

УДК 62.002.6.003.1.001.33

Латишев К. О.
Караулова Ю. В.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНА ПРОДУКЦІЯ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

У статті розглянуто економічну сутність поняття «високотехнологічна продукція». Виділено основні риси та ознаки властиві високотехнологічній продукції. Запропоновано класифікацію високотехнологічної продукції з використанням ознак «ступінь наукоємності галузі» та «тип виробництва».

Ключові слова: високі технології, високотехнологічна продукція, наукоємні технології, класифікація.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації економічних процесів на сучасному ринку та поглиблення міжнародного поділу праці підйом високотехнологічного сектору національної економіки, який є платформою інноваційно-орієнтованого розвитку, стає стратегічним пріоритетом України. Такий вектор економічного розвитку країни сприяє становленню та комерціалізації високотехнологічного виробництва, водночас змушуючи подолати сировинний характер національної економіки та провести реструктуризацію промислового виробництва в умовах сучасної світової економіки, що невинно розвивається. Випуск комерційно затребуваної високотехнологічної продукції (ВТП) створює передумови для подальшого сталого розвитку відповідних національних галузей та сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Зважаючи на вищесказане, ВТП привертає увагу науковців, вимагаючи розробки сучасних теоретико-методологічних основ щодо визначення економічної сутності поняття «ВТП» та класифікаційних ознак останньої.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності поняття «високотехнологічна продукція» присвячені праці таких іноземних вчених, як Р. Меца, Р. Маккена, В. Шанкліна, Дж. Райанза та вітчизняних науковців О. Саліхової, Н. Філіпової, І. Журавльової, Д. Турко, Я. Демків.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак у сучасній економічній літературі та законодавчих актах оперують низкою термінів: «наукоємна продукція», «високотехнологічна продукція», «інноваційний продукт», «інтелектуальний продукт», «науково-технічна продукція». Саме цей факт формулює низку принципів питань щодо визначення економічної сутності поняття «ВТП» та систематизації класифікаційних ознак останньої.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення економічної сутності та розробка класифікації ВТП з урахуванням специфіки її ринку.

Виклад основного матеріалу. Термін «високі технології» вперше було застосовано Р. Мецем у 1957 р. щодо атомної енергії для Європи [1, с. 17]. У 1969 р. автор використав цей термін у фінансовому контексті [2, с. 64], а в 1971 р. вперше було використано скорочену форму «high-tech» [3, с. 72].

Пізніше, 1985 р., досліджуючи галузі високих технологій, Р. Маккена стверджує, що вони характеризуються наявністю «складних» товарів, значною конкуренцією, швидкими змінами та невизначеністю споживачів [4, с. 9]. У той же час В. Шанклін та Дж. Райанз виділяють признаки високих технологій: сильний науково-технічний базис; заміщення старих технологій новими; створення або еволюціонування попиту [5, с. 33].

Поняття «високі технології» подано у Законі України «Про державне регулювання діяльності

у сфері трансферу технологій», де зазначено, що високі технології – це технології, які розроблені на основі новітніх наукових знань, за своїм технічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і спроможні забезпечити передові позиції на світовому ринку наукоємної продукції [6]. Водночас у Загальнодержавній комплексній програмі розвитку високих наукоємних технологій це поняття трактується так: «високі наукоємні технології – технології, що створюються на підставі результатів наукових досліджень та науково-технічних розробок, забезпечують виготовлення високотехнологічної продукції, сприяють запровадженню високотехнологічного виробництва на підприємствах базових галузей економіки» [7].

О. Саліхова трактує високі технології як систематизовані передові знання на певний момент часу, спрямовані на випуск продуктів чи створення процесу, які є принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній області світових знань, застосування яких дозволить отримати монопольне положення на міжнародному ринку або покращити конкурентні позиції того хто їх застосує [8, с. 19].

