

К вопросу о сущности понятия «интеллектуальные услуги»

Аннотация

Данная статья посвящена новой, но достаточно актуальной в условиях постиндустриального общества теме «интеллектуальные услуги». В статье рассматривается проблема отсутствия общепринятого определения данной отрасли экономики, анализируется непосредственно понятие «интеллектуальный» с разных сторон. Даны определения, которые существуют на данный момент и приведена авторская трактовка интеллектуальных услуг, которая может решить проблему разночтений понимания определения в данной отрасли. Рассматриваются различные мнения исследователей относительно отличительных черт интеллектуальных услуг и, путем их систематизации и дальнейшего анализа, автор выявляет те из них, которые наиболее ярко характеризуют и идентифицируют эту отрасль экономики.

Ключевые слова: интеллектуальные услуги, наукоемкий, креативный.

Abstract

This article focuses on a new, but quite topical issue in a post-industrial society - "knowledge intensive services". The author of this article examines the problem of the lack of universally accepted definition of this sector of the economy, analyses the notion "knowledge intensive" itself with its different sides. She gives the definitions which exist at the moment. There is the author's interpretation of knowledge intensive services, which can solve the problem of ambiguity in understanding of the definition in this industry. In the article the various views of researchers about the distinctive features of knowledge intensive

services are discussed and by their classification and subsequent analysis the author reveals those which most clearly characterize and identify this sector of the economy.

Key words: knowledge intensive services, knowledge intensive, creative.

Ведущим сектором экономики в большинстве развитых стран в условиях постиндустриального развития общества являются услуги. Это относится не только к странам с развитой рыночной экономикой, но и к государствам с экономикой переходного типа, таким как Россия, например. На наш взгляд, учитывая текущий этап развития, наиболее перспективной, и в то же время наиболее молодой и неисследованной, является такая отрасль как интеллектуальные услуги.

В современной науке нет общепринятого определения интеллектуальных услуг, нет единого мнения, какое словосочетание в русском варианте использовать. В настоящее время существует несколько вариантов: интеллектуальные услуги; (Дорошенко М.Е., Рублева Е.А., Забродин А.Ю., Астратова Г.В.), деловые услуги;(Варламова М.А.) интеллектуально-креативные услуги; (Горн А.П.) творческие индустрии.(Зеленцова Е., Гладких Н.)

Прежде чем обратиться к определениям, мы хотели бы вспомнить изначальный термин, который пришел к нам из английского языка: Knowledge-Intensive Services. При переводе получается, что это услуги, «требующие больших знаний» или другими словами «наукоемкие»¹. Хотя мы и считаем, что креативная или творческая составляющая играют в данной отрасли важную роль, но все-таки наименование «интеллектуальные услуги», на наш взгляд, является наиболее корректным (если исходить из англоязычного аналога, и, если говорить о смысловом значении).

¹ <http://multitrans.ru/c/m.exe?&s=Knowledge-Intensive&l1=1&l2=2> – интернет-словарь иностранных языков

Анализируя смысловое значение словосочетания «интеллектуальные услуги», мы бы хотели, прежде всего, остановиться на слове «интеллектуальный», так как услугам как таковым посвящено много исследований, и они, как совокупность, не являются целью нашего исследования.

Если мы обратимся к различным дефинициям слова «интеллект», то получим следующие результаты:

«Интеллект (от лат. *intellectus* — познание, понимание, рассудок), способность мышления, рационального познания, в отличие от таких, напр., душевных способностей, как чувство, воля, интуиция, воображение и т. п. Термин «И.» представляет собой лат. перевод др.-греч. понятия *нус* («ум») и по своему смыслу тождествен ему ...¹

«Интеллект (от лат. *intellectus* — познание, понимание, рассудок), мыслительная способность человека; рассудок, разум (в отличие от чувства, воли, интуиции, воображения и т. п.). абстракции)».²

«Интеллект (от *intellectus* - лат. перевод др.-греч. понятия *νοῦς*; — ум, понимание), общая познавательная способность, которая проявляется в том, как человек воспринимает, понимает, объясняет и прогнозирует происходящее, какие решения он принимает и насколько эффективно он действует (прежде всего в новых, сложных или необычных ситуациях)».³

«Интеллект (от лат. *intellectus* - познание, понимание, рассудок), способность мышления, рационального познания. Лат. перевод др.-греч. понятия *нус* («ум»), тождественный ему по смыслу. Термин «И.» в

