

*А.А. Колб, аспирант*

*Научный руководитель – Л.Е. Совик, д.э.н., доцент*

*Полесский государственный университет*

Из всех секторов экономики самым динамично развивающимся в современном мире является именно сектор услуг. Во многих развитых странах сфера услуг опережает сферу производства, и не только в части темпов роста, но и по приспособленности к требованиям рынка.

Так, например, в экспорте услуг развитых стран в 2016 году преобладали бизнес–услуги, такие как исследования и разработки, консалтинговые, технические и связанные с торговлей услуги и сборы за интеллектуальную собственность, общая сумма которых составляла около 1 триллиона долларов США, тогда как туристические услуги заняли второе место (700 млрд. долларов США) [1, р.41].

В связи с этим некоторые современные исследователи среди услуг выделяют специальный сектор, называемый четвертичным. В зарубежные исследователи называют данный сектор «knowledge–intensive services», который дословно переводится как «знаниеёмкие услуги». У нас же чаще именуют его сектором интеллектуальных услуг.

Четкого определения интеллектуальной услуги пока не существует, но как правило исследователи отождествляют интеллектуальные услуги с бизнес–услугами, образовательными, консалтинговыми услугами и т.п.

Услуги интеллектуального характера можно идентифицировать по следующим признакам [2, стр.30]:

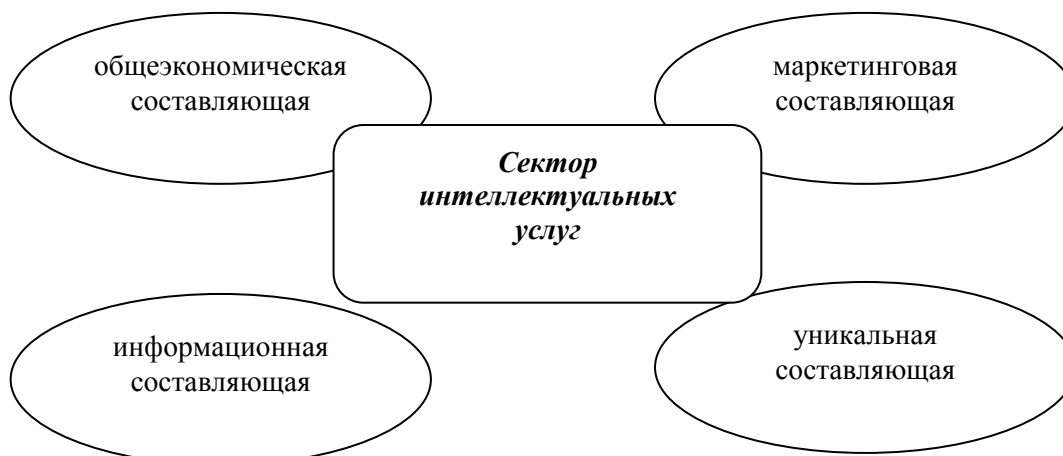
1. Создают качественно новые возможности для рынка, новые конкурентные преимущества, изменяя функциональное содержание и организационную структуру воспроизводственного процесса путем добавления нового знания;

2. Имеют высокую долю добавленной стоимости за счет использования высококвалифицированного труда;

3. Имеют преимущественно индивидуальный характер услуг, но могут встречаться услуги с некоторой долей стандартизации, так сказать со стандартизированным «ядром»;

4. Потребитель данной услуги в определенной степени является и ее сопроизводителем, так как предоставляет производителю услуги один из важнейших ресурсов – информационный.

Интеллектуальные услуги имеют ряд специфических свойств, группировка которых позволяет выделить составляющие данного сектора, что представлено на рисунке.



**Рисунок 1 – Составляющие сектора интеллектуальных услуг**

Источник: разработка автора

Общеэкономическая составляющая включает в себя непроеизводственную сферу, сервисный сектор, производство и потребление. Маркетинговая – право собственности, неосязаемость, вовлеченность потребителей, сложность оценки качества и т.д. К информационной составляющей относятся следующие свойства: неотчуждаемость информации, информатизация и связь, информационная инфраструктура и структура себестоимости. Уникальная составляющая состоит из науко– и интеллектоемкости, персонифицированности труда, культура потребления и др. [2, стр. 31].

При этом возникают некоторые проблемы, обусловленные специфическими свойствами интеллектуальных услуг. Основными вопросами, возникающими при работе с интеллектуальными услугами, являются вопрос о праве собственности и об оценке качества. Так, например, права собственности на данную услугу довольно ограничены. Защита прав интеллектуальной собственности включает в себя патенты на изобретения, товарные знаки, промышленные образцы и полезные модели, но не методы или правила интеллектуальной деятельности.

Еще одной проблемой является сложность оценки качества услуги интеллектуального характера. Из–за разрозненности методик, непостоянства и субъективности оценки затрудняется процесс оценки уровня качества предоставляемой интеллектуальной услуги.

Выделение услуг интеллектуального характера как бизнес–процессов позволит решить данные проблемы следующим образом:

1. Бизнес–процессы, разрабатываемые в рамках услуг интеллектуального характера, будут являться ноу–хау, которые в дальнейшем можно передавать через различные организационные формы оказания услуг.
2. Если каждая разработанная услуга на стадии ее внедрения видится как отдельный бизнес–процесс, то в нем уже есть понятие протяженности по времени, стоимости, результативности и т.д., что делает возможным оценку качества.

Таким образом, представление интеллектуальных услуг в качестве бизнес–процессов позволит разрешить некоторые проблемы, связанные со специфическими свойствами услуг интеллектуального характера. При этом к построению данных бизнес–процессов необходимо подходить продуманно, учитывая все возможные особенности.

#### **Список использованных источников**

1. UNCTAD handbook of statistics, 2017 [Electronic resource] // United Nations Conference on Trade and Development. Mode of access: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1931>. Date of access: 25.03.2018.

2. Попова Е.Д. Определение специфических особенностей интеллектуальных услуг в экономике знаний / Е. Д. Попова // Горизонты новой экономики. Научный вестник ЮИМ. – 2014. – №1 – 28–32 с.