

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2022-3-96-114>

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА ДЕЛОВЫХ УСЛУГ: БОЛЬШОЙ ПОТЕНЦИАЛ И ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

А. Д. Левашенко

Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации,
Москва, Россия

О. С. Магомедова

Всероссийская академия внешней торговли Министерства
экономического развития Российской Федерации,
Москва, Россия

Развитие национального экспорта деловых услуг является показателем для характеристики конкурентоспособности отечественных деловых услуг. Сегодня мировой рынок деловых услуг переживает трансформацию на фоне таких тенденций, как интеллектуализация деловых услуг и цифровизация способов поставки услуг. Данные тенденции могут позволить раскрыть прежде нереализованный (до 2022 г.) потенциал российского экспорта деловых услуг. Несмотря на достаточный спрос на российские услуги в сегментах с такой высокой знаниевой составляющей, как инженерно-проектировочные и архитектурные услуги, Россия была преимущественно импортером деловых услуг. Сегодня российские поставщики деловых услуг сталкиваются с необходимостью переориентации экспорта на новые рынки, что сопряжено не только с обычными трудностями перенаправления бизнеса, но и со спецификой самих деловых услуг. Так, в сегментах интеллектуально емких услуг российские экспортеры сталкиваются с необходимостью обеспечения соответствия квалификационным требованиям для получения допуска к участию на рынке. Кроме того, на новых перспективных рынках деловые услуги развиты в различной степени, часто на более низком уровне, чем в странах традиционного направления российского экспорта деловых услуг, что обусловлено культурными особенностями ведения бизнеса. Для организации государственной поддержки экспорта деловых услуг в развивающихся странах необходимо учитывать ряд их особенностей, определяющих возможности маркетингового продвижения российских экспортеров, а именно: значимость профессиональной репутации исполнителя, бизнес-нетворкинг, частные бизнес-инициативы. Главная задача российских экспортеров деловых услуг на новых рынках – обретение доверия потребителей.

Ключевые слова: экспорт услуг, развивающиеся рынки, интеллектуализация услуг, цифровизация услуг, маркетинговое продвижение.

DEVELOPMENT OF RUSSIAN EXPORT OF BUSINESS SERVICES: GREAT POTENTIAL AND WAYS TO FULFILL IT

Antonina D. Levashenko

The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Moscow, Russia

Olga S. Magomedova

Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic
Development of the Russian Federation,
Moscow, Russia

The development of national exports of business services is indicative of the competitiveness of domestic business services. Today, the global business services market is undergoing a transformation against the background of trends such as the intellectualization of business services and the digitalization of service delivery methods. These trends may allow us to reveal the previously unrealized (until 2022) potential of the Russian export of business services. Despite the sufficient demand for Russian services in segments with such a high knowledge component as engineering, design and architectural services, Russia was mainly an importer of business services. Today, Russian business service providers face the need to reorient exports to new markets, which is associated not only with the usual difficulties of redirecting business, but also with the specifics of the business services themselves. Thus, in the segments of intellectually capacious services, Russian exporters are faced with the need to ensure compliance with the qualification requirements for obtaining admission to participate in the market. In addition, in the new prospective markets, business services are developed in varying degrees, often at a lower level than in the countries of the traditional direction of Russian exports of business services, which is due to the cultural peculiarities of doing business. To provide state support for the export of business services in developing countries, it is necessary to take into account their features that determine the possibilities of marketing promotion of Russian exporters, namely: the importance of the professional reputation of the performer, business networking, private business initiatives. The main task of Russian exporters of business services in new markets is to gain consumer confidence.

Keywords: export of services, emerging markets, intellectualization of services, digitalization of services, marketing promotion

Введение

Деловые услуги являются сложным сегментом мирового рынка для экономических оценок в связи с высокой диверсификацией их видов. В число деловых услуг (*other business services* – в терминологии международных финансовых институтов) входят услуги продаж (*merchanting services*), услуги, связанные с торговлей, услуги операционного лизинга, юридические услуги, бухгалтерские и аудиторские услуги, услуги налогового сопровождения, консультационные услуги по управлению и по связям с публичными институтами, рекламные услуги, услуги

проведения маркетинговых исследований и изучения общественного мнения, научно-исследовательские услуги, архитектурные, инженерные и другие технические услуги, экологические услуги как услуги управления отходами и услуги, связанные с очистными работами, услуги в области сельского хозяйства, услуги в горнодобывающей отрасли и др.¹ Такое разнообразие связано с множественностью аспектов организации бизнеса в той или иной отрасли, тогда как сами деловые услуги традиционно рассматриваются как услуги для бизнеса, направленные на обслуживание бизнес-процессов.

Сегодня мировой рынок деловых услуг переживает трансформацию, как в количественном, так и в качественном выражении [5].

Во-первых, в количественном измерении мировой рынок деловых услуг за период с 2015 по 2022 г. значительно набрал скорость роста и объем рынка. В период с 2015 по 2020 г. мировой рынок профессиональных услуг рос в среднем на 2,8%². Но после падения рынка услуг на 5% на фоне спада экономической активности в период пандемии COVID-19³ глобальный рынок профессиональных услуг стал стремительно восстанавливаться: в 2021 г. рынок достиг объема в 6 040,91 млрд долларов и, по прогнозам в 2022 г., должен достигнуть 6 697,56 долларов при росте 10,9%. Такой уровень роста – 10,9% – обусловлен прежде всего снятием ограничений, связанных с предотвращением распространения COVID-19, в большинстве юрисдикций⁴. После 2022 г. рост стабилизируется, но сохранится на высоком уровне – 9,6% в год до 2026 г., когда рынок профессиональных услуг превысит 9 651 млрд долларов.

Во-вторых, значительно вырос международный торговый оборот деловых услуг. Если в 2016 г. мировой экспорт деловых услуг составлял 1 138 млрд долларов, то к началу 2020 г. – 1 403 млрд долларов, показав за четырехлетний период рост на 23,2%. Главный фактор для развития экспорта деловых услуг – это интернационализация бизнеса в различных отраслях, диверсификация участников на национальных рынках.

