

УДК 332.1

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ОБМЕН ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ ДЕЛОВЫМИ УСЛУГАМИ В РОССИИ¹

© 2015 г. О.В. Котомина

Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики” – Пермь, Россия
e-mail: kotominaov@gmail.com

Поступила в редакцию 23.01.2015 г.

Сектор интеллектуальных деловых услуг посредством создания, накопления и распространения знаний способствует более динамичному и инновационному развитию не только себя самого, но и внешней среды, и потому считается одним из ключевых элементов экономики знаний. Статья посвящена проблемам его пространственного размещения в России. Исследование опирается на уникальную эмпирическую базу, полученную в результате массовых опросов российских производителей и потребителей интеллектуальных деловых услуг. Собранные данные сформировали количественные характеристики пространственного измерения сектора интеллектуальных услуг. Сравнительный анализ производства и потребления потоков интеллектуальных деловых услуг в федеральных округах позволил классифицировать последние по уровню включенности в процесс обмена данными услугами и составить карты интенсивности межрегионального спроса и предложения федеральных округов. Установлено, что компании, предлагающие интеллектуальные деловые услуги в России, сильно сконцентрированы в крупных городах. Спрос на интеллектуальные деловые услуги более распределен, но также не является пространственно нейтральным. Статья может быть интересна исследователям, занимающимся проблемами пространственного распределения элементов инновационной экономики в нашей стране. Она может оказаться полезной и региональным органам власти для оценки потенциала развития территории.

Ключевые слова: интеллектуальные деловые услуги, сектор интеллектуальных услуг, пространственное распределение, спрос и предложение, регионы России, федеральные округа.

Постановка задачи. Сектор интеллектуальных услуг – специфическая сфера новой экономики, которая, благодаря генерированию и распространению опыта и знаний способствует более динамичному и инновационному развитию компаний, городов, регионов, стран. В международной практике используется термин “знаниеёмкие деловые услуги” (knowledge intensive business services or KIBS). В России более распространен термин “интеллектуальные бизнес услуги”. В данной работе используются оба эти определения в качестве синонимов, четко понимая, что говорим о рынке, где и потребители, и производители – это компании различных секторов экономики (business to business).

Важность знаний и инноваций в современной экономике подтверждается растущим интересом

исследователей к изучению интеллектуальных услуг. База данных научного цитирования Web of Science по запросу knowledge intensive business services or KIBS в разделе Topic предлагает 586 статей [www.webofknowledge.com, дата обращения 03 августа 2015 г.]. Распределение статей по годам публикации представлено на рис. 1.

С середины 1990-х гг. наблюдался значительный рост внимания, уделяемого функциям интеллектуальных услуг в инновационных системах. Однако по сравнению с производственным сектором интеллектуальные услуги остаются менее изученными [18]. Одно из актуальных направлений состоит в пространственных исследованиях – рассмотрении закономерностей и особенностей функционирования сектора интеллектуальных услуг в регионах страны с учетом их разнообразия и взаимодействия. В качестве регионов в России могут рассматриваться не только субъекты федерации, но также федеральные округа и экономические районы страны.

¹ Работа выполнена в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2011–2013 годах и при финансовой поддержке Правительства РФ в рамках реализации “Дорожной карты” Программы 5/100 Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики”.

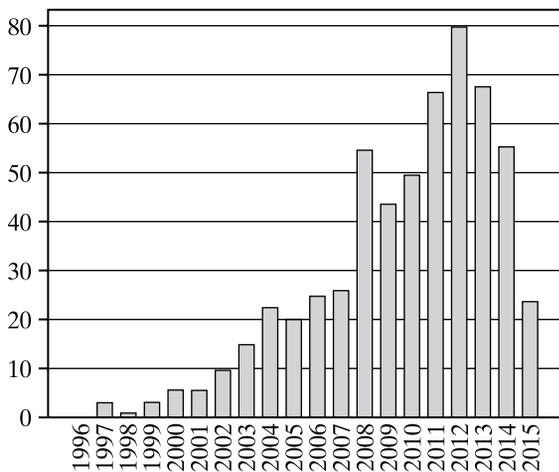


Рис. 1. Количество статей об интеллектуальных услугах, опубликованных в изданиях, реферируемых электронным ресурсом Web of Knowledge, в 1996–2015 гг. [www.webof-knowledge.com]

В настоящее время не сложилось единого общепринятого определения интеллектуальных деловых услуг. Мнения авторов особенно различаются в вопросе определения степени их знаниеёмкости, или интеллектуальности. Для получения представления о сущности данного вида услуг рассмотрим их отличительные черты.

Важная особенность знаниеёмких деловых услуг состоит в высоком уровне их кастомизации, т.е. четкой спецификации потребностей клиента и оказании услуг, наилучшим образом удовлетворяющих эту потребность. «Компании сектора знаниеёмких услуг сочетают фундаментальную, научную и технологическую информацию, опыт и знания, полученные компанией в процессе оказания услуг клиентам, а также, так называемые, интуитивные знания клиента (например, история развития и накопленный опыт, неформальные правила в компании и пр.). Объединение различных типов знаний и информации обеспечивает возможность найти оптимальное решение специфичной проблемы клиента» [18]. В целом доказано, что уровень кастомизации, обеспечиваемый в секторе интеллектуальных услуг, в среднем выше, чем в секторах услуг другого вида [9].

