

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

Выпуск 2 – 2015 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2015.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/04SFK215.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Доровских А.С., Шашмурина В.А., Коваленко Д.Ю., Брачкова Е.А. Динамика сектора интеллектуальных услуг сибирского федерального округа (первое десятилетие XXI века) // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2015 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/04SFK215.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**УДК 301**

**Доровских Алена Святославовна**

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», Россия, Барнаул  
Направление «Социология и этика бизнеса»  
Кафедра «Эмпирической социологии и конфликтологии»  
Магистрант, бакалавр  
E-mail: alenkodo@mail.ru

**Шашмурина Валерия Александровна**

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», Россия, Барнаул  
Направление «Социология и этика бизнеса»  
Кафедра «Эмпирической социологии и конфликтологии»  
Магистрант, бакалавр  
E-mail: lera161993@mail.ru

**Коваленко Дарья Юрьевна**

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», Россия, Барнаул  
Направление «Социология и этика бизнеса»  
Кафедра «Эмпирической социологии и конфликтологии»  
Магистрант, бакалавр  
E-mail: daria0812@yandex.ru

**Брачкова Екатерина Александровна**

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», Россия, Барнаул  
Направление «Социология и этика бизнеса»  
Кафедра «Эмпирической социологии и конфликтологии»  
Магистрант, бакалавр  
E-mail: ebrachkova@bk.ru

## **Динамика сектора интеллектуальных услуг сибирского федерального округа (первое десятилетие XXI века)**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются проблемы рынка интеллектуальных услуг в сибирском федеральном округе. Рассмотрено теоретическое обоснование понятия «интеллектуальные услуги». На пути развития сектора интеллектуальных услуг стоят различные препятствия и ограничения. Представлены данные социологических исследований по проблемам, существующим в данном секторе рынка.

**Ключевые слова:** интеллектуальные услуги; четвертый сектор экономики; Сектор интеллектуальных услуг

Рынок интеллектуальных услуг (РИУ) является одним из приоритетных в РФ, так как он самый инновационный, инвестиционный, технологический и способный приносить высокую прибыль. По принятому в научной литературе определению, сектор – это крупная часть экономики, обладающая сходными общими характеристиками, которые позволяют отделить ее от других частей экономики в теоретических или практических целях. По основному виду производимой продукции традиционно различают: первичный, вторичный и третичный сектора экономики. Ряд современных исследователей утверждают, что среди услуг выделился иной сектор, называемый четвертичным (quaternary sector). В России его именуют сектором интеллектуальных услуг, в зарубежных источниках авторы оперируют термином knowledgeintensive services (KIS), который переводится, как: «знаниеёмкие услуги». В России словосочетание «интеллектуальные услуги» достаточно распространено в отечественных публикациях, прочно вошло в научный оборот. [1].

Данный сектор динамично эволюционирует, и его роль в современной экономике устойчиво растет, годовой объем мирового рынка интеллектуальных услуг уже сегодня оценивается примерно в 50 млрд долларов США. Значимость этого нового сектора определяется не только масштабами, но и опережающими темпами роста по сравнению с другими секторами. Увеличение объемов продаж интеллектуальных услуг колеблется от 20% до 24% в год [3]. Мировой рынок интеллектуальных услуг на данный момент окончательно не сложен и для него характерна значительная степень национально-культурной сегментированности.

Научная и практическая значимость, признается, но исследования данного сектора в литературе довольно фрагментарны и носят преимущественно эмпирический характер, теория же находится в зачаточном состоянии. Подобное состояние дел в значительной степени объясняется тем, что это сравнительно новый экономический объект, довольно сложный для анализа.

Представления о составе сектора в разных источниках заметно отличаются друг от друга. Это связано с тем, что их основной отличительной чертой является «знаниеёмкость» (knowledge intensity) – свойство довольно неопределенное, очевидно не наблюдаемое и совершенно не операциональное. О ее наличии и интенсивности можно судить только по косвенным признакам, причем их набор у разных авторов различается: одни в основе классификации указывают особенности производства услуг, другие – их экономические функции, третьи – квалификацию производителей, четвертые – величину и структуру оплаты труда и т.п.

Группа российских исследователей, возглавляемая Я.И. Кузьминовым, в основу структуры интеллектуальных услуг вложила особенности производства, и на данной основе выделила следующие виды деятельности [6]:

- консультирование (включая IT-консалтинг);
- аудит;
- маркетинговые услуги;
- оценочная деятельность;
- доверительное управление активами;
- технологический и финансовый аудит;
- рекрутинг;
- реклама и PR;

- аналитическое обслуживание.

