

УДК 338.46

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-6>

**Дубницький В.І.**  
доктор економічних наук, професор  
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

**Лихопьок Д.П.**  
аспірант  
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

**Дудка А.С.**  
магістр  
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

**Dubnitskyi Volodymyr**  
Doctor of Economics, Professor  
*Ukrainian State University of Chemical Technology*

**Likhopek Denis**  
Postgraduate Student  
*Ukrainian State University of Chemical Technology*

**Dudka Anastasiia**  
Master  
*Ukrainian State University of Chemical Technology*

## **РИНОК ВИСОКОПРОФЕСІЙНИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ: ДІАЛЕКТИКА ФОРМУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Дубницький В.І., Лихопьок Д.П., Дудка А.С. Ринок високопрофесійних інтелектуальних послуг: діалектика формування в умовах цифрової економіки.** У роботі визначено базові характеристики ринку інтелектуальних послуг. Обґрунтовано необхідність взаємодії виконавця (виробника) високопрофесійних послуг і замовника (споживача) цього виду послуг в умовах ринку інтелектуальних послуг. Надана детальна характеристика нових властивостей цифрової трансформації в межах ринку інтелектуальних послуг. Наведена модифікована концепт-модель інституційної структури ринку інтелектуальних послуг. Також визначено двадцять три критерії структуризації в умовах формування ринку інтелектуальних послуг. У дослідженні визначені базові функції ринку інтелектуальних послуг, кожна з яких у подальшому була розглянута більш детально. Розглянуто фактори конкурентоспроможності компанії на ринку високопрофесійних і високотехнологічних інтелектуальних послуг.

**Ключові слова:** цифрова економіка, цифрова трансформація бізнесу й економіки, сфера високопрофесійних і високотехнологічних послуг, ринок інтелектуальних послуг, інформаційно-інноваційна інфраструктура.

**Дубницький В.И., Лихопёк Д.П., Дудка А.С. Рынок высокопрофессиональных интеллектуальных услуг: диалектика формирования в условиях цифровой экономики.** В работе определены базовые характеристики рынка интеллектуальных услуг. Обоснована необходимость взаимодействия исполнителя (производителя) высокопрофессиональных услуг и заказчика (потребителя) данного вида услуг в условиях рынка интеллектуальных услуг. Представлена подробная характеристика новых свойств цифровой трансформации в рамках рынка интеллектуальных услуг. Представлена модифицированная концепт-модель институциональной структуры рынка интеллектуальных услуг. Также определены двадцать три критерия структуризации в условиях формирования рынка интеллектуальных услуг. В исследовании определены базовые функции рынка интеллектуальных услуг, каждая из которых в дальнейшем была рассмотрена более подробно. Рассмотрены факторы конкурентоспособности компании на рынке высокопрофессиональных и высокотехнологичных интеллектуальных услуг.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровая трансформация бизнеса и экономики, сфера высокопрофессиональных и высокотехнологических услуг, рынок интеллектуальных услуг, информационно-инновационная инфраструктура.

**Dubnitskyi Volodymyr, Likhopek Denis, Dudka Anastasiia. The market of highly professional intellectual services: the dialectics of formation in the digital economy.** Nowadays, there is a need to accelerate the pace of processes such as digitalization and digital transformation in the economy, which are important enough to increase the level of competitiveness. It is the processes of digital transformation in various sectors of the economy that need analysis and detailed research. The digital economy has a direct and indirect impact on all industries, complexes and spheres not only at the national but also at the regional level. Markets for highly professional and high-tech services also play a significant role in this, but the mechanisms of their interaction have not been thoroughly studied. Many foreign authors and domestic scientists have worked on the problem of the dialectic of formation in the digital economy within the market of highly professional intellectual services. Analysis of recent research and publications has shown the relevance of the chosen topic. The analysis of institutional and structural changes in the field of services, including in the market of intellectual services and dialectics of formation of the given market in the conditions of digital economy is carried out in the work. The basic characteristics of the market of intellectual services were determined. The necessity of interaction of the executor (manufacturer) of highly professional services and the customer (consumer) of this type of services in the conditions of the market of intellectual services is substantiated. The detailed characteristic of new properties of digital transformation within the market of intellectual services is given. A modified concept model of the institutional structure of the intellectual services market is presented. Twenty-three criteria of structuring in the conditions of formation of the market of intellectual services are also defined. The study identifies the basic functions of the market of intellectual services, each of which was later considered and described in more detail. Exogenous and endogenous factors of the company's competitiveness in the market of high-professional and high-tech intellectual services are considered and described in detail.

**Key words:** digital economy, digital transformation of business and economy, the sphere of highly professional and high-tech services, the market for knowledge-based services, information and innovation infrastructure.

**Постановка проблеми.** Бізнес-співтовариство й уряди країн світу, в тому числі й України, усвідомили необхідність прискорення процесів цифровізації і цифрової трансформації економіки з метою досягнення конкурентоспроможних позицій у цифровому просторі нової світової економіки, що вимагає аналітичного і науково-методичного опрацювання здійснення таких змін. Цифрова економіка задає вектор, за яким будуть розвиватися соціально-економічні системи (СЕС), мікро-, мезо-, макrorівні на довгострокову перспективу, що викликає необхідність дослідження і всебічного аналізу процесів цифрової трансформації в секторах економіки і у сфері послуг. Сама трансформація тісно пов'язана з ринком інтелектуальних ресурсів і з процесами взаємозв'язку всередині інформаційного простору ринку високопрофесійних і високотехнологічних послуг, але при цьому механізми взаємодії залишаються недостатньо вивченими. Поняття «цифрова економіка», «економіка знань», «інтелектуальні високопрофесійні і високотехнологічні послуги», «інформаційно-інноваційне суспільство» формують нову соціально-економічну систему, яка замінює індустріальну парадигму. Основні переваги, які має цифрова