Интеллектуальные бизнес услуги, кроме того, отличаются высоким уровнем добавленной стоимости. Он объясняется низкой ресурсоемкостью. Интеллектуальная услуга оказывается за счет наличия специфического ресурса – человеческого капитала. Крайне высокий уровень профессионализма и опыт работников, оказывающих знаниеёмкую услугу клиенту, обеспечивают ее качество. В целом отмечается, что компании сектора интеллектуальных

услуг, как правило, характеризуются более высокой долей работников с высшим образованием [5].

Важной характеристикой интеллектуальных услуг служит сопроизводство, т.е. совместное участие в реализации услуги производителя и потребителя. Роль заказчика в процессе оказания услуги многогранна, поскольку сами заказчики обладают значительным объемом знаний, необходимых для эффективного производства услуги. Сюда относятся кодифицированные знания, такие как используемые компанией технологические процессы, порядок формальных коммуникаций, а также подразумеваемые, интуитивные знания, например, почему процессы выстроены в компании определенным образом, каковы ключевые игроки в данной организации, какие нормы и ценности разделяются работниками организации и пр. Заказчик также является носителем важнейшей информации о цели проекта, значимости его для фирмы. Эффективное сопроизводство увеличивает вероятность успеха проекта и удовлетворенности потребителя результатом, а соответственно, становится конкурентным преимуществом компании – производителя услуг [7]. Поэтому для компании – производителя интеллектуальной услуги крайне важно осознавать возможные пути усиления взаимопонимания, мотивации и способности заказчика поделиться имеющейся у него информацией, внести вклад в реализацию совместного проекта.

Таким образом, большинство исследователей сходятся во мнении, что интеллектуальные деловые услуги обладают следующими принципиальными характеристиками: основаны на профессиональных знаниях; отличаются исключительно высоким уровнем добавленной стоимости; требуют активного участия потребителей в процессе производства (сопроизводства); существенно повышают конкурентоспособность заказчиков.

Из-за отсутствия единого определения знаниеёмких бизнес услуг различаются подходы к отнесению услуг к данному сектору. Для целей данного исследования, с учетом существующих ограничений, к категории интеллектуальных бизнес услуг отнесены 10 видов услуг, которые наиболее часто включаются авторами в данную категорию: рекламные, маркетинговые, аудиторские, IT-консалтинг, кадровый консалтинг, инженеринговые услуги, финансовое посредничество, юридические услуги, девелопмент и риэлтерские услуги, дизайнерские услуги.

Растущая конкуренция между регионами нашей страны не только за средства федерального бюджета, но и за такие ресурсы, как частные инвестиции, человеческий потенциал и пр., побуждает регионы искать новые пути повышения привлекательности для своих целевых групп.

В то же время взаимодействие с компаниями, оказывающими интеллектуальные деловые услуги, открывает фирмам-заказчикам новые возможности повышения производительности, улучшения качества товаров или услуг, снижения издержек, что способствует усилению позиций этих фирм во взаимоотношениях с другими участниками рынка. В связи с этим развитие сектора интеллектуальных услуг может рассматриваться регионами как один из источников устойчивого экономического роста. Однако некоторые регионы скептически относятся к оценке того, насколько компании готовы к использованию передовых технологий, сопроизводству, насколько персонал готов к использованию новых знаний и передового опыта и т.д. Вследствие этого потенциальные преимущества развития сектора интеллектуальных услуг тесно увязаны с региональными особенностями и возможностями.

Несмотря на практическую значимость рассматриваемого вопроса, пространственные аспекты сектора интеллектуальных услуг в мировой литературе исследованы сравнительно слабо. Авторы статей чаще анализируют расположение компаний, оказывающих интеллектуальные деловые услуги, а также уделяют внимание факторам, объясняющим их рост. Однако существует неоднозначность в оценке влияния пространственной близости на происходящие в секторе знаниеёмких деловых услуг изменения.

В России изучение пространственного развития сектора интеллектуальных услуг ограничивается в силу определенной недооценки важности данной проблемы. Часто на уровне региональных властей обсуждается вопрос о необходимости диверсификации экономики региона за счет активного развития сферы услуг. Но под услугами в первую очередь подразумеваются торговля и бытовые услуги, а не интеллектуальные.

Данная статья посвящена анализу межрегиональных потоков интеллектуальных деловых услуг, что позволит сделать вывод о территориальном размещении сектора интеллектуальных услуг в России.

Пространственное измерение сектора интеллектуальных услуг. Интерес к пространственной организации сектора интеллектуальных бизнес услуг выходит за рамки какой-либо конкретной экономической деятельности, поскольку предполагается, что его развитие указывает на определенную экономическую зрелость территории. Знаниеёмкие бизнес услуги служат своего рода катализатором для других видов экономической деятельности [11].

Исследователи данного предметного поля анализируют модели размещения производителей

интеллектуальных деловых услуг, а также социально-экономические условия, которые могли бы объяснить появление и рост этих компаний. “Признание склонности поставщиков концентрироваться в крупных городах является первым шагом в анализе отношений между их деятельностью и их пространственным распределением” [21]. Авторы рассматривают региональный или национальный уровень [5], проводят сравнительный анализ различных стран [13, 16, 21] или мегаполисов страны [14], сравнивают центральные и периферийные регионы одной страны [12, 15]. Все они сходятся во мнении, что компании, оказывающие интеллектуальные услуги, сконцентрированы в крупных городских агломерациях и ключевых экономических центрах.

Объяснить сосредоточение компаний, оказывающих знаниеёмкие деловые услуги, в мегаполисах можно как с позиции спроса, так и с позиции предложения. Второе основано на том, что в крупных городах существуют благоприятные факторы для развития данного сектора, например, наличие университетов и исследовательских институтов, что, с одной стороны, развивает существующие знания, а с другой – способствует повышению образовательного уровня потенциальных сотрудников, которые могут быть непосредственно заняты в компаниях, оказывающих интеллектуальные услуги [10].

