

УДК 339.138:330.47

Поклонська Л.С.

*аспірант кафедри економіки організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ПРОДУКЦІЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ»

У статті досліджено структурно-логічну сутність категорії «продукція виробничо-технічного призначення». Дістала подальшого розвитку класифікація продукції виробничо-технічного призначення. Проаналізовано особливості формування та розвитку попиту на цю продукцію.

Ключові слова: продукція виробничо-технічного призначення, промислова продукція, класифікація продукції виробничо-технічного призначення, маркетинг промислової продукції, формування попиту.

Поклонская Л.С. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ПРОДУКЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ»

В статье исследована структурно-логическая сущность категории «продукция производственно-технического назначения». Получила дальнейшее развитие классификация продукции производственно-технического назначения. Проанализированы особенности формирования и развития спроса на эту продукцию.

Ключевые слова: продукция производственно-технического назначения, промышленная продукция, классификация продукции производственно-технического назначения, маркетинг промышленной продукции, формирование спроса.

Poklonska L.S. ECONOMIC CONCEPT OF «MANUFACTURING-TECHNICAL PURPOSES»

Author of this article examines structural-logical entity category «production of manufacturing-technical purpose». Received the further development of the classification of products of production-technical purpose. Analyzed peculiarities of formation and development of the demand for these products.

Keywords: products of production-technical purpose, the industrial goods, the classification of products of production-technical purpose, the marketing of industrial products, formation of demand.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України характеризується становленням ринкових відносин, формуванням підприємств і об'єднань різних форм власності, все зростаючої залежності виробників від споживачів, виникненням високої конкурентності. Створення та подальша зміна ринку промислової продукції супроводжується формуванням збутових структур, що складається з підприємств, діяльність яких спрямована на закупівлю і оптову реалізацію найширшого асортименту продукції виробничо-технічного призначення. Ринок продукції виробничо-технічного призначення має безліч особливостей.

Існують принципи відмінності між продукцією виробничо-технічного призначення і товарами народного споживання, а також послугами, маючи ряд своїх особливостей, пов'язаних зі специфікою товарів промислового призначення і самих учасників ринку. Актуальність цієї статті зумовлена тим, існують розбіжності у розумінні поняття продукції виробничо-технічного призначення та її класифікація.

Аналіз досліджень і публікацій. Значний науковий внесок у дослідження проблематики визначення поняття «продукція виробничо-технічного призначення» та її ролі для підприємства зробили такі вчені: О.У. Юлдашева [1], С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна [2], О. С. Телетова [3], М. А. Борисенко, О. Г. Гронь, В. М. Щетинін [4], А. І. Ковальов [5], А. В. Зозулев [6] Ф. Котлер [7], О.А. Грибанова [8].

Постановка завдання. Метою даної статті є введення семантичного аналізу поняття «продукція виробничо-технічного призначення» та уточнення її класифікації продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. У зв'язку з тим, що промислові підприємства випускають різні види продукції, під цією продукцією різні автори і практики розуміють різноманітні об'єкти.

Визначення продукції виробничо-технічного призначення, яке дає О. У. Юлдашева [1], є таким: про-

дукцією виробничо-технічного призначення є засоби виробництва, що проходять сферу обміну та обігу, а також предмети, що представляють собою суспільну вартість у невиробничій сфері.

На думку С. І. Чеботар та О.С. Телетова [2; 3], продукція виробничо-технічного призначення – це товари, які купують приватні особи або організації для подальшої їх переробки або застосування в бізнесі.

М. А. Борисенко, О. Г. Гронь та В. М. Щетинін [4] визначають, що продукція виробничо-технічного призначення – це товари та послуги, які призначені для забезпечення подальшого виробництва, задоволення комерційних потреб та споживання у процесі надання різного роду послуг суб'єктами господарювання різних форм власності, які оперують на ринку В2В.

А. І. Ковальов [5, с. 44] визначає продукцію виробничо-технічного призначення як товари, або послуги, придбані для підприємства.

Незважаючи на те, що розуміння поняття продукції виробничо-технічного призначення різними вченими відрізняється, можна зробити висновок, що під продукцією виробничо-технічного призначення розуміється готова продукція, що використовується для виробничого споживання.

На промисловому підприємстві при розробці маркетингової стратегії необхідно враховувати те, до яких класів належить продукція, що продається. Номенклатура продукції виробничо-технічного призначення налічує тисячі різних видів і різновидів. Тому вивчення видів продукції виробничо-технічного призначення можливо тільки за умови їх групування [2].

На думку А. В. Зозулева [6], класифікаційними ознаками продукції виробничо-технічного призначення є:

- роль у виробництві;
- вартість;
- швидкість амортизації;

рівень прийняття рішення про покупку.

Основними класифікаційними ознаками продукції виробничо-технічного призначення, за думкою О.У. Юлдашевої [1], є:

походження – продукція чорної металургії, машинобудування, хімічної промисловості, нафтопереробки тощо;

участь у процесі виробництва – сировина, основні і допоміжні матеріали, паливо і електроенергія та ін.; призначення – флюси, дизельне паливо, охолоджуючі рідини, зварювальні електроди тощо.

