

Стандартизация услуг и взаимодействие компаний-производителей интеллектуальных услуг с заказчиками

Сектор интеллектуальных услуг характеризуется высокой степенью гетерогенности, однако входящие в его состав отрасли могут быть тесно связаны между собой. В частности, такая связь проявляется в возникновении различных видов деятельности, находящихся на стыке отраслей. Например, в экономике развитых стран особое значение приобретает так называемый электронный инжиниринг. Как отмечает Бюро статистики труда США, специалисты в этой области занимаются дизайном, разработкой, тестированием производства электронного оборудования, в том числе и коммуникационных систем [Bureau of Labor Statistics, 2016].

Другим примером может служить компьютерный инжиниринг, включающий в себя деятельность по разработке аппаратных средств, программного обеспечения и коммуникационных систем. Специалисты в области электронного и компьютерного инжиниринга работают в IT-компаниях, компаниях банковского и финансового сектора [University of Toronto, 2016]. Для последних электронные и компьютерные технологии приобретают ключевое значение из-за активного использования безналичных расчетов, облачных технологий и технологий больших данных [World Economic Forum, 2015].

В настоящее время в отраслях сферы интеллектуальных услуг прослеживаются элементы «индустриализации» — массового производства некоторых интеллектуальных услуг [Майлз, 2011]. Подобные услуги, как правило, обладают определенным качеством или набором характерных качеств, которые ожидает заказчик. В то же время такие услуги характеризуются низкой степенью кастомизации. В таблице 1 представлена доля «коробочных» (стандартных) услуг в общем количестве заказов в сферах инжиниринга, информационно-коммуникационных технологий (информационные технологии, web и digital услуги) и финансов (финансовое посредничество, аудит и управленческий консалтинг)¹.

Таблица 1. Доля стандартных услуг в общем количестве заказов (компании, %)

Показатель	Инжиниринг	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг
Более 90%	32.4	23.9	18.7	23.4	47.0
81–90%	15.5	17.9	22.0	23.4	21.2
61–80%	15.5	22.4	20.3	26.6	13.7
41–60%	22.5	10.4	25.4	9.4	12.1
21–40%	5.7	9.0	6.8	3.1	3.0
10–20%	2.8	4.5	1.7	4.7	3.0
Менее 10%	2.8	3.0	3.4	1.6	0.0
Затруднились ответить	2.8	8.9	1.7	7.8	0.0
Всего компаний	71	67	59	64	66

В 2014 г. во всех рассматриваемых отраслях компании-производители отмечали высокую долю стандартных услуг в общем количестве заказов. В частности, в любой из рассматриваемых отраслей не менее 40% компаний имели портфель заказов, состоявший из стандартных услуг более чем на 4/5. Меньше всего таких организаций в сфере ИКТ: в отрасли информационных технологий их доля составляла 41.8%, web и digital услуг — 40.7%. Лидером же была отрасль аудита и управленческого консалтинга (68.2%). Большинство компаний этой отрасли имели свыше 90% стандартных услуг в общем объеме заказов (47% общего числа компаний).

¹ В экспресс-информации использованы данные 8-й волны опроса 656 компаний – производителей интеллектуальных услуг и 24 интервью с ведущими экспертами сектора.

Кроме того, рассмотренный период был кризисным для всего сектора интеллектуальных услуг. Аналогичные эффекты наблюдались в период 2008–2009 гг., когда ряд компаний выбирали такую «коробочную стратегию», переключаясь на производство стандартизированных услуг. В рамках этой стратегии компания фокусируется на одном конкретном «коробочном» товаре. Такой подход позволяет экономить на издержках за счет «возможностей для снижения зарплаты и сокращения персонала» [Дорошенко, 2010].

Для интеллектуальных услуг характерен так называемый процесс сопроизводства, или вовлечения заказчика в процесс производства [Майлз, 2011]. Такое взаимодействие производителя и потребителя оказывает очень сильный эффект на инновации, в частности может быть направлено именно на их создание. В таблице 2 в отраслевом разрезе представлена частота использования новшеств, разработанных совместно с заказчиком, в дальнейшей деятельности компаний — производителей интеллектуальных услуг.

Таблица 2. Частота использования новшеств, разработанных совместно с заказчиком, в дальнейшей деятельности (компании, %)

Частота	Инжиниринг	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг
Никогда	53.5	43.3	47.4	54.7	53.0
Очень редко	16.9	26.9	32.2	25.0	21.2
Иногда	19.7	22.4	11.9	18.7	19.7
Достаточно часто	9.9	7.4	8.5	1.6	6.1
Всего компаний	71	67	59	64	66

Среди инжиниринговых компаний, а также компаний финансовой сферы доля организаций, никогда не использовавших новшеств, разработанных совместно с клиентами, составляла более 50%. Однако если компании в сфере финансового посредничества характеризовались очень низкой долей использующих такие новшества достаточно часто (1.6%), то в других отраслях этих организаций было значительно больше. Среди аудиторов и компаний, занимающихся управленческим консалтингом, 6.1% фирм достаточно часто использовали разработанные совместно с заказчиками новшества. Инжиниринговые фирмы лидировали по данному показателю — их было почти 10%.

