

competitiveness of enterprises, in accordance with which it is presented as a major ingredient of the overall management of the enterprise, aimed at obtaining a competitive advantage due to the formation of mutually beneficial relationships among manufacturers, consumers and other parties exchange. A relationship marketing management competitiveness of the enterprises with the performance of the functions of management: analysis, planning, organization, motivation and control of the company.

Presented concept of competitiveness of enterprise marketing management, aimed at promoting enterprise adaptation to the changing environment and a long-term competitive advantage in challenging conditions of today's economy.

**competitiveness, marketing, marketing management, marketing management competitiveness of enterprises**

Одержано 23.03.13

УДК 338.339.1

**О.В. Сторожук, доц., канд. екон. наук**

*Кіровоградський національний технічний університет*

## Стан, проблеми та перспективи формування ринку інтелектуальних послуг

В статті проаналізовано сучасний стан, проблеми та перспективи формування ринку інтелектуальних послуг в Україні. Розглянуто практичні аспекти формування регіонального ринку інтелектуальних послуг на прикладі Кіровоградської області. Обґрунтовано пропозиції щодо активізації формування ринку інтелектуальних послуг в Україні.

**інтелектуальні послуги, ринок, проблеми, перспективи**

**О.В. Сторожук**

*Кіровоградский национальный технический университет*

**Состояние, проблемы и перспективы формирования рынка интеллектуальных услуг**

В статье проанализировано современное состояние, проблемы и перспективы формирования рынка интеллектуальных услуг в Украине. Рассмотрены практические аспекты формирования регионального рынка интеллектуальных услуг на примере Кировоградской области. Обоснованы предложения относительно активизации формирования рынка интеллектуальных услуг в Украине.

**интеллектуальные услуги, рынок, проблемы, перспективы**

**Постановка проблеми.** Новий тип економіки, «економіки знань», в якій генерування, накопичення та ефективного використання нових ідей, знань, інформації перетворюються на найцінніший ресурс суспільства, характеризується стрімким розвитком ринку інтелектуальних послуг (ІП). Висока актуальність і ступінь впливу послуг цього типу на майбутній розвиток економіки вимагає підвищеної уваги з боку держави до проблем формування, розвитку та ефективного управління сектором ІП.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню окремих видів інтелектуальних послуг присвячені роботи В. Верби [1], В. Куценко [8], О. Марченко [6]. Водночас питання вивчення особливостей формування і розвитку ринку ІП в

Україні, у тому числі на регіональному рівні, дослідження напрямів активізації розвитку сфери надання інтелектуальних послуг залишаються не розв'язаними. *Актуальність* і недостатня вивченість цієї проблеми визначили вибір теми даної статті. *Метою* статті є дослідження стану, виявлення проблем та окреслення перспектив формування і розвитку ринку інтелектуальних послуг в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Загальносвітові тенденції розвитку постіндустріального суспільства, формування п'ятого технологічного укладу на платформі комп'ютерних технологій, телекомунікацій, інформаційних послуг визначають становлення глобальної економічної системи та необхідність розвитку сфери послуг в економіці нашої держави, її подальшої інтелектуалізації та інформатизації.

Зростання ролі творчої інтелектуальної праці, розвитку творчого потенціалу суспільства простежується у появі нових видів продукції та послуг, удосконаленні технології, збільшенні серед зайнятого населення частки вчених, педагогів, лікарів, висококваліфікованих працівників. Експерти вважають, що за останні 30 років ознакою інтелектуалізації сфери праці стало збільшення частки працівників творчих професій у загальній чисельності зайнятих, зокрема в США – більш ніж в 1,2 рази, в Німеччині та Великобританії – майже в 1,3, в Японії – в 1,4 рази. Саме на працю з елементами творчості припадає найбільша питома вага попиту в країнах розвиненої ринкової економіки: у Великобританії – 95% у загальному поповненні робочої сили в економіці, в Японії – 90%, в Німеччині – 89%, в США – 85% [4, с. 78]. У досягненні конкурентних переваг в економічному розвитку та підвищенні якості життя найбільших успіхів досягають ті країни, де створені найкращі умови для реалізації творчих здібностей, особливо в сфері освіти, медицини, науки, винахідництва і раціоналізаторства [2, с. 87].

