стратегии «неизменного развития» к стратегии «расширение с сокращением», что может свидетельствовать о начале (усилении) процесса специализации компаний – производителей интеллектуальных услуг.

■ **Технологический разрез:** переход значительного количества респондентов от стратегии «расширения с сохранением» к стратегиям «перехода» либо «расширения с сокращением», что является еще одним признаком обнаружившейся тенденции к специализации.

■ **Разрез по размеру компаний-клиентов:** отказ значительной доли респондентов от стратегии «расширения с сохранением», при этом большая часть компаний (+43.0%) сужает свои целевые группы потребителей (тенденция к более узкой специализации), выбирая между стратегиями «перехода», «расширения с сокращением» либо «сокращения».

Таким образом, можно считать, что основное направление развития сектора интеллектуальных услуг будет определяться (со стороны предложения) двумя ярко выраженными тенденциями:

- стремлением большинства компаний занять новые региональные рынки либо закрепить/расширить свое влияние на этих рынках;

- движением в сторону более узкой специализации и концентрацией на определенных группах потенциальных клиентов (выделенных по отраслевой принадлежности, уровню технологичности производства, размеру компании-потребителя).

Основные тенденции развития сектора интеллектуальных услуг: взгляд со стороны спроса

Изменения предпочтений потенциальных потребителей (т.е. основные тенденции со стороны спроса) могут приводить как к количественным, так и к качественным изменениям структуры и объема рынка. Поскольку речь идет об инерционном сценарии, качественные характеристики принимаются неизменными и рассматриваются только количественные изменения. Для их оценки все потенциальные потребители были разделены на группы:

■ **«Постоянные клиенты»** – те, кто уже пользовался услугами и намерен пользоваться ими и впредь. Данная группа составляет «клиентское ядро», обеспечивая тот минимальный объем продаж, ниже которого объем рынка в обозримый период не упадет.

■ **«Новые клиенты»** – еще ни разу не пользовавшиеся определенной услугой, однако планируют ею воспользоваться. Здесь выделяются две подгруппы, а именно:

- те, кто ранее вообще не пользовался интеллектуальными услугами;
- те, кто ранее пользовался какими-либо другими интеллектуальными услугами, а теперь решил обратиться к рассматриваемой услуге.

■ **«Потерянные клиенты»** – те, кто пользовался соответствующей услугой в прошлом, но по каким-либо причинам не планирует прибегать к ней впредь.

Следует подчеркнуть, что количественные изменения могут проявляться в двух аспектах:

Табл. 7. **Изменение численности клиентской базы производителей интеллектуальных услуг**

Сегмент рынка интеллектуальных услуг	Доля респондентов, воспользовавшихся соответствующими услугами (%)	Доля респондентов, планирующих в будущем воспользоваться соответствующими услугами (%)	Количественное (в терминах числа клиентов) изменение спроса на соответствующие услуги, п.п.
[1]	[2]	[3]	[4] = [3] – [2]
Реклама	76.6	75.7	-0.9
Маркетинговые услуги	45.5	47.7	2.1
Аудит	44.7	44.7	0.0
ИКТ-услуги	46.4	46.4	0.0
Подбор персонала	43.0	43.0	0.0
Инжиниринг	22.6	22.1	-0.4
Финансовые услуги	31.5	27.2	-4.3
Юридические услуги	40.9	35.7	-5.1
Риэлторские услуги	30.6	26.8	-3.8
Дизайн	54.9	43.8	-11.1
Средневзвешенное значение	43.7	41.3	-2.3

- изменение численности клиентов – что отражает существующее мнение представителей спроса о необходимости/целесообразности данных услуг;
- изменение объемов услуг, оказываемых одному клиенту, – что отражает существующее мнение представителей спроса о соотношении между «внешним» (аутсорсинг) и «внутренним» (развитие собственных специализированных служб) производством услуг.

Понятно, что количество возможных клиентов в следующем прогнозном периоде складывается из «постоянных» и «новых» клиентов. Предполагая в рамках инерционного прогноза постоянство долей «постоянных», «новых» и «потерянных» клиентов, расчет количества клиентов в прогнозном периоде производится следующим образом:

$$Y_i^k = \alpha_i Y_i^{k-1} + \sum_{j \neq i} \beta_{ij} Y_j^{k-1} + \gamma_i X,$$

где Y_i^k – количество компаний, воспользовавшихся услугой i в период времени k ; α_i – доля постоянных клиентов, пользующихся услугой i ; β_{ij} – доля новых клиентов (первая подгруппа), которые ранее воспользовались услугой j и планируют воспользоваться услугой i ; γ_i – доля новых клиентов (вторая подгруппа), которые ранее не пользовались интеллектуальными услугами и планируют воспользоваться услугой i ; X – количество потенциальных клиентов, которые в прошлом не пользовались ни одной интеллектуальной услугой.

Полученные в ходе массового опроса компаний – потребителей интеллектуальных услуг данные позволяют количественно оценить каждую группу и ожидаемые изменения потребностей в услугах (табл. 7).

