

Развитие рынка интеллектуальных услуг в регионах

Пространственное распределение компаний-производителей — одно из наиболее востребованных направлений анализа сектора интеллектуальных услуг. С одной стороны, компании данного сектора часто концентрируются в компактные кластеры, расположенные в основном в крупных высокоразвитых городах с большим объемом рынка. С другой стороны, развитие современных технологий позволяет взаимодействовать с партнерами и заказчиками вне зависимости от их территориального расположения и географической близости.

Отношение российских производителей интеллектуальных услуг к ведению бизнеса в регионах рассмотрено на примере трех отраслей: финансовых услуг, информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и инжиниринга. Эти отрасли связаны между собой достаточно тесно [Чичканов, Белоусова, 2017]. Например, среди инжиниринговых услуг высоким спросом пользуется инженерно-техническое проектирование электронного оборудования [Гершман, 2016], сфера ИКТ создает соответствующее программное обеспечение для такого оборудования [Абдрахманова, Ковалева, 2016], а функционирование современной отрасли финансовых услуг тяжело представить без электронных технологий [Belousova, Chichkanov, 2015].

В основном компании-производители интеллектуальных услуг не считают удаленность клиентов препятствием для работы (табл. 1): для четырех из пяти выбранных сфер показатель превышает 50% (ответы «Нет» и «Скорее нет»)¹. Частота данных ответов представителей инжиниринга ниже — 45%. Кроме того, больше трети респондентов инжиниринговых и финансовых организаций, предоставляющих услуги аудита и управленческого консалтинга, считают данный фактор барьером при оказании своих услуг.

Таблица 1. Оценка компаниями-производителями роли географической удаленности как препятствия при оказании услуг (компании, %)

По Вашему мнению, является ли географическая удаленность препятствием для оказания услуг?					
Ответы	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг	Инжиниринг
Нет	44.8	50.8	42.2	40.9	28.2
Скорее нет	16.4	17.0	17.2	12.1	16.9
Иногда да, иногда нет	12.0	15.2	17.2	10.6	18.3
Скорее да	13.4	10.2	9.4	19.7	15.5
Да	4.5	3.4	10.9	13.7	18.3
Затрудняюсь ответить	8.9	3.4	3.1	3.0	2.8
Всего	67	59	64	66	71

В связи с тем, что большинство респондентов относятся к территориальной удаленности клиентов как к параметру, не затрудняющему основную деятельность компаний, многие компании не открывают филиалов в других городах². Развиваясь внутри одного города, организации сталкиваются с различными препятствиями (табл. 2). Самым значительным фактором, мешаю-

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

² Доля таких компаний достигает 58% в сфере финансового посредничества, 69% — в сфере информационных технологий, 71% — в сфере web и digital услуг, 75% — в сфере инжиниринга, 77% — в сфере аудита и управленческого консалтинга.

щим развитию компании, называют низкую осведомленность потребителей (более 18% всех компаний, кроме инжиниринга). Многие ИТ-компании и компании, оказывающие услуги финансового посредничества, считают отсутствие квалифицированных кадров еще одним препятствием (более 23%). Кроме того, недостаток спроса также негативно влияет на развитие компаний в городах, особенно в отрасли инжиниринга (почти треть всех респондентов); около пятой части респондентов отмечают, что недостаток компетенций у компаний-потребителей препятствует реализации web и digital услуг. Факторы, практически не влияющие на функционирование выбранных отраслей, — высокая конкуренция, система тендеров и низкое качество продукции (7% и менее), а также слабости законодательства и правовой грамотности (менее 2%).