Находят отражение в работах исследователей и специфические факторы, которые могут объяснять размещение компаний со стороны предложения. Например, в Норвегии важен патриотический фактор. Клиенты предпочитают заказывать услуги у местных производителей из понимания того, что это приносит выгоду местной экономике [6], т.е. заказчики предпочитают удовлетворять спрос на внутреннем региональном уровне, что побуждает производителей создавать свои компании на определенных территориях.

Объяснение со стороны спроса заключается в том, что некоторые компании для оказания знаниеёмких деловых услуг имеют потребность географически находиться в непосредственной близости со своими наиболее крупными заказчиками, например штаб-квартирами крупнейших корпораций или больших государственных организаций. Такие заказчики, как правило, располагаются в столицах и других крупных городах [5].

Нельзя не упомянуть и влияние на сосредоточение компаний-производителей агломерационных эффектов, когда выгода получается за счет снижения издержек от пространственной концентрации производств и других экономических

объектов. Мегалополисы и региональные инновационные системы характеризуются высоким сосредоточением компаний сектора интеллектуальных бизнес-услуг, так как эти территории демонстрируют обширный спрос на данные услуги, следовательно, стимулируют создание и рост компаний сектора [4].

Еще одним аргументом в вопросе сосредоточения компаний в крупных городах является то обстоятельство, что не любые знания можно “закодировать” в форму текста, таблиц, графиков и т.д., легко передаваемых исполнителю. Есть знания, основанные на опыте и интуиции. Если в основе оказываемой услуги лежат знания такого типа, то пространственная удаленность препятствует получению желаемого результата. Это опять же побуждает производителей интеллектуальных услуг находиться в непосредственной близости со своими заказчиками.

Однако Ф. Мерино и Л. Рубалкаба [16] подвергли сомнению абсолютность суждения о том, что компании сектора интеллектуальных услуг крайне высоко сконцентрированы в пределах крупных городских территорий. Их исследования показали, что концентрация значительно различается, если рассматривать разные виды услуг. Этот вывод был подтвержден и результатами исследования Б.С. Тетер с соавторами. Проводя сравнительный анализ двух видов интеллектуальных деловых услуг в Лондоне – архитектурных и инжиниринговых, авторы отметили, что первые более сконцентрированы в центральной части города, в то время как производители вторых склонны получать выгоды от размещения в отдаленных от центра районах [20].

Межрегиональное взаимодействие заказчика и исполнителя интеллектуальной услуги. Компании сектора интеллектуальных услуг, как отмечал П. Вуд, поддерживают региональное развитие двумя путями: усиливая конкурентоспособность региональных клиентов и развивая собственный экспорт [21]. Многие компании-производители осуществляют свою деятельность не только внутри региона, но и на национальном или международном уровнях. Например, Х. Аслесен и А. Исаксен, изучая два сектора интеллектуальных услуг (программное обеспечение и организационный консалтинг), сильно сконцентрированных в столице Норвегии Осло, выявили, что две трети услуг оказываются за пределами локального рынка [5]. Также А. Кох и Т. Сталекер, изучая развитие сектора интеллектуальных услуг в трех городах Германии – Бремене, Штутгарте, Мюнхене – на основе данных о 446 компаниях,

оказывающих интеллектуальные деловые услуги, определили, что средняя доля оборота, получаемого за пределами указанных агломерационных областей, составляет 54% [14].

Выход компании за пределы региона своего присутствия возможен по нескольким причинам. Одна из важнейших – наличие спроса в компаниях других регионов. Знания в пространстве распределены неравномерно. Их накопление, использование и развитие имеет специфические региональные особенности. Компании сектора могут взаимодействовать с клиентами из других регионов, когда определенного вида услуг на территории-реципиенте нет вообще, либо когда могут сделать более конкурентоспособное предложение по сравнению с существующими в регионе производителями интеллектуальных услуг.

Следующая причина выхода на межрегиональный уровень состоит в том, что потребители часто заказывают стандартизированные услуги. Так, Б.С. Тетер обнаружил, что даже в двух типичных отраслях сектора интеллектуальных услуг – архитектурных и инжиниринговых услугах – большое количество компаний оказывает исключительно или преимущественно стандартизированные услуги [19], здесь может идти речь о разных уровнях стандартизации. Важно отметить, что стандартизированные услуги в большей степени ориентированы на потребителей, не имеющих опыта потребления интеллектуальных услуг [2]. Оказание стандартизированных услуг не требует таких частых и детальных непосредственных коммуникаций, как при производстве индивидуализированных услуг, поэтому производитель и потребитель могут находиться на расстоянии друг от друга. М. Беттиол с соавторами делают вывод, что стандартизация способствует оказанию услуг в удаленном режиме [8].

Пространственному взаимодействию также способствует активное развитие телекоммуникационных технологий. Мобильная связь поколения 3G и 4G, облачные технологии, видеоконференции и т.д. позволяют исполнителям быть в постоянной связи с заказчиками вне зависимости от местоположения каждого из них. Можно сделать вывод, что компании сектора интеллектуальных деловых услуг сконцентрированы в крупных городских агломерациях, но при этом могут быть активно вовлечены во взаимодействие с заказчиками из других регионов.

На основе анализа результатов эмпирических исследований пространственной организации сектора интеллектуальных услуг в мире сформулированы следующие гипотезы в отношении России, подлежащие проверке:

- компании сектора интеллектуальных услуг сильно сконцентрированы на региональных рынках;
- Центральный федеральный округ наиболее активно вовлечен в межрегиональный обмен интеллектуальными деловыми услугами.