Расчеты приводят к выводу о том, что во многих сегментах сектора будет наблюдаться незначительное снижение спроса за счет уменьшения количества клиентов. Исключением является лишь сегмент «Маркетинговые услуги», где ожидается небольшой рост. Вполне закономерно выглядят «нули» в сегментах «Аудит», «ИКТ-услуги» и «Подбор персонала», если учесть, что компании, работающие в них,

могут быть связаны со своими клиентами долгосрочными партнерскими отношениями (необходимость данных услуг практически не оспаривается в современных условиях ведения бизнеса).

Несмотря на возможное сокращение в будущем количества клиентов, изменение объемов рынка интеллектуальных услуг (по всем сегментам), видимо, окажется позитивным, так как на основании полученных в ходе опросов данных можно ожидать увеличения масштабов аутсорсинга (табл. 8). Фактически это означает рост объемов продаж одному клиенту.

Резюмируя сказанное выше, можно выделить две разнонаправленные тенденции со стороны спроса:

- сокращение числа клиентов в среднем на 2.3% по всему сектору интеллектуальных услуг;
- увеличение доли аутсорсинга соответствующих услуг в среднем на 23.3% по всему сектору.

Как показывает анализ, результирующий вектор влияния основных тенденций со стороны спроса (учитывая средний объем услуг, приходящихся на одного клиента, и среднюю цену услуги) в близком будущем окажется, скорее всего, положительным. Однако увеличение аутсорсинга «постоянными» клиентами не может продолжаться вечно. В конечном счете (возможно, через 2-3 прогнозных периода) при сохранении текущих тенденций рост за счет увеличения масштабов аутсорсинга исчерпает себя и доминирующей может оказаться отрицательная тенденция, связанная с сокращением клиентской базы.

Следовательно, инерционный сценарий предполагает, что «завтра» сектор интеллектуальных услуг будет выглядеть следующим образом:

▶ Непродолжительное время может наблюдаться рост сектора, однако его средний темп будет постепенно сокращаться. Расширение сектора в целом будет возможно до тех пор, пока компании-потребители не исчерпают резервы аутсорсинга соответствующих услуг. Затем, видимо, наметится тенденция к сжатию рынка, обусловленная сокращением клиентской базы.

▶ Взаимодействие между акторами рынка со стороны спроса и предложения будет строиться на основе долгосрочных партнерских программ.

▶ Компании – производители интеллектуаль-

Табл. 8. Изменение масштабов аутсорсинга интеллектуальных услуг

Сегмент рынка интеллектуальных услуг	Доля фактического аутсорсинга соответствующих услуг (%)	Планируемая доля аутсорсинга соответствующих услуг (%)	Изменение доли аутсорсинга, п.п.
Реклама	27.8	39.9	+12.1
Маркетинговые услуги	16.0	35.1	+19.0
Аудит	13.9	46.4	+32.5
ИКТ-услуги	15.6	40.6	+25.0
Подбор персонала	12.6	27.6	+15.1
Инжиниринг	6.0	30.7	+24.7
Финансовые услуги	9.0	24.3	+15.3
Юридические услуги	9.4	21.8	+12.4
Риэлторские услуги	6.0	40.2	+34.2
Дизайн	16.2	48.9	+32.7
Средневзвешенное значение	13.3	36.6	+23.3

ных услуг будут концентрировать свое внимание на определенной группе клиентов, сегментируя их по признакам отраслевой и организационно-правовой принадлежности, размеру (обороту) и уровню технологического развития. При этом они будут «следовать» за своими целевыми группами и осваивать новые сегменты рынков (в географическом разрезе).

► В ближайшем будущем в ответ на увеличение спроса произойдет рост численности занятых в секторе интеллектуальных услуг. Затем, по мере сжатия спроса, могут образоваться избыточное предложение и излишек кадров.

► Степень индивидуализации оказываемых услуг не претерпит существенных изменений, хотя компании по-прежнему будут вводить новые для себя услуги, адаптируя зарубежный опыт к российским экономическим условиям. Скорее всего, инициаторами данного процесса выступают акторы со стороны спроса. В ближней перспективе ожидать разработки услуг, новых для рынка и тем более страны, не приходится.

► В более отдаленном будущем актуальность внедрения новых (для страны/региона) услуг и технологий их производства может усилиться. Подобные меры станут единственным конкурентным преимуществом в условиях превышения предложения над спросом. При этом мелкие компании – производители интеллектуальных услуг не смогут выйти на уровень выше своего региона ввиду отсутствия значительных инноваций с их стороны.

Экстенсивный сценарий

Инерционный сценарий показал, что значимость спросовых ограничений в будущем окажется не меньше, а возможно, даже больше, чем сегодня. Стратегии расширения, запланированные стороной предложения, натолкнутся на отсутствие стремления к расширению спроса. При сохранении прочих равных условий обострится конкуренция на рынках интеллектуальных услуг и в целом может произойти даже сжатие сектора.