Крім цього, О.У. Юлдашева [1] продукцію виробничо-технічного призначення класифікує за фізичним станом, формою, розмірами та іншими ознаками.

О.С. Телетов [3] розділяє продукцію виробничо-технічного призначення на:

капітальне обладнання (будинки й споруди, стаціонарні установки);

допоміжне устаткування (рухоме й вантажно-транспортне устаткування, організаційно-технічне устаткування).

капітальне й допоміжне устаткування не стає частиною кінцевої продукції і його форма не змінюється в процесі використання;

сировина, напівфабрикати й деталі, матеріали (товари, які цілком використовуються в процесі виробництва або стають частиною готової продукції). Ці товари набагато дешевші за капітальне обладнання, а швидкість їхнього споживання набагато вища.

Борисенко М. А., Гронь О. Г. та Щетинін В. М. [4] пропонують розділення продукції виробничо-технічного призначення на дві групи:

товари, що витрачаються при використанні (сировина, матеріали, витратні вироби, послуги);

товари, що витрачають свій ресурс (ті, що ремонтуються, ті, що не ремонтуються).

В основі класифікації продукції виробничо-технічного призначення, що пропонує А. І. Ковальов [5, с. 44], можуть використовуватися різноманітні принципи: так, за його основу класифікації може бути рівень переробки продукції, а також область використання або її функціонального призначення в процесі виробництва:

сировина та матеріали;

напівфабрикати;

комплектуючі вузли та деталі;

енергія та енергоносії;

робочі машини та обладнання;

важке обладнання;

основне та допоміжне обладнання;

транспортні засоби;

допоміжні матеріали;

пакувальні матеріали;

допоміжні комплектуючі приналежності готової продукції;

канцелярські товари для офісів;

послуги промислового характеру;

будівлі та стаціонарні споруди;

передавальні пристрої;

земельні ділянки.

Класифікація А. І. Ковальова [5, с. 44] щодо продукції виробничо-технічного призначення в залежності від участі в основних фондах і оборотних коштах дозволяє виявити ще одну класифікацію за мотивами покупки:

власне продукція виробничо-технічного призначення, до якої відносяться основні засоби виробництва, допоміжне обладнання та допоміжні виробничі матеріали; опореседкована продукція виробничо-технічного призначення, до яких відносяться сировина, матері-

али та комплектуючі вироби, які входять до кінцевої продукції.

Ф. Котлер [7, с. 290-293] приводить класифікацію продукції виробничо-технічного призначення з розподілом на три групи:

матеріали та деталі;

капітальне майно;

допоміжні матеріали та послуги.

Виходячи з аналізу наукової літератури щодо критеріїв класифікації продукції виробничо-технічного призначення, найбільш поширеною є така класифікація [1]:

сировина;

матеріали;

напівфабрикати;

комплектуючі вироби;

взаємодоповнюючі деталі;

обладнання;

об'єкти капітального будівництва;

промислові послуги.

Розглянемо, що розуміється під кожним з видів продукції виробничо-технічного призначення.

Сировина – первинні товари для промисловості, які повністю використовуються у виробництві. До сировинних товарів належать: ліс, різні руди, хімічна сировина, промислове паливо, рослинне і тваринну сировину, основні сільськогосподарські продукти. У процесі обробки сировина приводиться у відповідність з встановленими державними, галузевими або корпоративними вимогами.

Матеріали поділяються на основні і допоміжні. Основні матеріали повністю витрачаються в процесі виробництва і одні повністю входять до готового продукту, а інші впливають на виробничий процес своєю присутністю. До основних матеріалів належать: лісоматеріали будматеріали, кабельна продукція, електроізоляційні матеріали, абразивні матеріали, текстильні вироби, продукти хімічної промисловості тощо. Оскільки основні матеріали повністю входять до готової продукції, при їх придбанні для підприємства важливим чинником буде їх вартість. Допоміжні матеріали не входять до складу готового продукту, вони використовуються в процесі виробництва повністю, сприяючи або полегшуючи роботу обладнання. До них належать: паливно-мастильні матеріали, фарби, лаки, мило та миючі засоби, обтиральні матеріали, канцтовари, різні експлуатаційні матеріали [1].

Сировина і матеріали використовуються для виробництва готової продукції.

Напівфабрикати. Другий етап обробки сировини і матеріалів, наступний після первинної. До напівфабрикатів відносять прокатну продукцію, швелер, труби, профільні метали, листове залізо, поковки, штампування, дріт і дротяні вироби, пластмаси, основні хімічні напівфабрикати та інші.

Комплектуючі вироби. Виходячи із спеціалізації підприємств та того, що на одному підприємстві складно здійснити всі стадії від видобутку сировини до створення готової продукції, існує ланцюжок підприємств, що взаємодіють одне з одним, виконують процес виробництва. Відсутність запасу комплектуючих, а також їх накопичення недоцільно для виробника.