У сучасній економічній літературі дається велика кількість визначень поняття «послуга». Так, відповідно до визначення Ф. Котлера, послуга – це будь-який захід чи вигода, які одна сторона може запропонувати іншій [5]. Вони в основному невідчутні і не призводять до володіння чим-небудь. Послуга – це специфічна форма виробничої діяльності, результатом якої є не створення матеріального блага, а певного корисного ефекту, втіленого у матеріальному об'єкті (матеріальна послуга) або спрямованого безпосередньо на саму людину (чиста послуга). Економічна теорія доводить, що діяльність науковця, педагога, лікаря є саме чистою послугою, в основі якої покладено ефект збереження та зміцнення людського капіталу особистості і суспільства. Цю послугу не можна побачити, спробувати, дізнатися до моменту її набуття. Послугу інтелектуального характеру не можна демонструвати, її не можна здійснювати через посередників. Інакше кажучи, ринок надання інтелектуальних послуг специфічний.

Продуктом ринку інтелектуальних послуг є інтелектуальні послуги підприємств і організацій різних форм власності. Інтелектуальна послуга, як особливий вид економічної діяльності, є продуктом творчої праці і має набір певних характерних рис, основними з яких є інтелектуалізація, невідчутність, невіддільність від виробника й споживача, неоднозначність, висока мінливість якості, ризик і непередбачуваність результату та особливості права власності.

*Інтелектуалізація* означає високий рівень інтелектуальних витрат в процесі надання ІІІ (наявність висококваліфікованого персоналу, використання високовартісного обладнання та технологій).

*Невідчутність* пов'язана з нематеріальним характером ІІІ, неможливістю їх демонстрації, візуалізації, апробації, транспортування, зберігання, вивчення до моменту їх отримання. Невідчутність ІІІ знаходить свій прояв у тому, що споживач, набуваючи певних знань, інформації, вмінь не може передати ці знання ідентичним чином іншим людям, оскільки в процесі надання ІІІ відбувається асиметрія отриманої інформації,

пов'язаної із суб'єктивністю сприйняття та неповторністю ситуації з надання ІІ.

*Невіддільність від виробника й споживача* обумовлює наявність тісного зв'язку між інтелектуальною послугою та її джерелом, що не дозволяє споживати цю послугу без присутності виробника. Обов'язковою також є активна участь споживача послуг в досягненні результату. Пацієнт має ретельно виконувати приписи лікаря в процесі отримання медичної послуги; слухач чи студент має активно прагнути засвоїти знання; замовник науково-технічної ІІ має бути здатним оцінити нову ідею тощо.

*Наявність особливого зв'язку між якістю ІІ та її оплатою* знаходить свій прояв в тому, що результати праці з надання ІІ стають відчутними через певний час. По суті ІІ – це нові емпіричні і творчі знання, нові духовні цінності, інновації, що стосуються наукових розробок, навчального процесу, є джерелом накопичення інтелектуального капіталу споживача ІІ, іноді ефект від яких (в тому числі і побічний) є віддаленим у часі.

*Неоднозначність, висока мінливість якості, ризик і непередбачуваність результату* пов'язані з унікальністю ІІ, її високою залежністю від неординарного мислення виробника ІІ, його творчого підходу до пошуку нових рішень. Залежність від особистих моральних якостей виробника ІІ, його відповідальності, характеру обумовлює ризик споживача стосовно отримання якісної ІІ.

*Особливості права власності.* На відміну від традиційних економічних благ, результати інтелектуальної праці, якими зокрема, є інтелектуальні послуги, не можуть бути захищені від використання третіми особами на підставі одного лише володіння ними. Після того, як інтелектуальні продукти, не забезпечені спеціальною правовою охороною з боку держави, стають відомими суспільству, творці не в змозі здійснювати контроль за їх використанням.

Ринок інтелектуальних послуг можна визначити як сукупність відносин (соціально-економічних, матеріальних, фінансових), що виникають між виробниками інтелектуальних послуг та їх споживачами у процесі купівлі-продажу послуг. Зазначимо, що в Україні поки що відсутня загальноприйнята класифікація інтелектуальних послуг. На наш погляд, структура ринку інтелектуальних послуг включає науково-технічні послуги (дослідження і розробки; діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії; технічні випробування та дослідження; надання секретарських послуг та послуг з перекладу), управлінське консультування (консультування з питань комерційної діяльності та управління; управління підприємствами), юридичний консалтинг (діяльність у сфері права, бухгалтерського обліку та аудиту), ІТ-консалтинг (діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем), маркетингові дослідження, рекламні послуги, кадровий консалтинг (підбір та забезпечення персоналом), а також послуги охорони здоров'я та освітні послуги.