Однако, как представляется, спросовые ограничения могут и ослабнуть. При исследовании факторов, значимых для развития сектора, обнаружилось, что многие из них способны позитивно повлиять на объем спроса. К ним относятся:

Внутренние факторы

- Повышение прозрачности компаний-производителей, улучшение информированности потенциальных клиентов об оказываемых услугах, поиск более эффективных способов взаимодействия с ними позволят снизить риски асимметрии информации и привлечь новых заказчиков, для которых эти риски ранее представлялись слишком высокими.

Внешние факторы

- Экономический рост и повышение благосостояния субъектов рынка способствуют увеличению спроса на интеллектуальные услуги.
- Компании-потребители демонстрируют намерение сократить долю производства субститу-

Маркетологи, говоря о разных типах спроса, выделяют в том числе и степень диверсификации спроса. Вкратце, недиверсифицированный спрос опирается на жизненные стандарты массового потребления: «Я живу хорошо, если у меня есть то же, что у других». Такому спросу отвечает соответствующее предложение: «Я работаю хорошо, если умею делать не хуже других». Обычно недиверсифицированный спрос предъявляют субъекты с доходом (оборотом) ниже среднего.

Более обеспеченные потребители отличаются расширенным кругозором, пользуются разнообразными источниками информации, ориентированны на более широкий набор образцов. Многие из них уже отказались от недиверсифицированных запросов. Спрос с их стороны, в том числе и на интеллектуальные услуги, становится диверсифицированным, когда опирается на более изощренные жизненные установки: «Я живу хорошо, если у меня есть то, чего нет ни у кого другого». Производитель реагирует на такой спрос симметрично: «Я работаю хорошо, если умею делать то, что не умеет никто другой». Эту тенденцию к «демассофикации» производства в ответ на диверсификацию спроса отмечал еще Оливер Тоффлер в начале 1980-х гг. [Тоффлер, 1999].

тов услуг собственными подразделениями.

- Эффект мультипликации может вызвать расширение спроса на интеллектуальные услуги по технологической цепочке сначала среди компаний B2B2C, а затем и B2B, увеличивая тем самым число субъектов спроса.

Вместе с тем экстенсивный характер сценария означает, что названные изменения сценарных факторов вызовут исключительно количественное увеличение спроса (рост количества оказываемых услуг и оборота компаний-производителей) без существенных качественных сдвигов.

Для воплощения экстенсивного сценария необходимо, чтобы развитие сценарных факторов также осуществлялось экстенсивным путем, а именно:

I. Рост благосостояния субъектов рынка охватывает преимущественно слои населения с доходом ниже среднего, а также предприятия, имеющие рентабельность ниже средней.

Такое развитие событий способствует социальному равенству. Тем не менее, учитывая не слишком протяженный горизонт выполняемого сценарного анализа, для развития сектора интеллектуальных услуг подобные события имеют неоднозначные последствия.

По мере роста уровня среднего дохода происходит не только рост, но и диверсификация спроса. Поэтому можно предположить, что в ходе экономического роста спрос потребителей интеллектуальных услуг станет более диверсифицированным. Однако диверсификация спроса появляется тогда, когда потребности в стандартных благах уже насыщены. Образно говоря, это означает, что разбогатевший бедняк

сначала тратит свой возросший доход на увеличение потребления типовых благ/услуг. Совершенно та же логика применима и к корпоративным потребителям. Впервые столкнувшись с возможностью пользоваться услугами квалифицированного внешнего специалиста вместо собственного бухгалтера с восьмью классами образования, директор компании, скорее всего, обратится к специалисту с достаточно банальными запросами просто потому, что не знает ничего другого, т. е. рост дохода приводит сначала к росту недиверсифицированного спроса. Основным фактором спроса становится цена. В конкурентной борьбе за кошелек такого потребителя побеждает лидер ценовой конкуренции.

И лишь когда пользование стандартными благами/услугами в желаемом количестве становится привычкой, спрос начинает диверсифицироваться. На первое место выходит индивидуализация блага, непохожесть его на другие. Ценовая конкуренция уступает место конкуренции качества.

Поэтому в краткосрочной перспективе рост благосостояния потребителей, которые не пользовались индивидуализированными благами/услугами из-за дороговизны или просто из-за отсутствия привычки потреблять такие продвинутые блага, скорее всего, приведет к повышению спроса на стандартные услуги, лишенные серьезной интеллектуальной составляющей. И лишь в долгосрочной перспективе спрос может диверсифицироваться. Но в рассматриваемом сценарном интервале такая перспектива не успеет реализоваться.

II. Усилия компаний-производителей услуг по снижению информационных барьеров и уменьшению рисков привлекут преимущественно «новых клиентов». Это возможно, если компании изберут именно такую целевую группу (тех, кто раньше вообще не имел привычки пользоваться интеллектуальными услугами потому, что в этом «нет необходимости»). Вероятность подобного развития событий довольно велика, ибо данная группа самая

Потребление интеллектуальных услуг российскими предприятиями и оценка их способности к потреблению услуг

При планировании исследования сектора интеллектуальных услуг ожидалось, что субъектами спроса станут преимущественно инновационные и успешные компании. Следовательно, предполагалось, что на деловые услуги спрос будут предъявлять в первую очередь динамичные и современные отрасли.