Метод исследования. Исследование пространственного измерения сектора интеллектуальных услуг в России проводилось на базе данных ежегодного мониторинга производителей сектора с 2011 по 2013 г., а также потребителей – в 2011 и 2013 гг. (в связи с внутренними ограничениями проекта в 2012 г. потребители не опрашивались). Мониторинг осуществлялся Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” совместно с исследовательской компанией РОМИР.

Процедура ежегодного сбора данных состояла из двух этапов. На первом (качественном) с помощью экспертных панелей и индивидуальных глубинных интервью с экспертами уточнялись гипотезы исследования и были собраны материалы, которые легли в основу подготовки анкет количественных опросов. Второй (количественный) этап представлял собой массовые опросы потребителей и производителей интеллектуальных услуг различных видов.

При составлении выборки респондентов по регионам был применен классический подход для репрезентации генеральной совокупности, а именно: были отобраны крупные города в каждом из макрорегионов, которые в силу своего веса задают общее направление и формируют наиболее точную картину состояния интеллектуальных услуг в регионе. Обследованым были охвачены 12 крупных городов России: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Самара, Томск, Челябинск. На Москву приходится около 30% собранных анкет, Санкт-Петербург – около 10%, выборка по остальным регионам распределена равномерно в целях сохранения возможности производить анализ по федеральным округам.

Для отбора компаний-респондентов использовались различные источники данных: базы, бизнес-карта, контакты предыдущих исследований, рейтинг крупнейших компаний, отображенных на сайте Рейтингового Агентства “Эксперт РА” [3] за год, предшествующий году проведения очередной волны исследования, а также метод “снежного кома”, когда один респондент рекомендовал обратиться к другому респонденту, удовлетво-

ряющему условиям отбора. При участии в опросе филиала компании, имеющей головной офис в Москве, опрос велся по отдельному филиалу и его деятельности на рынке интеллектуальных услуг, что позволяет оценить показатели в региональном разрезе.

В качестве респондентов выступали собственники или менеджеры компании высшего уровня – генеральные директора, руководители департаментов, отделов, подразделений, которые компетентно могли ответить на вопросы о деятельности компании в рассматриваемой предметной области. Продолжительность интервью варьировалась от сорока минут до полутора часов.

Производители, помимо предоставления данных по своей компании, давали экспертную оценку своего рынка, а также характеризовали взаимодействие с потребителями интеллектуальных услуг. Потребители представляли свое видение развития сектора, эффективности взаимоотношений с производителями интеллектуальных услуг. Важно отметить, что анкета для потребителей была построена зеркально анкете для производителей. Таким образом, одновременное изучение сектора интеллектуальных услуг с позиции двух акторов – производителей и потребителей дает возможность получить характеристику пространственного измерения сектора интеллектуальных услуг в России с позиции предложения и спроса на интеллектуальные бизнес-услуги.

Ежегодно в опросе производителей интеллектуальных бизнес-услуг принимали участие более 600 респондентов. Распределение участников опроса 2013 г. по регионам и видам оказываемых услуг представлено в табл. 1. В другие годы распределение строилось аналогично.

В опросе потребителей интеллектуальных услуг также принимали участие более 600 респондентов. Распределение участников опроса по сферам деятельности в 2013 г. представлено в табл. 2. Важно отметить, что при выборе респондентов соблюдался и географический принцип. В 2011 г. распределение строилось аналогично.

В рейтинг крупнейших компаний России, составляемый Рейтинговым Агентством “Эксперт РА”, в большинстве своем входят компании отраслей промышленности и инфраструктуры. Для получения равномерной отраслевой структуры спроса кроме крупнейших компаний из рейтинга были дополнительно привлечены крупные компании сферы услуг. При этом была абсолютно исключена возможность двойного опроса одной и той же компании (при вхождении ее в рейтинг крупнейших компаний и являющейся потребителем

Таблица 1. Географическая и отраслевая структура компаний-производителей интеллектуальных услуг, участвующих в опросе в 2013 г.

Город	Вид услуги										ВСЕГО
	Реклама	Маркетинг	Аудит	IT-консалтинг	Подбор персонала	Инжиниринг	Финансовое посредничество	Юридические	Операции с недвижимостью	Дизайн	
Москва	22	21	19	22	21	14	21	21	13	21	195
Санкт-Петербург	6	6	6	6	5	6	7	6	7	6	61
Казань	6	1	3	6	4	3	2	3	3	4	35
Красноярск	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	34
Воронеж	5	7	1	5	1	2	1	2	2	8	34
Нижний Новгород	4	8	2	7	3	16	5	3	3	1	52
Новосибирск	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Омск	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
Самара	2	5	3	3	3	3	3	5	2	5	34
Екатеринбург	7	2	5	1	3	4	3	3	6	2	36
Томск	6	2	5	3	2	5	2	5	3	2	35
Челябинск	7	1	3	5	3	5	2	3	6	3	38
ВСЕГО	82	62	57	67	55	68	55	60	54	63	623

Таблица 2. Характеристика выборки компаний-потребителей, принявших участие в опросе в 2013 г.

Сфера деятельности компании	Количество компаний
Компании из рейтинга крупнейших компаний России	300
Компании, относящиеся к отраслям товаров повседневного спроса	60
Компании, относящиеся к рынкам мобильной связи, туризма, развлечений	60
Компании, относящиеся к отраслям сектора товаров длительного пользования	60
Банки и страховые компании	60
Компании, относящиеся к отраслям сектора торговли и дилерства	60
Анкеты, сформированные из блоков вопросов, полученных на основании ответов лиц, принимающих участие в закупке/работе с интеллектуальными услугами в каждой из 10 изучаемых сфер	2
Всего	602

интеллектуальных деловых услуг на определенной территории).