В-третьих, происходит качественная трансформация рынка деловых услуг, что выражается в изменении характера самих деловых услуг. Из услуг обслуживания бизнеса деловые услуги трансформируются в услуги, сопровождающие, ассистирующие бизнес-процессам, и таким образом, приобретают самостоятельное значение. Поэтому интенсивное разви-

¹ Manual on Statistics of International Trade in Services // Statistical Papers Series. – 2002. – N 86. – P. 47–50. – URL: <https://www.oecd.org/sdd/its/2404428.pdf>

² Professional Services Market 2021 by type. – URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/professional-services-market>

³ World Trade Statistical Review 2021. – P. 16. – URL: https://www.wto.org/english/res_e/statistics/wts2021_e/wts2021_e.pdf

⁴ Professional Services Global Market Report 2022. ReportLinker. – URL: <https://finance.yahoo.com/news/professional-services-global-market-report-084800152.html>

тие сегмента деловых услуг на национальном рынке отражает не только динамику бизнес-процессов на внутреннем рынке, но и потенциал для развития бизнеса. В этом отношении показательны результаты экспорта деловых услуг. Рост экспорта деловых услуг отражает интерес иностранных потребителей (иностранного бизнеса) к рынку страны экспортируемых услуг и качественную конкурентоспособность деловых услуг для международного бизнеса с учетом новых перспективных направлений, таких как инновации, устойчивое развитие и др.

Сегодня Россия является преимущественно импортером деловых услуг. В России регулярно наблюдается отрицательный торговый баланс по экспорту-импорту деловых услуг. Так, по данным Банка России, в 2021 г. данный показатель составлял 140,1 млн долларов. При этом импорт составил 967,38 млн долларов, а экспорт – 827,28 млн долларов (наибольший разрыв в пользу объемов импорта услуг наблюдается в сегментах консультационных услуг, услуг рекламы и услуги по маркетинговому исследованию рынков)¹. При этом в 2020 г. по объему экспорта деловых услуг Россия заняла 25-е место в мире при объеме экспорта деловых услуг 11 548 млрд долларов, из которых треть приходится на профессиональные услуги с применением знаний в области технических наук как архитектурных услуг, инжиниринговых услуги, а также в области естественных и точных наук как научно-исследовательских услуг². Именно в этих областях российский рынок традиционно отличается качественными кадровыми и знаниевыми ресурсами.

Авторы статьи предполагают, что российский рынок деловых услуг имеет значительный потенциал для наращивания объемов экспорта. Для исследования перспектив реализации этого потенциала в настоящей статье предлагается:

- оценить параметры трансформации современного глобального рынка деловых услуг, чтобы правильно использовать новые возможности;
- определить потенциал российского рынка деловых услуг для экспорта в контексте условий существующих и перспективных рынков сбыта;
- оценить условия для продвижения деловых услуг на зарубежных рынках с точки зрения готовности потребительского рынка обращаться к российским деловым услугам.

¹ Статистика внешнего сектора. – URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/

2 International Trade Center. List of services exported by Russia. – URL: https://www.trade-map.org/Service_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c643%7c%7c%7c%7c%7c%7cS10%7c2%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c5%7c1%7c1%7c1

Качественная трансформация рынка деловых услуг. Направления изменений

Исследователи отмечают качественную трансформацию деловых услуг, обслуживающих бизнес-процессы, т. е. услуг, занимающих вторичное или производное положение по отношению к иным видам услуг. Возможность обращения к качественным услугам предоставляет даже некоторое преимущество для компаний. Изменение характера деловых услуг можно наблюдать в эволюции терминологии. Если раньше деловые услуги определяли как прочие деловые услуги (*other business operations*), то в настоящее время деловые услуги чаще определяются как профессиональные деловые услуги (*professional business services*) с акцентом на профессиональных навыках поставщиков услуг.

Более того, с 1990-х гг. деловые услуги, требующие специальных знаний, в России стали определяться как интеллектуальные деловые услуги (*knowledge-intensive business services*). По мере усложнения задач, решаемых при оказании деловых услуг, это понятие от научно-исследовательских и сложных технических услуг (инженерных, архитектурных и др.) распространилось на остальные подsegmenty деловых услуг. Таким образом, первым и основным направлением трансформации стала интеллектуализация деловых услуг.

Интеллектуализация деловых услуг выражается в росте объема и спецификации данных и навыков, необходимых для предоставления услуг. Речь идет об увеличении интеллектуального капитала, включая объем знаний и уровень навыков поставщика, уникальность предоставляемых решений. Можно говорить о трансформации функций специалистов в сторону профильного углубления квалификации (специализации), о повышении креативной составляющей, а также социально-коммуникативных элементов. Например, бизнес-консалтинг развивается от обеспечения законного ведения бизнеса до разработки креативных решений работы с клиентами, с партнерами, разработки стратегий устойчивого развития компаний, оптимизации корпоративного управления.

Другим направлением трансформации деловых услуг стала цифровизация, причем цифровизация углубила различие интеллектуально емких элементов деловых услуг и технических элементов, т. е. аспектов, не требующих высокой квалификации исполнителя. Поэтому воздействие цифровизации на деловые услуги в зависимости от их интеллектуальной составляющей принесло разные эффекты.

С одной стороны, в условиях цифровизации технические элементы деловых услуг перешли из категории задач индивидуального решения в категорию автоматизированных задач [12]. Такого рода операционные деловые услуги преобразовались в отдельную отрасль business-process

services (BPO)¹. Здесь важно подчеркнуть, что технический перевод простых деловых услуг на цифровой уровень, т. е. автоматизация, является интеллектуально емкой деятельностью. Показательно, как в сегменте юридических услуг уже выделяют отдельный подсегмент услуг по разработке технических решений, упрощающих оказание юридических услуг – LegalTech.