Компаниям – производителям интеллектуальных услуг задавался вопрос о том, к каким отраслям принадлежат их заказчики. В табл. А приведено распределение ответов, причем отрасли ранжированы по убыванию интереса к потреблению интеллектуальных услуг.

Первые восемь мест занимают активно развивающиеся отрасли, ориентированные либо полностью, либо частично на B2C. Из них только две принадлежат к индустриальному сектору (строительство и пищевая промышленность), остальные – к сфере услуг. Они отличаются использованием передовых технологий и различных организационных инноваций.

Однако эксперты на предварительном этапе отмечали, что сектор B2B в последние полтора года входит в зону внимания производителей интеллектуальных услуг. Действительно, машиностроение попало на девятое место в списке, хотя, как говорят эксперты, внутри самой отрасли инновационность распределена весьма неравномерно. А вообще отрасли вторичного сектора группируются в основном в середине таблицы.

Что же касается первичного сектора, то он оказался в самом конце списка, что было предсказуемо. Заметим, что в добывающем секторе при его высокой рентабельности потребность в интеллектуальных услугах очень низка.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что интенсивность спроса на интеллектуальные услуги в настоящее время зависит от близости производителя к

потребителю, оттого в числе субъектов спроса лидируют третичный сектор и лишь отдельные передовые отрасли вторичного сектора. Можно предположить, что в перспективе спрос на интеллектуальные услуги распространится по технологической цепочке сначала среди компаний B2B2C, а затем и B2B.

Однако уровень инновационности нынешних потребителей интеллектуальных услуг все же не стоит преувеличивать. Их способность к полноценной адаптации оказанных услуг не является абсолютной. Это выяснилось в результате опроса компаний-потребителей на предмет того, в какой степени они используют результаты деятельности производителей интеллектуальных услуг (табл. B).

Таким образом, в полном объеме воспользоваться оказанными услугами смогли чуть более половины заказчиков. Треть применила большую часть, остальные – меньшую или никакую.

Конечно, можно предположить, что у некоторых заказчиков в процессе производства услуги изменились обстоятельства, но вряд ли это коснулось половины респондентов. Версия о том, что производители плохо справились со своими обязанностями и потому их работа оказалась нерезультативной, может иметь лишь ограниченное приложение, поскольку 3/4 компаний-потребителей признались, что довольны оказанными услугами, а совершенно неудовлетворенных оказалось не более 2%. Так что, скорее всего, полностью внедрить услуги многим не удалось из-за недостаточно высокой адаптационной способности. Видимо, инновационность производителей не вполне совпадает с инновационностью потребителей. Способность к восприятию интеллектуальных услуг даже у лидеров российской экономики оказалась не стопроцентной.

Табл. А. Структура спроса на интеллектуальные услуги в отраслевом разрезе
(доля респондентов, указавших соответствующий ответ, %)

Отрасль	Сегмент рынка интеллектуальных услуг										
	Реклама	Маркетинговые услуги	ИКТ-услуги	Аудит	Подбор персонала	Инжиниринг	Юридические услуги	Дизайн	Риэлторские услуги	Финансовые услуги	Средневзвешенная по сектору
Строительство	62	54	36	72	54.4	71	63	55	55	46.2	57
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	62	43	57	63	71.9	34	53	50	45	40.4	52.2
Финансовая деятельность	67	59	47	72	71.9	13	61	47	28	51.9	51.8
Транспорт и связь	67	57	43	50	54.4	31	61	47	17	44.2	47.3
Гостиницы и рестораны	73	32	33	42	36.8	30	40	66	36	26.9	42.3
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	59	56	24	45	54.4	36	34	45	11	36.5	41
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	52	39	21	48	35.1	20	63	39	45	40.4	39.4
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	54	44	29	25	21.1	39	42	37	13	11.5	32
Производство машин и оборудования	44	35	26	31	38.6	16	45	29	6.4	30.8	30.2
Образование	48	24	24	27	24.6	28	53	32	15	21.2	29.3
Производство транспортных средств и оборудования	43	37	19	28	42.1	23	29	31	6.4	28.8	29.1
Текстильное и швейное производство	44	30	14	25	38.6	18	32	34	11	17.3	26.6
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	32	19	24	31	28.1	30	26	26	2.1	30.8	25.4
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	32	30	24	25	31.6	16	32	18	6.4	32.7	24.6
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	22	13	22	27	35.1	15	18	26	6.4	34.6	22.3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	25	37	21	14	15.8	15	45	19	11	28.8	22.3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	30	17	17	25	28.1	18	18	21	8.5	30.8	21.8
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	27	26	14	20	24.6	36	34	15	13	7.7	21.6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	25	19	17	22	33.3	13	26	13	6.4	38.5	21.2
Химическое производство	18	32	17	23	28.1	16	18	16	6.4	34.6	21
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	32	20	14	14	26.3	15	18	26	8.5	11.5	18.9
Производство резиновых и пластмассовых изделий	18	20	16	25	26.3	21	16	16	4.3	15.4	18.2
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	22	17	17	13	17.5	15	29	19	8.5	15.4	17.1
Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	14	17	14	17	21.1	18	26	9.7	0	19.2	15.5
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	16	17	14	19	12.3	15	11	13	2.1	28.8	14.9
Добыча полезных ископаемых	24	13	8.6	16	12.3	15	18	13	2.1	21.2	14.4
Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства	27	13	10	0	10.5	8.2	26	13	4.3	5.8	11.5
Рыболовство, рыбоводство	11	13	8.6	7.8	3.5	9.8	21	8.1	2.1	7.7	9
Деятельность экстерриториальных организаций	9.5	11	8.6	1.6	3.5	3.3	26	8.1	2.1	3.8	7.2