Интеллектуальные услуги - феномен, связанный с делегированием собственником права принятия той или иной части экономических решений. Будучи нацеленными на повышение эффективности деятельности предприятий, интеллектуальные услуги играют важную роль в формировании управленческой культуры, способствуя распространению «личного опыта», оптимизируя текущие бизнес-процессы и внедряя международные стандарты [6].

Признаками интеллектуальных услуг, можно считать:

- во-первых, неоднородный интеллектуальный вклад, который должен быть либо полностью индивидуальным, либо, в крайнем случае, состоять из некоторого стандартного «ядра», на которое для каждого клиента наращивается своя «оболочка»;
- во-вторых, клиент является «сопроизводителем» как минимум «оболочки» или даже всей услуги целиком, если последняя полностью индивидуализирована;
- в-третьих, в стоимости услуг велика доля добавленной стоимости, основную часть которой производит высококвалифицированный труд.

По этим признакам в нашей стране четвертичный сектор, на наш взгляд, должен охватывать такие услуги, как:

- аудиторские;
- инжиниринговые;
- юридические;
- рекламные и маркетинговые;
- ИКТ;
- доверительное управление активами. [4]

Основными клиентами рынка интеллектуальных услуг (РИУ) в Сибирском федеральном округе выступают четыре сектора: большие финансовые группы, предприятия основной деятельностью которых является оптовая и розничная торговля, компании занимающиеся инвестициями. Они характеризуются стремлением к инновациям и конкурентностью.

Доля сектора интеллектуальных услуг в России пока невелика, проанализировав различные оценки это от 0,2% до 1,5% ВВП, но у сектора имеются значительные перспективы. Некоторые исследователи прослеживают потенциал даже для десятикратного увеличения. [5]

В настоящее время в России не проводится не одного мониторинга, который охватывал бы все сектора данного рынка. Тем не менее, существует ряд исследований, посвященным отдельным его сегментам.

Высшей школой экономики в период с 2007 по 2012 года был проведен мониторинг рынка интеллектуальных услуг. Исследовательский интерес был направлен на маркетинг, аудит, инжиниринг, дизайнерские услуги, кадровый консалтинг, реклама, риэлтерские услуги, финансовое консультирование и т.д. В качестве метода сбора данных было выбрано личное формализованное интервью. Социологическое исследование проводилось среди российских компаний-производителей интеллектуальных услуг и потребителей интеллектуальных услуг в следующих городах России: Москва, Тверь, Санкт-Петербург, Белгород, Нижний Новгород, Киров, Чебоксары, Новосибирск, Барнаул, Томск, Красноярск, Саратов, Краснодар,

Владивосток, Омск, Пермь, Волгоград, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Самара, Казань, Уфа, Челябинск, Воронеж, Краснодар, Тольятти, Ульяновск.

Цель мониторинга – исследование динамики развития сектора интеллектуальных услуг в период 2007-2012 года.

На основе данного мониторинга нами был проведён вторичный анализ данных с использованием публикаций результатов, представленных в форме табличных материалов. В исследовании: развития сектора интеллектуальных услуг, приняли участие 600 респондентов.

Респондентам предлагалось ответить на вопрос: «По вашему мнению, какие факторы препятствуют развитию сектора интеллектуальных услуг в Сибирском федеральном округе?» (см. Рис. 1).



**Рисунок 1.** Факторы, мешающие развитию рынка интеллектуальных услуг

Как можно наблюдать из представленного выше Рис. 1., респондентами отмечается низкая осведомленность потребителей о интеллектуальных услугах (31,1%), что препятствует развитию данного сектора экономики, как и выявленный недостаток спроса, который отметили – 27,9% респондентов. Об отсутствии квалифицированных кадров заявили 19,7% опрошенных, 17,4% говорят о недостатке предложений на рынке интеллектуальных услуг, а 17,1% не готовы сопроизводить конечный продукт со специалистами, так же в связи с этим 16,7% отмечают недостаток компетенций у компаний потребителей.

Объем РИУ в Сибирском федеральном округе невелик, но в последние годы рынок расширяется за счет спроса средних предприятий. *Основная проблема развития данного рынка*

– отсутствие общепринятого критерия эффективности интеллектуальных услуг, в результате предприятия предпочитают не использовать дорогих внешних консультантов, замещая их услуги формально более дешевыми собственными работниками или развиваясь по инерции.

