Котомина О.В.

Старший преподаватель кафедры общего менеджмента

НИУ ВШЭ – Пермь

Г. Пермь, Россия

**Развитие сектора интеллектуальных услуг в России: проблемы и препятствия**

Аннотация. Сектор интеллектуальных услуг является специфической сферой новой экономики, которая благодаря генерированию и распространению опыта и знаний способствует более динамичному и инновационному развитию. Однако, как и в других сферах экономики на пути развития сектора интеллектуальных услуг стоят различные препятствия и ограничения. Их понимание и своевременное выявление будет способствовать разработке инструментов и способов устранения и преодоления барьеров, что приведет как к дальнейшему развитию сектора, так и получению положительных внешних эффектов, генерируемых им.

Работа посвящена анализу факторов, препятствующих развитию сектора интеллектуальных услуг в России.

Ключевые слова: Сектор интеллектуальных услуг, интеллектуальные услуги, препятствия развитию

Важность знаний и инноваций в современной экономике подтверждается растущим интересом ученых и исследователей к изучению интеллектуальных услуг. Однако по сравнению с производственным сектором, интеллектуальные услуги остаются менее изученными. На сегодняшний день в данной предметной области не сложилось общепринятого определения интеллектуальных услуг, но большинство исследователей сходятся во мнении, что они обладают следующими принципиальными характеристиками: основаны на профессиональных знаниях; отличаются исключительно высоким уровнем добавленной стоимости; требуют активного участия потребителей в процессе производства (со-производстве); существенно повышают конкурентоспособность заказчиков.

Сектор интеллектуальных деловых услуг является неотъемлемой составляющей экономики знаний. Он предлагает специализированную информацию и знания не частным клиентам, а другим секторам экономики, в т.ч. и государственным предприятиям и общественному сектору. При этом к сектору интеллектуальных услуг не относятся услуги компаниям, для реализации которых не требуются профессиональные знания, такие как, например, клининг или охрана. Компании сектора знаниеемких услуг сочетают фундаментальную, научную и технологическую информацию, опыт и знания, полученные компанией в процессе оказания услуг клиентам, а также, так называемые, интуитивные знания клиента (например, история развития и накопленный опыт, неформальные правила в компании и пр.). Объединение различных типов знаний и информации обеспечивает возможность найти оптимальное решение специфичной проблемы клиента. [1]

Следовательно, становится понятным, что высокий уровень добавленной стоимости объясняется крайне высоким уровнем профессионализма и опытом работников, оказывающих интеллектуальную услугу клиенту. В целом, отмечается, что компании сектора интеллектуальных услуг, как правило, характеризуются более высокой долей работников с высшим образованием. [2]

Важнейшей характеристикой интеллектуальных услуг является сопроизводство т.е. совместное участие в реализации услуги и производителя, и заказчика. Роль заказчика в процессе оказания услуги многогранна, поскольку сами клиенты обладают значительным объемом знаний, необходимых для эффективного оказания услуги. Сюда относятся кодифицированные знания, такие как технологический процесс, порядок формальных коммуникаций, а также подразумеваемые, интуитивные знания, например, почему процессы выстроены в компании определенным образом, кто является ключевыми игроками в данной организации и пр. Клиент также является носителем важнейшей информации о цели проекта, значимости его для компании. Для компании – производителя интеллектуальной услуги крайне важно осознавать возможные пути усиления взаимопонимания, мотивации и способности клиента разделить информацию, внести вклад в управление совместным проектом. Эффективное сопроизводство увеличивает вероятность успеха проекта и удовлетворенности клиента результатом, а соответственно, становится конкурентным преимуществом компании KIBS. [3]

Сектор интеллектуальных услуг является специфической сферой новой экономики, которая благодаря генерированию и распространению опыта и знаний способствует более динамичному и инновационному развитию. Взаимодействие с компаниями, оказывающими бизнес услуги, открывает фирмам новые возможности повышения производительности, улучшения качества товаров или услуг, снижения издержек, что способствует усилению позиций компании во взаимоотношениях с другими участниками рынка. Функционирование региональной системы предполагает комплексность, взаимосвязь различных сфер и отраслей, их взаимное влияние. Эффективно действующие компании, ориентированные на инновационное развитие, оказывают прямое влияние на конкурентоспособность региона в целом. Однако, остается открытым вопрос насколько компании региона готовы к использованию передовых технологий, сопроизводству, насколько персонал готов к использованию и развитию новых знаний и передового опыта и т.д. Поэтому очевидные преимущества развития сектора интеллектуальных услуг должны быть тесно увязаны с региональными особенностями и возможностями.

