

# 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

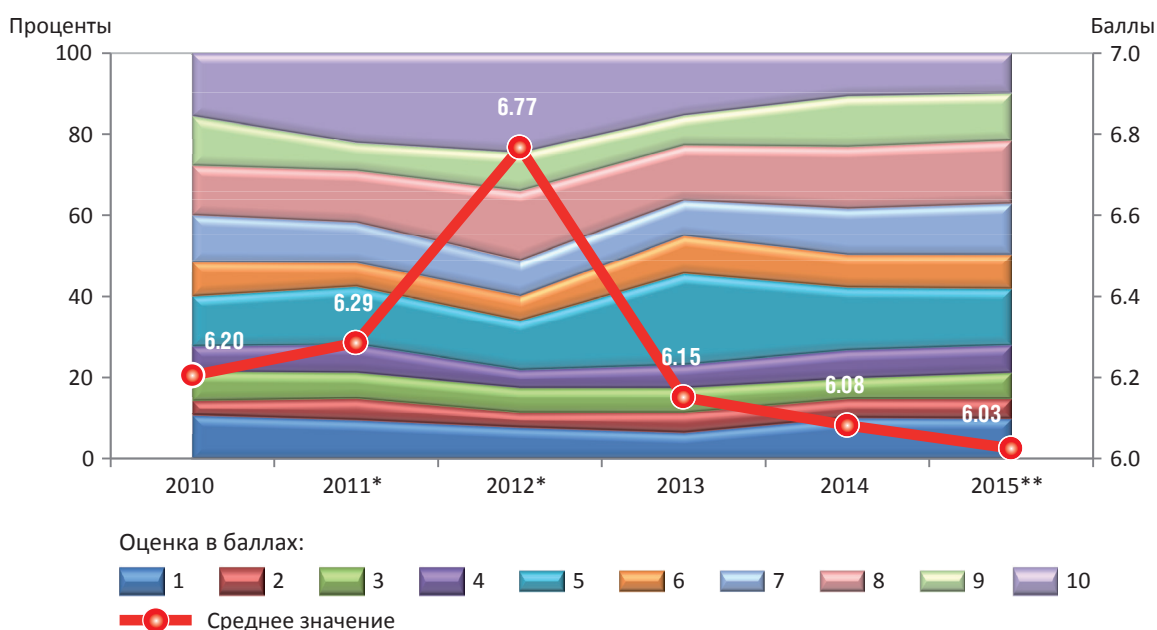
В 2015 г. была проведена восьмая волна опроса компаний – производителей сектора интеллектуальных услуг, в рамках которой особое внимание уделялось сопроизводству услуг заказчиками и поставщиками, интенсивности инновационной активности компаний-производителей, уровню стандартизации услуг, их пространственному 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 максимальными 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
<b>Всего компаний</b>	<b>551</b>	<b>553</b>	<b>487</b>	<b>518</b>	<b>546</b>

\* 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 производственных 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
<b>Всего компаний</b>	<b>563</b>	<b>552</b>	<b>495</b>	<b>575</b>	<b>586</b>

**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
<b>Всего компаний</b>	<b>159</b>	<b>138</b>	<b>143</b>	<b>130</b>	<b>178</b>

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**