Примечания:

1. Сумма по столбцам может не быть равна 100%, так как каждый респондент мог указать более одной отрасли.
2. В качестве весов при оценке средневзвешенных величин использовалась доля респондентов, указавших соответствующий ответ.

Табл. В. Степень внедрения заказчиками результатов деятельности производителей интеллектуальных услуг (доля респондентов, указавших соответствующий ответ, %)

Степень внедрения	Сегмент рынка интеллектуальных услуг										
	Реклама	Маркетинговые услуги	ИКТ-услуги	Аудит	Подбор персонала	Инжиниринг	Юридические услуги	Дизайн	Риэлторские услуги	Финансовые услуги	Средневзвешенная по сектору
Результаты практически не использовались	2.9	1.0	3.0	1.9	1.1	2.3	1.8	0.0	0.0	1.8	1.8
Результаты частично применены	13.5	20.0	14.1	1.9	12.5	4.7	3.5	2.7	10.9	2.6	9.5
Результаты применены в основном, но не полностью	36.5	33.3	33.3	37.9	38.6	37.2	45.6	38.4	30.9	18.4	34.3
Результаты применены в полном объеме	47.1	45.7	49.5	58.3	47.7	55.8	49.1	58.9	58.2	77.2	54.5

многочисленная среди тех, кто не пользуется и не планирует пользоваться услугами, – таких 2/3 среди компаний и 80% среди домохозяйств. Успешная работа по привлечению этих субъектов может дать очень значительный прирост спроса.

Однако у заказчиков, не имеющих привычки пользоваться интеллектуальными услугами, скорее всего, на первых порах спрос тоже окажется недиверсифицированным: неопиты начнут осваивать интеллектуальные услуги, начиная с самых простых, т.е. типовых. С точки зрения стратегических интересов производителей это неважно: им нужно приучить потребителей пользоваться своей продукцией и стать необходимыми. Со временем, когда стадия проникновения будет закончена, потребители станут считать интеллектуальные услуги привычными и начнут диверсифицировать спрос. Однако в рамках рассматриваемого сценарного периода этого не случится.

Следовательно, если компании четвертичного сектора при реализации своей наиболее популярной стратегии «сохранить и расширить» будут под расширением понимать исключительно охват «новых клиентов», высока вероятность расширения в сугубо экстенсивном понимании.

III. Компании-потребители сократят долю производства субститутов услуг собственными подразделениями, но при этом станут делегировать на сторону не только сложные индивидуализированные услуги, как сейчас, но и типовые. Такое может случиться, если в секторе начнет усиливаться ценовая конкуренция. Не исключено, что при этом дешевле станет даже стандартные услуги отдавать на аутсорсинг.

IV. Эффект мультипликации спроса может способствовать распространению спроса на интеллектуальные услуги по технологической цепочке. Однако не факт, что вновь вовлеченные в потребление производители окажутся представителями инновационных отраслей. Как показал опрос, передовые отрасли отечественной промышленности уже находятся в числе лидеров среди потребителей интеллектуальных услуг. Следовательно, высока вероятность распространения мультипликативных эффектов среди отраслей-аутсайдеров (с точки зре-

ния инновационности). У аутсайдеров, однако, появятся проблемы с восприятием интеллектуальных услуг. Продвинутое знаниеемкие услуги они просто не смогут использовать. Если и сегодня среди сравнительно высокотехнологичных потребителей, по данным опроса, почти половина не внедряет оказанные услуги полностью, можно предположить, что по мере продвижения в среду менее технологичных потребителей уровень адаптации окажется еще ниже.

Понятно, что при завоевании низкотехнологичных потребителей правильно делать ставку опять же на типовые услуги. В знаниеемких услугах, скорее всего, не только не будет необходимости, но и пользоваться ими вновь привлеченные потребители не смогут.

Подведем итог. Экстенсивный сценарий реализуется в том случае, если весь прирост спроса произойдет за счет новых заказчиков, не имеющих привычки к потреблению интеллектуальных услуг. В таком случае прирост спроса носит недиверсифицированный характер, дополнительные услуги становятся преимущественно типовыми, усиливается ценовая конкуренция, стандартные услуги дешевеют.

Минимальная оценка прироста объема сектора интеллектуальных услуг при экстенсивном сценарии определяется приростом занятости и в целом по сектору составляет 7.21% (табл. 9).