Аналіз динаміки обсягів інтелектуальних послуг в Україні за 2009-2011 рр. показав, що частка інтелектуальних послуг у загальному обсязі реалізованих в Україні послуг збільшилася з 18,9% у 2009 р. до 19,5% у 2011 р., у даному періоді їх обсяг збільшився у 1,4 разу (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка обсягів інтелектуальних послуг в Україні у 2009-2011 рр.

Показники	Обсяг реалізованих послуг за роками, млрд. грн.			Частка інтелектуальних послуг у загальному обсязі реалізованих послуг, %		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Всього послуг	224,6	257,1	308,2	100	100	100
у т.ч. інтелектуальних	42,4	50,9	60,1	18,9	19,8	19,5

Продовження таблиці 1

з них послуги:						
- науково-технічні	12,4	15,2	18,6	5,5	5,9	6,0
- юридичний консалтинг	1,3	1,4	1,6	0,6	0,5	0,5
- ІТ-консалтинг	5,7	7,0	8,9	2,5	2,7	2,9
- маркетингові дослідження	1,4	1,5	1,5	0,6	0,6	0,5
- рекламні послуги	8,3	10,2	12,5	3,7	4,0	4,1
- управлінський консалтинг	3,7	4,5	4,2	1,6	1,8	1,4
- кадровий консалтинг	0,5	0,9	1,2	0,2	0,4	0,4
- послуги охорони здоров'я	6,0	6,8	8,1	2,7	2,6	2,6
- освітні послуги	3,1	3,4	3,5	1,4	1,3	1,1

Джерело: розраховано автором за [2]

Результати дослідження структури регіонального ринку інтелектуальних послуг у 2011 р. на прикладі Кіровоградської області свідчать, що найбільшу частку ринку займають науково-технічне обслуговування, освітні послуги та послуги ІТ-консалтингу (рис. 1). При цьому за період 2009-2011 рр. спостерігається зростання обсягу реалізованих науково-технічних послуг на 5,7%, з ІТ-консалтингу – на 13% [9]. В цьому зв'язку можна припустити, що частка інтелектуальних послуг у сфері інформаційно-комунікаційних технологій у найближчі роки буде збільшуватись, оскільки в Кіровоградській області наявні підприємства, які потребують модернізації та автоматизації операційної діяльності, але на сьогодні поки що не готові купувати високоякісні комплексні автоматизовані системи.