¹ Большая Советская Энциклопедия. В 30 томах. Т.10 Ива-Италики/Глав.ред. А.М.Прохоров. – М.: Издательство «Советская Энциклопедия», 1972 – С. - 311

² Большая Энциклопедия: В 62 томах. Т. 19 – М.: ТЕРРА, 2006. – С. - 68

³ Большая Российская энциклопедия: В 30 т. / Председатель Науч.-ред. совета Ю. С. Осипов. Отв. ред. С. Л. Кравец. Т.Н. Излучение плазмы — Исламский фронт спасения. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. – С. - 429

философии и богословии может обозначать способность к образованию понятий, сверхчувственное постижение духовных сущностей и др».¹

Мы видим, что ключевыми словами во всех определениях являются такие слова как: ум, познание, понимание, рассудок, познавательная способность.

Если мы обратимся к прилагательному «интеллектуальный» то, например, словарь Ожегова дает такое определение: «интеллектуальный, -ая, -ое; -лен, -льна. 1. см. интеллект. 2. умственный, духовный; с высоко развитым интеллектом.»², а Толковый словарь Даля: «... -лат . духовный, умственный, разумный, противополо. вещественный. плотской, телесный, чувственный»³. Оксфордский толковый словарь по психологии: «... 1. Имеющий отношение к интеллекту или умственным способностям. 2. Имеющий отношение к тому, у кого имеется устойчивый интерес к идеям, размышлению, творчеству».⁴ Все вышеперечисленное показывает, что наиболее приемлемым, на наш взгляд, вариантом перевода для отрасли Knowledge-Intensive Services на русский язык - это «интеллектуальные услуги», так как именно эта версия определяющего русскоязычного словосочетания наиболее полно передает смысл «наукоемкости» данного вида услуг.

Если говорить об определении «интеллектуальных услуг», то у каждого автора свой подход и нет единого мнения по поводу терминологической и теоретической базы, поэтому мы считаем необходимым систематизировать уже имеющиеся подходы, каждый из которых основывается на своих принципах и определяющих аспектах. Это позволит увидеть картину в целом и перейти к авторской позиции по данному вопросу. Проводя сравнительный анализ, мы будем исходить из предположения, что термины «интеллектуальные услуги»,

¹ Российский энциклопедический словарь: В 2 кн. Кн.1/Гл. ред.: Р 76 А. М. Прохоров. - М.: Большая Российская энциклопедия, 2001. – С. - 581

² <http://slovari.299.ru/word.php?id=11117&sl=oj> – интернет-словарь

³ Там же

⁴ <http://vocabulary.ru/dictionary/30/word/-интернет-словарь>

«деловые услуги» и «творческие индустрии» - синонимы, которые определяют один и тот же сектор – четвертый, хотя и не всегда дают полное представление об его особенностях. Основные признаки будут взяты из работы Рублевой¹, как наиболее подробной по данному вопросу. Для более глубокого анализа мы будем указывать авторскую формулировку признака, если она будет отличаться от формулировки Рублевой. Целью анализа является рассмотрение основных ключевых моментов понятия «интеллектуальные услуги» для выявления наиболее характерных признаков, присущих понятию «интеллектуальные услуги» в частности, и отрасли в целом.

Рублева основывает свою формулировку понятия интеллектуальных услуг на определениях ключевого слова «интеллектуальный». Исходя из определений слова «интеллектуальный» и «интеллект», она дает следующее определение интеллектуальным услугам:

«Интеллектуальные услуги — это вид экономической деятельности в сфере интеллектуального труда, создающий ценность и обеспечивающий определенные преимущества (преодоление неожиданных препятствий, нахождение выхода из нестандартной ситуации, адаптация к сложной, меняющейся, незнакомой среде, и т.п.) для потребителей новых знаний и умений, возникающих в результате осознанных или неосознанных действий в контексте творческого использования, системы познавательных способностей индивида, оказывающего ИУ, и направленных на получателя услуги или его имущество в конкретном месте и в конкретное время».²

Разложив это определение на составляющие, мы видим, что Рублева использует следующие ключевые определения:

- интеллектуальные услуги;
- сфера интеллектуального труда;
- создавать ценность;

¹ Рублева Е.А. Состояние и тенденции развития новых сегментов рынка (на примере юридического консалтинга) Дисс.к.э.н. Екатеринбург.УГСА, 2008. – 283с.