Компании, принимавшие участие в опросе, имели опыт потребления от одного до десяти видов интеллектуальных деловых услуг.

Современное состояние сектора интеллектуальных услуг: пространственный аспект. Сформировавшаяся к 2009–2011 гг. в России институциональная среда и экономические реалии кризиса не способствовали развитию рынка интеллектуальных услуг. По заключению И. Березина и А. Милехина, ведущих экспертов исследовательского холдинга РОМИР, осуществляющих мониторинг данного рынка, “волна наращивания объемов рынка интеллектуальных услуг была сбита, стало очевидно его сокращение. Падение спроса на услуги интеллектуального характера предопределило их существенное сокращение” [1]. В 2013 г. в секторе интеллектуальных услуг наметились положительные тенденции, и в среднем компании сектора продемонстрировали рост оборота. Как в период экономического кризиса, так и в период восстановления экономики, компании сектора интеллектуальных услуг оставались сильно сконцентрированными в пределах своих регионов.

В среднем за анализируемый трехлетний период только пятая часть респондентов имела опыт потребления услуг за пределами своего региона. От 79% компаний – потребителей в 2011 г. до 85% – в 2013 г. отмечали, что приобретают интеллектуальные деловые услуги только в своем регионе. Концентрация производителей на рынке только своего региона меньше, но все равно

остается на высоком уровне – примерно две трети респондентов не работали с заказчиками из других регионов. В целом можно отметить, что не только компании сектора интеллектуальных услуг сконцентрированы в пределах своего региона, но и потребители интеллектуальных услуг предпочитают покупать услуги на региональном рынке.

Рассмотрим вопрос пространственного взаимодействия потребителей и производителей интеллектуальных услуг с позиции видов услуг по состоянию на 2013 г. Таблицы построены на основе ответов респондентов, которым было предложено назвать до пяти субъектов РФ, с которыми компания наиболее активно взаимодействует. Ответы респондентов были сгруппированы по федеральным округам. Пространственно-отраслевое распределение спроса на интеллектуальные

бизнес-услуги строится на основе ответов компаний-производителей (табл. 3), предложения интеллектуальных бизнес-услуг – на основе ответов компаний-потребителей (табл. 4).

Пространственное взаимодействие на межрегиональном рынке интеллектуальных услуг с позиции обоих агентов сектора – производителей и потребителей – представлено в табл. 5; в ней также сделан акцент на видах услуг.

При рассмотрении количества регионов сотрудничества в разрезе видов услуг с позиции обоих агентов выявлены значимые пространственные особенности. Ситуацию с большим количеством регионов спроса с минимальным количеством регионов предложения демонстрируют дизайнерские, инжиниринговые и маркетинговые услуги. Это может говорить о специализации отдельных

Таблица 3. Пространственно-отраслевое распределение спроса на интеллектуальные услуги

Федеральный округ	Вид услуги										ВСЕГО
	Реклама	Маркетинг	Аудит	IT-консалтинг	Подбор персонала	Инжиниринг	Финансовое посредничество	Юридические	Операции с недвижимостью	Дизайн	
Центральный	–	11	2	6	–	5	4	2	–	7	37
Приволжский	1	8	4	3	4	7	2	7	–	5	41
Уральский	3	6	2	1	4	8	2	1	1	1	29
Северо-Западный	1	11	–	3	3	10	4	2	–	7	41
Сибирский	1	12	3	7	2	6	2	3	–	–	36
Южный	1	7	1	–	4	2	3	1	–	1	20
Всего	7	55	12	20	17	38	17	16	1	21	204

Таблица 4. Пространственно-отраслевое распределение предложения интеллектуальных услуг

Федеральный округ	Вид услуги										ВСЕГО
	Реклама	Маркетинг	Аудит	IT-консалтинг	Подбор персонала	Инжиниринг	Финансовое посредничество	Юридические	Операции с недвижимостью	Дизайн	
Центральный	4	2	3	4	–	1	1	1	3	2	21
Приволжский	8	–	5	3	4	–	5	4	1	–	30
Уральский	4	1	1	1	–	1	3	–	–	–	11
Северо-Западный	3	3	2	–	2	–	–	1	1	–	12
Сибирский	7	–	1	3	–	1	2	2	1	–	17
Южный	6	1	–	5	1	–	1	–	–	–	14
Всего	32	7	12	16	7	3	4	8	6	2	105

Таблица 5. Количество межрегиональных связей по определенным видам услуг

Количество регионов сотрудничества		Компании-производители					
		1–5	6–10	11–20	21–30	41–50	51–60
Компании-потребители	1–5	Риэлторские		Юридические	Дизайн Кадровый консалтинг	Инжиниринг	Маркетинг
	6–10						
	11–15						
	16–20						
	31–35		Реклама		IT-консалтинг		

регионов на оказании данных видов услуг, либо о наличии более конкурентного предложения (как по цене, так и по качеству) на внутреннем региональном рынке. Более того, реализация этих услуг требует наличия узких профессиональных навыков, что также может ограничивать количество компаний, способных оказать услугу на высоком уровне качества. Если сгруппировать ответы респондентов по федеральным округам, то получим, что предложение маркетинговых услуг в Приволжском и Сибирском федеральных округах на межрегиональном уровне отсутствовало. При этом наличие предложения маркетинговых услуг в регионах других федеральных округов отмечали не более трех респондентов. Потребители инжиниринговых услуг указывали такие регионы сотрудничества в Центральном, Уральском и Сибирском округах. Федеральным округом предложения дизайнерских услуг в 2013 г. был назван только Центральный.

