

## ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ

## PARTICULAR QUALITIES OF INTELLECTUAL PROPERTY MARKETING IN UKRAINE

**Богачова А.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,  
Київський національний лінгвістичний університет

**Волощенко А.О.**

студентка,  
Київський національний лінгвістичний університет

**Bogachova Asia**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Management and Marketing,  
Kyiv National Linguistic University

**Voloshchenko Anna**

Student of the Department of Management and Marketing,  
Kyiv National Linguistic University

*У статті розглянуто сутність інтелектуального продукту, його взаємозв'язок з науковими дослідженнями вищої школи, роль інтелектуального бізнесу в розвитку інноваційно нового напрямку сучасної підприємницької діяльності. Виявлено основні властивості інтелектуального бізнесу та особливості маркетингу інтелектуального продукту. Висвітлено фактори обмеження розвитку інтелектуального бізнесу на теренах України. Складено алгоритм створення та просування комерційно привабливого інтелектуального продукту. Досліджено тенденції та перспективи розвитку ринку інтелектуального продукту, визначено проблеми та шляхи їх вирішення. Запропоновано рекомендації щодо розвитку ринку інтелектуального бізнесу в Україні.*

**Ключові слова:** маркетинг, інтелектуальний продукт, інновації, інформаційні технології, комерціалізація, цільовий ринок.

*В статье рассмотрены сущность интеллектуального продукта, его взаимосвязь с научными исследованиями высшей школы, роль интеллектуального бизнеса в развитии инновационно нового направления современной предпринимательской деятельности. Выявлены основные свойства интеллектуального бизнеса и особенности маркетинга интеллектуального продукта. Освещены факторы ограничения развития интеллектуального бизнеса на территории Украины. Составлен алгоритм создания и продвижения коммерчески привлекательного интеллектуального продукта. Исследованы тенденции и перспективы развития рынка интеллектуального продукта, определены проблемы и пути их решения. Предложены рекомендации по развитию рынка интеллектуального бизнеса в Украине.*

**Ключевые слова:** маркетинг, интеллектуальный продукт, инновации, информационные технологии, коммерциализация, целевой рынок.

*The article discusses the essence of the intellectual product, its relationship with scientific research of higher education, the role of the intellectual business in the development of an innovative new direction of modern business. The purpose of the article is to highlight the main theoretical foundations of intellectual business as a specific format of business activity and to justify recommendations for promotion of intellectual product in the current conditions of the functioning of a market economy. At present, in the context of the information revolution and the spread of globalization processes, there is an urgent need to introduce new approaches to the activities of modern enterprises, taking into account the peculiarities of intellectual property and the nuances of intellectual business management. The main properties of the intellectual business and marketing features of the intellectual product are identified. The factors limiting the development of the intellectual business in Ukraine are highlighted. An algorithm for creating and promoting a commercially attractive intellectual product has been compiled. Recommendations on the development*

*of the intellectual product market in Ukraine are proposed. The trends and prospects for the development of the intellectual product market are investigated; problems and ways of their solution are identified. The article uses the principles of analysis, objectivity and logic that imply an impartial analysis of phenomena on the basis of scientific and critical interpretation of various sources, as well as the following methods: systematic, structural-functional and comparative. The empirical basis of the article is based on basic research of foreign and domestic scientists, who have focused their efforts on research into the causes of interest in the role of intellectual business in modern society, the peculiarities of intellectual product and legal regulation of intellectual property relations.*

**Key words:** marketing, intellectual product, innovation, information technology, commercialization, target market.

**Постановка проблеми.** В умовах інформаційної революції та поширення процесів глобалізації сучасна світова економіка дедалі швидше трансформується у принципово нову сферу, а саме економіку знань. Зростання ролі інновацій, новітніх технологій та високоінтелектуальних галузей знань спричинило формування суспільства, заснованого на знаннях (від англ. "knowledge-based society") [5, с. 56], як наслідок, інтелектуалізацію економіки. Така тенденція привела до започаткування так званого інтелектуального бізнесу, в основі якого лежить розумова діяльність, спрямована на створення інтелектуального продукту.

У таких економічних умовах виникає нагальна потреба впровадження нових підходів у діяльність сучасних підприємств з урахуванням особливостей інтелектуальної власності та нюансів управління інтелектуальним бізнесом.