² Там же. – С.- 36

- потребители новых знаний и умений;
- контекст творческого использования;
- конкретное время и место;

М.Е.Дорошенко¹ же анализирует такую часть рынка как B2B. Мотивы у нее следующие: «поскольку наиболее распространенной категорией услуг являются услуги B2B, или деловые услуги, в этой книге мы сосредоточим свое внимание именно на них».² В тоже время замечено, что «...Впрочем, закономерности, выявленные при анализе деловых услуг, чаще всего можно распространить и на интеллектуальные услуги категории B2C, поэтому отдельно рассматривать эти последние мы не будем».³ Дорошенко подробно описывает признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальные услуги, но упущением данной работы, на наш взгляд, является отсутствие определения понятия интеллектуальных услуг как такового. Авторы только упоминают, что интеллектуальные услуги являются новым, так называемым, четвертичным сектором, который относится к экономике будущего.

Что касается Варламовой М.А., то под деловыми услугами она понимает специфическую форму услуг по разработке и реализации решений, которые приводят к повышению эффективности определенных сторон хозяйственной деятельности потребителя (заказчика) В частности, это поддержание, расширение, обновление и развитие бизнеса на инновационной основе В составе услуг автор выделяет деловые услуги, к которым относит аудит, бухгалтерское обслуживание, юридическое обслуживание, управленческое консультирование, инжиниринг, деловую информацию, рекламу и PR, тренинг, рекрутмент, обеспечение информационными технологиями, инвестиционное, обслуживание.⁴

¹ Интеллектуальные услуги в России/ М.Е.Дорошенко(рук.)(и др.); Гос.ун-т – Высш. Шк. Экономики. – М.: Беловодье, 2010. – 112с.

² Там же – С.- 9

³ Там же – С.- 9

⁴ Варламова М.А. Интеллектуальный труд в сфере деловых услуг. Автореф. дисс...к.э.н. Саратов, 2009. – С. – 9-10.

Данный автор оперирует понятием «деловые услуги», т.е. останавливается на секторе B2B, как и предыдущие исследователи, хотя и не употребляет словосочетание «интеллектуальные услуги». Мы можем выделить в ее определении следующие ключевые словосочетания:

- деловые услуги;
- специфическая форма услуг;
- повышение эффективности хозяйственной деятельности потребителя.

Такой автор как Забродин А.Ю. не дает четкой характеристики признакам интеллектуальных услуг, но приводит такое определение: «Интеллектуальные услуги в бизнесе — совокупность мероприятий по диагностике, анализу, оценке предприятий и компаний, проведению НИОКР, инжинирингу, консалтингу, профессиональному образованию, рекрутингу, инноватике, маркетингу, юридической поддержке, издательской деятельности, инфокоммуникационным технологиям, созданию интеллектуальных систем и пр.».¹ Мы видим, что ключевыми словосочетаниями в его определении являются:

- интеллектуальные услуги;
- совокупность мероприятий по диагностике, анализу, оценке;
- проведение мероприятий по НИОКР, инжинирингу, консалтингу, маркетингу и др.

Если рассматривать работу под редакцией Г.В. Астратовой², то авторы монографии так же обращаются ко второй составляющей анализируемого понятия - к слову «интеллектуальный». Они исходят из того, что «...интеллект — это неотъемлемое свойство человека, которое очевиднее всего проявляется ... в легкости научения, способности быстро и легко приобретать новые знания и умения, в преодолении неожиданных препятствий, в способности найти выход из нестандартной ситуации, умении адаптироваться к сложной, меняющейся,

¹ Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: Справ.пособие / А.Ю. Забродин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – С. - 55

² Интеллектуальные услуги в информационном обществе: Научная монография/ Под общей и научной редакцией Г.В. Астратовой и А.А.Копченова. – Челябинск: ЧГАА, 2009.- 212с.

