

СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ

МОНИТОРИНГ

Информационный бюллетень № 1 • 2016

Проект «Мониторинг состояния и динамики сектора интеллектуальных услуг в России», реализуемый Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ с 2006 г., направлен на изучение состояния и перспектив развития российского сектора интеллектуальных услуг.

СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В 2015 г. была проведена 8-я волна опроса компаний – производителей сектора интеллектуальных услуг, в рамках которой особое внимание уделялось сопроизводству услуг заказчиками и поставщиками, интенсивности инновационной активности компаний-производителей, уровню стандартизации услуг, их пространственному размещению, а также практике стратегического планирования компаний сектора. В бюллетене использованы данные опроса 656 компаний – производителей интеллектуальных услуг и 24 интервью с ведущими экспертами сектора.

Период конца 2014 г. – начала 2015 г. характеризовался негативными явлениями в экономике России: падением ВВП, ростом инфляции, нестабильностью валютного курса. При таком усилении неопределенности экономической конъюнктуры важное значение приобретает способность компаний к прогнозированию и стратегическому планированию. В таблице 1 в отраслевом разрезе представлены основные направления стратегического поведения производителей интеллектуальных услуг – от разработки новой стратегии на 2015 г. до отказа от формализованной стратегии и действий по обстановке.

Табл. 1. Стратегии компаний сектора интеллектуальных услуг в 2014–2015 гг.¹ (%)

	У нас есть формализованная новая стратегия развития на 2015 г.	Мы находимся в процессе разработки новой стратегии на 2015–2016 гг.	Мы продолжаем реализацию стратегии, выработанной в 2012–2014 гг., с незначительными корректировками	Раньше (до 2014 г.) у нас была формализованная стратегия, а теперь мы сознательно от этого (формализации стратегии) отказались	В нашей компании раньше (до 2014 г.) не было сформулированной стратегии развития, нет ее и сейчас	Действуем по обстановке	Всего компаний
Финансовое посредничество	39.06	12.50	28.13	1.56	1.56	14.06	64
Юридические услуги	28.81	18.64	16.95	1.69	6.78	25.42	59
Информационные технологии	22.39	25.37	20.90	2.99	10.45	16.42	67
Web- и digital-услуги	22.03	16.95	25.42	1.69	3.39	28.81	59
Аудит и управленческий консалтинг	21.21	22.73	16.67	1.52	10.61	27.27	66
Девелопмент и риэлторские услуги	20.27	22.97	21.62	1.35	6.76	27.03	74
Инжиниринг	19.72	12.68	19.72	2.82	11.27	32.39	71
Информационно-коммуникационный консалтинг ²	18.46	9.23	23.08	4.62	10.77	29.23	65
Реклама	18.06	23.61	22.22	8.33	9.72	15.28	72
Кадровый консалтинг	16.95	22.03	27.12	5.08	6.78	20.34	59
Всего	22.56	18.75	22.10	3.20	7.93	23.63	656

¹ Не включен вариант «затрудняюсь ответить».

² Информационно-коммуникационный консалтинг включает в себя исследования рынка, маркетинговый консалтинг, бренд-консалтинг, директ-маркетинг, работу call-центров, организацию событий, PR, полиграфический дизайн, дизайн рекламной и сувенирной продукции.

Более одной пятой (22.56%) опрошенных компаний – производителей сектора интеллектуальных услуг уже имели формализованную новую стратегию по состоянию на 2015 г. При этом стоит особенно отметить две отрасли, в которых доля подобных фирм значительно выше среднего по сектору интеллектуальных услуг. Лидерами оказались компании, занимающиеся финансовым посредничеством (39.06%). Для целого ряда компаний этой сферы отмечаются тенденции в изменениях спроса, не характерные для других отраслей сектора. В частности, это касается кредитных брокеров. В периоды экономической стабильности спрос на их услуги падает в связи с общим ростом финансовой грамотности населения и доступностью кредитов коммерческих банков, в кризисные периоды – растет в силу ужесточения условий кредитования в банковских кредитных организациях и повышения требований к платежеспособности заемщиков.

В сфере юридических услуг более четверти компаний (28.81%) проводят своевременную актуализацию стратегических направлений развития. Экспертами было отмечено, что сам по себе процесс разработки стратегий среди компаний данной сферы начался совсем недавно, как и привлечение к этому процессу специалистов (маркетологов, бренд-менеджеров и т.д.).

Однако далеко не все компании, занятые разработкой новой стратегии, уже успели закончить этот процесс. В ряде отраслей (реклама, аудит и управленческий консалтинг, кадровый консалтинг, девелопмент и риэлторские услуги) доля компаний, у которых разработка новой стратегии заняла более длительный период (до 2016 г.), несколько выше, чем в среднем по сектору. Так, в сегменте информационных технологий их более четверти (25.37%). Эксперты подчеркивают, что этому способствуют, с одной стороны, некоторая зависимость компаний отрасли от колебаний валютного курса, с другой – наличие у большинства из них развитых систем, направленных на учет, контроль, программирование и прогнозирование.

Часть компаний продолжают реализацию незначительно скорректированной стратегии. В среднем их доля – 22.1%, что вполне сопоставимо с долей фирм, имеющих новую стратегию. Наиболее привержены подобному поведению представители сферы финансового посредничества (28.13%) и кадрового консалтинга (27.12%). Такие финансовые посредники, как лизинговые компании, работают на инерцион-

ном рынке, поэтому вынуждены формировать стратегии на длительный срок. По мнению экспертов, сферу кадрового консалтинга составляют компании, которые «не живут по стратегиям». В связи с этим у них отсутствуют стимулы для разработки новых стратегий.

Две группы компаний сектора не имеют формализованной стратегии. Первая группа (чуть более 3%) включает фирмы, ранее имевшие такую стратегию, но сознательно отказавшиеся от ее формализации. Наиболее высока их доля в сфере кадрового консалтинга (5.08%), а также рекламы (8.33%), где рынок сильно подчинен интересам клиентов и труден для прогнозирования (особенно в кризисный период).

Вторая группа (в среднем 8%) охватывает компании, не имевшие стратегии и раньше. Их распределение по отраслям носит неравномерный характер. В частности, в сферах информационно-коммуникационного консалтинга, аудита и управленческого консалтинга, информационных технологий и инжиниринга доля таких компаний не превышает 12%. С другой стороны, в сфере Web- и digital-услуг подобных компаний гораздо меньше – 3.39%, а среди финансовых посредников – всего 1.56%.

Наконец, значительная часть компаний (23.63%) предпочитают действовать по обстановке. В сфере управленческого консалтинга, где доля таких фирм составила 27.27%, это объясняется, в первую очередь, «упрощением и обеднением понятийного аппарата в отрасли». Самый высокий процент компаний, действующих по обстановке, отмечен в области инжиниринга (32.39%). Эксперты связывают это с быстро меняющейся ситуацией в отрасли и непредсказуемостью развития экономики, а также поведения крупных заказчиков в текущих экономических условиях.

В целом стоит отметить, что почти две трети компаний сектора в той или иной степени занимаются стратегическим планированием. Более того, только 22.1% компаний продолжают реализацию выработанной ранее стратегии, остальные 41.35% работают уже с новой стратегией. При этом доля компаний, уже имеющих новую стратегию, выше, чем тех, кто только находится в процессе ее формирования. Таким образом, можно сделать вывод, что российские компании – производители сектора интеллектуальных услуг стремятся максимально быстро адаптироваться к стремительно меняющимся экономическим условиям.