Головною особливістю маркетингу інтелектуального продукту є можливість продажу ідеї без додавання їй складної, капіталомісткої товарної форми, тобто можлива реалізація без великого стартового фінансового капіталу. Капіталом в цьому разі є освіта, досвід, талант.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню комплексу питань щодо основ інтелектуального бізнесу як інноваційно нового напрямку сучасної підприємницької діяльності присвячена низка досліджень зарубіжних вчених, таких як В. Коен, П. Друкер, Т. Сакайя, Ф. Котлер, Л. Едвінсон, М. Хаммер, Т. Хатторі [1; 2]. Зокрема, вони дослідили причини виникнення інтересу до ролі інтелектуального бізнесу у сучасному суспільстві та збільшення частки інтелектуального капіталу в діяльності підприємств у світовому господарстві. Серед вітчизняних дослідників можна виділити І. Падеріна, О. Петіну, М. Паладія, О. Орлюка, П. Макаренко, М. Семикіну, Д. Леощенко, які досліджують, зокрема, особливості вітчизняного ринку інтелектуального продукту та правового регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності [3–7].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Інтелектуальний бізнес є одним з видів сучасної підприємницької діяльності, що функціонує на засадах розроблення певного інтелектуального продукту задля отримання цільового прибутку та розвитку започаткованої справи. Цю нішу можна розглядати дуально: з одного боку, інтелектуальний бізнес

є процесом створення та використання певної інтелектуальної власності з комерційних мотивів, а з іншого боку, він є процесом реалізації ідей розробника інтелектуального продукту [6, с. 74].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у висвітленні основних теоретичних засад інтелектуального бізнесу як специфічного формату бізнес-діяльності та обґрунтуванні рекомендацій щодо просування інтелектуального продукту у сучасних умовах функціонування ринкової економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Результатом діяльності інтелектуального підприємства є специфічний товар, що постає у формі ідеї, рішення, проекту, науково-технічної розробки, патенту, консалтингової послуги чи іншого продукту розумової праці. В результаті такий продукт набуває певної цінності, отримує визнання на цільовому ринку та формує попит на послуги інтелектуального бізнесу.

Основними властивостями інтелектуального продукту як основи функціонування підприємств інтелектуального бізнесу є індивідуальність, гнучкість, автономність, багатofункціональність, реакційна здатність та наявність попиту серед цільових споживачів. Задля створення комерційно привабливого та унікального у своїй сфері інтелектуального продукту підприємству доцільно дотримуватись такого алгоритму [2; 6]:

- 1) аналіз потреб цільового ринку;
- 2) розроблення стратегічних цілей підприємства;
- 3) генерування ідей та пропозицій стосовно виробництва нового товару;
- 4) розроблення моделі нового товару та її перевірка;
- 5) визначення стратегії маркетингу;
- 6) аналіз можливостей виробництва й збуту для реалізації визначеної ідеї;
- 7) пробний маркетинг;
- 8) фінальна реалізація ідеї, впровадження готового продукту на ринок.

Варто відзначити, що нині економічно розвинені країни делегують трудомістку фізичну працю більш слабким країнам, натомість самі спеціалізуються саме на інтелектуальній діяльності. Відповідно, конкуренція у цій сфері є досить слабкою, норма прибутку є значно вищою, а потреба в таких послугах стає дедалі актуальнішою. Нині існує велика кількість підприємств, що надають консалтингові або коу-

чингові послуги, займаються розробленням програмного забезпечення, допомагають аналізувати цільовий ринок задля генерування комерційно вигідних ідей. Тим самим вони піднімають підприємство в конкурентному середовищі на вищий рівень та закріплюють його позиції на ринку. Так, інтелектуальний бізнес сприяє посиленню ролі розумової діяльності та витісненню фізичної праці, залишаючи її лише як технічне обслуговування.

Особливість такого заміщення фізичної праці інтелектуальною діяльністю полягає в тому, що нині саме знання, а не фізична праця, залучаючись у практичну переробку ресурсів, починають виступати специфічним джерелом вартості. Отже, на заміну трудової теорії вартості приходить радикально нова теорія вартості, створена знаннями (від англ. "knowledge-value"). Основоположник цієї теорії Тайчі Сакаїя зауважує, що «ми вступаємо у новий етап цивілізації, на якому рушійною силою є цінності, що створюються знаннями» [1, с. 133]. Внаслідок цього сучасна економіка трансформується у таку, що базується на обміні знаннями, тобто певними інтелектуальними продуктами.

Така специфіка розвитку світового ринку на сучасному етапі спричиняє зосередження уваги на особливостях формування персоналу, задіяному у сфері інтелектуального бізнесу. Основними кваліфікаційними вимогами до такого персоналу прийнято вважати [5]:

- обсяг специфічних знань та здібностей відповідно до спрямованості діяльності підприємства;
- здатність системного мислення;
- наявність навичок особистої майстерності;
- цільову спрямованість діяльності;
- інновативність як здатність оперативно реагувати на найменші зміни ринкового попиту шляхом впровадження вдосконалених технологій виробництва певного інтелектуального продукту.

Потужним поштовхом до розвитку інтелектуального бізнесу у світовому масштабі є залучення в цю сферу молоді. Цей прошарок населення за рахунок своєї активності, швидкої адаптивності, підвищеної мобільності та здатності генерувати інновативні й оригінальні ідеї здатний докорінно змінити не лише діяльність інтелектуального бізнесу, але й світового економічного розвитку загалом [4, с. 429]. Саме за рівнем залучення молоді у сфері державної діяльності визначається інноваційний потенціал всієї країни. Отже, ще одним важливим нюансом щодо підбору потенційного персоналу у сфері інтелектуального бізнесу є увага до залучення молодих кадрів.