С другой стороны, цифровая трансформация деловых услуг, которые требуют личного исполнения, выразилась в бурном развитии практик аутсорсинга деловых услуг [17]. Статистика международных опросов показывает высокую склонность компаний к переносу ряда задач на аутсорсинг. В странах Северной Америки каждая вторая компания использует возможности аутсорсинга, причем среди компаний, использующих инструменты аутсорсинга, 78% довольны своим опытом². Так, основным фактором выбора аутсорсинга деловых услуг компании часто называют необходимость качественного решения узкоспециализированной задачи [10]. Исследователи уже 20 лет назад анализировали проблему предубеждений компаний в отношении возможностей аутсорсинга как сдерживающего фактора для роста сегмента [7].

Возможности и препятствия для развития экспорта

Трансформация характера деловых услуг в аспектах интеллектуализации и цифровизации создает преимущества для развития российского экспорта деловых услуг.

С точки зрения интеллектуализации деловых услуг, следует подчеркнуть, что их российский экспорт именно с квалифицированным компонентом, получил наибольшее развитие среди иных сегментов деловых услуг. Особенно это показательно в подсегменте архитектурных, инженерных и иных технических услуг. Услуги российских специалистов по проектировке и возведению сложных конструкций высоко востребованы в развивающихся странах.

Так, сегодня в Египте при участии российских инженеров реализуется масштабный проект первой атомной электростанции в стране – АЭС «Эль-Дабаа». Проект реализуется российской компанией «Росатом» [1]. Отметим, что ранее «Росатом» успешно реализовал проект атомной электростанции «Бушер» в Иране [4]. Российские экспортеры инженерных услуг пользуются таким конкурентным преимуществом в развивающихся странах, как опыт и репутация. При этом реализованные проекты и проекты, по которым российские компании оказывают услуги в зарубежных

¹ McKinsey & Company. Global Business Services Sourcing Comes of Age. – URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/global-business-services-sourcing-comes-of-age>

² Dautovic G. 15 Must-Know Outsourcing Statistics for 2022. 2022. – February 9. – URL: <https://fortunly.com/statistics/outsourcing-statistics/#gref>

юрисдикциях, сегодня часто согласованы в рамках международного сотрудничества России с соответствующими странами, т. е. пользуются *публичной поддержкой обоих государств*: России и страны-партнера.

Оказание архитектурных и инженерных услуг в таком формате в развивающихся странах является давней традицией со времен участия советских инженеров в строительстве Асуанского гидроузла в Египте в 1960–1971 гг., Искендерунского металлургического комбината на юге Турции в 1970-е гг. и т. д. Сегодня в условиях жесточайшей конфронтации с западными странами и укрепления сотрудничества (в том числе технического) России с развивающимися странами российские экспортеры архитектурных, инженерных и других интеллектуально емких деловых услуг снова переводят внимание на перспективные развивающиеся рынки, где их услуги пользуются значительным спросом, причем не только в части проектных работ, но и на уровне постоянного сотрудничества в области образования или совместных научно-исследовательских работ.

С точки зрения цифровизации деловых услуг, российские экспортеры оказались на передовой трансформации сегмента, поскольку именно интеллектуально емкие услуги наиболее просто адаптируются к цифровому формату в сравнении с иными сегментами деловых услуг, такими как оказание экологических услуг или горнодобывающих услуг, т. е. услуг, сопряженных с применением конкретных технологических продуктов и решением соответствующих таможенных вопросов.

В свою очередь цифровизация стала дополнительным фактором к расхождению путей развития различных сегментов деловых услуг. Деловые услуги с преобладающей знаниевой составляющей поддаются цифровой передаче, благодаря чему становятся более доступными и в экономическом аспекте (удешевление затрат на оказание услуги и увеличение числа поставщиков), и в географическом плане (упрощение трансграничного оказания услуг). В этом отношении показателен российский опыт экспорта цифровых решений в развивающихся странах. Например, с 2017 г. российская компания «Инфосистемы Джет» предоставляет Вьетнаму платформу таргетированных коммуникаций с абонентами Jet Toolbar [2]. С 2019 г. российская компания «Лаборатория Касперского», предоставляющая ряд решений по информационной безопасности, поставляет свои услуги во Вьетнам и Таиланд через платформу AllSoft Ecommerce [6]. Такая практика позволяет говорить и о перспективах поставки на развивающиеся рынки таких отраслевых IT-решений, как LegalTech, FinTech и др., в том числе в сегментах деловых услуг.

Более того, цифровизация открывает возможности для развития российского экспорта деловых услуг в тех сегментах, где прежде не было значительных результатов, таких как консалтинговые, юридические, аудиторские и др. Развитие сегмента цифровых платформ сделало возможным

трансграничное взаимодействие заказчиков и исполнителей через различные цифровые площадки, например, Upwork.com, Guru.com, Freelancer.com, Toptal.com (со специализацией на IT-услугах), Aquent.co.uk (со специализацией на креативных услугах как реклама и дизайн) и др.

Аутсорсинг консалтинговых услуг в области права, аудита, налогов, корпоративного управления в цифровом формате получил широкое распространение благодаря расширению потребительского рынка и ценовой доступности, поскольку услуги аутсорсинга больше не включают транспортные и сопутствующие организационные издержки исполнителей. Ранее российские поставщики деловых услуг аутсорсинга были востребованы в немецкоязычном европейском регионе¹.