Изучение факторов, препятствующих развитию сектора интеллектуальных бизнес-услуг в России, является одной из основных задач проведения ежегодного мониторинга сектора интеллектуальных услуг. Данный мониторинг проводится Институтом статистических исследований и экономики знаний национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» совместно с исследовательской компанией Ромир с 2007 года. Ежегодно мониторинг сектора интеллектуальных услуг в России включает 2 основных этапа:

Качественный - экспертные интервью, которые проводятся для выявления основных тенденций и направлений развития сектора интеллектуальных услуг в России, а также уточнения вопросов анкеты для количественного опроса;

Количественный - массовые опросы производителей 10 видов интеллектуальных услуг из 12 регионов России - Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Самара, Томск, Челябинск.

В 2013 году в массовом опросе производителей интеллектуальных услуг приняли участие 623 производителя интеллектуальных услуг. В качестве респондентов выступали собственники или менеджеры компании высшего уровня - генеральные директора, руководители департаментов, отделов, подразделений, которые компетентно могли ответить на вопросы о деятельности компании в рассматриваемой предметной области.

Таблица 1

 **Географические квоты и квоты по сфере деятельности в 2013 г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Услуги рекламы  | Маркетинговые услуги  | Аудиторские услуги  | IT-консалтинг  | Услуги по подбору персонала  | Инжиниринговые услуги | Услуги финансового посредничества  | Юридические услуги  | Услуги в области операций с недвижимостью  | Дизайнерские услуги  | ВСЕГО |
| Москва | 22 | 21 | 19 | 22 | 21 | 14 | 21 | 21 | 13 | 21 | 195 |
| Санкт-Петербург | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 7 | 6 | 7 | 6 | 61 |
| Казань | 6 | 1 | 3 | 6 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| Красноярск | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| Воронеж | 5 | 7 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8 | 34 |
| Нижний Новгород | 4 | 8 | 2 | 7 | 3 | 16 | 5 | 3 | 3 | 1 | 52 |
| Новосибирск | 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| Омск | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| Самара | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 34 |
| Екатеринбург | 7 | 2 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 6 | 2 | 36 |
| Томск | 6 | 2 | 5 | 3 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 2 | 35 |
| Челябинск | 7 | 1 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 6 | 3 | 38 |
| ВСЕГО | 82 | 62 | 57 | 67 | 55 | 68 | 55 | 60 | 54 | 63 | 623 |

Респондентам был предложен список из 10 возможных проблемных аспектов, сдерживающих развитие сектора интеллектуальных услуг. Среди них:

1. Недостаток спроса – предполагает ситуацию, когда на территории действуют компании специализирующиеся на оказании профессиональных интеллектуальных услуг, но потенциальный потребитель не готов платить за услугу и либо предпочитает реализовать ее самостоятельно, либо вообще не считает нужным ее приобретение.
2. Недостаток предложения – предполагает ситуацию, когда потенциальный потребитель готов купить интеллектуальную услугу высокого качества, но не может найти компанию-производителя, опыту и знаниям которой он мог бы доверить реализацию этой услуги.
3. Низкая осведомленность потребителей – предполагает ситуацию, когда потребитель не использует интеллектуальные услуги только по причине незнания о существующих возможностях, видах услуг, компаниях, которые могут оказать услуги и т.д.
4. Отсутствие квалифицированных кадров в регионе в целом представляет проблему, как со стороны спроса, так и со стороны предложения.
5. Неготовность потребителей к сопроизводству – предполагает ситуацию, когда заказчик функционирует по принципу «заказчик ставит задачу и платит, исполнитель реализует услугу», изменение привычной схемы взаимодействия проблематично.
6. Сдерживающая региональная политика – выражается в величине налоговых ставок, введении системы штрафов, протекции и поддержании других секторов экономики.
7. Отсутствие поддержки региональных властей – например, налоговых льгот по региональным налогам.
8. Отсутствие технической оснащенности для потребления услуг.
9. Недостаток компетенций у компаний-потребителей – представляет собой ситуацию, когда результаты реализованной интеллектуальной услуги не могут быть применены, использованы из-за несоответствующей квалификации работников.
10. Отсутствие развитой инфраструктуры для потребления услуг – данный фактор включает в себя рыночную, транспортную, инженерную, информационную и другие разновидности инфраструктур.

Каждый респондент отмечал наиболее значимые препятствия развития сектора, и при этом мог предложить свой вариант ответа.

Для анализа пространственных аспектов рассматриваемого вопроса все производители были разделены на 2 группы: первая группа - 256 компании из двух столичных регионов – Москва и Санкт-Петербург, вторая группа - 367 компаний из 10 регионов Российской Федерации.

Рис.1. Препятствия развитию сектора интеллектуальных услуг в пространственном разрезе

Очевидно, что региональные факторы более значимыми оказываются для региональных потребителей. Самой существенной проблемой и столичными и региональными производителями признается низкая осведомленность потребителей. Важно, что столичные производители в значительной степени уделили внимание проблеме отсутствия инфраструктуры. Возможно, это связано с тем, что в столичных регионах инфраструктура более развита, при этом столичные производители более активно продают услуги за пределы региона своего присутствия и чаще сталкиваются с проблемами такого характера.