трансформація бізнесу й економіки перед усіма господарюючими суб'єктами: оптимізація процесів; пошук нових потоків доходів; створення персоналізованої і привабливою інноваційно-інформаційної інфраструктури в умовах ринків, в тому числі ринків сфери послуг. Аналіз цих переваг показує, що найбільш істотно вони проявляються під час надання послуг, що визначається відомими зв'язками і властивостями послуг, такими як їх персоналізований характер, орієнтованість на взаємодію виконавця і замовника, нематеріальний і часто інформаційний характер тощо. Тому процеси цифрової трансформації найбільш активно відбуваються саме у сфері послуг. У діловому контексті організація (компанія, підприємство, корпорація), яка планує стати «цифровою», повинна фокусуватися на автоматизації процесів із метою зробити їх більш ефективними. За контрастом компанія, що фокусується в рамках ринку інтелектуальних послуг на «цифровізації», повинна націлюватися на те, щоб більш ефективно отримувати від цих процесів через більш високу залученість замовників. Залученість і кастомізація є передумовою стрімкого зростання високопрофесійних і високотехнологічних інтелектуальних послуг. Отже, цифрова

трансформація бізнесу й економіки виявляється тісно пов'язаною з випереджаючим розвитком сфери послуг. У новій економіці йдеться про розвиток мережеских форм взаємодії, в межах яких підприємства (компанії, фірми), на відміну від традиційних схем виробничої кооперації і сервісного обслуговування, обмінюються не матеріальними продуктами, а послугами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інтерес теоретичного і методологічного характеру досліджуваної проблеми – діалектики формування в умовах цифрової економіки в рамках ринку високопрофесійних інтелектуальних послуг – становлять дослідження таких зарубіжних авторів: С. Алстрема, Д. Беллса, Н. Вішре, Б. Гейтца, П. Хруккера, М. Кастельса, С. Кузніца, Р. Макридіса, К. Лавлока, Р. Чейза, Ф. Котлера, К. Хаксевера, а також вітчизняних учених: О.А. Лебедєвой, С.Ф. Поважного, В.Л. Тимошенко, А.Н. Мельника, В.І. Куценко, О.В. Шаперяна, О.В. Багури, О.І. Черниша, Я.В. Астафейчука, В.В. Апопія, Н.А. Кухарської та інших.

**Формулювання завдання дослідження.** Аналіз інституційних і структурних змін у сфері послуг, у тому числі на ринку інтелектуальних послуг, і діалектики формування цього ринку в умовах цифрової економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Ринок інтелектуальних послуг, або сектор «знаннємістких послуг», відомий за кордоном як Knowledge-intensive services (KIS) або Knowledge-intensive business services (KIBS), в Україні став вивчатися відносно нещодавно. Ринок інтелектуальних послуг, які належать до сфери високопрофесійних послуг (далі РІП), відноситься до числа піонерських напрямів наукових розробок насамперед тому, що сам сектор у нашій країні виник порівняно нещодавно. У дослідженні П.М. Гохберта відзначено, що традиція виділення сектору інтелектуальних послуг в економіці зародилася в загальному руслі досліджень постіндустріального суспільства, де провідну роль почав відігравати сектор послуг. У більшості провідних країн світу в цьому секторі виробляється вже близько 2/3 ВВП, і цей показник виявляє стійку тенденцію до зростання. На думку авторів, важливо підкреслити, що значущість цього сектору економіки визначається не тільки масштабами і темпами зростання, але і низкою інших причин. Аналіз доступних джерел інформації дає змогу стверджувати, що значення РІП в період цифрової трансформації все більше зростає внаслідок таких базових тенденцій: у розвинених економічних системах темпи зростання РІП випереджають темпи зростання первинного і вторинного секторів. Отже, розвиток РІП у четвертинному секторі може істотно вплинути на економічне зростання країни і її регіонів. У роботі В.А. Шапошнікова відзначено, що мультиплікатор приросту сектору інтелектуальних послуг у 5 разів більший, ніж приріст торгівлі сировиною [2]; розвиток РІП приводить до якісних зрушень (ефект «spin off»), що розуміється як відділення дочірньої компанії від материнської шляхом організації самостійної юридичної особи в традиційному секторі економіки. Слід зазначити, що низка дослідників відзначає, що в процесі розвитку компанії у керівників періодично з'являються нові ідеї та задуми, які згодом можна виділити в окремі напрями, а в разі успішного функціонування – навіть у самостійну компанію [4; 5; 6]. Нові ідеї

приводять до появи нових видів людської діяльності, нових видів бізнесу, нових компаній і в кінцевому підсумку – нових секторів економіки.

У кінці минулого століття в світовій економіці відбулися якісні зміни, відбувся поступовий перехід від індустріальної до цифрової економіки. Об'єктивною основою цифрового суспільства і цифрової економіки є наукові знання і інформація, що реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Саме ці елементи знаменують перехід економіки і суспільства в якісно новий стан. Інформатизація та інформаційні технології приводять до суттєвих якісних змін у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Розширення і розвиток ІКТ, а також інформаційно-інноваційні технології (ІІТ) виступають каталізатором соціально-економічних процесів, забезпечують прискорення зростання економіки, насамперед ринку високотехнологічних і високопрофесійних послуг, а також добробут населення.