Починаючи з другої половини ХХ ст. локомотивом економічного розвитку є галузі наукоємних і високих технологій, основними відмінними характеристиками яких виступають: використання передових наукових технологій і знань, висока інвестиційна привабливість, високий потенціал зростання і очікувані високі доходи.

Створення передових технологій, виробництво на їх основі товарів та просування останніх на світовий ринок для багатьох країн є стратегічною моделлю економічного розвитку. Так, згідно «Доповіді про хід здійснення регіональних програм», представленої фахівцями Організації Об'єднаних Націй (ООН) з промислового розвитку (UNIDO) в листопаді 2010 р. у Відні, «...протягом останнього десятиріччя у світовому об'ємі доданої вартості обробної промисловості роль високотехнологічних виробництв особливо посилилася» [9, с. 7]. Ця тенденція узгоджується з процесом структурних перетворень у світовій промисловості, в результаті яких частка низькотехнологічної продукції у загальному обсязі доданої вартості обробної промисловості поступово зменшується. Найбільш активно ці тренди проявляються в промислово розвинених країнах, однак вони спостерігаються і в окремих країнах Азії та Тихоокеанського регіону.

Оскільки саме товар виступає результатом діяльності суб'єктів на ринку та є втіленням високих технологій, будучи при цьому предметом конкурентної боротьби, розглянути семантику поняття «ВТП». При цьому не завжди буває ясно значення, в якому використовується той чи інший термін, і назавжди очевидна різниця в сутності цих термінів.

Так, у Законі України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій», під ВТП розуміється «...продукція, виготовлена вітчизняними підприємствами із застосуванням наукоємних технологій, конкурентоспроможна з кращими зразками аналогічної продукції іноземного виробництва» [10]. Це трактування залишає поза увагою такі чинники, як науково-технічні досягнення, інтелектуальні здібності персоналу, складність виробу та ін., наголошуючи лише на спроможності конкурувати з іноземними виробниками.

Згідно із Наказом Міністерства промислової політики України № 80 від 08.02.2008 р. «Про затвердження Методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств», ВТП є продукцією, що є втіленням високих технологій, отриманий у результаті використання високотехнологічних процесів та у складі якого домінує високотехнологічна проміжна продукція [11]. Аналогічної думки дотримується Я. Демків, розглядаючи високотехнологічні підприємства машинобудівної галузі [12, с. 5]. Особливість даного визначення полягає у визнанні ВТП як кінцевого продукту, який не потрапив до класифікації високотехнологічних виробів, але має у складі проміжну ВТП.

На думку Т. Коночкиної, ВТП – це продукція, що випускається підприємством наукоємних галузей, виготовлена з використанням найновіших зразків техніки і технологій, участю висококваліфікованого персоналу, яка втілює сучасні наукові досягнення, провідний досвід та володіє високою соціально-економічною ефективністю [13, с. 9]. Запропоноване визначення містить формальний критерій віднесення продукції до класу високотехнологічної, її основні ознаки та якісні характеристики, що дозволяє чітко його ідентифікувати та відокремити від інших.

Н. Філіпова пропонує розуміти ВТП, як таку, що використовується на певних етапах життєвого циклу за допомогою досягнень високого інтелекту, приділяючи увагу лише фундаментальній складовій (ідеї, розробці, виготовленню, кінцевому втіленню у конкретну річ), не враховуючи прикладний аспект [14, с. 7]. Натомість І. Журавльова пропонує у своєму визначенні поєднати результати прикладних та фундаментальних досліджень, які на її думку, є ознакою складності властивої саме технологічній продукції [15, с. 138].

На думку Д. Турко, ВТП є новий або вдосконалений, конкурентоспроможний на світовому ринку продукт, виробництво якого відбувається на основі впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) із значними затратами висококваліфікованої праці [16, с. 33]. Схожої думки дотримуються Д. Костенко та І. Матюшенко, трактуючи поняття «ВТП», як продукція, яка виготовлена із застосуванням сучасних наукоємних технологій і виробництво якої вимагає великих обсягів НДДКР [17, с. 113]. Розбіжність між визначеннями полягає в тому, що останні вважають одним із визначальних факторів високотехнологічного характеру, належність продукції до певних технологічних укладів.