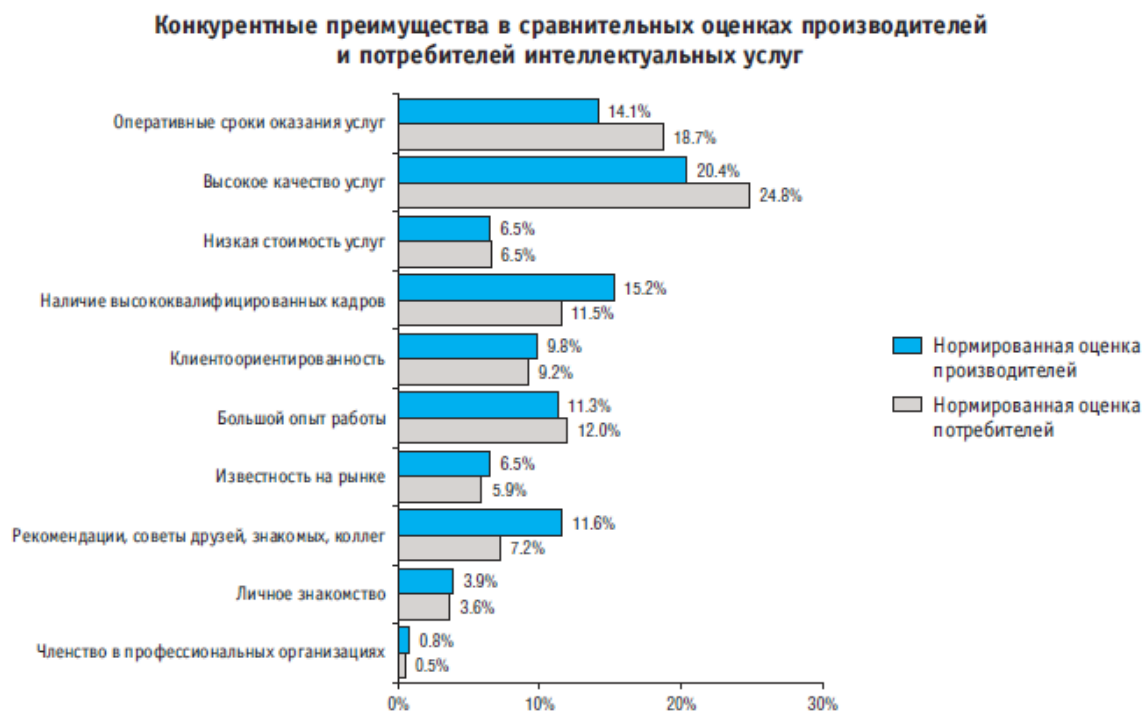
Затрудняют развитие рынка интеллектуальных услуг следующие причины:

- недостаточный уровень информированности потребителей;
- сложившаяся структура рынка;
- определенный консерватизм компаний "классических" секторов экономики, которые не склонны расширять рыночные ниши и внедрять инновации.

Сегодня в данном округе нужно обеспечить повышение качества интеллектуальных услуг, предоставляемых сибирскими фирмами, а также информационную и ценовую доступность таких услуг для предприятий всех секторов экономики. Необходимо предпринимать меры по преодолению сложившейся сегментации исследуемого рынка, в основном это меры информационной политики государства: стимулирование информационной инфраструктуры РИУ, в первую очередь – системы рейтингов и обязательных требований к фирмам – поставщикам интеллектуальных услуг по предоставлению публичной информации о своей деятельности в части, не нарушающей прав предприятий – заказчиков данных услуг. Важным условием развития РИУ являются жесткие меры по приведению массового профессионального образования к международным стандартам [6].

Парадокс технологической отсталости российского рынка интеллектуальных услуг при наличии все еще достаточно мощной науки в стране, объясняется крайне слабой интеграцией научно-исследовательской деятельности ученых, не ориентированной, в должной мере, на коммерциализацию технологий, на формирование технологической политики, отвечающей требованиям рынка, а также отсутствием удовлетворительной проводящей сети научно – технического прогресса. Такие понятия, как интеллектуальный капитал, стратегическое управление и планирование, управление нематериальными активами, корпоративность, в настоящем смысле еще только входят в российскую научную практику. Существует мнение о целесообразности создания социально-ориентированной национальной инновационной системы в связи с возрастающей сложностью, глобализацией проблем в научно-технологической, социально-экономической и промышленной сферах, потребностью в формировании новых подходов в научно-технологической и промышленной индустрии [6].