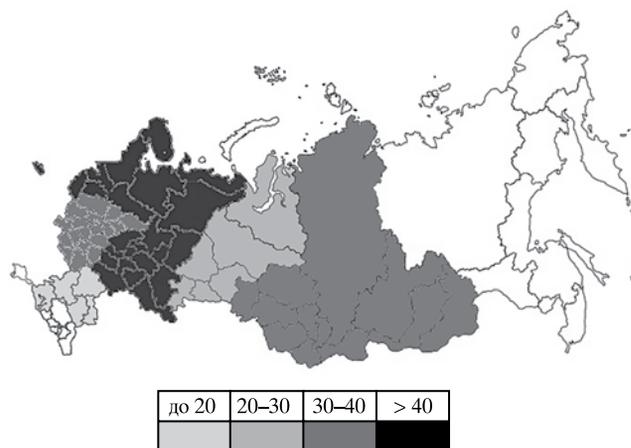
Рекламные услуги, наоборот, демонстрируют ситуацию с широким спектром регионов предложения и незначительным количеством регионов спроса. Это может объясняться отсутствием жестких приоритетов в выборе поставщика при большом количестве компаний, оказывающих рекламные услуги (широком предложении) и высокой конкуренции на рынке. Также важно учитывать и саму природу рекламного рынка, которая зачастую требует доступа во многие регионы страны и, соответственно, ведет к разнообразию подрядчиков. Так, среди ответов респондентов о регионах предложения рекламных услуг присутствовали все федеральные округа с преобладанием Приволжского и Сибирского.

В целом анализ современного состояния сектора с позиции его пространственной организации позволил получить картину движения услуг из одного региона в другой и вовлеченности регионов в обмен интеллектуальными деловыми услугами.

При составлении рис. 2 и 3 были использованы данные только тех респондентов, которые оказывают услуги или потребляют их за пределами региона своего присутствия. Интенсивность цвета отражает частоту упоминания респондентами регионов того или иного федерального округа в качестве регионов спроса (рис. 2) или регионов предложения интеллектуальных деловых услуг (рис. 3).

Важно отметить, что картина оказания интеллектуальных услуг по регионам за рассматриваемый трехлетний период оставалась стабильной. В то время как территориальная организация закупки (предложения) интеллектуальных услуг по сравнению с 2011 г. существенно поменялась.

Приволжский федеральный округ оказался наиболее активным макрорегионом с позиции обмена интеллектуальными услугами. Территории данного федерального округа указывали регионами активного взаимодействия максимальное количество и потребителей, которые закупают там услуги (исходящий поток), и производителей, которые продают туда услуги (входящий поток).

**Рис. 2.** Федеральные округа наиболее интенсивного спроса на интеллектуальные бизнес-услуги в 2011–2013 гг., частота упоминания респондентами.

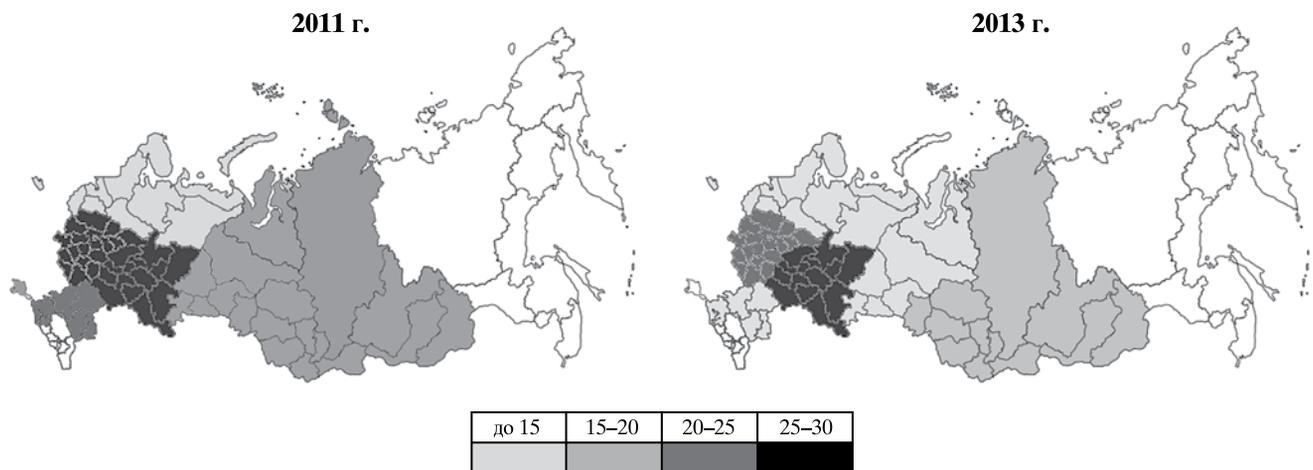


Рис. 3. Федеральные округа наиболее интенсивного предложения интеллектуальных бизнес-услуг в 2011 и 2013 гг., частота упоминания респондентами.

Несмотря на то, что Москва как столица и город федерального значения демонстрирует самый высокий уровень развития сектора интеллектуальных услуг, Центральный регион в целом по сравнению с 2011 г. переместился на второе место по активности входящих и исходящих межрегиональных потоков.