Слід визначити, яке місце займає цифрова економіка в сучасній економічній системі: первинному, вторинному, третинному і четвертинному секторах. Необхідне розуміння, чи є вона складовою частиною економіки, чи слід говорити про тотальну цифровізацію всієї економіки. З одного боку, цифрова економіка (ЦЕ) є частиною (сектору) економіки, з іншого боку, формується ЦЕ загалом. В економічній науці і практиці досить чітко окреслені межі цифрового сектору економіки, визначені його речові, ринкові структурні елементи, на основі яких розраховуються якісні показники розвитку цього сектору економіки. А якісні характеристики пов'язані з місцем і новою роллю інформації та цифрових даних у розвитку сучасних ринків економіки і суспільства. Це виражається в тому, що інформація і цифрові дані пронизують всі «пори» ринкової економіки. Вони зумовлюють кількісні показники її розвитку, темпи зростання, ефективність функціонування та використання всіх факторів виробництва, факторів сфери послуг та економіки загалом, роблять визначальний вплив на прийняття управлінських комерційних рішень на всіх рівнях національного господарства. Цифрова економіка надає прямий і непрямий вплив на всі галузі, комплекси і сфери на національному та регіональному рівнях: освіту, охорону здоров'я, культуру, військово-промисловий комплекс, енергетику, фінансово-банківську систему, оптову і роздрібну торгівлю, транспорт, державне управління, економічну і інформаційну безпеку, маркетинг, логістику, рекламу, засоби масової інформації. Тим самим підтверджується ідея всеосяжного впливу ІКТ і ІІТ, а також інформаційно-психологічних ресурсів на всю економіку поведінки і рутини користувача інтернету, мобільних засобів зв'язку. Все це дає змогу підтримати гіпотезу про те, що цифрова економіка становить нову стадію розвитку продуктивних сил і економіки. Стадія – це стійкий стан економіки, вона характеризується новими властивостями, тенденціями і закономірностями, властивими сучасному історичному відрізку часу. На відміну від індустріальної стадії розвитку суспільства (а її критерій пов'язаний із речовими, матеріальними чинниками виробництва), головними факторами виробництва, розвитку економіки стають інформаційні та інтелектуальні ресурси, а також нематеріальний продукт – інформація, знання і їх носії (власники). Рушійною силою роз-

витку цієї стадії є наука, впровадження її досягнень у практику господарювання. Цифрова стадія економіки – особливий тип економіки, який, на відміну від індустріального суспільства, залежить від розвитку наукоємних активів – досвіду, знань, компетенцій, ноу-хау. На думку авторів, необхідно вказати нові властивості, що характеризують цифрову економіку: основним видом продукту стають інформаційні та інформаційно-інноваційні високопрофесійні послуги; відбувається досить радикальний перехід від виробництва товарів до виробництва високотехнологічних послуг; на основі інтеграції інформаційної та мережевої складових частин створюються інформаційно-мережеві структури, прискореними темпами формується мережева інфраструктура (в тому числі в сфері послуг), мережеві технології, мережевий бізнес, який реалізує свій потенціал у межах розширеної взаємодії; головна роль належить науковим і науково-технічним знанням, які є базою ринку інтелектуальних послуг і основою технологічних інновацій; у діяльності суб'єктів зростає роль творчої праці; на основі використання інформаційно-інноваційних ресурсів з'являються нові технології управління та інше. У роботах низки дослідників [7; 8; 9; 10] обґрунтовано, що структура цифрового сектору економіки складається з двох великих комплексів: сектору розроблення, виробництва і реалізації ІКТ (ІТ); сектору інформаційно-економічної інфраструктури, що надає кінцевим споживачам інформаційні ресурси і високотехнологічні високопрофесійні послуги, в тому числі інтелектуальні. Інформаційно-економічну інфраструктуру формують інституції, які здійснюють збір, обробку, зберігання, розподілення та передачу необхідної інформації, а також інструменти взаємодії організацій і громадян, що забезпечують доступ до інформаційних та інформаційно-інноваційних ресурсів, в тому числі до інтелектуальних. Суб'єкти інформаційних послуг продають продукти на ринку високотехнологічних і високопрофесійних послуг, які можна надати в інтерактивному режимі (програмне забезпечення, інформація в контексті технологій інструментарію аутсорсингу, бенчмаркінгу, маркетингу, логістики та інше; а також надають інтерактивні послуги: інтернет-банкінг, страхування, консультаційні послуги та інше). Слід зазначити що через мережеві структури продається більше послуг, ніж готових продуктів (товарів). У зв'язку з комерціалізацією цифрової економіки істотні зміни відбуваються в фінансовому і реальному секторах економіки (наприклад, страхові інтернет-послуги, банкінг, трейдинг, маркетинг, аукціони, віртуальні офіси). Цей перелік можна доповнити наявністю досить нових високопрофесійних послуг як інтерактивні home-компанії, віртуальні корпорації, фріланс, тревелінг, технологія управління блокчейн, краундсорсінг тощо. Отже, в сучасній економіці відбуваються якісні зміни, зумовлені бурхливим розвитком ІКТ і ІТ, ринку інформаційних та інтелектуальних послуг. Ступінь і швидкість використання досягнень інформаційно-інтелектуальної революції чинить визначальний вплив на темпи соціально-економічного зростання, якість життя населення, конкурентоспроможність національної економіки на світовому ринку. Однак, незважаючи на значущість сфери послуг, в тому числі РІП, для науки і практики, дослідження цього сектору у вітчизняній науковій літературі досить розрізнені,

фрагментарні й асиметричні. Як зазначається українськими і зарубіжними експертами, значною мірою це пояснюється такими причинами: внаслідок історичних традицій економічного аналізу дослідницький апарат теоретичної економіки (ще з часів СРСР) орієнтований переважно на вивчення виробничого індустріального сектору економіки України та її регіонів; недостатність на поточний момент емпіричної бази дослідження ринку високотехнологічних і високопрофесійних послуг, у тому числі і РІП, навіть в індустріально розвинених країнах; методи дослідження, що використовуються в доктринальній економіці [2], не цілком адаптовані до аналізу четвертинного сектору, що має свою особливу специфіку інтелектуальної послуги як продукту, який породжує суттєві особливості формування попиту і пропозиції цього виду благ, структури ринку й особливо, інноваційної діяльності в цьому секторі [1].

