

О переходе к четвертичному сектору

Известие о подготовке к печати данной монографии стало для меня приятной новостью. Я порадовалась, что в Сибири проводятся социологические исследования, посвященные четвертичному сектору, и есть единомышленники. Переход к постиндустриальному обществу во многих развитых странах уже стал реальностью, и встает вопрос о переходе уже к более высокой стадии самого постиндустриального общества, в котором ведущая роль будет принадлежать уже не третичному, а четвертичному сектору. Сердцевину этого сектора как раз и составляют интеллектуальные услуги, в том числе и консалтинговые. Россия отстает от развитых стран на пути вступления в постиндустриальное общество, но путь этот неизбежен, если Россия хочет войти в число развитых держав XXI века. При этом разумнее осуществлять переход «с опережением», заранее делая ставку на четвертичный сектор. Однако пути и механизмы такого перехода почти не проработаны в отечественной литературе, а западный опыт может оказаться ограниченно полезным, поскольку переход к четвертичному сектору осуществляется на основе высокоразвитого третичного. Поэтому теоретические и эмпирические исследования, нацеленные на изучение закономерностей развития четвертичного сектора в России и поиск методов стимулирования этого развития, должны всячески приветствоваться.

Мне импонирует центральная идея авторов представить консалтинг как социальный институт, при этом упор делается на сетевой принцип организации данного вида деятельности. Это обеспечивает интересный междисциплинарный подход к исследованию рассматриваемого феномена, который во многом авторам удалось реализовать в своей работе, интегрировав достижения социологических, экономических, институциональных и футурологических подходов. Приятно видеть, что монография несет это достоинство, так как именно междисциплинарный анализ сейчас наиболее активно развивается мировым научным сообществом исследователей интеллектуальных услуг.

Сильной стороной научного издания представляется мне углубленный анализ регионального разреза, который также лежит в

основе передовых мировых научных тенденций в данной области. Исследования позитивных и негативных драйверов развития региональных услуг в регионах постоянно публикуются в ведущих профильных журналах и озвучиваются на международных конференциях. Я целиком поддерживаю выводы о важной роли инновационной деятельности консалтинговых компаний в региональной инновационной политике. Наши собственные исследования показывают, что сектор интеллектуальных консалтинговых услуг не только сам поддерживает высокий уровень инновационной деятельности, но и оказывает позитивное воздействие на склонность потребителей таких услуг к собственным инновациям. Наши коллеги приходят к тому же выводу с другой стороны, так что хочется воскликнуть, как известный литературный герой: «Конгениально!».

Нельзя не отметить тот факт, что по результатам проведенных исследований защищена кандидатская диссертация. Как известно, круг читателей любой диссертации весьма ограничен. Поэтому я всячески приветствую совместные усилия научного руководителя с соискателем ученой степени, так как считаю такое научное произведение продуктом сотворчества. Благодаря изданию монографии, с результатами научных исследований ознакомятся более широкие круги научного и профессионального сообщества, и, может быть, «в нашем полку» исследователей истории, теории, методологии и практики развития интеллектуальных консалтинговых услуг появятся новые увлеченные коллеги.

Почему я так мечтаю, чтобы «в нашем полку» прибыло? Потому что постиндустриальная «экономика знаний» надвигается на нас неотвратимо. И уже сейчас понятно, что она будет заметно отличаться не только от индустриального общества образца начала XX века, но и от ставшей уже привычной в развитых странах сервисной экономики, опирающейся на традиционные услуги (гостиничные, ресторанные, бытовые и т. п.). Как пишут признанные авторитеты в данной области В. Л. Макаров и Г. Б. Клейнер, «в настоящее время в мировой экономике тиражирование стандартной продукции в нужном для удовлетворения потребностей числе экземпляров – основной процесс, обеспечивающий существование общества и человека. В постинформационной мировой экономике вопросы тиражирования, репликации товаров в принципе будут решаться, надо полагать, без особых затрат дефицитных ресурсов, на базе компьютеризированных и «рутини-

зированных» производств. Основные же экономические проблемы будут связаны с разработкой и созданием новых нестандартных изделий, удовлетворяющих индивидуальные потребности конкретного человека или уникального производства. Проблема создания новых товаров займет ведущее место в ряду экономических проблем, а «economics of scale» уступит место «economics of score». Из преимущественно репликационной экономика превратится в преимущественно инновационную, следовательно – индивидуализированную»¹.