Северо-Западный и Сибирский федеральные округа демонстрируют высокий спрос на услуги из других регионов при значительно более низком уровне оказания услуг в другие регионы. Производители интеллектуальных услуг отмечали, что оказывают услуги на Урале, но потребители по сравнению с 2011 г. стали реже закупать услуги в этом регионе. Южный федеральный округ в 2013 г. демонстрирует минимальную вовлеченность в межрегиональное взаимодействие как в закупках, так и в продаже интеллектуальных услуг.

Данные по пространственному распределению спроса и предложения на интеллектуальные деловые услуги в обобщенном виде представлены в табл. 6. В ней учитываются данные не имеющих возможностей, а фактически реализованных договорных отношений в 2013 г.

На пересечении “низкий спрос–высокое предложение” нет ни одного федерального округа: не выявлено ситуации, когда регионы активно оказывали бы интеллектуальные услуги в другие регионы, при этом не предъявляя спроса на интеллектуальные услуги поставщиков из других федеральных округов. Наименее вовлеченными в межрегиональный обмен интеллектуальными услугами на территории страны оказались Южный и Уральский федеральные округа. Для Уральского округа это может объясняться сырьевой ориентацией промышленности, которая рассматривается менее рискованной по

сравнению с инновационной стратегией, обеспечиваемой использованием интеллектуальных услуг. Низкий спрос Южного округа, возможно, связан с тем, что это в первую очередь сельскохозяйственный регион, а сельское хозяйство – это отрасль, мало восприимчивая к инновациям в целом. При этом в обоих округах низкий спрос ограничивает и развитие предложения интеллектуальных услуг на рассматриваемых территориях.

Центральный и Приволжский федеральные округа демонстрируют максимально высокий уровень как спроса, так и предложения интеллектуальных услуг другим округам. Активными потребителями услуг оказались Северо-Западный и Сибирский федеральные округа при более низком уровне предложения услуг в другие регионы страны. На территории Сибирского федерального округа располагаются крупные инновационные центры России – Новосибирск и Томск. Однако сектор интеллектуальных услуг максимально сконцентрирован на региональных рынках, что может быть обусловлено глубинным геоэкономическим положением округа.

Если рассмотреть пространственное распределение спроса и предложения интеллектуальных бизнес-услуг с позиции экономического развития

Таблица 6. Сочетание уровней межрегионального спроса и предложения на интеллектуальные бизнес-услуги в федеральных округах

Уровень спроса и предложения	Низкий спрос	Высокий спрос
Низкое предложение	Южный Уральский	Северо-Западный Сибирский
Высокое предложение		Центральный Приволжский

округов, то можно отметить следующий интересный факт. Экономически развитый Уральский федеральный округ, в состав которого входят четыре региона-донора, демонстрирует относительно низкую вовлеченность в межрегиональный обмен интеллектуальными услугами, хотя Уральский округ непосредственно граничит с Приволжским, показавшим высокий уровень предложения интеллектуальных услуг, и Северо-Западным – с высоким уровнем спроса на интеллектуальные услуги. Сибирский округ, в состав которого входят только дотационные регионы, демонстрирует высокий спрос на интеллектуальные услуги; данный округ не имеет общих границ с регионами с высоким уровнем предложения. Таким образом, можно заключить, что пространственная близость между регионами не так значима для межрегионального обмена интеллектуальными услугами, как внутренние региональные особенности и специфические черты.

Выводы. Проведенный анализ позволил сделать выводы о включенности регионов России в процесс обмена интеллектуальными услугами и сравнить интенсивность входящих и исходящих потоков интеллектуальных услуг на межрегиональном рынке.

Возрастающая конкуренция на рынке, сокращение жизненного цикла продуктов и рост спроса на учет индивидуальных особенностей покупателей обусловили важнейшую роль знаний и доступа к необходимой информации для производителей. Фирмы все в большей степени испытывают потребность в знаниеёмких деловых услугах для проведения исследований, разработки новых продуктов, проведения организационных изменений, внедрения новых технологий и т.д., чтобы обеспечить себе конкурентные преимущества [10].

В рамках проведенного исследования была подтверждена гипотеза о высокой концентрации производителей и потребителей интеллектуальных деловых услуг на региональных рынках. Только одна треть производителей и только пятая часть потребителей интеллектуальных деловых услуг вовлечены в межрегиональное взаимодействие и выходят на рынки других регионов.

Гипотеза о том, что Центральный федеральный округ – наиболее активный участник межрегионального обмена интеллектуальными деловыми услугами, подтверждена частично. Было выявлено, что на межрегиональном рынке высокие показатели спроса и предложения на интеллектуальные бизнес-услуги наряду с Центральным демонстрирует Приволжский округ. Он является

активным поставщиком рекламных, аудиторских услуг и услуг финансового посредничества.

