NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY

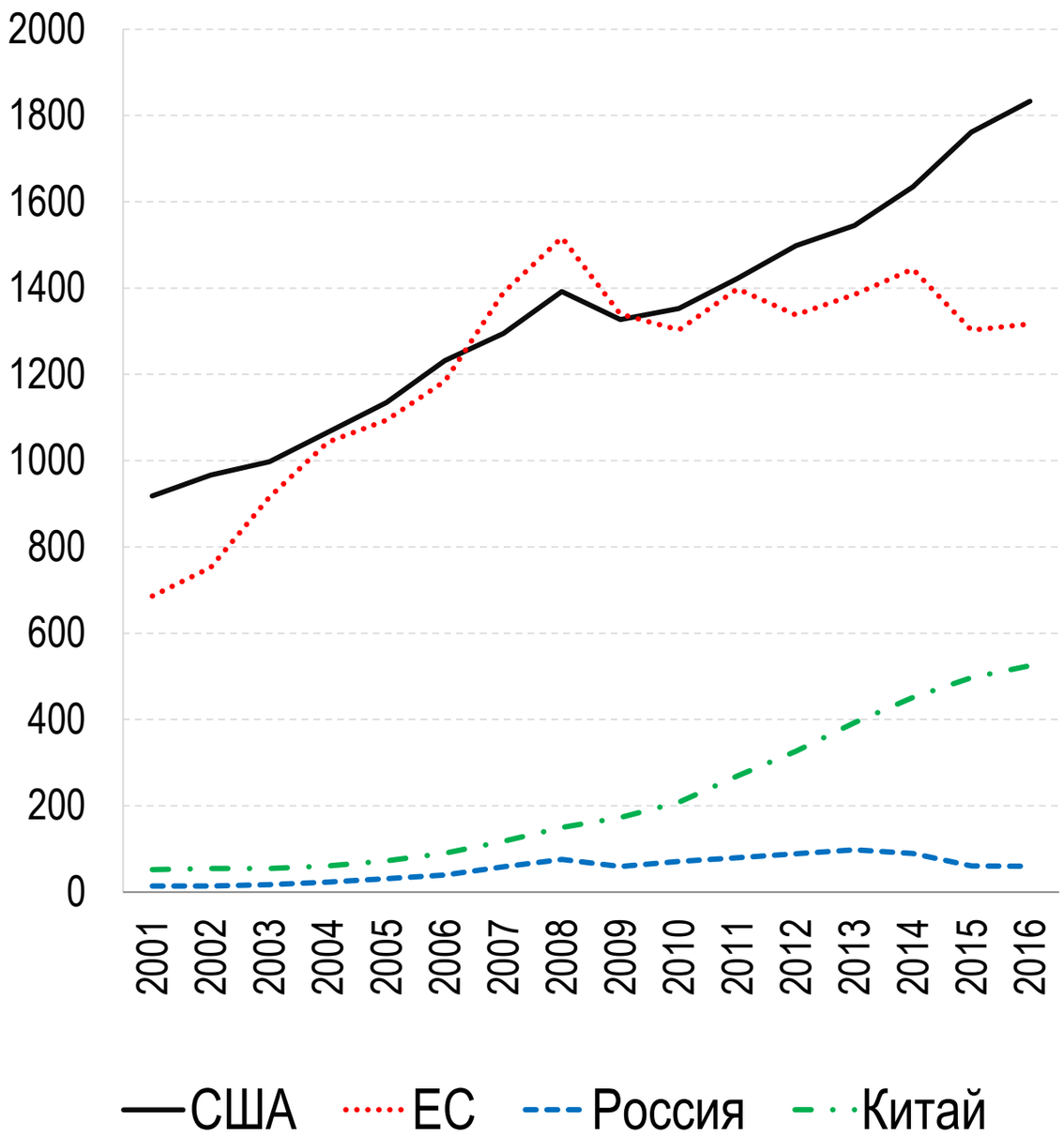
ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ КОМПАНИЙ СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Николай Чичканов, Йен Майлс, Вероника Белоусова