Все 10 представленных факторов можно содержательно разбить на 3 группы. Первую можно условно назвать «Рынок», в нее войдут факторы, которые связаны с самим сектором интеллектуальных услуг – отсутствие спроса и предложения, а также низкая осведомленность потребителей. В качестве варианта ответа, дополнительно предложенного респондентами, выступал такой фактор как высокая конкуренция. Его назвали 4 производителя интеллектуальных услуг. Этот вариант ответа будет также учитываться в группе препятствий «Рынок».

Вторую группу препятствий условно назовем «Регион». В данную группу будут отнесены препятствия, связанные со спецификой региональных условий – отсутствие квалифицированных кадров, сдерживающая региональная политика, отсутствие поддержки региональных властей, отсутствие развитой инфраструктуры для потребления услуг. Третья группа объединит такие факторы, как неготовность потребителей к сопроизводству, отсутствие технической оснащенности для потребления услуг, недостаток компетенций у компаний-потребителей под условным названием «Потребление».

Сектор интеллектуальных услуг включает в себя разнообразные услуги. Однако, анализ литературы, посвященной изучению развития и функционирования сектора, показывает, что важным фактором, оказывающим существенное влияние, является вид самой услуги. То есть при рассмотрении вопросов развития сектора, разные услуги будут по-разному реагировать на различные возможности, или изменения. Следовательно, целесообразно рассмотреть вопрос препятствий развитию сектора с точки зрения видов оказываемых интеллектуальных услуг.

Одной из наиболее распространенных классификаций интеллектуальных услуг является классификация профессора Й. Майлза. Он предложить разделить все многообразие интеллектуальных услуг на 2 категории. Первая включают в себя традиционные профессиональные услуги (P-KIBS) основанные на социальных и институциональных знаниях, такие как консультации по управлению, рыночные исследования, реклама, бухгалтерский учет и т.д. Вторая категория включает услуги, в основном связанные с информационными и коммуникационными технологиями (T-KIBS), например, консалтинг в области исследований и разработок, дизайн, архитектурные и инжиниринговые услуги и т.д. [4] Согласно нашему исследованию к первой категории будут отнесены маркетинговые, рекламные, аудиторские услуги, услуги кадрового консалтинга, юридические, риэлторские услуги, а также услуги финансового посредничества. Ко второй категории будут отнесены IT-услуги, инжиниринговые и дизайнерские услуги.

Распределение ответов респондентов по выделенным группам препятствий в зависимости от категории оказываемой услуги представленона рисунке 2.

Рис.2. Препятствия развитию сектора интеллектуальных услуг в разрезе видов услуг

Диаграмма показывает, что препятствия, связанные с рынком являются преобладающими, как для профессиональных, так и для технических интеллектуальных услуг, хотя производители профессиональных услуг значительно чаще отмечали данные факторы в качестве сдерживающих развитие сектора интеллектуальных услуг. Значимость региональных препятствий относительно равна для обеих рассматриваемых категорий услуг. В свою очередь ограничения, связанные с недостатком опыта и возможностей потребления оказались более значимыми для технических видов интеллектуальных услуг. Действительно, для внедрения услуг данной категории квалификация работников, и определенный уровень технического развития компании-заказчика являются решающими.

Таким образом, в данной работе были проанализированы различные препятствия развитию сектора интеллектуальных услуг в пространственном разрезе, а также в разрезе видов интеллектуальных услуг. Как первое, так и второе распределение показывает приоритетную значимость рыночных факторов. Преодоление этих препятствий, в первую очередь повышение осведомленности потребителей, положительно скажется на развитии сектора интеллектуальных услуг в России.

**Список литературы**

1. den Hertog, P. (2002) Co-producers of innovation: on the role of knowledge-intensive business services in innovation. In J. Gadrey and F. Gallouj (eds.), Productivity, Innovation and Knowledge in Services. New Economic and Socio-Economic Approaches, Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar, pp.223–55.
2. Aslesen H, Isaksen A. Knowledge intensive business services and urban industrial development. Studies in Innovation, Research and Education. \\ University College and NIFU STEP, Norway. \\ The Service Industries Journal, Vol.27, No.3, April 2007
3. Bettencourt L. A., Ostrom A. L., Brown S.W., Roundtree R. I. Client Co-Production  in Knowledge-Intensive Business Services California Management Review. Summer 2002, Vol. 44 Issue 4, p100-128.
4. Miles, I., Kastrinos, N., Flanagan, K., Bilderbeek, R., den Hertog, P., Huntink, W., Bouman, M. Knowledge-Intensive Business Services: Their Roles as Users, Carriers and Sources of Innovation. PREST, Manchester, 1994