Таким образом, важнейшим атрибутом «экономики знаний» станет кастомизированное производство, ориентированное не на среднестатистического («репрезентативного») потребителя, а на нужды конкретного пользователя. Оно совсем не похоже на массовое индустриальное производство, у него другие законы, в которых надо начинать разбираться уже сейчас.

К сожалению, изучить специфику кастомизированного производства, ориентированного на дифференцированный спрос, наблюдая за традиционными отраслями, невозможно. Производственная сфера пока дает нам недостаточно примеров кастомизации, поскольку существующие производственные технологии не позволяют выпускать недорогую кастомизированную продукцию. Наверное, так будет не всегда, и прорыв в этой области, как предполагается, совершат нанотехнологии, но пока постиндустриальные тенденции внедряются и развиваются в первую очередь в сфере интеллектуальных услуг консалтингового характера, где уже сейчас понятно следующее:

1. Для консалтинговых услуг уже сейчас характерен высокий уровень кастомизации. По нашим оценкам, каждая вторая услуга производится под конкретного потребителя. Высокий уровень кастомизации означает, что каждая услуга является продуктовой инновацией, так что сектор интеллектуальных услуг по определению является носителем инновационного типа развития.

2. При производстве интеллектуальных услуг основным, а часто и единственным ресурсом является квалифицированный и креативный труд, так как «знаниеемкость» услуг требует вложения «знаниеемких» же ресурсов. Такой креативный труд постин-

дустриального типа станет типичным в «экономике знаний», а пока его наиболее концентрированное воплощение мы видим в сфере консалтинга.

3. Производство кастомизированной продукции требует значительной вовлеченности потребителей, без которой невозможна полноценная адаптация услуги к конкретному заказчику. Потребители вкладывают в производство знания о самом себе и своих потребностях. В процессе совместного производства происходит не только активный обмен знаниями между производителем и потребителем, но и совместная выработка ими нового знания, которое и позволяет производить инновационные услуги. Так что распространение интеллектуальных услуг повышает уровень знаний и в секторах-потребителях, в том числе и тиражируемых. Ведь тенденция к кастомизации сопряжена не только с технологическими инновациями. Кардинальное изменение характера рынков сбыта требует от производителей индивидуализированной продукции соответствующих организационных, управленческих и маркетинговых инноваций, нацеленных на «штучную» работу с конкретным заказчиком вместо разработки инновации, ориентированной на типового (репрезентативного) потребителя. Следует сказать, что переход на постиндустриальные рельсы требует от производителей нового типа мышления. Поскольку потребитель активно участвует в производстве интеллектуальных услуг, ему при этом прививаются основы такого постиндустриального мышления, которое может очень пригодиться потребителям в их основной деятельности для повышения клиентоориентированности.

4. Кастомизированное производство задает новые формы взаимодействия между производителями и потребителями, которые, во-первых, требуют пространственной близости (потребление услуги неотделимо от ее производства ни во времени, ни в пространстве), во-вторых, обуславливают значительную выгоду от сетевых эффектов. Так что такое производство автоматически тяготеет к кластерной организации, которую в других секторах нередко приходится стимулировать или даже насаждать искусственно. Это происходит потому, что именно кластер в сетях дает возможность экономии на внешних издержках, в первую очередь информационных. Поэтому инновационные кластеры с высокой добавленной стоимостью, которые являются «точками роста» экономики знаний, складываются в секторе интеллектуальных услуг сами, как подробно показано в настоящей монографии.

¹ Макаров В. Л., Клейнер Г. Б. Микроэкономика знаний. М. : Экономика, 2007. С. 37.