Аналіз наукових джерел свідчить про те, що Україна поки ще перебуває на перших кроках впровадження сфери інтелектуального бізнесу. Нині переважно відбувається імпорт необхідних

інформаційних технологій та консультативних послуг підприємствами України. Така ситуація зумовлена низкою причин, які на цьому етапі розвитку держави обмежують розвиток інтелектуального бізнесу на теренах України [3; 6]:

- тривала системна криза суспільства;
- низький рівень витрат на інновації та інтелектуальні продукти;
- нерозвиненість конкурентного середовища;
- недосконалість законодавчої бази у сфері інтелектуального бізнесу;
- обмеженість стимулів до активного формування та реалізації власних ідей;
- переважання витрат на зарубіжні технології;
- недостатнє використання засобів інформаційних технологій;
- відсутність уваги до питань стимулювання молодіжної зайнятості у сфері інтелектуальної діяльності, що веде до інтелектуальних втрат країни внаслідок трудової міграції найбільш активних та освічених представників молоді.

Всі вищезазначені явища у сукупності сповільнюють та обмежують розвиток економіки знань в Україні загалом та сфери інтелектуального бізнесу зокрема.

Формування й розвиток ринку інтелектуального продукту пов'язується з перетворенням індустріальної економічної системи на постіндустріальну економіку й наростанням процесу інформатизації суспільства. При цьому постіндустріальне суспільство визначається як суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов до переважного виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти та підвищення якості життя. Таким чином, можна коротко викласти основні соціально-економічні передумови формування ринку інтелектуального продукту, виділяючи серед них зростання науково-технічного процесу, зростаючу роль особистості, початок створення нової ефективної інституційної системи, зростання інтеграції науки, освіти, виробництва й ринку, що веде до збільшення обсягів та інтенсивності внутрішніх взаємозв'язків, а також появи нової наукової галузі [7, с. 278].

Загалом можна назвати низку проблем, з якими стикається ринок інтелектуального продукту в Україні на сучасному етапі економічних відносин:

- 1) «витік мізків», що пов'язано з низьким фінансуванням наукових досліджень;
- 2) правова невизначеність, що створює ризикові ситуації;
- 3) висока вартість та тривалий період реєстрації заявки на міжнародному рівні;
- 4) низька комерціалізація інтелектуального капіталу;
- 5) піратство.

Для вирішення цих проблем можна запропонувати вжиття низки заходів:

1) визначити порядок користування об'єктами інтелектуальної власності підприємствами та організаціями різних форм власності;

2) полегшити та спростити процедури отримання патентів;

3) створити сприятливі умови для функціонування й розвитку науково-технічних кадрів та запобігання їх відтоку за кордон;

4) збільшити фінансування науки й сприяти залученню інвестицій, як державних, так і приватних, в науку та наукоємне виробництво;

5) розробити систему вітчизняних грантів в галузі найбільш значущих розробок та ноу-хау.

У зв'язку з наявним становищем нагальною є потреба формування рекомендацій щодо розвитку ринку інтелектуального бізнесу в Україні:

– розроблення та реалізація програми розвитку інтелектуального бізнесу;

– забезпечення переходу вищих навчальних закладів на європейські стандарти під-

готовки спеціалістів у сфері інтелектуального бізнесу;

– створення відповідного фонду розвитку інтелектуального бізнесу для залучення інвестицій, підвищення конкурентоспроможності інтелектуальних продуктів та покращення рівня життя населення;

– розроблення спеціальних програм підготовки та мотивування молоді до зайнятості в інтелектуальному бізнесі.

**Висновки.** Таким чином, інтелектуальний бізнес в умовах розвитку сучасної світової економіки є перспективним форматом бізнес-діяльності, що визначає рівень інноваційності країни та вагомо впливає на її конкурентоспроможність на світовому ринку. Процеси інтелектуалізації економіки потребують належної уваги держави до розвитку інтелектуального бізнесу, забезпечення захисту прав інтелектуальної власності та подолання бар'єра у сфері інноваційного розвитку країни загалом.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Sakaiya T. The Knowledge-Value Revolution or a History of the Future. Taichi Sakaiya, 1991. 379 p.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебное пособие / пер. с англ. В.Б. Боброва. Москва, 1996. 698 с.
3. Падерін І. Інтелектуальний бізнес як важливий напрям інноваційного розвитку підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2017. № 1. С. 68–72.
4. Петіна О. Зайнятість молоді у сфері інтелектуального бізнесу. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики*. Харків. 2014. С. 427–430.
5. Писаренко Н. Концепція «суспільства знань». *Водний транспорт*. 2013. № 2. С. 105.
6. Семикіна М., Петіна О. Інтелектуальний бізнес : навчальний посібник. Кіровоград : КНТУ, 2015. 141 с.
7. Леощенко Д. Співіснування двох концепцій права інтелектуальної власності в Україні: філософський аспект проблеми. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2012. № 49. С. 278–284.