Під час виявлення суті ринкових відносин прийнято виходити з подвійного значення поняття «ринок». Автори А.І. Добринін і Л.С. Тарасевич справедливо відзначають: «По-перше, у власному розумінні ринок (market) означає збут, який здійснюється в сфері обміну, звернення. По-друге, ринок – це система економічних відносин між людьми, що охоплюють процеси виробництва, розподілу, обміну та споживання. Він виступає складним механізмом функціонування економіки, заснованою на використанні різноманітних форм власності і товарно-грошових зв'язків і фінансово-кредитній системі» [11]. У системі маркетингу найбільш актуальні питання збуту, тому навіть виробників товару (послуги) прийнято розглядати як продавців або представників виробництва, а покупців – як представників ринку. Іншими словами, ринок як маркетингова категорія являє собою сукупність наявних і потенційних покупців товару, послуги яких пов'язують між собою «чотири потоки: продавці постачають на ринок товари, послуги і повідомлення; взамін вони отримують від покупців гроші й інформацію. Внутрішній цикл показує обмін грошей на товар; зовнішній цикл показує обмін інформацією» [12]. Розгляд сутності високотехнологічного, високопрофесійного ринку послуг у сегменті інтелектуальних послуг необхідно вести з урахуванням позиції як доктринальної економіки, так і маркетингу. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне погодитися з точкою зору авторів робіт [2; 6] і, використовуючи основні постулати теоретичної економіки як методологію дослідження, наповнити зміст авторського розуміння ринку РІП, виходячи з базових підходів, прийнятої в теорії маркетингу практики моделей мережевої взаємодії (по Х. Хокомсону) і моделі сфери послуг за таким алгоритмом: умови функціонування РІП; структура РІП і функції РІП з урахуванням інструментарію цифрової економіки. Очевидно, що будь-який ринок функціонує за певних умов. Тому є логічним припустити, що загальними умовами існування ринку інтелектуальних послуг, найважливішого сегмента ринку високотехнологічних високопрофесійних послуг, що здійснюються на основі наукових знань, будуть, відповідно, загальні умови існування економіки знань. Іншими словами, його інституційна структура так само складається з трьох категорій інститутів, що складають систему неоекономіки: правове регулювання; господарюючі суб'єкти ринку; інституційно визначені суспільні механізми. Внаслідок новизни і малої вивче-

ності об'єкта дослідження доцільно розглядати інституціональну структуру РІП одночасно, виходячи з двох підходів: трансформаційного (ендогенні фактори) та трансакційного (екзогенні фактори). Автори згодні з точкою зору дослідника Шапошникова, що це загальна сукупність ендогенних і екзогенних факторів так само буде близька або ідентична до тих, що має місце під час аналізу економіки знань [2]. Низка факторів одночасно будуть і зовнішніми, і внутрішніми: фактори PEST, НОКК і інші. Причому під час аналізу інституціональної структура РІП доцільно розглядати рівень не тільки макроінститутів, а й мезо- і мікроінститутів. Це зумовлено тим, що нові знання створюються, перетворюються і стають інтелектуальною власністю на всіх рівнях: від однієї людини до колективу окремої фірми, регіону, країни і світової економіки загалом. Крім того, в інституційну структуру РІП повинен увійти науково-освітній та культурний комплекс НОКК, структура якого, згідно з дослідженнями автора роботи А.С. Шарманова, складається з таких основних елементів (рис. 1).

Виходячи з того положення, що розглядається інституційна структура РІП у системі маркетингу, мабуть, доцільно ввести фактори виробництва і споживання інтелектуальних послуг. Це особливо актуально, оскільки виробництво послуг загалом і інтелектуальних послуг зокрема невіддільне від виробника і споживача. Більш того, в наявності і принципова різниця в інтересах: виробника насамперед цікавить процес, а покупця – результат надання послуги. Нарешті, якщо в доктринальній економічній моделі (М. Дорошенко, І. Березин) потреба в товарі (послугі) обов'язково формує попит на нього (як єдність бажання і платоспроможності) у суб'єкта споживання, на РІП можливість покупки обмежується здатністю до сприйняття цієї послуги. Розглянемо модифіковану концептуальну модель інституційної структури РІП (рис 2). Під час вивчення інформації про діалектику формування ринку інтелектуальних послуг у авторів склалася двояка думка. З одного боку, в закордонній і у вітчизняній літературі стосовно досліджень сфери послуг існують підходи, на підставі яких можна структурувати РІП. З іншого боку, проаналізовані точки зору мають односторонній характер, наприклад, у роботі М. Дорошенко, І. Березина [13] виділено десять видів діяльності в рамках РІП, де переважно представлені різного роду бізнес-послуги: у сфері створення та розповсюдження реклами, маркетингові, консалтингові, у сфері інформаційних технологій та ІКТ, консалтингові у сфері аудиту та підбору персоналу, у сфері інжинірингу, юридичні, дизайнерські, ріелтерські, з фінансового кон-

сультування і довірчого управління. Інші дещо розширюють перелік бізнес-послуг, наприклад професійну освіту, комерціалізацію наукової продукції, патентні дослідження, інформаційно-комунікаційні послуги, виконання НДДКР (НДДКТР), оцінку власності.

Структуру РІП кожен дослідник бачить по-своєму, немає єдиного підходу. Виходячи з роз'єднаності думок, пропонується авторська позиція, що об'єднує думки і вибудовує системне уявлення про структуру РІП (таб. 1).