Москва, 2018

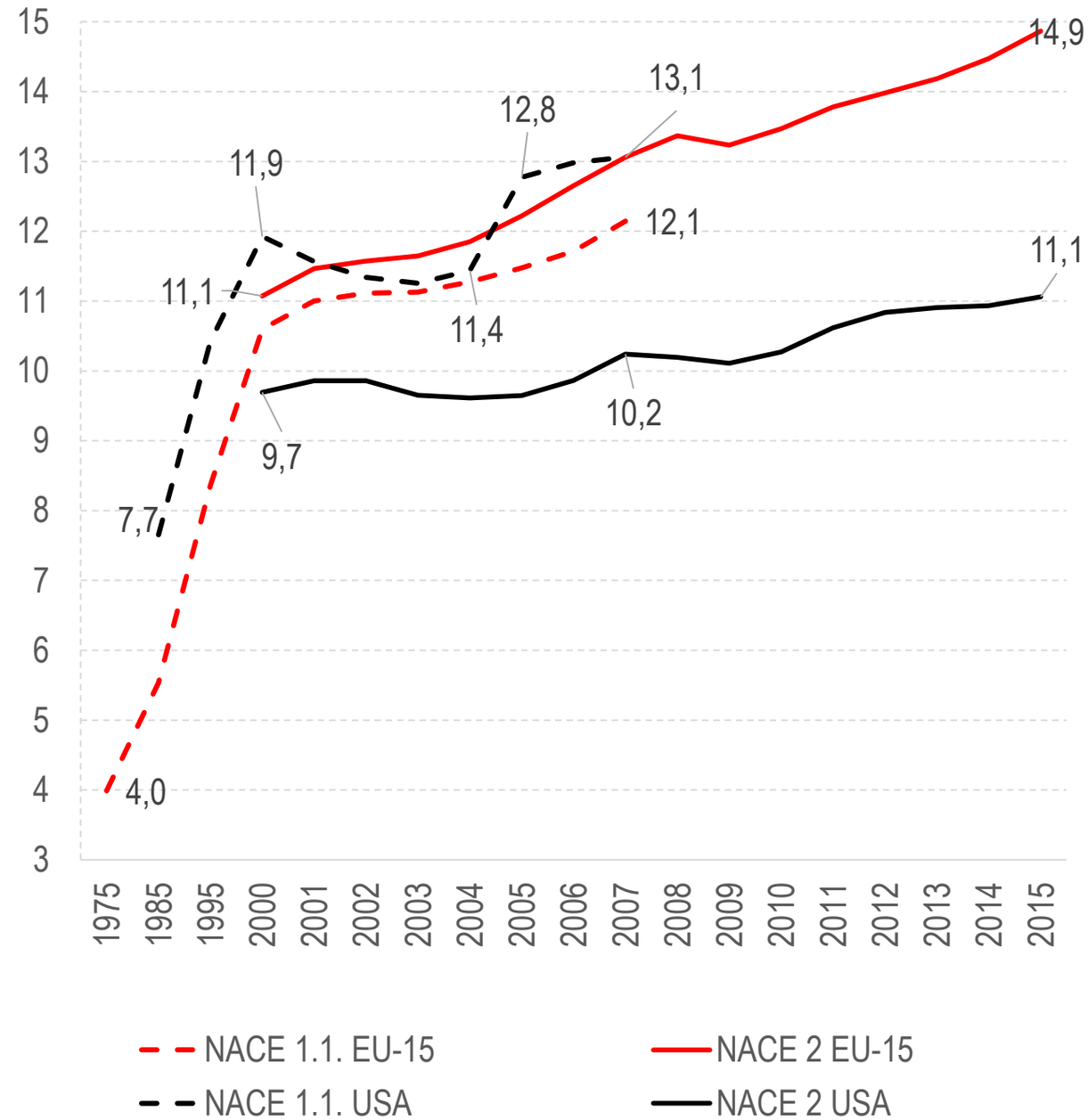
АКТУАЛЬНОСТЬ

Добавленная стоимость (млрд. $)