На данный момент в мире прогнозируется отставание государств, пренебрегающие нуждами интеллектуального производства. В цепочке «интеллектуальное воспроизводство – механизм внедрения – репродуктивное воспроизводство» все элементы взаимосвязаны, но развитие интеллектуального производства приоритетно для обеспечения прогресса. Механизмы внедрения интеллектуальных услуг, напрямую зависят от конкурентных преимуществ внутри конкретных услуг и фирм которые их предоставляют. Это происходит по той причине, что интеллектуальные услуги нематериальны изначально, невозпроизводимы никем другим в том же виде, они уникальны и это является их главным преимуществом. Интеллектуальная услуга, которую предоставили одному клиенту никогда не повторится у другого, если услугу оказывают качественно, в целом оказание интеллектуальных услуг это конкурентная среда, в которой очень сложно производителям и потребителям взаимодействовать на всех уровнях предоставления услуги.



**Рисунок 2**

Из рисунка 2. следует, что производители и потребители приоритетным считают качество услуг. Отметим, что для потребителей этот фактор важнее, чем для производителей, заказчики оценивают значимость качества всех услуг приблизительно одинаково, а у производителей важность варьирует и может значительно отличаться. На второе место производители поставили высококвалифицированные кадры, тогда как потребители отводят для этого фактора более низкое место. Это объясняется тем, что квалификация сотрудников видна производителям интеллектуальных услуг, а для потребителей важен конечный продукт. Но производители переоценивают значимость своего опыта, тогда как для покупателей этот фактор не такой важный. Значимость клиентоориентированности производителями оценивается почти в три раза выше, чем потребителями. Большой роли не играет ценовой фактор, его отмечают в качестве конкурентного преимущества всего 17,7% производителей и 6,6% потребителей. Заметим, что производители несколько переоценивают возможности ценовой конкуренции.

Таким образом, стоимость играет незначительную роль на РИУ, производители вообще не пытаются привлечь потенциального клиента ценой, это как правило ценится потребителем, так как считается, что качество стоит дорого и гораздо важнее завоевать лояльность своего потребителя высоким качеством услуг, что будет оценено и высоко оплачено.

Отсюда мы можем сделать вывод, что инвестиции в инновационную сферу наиболее эффективны и их требуется гораздо больше, чем есть на данный момент. Инвестиции в интеллектуальное знание и его развитие никогда не будет проигрышным, а в современных условиях это особенно актуально и только будет набирать обороты в своей сфере. Их чистый эффект самоценен, а производственное использование лишь усиливает этот эффект [6].

Спрос на интеллектуальные услуги регулярен при выполнении установленных государством или бизнес - средой правил. Если мы берем аудит или юридическое обслуживание, используя рекламу при необходимости качественных изменений в компании - заказчике. Также отметим, значительная часть рынка интеллектуальных услуг в сибирском федеральном округе и в целом в рамках новой экономики связана с сетевыми технологиями. В



новой экономике многое изменилось с появлением Интернета - транзакции подешевели, стало возможно работать индивидуально с потребителем, конкурентоспособность компании определяется не экономией клиента, а гибкостью услуги. Причем, именно эта гибкость играет определяющую роль. Компании все чаще перестают строить громоздкие структуры, и отдают на аутсорсинг все, что не могут сделать более эффективным. «Новая экономика» - это большее, чем просто интернет, сайты и сетевой бизнес, здесь скорее интернет выступает в качестве инструмента для удовлетворения потребностей потребителей, которые многие компании используют на всех стадиях своей деятельности.

Если сравнивать интеллектуалоемкость российского сектора услуг, то она несомненно впечатляет, несмотря на несколько пониженный объем торговли всеми услугами относительно ВВП (в 2011 г. 3,9% против 6,0% в мире), что, в свою очередь, отражает меньшую статистическую долю сектора услуг в российском ВВП (49,9%) по сравнению с мировым (62,4%). Как и в секторе интеллектуалоемких товаров, доля России на международном рынке интеллектуальных услуг проявляет тенденцию к расширению за счет опережающего роста объемов их экспорта и импорта [6].