З даних таблиці випливає, що РІП можна поділити як мінімум на 23 критерії: як частий вид РІП (7 ознак); як особливий вид РІП (5 ознак); як специфічний вид РІП (11 ознак). В узагальненому вигляді ринок виконує такі основні функції: видає сигнали виробництву з вироблення певних товарів і послуг і їх збільшення або скорочення; забезпечує збалансованість економіки; на основі диференціації товаровиробників веде до утвердження нового, прогресивного в житті суспільства, в умовах цифрової економіки; це своєрідний двигун науково-технічного прогресу; об'єктивно формується суспільство вмілих підприємців, дисциплінує суб'єктів ринкових відносин [2, с. 8]. В сучасних ринкових умовах, в рамках впливу цифрових і ІКТ технологій, функції ринку (в тому числі ринку високопрофесійних і високотехнологічних послуг) визначається завданнями, що стоять перед ним, а ринковий механізм призначений за допомогою ІКТ і ІТ, знайти відповіді на три основних питання: що, як і для кого виробляти? За результатами аналізу наукової літератури, присвяченій дослідженням сучасних тенденцій ринку інтелектуальних послуг, автори пропонують розглянути наступні базові функції РІП: інформаційно-психологічна; посередницька; ціноутворююча; регулююча; оптимізуюча; сануюча; соціальна; стимулююча. Інформаційно-психологічна функція здійснюється за допомогою надання суб'єктом ринку інформації про нинішню кількість, асортимент і якість товарів і послуг, а також про стан попиту і пропозиції на товари та послуги. В рамках цифрової трансформації бізнесу і економіки важливе значення надається психологічному впливу на ринкові ситуації. Відповідно до посередницької функції РІП ринок виступає, в традиційній якості, посередником між виробником, продавцем і споживачем товарів і послуг. Ціноутворююча функція: ринок формує і встановлює рівновагу ціни на товари і послуги, коли платоспроможний попит відповідає обсягу пропозиції. Однак, оскільки для РІП характерною складовою частиною є інновації, припустимо, що ціноутворення на цьому ринку носитиме переривчастий характер, змінюючись стрибкоподібно при переході від старого знання