Источник: построено авторами на основе данных National Science Board (2018)

Доля занятых в секторе интеллектуальных услуг (%)



Источник: Miles et al, 2018

СПЕЦИФИКА СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

Определение

- ✓ Нематериальный характер выпуска
- ✓ Компании частного сектора в сфере B2B услуг
- ✓ «Знаниеемкая» деятельность

Источники: Miles et al., 1995; Miles et al., 2018

Особенности

- ✓ Услуги как источник знаний / ресурс для создания знаний
- ✓ Производный характер услуг
- ✓ Интеллектуальный капитал – основной фактор производства

Источники: Muller & Doloreux, 2008; Дорошенко и др., 2010; Figueiredo et al., 2015

Типология

- ✓ Профессиональные услуги (P-KIBS)
- ✓ Технологические услуги (T-KIBS)
- ✓ Творческие услуги (C-KIBS)

Источники: Miles et al., 1995; Miles, 2005; Landry et al., 2012; Marasco et al., 2013

РОЛЬ СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

В экономике

✓Направление аутсорсинга непрофильной деятельности
(*Demartini & Paolini, 2011;* Zhou et al., 2015*)*

✓ Создание рабочих мест для высококвалифицированных специалистов (*Zieba & Zieba, 2014; Domenech et al., 2016)*

✓ «Агрегатор» знаний и практик
(Muller & Zenker, 2001)

✓Обеспечение информационных потоков (Smedlund & Toivonen, 2007)

✓ Поддержка экономического роста
(Huang & Ji, 2013; Desmarchelier et al., 2016)

В инновационном процессе

Посредники

✓ Содействие формированию сетевых взаимодействий (Yam et al., 2011; *Lau & Lo, 2015)*

Источники инноваций

✓ Ресурс для компаний других секторов (*D'Antone & Santos, 2016; Doloreux & Shearmur, 2013; Zhou et al., 2015)*

Инноваторы

✓ Инновационная деятельность
(Gotsch et al., 2011; Behrens et al., 2017)

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Драйверы

- ✓ Расходы на исследования и разработки (*Musolesi & Huiban, 2010; Scarso, Rodriguez et al., 2016)*
- ✓ Инвестиции в человеческий капитал (*He & Wong, 2009; D'Este et al., 2014)*
- ✓ Расходы на маркетинг (*Rodriguez & Camacho, 2010; Rodriguez et al., 2016)*
- ✓ Покупка оборудования (*Teixeira & Bezerra, 2016)*
- ✓ Стандартизация (*Campagnolo & Cabigiosu, 2015)*

Барьеры

- ✓Стоимостные (финансовые) (*Iammarino et al., 2009; Wziatec-Kubiak et al., 2011; Santiago et al., 2017)*
- ✓ Информационные (*Segarra-Blasco et al., 2008; Kuhl & da Cunha, 2013; Holzl & Janger, 2014)*
- ✓ Рыночные (*D'Este et al., 2014; Amara et al., 2016)*
- ✓ Институциональные (*Morrar & Abdelhadi, 2016; Pellegrino & Savona, 2017)*

Общий источник: Oslo Manual, 2005

ГИПОТЕЗЫ

- Расходы на подбор и обучение персонала оказывают положительное влияние на инновационную активность компаний сектора интеллектуальных услуг (Corrocher et al., 2009; Asikainen et al., 2015)
- Стандартизация оказывает нелинейный эффект на инновационную активность компаний сектора интеллектуальных услуг (Campagnolo & Cabigiosu, 2015)
- Финансовые барьеры оказывают отрицательное влияние на инновационную активность компаний сектора интеллектуальных услуг (Coad et al., 2016; Santiago et al., 2017; Pellegrino & Savona, 2017)