Расчет прироста занятости выполнен исходя из предпосылки об экстенсивности роста, т.е. о сохранении нынешнего уровня производительности труда, измеренного как годовая выручка на одного занятого. Данные оценки опираются на предположение о сохранении равновесия между величинами спроса и предложения, при отсутствии опережающих драйверов на стороне как того, так и другого. Говоря управленческим языком, имеется в виду ситуация, когда производители интеллектуальных услуг смогут реализовать свои стратегические планы по объему и структуре, но не более того.

Заметим, что условием реализации такого сценария является не просто количественный, но и сбалансированный рост спроса во всех разрезах. Поскольку при анализе инерционного сценария выявилось неравномерное отставание спроса от предложения, то повышение спроса для соответствия

Табл. 9. Оценка прироста объема сектора интеллектуальных услуг

Сегмент	Ожидаемое изменение численности занятых (%)	Оценка доли сегмента (%)	Оценка вклада сегмента в динамику сектора (%)
Аудит	6.9	8.9	0.61
Риэлторские услуги	6.3	18.3	1.16
Дизайн	6.7	0.2	0.01
Юридические услуги	5.8	0.2	0.01
Инжиниринг	7.0	0.6	0.04
Подбор персонала	11.2	0.3	0.04
ИКТ-услуги	5.2	3.8	0.20
Маркетинговые услуги	9.2	2.1	0.20
Реклама	7.3	9.7	0.71
Финансовые услуги	7.6	55.9	4.23
Средневзвешенное значение	7.3		7.21

Табл. 10. Сбалансированные темпы роста спроса в экстенсивном сценарии

Сегмент рынка интеллектуальных услуг	Ожидаемые изменения спроса на соответствующие услуги (%)	Ожидаемые изменения в предложении соответствующих услуг (%)	Сбалансированные темпы роста (%)
Реклама	-0.9	7.3	1.1
Маркетинговые услуги	2.1	9.2	1.2
Аудит	0.0	6.9	1.3
ИКТ-услуги	0.0	5.2	1.3
Подбор персонала	0.0	11.2	1.2
Инжиниринг	-0.4	7.0	1.2
Финансовые услуги	-4.3	7.6	1.1
Юридические услуги	-5.1	5.8	1.1
Риэлторские услуги	-3.8	6.3	1.3
Дизайн	-11.1	6.7	1.2
Средневзвешенное значение	-2.3	7.3	1.2

структуре предложения также должно быть неравномерным. В табл. 10 приведены необходимые для осуществления экстенсивного сценария темпы роста в различных структурных разрезах.

Результатом реализации экстенсивного сценария в его крайнем выражении станет создание спроса «новых клиентов» преимущественно на типовые интеллектуальные услуги.

Позитивным следствием будет ослабление дефицита квалифицированных кадров (рутинную работу могут выполнять и менее обученные специалисты), а также, возможно, снижение внутрифирменных издержек на подготовку и переподготовку персонала.

Негативным следствием можно считать то обстоятельство, что при экстенсивном сценарии сектор интеллектуальных услуг перестает быть генератором инноваций. С позиций самих акторов рынка, может быть, это и не трагично. Однако с точки зрения конкурентоспособности страны в целом подобная тенденция представляется отрицательной, поскольку в ведущих странах мира четвертичный сектор не только сам откликается на инновации в традиционных отраслях, но и оказывает обратное воздействие⁶. Он становится стимулом для дальнейшего повышения инновационности своих потребителей – как из-за необходимости усиливать способность к восприятию знаниеемких услуг, так и в порядке заимствования разработанных в четвертичном секторе инноваций, в первую очередь организационных.

При сохранении экстенсивных тенденций в течение долгосрочного периода можно опасаться, что в наступлении интеллектуальной экономики Россия запоздает так же, как она запоздала при наступлении экономики сервисной. Ведь стандартные услуги не могут быть отнесены к интеллектуальным, а значит, принадлежат к третичному сектору.

На этом основании экстенсивный сценарий представляется вполне приемлемым для субъектов микроуровня – компаний-производителей (их стратегические планы реализуются) и представи-

телей спроса (у которых потребность в знаниеемких диверсифицированных услугах пока не очень развита, так что потребители не страдают от их отсутствия). Но на макроэкономическом и тем более глобальном уровне сценарий ведет к снижению конкурентоспособности России в свете вызовов «новой экономики».

Интенсивный сценарий

Альтернативой экстенсивному сценарию выступает сценарий интенсивный.

Разумеется, интенсивный сценарий также предполагает в качестве основного элемента «скелета» снятие спросовых ограничений. Однако способ реализации радикально отличается от экстенсивного случая.

Поскольку набор базовых сценарных факторов в целях сопоставимости сценариев остается неизменным, нет нужды снова перечислять, какие события могут позитивно повлиять на спрос. Они названы в предыдущем параграфе.