Рис. 1. Концепт-структура НОКК у складі РІП

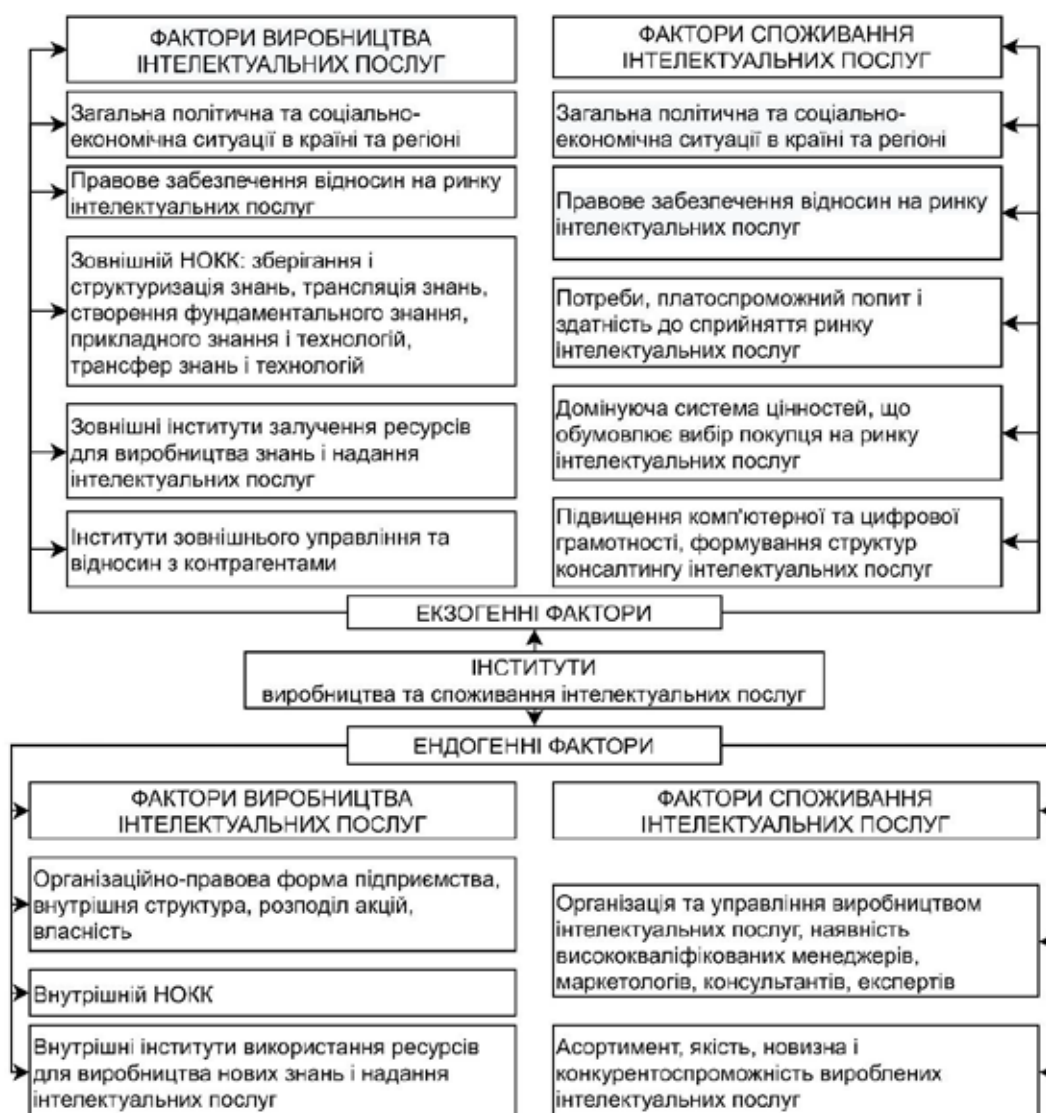


Рис. 2. Модифікована концепт-модель інституційної структури РПІ

(старих технологій) до нового знання (нових технологій). Отже, ціна на інтелектуальні послуги дискретна і залежить не тільки від якості товару, що продається, а й нематеріальних чинників: від ділової репутації, підтвердження вміння і компетенції, повторних трансакцій і довіри клієнта виробнику інтелектуальних послуг. Можливо, що залежність від нематеріальних факторів носить критичний характер. Регулююча функція: в найзагальнішому вигляді ринок приводить в рівновагу (регулює) попит і пропозицію за рахунок узгодження інтересів споживача, продавця і виробника товарів. Важливо, що для будь-якого ринку характерно досить висока ступінь невизначеності, оскільки виробники, продавці та покупці (споживачі) приймають рішення, пов'язані з попитом і пропозицією, виходячи з очікуваних умов витрат і вигод. Відповідно, чим більше є інформації при прийнятті рішення, тим вище якість прийнятого рішення. Базовим інструментом ухилення від помилкового рішення є отримання оптимальної кількості і якості інформації до початку дії. Оптимізуюча функція: у найзагальнішому вигляді ринок спонукає виробників створювати потрібні суспільству економічні блага з оптимальною ефективністю, тобто

з мінімальними витратами і максимальним ефектом. Для того, щоб оцінити ефективність РПІ, необхідно оперувати відповідними показниками оцінки або індикаторами, наприклад, показниками економічної ефективності діяльності господарюючих суб'єктів. Проте не всі традиційні показники можуть слугувати критерієм ефективності. Зокрема, використовуваний на класичних (традиційних) ринках показник «повернення від інвестицій» непридатний до ринків знанемістких технологій в силу невідчутності, нематеріальності їх предмета. Сануюча функція ринку проявляється у звільненні від неконкурентних виробників/продавців, що створює можливість для виробництва економічних благ з оптимальною ефективністю і реалізації умов для банкрутства неефективних суб'єктів ринку. Формою реалізації сануючої функції для умов РПІ, є формування конкурентного середовища, що на практиці автоматично веде до зміцнення конкурентоспроможності конкретного господарюючого суб'єкта. Доцільно виділити такі фактори конкурентоспроможності компанії на РПІ, як прояв його сануючої функції (рис. 3).

Соціальна функція: ринок бере участь в регулюванні відносин між людьми і створює умови для зрос-

## Системне уявлення про структуру РІП

№ п/п	Критерій структуризації	Характеристика критерію
1	2	3
І. Загальні критерії		
1.	Економічне призначення об'єктів ринкових відносин	Ринок високотехнологічних і високопрофесійних послуг
2.	Товарні групи (або переважаючий вид діяльності)	Ринки різних видів інтелектоємних послуг: маркетингові дослідження і консалтинг; консалтинг у фінансовому управлінні; кадровий консалтинг; консалтинг у сфері інформаційних технологій; консалтинг організації та управління виробництва; спеціалізований консалтинг; консалтинг у сфері інжинірингу та дизайну; консалтинг в сфері цифрових технологій; науково-технічні послуги у сфері експериментально-прикладних розробок, а також у виконанні НДДКР (НДДКТР); послуги венчурного бізнесу; консалтинг адміністративного управління (менеджмент консалтинг); послуги аутсорсингу; юридичні послуги.
3.	Просторова ознака	Ринок: глобальний, міжнародний, внутрішньодержавний, міжрегіональний, регіональний, локально-територіальний
4.	За ступенем обмеження конкуренції	Ринки: монополні, олігополні, міжгалузеві і міжрегіональні конкуренції, конкуренції трансферу інноваційних технологій і науково-технічних розробок
5.	За видами суб'єктів ринкових відносин	Ринки приватних компаній, корпорацій, холдингів і державних закупівель високотехнологічних і високопрофесійних послуг
6.	Легітимність	Ринки легальні (офіційні) і нелегальні («тіньові», «чорні»)
7.	По виду суб'єктів ринку	Ринки виробників товарів (послуг), посередників, покупців і споживачів
ІІ. Критерії, специфічні для ринку послуг		
8.	За характером супроводу послуги	Ринки: продавців послуг, продавців ІКТ для використання на ринках послуг; продавців послуги супутніх інтелектоємних продуктів
9.	Середня кількість співробітників у компанії сфери послуг	Ринки виробників інтелектуальних послуг, що складаються з компаній (Бюро): нанобізнес (1–4 чол., вузькоспеціалізований); мікробізнес (5–19 чол., вузькоспеціалізований); міні-бізнес (20–50 чол., спеціалізований); середній бізнес (51–150 чол., в т.ч. кластерна структура); великий бізнес (151–499 чол., багатoproфільний); максі-бізнес (500–999 чол., багатoproфільний/міжнародний); мегабізнес (1000–4999 чол., транснаціональний); гіпербізнес (понад 5000 чол., транснаціональний)
10.	Диверсифікація послуг, що надаються компанією	Ринки виробників різних видів послуг: спеціалізація на одному виді діяльності; виконання від 2 до 4 видів діяльності; надання від 5 до 9 видів інтелектуальних послуг; виконання від 10 до 19 видів інтелектуальних послуг; надання понад 20 видів інтелектуальних послуг
11.	Системи надання послуг	Ринки фізичних і електронних каналів (системи: кіберфізичні, інтернет; екстранет; Big Data і ін.)
12.	Часовий фактор	Ринки, обмежені за часом обслуговування: обслуговування споживача за схемою 24/7; обслуговування в певні дні і дати.
ІІІ. Критерії, специфічні для ринку інтелектуальних послуг		
13.	Рівень стандартизації послуги	Ринки, обмежені регламентами: наявність формальних процедур надання інтелектуальних послуг, якість яких регламентується в законодавчому порядку або професійними співтовариствами; відсутність яких би то не було регламентів; наявність обов'язкового документа про право надання професійних інтелектуальних послуг (ліцензія, диплом, свідоцтво, патент).
14.	Структура фахівців в компанії сфери/ринку інтелектуальних послуг	Ринки виробників послуг: мінімальний кадровий склад; розвинена номенклатура посад; складна структура фахівців; складна структура: сукупність високопрофесійних фахівців за напрямом діяльності компанії і високотехнологічних фахівців для забезпечення діяльності високопрофесійно-профільних фахівців (наприклад, комплексний інжиніринг)
15.	Характер надання інтелектуальних послуг	Ринки, де надання інтелектуальних послуг здійснюються в такий спосіб: моноформи для однієї компанії; мультиклієнтські форми групі компаній (корпорації); мультиспонсоровані форми групі компаній
16.	Характер процесу захисту прав інтелектуальної власності	Ринок надання спеціалізованих високопрофесійних послуг для захисту прав інтелектуальної власності: патентні дослідження; формування процесу передачі прав на інтелектуальну продукцію; юридична допомога/консалтинг щодо захисту прав на інтелектуальну власність і результати досліджень і розробок
17.	Характер організації продажів інтелектуальних послуг	Ринки, де продажі інтелектуальних послуг здійснюються таким чином: звичайний разовий продаж інтелектуального продукту/послуги однієї або декількох компаній (корпорацій); послідовний продаж декількох видів інтелектуальних послуг однієї або декількох компаній (корпорацій); комплексний продаж декількох видів інтелектуальних послуг однієї або декількох компаній (корпорацій); абонементне обслуговування компаній в рамках РІП на постійній основі.