Таблица 1

**Коэффициенты выявленных сравнительных преимуществ отдельных основных и сопутствующих интеллектуальных услуг в России**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Все основные интеллектуальные услуги	2,49	2,58	3,58	3,34	3,68	2,69	2,96	2,96	3,41	3,43	3,72
Услуги в области научных исследований и разработок	2,69	2,90	2,45	2,24	2,86	1,78	1,81	1,28	1,04	1,00	1,02
Реклама, маркетинг, изучение общественного мнения	9,10	7,92	8,94	9,31	9,80	8,43	8,77	7,57	7,27	7,50	9,20
Услуги в области архитектуры, инженерные услуги, услуги в технических областях	2,42	2,65	5,30	4,03	4,05	2,36	2,70	3,09	3,76	3,72	3,60
Услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха	0,52	0,32	0,56	0,58	0,61	0,61	0,65	0,72	1,17	1,30	1,26
Все сопутствующие интеллектуальные услуги	0,19	0,23	0,24	0,25	0,29	0,32	0,41	0,43	0,41	0,43	0,49
Роялти и лицензионные платежи	0,09	0,18	0,19	0,19	0,18	0,17	0,18	0,16	0,19	0,23	0,29
Компьютерные и информационные услуги	0,39	0,33	0,33	0,36	0,50	0,56	0,75	0,79	0,71	0,70	0,74

*Примечание.* Выделены значения, которые показывают сравнительно высокую конкурентоспособность.

*Используемый источник:* расчеты по данным ЮНКТАД [2013].

Данные Банка России являются первоисточником по отношению к данным ЮНКТАД, которая осуществляет их выборку в соответствии с собственной классификацией услуг, имеющих основное или сопутствующее отношение к категории «творческих». Таким образом, данные ЦБ РФ являются более оперативными и могут с опережением сигнализировать об изменениях в динамике конкурентоспособности российского интеллектуального производства.

ЦБ РФ начал публиковать данные в структуре расширенной классификации услуг (среди которых можно выделить интеллектуальные) с 2003 г., при этом глубина ретроспективы ограничена 2001 г.

Приведенные в настоящей статье данные, с одной стороны, показывают, что субъекты нашей экономики более склонны предъявлять спрос на импорт интеллектуалоемкой продукции, чем производить ее на экспорт. С другой стороны, мы можем говорить о значительном накопленном объеме человеческого капитала в сравнении с другими странами (в некоторых областях с развитыми странами). Из этого следует, что Российская экономика склонна показывать признаки повышенной интеллектуалоемкости и конкурентоспособности по сравнению с мировым рынком товаров.

При этом доля России в мировой торговле товарами сопутствующей группы за рассматриваемый период возросла с 0,3% до 1,0%. Коэффициенты чистого экспорта интеллектуальных услуг в течение рассматриваемого периода находились в отрицательной области, но демонстрировала тенденцию к снижению. Мы можем отметить, что динамика показателей конкурентоспособности в последние годы обозначила тенденцию к улучшению. Наиболее низкие значения показателей конкурентоспособности характерны для таких отраслей, как произведения ремесла и традиционной культуры, дизайна, изобразительных искусств. [3].