Различие с предыдущим сценарием состоит в том, как компании-производители будут преодолевать спросовые ограничения и реализовывать свои стратегические замыслы. Если экстенсивный сценарий предполагал наращивание спроса за счет новых потребителей, которые, скорее всего, будут нуждаться исключительно в типовых услугах, то интенсивный сценарий предусматривает развитие спроса существующих потребителей интеллектуальных услуг.

Реализация интенсивного сценария предполагает интенсивное развитие его базовых элементов. Опишем подробно соответствующие сценарные условия.

Рост благосостояния субъектов рынка затронет не только тех, кто в настоящее время находится ниже среднего уровня благосостояния, но и тех, кто уже сейчас выше среднего положения (население с доходом выше среднего и предприятия, имеющие рентабельность выше средней).

⁶ См., напр.: [Miles et al., 1994; Bilderbeek, den Hertog, 1998; Drejer, 2001; Katsoulacos, Tsounis, 2000] и др.

Воздержимся от оценки данного сценарного условия с позиций социальной справедливости. Оно означает в лучшем случае минимальное сжатие нынешнего социального расслоения (еще раз напомним о длительности рассматриваемого сценарного периода), а вероятнее всего, усиление такого расслоения.

Но для развития четвертичного сектора процветание тех, кто и сейчас богат, означает следующее. У соответствующих категорий потребителей уже сформирована привычка пользоваться интеллектуальными услугами, они насытили потребность в стандартных услугах и даже сейчас, согласно опросу, больше половины услуг получают в индивидуализированном формате. Сохранение их в числе заказчиков, скорее всего, приведет к усилению спроса на индивидуализированные услуги, что типично для опытного потребителя.

Следовательно, для реализации интенсивного сценария необходимы следующие сценарные условия:

- Работа компаний – производителей услуг, нацеленная на снижение информационных барьеров, совершенствование инфраструктуры риска и элиминирование рисков, что укрепляет доверие преимущественно «постоянных клиентов». Такое развитие событий достаточно вероятно, ведь не менее трети потребителей, согласно опросу, в настоящее время страдают от рисков асимметрии информации, еще порядка 10% не доверяют компаниям-производителям. Поэтому здесь имеет значительный резерв расширения спроса.

- Уменьшение доли производства субститутов услуг собственными подразделениями компаний-потребителей благодаря росту их инновационности. Спрос таких компаний на типовые услуги сократится, а на индивидуализированные – возрастет. Потребность в расширении аутсорсинга воплотится в усилении нынешней тенденции отдавать внешним исполнителям преимущественно сложные знаниеемкие услуги. Реализация указанной тенденции, разумеется, усилит неценовую конкуренцию в секторе и, скорее всего, повысит цены нестандартных услуг. Поэтому описываемый сценарный фактор может работать только в комплексе с предыдущим.

- Эффект мультипликации спроса, который вовлекает в число потребителей новые отрасли;

он окажется не слишком масштабным, так как по-прежнему будет охватывать лишь инновационных потребителей.

Сектор интеллектуальных услуг не только развивается как ответ на растущую продвинутость традиционных секторов, но и способен оказывать обратное воздействие на сектора-реципиенты, повышая инновационность последних. Но при ограниченном сценарном периоде обратный эффект может и не успеть широко распространиться. Тогда возможность привлечения «новых клиентов» окажется ограниченной.

Итак, если компании четвертичного сектора свою стратегию «сохранить и расширить» будут нацеливать преимущественно на «постоянных клиентов», то произойдет сдвиг в сторону индивидуализации услуг и средний уровень интеллектуальности предоставляемых услуг вырастет. Этим и отличается интенсивный сценарий от экстенсивного – качеством роста спроса.

Количественный прирост спроса при реализации крайней версии интенсивного сценария вполне может оказаться тем же, что и при экстенсивном сценарии, – соответствующим ожидаемому приросту величины предложения. Но структура прироста спроса окажется совершенно иной. Основным его фактором станет диверсификация, причем в двух направлениях:

- **Расширение ассортимента** потребляемых услуг. Здесь резерв увеличения спроса довольно значителен: опрос показал, что существующие клиенты потребляют в среднем 4.4 услуги из десяти исследуемых. Так что в очерченных границах сектора интеллектуальных услуг сегодняшние потребители могут освоить еще много сегментов.

- **Расширение спектра** потребляемых услуг внутри сегмента. Интеллектуальная услуга неоднородна. Внутри каждой услуги при проведении эмпирического исследования было выделено от четырех до десяти ее разновидностей. Сегодня потребители не используют, как правило, и половины из них. В табл. 11 показано, сколько еще вариантов услуг внутри каждого сегмента может получить сегодняшний заказчик.

Как видим, возможности для реализации интенсивного сценария достаточно обширны. Оба

Табл. 11. Потенциал диверсификации спроса внутри сегментов сектора интеллектуальных услуг

Сегмент	Среднее количество услуг	Максимальное количество услуг	Потенциал диверсификации спроса
Реклама	3.5	7	3.5
Маркетинговые услуги	2.1	6	3.9
Аудит	2.0	5	3.0
ИКТ-услуги	5.4	21	15.6
Подбор персонала	2.0	11	9.0
Инжиниринг	3.9	14	10.1
Финансовые услуги	2.5	8	5.5
Юридические услуги	2.8	16	13.2
Риэлторские услуги	2.1	11	8.9
Дизайн	2.6	10	7.4

направления диверсификации спроса оставляют широкий простор для реализации стратегии расширения, хотя состав потребителей при этом не меняется.