О. Саліхова при визначенні сутності поняття «ВТП» за основу приймає знання. Так, згідно авторської редакції, «ВТП – це продукція, що є втіленням останніх науково-технічних (інженерних) розробок (принципово нових, які не мають аналогів, або нових у ключових технологічних напрямках), випуск якої забезпечує монополічне положення або зміцнює конкурентні позиції на

міжнародному ринку» [18, с. 87]. Іншої думки дотримується М. Трудова, характеризуючи ВТП як товар, з характерною комбінацією ознак: виготовлений на основі високих технологій, який має, як правило, короткий життєвий цикл і орієнтований на створення нового ринкового попиту [19, с. 33].

Проведений аналіз досліджень розуміння сутності поняття «ВТП», дозволяє сформулювати таке його визначення: ВТП – це складний, унікальний за своїми властивостями кінцевий продукт, у складі якого домінує високотехнологічна проміжна продукція, виробництво якого відбувається з використанням найбільш сучасних науково-технічних досягнень, залученням значних витрат, за участю високоінтелектуального персоналу, спроможний забезпечити конкурентні переваги виробника на світовому ринку.

Таблиця 1

Класифікація ВТП

| Ознаки класифікації | Типи продукції |
|------------------------------------|--|
| 1. За ступенем наукоємності галузі | «Провідні» наукоємні технології (витрати на НДДКР більше 8,5% в загальній вартості продукції) Наукоємні технології «високого рівня» (витрати на НДДКР 3,5-8,5%) |
| 2. За ступенем технологічності | Високотехнологічна Середньотехнологічна високого рівня Середньотехнологічна низького рівня Низькотехнологічна |
| 3. За призначенням | Споживчі товари Продукція виробничого призначення Продукція воєнного призначення |
| 4. За спрямованістю на споживача | Продукція «luxury» Продукція «premium» |
| 5. За типом виробництва | Штучне Дрібносерійне Крупносерійне Масове |
| 6. За тривалістю життєвого циклу | Довготривалого використання Середньотривалого використання Короткострокового використання |
| 7. За відтворювальною структурою | Кінцева Проміжна |
| 8. За рівнем технологічних укладів | Третій технологічний уклад Четвертий технологічний уклад П'ятий технологічний уклад Шостий технологічний уклад Сьомий технологічний уклад |

Дане визначення дозволяє більш предметно розглянути риси, іманентні безпосередньо ВТП. Першою рисою є використання науково-технічних досліджень та розробок. Даній рисі притаманний розподіл виробництва на інтелектуальне та матеріальне. На початковому етапі відбувається створення ідеї, яка поєднує досягнення науково-технічного характеру, втілені в конкретну інновацію. Другий етап являє собою безпосередньо виробництво ВТП. Друга риса – складність та витратність виробництва. Специфіка ВТП обумовлює необхідність залучення багатьох постачальників комплектуючих, які виробляють свої компоненти відповідно до бачення виробника та згідно умов останнього. Третьою рисою є унікальність. Впровадження в процес виробництва інтелектуальної складової в виді науково-технічної новизни обумовлює виникнення нових споживчих властивостей продукту, які ро-

блять його унікальним за своєю природою. Четверта риса – високі експлуатаційні витрати. Висока ступінь наукоємності під час виробництва обумовлює не тільки подальшу унікальність продукту, але і його складність, що призводить до підвищення вимог експлуатаційного утримання продукту. Ця риса спричиняє необхідність кваліфікаційного росту та розвитку, як виробничого персоналу підприємства, так і безпосередньо споживача.