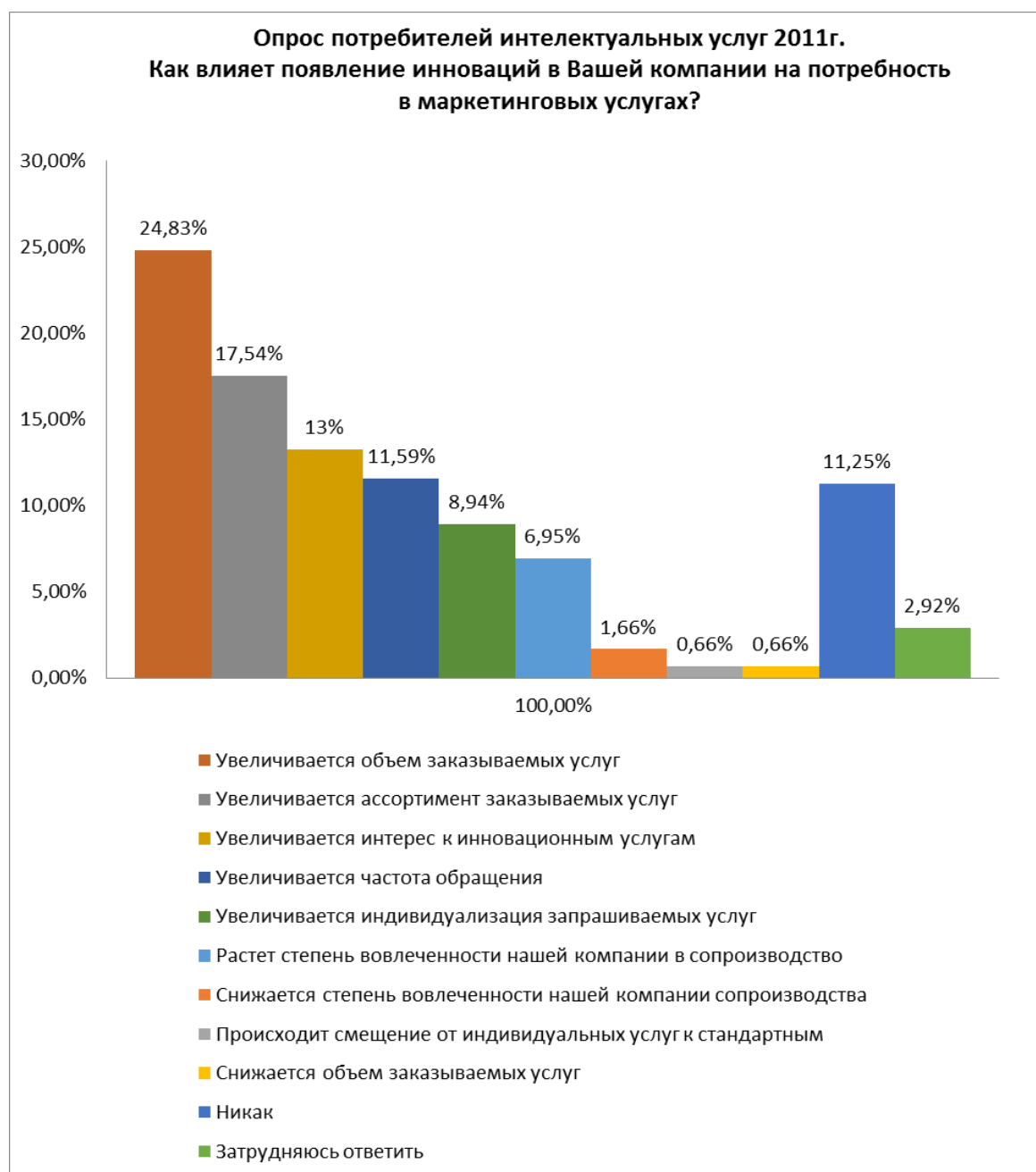
Среди интеллектуальных услуг выделяются те, в отношении которых достигнут исследовательский консенсус (научные исследования и разработки, ИКТ, инжиниринг), а также деловые услуги (финансовые, юридические, консалтинговые и по связям с общественностью, рекламные, маркетинговые, информационные) [Дорошенко и др., 2010, с. 9, 27–28]. ЮНКТАД включает в креативную отраслевую выборку следующие категории: услуги частным лицам, услуги в сфере культуры и отдыха (но без выделения такой важной позиции, как образовательные услуги).

Как уже было отмечено, на сегодняшний день не существует однозначного представления о границах сектора интеллектуальных услуг, ни о том, какие услуги к нему относятся, есть лишь негласное соглашение о существовании четвертичного сектора, с неоднозначным перечнем услуг.

Перечисленные проблемы нашли отражение в ряде отечественных и зарубежных публикаций, посвященных отдельным аспектам сферы интеллектуальных услуг. Вместе с тем до сих пор нет единой монографии, комплексно освещающей формы и методы новой мультидисциплины.

При вторичном исследовании материала, мы бы хотели проследить влияния маркетинга, как вид интеллектуальной услуги на структуру компании, нужно ли компаниям создавать обособленные маркетинговые отделы. Какие услуги оказываются, есть ли в их смысл, как формируются данные отделы их особенности.





*Рисунок 3. Результаты опрос потребителей интеллектуальных услуг [4]*

Продуктивность интеллектуального производства стала главным условием экономического выигрыша, и эта тенденция усиливается с каждым десятилетием. Роль творческой составляющей в интенсификации экономики и повышении эффективности возрастает, причем с темпами более высокими, чем у остальных факторов производства.

Сектор интеллектуальных услуг сравнительно новое явление в мировой экономике, он динамично эволюционирует и его роль в современной экономике устойчиво растёт. Данный сектор оказывается востребованным со стороны органов государственной власти, также спрос на него растет со стороны домашних хозяйств. Содержит большие возможности в плане развития российской экономики и укрепления экспортного потенциала страны, а также значимость сектора интеллектуальных услуг свидетельствует об уровне и состоянии экономики в стране.