Тем не менее российским поставщикам деловых услуг приходится развиваться в условиях ограниченного выбора рынков сбыта ввиду следующих факторов:

1. Базовым препятствием для расширения участия на зарубежном рынке деловых услуг являются квалификационные требования. Особенно это характерно для сегмента юридических услуг, где для допуска к квалификационному экзамену необходимо иметь юридическое образование и несколько лет юридической практики в соответствующей юрисдикции. В интеграционных региональных объединениях такой порог снижен в случае использования механизмов взаимного признания документов или зачета профессиональной деятельности в различных форматах [13]. Однако в юридической практике ограничения могут быть связаны не только с квалификацией, но и с гражданством. Например, в Индии запрещено иностранным юристам оказывать юридические услуги по праву Индии, хотя пребывание в стране для оказания юридических услуг по любому иностранному праву не возбраняется².

2. Россия является относительно молодой страной – поставщиком деловых услуг, соответственно, на международном рынке ниши классических деловых услуг (юридических или аудиторских) уже заняты странами-лидерами. Например, для консалтинговых и юридических услуг на национальных рынках характерно значительное присутствие компаний-поставщиков из стран с системой общего права (common law), что обусловлено широким использованием английского права в B2B-отношениях и распространением англосаксонских бизнес-моделей.

Волна экономических санкций с 2022 г. негативно сказалась на развитии экспорта деловых услуг во многих аспектах, включая:

¹ Where Do German and Dutch Companies Outsource Software Development? We've Surveyed 300+ Businesses. – 2019. – 11 September. – URL: <https://www.daxx.com/blog/development-trends/outsource-software-development-germany-netherlands-statistics>

² Kapoor S. Supreme Court of India Clarifies Foreign Law Firms. 2018. – 2 April. – URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=4baf8390-ce75-4ae9-863e-7835bb66d702>

- экономический (иностранные компании, отказавшиеся от ведения бизнеса в России или с российскими компаниями, больше не пользуются деловыми услугами российских поставщиков);
- валютный (ряд валютных ограничений был установлен Указом Президента Российской Федерации от 28 февраля 2022 г. № 79 (ред. от 9 июня 2022 г., с изм. от 8 августа 2022 г.) «О применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями Соединенных Штатов Америки и примкнувших к ним иностранных государств и международных организаций» и постепенно снижается);
- технический (российские компании лишены возможности автоматически проводить трансграничные банковские транзакции ввиду отключения крупнейших российских банков от системы SWIFT);
- инвестиционный (иностранцы отказываются от акций российских компаний ввиду геополитической неопределенности и невозможности получения дивидендов из-за запрета Центробанка России на выплату дивидендов за рубеж);
- репутационный (от услуг российских поставщиков отказываются заказчики, имплементирующие процедуры должной осмотрительности в отношении своих поставщиков, и поэтому ограничивающие контакты с компаниями из высокорисковых юрисдикций).

Ввиду данных факторов российские поставщики деловых услуг, как и отечественные экспортеры в других отраслях, вынуждены менять направление основного экспорта, прежде всего ориентируясь на рынки развивающихся стран. Но и при смене региона экспорта есть существенные препятствия.

3. Рынок деловых услуг в разной мере развит среди регионов. Например, страны ОЭСР показывают интенсивное развитие сегмента деловых услуг и наиболее выраженное влияние обозначенных тенденций, тогда как в странах Юго-Восточной Азии или Африки ведение бизнеса достаточно консервативно, при этом уровень вовлечения третьих лиц для решения частных деловых вопросов остается низким. Такое различие в культуре ведения бизнеса обусловлено тем, что качественное исполнение деловых услуг особенно чувствительно к тому, насколько крепки деловые отношения между поставщиком и заказчиком, другими словами, имеет значение индивидуальность содержания деловых услуг.

В азиатской деловой корпоративной культуре компании более замкнуты и иерархичны, чем в европейской, где компании открыты к различным форматам сотрудничества. В связи с этим при попытке выхода на новые азиатские рынки деловых услуг российские экспортеры сталкиваются с препятствиями, связанными с самим характером потребительского рынка в соответствующих юрисдикциях. Следовательно, российским экспортерам деловых услуг необходимо вырабатывать иной подход к маркетинговому продвижению своих услуг на новых рынках.

Особенности маркетингового продвижения деловых услуг

Деловые услуги являются крайне диверсифицированным сегментом, охватывающим услуги из самых различных областей, что, безусловно, сказывается и на характере маркетингового продвижения, а главное – на различиях в возможностях продвижения. Поэтому в рамках настоящего исследования особенности маркетингового продвижения будут рассмотрены только для отдельной категории деловых услуг, которая включает юридические, аудиторские, консалтинговые, технические, инжиниринговые, исследовательские и иные услуги, оказание которых требует профессиональной квалификации исполнителя¹.

Как можно заметить, интеллектуализация деловых услуг выражается не только в повышении интеллектуальной емкости самих услуг и в спецификации процессов их продвижения и продажи [3]. Речь идет о проявлении специфики деловых услуг на этапе маркетингового продвижения в нескольких аспектах.

Во-первых, интеллектуально емкие услуги в большей степени связаны с *квалификацией (можно сказать личностью) исполнителя*. Другими словами, оценка качества деловых услуг исполнителя как ни в одной другой области услуг связана с личной репутацией исполнителя (для юридических лиц – с репутацией компаний) [9]. Феномен профессиональной репутации и его экономическое значение в различных отраслях подробно исследованы в работах А. Францескони, Ч. Доссена [8], Х. Йоганарасимхана [18], Э. Иосса, Дж. Бруно [11] и др.

Чтобы не углубляться в теорию формирования репутации, приведем примечательную статистику: в 2012 г. в Европе 90% предпринимателей в сфере высоких технологий или свободных профессий имели опыт работы в том же сегменте, в котором впоследствии стали вести бизнес самостоятельно [9]. Открытие своей практики в той сфере, где специалист ранее получил опыт работы, обусловлено прежде всего необходимой квалификацией для ведения профессиональной деятельности с соответствующей профессиональной репутацией, служащей платформой для дальнейшего самостоятельного профессионального становления.

