

СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКА СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ

МОНИТОРИНГ

Информационный бюллетень № 2 • 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.

СОПРОИЗВОДСТВО И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

Вовлеченность заказчиков в процесс сопроизводства интеллектуальных услуг

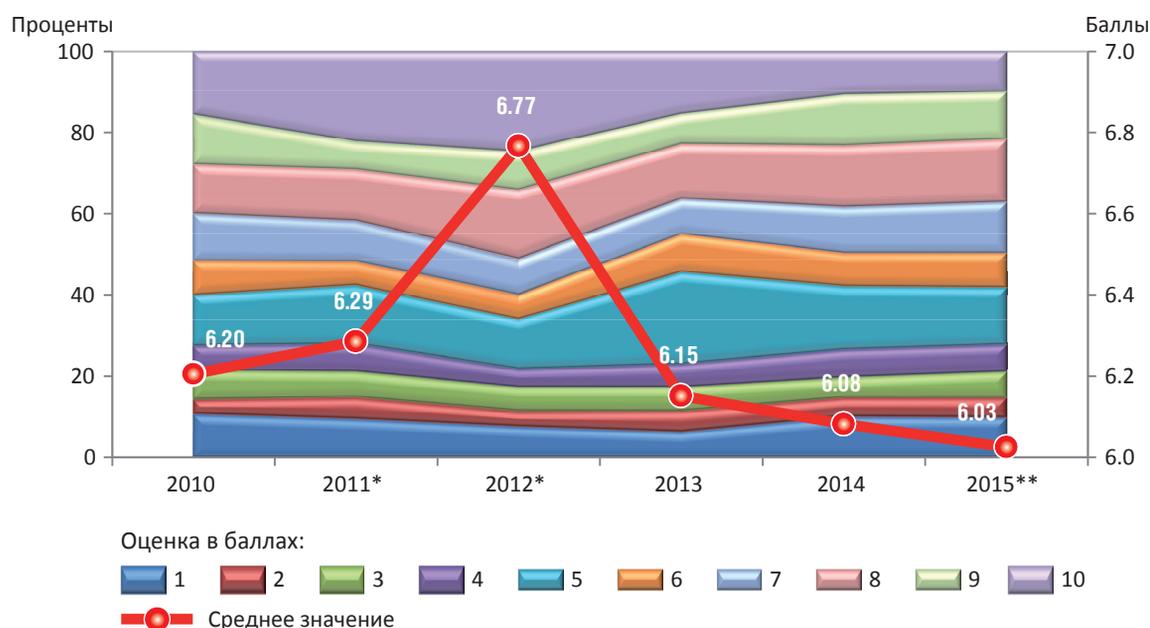
В 2015 г. была проведена восьмая волна опроса компаний – производителей сектора интеллектуальных услуг, в рамках которой особое внимание уделялось сопроизводству услуг заказчиками и поставщиками, интенсивности инновационной активности компаний-производителей, уровню стандартизации услуг, их пространственному размещению, а также практике стратегического планирования.

Особое место в секторе интеллектуальных услуг отводится заказчику. Эффективность компании-производителя и удовлетворенность клиента в

значительной степени могут определяться участием последнего в сопроизводстве продукта. Этот процесс имеет большое значение в силу уникальности деятельности и клиентоориентированности организаций, работающих в данной сфере.

В 2010–2015 гг. компании-производители оценили степень фактической вовлеченности своих клиентов в процесс сопроизводства по 10-балльной шкале (рис. 1). Минимальный уровень (1 балл) предполагает лишь постановку задачи со стороны заказчика, в то время как максимальный уровень (10 баллов) связан с его полной вовлеченностью в процесс, тесным сотрудничеством, в том числе и с выполнением части работ.

Рис. 1. Оценка компаниями-производителями степени фактической вовлеченности заказчиков в процесс сопроизводства по 10-балльной шкале (в процентах от общего числа компаний)



* Средняя оценка по четырем этапам производства: предварительный (переговоры и подписание договора), начальный (подготовительный), основной (производство услуги) и завершающий (подготовка и сдача отчетных документов).