Потенциальными потребителями рынка интеллектуальных услуг (РИУ) являются:

- предприниматели / бизнесмены всех видов и уровней. Соответственно, причиной, заставляющей их использовать РИУ, является стремление обеспечить конкурентоспособность своего бизнеса;
- различного вида бесприбыльные, бюджетные структуры, решающие социально значимые задачи. Для таких структур характерно стремление не превысить бюджет (а, при разумной системе финансирования, и сэкономить).

Таким образом, для обоих видов потребителей принципиально важным фактором является эффективность оказываемых услуг. Если в начальный период перехода России к рынку пресловутый «дефицит» и слабая конкуренция позволяли предприятиям игнорировать уровень и объем РИУ (в «лучших» традициях советского периода развития страны, когда т.н. «новая техника» навязывалась потребителям, поскольку их благополучие практически не зависело от приверженности к инновациям), то сейчас такая позиция является контрпродуктивной.

К числу основных проблем развития отечественного рынка интеллектуальных услуг следует отнести:

- отсутствие общепринятого критерия и доступного инструмента оценки эффективности услуг;
- значительная стоимость большей части услуг, связанных с инноватикой;
- традиционное для значительной части отечественных предпринимателей недоверие к основным поставщикам ИУ – консультантам и специалистам по инжинирингу;
- недостаточный уровень информированности потребителей;
- сложившаяся структура рынка – дорогие международные консультанты и не имеющие соответствующего «имиджа» российские фирмы, между которыми трудно сделать выбор;
- определенный консерватизм компаний "классических" секторов экономики, не склонных расширять рыночные ниши и инновационно неактивных.

Главным элементом рынка интеллектуальных услуг является фирма, организация, т.к. она использует услугу наряду с другими, прямо заинтересована в покупке (аренде), продаже этих услуг и создании с их помощью активов, приносящих доход и имеет широкие возможности для увеличения их потенциала и качественного обновления. Обязательным игроком данного рынка является государство, предписывающее правила игры на данном рынке и защищающее их на соответствующей законодательной основе.

На рынках интеллектуальных услуг "Закон неравномерного распределения" известный также как "Принцип распределения по Парето" (и "Принцип 20 на 80") действует в полной мере. Так, на рынке маркетинговых услуг (объем которого эксперты оценили в 200 миллионов долларов, в 2006-м году) реально работает 200-250 исследовательских компаний. На долю 10 крупнейших компаний (менее 5% от общего числа игроков рынка) приходится около 70% от общего объема заказов в стоимостном выражении. На долю 30-40 компаний (15-20% от общего числа компаний), которых можно назвать "средними" приходится 20-25% рынка. И на остальные 150-200 компаний приходится не более 10% стоимостного объема рынка.

На других рынках интеллектуальных услуг - очень похожая картина, за редким исключением типа рынка маркетингового и стратегического консалтинга (который и сам пока еще весьма невелик, и крупных игроков на нем мало) или рынка дизайнерских услуг, на котором очень много мелких игроков [6].

Современные предприятия и компании существуют сегодня в хаотичном переходном периоде, который формируется глобальной конкуренцией, быстрыми переменами, растущими потоками информации и коммуникаций, увеличивающейся сложностью бизнеса и всепроникающей глобализацией. Скорость перемен стала настолько высокой, что привела к рождению новой эры бизнеса. В результате этого на сегодняшнем рынке стали доминировать абсолютно новые фирмы, которые совсем недавно еще даже не существовали, а из старых мировых лидеров-гигантов выжили только те, которые сумели научиться двигаться быстрее. Эта новая экономическая и деловая среда также характеризуется частыми технологическими прорывами, быстро меняющимися правилами игры на рынке, и формированием нового покупателя, который приспособился к этим быстрым переменам и приоритеты которого стали меняться со скоростью показа телевизионных реклам. Принципиальные отличия современной бизнес-среды настолько разнятся с традиционными подходами к управлению бизнесом в индустриальную эпоху, что общепризнанным является факт рождения «новой экономики», основными факторами развития которой являются:

Текущее десятилетие XXI в. – плодотворный период в создании предпосылок развития мировой экономики с точки зрения интенсивности адаптации технических и организационных открытий и достижений. Перед человечеством стоит проблема – отыскать приемлемые эффективные формы регулирования и контроля, планирования и управления сферой производства интеллектуальных услуг в мировом масштабе. Так же, экономия средств на сфере интеллектуального производства – худшая форма экономии, свидетельствующая о потере стратегической инициативы странами, которые встают на этот путь [4,7].