Таблица 2. Факторы, препятствующие развитию сектора интеллектуальных услуг, по мнению компаний-производителей (компании, %, возможно несколько вариантов ответа)

Какие факторы препятствуют развитию сектора интеллектуальных услуг в Вашем городе?					
Ответ	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг	Инжиниринг
Отсутствие квалифицированных кадров	23.9	17.0	26.6	9.1	9.9
Низкая осведомленность потребителей	22.4	18.6	28.1	25.8	11.3
Недостаток спроса	20.9	6.8	17.2	13.6	29.6
Неготовность потребителей к сопроизводству	13.4	6.8	20.3	6.1	7.0
Отсутствие технической оснащенности для потребления услуг	10.5	5.1	12.5	3.0	9.9
Отсутствие развитой инфраструктуры для потребления услуг	10.5	6.8	6.3	4.5	11.3
Недостаток предложения	9.0	1.7	7.8	7.6	9.9
Недостаток компетенций у компаний-потребителей	9.0	18.6	9.4	6.1	12.7
Отсутствие поддержки региональных властей	7.5	15.3	9.4	9.1	11.3
Экономическая ситуация, финансы, кризис, коррумпированность	6.0	0.0	1.6	6.1	11.3
Высокая конкуренция, система тендеров, низкое качество продукции	1.5	6.8	0.0	6.1	1.4
Сдерживающая региональная политика	1.5	6.8	4.7	12.1	7.0
Слабости законодательства, правовой грамотности	0.0	1.7	0.0	1.5	0.0
Нет, нет такого	6.0	15.3	4.7	12.1	1.4
Затрудняюсь ответить	13.4	11.9	12.5	6.0	15.5

Работая с местными заказчиками, компании не ограничиваются устоявшейся сетью клиентов и заинтересованы в сотрудничестве с региональными потребителями (табл. 3). В процессе выбора города для экспансии многие организации ориентируются на наличие спроса на услуги как среди новых клиентов (более пятой части респондентов), так и среди постоянных заказчиков (от 17.9 до 27.1%). ИТ-компании отмечают также важность наличия в городах предприятий из отраслей, на которые нацелен основной спектр предоставляемых ими услуг (16.4%). Финансовые организации и компании, оказывающие web и digital услуги, заинтересованы в долгосрочных партнерских отношениях с клиентами (17.2 и 22% соответственно), поэтому пользуются устоявшимися связями с заказчиками. На географическую близость нового региона обращают внимание компании в основном из отраслей аудита и инжиниринга (16.7 и 19.7% соответственно). В самую последнюю очередь компании отмечают транспортные связи с городами (менее 7.5%), а также экономический потенциал города (менее 8.5%).

Таблица 3. Критерии выбора компаниями-производителями городов для сотрудничества (компании, %, возможно несколько ответов)

По каким критериям Вы выбираете город для сотрудничества?					
Ответ	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг	Инжиниринг
В этих городах есть значительный спрос на наши услуги со стороны разных отраслей	22.4	27.1	20.3	24.2	25.4
Идем за нашими заказчиками	17.9	27.1	20.3	24.2	25.4
Там расположены интересные нас компании из отрасли, на которой мы специализируемся	16.4	8.5	15.6	9.1	9.9
Там расположены филиалы имеющегося потребителя	14.9	15.3	14.0	10.6	8.5
Исторически сложилось, уже есть прочные наработанные связи	13.4	22.0	17.2	15.2	9.9
Развитость сектора в этом городе	13.4	11.9	14.1	10.6	9.9
Эти города географически близки	10.5	11.9	12.5	16.7	19.7
С этими городами удобные транспортные связи	7.5	1.7	4.7	6.1	2.8
Это самые богатые города страны	7.0	8.5	4.7	4.6	5.6
Другое	7.5	6.8	12.5	4.6	4.2

Решение о продолжении сотрудничества с ранее выбранными регионами должно иметь финансовое обоснование (табл. 4). Более трети аудиторских компаний оценивают долю региональных заказчиков в общей выручке в 5% или менее. В других отраслях к такому объему сотрудничества склонны в среднем около 15% респондентов, исключая представителей инжиниринга. Более 15% инжиниринговых организаций отметили высокую долю оборота (30%) от клиентов из других городов. Заказчики из регионов приносят 20% всей выручки каждой шестой компании, оказывающей web и digital услуги. Однако при этом не менее пятой части компаний, оказывающих интеллектуальные услуги в выбранных отраслях, не работают с клиентами из других регионов.