незнакомой среде, в глубине понимания происходящего, в творчестве»¹ и выводят следующую авторскую трактовку категории «интеллектуальные услуги»:

« Это вид экономической деятельности, связанный с процессом производства и приобретения новых знаний, базирующийся на научных исследованиях и связанный с консалтингом как деятельностью по предоставлению заказчику интересующей его актуальной информации и экспериментальными разработками как работой, направленной на производство и/или усовершенствование новых товаров или услуг, внедрение новых процессов и технологий».² Проанализировав определение, получаем следующие ключевые слова:

- интеллектуальные услуги
- процесс производства и приобретения новых знаний
- связь с консалтингом как деятельностью
- актуальная информация
- внедрение новых процессов и технологий

Если исходить из того, что в интеллектуальных услугах есть не только составляющая «знания», но и творческая составляющая, то было бы интересно обратиться к работе А.П. Горна «Развитие рынка интеллектуально-креативных услуг (теория и методология)»³. Он дает следующее определение:

« Интеллектуально-креативные услуги - особый вид общественной деятельности людей, в основе которой преобладает творческий труд (креативная энергия человека) с различной степенью использования овеществленного труда (средств производства) и вспомогательных услуг. Основным источником интеллектуально-творческой энергии, а, следовательно, и главным продуцентом креативных услуг являются интеллектуально-креативные ресурсы. Они, в свою очередь, состоят из основного, т.е. интеллектуального капитала в виде накопленных знаний, навыков, опыта, квалификации и умения личности сотрудников той или

¹ Интеллектуальные услуги в информационном обществе: Научная монография/ Под общей и научной редакцией Г.В. Астратовой и А.А.Копченова. – Челябинск: ЧГАА, 2009.- С.- 34

² Там же.- С.- 50

³ Горн А.П. Развитие рынка интеллектуально-креативных услуг (теория и методология). Дисс.докт.э.н. Самара. СГЭУ, 2009. – 482с.

иной общественной (экономической) структуры и потенциала креативной или созидательной энергии, практически реализуемой в деятельности каждого сотрудника и с помощью которой определяется рыночная стоимость интеллектуального капитала в виде своеобразного оборотного капитала, т.е. креативных услуг».¹ Мы видим, что автор использует следующие ключевые слова:

- интеллектуально-креативные услуги;
- творческий труд;
- интеллектуально-креативные ресурсы;
- интеллектуальный капитал;
- потенциал креативной энергии;
- практическая реализация определяет рыночную стоимость.

И, если говорить о творческой стороне интеллектуальных работ, так же интересно, на наш взгляд, определение авторов Зеленцова Е. и Гладких Н.² Они оперируют понятием «творческие индустрии», но, на наш взгляд, данная категория не противоречит общей тематике исследования, а позволяет более точно раскрыть творческую составляющую интеллектуальных услуг.

Зеленцова Е. и Гладких Н. дают следующее определение: «Творческие индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»³ Анализируя это определение, мы видим следующие ключевые моменты:

- творческие индустрии;
- творческое начало;
- навык и талант;

¹ Горн А.П. Развитие рынка интеллектуально-креативных услуг (теория и методология). Дисс.докт.э.н. Самара. СГЭУ, 2009. – С. -71.

² Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Издательский дом «Классика - XXI», 2010. – 240 с

³ Там же– С. - 68

- потенциал создания добавленной стоимости;
- производство и эксплуатация интеллектуальной собственности.

В начале нашего анализа мы определили, что за основу для сравнения характеристик интеллектуальных услуг, которые дают различные авторы, мы возьмем работу Рублевой. В своей характеристике интеллектуальных услуг она использует подходы К.Лавлока¹ и методологию В.А. Шапошникова². Рублева выделяет по Шапошникову четыре блока свойств, чтобы охарактеризовать интеллектуальные услуги:

- 1) общеэкономическая составляющая;
- 2) маркетинговая составляющая;
- 3) информационная составляющая;
- 4) уникальная составляющая.

Содержание этих блоков автор наполняет, исходя из концептуальных подходов К. Лавлока, в итоге у нее получается характеристика данных четырех блоков, состоящих из 20 свойств, которые описывают основное экономическое содержание интеллектуальных услуг³

Рублева полагает, что первый блок (общеэкономическая составляющая) характеризуется двумя основными положениями: принадлежность услуг ИУ к непроеизводственной сфере и сервисному сектору. Об этом, так или иначе говорят все авторы в своих работах, посвященных интеллектуальным услугам.

Второй блок (маркетинговая составляющая) может быть описан семью основными характеристиками: 1) отсутствие права собственности на приобретенную услугу. В этом пункте с Рублевой соглашается, например, Дорошенко, которая говорит о сопроизводстве интеллектуальных услуг с потребителем; Варламова М.А. же указывает на определенную степень новизны создаваемого

¹ Лаврок К. Маркетинг услуг персонал, технологии, стратегия, 4-е изд. Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005

² Шапошников В.А. Формирование рынка услуг маркетинговых исследований : Дис. канд. экон. наук : Екатеринбург, 2002 - 259 с.