** Только 1-е полугодие.

В среднем компании-производители оценили фактический уровень сопроизводства от 6 до 7 баллов. Пик пришелся на 2012 г., когда эта величина составила 6.77 баллов. Кроме того, именно в 2012 г. наивысшего значения достигла доля компаний, оценивших уровень сопроизводства выше 8 баллов. Таким образом, достижение пикового значения среднего уровня сопроизводства в 2012 г. произошло за счет роста доли компаний с максимально высокими показателями вовлеченности клиентов.

Помимо степени вовлеченности важной характеристикой процесса сопроизводства является и уровень его эффективности. В ходе опроса компании-производители также оценили уровень эффективности

сoproизводства с учетом степени вовлеченности заказчиков: от максимальной степени сопроизводства с высокой эффективностью до минимальной – с низкой эффективностью (табл. 1).

Начиная с 2010 г. доля компаний, которые максимально высоко оценили как степень вовлеченности клиентов в процесс сопроизводства, так и уровень его эффективности, неуклонно росла. Наиболее высокое значение этот показатель достиг в 2013 г. – 61%. Однако в 2015 г. он несколько снизился. С другой стороны, в 2015 г. уменьшилась доля компаний, процесс сопроизводства у которых был минимален и малоэффективен – всего 0.37%.

Табл. 1. Оценка эффективности сопроизводства компаниями-производителями (в процентах от общего числа компаний)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2015* |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Сoproизводство было максимальным с высокой эффективностью | 34.85 | 46.47 | 51.54 | 61.00 | 52.93 |
| Сoproизводство было максимальным со средней эффективностью | 16.15 | 9.04 | 9.86 | 6.18 | 8.61 |
| Сoproизводство было максимальным с низкой эффективностью | 2.36 | 1.81 | 1.03 | 1.16 | 2.01 |
| Сoproизводство было на среднем уровне с высокой эффективностью | 11.61 | 14.47 | 10.27 | 12.16 | 13.19 |
| Сoproизводство и эффективность были на среднем уровне | 15.43 | 11.21 | 17.25 | 9.65 | 11.72 |
| Сoproизводство было на среднем уровне с низкой эффективностью | 3.99 | 2.35 | 0.82 | 0.77 | 1.46 |
| Сoproизводство было минимальным с высокой эффективностью | 5.44 | 11.03 | 4.72 | 3.67 | 6.96 |
| Сoproизводство было минимальным со средней эффективностью | 5.63 | 2.35 | 2.46 | 2.51 | 2.75 |
| Сoproизводство было минимальным с низкой эффективностью | 4.54 | 1.27 | 2.05 | 2.90 | 0.37 |
| Всего компаний | 551 | 553 | 487 | 518 | 546 |

* Только 1-е полугодие.

Востребованность интеллектуальных услуг у заказчиков

Дуалистическое представление ценности услуг – отличительная черта данной сферы. С одной стороны, услуга создается и продается компанией-производителем, с другой – она не может быть оказана без участия клиента. В то же время и заказчик, и поставщик оценивают ее с разных точек зрения.

В течение 2009–2014 гг. в рамках данного Мониторинга респонденты по-разному оценивали степень внедрения, применения или использования произведенных услуг заказчиками (табл. 2).

В целом за рассматриваемый период не менее 70% компаний – производителей интеллектуальных услуг отмечали, что результаты их деятельности были применены, внедрены или использованы клиентами в полном объеме. Пик пришелся на 2012 г., когда об этом свидетельствовали 77.4% компаний, после чего их количество несколько снизилось. В свою очередь, в 2014 г. по сравнению с 2012 г. значительно выросло число компаний-производителей, которые считали, что услуги практически не использовались или были использованы частично. Доля компаний, клиенты которых использовали полученный продукт лишь частично, составила 12.1%. Это значение стало максимальным за весь период исследования.