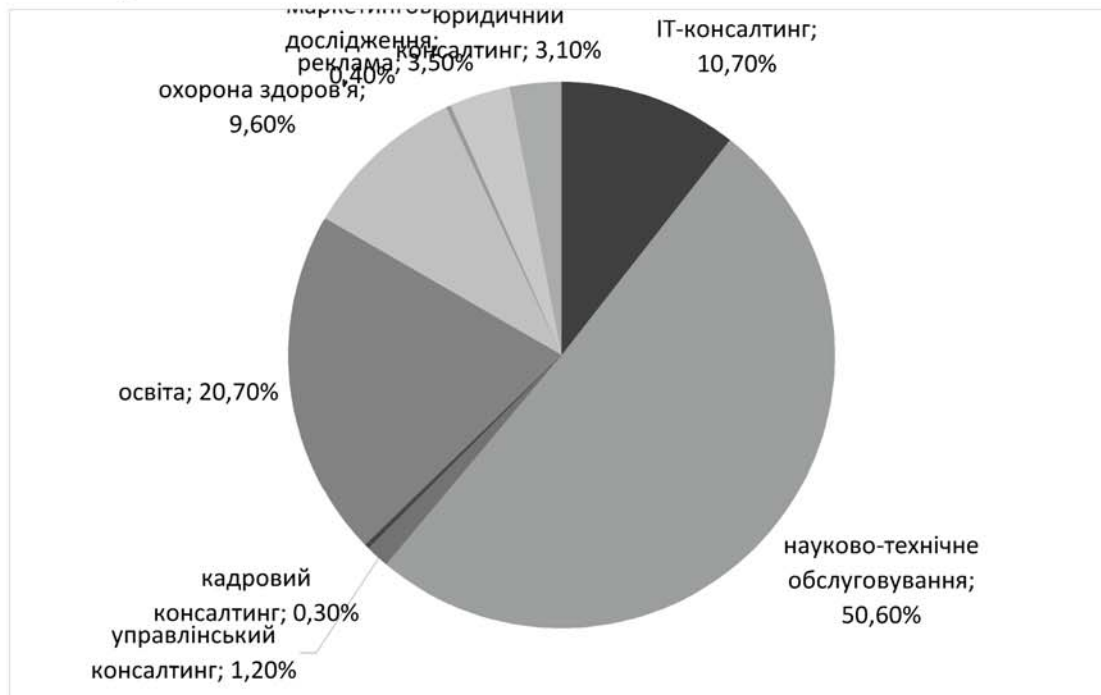


Рисунок 1 – Структура регіонального ринку інтелектуальних послуг у 2011 р. (на прикладі Кіровоградської області)

Що стосується освітніх послуг, відмітимо, що в Україні у 2011 р. порівняно з 2009 р. відбулося зростання обсягів їх реалізації на 11%. Разом із тим, змушені констатувати, що рівень реалізованих освітніх послуг на душу населення в Кіровоградській області є одним з найнижчих серед регіонів України. Так, у 2011 р.



середній показник реалізованих освітніх послуг в Україні склав 76 грн., у Кіровоградській області – лише 36 грн. Для порівняння: у м. Києві – 336 грн., в Одеській області – 91 грн., Полтавській – 87 грн., Львівській – 85 грн. [3].

Досить поширеним видом консультаційних послуг в Україні є кадровий консалтинг. Відомо, що на ринку праці існує попит на висококваліфікованих спеціалістів, у пошуку яких роботодавцям допомагають кадрові агенції, крім того, цей вид консалтингу не потребує особливої кваліфікації консультантів в даній сфері діяльності.

Щодо регіональних особливостей, відмітимо, що в Кіровоградській області кадровий консалтинг, за статистичними даними, займає незначну частку ринку ІІІ – лише 0,3% (рис. 1). Проте, діяльність в цій сфері є привабливою, про що свідчить наявність близько 15 кадрових агенцій, присутніх на регіональному ринку. Спрямована вона в основному на надання послуг з підбору персоналу, оцінки та тестування персоналу, допомогу у працевлаштуванні за кордоном.

Достатньо стабільним в Україні є попит на юридичний консалтинг, який є поширеним напрямом ІІІ, що включає широкий спектр послуг, серед яких реєстрація, ліквідація і правове регулювання діяльності підприємств, проведення процедури банкрутства, юридична експертиза документів, нотаріальні послуги, ведення судових справ і процедур. До даної групи ІІІ входять також послуги з управління інтелектуальною власністю і правового забезпечення фінансових операцій (придбання і розміщення цінних паперів, злиття підприємств тощо) – практично не представлені в Україні, але дуже поширені в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Стосовно сектора послуг охорони здоров'я, тут потрібно відмітити, що їх частка в загальному обсязі реалізованих ІІІ у 2011 р. в Україні залишається низькою – 2,6%. Разом із тим, забезпечення якості й доступності медичної допомоги є одним з найбільш складних завдань охорони здоров'я в Україні. Так, за даними вибіркового опитування домогосподарств Державною службою статистики України «самооцінка населенням стану здоров'я та рівня доступності окремих видів медичної допомоги у 2011 році», лише 46,5% населення оцінювало стан свого здоров'я як добрий. Протягом 2011 року в 97,5% домогосподарств України, хто-небудь з членів домогосподарства потребував медичної допомоги, придбання ліків та медичного приладдя. При цьому в кожному п'ятому домогосподарстві хто-небудь із його членів при потребі не зміг отримати медичну допомогу, придбати ліки та медичне приладдя [7]. Дані різних незалежних досліджень свідчать про те, що повністю задоволених рівнем медичного обслуговування в державних лікувальних закладах України немає. Виходячи з цього, змушені констатувати, що розвиток сектора послуг охорони здоров'я стримує, насамперед, низький рівень платоспроможності більшості населення і висока вартість медичних послуг у приватних клініках.