Таким образом, в данной работе были проанализированы различные препятствия развитию сектора интеллектуальных услуг в сибирском федеральном округе. Преодоление выявленных препятствий, в первую очередь повышение осведомленности потребителей, положительно скажется на развитии сектора интеллектуальных услуг в исследуемом регионе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дорошенко М.Е. «Интеллектуальные услуги сегодня и завтра» // Форсайт. 2007. №2 (2). С. 37–45.
2. Дорошенко М.Е. «Инновационный потенциал сектора интеллектуальных услуг в России» // Форсайт. Т. 5. №4. 2011. С. 50–65.
3. Doroshenko M., Vinogradov D. External benefits from knowledge intensive business services: evidence from Russia // Ganz W., Kicherer F., Schletz A. (eds.). RESER 2011 Productivity of Services Next Gen - Beyond Output / Input. Conference Proceedings. Hamburg: Fraunhofer IAO, 2011.
4. Забродин, А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: [Справ.пособие] / А.Ю. Забродин. – М.: Экономика, 2008. – 634 с. <http://mirznanii.com/info/a-yu-zabrodin-intellektualnye-uslugi-v-biznese>.
5. Мальцева А.В. Мета-анализ данных социологических исследований: основные понятия, этапы проведения, примеры использования и обработки результатов// Вестник алтайской науки. 2008. №2. С. 12-18.
6. Свиридов, А.Н. Маркетинг взаимоотношений в интеллектуальном сервисе / А.Н. Свиридов // Маркетинг. – 2015. – №04. – С. 56-68.
7. Забродин, А. Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе : [Справ.пособие] / А.Ю. Забродин. – М. : Экономика, 2008. – 634 с. : ил. – ISBN 978-5-282-02884-3 : 789.75.

**Dorovskikh Alena Svyatoslavovna**

Altai state university, Russia, Barnaul  
E-mail: alenkodo@mail.ru

**Shashmurina Valeriya Aleksandrovna**

Altai state university, Russia, Barnaul  
E-mail: lera161993@mail.ru

**Kovalenko Dar'ya Yur'evna**

Altai state university, Russia, Barnaul  
E-mail: daria0812@yandex.ru

**Brachkova Ekaterina Aleksandrovna**

Altai state university, Russia, Barnaul  
E-mail: ebrachkova@bk.ru

## **Dynamics of intellectual IT-market sector of the Siberian Federal Okrug (first decade of XXIst century)**

**Abstract.** This article deals with the problems of the market of intellectual services in the Siberian Federal district. Theoretical basis of the concept of "intellectual services". Towards the development of the intellectual services sector faces various obstacles and constraints. Presented data of sociological researches on problems existing in this sector of the market.

**Keywords:** intellectual services; forth sector of economy; IT services sector

### **REFERENCES**

1. Doroshenko M.E. «Intellectual'nye uslugi segodnya i zavtra» // Forsayt. 2007. №2 (2). S. 37–45.
2. Doroshenko M.E. «Innovatsionnyy potentsial sektora intellektual'nykh uslug v Rossii» // Forsayt. T. 5. №4. 2011. S. 50–65.
3. Doroshenko M., Vinogradov D. External benefits from knowledge intensive business services: evidence from Russia // Ganz W., Kicherer F., Schletz A. (eds.). RESER 2011 Productivity of Services Next Gen - Beyond Output / Input. Conference Proceedings. Hamburg: Fraunhofer IAO, 2011.
4. Zabrodin, A.Yu. Intellektual'nye uslugi v biznese: [Sprav.posobie] / A.Yu. Zabrodin. – M.: Ekonomika, 2008. – 634 s. <http://mirznanii.com/info/a-yu-zabrodin-intellektualnye-uslugi-v-biznese>.
5. Mal'tseva A.V. Meta-analiz dannykh sotsiologicheskikh issledovaniy: osnovnye ponyatiya, etapy provedeniya, primery ispol'zovaniya i obrabotki rezul'tatov// Vestnik altayskoy nauki. 2008. №2. S. 12-18.
6. Sviridov, A.N. Marketing vzaimootnosheniy v intellektual'nom servise / A.N. Sviridov // Marketing. – 2015. – №04. – S. 56-68.
7. Zabrodin, A. Yu. Intellektual'nye uslugi v biznese : [Sprav.posobie] / A.Yu. Zabrodin. – M. : Ekonomika, 2008. – 634 s. : il. – ISBN 978-5-282-02884-3 : 789.75.