³ Рублева Е.А. Состояние и тенденции развития новых сегментов рынка (на примере юридического консалтинга) Дисс.к.э.н. Екатеринбург.УГСА, 2008. – С.-32-36

полезного эффекта и обусловленность последнего взаимодействием объекта и субъекта деятельности. К ним присоединяется исследователь Астратова Г.В., которая пишет о вовлеченности потребителя в процесс производства услуги.

2) неосязаемость; 3) большая вовлеченность потребителей в процесс производства; 4) неотделимость услуг от производителя и потребителя; 5) непостоянство качества; 6) сложность оценки качества. В этом с Рублевой согласна Астратова Г.В. 7) несохраняемость.

Третий блок (информационная составляющая) характеризуется пятью атрибутами: 1) информационная составляющая услуги ; 2) неотчуждаемость результатов для продавца. В этом пункте с Рублевой согласна Варламова М.А., которая говорит о невозможности отчуждения результатов интеллектуального труда до момента создания конечного продукта. 3) несохраняемость результата для потребителя; 4) воспроизводственная функция; 5) разные каналы распределения. Так же считает и Астратова Г.В.

Четвертый блок (уникальная составляющая) может быть описан следующими шестью основными характеристиками: 1) двойственность функционального содержания, Здесь можно привести работу Горна, который говорит о комплексном характере интеллектуальных услуг 2) интеллектуальные услуги — неотъемлемая составляющая новой культуры потребления. Горн А.П. говорит о ведущей роли в развитии цивилизации, а Зеленцова Е., Гладких Н. о приближении культурных индустрий к центру экономической активности 3) сложность потребительского выбора. Варламова М.А. говорит об этом как о способности к восприятию услуги, так же как и Горн А.П. 4) объективность и субъективность интеллектуальных услуг. Дорошенко М.Е. называет это асимметрией информации в секторе интеллектуальных услуг. 5) науко- и интеллектуалоемкость. Дорошенко и Варламова говорят об индивидуальном характере производства и возросшей зависимости результатов интеллектуального труда от индивидуальных интеллектуальных способностей и особенностей работника, его ценностных

ориентации. 6) высокая себестоимость интеллектуальных услуг. Об этом так или иначе говорят Дорошенко и Горн.

Дополнительные признаки, которые не были указаны у Рублевой, но которые мы бы хотели отметить:

1. Величина и структура добавленной стоимости (Дорошенко М.Е.).
2. Творческий, креативный и внутренне свободный характер (Варламова М.А.).
3. Достаточно специфичная структура труда. (Варламова М.А.).
4. Трудности определения временных рамок процесса (Варламова М.А.).
5. Особая важность временного фактора (Астратова Г.В.).
6. Чрезвычайно обширные общественные зоны (Горн А.П.).
7. Различная степень востребованности креативных услуг. (Горн А.П.).
8. Необходимость повышенного внимания со стороны государства (Горн А.П.).
9. Цена определяется потребительской стоимостью (Горн А.П.).
10. Использование интеллектуального потенциала его не истощает, а развивает.

Если систематизировать вышесказанное, то обращает на себя внимание то, что большинство исследователей, хотя и делают упор каждый на своем, используя каждый свое название для исследуемой отрасли, в ходу у них следующие смысловые единицы:

1. сфера интеллектуального труда с использованием интеллектуальной собственности;
2. контекст творческого использования;
3. потенциал создания добавленной стоимости;
4. потребление новых знаний и умений
5. внедрение новых процессов и технологий

В своих определениях исследователи исходят из признаков, которые, по их мнению, присущи данному виду услуг. Проанализировав все вышесказанное можно составить список наиболее используемых отличительных черт:

1. Принадлежность к непроизводственной сфере и сервисному сектору(7)
2. Большая вовлеченность потребителей в процесс производства(4)
3. Сложность потребительского выбора (способность к восприятию услуги)(3)
4. ИУ - неотъемлемая составляющая новой культуры потребления.(3)
5. Научно- и интеллектуалоемкость (3)
6. Высокая себестоимость ИУ (3)
7. Величина добавленной стоимости (2)
8. Сложность оценки качества (2)
9. Неотчуждаемость результатов от продавца (2)
10. Разные каналы распределения (2)
11. Объективность и субъективность ИУ (2)
12. Двойственность функционального содержания (2)
13. Неотделимость услуг от производителя и потребителя, несохраняемость, несохраняемость результатов для потребителя (1)
14. Творческий, креативный и внутренне свободный характер (1)
15. Использование интеллектуального потенциала его не истощает, а, а развивает (1)