**Висновки.** Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що розвиток і становлення ринку ІІІ в Україні є закономірним процесом, що відображає об'єктивну потребу суб'єктів господарювання в таких послугах. Водночас ІІІ не є на сьогодні остаточно сформованим видом підприємницької діяльності, хоча потреба в деяких видах ІІІ в Україні зростає (ІІІ-консалтинг, науково-технічні, рекламні послуги).

Відсутність комплексної державної підтримки технологічного та інноваційного розвитку, недостатня платоспроможність населення, низьке оцінювання ролі інтелектуальної праці у забезпеченні економічного зростання гальмує розвиток ринку ІІІ. Стимує розвиток ринку ІІІ і складність оцінки якості послуг.

Серед перспектив розвитку ринку ІІІ в Україні можна зробити припущення стосовно підвищення актуальності застосування їх при розробці різнорівневих програм антикризових заходів. Збільшення ринку послуг інформаційних технологій відповідно

підвищуватиме попит на IT-консалтинг. Економічне зростання і відповідне збільшення реальних доходів населення позитивно вплине на розвиток секторів ІІ охорони здоров'я та освіти.

У найближчі роки можна прогнозувати зростання попиту на консалтинг у сфері логістики; консультування зі стратегічного менеджменту і маркетингу у виробничій сфері та сфері послуг; консультування з розробки та використання нових технологій управління персоналом; креативні технології просування товарів і послуг в різних сферах економічної діяльності (персоналізована реклама на основі ретельно вивчених споживчих переваг, просування продукції у віртуальній реальності); конкурентна розвідка (пошук і аналіз інформації стосовно конкурентів).

*Перспективи подальших досліджень* полягатимуть у подальшому вивченні особливостей формування ринку інтелектуальних послуг в Україні; пошуку важелів активізації його розвитку; дослідженню маркетингових стратегій продажу інтелектуальних послуг в умовах нової економіки; пошуку шляхів підвищення ефективності використання охорони об'єктів інтелектуальної власності; окресленню перспектив розвитку комерціалізації інтелектуальної власності в Україні.

## Список літератури

1. Верба В.А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток: Монографія / В.А. Верба. - К.: КНЕУ, 2011 – 327 с.
2. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. 2-изд, испр. и доп. – М.: НОРМА-ИНФРА–М.– 2000. – 412 с.
3. Діяльність підприємств сфери послуг у 2011 році. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://ukrstat.gov.ua>
4. Завельский М.Г. Экономика и социология труда. М.: Издательство “Палеотип”; издательство“Логос”, 2001. – 208 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. / общ. ред. и вступ. ст. Е.М.Пеньковой / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
6. Марченко О.С. Консалтингові ресурси національних інноваційних систем. Економіко-теоретичний аналіз:[монографія] /Марченко О. С. – Харків, Право, 2008. – 280 с.
7. Самооцінка населенням стану здоров'я та рівня доступності окремих видів медичної допомоги у 2011 році: Статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://ukrstat.gov.ua>
8. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С.І. Бандур, Т.А. Заяць, В.І. Куценко та ін. За заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – Черкаси.: Брама-Україна, 2006. – 760 с.
9. Статистичний щорічник Кіровоградської області за 2011 рік. – К.: Головне управління статистики у Кіровоградській області, 2010. – 523 с.

**O. Storozhuk**

*Kirovograd National Technical University*

### **State, problems and perspectives of intellectual services market forming**

The purpose of article is research state and problems of Ukraine intellectual services market forming and development.

The author analyzes and identifies the market prospects of intellectual services in Ukraine. Practical aspects of intellectual services market formation as an example of Kirovograd region considered. Innovative development support of the economy is absent. Population level profits is low. Estimation of the intellectual labour role is low. It does not give the intellectual services market development. Prospects of forming activization of Ukraine market intellectual services are presented.

Ukraine market intellectual services in the process of formation. The need for some kinds of intellectual services increases in Ukraine (IT-consulting, scientific and technical services, advertising).

**intellectual services, market, problems, perspectives**

Одержано 16.04.13