Табл. 2. Оценка компаниями-производителями степени применения, внедрения или использования услуг заказчиками (в процентах от общего числа компаний)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2014 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Результаты практически не использовались | 1.42 | 2.90 | 1.21 | 0.70 | 2.05 |
| Результаты использовались (применялись, внедрялись) частично | 8.17 | 6.52 | 8.08 | 7.30 | 12.12 |
| Результаты в основном использовались (применялись, внедрялись), но не полностью | 18.65 | 15.58 | 19.60 | 14.61 | 16.21 |
| Результаты использовались (применялись, внедрялись) в полном объеме | 71.76 | 75.00 | 71.11 | 77.39 | 69.62 |
| Всего компаний | 563 | 552 | 495 | 575 | 586 |

Табл. 3. Оценка компаниями-производителями причин неполного применения интеллектуальных услуг заказчиками (в процентах от общего числа компаний)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2014 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Финансовые ограничения | 2.52 | 26.81 | 37.76 | 27.69 | 38.76 |
| Ситуация на рынке или у заказчика изменилась | 0.63 | 0.72 | 0.00 | 0.77 | 34.27 |
| Недостаток компетенций у заказчика | 16.35 | 24.64 | 30.77 | 33.85 | 26.40 |
| Недостаток качества | 16.98 | 28.99 | 16.78 | 26.15 | 18.54 |
| Услуга была заказана впрок / «на всякий случай» | 30.19 | 22.46 | 25.17 | 23.08 | 16.85 |
| Руководство компании-заказчика не следило, внедрена ли услуга | 14.47 | 22.46 | 14.69 | 14.62 | 10.11 |
| Другое | 3.14 | 4.35 | 0.70 | 0.77 | 0.56 |
| Затрудняюсь ответить | 15.72 | 13.77 | 9.79 | 12.31 | 3.37 |
| Всего компаний | 159 | 138 | 143 | 130 | 178 |

Компании-производители также выделили ключевые факторы, которые объясняют, почему их услуги были применены не полностью (табл. 3).

Как видно из таблицы, с 2010 г. финансовые ограничения стали одной из наиболее важных причин неполного внедрения интеллектуальных услуг заказчиками. При этом доля производителей, выделивших такую причину, достигла пика в 2014 г. и составила почти 39%.

В 2014 г. значительно возросло число организаций, для клиентов которых препятствием по полному использованию интеллектуальных услуг стало изменение ситуации на рынке или внутри самой компании-заказчика. Доля таких компаний составила 34.3%, в то время как в предыдущие периоды она не превышала 1%. Кроме того, 33.9% производителей отметили, что в 2012 г. одну из ключевых ролей играл недостаток компетенции у заказчика.

Низкое качество, несоответствие ожиданиям или неспособность компаний-производителей учесть требования заказчика также оказывали влияние на его поведение. Наиболее заметно это было в 2010 и в 2012 гг. – почти 29% и чуть более 26% соответственно. В свою очередь, доля компаний, клиенты

которых закупали интеллектуальные услуги впрок или «на всякий случай», в 2014 г. достигла минимума – 16.9%.

Заключение

Таким образом, фактическая степень сопроизводства компаний – производителей сектора интеллектуальных услуг и их клиентов оценивается респондентами на 6 баллов из 10 возможных. Более половины компаний считают высоким не только степень вовлеченности заказчиков, но и уровень эффективности их участия в процессе создания продукта. При любой степени вовлеченности в процесс сопроизводства доля организаций с максимально возможной оценкой эффективности выше, чем с низкой или средней.

Кроме того, за рассматриваемый период в среднем более 70% компаний-производителей отмечают, что их клиенты полностью используют, применяют или внедряют приобретенные услуги. Остальные компании в качестве причин неполного применения результатов своей деятельности чаще всего называют финансовые ограничения и недостаток компетенций у заказчика. В 2014 г. значимой причиной также стали изменения в макроэкономической ситуации и на корпоративном уровне.

Над материалом работали:
Н.Ю. Чичканов и В.Ю. Белоусова