ДАННЫЕ

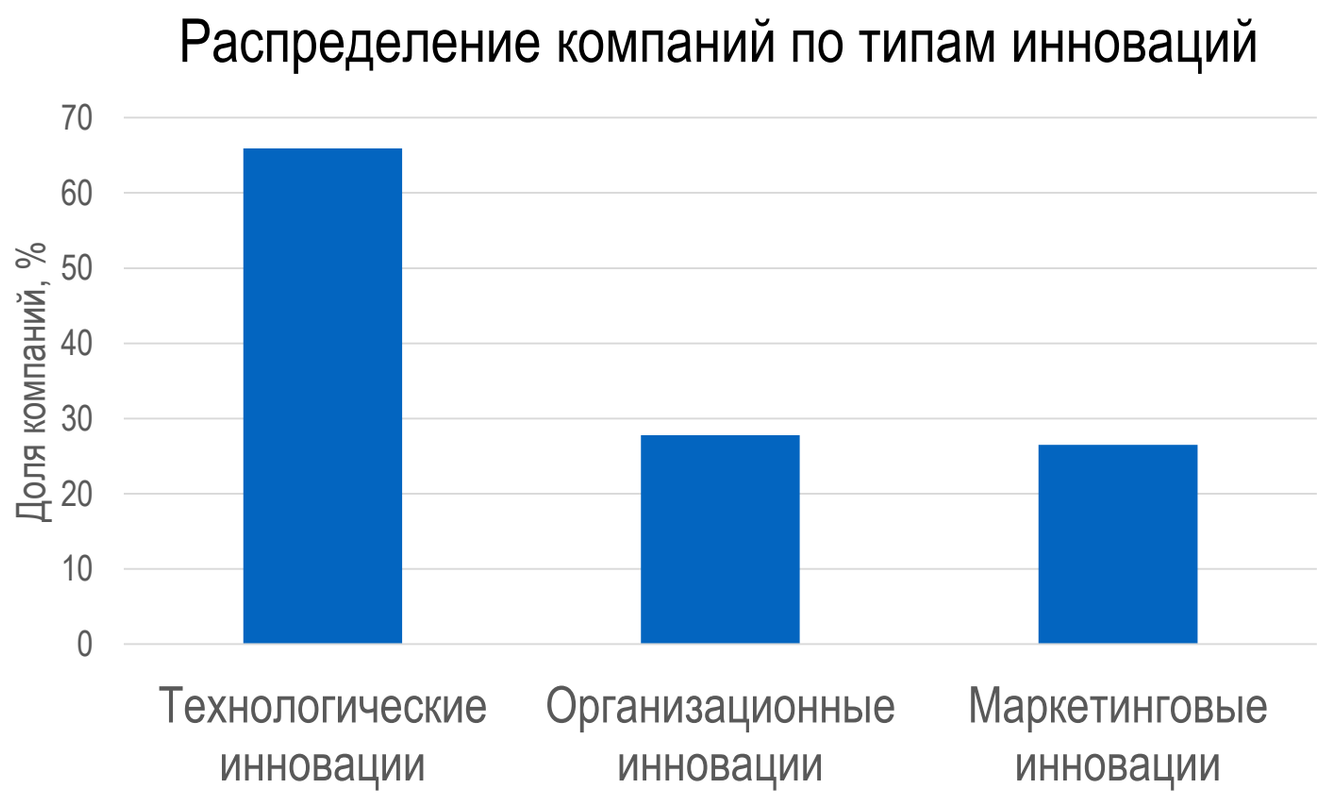
Источник данных: «Мониторинг состояния и динамики сектора интеллектуальных услуг в России» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2015 г.)

Выборка: 656 компаний, после очистки данных 449 компаний

Отрасли: реклама, информационно-коммуникационный консалтинг, аудит, информационные технологии, кадровый консалтинг, инжиниринг, финансовое посредничество, юридические услуги, девелопмент и риэлтерские услуги, web и digital услуги

География респондентов: Москва, Санкт-Петербург, Тюмень, Краснодар, Екатеринбург, Казань, Уфа, Красноярск, Самара, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Пермь, Челябинск, Новосибирск

72% компаний внедрили
хотя бы один из типов инноваций



МЕТОДОЛОГИЯ

$$\ln(\text{Инновации}) = \beta_0 + \beta_1(\text{Драйверы}) + \beta_2(\text{Барьеры}) + \beta_3(\text{Контроль}) + \varepsilon$$