В сфере информационно-коммуникационных технологий доля компаний, никогда не использующих разработанные совместно с клиентами новшества, была несколько ниже, чем в других отраслях. В отрасли информационных технологий таких компаний было 43.3%, а среди оказывающих web и digital услуги — почти половина (47.4%). Тем не менее организации этих отраслей очень редко (26.9% — в сфере информационных технологий и 32.2% — в сфере web и digital услуг) использовали в своей деятельности новшества, разработанные совместно с клиентами.

Выделим 5 групп подобных совместных новшеств, использование которых возможно компаниями-производителями. Так, в рамках совместных с заказчиком проектов компания-производитель может усовершенствовать технологии работы. Кроме того, в процессе взаимодействия с заказчиком у компании-производителя иногда возникают новые схемы взаимодействия с партнерами или государственными учреждениями. Другой пример таких совместных новшеств — маркетинговые решения. Наконец, в рамках обмена опытом с заказчиком компании-производители могут освоить новые или более продвинутые методы организации работы, а также методы повышения мотивации сотрудников, клиентов или партнеров. Частота использования таких новшеств, полученных в ходе взаимодействия с заказчиками, представлена в таблице 3.

Использование технологий работы, полученных в ходе совместных с заказчиками проектов, было характерно для инжиниринга (54.5% компаний) и информационных технологий (52.6%). Такая деятельность не была свойственна компаниям финансовой сферы: в отрасли аудита и управленческого консалтинга она была характерна для 35.5% компаний, в сфере финансового посредничества — только для 13.8% организаций. В свою очередь, в этих двух отраслях финансового сектора активнее других использовали совместные с заказчиками разработки в области методов организации работы — 38.7 и 51.7% компаний в аудите и управленческом консалтинге и финансовом посредничестве соответственно.

Таблица 3. Частота использования новшеств, полученных в ходе взаимодействия с заказчиками (компании, %)

Ответы респондентов	Инжиниринг	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг
Технологии работы	54.5	52.6	41.9	13.8	35.5
Организация работы	30.3	26.3	19.4	51.7	38.7
Мотивационные приемы	27.3	13.2	25.8	31.0	22.6
Маркетинговые решения	30.3	10.5	32.3	17.2	19.4
Схемы взаимодействия	33.3	28.9	19.4	41.4	16.1
Затрудняюсь ответить	6.1	2.6	6.5	0.0	12.9
Всего компаний	33	38	31	29	31

Взаимодействие с заказчиками, направленное на развитие методов мотивации персонала и партнеров, а также на разработку совместных маркетинговых решений, не было характерно для компаний сектора информационных технологий (13.2 и 10.5% соответственно). Совместно с клиентами мотивационные приемы чаще других разрабатывали инжиниринговые компании и финансовые посредники (27.3 и 31% соответственно). Инжиниринговые организации, а также компании, оказывающие web и digital услуги, активнее предприятий других отраслей взаимодействовали с клиентами с точки зрения поиска новаторских маркетинговых решений (30.3 и 32.3%). Что касается развития схем взаимодействия с клиентами, партнерами и государственными учреждениями, то деятельность в этом направлении была наиболее популярна у компаний в области финансового посредничества (41.4%).

Таким образом, компании — производители интеллектуальных услуг в рассмотренных отраслях по состоянию на 2014 г. имели высокую долю стандартных услуг в общем числе своих заказов. Однако, разрабатывая более кастомизированные услуги совместно со своими заказчиками, около 50% всех организаций использовали полученные результаты и в дальнейшей деятельности. Инжиниринговые и IT-компании наиболее часто применяли новые или усовершенствованные технологии работы, а финансовые (посредники, аудиторы, компании в области управленческого консалтинга) — методы организации работы. Для компаний, работающих в отрасли финансового посредничества, было характерно и использование новшеств, касающихся мотивационных приемов и схем взаимодействия с партнерами, клиентами, государственными учреждениями. Наконец, совместная с клиентами деятельность по разработке маркетинговых решений была наиболее популярна в сфере web и digital услуг.



Источники:

Дорошенко М. Е. (2010) Кризисные стратегии в секторе интеллектуальных услуг // Форсайт. Т. 4. № 1. С. 64–73.

Майлз Я. Д. (2011) Сервисные инновации в XXI веке // Форсайт. Т. 5. № 2. С. 4–15.

Bureau of Labor Statistics (2016) <http://www.bls.gov/ooh/architecture-and-engineering/electrical-and-electronics-engineers.htm> (дата обращения: 08.02.2017).

University of Toronto (2016) <https://www.ece.utoronto.ca/prospective-students/what-is-ece/> (дата обращения: 08.02.2017).

World Economic Forum (2015) The future of financial services. http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_services.pdf (дата обращения: 08.02.2017).

Данные мониторинговых исследований состояния и динамики сектора интеллектуальных услуг ИСИЭЗ НИУ ВШЭ и результаты проекта «Разработка теоретических и методологических подходов к исследованию активности субъектов инновационного процесса» Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

■ Материал подготовили **Н. Ю. Чичканов, В. Ю. Белоусова**

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru). Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на автора материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.