1	2	3
18.	Області просування інтелектуальних послуг	Ринки інтелектуальних послуг, які обнародувано в такий спосіб: на основі PR і реклами; з використанням різних ресурсів і технологій Інтернету; особисті продажі; створення довірчих відносин з клієнтами за рахунок спеціальних програм лояльності; трансфер інтелектуальних продуктів і технологій.
19.	Інструментарій, що використовується для надання інтелектуальних послуг	Ринки інтелектуальних послуг, на яких використовуються переважно наступний як аналоговий, так і цифровий інструментарій: збір, аналіз і інтерпретація інформація; аналіз (інформаційно-аналітичний) і моделювання; діагностика (цифрові платформи); розрахунки (із застосуванням криптовалют і технології, а також програми електронних розрахунків і платежів); розробки, в тому числі експериментальні (на основі аналогового і цифрового інжинірингу та кіберфізичної системи – інтернет речей); навчання, в т.ч. онлайн і дистанційна освіта; документування, в т.ч. бази великих даних (Big Data); інформування (ІКТ і ІІТ); ділові переговори, консалтинг та ін.
20.	Функції (ролі) консультанта в компанії, яка надає інтелектуальні послуги	Ринки інтелектуальних послуг, на яких використовуються переважно функції консультантів (як внутрішніх, так і зовнішніх): бізнес-аналітик, діагностик, експерт, аудитор, маркетолог, логіст, розробник, тренер, медіатор, ідеолог, в сфері аутсорсингу і т.д.
21.	Тип відносин між «Замовником» і «Споживачем» інтелектуальних послуг	Ринки інтелектуальних послуг, на яких використовуються переважно такі типи відносин між «Замовником» і «Споживачем»: рекомендації по конкретних змін; нові ціннісні орієнтації; вирішення стратегічних і поточних (операційних) проблем; нові методи спільного вирішення проблем та запобігання ризикам виконання інтелектуальної діяльності
22.	Співвідношення і зміст елементів інноваційної інфраструктури	Ринки інтелектуальних послуг, на яких спостерігаються переважно такі типи інноваційної інфраструктури: дуже розвинена інноваційна інфраструктура на макро-, мезо- і мікрорівнях; розвинена інноваційна інфраструктура на рівнях країни та її регіонів; слабка інноваційна інфраструктура
23.	Види вироблених ефектів	Ринки інтелектуальних послуг, на яких виробляються переважно такі типи ефектів: науково-технічний; економічний; політичний; інформаційно-психологічний; «проривний» як сукупність кількох типів ефектів

Джерело: уточнено та доопрацьовано за [2, с. 7].



Рис. 3. Фактори конкурентоспроможності компаній на РІП



тання трудової активності громадян – не тільки власників бізнесу, а й для найманих працівників. Стимулююча функція: в узагальненому вигляді ринок стимулює розвиток НТП в суспільстві, бо спонукає виробників і продавців товарів і послуг формувати у консумента нові потреби і пропонує йому нові товари і послуги.

**Висновки.** В умовах цифрової трансформації бізнесу і економіки ринок інтелектуальних високопрофесійних і високотехнологічних послуг – це особливий сектор національної економіки, який виробляє знання і управляє ними; збільшує частку вартості знань в національному продукті; є однією з рушійних сил

інформаційно-інноваційного розвитку суспільства. Загалом цифрова трансформація – це наступний за цифровізацією етап розвитку цифрової економіки, на якому у сфері послуг відбувається трансформація бізнес- та операційних моделей суб'єктів РІП на основі інформаційно-інноваційних технологій, що дозволяють у рамках РІП не просто оптимізувати ефективність і збільшувати якість високопрофесійних послуг, а утворити принципово нові ланцюжки створення цінності і випускати унікальні інноваційні інтелектуальні комплексні продукти з переважанням «послужових властивостей».