Представленный анализ дает возможность четкого видения имеющихся в современной науке мнениях о том, что характерно для интеллектуальных услуг и какое им можно дать определение. Так как в настоящее время у исследователей не сформировался единый подход ни к формулировкам, ни к смыслу, который вкладывается в эти формулировки, на

наш взгляд, созрела необходимость в составлении более-менее унифицированного варианта, который бы позволил закрыть данный вопрос. Для этого мы бы хотели составить авторский вариант списка основных свойств интеллектуальных услуг. В своей работе мы будем отталкиваться от анализа, как от отправной точки. Далее мы бы хотели предложить свой вариант определения для сферы интеллектуальных услуг. На наш взгляд, в настоящее время созрела необходимость прийти к такому определению данного сектора, который бы отражал всю его многогранность в более-менее лаконичной форме. Проведя анализ уже существующих определений, мы пришли к выводу, что основными определяющими словосочетаниями являются следующие:

1. сфера интеллектуального труда с использованием интеллектуальной собственности;
2. контекст творческого использования; потенциал создания добавленной стоимости;
3. потребление новых знаний и умений;
4. внедрение новых процессов и технологий.

Мы видим, что большинство исследователей согласны с тем, что основа данного сектора – это знания, их использование и потребление, но так же , как и «знаниемкость» в данном секторе важен творческий (креативный) компонент. Результатом является внедрение новых процессов и технологий, что составляет основу добавленной стоимости для данного вида услуг.

На основании вышеизложенного считаем необходимым предложить следующую авторскую трактовку интеллектуальных услуг:

«Интеллектуальные услуги – это часть сервисного сектора, потенциал создания добавленной стоимости которого основывается на использовании интеллектуального и творческого труда, связанный с потреблением новых знаний и умений и внедрением новых процессов и технологий »

Относительно же свойств, то все авторы сходятся во мнении, что интеллектуальные услуги принадлежат к непроеизводственной сфере и сервисному сектору. На наш взгляд, это достаточно очевидно, на что указывает слово «услуги», и данное свойство не является определяющим и характерным именно для интеллектуальных услуг.

Так же мы считаем, что такие свойства как сложность оценки качества, неотчуждаемость результатов от продавца, разные каналы распределения, неотделимость услуг от производителя и потребителя, несохраняемость, несохраняемость результатов для потребителя хоть и характерны для интеллектуальных услуг, но они являются общими определяющими характеристиками услуг в целом. Предметом же нашего исследования являются именно сфера интеллектуальных услуг и мы считаем необходимым выделить те свойства, которые отличают данную сферу от остальных услуг.

Итак, мы считаем, что наиболее определяющими свойствами интеллектуальных услуг являются:

1. Большая вовлеченность потребителей в процесс производства. На наш взгляд, это достаточно характерная черта и формулировка «сопроизводство интеллектуальных услуг с потребителем» наиболее четко передает смысл.
2. Сопроизводство интеллектуальных услуг с потребителем тесно связано с таким свойством как объективность и субъективность интеллектуальных услуг или асимметрией информации в секторе интеллектуальных услуг, так как адекватность передачи информации клиентом производителю услуги и то, как правильно производитель поймет своего клиента и на сколько правильно сможет донести до потребителя возможные варианты решения и само решение его проблемы, напрямую зависит от того на сколько грамотно организован процесс «сопроизводства».