Практическая значимость исследования пространственного измерения сектора интеллектуальных услуг в России заключается в том, что знание факторов развития сектора может быть использовано региональными властями для оценки потенциала развития территории и для прогнозирования развития одной из составляющих экономики. Кроме того, понимание пространственного измерения сектора интеллектуальных услуг может быть полезным как компаниям-потребителям, так и компаниям-производителям. Первые в силу неравномерности распределения информации в регионах и нехватки квалифицированных специалистов в определенных сферах могут использовать эту информацию для поиска ответа на вопрос, где может быть найдено предложение услуг, отвечающее их спросу. Вторые в свою очередь могут использовать эти знания для разработки конкурентной стратегии, понимая, где территориально может быть спрос на услуги, а также учитывая факторы, способствующие или препятствующие развитию межрегиональной сети клиентов, для выстраивания своей клиентской стратегии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Березин И., Милехин А. Модернизация без интеллекта // Эксперт. 2011. № 43 (776). С. 35–36.
2. Дорошенко М.Е., Виноградов Д.В., Березин И.С., Сидорова Н.Б., Сулов А.Б. Интеллектуальные услуги в России. М.: ГУ-ВШЭ, 2009. 111 с.
3. Рейтинг 400 крупнейших компаний России // Рейтинговое Агентство Эксперт РА (International group of rating agencies “Expert RA”) <http://www.raexpert.ru/ratings/expert400>.
4. Andersson M., Hellerstedt K. Location attributes and start-ups in knowledge-intensive business services // *Industry and Innovation*. 2009. 16(1). P. 103–121.
5. Aslesen H.I., Isaksen A. Knowledge intensive business services and urban industrial development // *Studies in Innovation, Research and Education*. University College and NIFU STEP, Norway // *Servic. Industr. Journ.* 2007. Vol. 27. No. 3. P. 321–338.
6. Aslesen H., Jakobsen S.E. The role of proximity and knowledge interaction between head offices and KIBS // *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. 2007. Vol. 98. No. 2. P. 188–201.
7. Bettencourt L.A., Ostrom A.L., Brown S.W., Roundtree R.I. Client co-production in knowledge-intensive business services // *California Management Rev.* Summer 2002. Vol. 44. Issue 4. P. 100–128.

8. *Bettiol M., V. de Marchi, E. di Maria, R. Grandinetti.* Determinants of market extension in knowledge-intensive business services: Evidence from a regional innovation system // *Eur. Planning Stud.* 2013. Vol. 21. No. 4. P. 498–515.
9. *Corrocher N., Cusmano L., Morrison A.* Modes of innovation in knowledge-intensive business services; evidence from Lombardy // *J. Evol. Econ.* 2009. 19(2). P. 173–196.
10. *Daniel P.W., Bryson J.R.* Sustaining business and professional services in a second city region: the case of Birmingham, UK // *Service Ind. J.* 2005. 25(4). P. 505–524.
11. *Daniel P., Rubalcaba L., Stare M., Bryson J.* How many Europes? Varieties of capitalism, divergence and convergence and the transformation of the European services landscape // *Tijdschrift voor Economische. Sociale Geografie.* 2011. 102. P. 146–161.
12. *Gonzlez-López M.* Regional differences in the growth pattern of knowledge intensive business services: An approach based on the Spanish case // *Eur. Urban Reg. Studies.* 2009. Vol. 16. No. 1. P. 101–106.
13. *Javalgi R.G., Gross A.C., Joseph W.B., Granot E.* Assessing competitive advantage of emerging markets in knowledge intensive business services // *Cleveland State University, Cleveland, Ohio, USA // J. Bus. Ind. Marketing.* 2011. 26/3. P. 171–180.
14. *Koch A., Stahlecker T.* On the significance of economic structure and regional innovation systems for the foundation of knowledge-intensive business services: a comparative study in Bremen, Munich, and Stuttgart, Germany // *Arbeitspapiere Unternehmen und Region. Working Papers Firms and Region.* 2004. No. R1. 36 p.
15. *Martinelli F.* Producer services' location and regional development // *The Changing Geography of Advanced Producer Services.* London: Belhaven Press, 1991. P. 70–90.
16. *Merino F., Rubalcaba L.* Are knowledge-intensive services highly concentrated? Evidence from European regions // *Tijdschrift voor Economische en Sociale. Geografie.* 2013. Vol. 104. No. 2. P. 215–232.
17. *Miles I.* Knowledge intensive services' suppliers and clients // *Ministry of Trade and Industry // Studies and Reports.* 2003. No. 15. 83 p.
18. *Muller E., Doloreux D.* The key dimensions of knowledge intensive business services (KIBS) analysis: a decade of evolution // *Institute systems and innovation research Working Papers Firms and Region.* 2007. No. U1. 26 p.
19. *Tether B.S.* The sources and aims of innovation in services: Variety between and within sectors // *Econ. Innov. New Technol.* 2003. 12(6). P. 481–505.
20. *Tether B.S., Li Q.C., Mina A.* Knowledge-bases, places, spatial configurations and the performance of knowledge-intensive professional service firms // *Journ. Econom. Geography.* 2012. No. 12. P. 969–1001.
21. *Wood P.* The regional significance of knowledge intensive business services in Europe // *Innovation.* 2006. No. 1. P. 51–65.

Interregional Exchange of Intellectual Business Services in Russia

O.V. Kotomina

*National Research University Higher School of Economics, Perm Branch, Russia
e-mail: kotominaov@gmail.com*

The sector of intellectual business services is one of key elements of knowledge economy and through the creation, accumulation and dissemination of knowledge contributes to a more dynamic and innovative development not only itself, but also the external environment. The article is devoted to the problems of spatial distribution of the sector of intellectual business services in Russia. The study is founded on the unique empirical base received from the results of mass surveys of Russian producers and consumers of intellectual business services. Collected data have formed quantitative characteristics of spatial distribution of intellectual business services. Comparative analysis of ingoing (demand) and outgoing (supply) flows of intellectual business services in the federal districts has allowed to classify the latter according to the level of involvement in the process of these services and to map the intensity of inter-regional supply and demand of federal districts. It is found that companies offering intellectual business services in Russia are highly concentrated in large cities. The demand for intellectual business services is more distributed, but also not spatially neutral. The article may be of interest to researchers dealing with spatial distribution of elements of the innovation economy in Russia. It may be useful for regional authorities to assess the territorial development potential.

Keywords: intellectual business services, sector of intellectual services, spatial distribution, demand and supply, regions of Russia, federal districts

doi: 10.15356/0373-2444-2015-5-27-37