¹ В рамках настоящей статьи не рассматриваются вопросы маркетингового продвижения таких деловых услуг, как операционный лизинг, экологические услуги, услуги в горнодобывающем секторе. Следует пояснить, что данные виды услуг в наименьшей степени зависят от личности исполнителя, как правило, оказываются от имени конкретной компании. Несмотря на техническую сложность исполнения, данные услуги характеризуются как операционные ввиду их типового характера и невысокого уровня индивидуализации содержания услуги. Кроме того, для данных деловых услуг характерна зависимость от отраслевой принадлежности адресата оказания услуги, например, оказание услуг операционного лизинга зависит от договоренностей с поставщиками объектов лизинга, оказание услуг разведки месторождений зависит от реализации целой системы отношений в соответствии с законодательством о недропользовании. Ввиду этих и иных особенностей названных сегментов деловых услуг они не подчиняются выявленным закономерностям в продвижении *классических* деловых услуг (юридических, бухгалтерских, консалтинговых и др.).

Этот эффект индивидуализации деловых услуг можно проследить на примере личных практик представителей так называемых свободных профессий. Во многих юрисдикциях, где установлено отдельное регулирование свободных профессий, статусом лица свободной профессии пользуются поставщики таких деловых услуг, как юридические услуги, аудиторские услуги, архитектурные услуги, услуги профессиональных художников, к которым можно отнести услуги дизайнера или рекламные услуги¹. Продвижение услуг представителей свободных профессий осуществляется исключительно за счет личного бренда на местной рынке. Причем приобретение деловой репутации на местном рынке зачастую перевешивает факт национальной принадлежности специалиста или компании².

Вместе с тем оценка качества услуг представителей свободных профессий саморегулируется (*professional regulation*), в отличие от традиционного отраслевого публичного регулирования. Как отмечают М. Т. Ло, С. Ким, необходимость профессионального регулирования возникает по мере усложнения профессиональных услуг до такой степени, когда заказчик не может самостоятельно оценить, насколько качественно ему оказана услуга [14]. Гарантией качества является квалификация специалиста, присвоенная ему профессиональным сообществом.

Таким образом, основой личного бренда становится профессиональное признание специалиста коллегами, в том числе документированное в формате присвоенной квалификации или лицензии (в зависимости от юрисдикции регулирования). Формализованное присвоение квалификации как условия доступа к соответствующему рынку услуг распространено в сегментах юридических, аудиторских, технических услуг.

Так, в различных юрисдикциях разработкой и организацией квалификационных экзаменов для допуска к юридической практике занимаются саморегулируемые организации: например, в Великобритании квалификационный экзамен на солиситора (*Solicitors Qualifying Regulation, SQR*) организуется Управлением по регулированию деятельности солиси-

¹ Например, во Франции в категорию представителей свободных профессий входят лица, которые «осуществляют на регулярной основе, независимо и под свою ответственность, деятельность общегражданского характера, целью которой является предоставление в интересах клиента или общества услуг, которые в основном интеллектуальные, технические или услуги по уходу, осуществляемые при соответствующей профессиональной квалификации и в соответствии с этическими принципами или профессиональной этикой». Статья 29 Закона № 387 от 22 марта 2012 г. *LOI n 2012-387 du 22 mars 2012 relative à la simplification du droit et à l'allègement des démarches administratives*. – URL: https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000025553548

² На бытовательском уровне можно видеть, что юридические или аудиторские услуги невозможно рекламировать под слоганами «немецкое качество» или «японские технологии»; для потребителей деловых услуг гораздо важнее портфолио поставщиков деловых услуг, сформированное на местном рынке, или, как минимум, в рамках интегрированного региона.

торов (Solicitors Regulation Authority)¹; во Франции экзамен для доступа к адвокатской практике проводится на базе региональных центров профессионального образования адвокатов под эгидой Национального совета палат адвокатов (Conseil National des Barreaux)².

Помимо профессионального регулирования, профильные объединения среди поставщиков некоторых деловых услуг создаются для социально-экономической поддержки самих участников. Например, в Германии действует Федеральное объединение свободных профессий (Bundesverband der Freien Berufe), которое оказывает консультационную, информационную, юридическую поддержку самозанятым в сферах свободных профессий, а также продвигает интересы практикующих специалистов в отношениях с публичными регуляторами³. Примечательно, что на уровне профессиональных объединений среди поставщиков деловых услуг вопросы продвижения не входят в число приоритетных задач, поскольку остаются на личное усмотрение свободных специалистов.

Во-вторых, деловые услуги отличаются своим адресным характером. Это объясняется не только индивидуальным характером содержания самих деловых услуг, но и узким кругом потенциальных заказчиков. В связи с этим возможности продвижения деловых услуг более ограничены, чем услуги в других сегментах, рассчитанные на массового потребителя. Следовательно, для деловых услуг наиболее характерно продвижение *по специализированным каналам*. В таких условиях большое значение приобретает бизнес-нетворкинг, а также активность поставщиков деловых услуг в участии в профильных мероприятиях других отраслей. Например, удачной практикой может быть участие практикующих юристов в мероприятиях профилирующей отрасли (сопровождение инфраструктурных проектов в бизнес-конференции строительных компаний; участие юристов в сегменте информационного права в семинарах технологических компаний и т. д.).

Помимо ограничений, связанных со спецификой содержания деловых услуг, в некоторых юрисдикциях могут устанавливаться ограничения на рекламу деловых услуг. Например, в Китае Законом КНР о сертифицированных публичных бухгалтерях установлен запрет на рекламу бухгалтерских услуг (пункт 6 статьи 22)⁴.