3. Сложность потребительского выбора. Мы считаем, что эта проблема наиболее актуальна именно для интеллектуальных услуг, так как не только производитель услуги должен быть высококвалифицированным специалистом, но и потребитель должен обладать способностью к восприятию услуги. Если потребитель совершенно не разбирается в предмете выбора, то и выбрать ему будет достаточно сложно не только производителя, но и саму услугу как таковую.
4. Научно- и интеллектуалоемкость – это свойство логически вытекает из названия и определения, а значит является одним из ключевых свойств.
5. Такие свойства как высокая себестоимость и величина добавленной стоимости мы бы хотели объединить, так как это две стороны одного процесса – ценообразования, которое так же обладает характерными только для данной отрасли чертами: высокая стоимость труда работников, программного обеспечения или лицензий и патентов на использование интеллектуальной собственности. Это касается и добавленной стоимости, которая формируется не всегда на основании каких-то объективных факторов.
6. Двойственность функционального содержания: информация (собственно продукт интеллектуального труда) и обучение (повышение квалификации клиента в процессе потребления ИУ).
7. Творческий, креативный характер. На наш взгляд, это тоже одна из основных характерных составляющих отрасли, хотя большинство исследователей не выделяют ее как основную. Так как именно творческая составляющая позволяет генерировать из уже имеющихся знаний и умений новые, которые позволяют решить новую или уже существующую проблему. Она так же помогает донести знания (новые или уже имеющиеся) до конечного потребителя.
8. Использование интеллектуального потенциала его не истощает, а способствует развитию интеллектуальных услуг. Это очень важная

отличительная черта, подмеченная Горном и, мы считаем, что она так же является определяющей.

9. Интеллектуальные услуги являются неотъемлемой составляющей новой культуры потребления

Таким образом, проведя анализ научной литературы и мнений исследователей, которые занимаются проблемой определения понятия «интеллектуальные услуги», можно сделать вывод, что на данном этапе не существует единого мнения относительно того, что понимать под «интеллектуальными услугами» и какие характерные черты их определяют. Нами была предпринята попытка решить проблему, систематизировав имеющиеся мнения и проведя анализ наиболее значимых моментов в работах различных исследователей. Это позволило нам выделить наиболее отличительные характеристики, дать свое определение, которое, на наш взгляд, помогает решить проблему определения «интеллектуальные услуги» и его составляющих. К тому же, наше исследование и выводы, с одной стороны, базируются на уже имеющихся мнениях, с другой, стараются учесть все возможные, которые имеют значение именно для отрасли интеллектуальных услуг.

Список использованной литературы:

1. Большая Российская энциклопедия: В 30 т. / Председатель Науч.-ред. совета Ю. С. Осипов. Отв. ред. С. Л. Кравец. Т.Н. Излучение плазмы — Исламский фронт спасения. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. - 767 с
2. Большая Советская Энциклопедия. В 30 томах. Т.10 Ита-Италики/Глав.ред. А.М.Прохоров. — М.: Издательство «Советская Энциклопедия», 1972 — 592с.
3. Большая Энциклопедия: В 62 томах. Т. 19 — М.: ТЕРРА, 2006. — 592 с.

4. Варламова М.А. Интеллектуальный труд в сфере деловых услуг. Автореф. дисс...к.э.н. Саратов, 2009. – 22с.
5. Горн А.П. Развитие рынка интеллектуально-креативных услуг (теория и методология). Дисс.докт.э.н. Самара. СГЭУ, 2009. – 482с.
6. Забродин А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: Справ.пособие / А.Ю. Забродин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – 635 с.
7. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Издательский дом «Классика - XXI», 2010. – 240 с.
8. Интеллектуальные услуги в информационном обществе: Научная монография/ Под общей и научной редакцией Г.В. Астратовой и А.А.Копченова. – Челябинск: ЧГАА, 2009.- 212с.
9. Интеллектуальные услуги в России/ М.Е.Дорошенко(рук.)(и др.); Гос.ун-т – Высш. Шк. Экономики. – М.: Беловодье, 2010. – 112с.
- 10.Лаврок К. Маркетинг услуг персонал, технологии, стратегия, 4-е изд. Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005 – 1008 с.
- 11.Российский энциклопедический словарь: В 2 кн. Кн.1/Гл. ред.: Р 76 А. М. Прохоров.- М.: Большая Российская энциклопедия, 2001- 1023 с
- 12.Рублева Е.А. Состояние и тенденции развития новых сегментов рынка (на примере юридического консалтинга) Дисс.к.э.н. Екатеринбург.УГСА, 2008. – 283с.
- 13.Шапошников В. А. Формирование рынка услуг маркетинговых исследований : Дис. ... канд. экон. наук : Екатеринбург, 2002. - 259 с.
- 14.<http://multitrans.ru> – интернет-словарь иностранных языков
- 15.<http://slovari.299.ru/> - интернет-словарь
- 16.<http://vocabulary.ru/dictionary/> - интернет-словарь

e-mail: marilein@list.ru