Взаємодоповнюючі деталі. Їх використовують на різних етапах виробничого процесу, сприяє його здійсненню. До них відносять болти, скріпки, гвинти, гайки, підшипники та інші.

Обладнання. Розділяють на основне і допоміжне. Придбання обладнання розглядається як капітальне вкладення, які стають частиною основного капі-

талу підприємства. Основне обладнання може бути універсальним, використовується для різних видів робіт зі своєї галузі, триваліший термін амортизації вартості, що зменшує собівартість готової продукції. Спеціалізоване обладнання призначене для виготовлення лише одного виду продукції з певної сировини і заготовок.

Об'єкти капітального будівництва – це споруди та будівлі. На відміну від розрізної продукції об'єкти капітального будівництва – це організована, взаємопов'язана система засобів виробництва, які є складовою частиною технології виробництва.

Промислові послуги. Надаються банками, торгівельними організаціями, страховими компаніями, юридичними фірмами, агентствами з працевлаштування, рекламними агентствами, консалтинговими компаніями. Особливість просування послуг в тому, що встановити якість дуже важко до моменту отримання. Найпоширенішими послугами на промисловому ринку є: технологічні послуги, інформаційно-консультативні послуги, фінансово-розрахункові і кредитні послуги, транспортно-експедиційні послуги, лізингові і прокатні послуги ті інші.

Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення ускладнений її відмінністю від маркетингу готової продукції індивідуального споживання розвитком та особливостями формування попиту на цю продукцію [8].

Перша особливість – детермінуючий характер попиту при підвищенні вимог споживачів до якості продукції виробничо-технічного призначення, які купуються за цільовим призначенням та використовуються для певних видів продукції. Збільшення вимог до продукції виробничо-технічного призначення з боку споживачів викликає залежність і довгостроковість відносин продавця та споживача. Відмова від співпраці з постачальником продукції виробничо-технічного призначення змушує виробників готової продукції вдаватися до альтернативи основним матеріалам, змінювати технологію виробництва, це тривалий та недоцільний процес. Таким чином, особливість попиту на продукцію виробничо-технічного призначення породжує нееластичність попиту, тим більше що постачальників товарів цільового виробничого призначення – невелика кількість.

Друга особливість полягає у «вторинності» впливу попиту на товари виробничого призначення: попит на товари виробничо-технічного призначення виникає не сам по собі, а як наслідок попиту на кінцеву продукцію. Необхідно врахувати дві галузі ринкових відносин: виробництво продукції виробничого-технічного призначення і товарів кінцевого споживання. Тому виробники продукції виробничо-тех-

нічного призначення мають вивчати попит, кінцевих індивідуальних споживачів.

Третя особливість маркетингу продукції виробничо-технічного призначення – це відносно обмежена місткість ринку. Покупцями їх можуть бути або група підприємств з вузькою спеціалізацією, або певна галузь виробництва. Невелика кількість споживачів призводить до переважання інтересів покупців на ринку, що в кінцевому підсумку визначає пропозицію продукції виробничо-технічного призначення.

Четверта особливість – це тенденція до розширення прямих закупівель продукції виробничо-технічного призначення з орієнтацією на конкретні виробничі потреби та індивідуальні замовлення спеціального обладнання [1].

Висновки. Враховуючи накопичений світовий досвід та пропозиції українських вчених та практиків, можна зробити висновок, що продукція виробничо-технічного призначення – це продукт, який знаходиться на виході виробничої системи підприємства. При виробництві продукції виробничо-технічного призначення виробник орієнтується на конкретного кінцевого споживача. Це викликає необхідність встановлення безпосередніх прямих взаємин з покупцем продукції. Від налагодженого процесу формування маркетингової діяльності на промисловому підприємстві, її своєчасного вдосконалення залежить ефективність роботи промислового підприємства в цілому. Викладений матеріал є основою для розроблення методичного забезпечення для формування маркетингової та рекламної стратегії просування продукції виробничо-технічного призначення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг – теория и практика / О.У. Юлдашева : учеб. пособие. – М. : ЮНИТИ, 2003.
2. Чеботар С. І. Маркетинг : навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна. – К. : «Наш час», 2007. – 504 с.
3. Телетов О.С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення / О.С. Телетов : учеб. пособие. – Суми : Вид-во Сумського державного університету, 2002. – 231 с.
4. Борисенко М. А. Промисловий маркетинг / М. А. Борисенко, О. Г. Гронь, В. М. Щетинін : навч. посібник. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 292 с.
5. Ковалев А. И. Промышленный маркетинг : монография / А. И. Ковалев. – ООО «Благовест-В», 2002. – 304 с.
6. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект : учебное пособие / А.В. Зозулев. – Х. : Студцентр, 2005. – 328 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : ИД «Вильямс», 2007. – 656 с.
8. Грибанова О.А. Система продвижения товара как фактор развития машиностроительного производства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2010. – № 1. – С. 39-44.