В-третьих, маркетинговое продвижение деловых услуг ограничено *источниками поддержки* такого продвижения. Дело в том, что индивидуаль-

¹ Solicitors Qualifying Examination (SQE) route. – URL: <https://www.sra.org.uk/become-solicitor/sqe/>

² L'examen d'accès au CRFPA. – URL: <https://www.cnb.avocat.fr/fr/lexamen-dacces-au-crfpa>

³ Bundesverband der Freien Berufe. – URL: <https://www.freie-berufe.de/verband/bfb/>

⁴ Law of the People's Republic of China on Certified Public Accountants. – URL: <http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/lawsdata/chineselaw/200211/20021100053439.html>

ный характер содержания деловых услуг и ценность квалификации исполнителя нивелируют значимость страны происхождения поставщика услуг, важнее квалификация исполнителя и качество услуги в соответствии с ожиданиями заказчика.

При этом поддержка национального экспорта в странах часто сфокусирована именно на продвижении национального бренда за рубежом. Поэтому можно сказать, что сегмент деловых услуг мало пригоден для стратегических задач развития экспорта. По этой причине сегмент деловых услуг публично не поддерживается. Здесь речь идет именно об отраслевой публичной поддержке экспортного продвижения, тогда как на национальном уровне поставщики деловых услуг, как правило, пользуются равным доступом к универсальным/межотраслевым мерам поддержки национальных компаний.

Тем не менее возможно говорить об *опосредованной экспортной поддержке деловых услуг* в случаях введения мер поддержки отдельных отраслей в формате компенсации расходов на продвижение. Благодаря таким мерам экспортеры активнее обращаются к услугам рекламы, маркетинговым исследованиям. Например, в России на базе Российского экспортного центра (РЭЦ) оказываются меры поддержки в формате компенсации части затрат на продвижение продукции путем участия в выставочных мероприятиях. Затраты на участие в выставках включают подготовку рекламных материалов, стенда, презентации и использования других креативных деловых услуг¹.

Вероятно, низкий интерес к экспортной поддержке деловых услуг как самостоятельного сегмента обусловлен консервативным восприятием деловых услуг как услуг, обслуживающих иные отрасли. Однако в современных условиях, как было отмечено ранее, обслуживающие деловые услуги ограничиваются только категорией операционных деловых услуг, большая часть которых замещена в процессе цифровизации и автоматизации производства, тогда как в большей части деловых услуг *интеллектуальная составляющая значительно повысилась*.

Примечательно, что те категории деловых услуг, в которых наиболее выражена интеллектуальная составляющая, пользуются публичной поддержкой, но не в качестве деловых услуг, а в рамках иных отраслей. Например, в число деловых услуг входят услуги проведения научно-исследовательских работ. Во многих странах научно-исследовательские центры и центры разработки становятся косвенными или прямыми бенефициарами национальных программ по поддержке науки и технологий. Напри-

¹ Компенсация части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях. – URL: <https://www.exportcenter.ru/services/subsidirovanie/kompensatsiya-chasti-zatrat-svyazannykh-s-uchastiem-v-mezhdunarodnykh-vystavочно-ярмарочных-мероприятиях/>

мер, в Сингапуре действует программа налоговых кредитов для производительности и инноваций (Productivity and Innovation Credit)¹. В соответствии с условиями программы компании могут получать вычет в размере до 400% в пределах 400 тыс. долларов на расходы, понесенные в рамках инновационной деятельности. В научно-исследовательские расходы могут засчитываться не только собственные расходы на проведение исследований, но и оплата инновационных работ сторонних исполнителей.

Для целей программы в число инновационных видов деятельности включены технические, компьютерные, инжиниринговые услуги. Более того, место проведения работ не ограничено территорией Сингапура. Это значит, что частные центры разработок, в том числе за пределами Сингапура, могут получать больше заказов от сингапурских компаний, пользующихся мерами поддержки инноваций. Таким же образом, поставщики наукоемких деловых услуг получают экспортную поддержку. Например, Администрация международной торговли США совместно с Патентным ведомством США оказывает нефинансовую поддержку экспортерам изобретений, технических решений, дизайнерских моделей, аудиовизуальных рекламных продуктов².

Прямая поддержка сегмента чаще осуществляется на уровне частной инициативы. Нередко крупные компании самостоятельно организуют крупные отраслевые мероприятия. Так, исследовательская и консалтинговая компания Gartner, специализирующаяся в сегменте ИТ-услуг, регулярно проводит отраслевые мероприятия (семинары, симпозиумы, выставки), например, крупнейший Gartner IT Symposium/Хро. Такого рода мероприятия позволяют не только представить свои услуги, но и наладить связи в бизнес-нетворкинге с представителями компаний из смежных сегментов (ПО-разработки, ЦОД, телекоммуникационные услуги и т. д.). Поэтому, если говорить о публичной поддержке рынка деловых услуг, то правильнее говорить о публичной поддержке бизнес-инициатив компаний и профессиональных сообществ.

Заключение

Обращаясь к историческому опыту таких российских отраслей, как инженерно-проектировочные услуги, или, наблюдая за спросом на услуги российских ИТ-разработчиков, можно предположить, что интеллектуально емкие деловые услуги имеют значительный потенциал для развития российского экспорта деловых услуг. Поэтому тенденции интеллектуализа-

¹ Inland Revenue Authority of Singapore. Productivity & Innovation Credit (PIC) Scheme. – URL: <https://www.iras.gov.sg/taxes/corporate-income-tax/specific-topics/productivity-innovation-credit-pic-scheme>

² International Trade Administration. Protect your Intellectual Property. – URL: <https://www.trade.gov/protect-intellectual-property>

ции и цифровизации деловых услуг, безусловно, повышают преимущества российских поставщиков деловых услуг по более широкому кругу сегментов. Однако государство не может массировано поддерживать экспорт деловых услуг на таком же уровне, как промышленность или IT-технологии, ввиду специфики самих деловых услуг. В деловых услугах решающим фактором оказывается доверие потребителя к поставщику деловых услуг, начиная с доверия к его квалификации и профессиональному опыту.