Суммируя особенности интенсивного сценария, можно сказать следующее. Данный сценарий реализуется, если компании-производители выберут единую целевую группу для стратегий «удержания» и «расширения» и сориентируют свои стратегические усилия преимущественно на «постоянных клиентах». В результате:

- качество услуг станет более важным, нежели их цена; соответственно, возрастет потребность в высокоинтеллектуальных индивидуализированных услугах, и средняя цена услуг повысится;
- количество потребляемых интеллектуальных услуг вырастет;
- расширится ассортимент запрашиваемых разновидностей услуг внутри каждого сегмента.

Разумеется, условие сбалансированного роста спроса сохраняет актуальность и при интенсивном сценарии. Поэтому таблица 10 может также считаться элементом интенсивного прогноза, однако с жесткой оговоркой: соответствующий рост спроса достигается в основном среди существующих потребителей.

Результатом реализации интенсивного сценария в его предельном варианте окажется расширение спроса в основном на нестандартные услуги с высоким уровнем индивидуализации.

Негативным следствием окажется усиление ограничений со стороны рынка квалифицированных кадров. Уже сейчас эксперты сектора интеллектуальных услуг дружно отмечают дефицит специалистов как важнейшую проблему. Интенсивный сценарий усилит эту проблему, причем не только внутри самого четвертичного сектора, но и внутри традиционных секторов за счет эффекта spin-off, стимулирующего повышение инновационности компаний-реципиентов. Следовательно, стоит ожидать дальнейшего роста издержек на привлечение, удержание и повышение качества человеческих ресурсов, который уже сейчас намного превышает темпы инфляции.

Позитивное следствие состоит в общем усилении инновационности российской экономики за счет как прямых, так и обратных эффектов диверсификации спроса на интеллектуальные услуги. Четвертичный сектор в долгосрочной перспективе сможет стать драйвером «новой экономики» в России, каковым он уже является в развитых странах.

Конечно, реализация интенсивного сценария неизбежно требует инвестиций в человеческий капитал и потому обходится дороже, чем воплощение экстенсивного сценария. Зато конкурентоспособность российской экономики повысится, и наша страна сможет достойно встретить наступление «четвертой волны».

* * *

В заключение сценарного анализа следует отметить, что в соответствии с правилами были выделены крайние типы сценариев, имеющие явные количественные и качественные отличия друг от друга. На практике может реализоваться и смешанный сценарий, например, если в секторе интеллектуальных услуг усилятся действие одновременно и экстенсивных и интенсивных факторов.

В действительности, в рамках исследуемого сценарного горизонта, скорее всего, так и произойдет. Стратегия расширения будет реализоваться как за счет более интенсивного взаимодействия с имеющимися потребителями, так и за счет привлечения новых. Однако смешанный сценарий легко составить, комбинируя крайние случаи, поэтому специально анализировать данный тип не представляется необходимым.

При удлинении сценарного периода есть основания предполагать, что в среднесрочной перспективе будет преобладать экстенсивный сценарий, а в более долгосрочной – интенсивный. Однако в ближайшее время вряд ли можно ожидать от производителей интеллектуальных услуг расширения горизонта стратегического планирования. Поэтому рассмотренный сценарный анализ представляется наиболее эффективным с учетом существующей степени неопределенности в секторе интеллектуальных услуг. ■

Дорошенко М.Е. Интеллектуальные услуги сегодня и завтра / Форсайт, 2007, № 2, с. 37-45.

Тоффлер О. Третья волна. М.: АСТ, 1999.

Bilderbeek R., den Hertog P. Technology-based Knowledge-intensive Business Services in the Netherlands: Their Significance as a Driving Force behind Knowledge-driven Innovation/ Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung, 1998, v. 67, № 2, p. 126-138.

Drejer I. Business Services: A Driver of Innovation and Technological Development. Paper presented at the ECIS Conference on the Future of Innovation Studies, 20-23 September 2001.

Gilboa I., Schmeidler D. A Theory of Case-Based Decisions. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

Hume D. Enquiry into the Human Understanding. Oxford: Clarendon Press, 1748.

Katsoulacos Y., Tsounis N. Knowledge-Intensive Business Services and Productivity Growth: The Greek Evidence / M. Boden, I. Miles (eds.). Services and Knowledge-Based Economy. L., N.Y.: Continuum, 2000, p. 192-208.

Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton: Princeton UP, 1962.

Miles I. et al. Knowledge-Intensive Business Services: Their Roles as Users, Carriers and Sources of Innovation. Manchester: PREST, 1994.

Schank R.C. Explanation Patterns: Understanding Mechanically and Creatively. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1986.

Scott D.W. Multivariate Density Estimation: Theory, Practice and Visualisation. N.Y.: John Wiley & Sons, 1992.