Драйверы

- ✓ Расходы на подбор и обучение персонала
- ✓ Стандартизация и стандартизация[2]
- ✓ Расходы на рекламу
- ✓ Наличие формализованной стратегии
- ✓ Наличие межрегиональной сети филиалов

Барьеры

- ✓ Финансовые: снижение выручки
- ✓ Информационные: недостаток квалифицированного персонала
- ✓ Рыночные: недостаток / неопределенность спроса
- ✓ Институциональные: недостаток государственной поддержки / сдерживающая региональная политика
- ✓ Неготовность потребителей к сопроизводству

Контрольные переменные

- ✓ Размер компаний
- ✓ Возраст компании
- ✓ Регион
- ✓ Отрасль

РЕЗУЛЬТАТЫ

	Инновации	Технологические инновации	Маркетинговые инновации	Организационные инновации
Драйверы				
Расходы на персонал	**0.012*** (0.004)**	**0.015*** (0.004)**	-0.003 (0.004)	0.005 (0.004)
Стандартизация	0.087 (0.068)	**0.145** (0.067)**	**0.122* (0.074)**	-0.084 (0.078)
Стандартизация^2	-0.013* (0.007)	**-0.021*** (0.007)**	**-0.016** (0.008)**	0.008 (0.008)
Филиалы	0.236*** (0.056)	0.238*** (0.053)	0.102** (0.047)	0.129*** (0.048)
Стратегия	0.004 (0.039)	0.046 (0.040)	0.029 (0.039)	0.015 (0.042)
Реклама	0.010*** (0.004)	0.011*** (0.004)	0.009*** (0.003)	0.002 (0.003)
Барьеры				
Финансовые барьеры	-0.048 (0.040)	-0.057 (0.041)	**-0.092** (0.044)**	0.013 (0.044)
Рыночные барьеры	0.055 (0.040)	0.028 (0.041)	**0.136*** (0.041)**	**0.075* (0.043)**
Информационные барьеры	0.059 (0.054)	-0.005 (0.055)	**0.139*** (0.050)**	**0.137*** (0.052)**
Институциональные барьеры	0.069 (0.046)	0.014(0.046)	0.026 (0.046)	0.052 (0.047)
Клиенты	0.114** (0.047)	0.094** (0.046)	0.043 (0.043)	0.114*** (0.043)
Контрольные переменные				
T-KIBS	**0.11** (0.055)**	**0.164*** (0.056)**	**-0.131** (0.059)**	**-0.129** (0.058)**
C-KIBS	0.084* (0.044)	0.094** (0.044)	0.036 (0.044)	-0.071 (0.048)
Кол-во компаний в регионе (ln)	0.006 (0.015)	-0.006 (0.015)	-0.045*** (0.016)	0.028* (0.017)
Размер компании	-0.004 (0.013)	-0.013 (0.013)	-0.002 (0.013)	0.022* (0.013)
Возраст компании (ln)	0.010 (0.032)	-0.006 (0.033)	0.002 (0.033)	-0.028 (0.036)
Nagelkerke R^2	.307	.354	.219	.142
Hosmer-Lemeshow statistic significance	.169	.163	.768	.923
Доля верных предсказаний	77.5	76.8	77.7	73.5

ВЫВОДЫ

✓ Расходы на подбор и обучение персонала оказывают значимое влияние на внедрение технологических инноваций компаниями сектора интеллектуальных услуг (*Teixeira & Bezerra, 2016)*

✓ Внедрение технологических и маркетинговых инноваций нелинейным образом зависит от уровня стандартизации интеллектуальных услуг (Campagnolo & Cabigiosu, 2015)

✓ Финансовые барьеры снижают активность компаний только в области маркетинговых инноваций (Alvarez & Crespi, 2015)

✓Для маркетинговых и организационных инноваций наблюдается «обратный эффект» влияния рыночных и информационных барьеров
Аналогичный результат: Пакистан *(Morrar & Abdlehadi, 2016)*

NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Спасибо за внимание!

www.hse.ru

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20