Для развития экспорта деловых услуг государству прежде всего следует поддерживать специалистов на национальном рынке, причем поддержка должна оказываться начиная с подготовки кадров в соответствующем сегменте. На практике это значит, что лучшая поддержка со стороны государства – это инвестиции в образование и стимулирование бизнеса к сотрудничеству с образовательными учреждениями для скорейшей адаптации новых кадров к работе на национальном рынке. Например, Минэкономразвития России может разработать проект мер поддержки компаний, обеспечивающих профессиональные стажировки для студентов профильных вузов или реализующих образовательные программы совместно с образовательными учреждениями. Такими мерами могут стать и налоговые вычеты, и доступ к льготному кредитованию операционных расходов, и многие другие инструменты поддержки. Здесь важно отметить, что инициатива может исходить не только от органов федерального уровня, но и от местных органов, в том числе отдельных городов. Например, город может содействовать партнерству между местными образовательными учреждениями и градообразующими предприятиями. Цель таких мер – увеличение и укрепление кадрового потенциала.

В условиях сложной геополитической обстановки национальным регуляторам следует уделять внимание международному сотрудничеству с дружественными странами, так как развитие экспорта деловых услуг зависит от многоуровневого международного взаимодействия. Например, взаимное признание дипломов и квалификаций в сегментах деловых услуг, упрощение доступа к национальным рынкам, где порогом выступают квалификационные требования, межведомственное сотрудничество по линии обмена национальными практиками и отраслевыми стандартами, организация международных площадок для установления контактов национальных поставщиков и потенциальных заказчиков, в том числе в цифровом формате. Такой подход откроет для российских экспортеров деловых услуг дополнительные возможности для освоения новых потребительских рынков, которые в меньшей степени подвержены негативному информационному давлению, а также позволит российским специалистам завоевывать доверие потребителей.

Список литературы

1. В технической академии Росатома стартовало обучение персонала АЭС «Эль-Дабаа». 2021. – 9 сентября. – URL: <https://www.rosatom.ru/journalist/news/v-tekhnicheskoj-akademii-rosatoma-startovalo-obuchenie-personala-aes-el-dabaa/>
2. Вьетнамский мобильный оператор внедрит решение Jet Toolbar компании «Инфосистемы Джет». 2017. – 14 ноября. – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2017-11-14_vetnamskij_mobilnyj_operator_vnedritreshenie
3. Левина М. Б. Интеллектуальные услуги как ключевой фактор постиндустриального общества // Экономические исследования. – 2011. – № 5 (11).
4. Россия и Иран приступят к строительству АЭС «Бушер-2». 2016. – 6 сентября. – URL: https://tass.ru/ekonomika/3597610?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com
5. Ченик И. Н. Особенности международной торговли деловыми услугами в Республике Беларусь // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2021. – № 3. – С. 38-48.
6. Allsoft E-commerce и «Лаборатория Касперского» запустили онлайн-продажи во Вьетнаме и Таиланде. 2019. – 27 сентября. – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2019-09-27_allsoft_ecommerce_i_laboratoriya
7. *Amiti M., Wei S.-J.* Fear of Service Outsourcing: Is It Justified? // IMF Working Paper. – 2004. – October.
8. *Francesconi A., Dossena C.* E-marketplaces for professional e-services: Trust, Reputation and Performance // Information Systems: Crossroads for Organization, Management, Accounting and Engineering. – Berlin : Physica-Verlag HD, 2012. – P. 43-50.
9. *Frédéric L., Renucci A.* Reputation Capital, Financial Capital, and Entrepreneurship // Oxford Economic Papers. – 2013. – Vol. 65, N 2. – P. 352-71.
10. *Hoseini D., Shafiei Nikabadi M.* A Model for Key Success Factors for Outsourcing in Project-Based Companies: Integrating Soft and Dynamic Approaches // Journal of Facilities Management. – 2021. – Vol. 19. – N 5. – P. 587-611.
11. *Iossa E., Bruno J.* The Market for Lawyers and Quality Layers in Legal Services // The RAND Journal of Economics. – 2012. – Vol. 43. – N 4. – P. 677-704.
12. *Khavrova K.* Intellectualization of Activities in the Context of Business Digitalization // The Scientific Heritage. – 2019. – N 39-3. – P. 33-35.
13. *Kim R.* Globalizing the Law Curriculum for Twenty-First-Century Lawyering // Journal of Legal Education. – 2018. – Vol. 67. – N 4. – P. 905-948.

14. *Law M. T., Kim S.* Specialization and Regulation: The Rise of Professionals and the Emergence of Occupational Licensing Regulation // *The Journal of Economic History*. – 2005. – Vol. 65. – N 3. – P. 723–756.
15. *Ogorodova L. M., Kress V. M., Pokholkov Yu. P.* Engineering Education and Engineering in Russia: Problems and Solutions // *Engineering Education*. – 2012. – N 12. – P. 16–21.
16. *Panshin B., Ge Ch.* Intellectualization of Business Services as a key Factor in the Formation of the Digitalization of the “One Belt One Road” Project // *Economics. Management. Innovations*. – 2019. – N 2 (6). – P. 64–68.
17. *Trushchenko V., Maloletko A.N., Kaurova O. V.* Outsourcing in the Organization of Global Business Services // *Advances on Social Science, Education and Humanities Research*. – 2019. – Vol. 364. – P. 318–325.
18. *Yoganarasimhan H.* The Value of Reputation in an Online Freelance Marketplace // *Marketing Science*. – 2013. – Vol. 32. – N 6. – P. 860–891.
19. *Zemnukhova L.* Russian IT specialists and their Professional Mobility abroad // *INTER*. – 2017. – N 14. – P. 5–15.