#### Список використаних джерел:

1. Гохберг Л.М. и др. Мониторинг сектора высокоинтеллектуальных услуг: разработка и пилотная апробация методики и инструментария, проведение аналитических исследований. 2007. URL: [http://www.hse.ru/org/hse/siense/intl?\\_pzv=1](http://www.hse.ru/org/hse/siense/intl?_pzv=1) (дата звернення: 19.01.2021).
2. Шапошников В.А. Рынок интеллектуальных услуг: сущность и диалектика формирования. *Практический маркетинг*. 2010. № 12 (166). С. 3–12.
3. Курячая Е. Отделение дочерней компании от материнской–spin-off. 2008. URL: [www.business.ua](http://www.business.ua) (дата звернення: 19.01.2021).
4. Казарина Л.А., Батаева М.В. Услуги оказываемые научным организациям как особый вид рыночных услуг. *Практический маркетинг*. 2019. № 02 (264), С. 16–22.
5. Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Анализ рынка искусственного интеллекта: динамика патентирования технологий. *Практический маркетинг*. 2020. № 01 (275), С. 38–44.
6. Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: справочное пособие. Москва: Экономика. 2008. С. 117.
7. Циренчиков В.С. Цифровизация экономики Европы. *Современная Европа*. 2019. № 3. С. 104–113.
8. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики. Вестник международных организаций. 2018. Т. 13. № 2. С. 143–172.
9. Каткова М.А., Титова Ю.С. Цифровая экономика: содержание и тенденции развития. *Известия Саратовского университета. Серия «Экономика. Управление. Право»*. 2019. Т. 19. Вып. 3. С. 257–264, DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019.-19-3-257-264>
10. Днепровская Н.В. Требования к инновационной среде при переходе к цифровой экономике. *Статистика и экономика*. 2018. № 15(6). С. 58–68. DOI: <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2018-6-58-68>
11. Экономическая теория / за ред. А. И. Добрышина, Л.С. Тарасевича, 3-е изд. Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2002. С. 95.
12. Котлер. Ф и др. Основы маркетинга / пер. с англ. К. Вильямс. 2-е изд. Москва, 2007. С. 40.
13. Березин И., Дорошенко М. Богатство России интеллектом прирастать будет. *Маркетинг PRO*. 2007. № 10. С. 8.
14. Черняк Л. Управление знаниями и информационные технологии. *Открытые системы*. 2000. № 10. С. 74–77.

#### References:

1. Gochberg L.M. et al. (2007) Monitoring sektora vysokointellektual'nykh uslug: razrabotka i pilotnaya aprobatsiya metodiki i instrumentariya, provedenie analiticheskikh issledovaniy. [Monitoring of the high-knowledge services sector: development and pilot testing of methods and tools, conducting analytical studies.]. Available at: [http://www.hse.ru/org/hse/siense/intl?\\_pzv=1](http://www.hse.ru/org/hse/siense/intl?_pzv=1) (accessed 19 January 2021).
2. Shaposhnikov V.A. (2010) Rynok intellektual'nykh uslug: sushchnost' i dialektika formirovaniya [The KIBS market: the essence and dialectics of formation]. *Practical marketing*. vol. 12, no. 166, pp. 3–12.
3. Kuryachaya E. (2008) Otdelenie docherney kompanii ot materinskoy–spin-off [Separation of the subsidiary company from the parent company – spin-off]. Available at: [www.business.ua](http://www.business.ua) (accessed 19 January 2021).
4. Kazarina L.A., Bataeva M.V. (2019) Uslugi okazyvaemye nauchnym organizatsiyam kak osobyuy vid rynochnykh uslug [Services provided to scientific organizations as a special type of market services]. *Practical marketing*. vol. 02, no. 264, pp. 16–22.
5. Tokarev B.E., Tokarev R.B. (2020) Analiz rynka iskusstvennogo intellekta: dinamika patentirovaniya tekhnologiy [Analysis of the artificial intelligence market: dynamics of technology patenting]. *Practical marketing*. vol. 01, no. 275, pp. 38–44.
6. Zabrodin A.Y. (2008) Intellektual'nye uslugi v biznese [Intelligent services in business]. Moscow: Economics. pp. 117.
7. Tsirenschikov V.S. (2019) Tsifrovizatsiya ekonomiki Evropy [Digitalization of the European economy]. *Modern Europe*. vol. 3, pp. 104–113.
8. Bukh R., Heeks R. (2018) Opredelenie, kontsepsiya i izmerenye zifrovoy ekonomiki [Definition, concept and measurement of the digital economy]. *Vestnik mejdnarodnykh organisatsiy*, vol. 13, no. 2, pp. 143–172.
9. Katkova M.A., Titova Y.S. (2019) Tsifrovaya ekonomika: sodержanie i tendentsii razvitiya [Digital economy: content and development trends]. *Saratov University Bulletin*. vol. 3, pp. 257–264.
10. Dneprovskaya N.V. (2018) Trebovaniya k innovatsionnoy srede pri perekhode k tsifrovoy ekonomike [Requirements for an innovative environment in the transition to a digital economy]. *Statistics and economics*. vol. 15, no. 6, pp. 58–68.
11. SPBGUEF (2002) *Ekonomicheskaya teoriya* [Economic theory]. St. Petersburg: SPBGUEF. vol. 3, pp. 95.
12. Kotler. F. et al. (2007) *Osnovy marketinga* [Marketing Basics]. Moscow. vol. 2, pp. 40.
13. Berezin I., Doroshenko M. (2007) Bogatstvo Rossii intellektom prirastat' budet [Russia's wealth in intelligence will grow]. *Marketing PRO*. vol. 10, pp. 8.
14. Chernyak L. (2000) *Upravlenie znaniyami i informatsionnye tekhnologii* [Knowledge management and information technology]. *Open systems*. vol. 10, pp. 74–77.