Таблица 4. Оценка компаниями-производителями доли оборота (выручки) от заказчиков из других регионов (городов РФ и зарубежных стран, включая СНГ) (компании, %)

Оцените, какая часть оборота (выручки) Вашей компании пришлось на долю заказчиков из других регионов (городов РФ и зарубежных стран, включая СНГ)					
Ответ	Информационные технологии	Web и Digital услуги	Финансовое посредничество	Аудит и управленческий консалтинг	Инжиниринг
Нет работы с другими городами/регионами	31.3	18.6	37.5	27.3	25.4
5% или менее	14.9	17.0	12.5	33.4	7.1
10%	14.9	5.1	7.8	6.1	11.3
20%	6.0	15.2	18.8	10.6	5.6
30%	6.0	8.5	1.6	9.1	15.5
40%	3.0	3.4	3.1	3.0	5.6
50%	7.4	6.8	1.6	0.0	4.2
60%	3.0	6.8	6.2	3.0	2.8
70%	3.0	0.0	3.1	1.5	4.2
80%	4.5	1.7	4.7	0.0	0.0
90%	1.5	1.7	0.0	1.5	1.4
95%	0.0	0.0	0.0	1.5	1.4
Затрудняюсь ответить	4.5	15.2	3.1	3.0	15.5
Всего	67	59	64	66	71

Таким образом, компании, предоставляющие интеллектуальные услуги в сферах ИКТ, инжиниринга и финансов, в основном не считают географическую удаленность заказчиков препятствием для ведения бизнеса. Около двух третей не имеют филиалов и представителей в других регионах. Они развиваются внутри одного региона, сталкиваясь с такими препятствиями, как низкая осведомленность потребителей об интеллектуальных услугах, недостаток компетенций у кадров и потребителей, неготовность к сопроизводству и др. Чтобы компания начала предоставлять услуги в определенном городе, необходимы благоприятные условия со стороны будущих клиентов: значительный спрос, развитость сектора или наличие филиалов постоянного потребителя. Организации, предоставляющие финансовые, web и digital услуги, при этом особенно заинтересованы в укреплении сложившихся партнерств и наработанных связей, поэтому могут повторять экспансию своих постоянных клиентов. Наконец, по мнению большинства представителей компаний, на долю заказчиков из других регионов приходится не более 5–10% всей выручки. При этом более 15% представителей инжиниринговых компаний отмечают, что получают около 30% оборота от заказчиков из регионов.



Источники:

Абдрахманова Г.И., Ковалева Г.Г. (2016) Развитие отрасли информационных технологий // Экспресс-информация «Наука, технологии, инновации». М.: НИУ ВШЭ. https://issek.hse.ru/data/2016/11/09/1109672708/NTI_N_27_09112016.pdf (дата обращения: 02.03.2017).

Гершман М.А. (2016) Индикаторы рынка инжиниринговых услуг в России // Экспресс-информация «Наука, технологии, инновации». М.: НИУ ВШЭ. https://issek.hse.ru/data/2016/07/21/1119146365/NTI_N_8_19072016.pdf (дата обращения: 08.02.2017).

Чичканов Н.Ю., Белоусова В.Ю. (2017) Стандартизация услуг и взаимодействие компаний-производителей интеллектуальных услуг с заказчиками // Экспресс-информация «Наука, технологии, инновации». М.: НИУ ВШЭ. https://issek.hse.ru/data/2017/04/14/1168191688/NTI_N_48_14042017.pdf (дата обращения: 27.04.2017).

Belousova V., Chichkanov N. (2015) Mobile Banking in Russia: User Intention towards Adoption // Foresight and STI Governance. Vol. 9. № 3. P. 26–39.

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, Д. А. Яковлева**

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.