References

1. V tekhnicheskoy akademii Rosatoma startavalo obuchenie personala AES «El-Dabaa» [The Training of the Personnel of the El-Dabaa NPP Has Started at the Technical Academy of Rosatom], 2021, September 9. (In Russ.). Available at: [https:// www. rosatom.ru/ journalist/news/v-tekhnicheskoy-akademii-rosatoma-startovalo-obuchenie-personala-aes-el-dabaa/](https://www.rosatom.ru/journalist/news/v-tekhnicheskoy-akademii-rosatoma-startovalo-obuchenie-personala-aes-el-dabaa/)
2. Vetsnamskiy mobilnyy operator vnedrit reshenie Jet Toolbar kompanii «Infosistemy Dzhet» [Vietnamese Mobile Operator to Implement Jet Toolbar Solution from Jet Infosystems], 2017. November 14. (In Russ.). Available at: https://www.cnews.ru/news/line/2017-11-14_vetnamskij_mobilnyj_operator_vnedrit_reshenie
3. *Levina M. B.* Intellektualnye uslugi kak klyuchevoy faktor postindustrialnogo obshchestva [Intellectual Services as a Key Factor in the Post-Industrial Society]. *Ekonomicheskie issledovaniya* [Economic Research], 2011, No. 5 (11). (In Russ.).
4. Rossiya i Iran pristupyat k stroitelstvu AES «Bushehr-2» [Russia and Iran are to Start Construction of Bushehr-2 Nuclear Power Plant]. 2016. September 6 сентября. (In Russ.). Available at: https://tass.ru/ekonomika/3597610?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com
5. *Chepik I. N.* Osobennosti mezhdunarodnoy trgovli delovymi uslugami v Respublike Belarus [Particularities of International Trade in

Business Services in the Republic of Belarus], *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Belarusian State Economic University], 2021, No. 3, pp. 38-48. (In Russ.).

6. Allsoft E-commerce i «Laboratoriya Kasperskogo» zapustili onlayn-prodazhi vo Vetname i Tailande [Allsoft E-commerce and Kaspersky Lab Launched Online Sales in Vietnam and Thailand], 2019. September 27. (In Russ.). Available at: https://www.cnews.ru/news/line/2019-09-27_allsoft_ecommerce_i_laboratoriya

7. Amiti M., Wei S.-J. Fear of Service Outsourcing: Is It Justified? *IMF Working Paper*, 2004, October.

8. Francesconi A., Dossena C. E-marketplaces for professional e-services: Trust, Reputation and Performance. *Information Systems: Crossroads for Organization, Management, Accounting and Engineering*. Berlin, Physica-Verlag HD, 2012, pp. 43-50.

9. Frédéric L., Renucci A. Reputation Capital, Financial Capital, and Entrepreneurship. *Oxford Economic Papers*, 2013. – Vol. 65, No. 2, pp. 352-371.

10. Hoseini D., Shafiei Nikabadi M. A Model for Key Success Factors for Outsourcing in Project-Based Companies: Integrating Soft and Dynamic Approaches. *Journal of Facilities Management*, 2021, Vol. 19, No. 5, pp. 587-611.

11. Iossa E., Bruno J. The Market for Lawyers and Quality Layers in Legal Services. *The RAND Journal of Economics*, 2012, Vol. 43, – No. 4, pp. 677-704.

12. Khavrova K. Intellectualization of Activities in the Context of Business Digitalization. *The Scientific Heritage*, 2019, No. 39-3, pp. 33-35.

13. Kim R. Globalizing the Law Curriculum for Twenty-First-Century Lawyering. *Journal of Legal Education*, 2018, Vol. 67, No. 4, pp. 905-948.

14. Law M. T., Kim S. Specialization and Regulation: The Rise of Professionals and the Emergence of Occupational Licensing Regulation // *The Journal of Economic History*, 2005, Vol. 65, No. 3, pp. 723-756.

15. Ogorodova L. M., Kress V. M., Pokholkov Yu. P. Engineering Education and Enginerring in Russia: Problems and Solutions. *Engineering Education*, 2012, No. 12, pp. 16-21.

16. Panshin B., Ge Ch. Intellectualization of Business Services as a key Factor in the Formation of the Digitalization of the “One Belt One Road” Project. *Economics. Management. Innovations*, 2019, No. 2 (6), pp. 64-68.

17. Trushchenko V., Maloletko A.N., Kaurova O. V. Outsourcing in the Organization of Global Business Services. *Advances on Social Science, Education and Humanities Research*, 2019, Vol. 364, pp. 318-325.

18. Yoganarasimhan H. The Value of Reputation in an Online Freelance Marketplace. *Marketing Science*, 2013, Vol. 32, No. 6, pp. 860-891.

19. Zemnukhova L. Russian IT specialists and their Professional Mobility abroad. *INTER*, 2017, No. 14, pp. 5–15.

Сведения об авторах

Антонина Давидовна Левашенко
руководитель Центра Россия – ОЭСР
РАНХиГС.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российская академия
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской
Федерации», 119571, Москва,
проспект Вернадского, д. 82.
ORCID ID: 0000-0003-2029-3667
E-mail: antonina.lev@gmail.com

Ольга Сергеевна Магомедова
аналитик Центра ответственного ведения
бизнеса BAVT Минэкономразвития
России.

Адрес: ФГБОУ ВО «Всероссийская
академия внешней торговли Министер-
ства экономического развития Российской
Федерации», 119285, Москва,
Воробьевское шоссе, 6А.
ORCID ID: 0000-0003-0593-3101
E-mail: olga.magomedova.96@mail.ru

Information about the authors

Antonina D. Levashenko
head, Center Russia – OECD,
RANEPA.

Address: The Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
82 Vernadsky Avenue, Moscow,
119571, Russian Federation.
ORCID 0000-0003-2029-3667
E-mail: antonina.lev@gmail.com

Olga S. Magomedova
Analytic, Center of Responsible Business
Conduct of the RFTA of the Ministry
of Economic Development.

Address: Russian Foreign Trade Academy
of the Ministry of Economic Development
of the Russian Federation, 6A
Vorob'evskoe Roadway, Moscow, 119285,
Russian Federation.
ORCID ID: 0000-0003-0593-3101
E-mail: olga.magomedova.96@mail.ru