Варто визнати, що ВТП властива неоднорідність в частині задоволення потреб споживачів. Неможливо сформулювати конкурентні переваги відносно абстрактного ВТП. Необхідно позиціонувати товар серед інших, щоб виокремити його характеристики, які повинні бути конкурентоспроможними. Для цього потрібно класифікувати ВТП за їх ознаками.

На сьогоднішній час класифікувати продукти, які мають високотехнологічну основу для їх створення, можна різними способами: за ступенем наукоємності галузі, за призначенням, за спрямованістю споживача, за тривалістю життєвого циклу продукту, за відтворювальною структурою, за типом виробництва та ін. З іншого боку, варто відзначити, що єдиної методології, яка б визначала класифікацію високотехнологічних галузей промисловості, у світі не існує. Оцінка рівня розвитку високотехнологічних секторів економіки базується на виборі методики віднесення галузей до того чи іншого рівня технологічності.

На сьогоднішній час не існує повного, систематизованого дослідження ВТП як об'єкта ринкових

відносин. Існуючі класифікації ВТП частіше за все засновані на використанні двох ознак: ступені наукоємності галузі та типу виробництва. Розробка ефективної системи управління виробництвом та реалізацією ВТП, обґрунтування доцільності застосування тих чи інших підходів та методів неможливі без врахування специфіки ВТП та її ринку. Запропонована класифікація ВТП належить до всього класу останньої та розгортає перелік класифікаційних ознак (табл. 1).

Висновки та пропозиції. Дане дослідження дозволило визначити економічну сутність поняття ВТП під якою розуміється складна, унікальна за своїми властивостями кінцева продукція, у складі якої домінує високотехнологічна проміжна продукція, виробництво якої відбувається з використанням найбільш сучасних науково-технічних досягнень, залученням значних витрат, за участю високоінтелектуального персоналу, спроможна забезпечити конкурентні переваги виробника на світовому ринку. Розроблена класифікація в повній мірі відображає специфіку ВТП та враховує основні ознаки її виробництва: високі та стабільні витрати на НДДКР; відносно швидку зміну не тільки асортименту виробленої продукції, а й методів та технологій її виробництва; високу норму амортизації активної частини основного капіталу; велику кількість високоінтелектуального персоналу, стабільно зайняту дослідженнями та розробками, питома вага якого у загальній чисельності перевищує середньогалузеві значення зайнятих.

Список літератури:

1. Metz R. Atomic Power for Europe // The New York Times. – 1957. – February 4. – P. 17.
2. Metz R. Market Place: Collins Versus The Middle Man // The New York Times. – 1969. – April 24. – P. 64.
3. Metz R. Market Place: So What Made E.D.S. Plunge // The New York Times. – 1971. – November 11. – P. 72.
4. McKenna R. The Regis Touch: Million-Dollar Advice from America's Top Marketing Consultant / R. McKenna // Addison-Wesley: Perseus Books; First Edition. – 1985. – 193 p.
5. Shanklin W.L. Marketing high technology / W.L. Shanklin, J.K. Ryans // New York: Lexington Books. – 1984. – 216 p.
6. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=143-16>. – Назва заголовку з екрана.
7. Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1676-15>. – Назва заголовку з екрана.
8. Саліхова О.Б. Високі технології: проблеми їх інтерпретації, класифікація та квантифікація в Україні / О.Б. Саліхова // Проблеми науки. – 2006. – № 12. – С. 18–24.
9. Доклад о ходе осуществления региональных программ. Вена, ЮНТКАД. – 2010. – 41 с.
10. Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» від 9 квітня 2004 року № 1676 – 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.uazakon.com./documents/date-1h/pg-incqox.htm. – Назва заголовку з екрана.
11. Наказ Міністерства промислової політики України № 80 від 08. 02. 2008 року «Про затвердження Методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.uazakon.com./documents/date_ee/pg-gtwgwd/index.htm. – Назва заголовку з екрана.
12. Демків Я.В. Стратегії виходу машинобудівних підприємств на ринки високотехнологічних товарів: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Ярина Василівна Демків. – Львів, Нац. ун-т «Львівська політехніка». – 2010. – 24 с.
13. Коночкина Т.В. Формирование производственной программы выпуска высокотехнологичной продукции: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Татьяна Викторовна Коночкина. – Челябинск, Южно-Уральский гос. ун-т. – 2009. – 26 с.
14. Філіпова Н.О. Розвиток експортної діяльності високотехнологічних підприємств в умовах загострення конкуренції: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Наталя Олександрівна Філіпова. – Запоріжжя, Класичний приватний ун-т. – 2008. – 23 с.
15. Журавлева И.Ю. Инновация как экономическая категория / И.Ю. Журавлева // Вестник СПбГУ. – 2006. – № 4. – С. 137-141.
16. Турко Д.А. Анализ методических подходов к формированию организационно-экономического механизма принятия решений в высокотехнологичном производстве / Д.А. Турко // «Современная наука. Актуальные проблемы теории и практики». Серия «Экономика и Право». – М.: ООО «Научные технологии». – 2013. – № 1-2. – С. 32-38.
17. Матюшенко І.Ю. Перспективи розвитку торгівлі високотехнологічними товарами у світі та Україні / І.Ю. Матюшенко, Д.М. Костенко // Бізнес Інформ. – 2012. – № 8. – С. 103-114.
18. Саліхова О.Б. Оцінка високотехнологічної виробничої сфери – фундамент для створення дієздатної інноваційної стратегії держави / О.Б. Саліхова // Економіка Промисловості. – 2010. – № 49 (1). – С. 85-96.
19. Трудова М.С. Технологічна спеціалізація країн ЄС в умовах глобальної конкуренції: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 / Марина Євгенівна Трудова. – Дніпропетровськ, Дніпропетровський нац. ун-т ім. Олеся Гончара. – 2013. – 260 с.

Латышев К. А.
Караулова Ю. В.

Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Резюме

В статье рассмотрена экономическая сущность понятия «высокотехнологическая продукция». Выделены основные черты и признаки, свойственные высокотехнологической продукции. Предложена классификация высокотехнологической продукции с использованием признаков «степень наукоемкости отрасли» и «тип производства».

Ключевые слова: высокие технологии, высокотехнологическая продукция, наукоемкие технологии, классификация.

Latyshev K. A.
Karaulova I. V.

Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi National University

HIGH-TECH PRODUCTS: ECONOMIC ESSENCE AND CLASSIFICATION

Summary

The article deals with the economic essence of the concept «high-tech products». The basic features and characteristics typical of high-tech products. The classification of high-tech products using signs «degree of knowledge-based industries» and «type of production».

Keywords: high-tech, high-tech products, high-end technologies, classification.

УДК 338.48.22

Лісун Я. В.

Київський національний університет технологій та дизайну

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ВЗАЄМВІДНОСИН У КОНЦЕПЦІЯХ МАРКЕТИНГУ

Досліджено теоретичні питання сутності взаємовідносин з урахуванням основних концепцій маркетингу. Проведено порівняльний аналіз базових елементів концепцій класичного маркетингу, соціально-етичного маркетингу, маркетингу взаємодії. Визначено головну мету, принципи та інструментарій реалізації взаємовідносин зовнішнього та внутрішнього маркетингу на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: маркетинг, інтерес, комунікації, взаємодія, задоволення інтересів, довгострокові взаємовідносини.

Постановка проблеми. Діяльність сучасних вітчизняних підприємств характеризується концентрацією ресурсів, вертикальною та горизонтальною інтеграцією, збільшенням капіталізації бізнесу, розширенням географії виробництва і реалізації продукції та послуг. Актуальність дослідження формування взаємовідносин у контексті парадигм маркетингу обумовлена зростанням складності зовнішнього середовища, одночасним посиленням конкуренції та активізацією партнерства, розвитком інформаційних технологій та систем управління якістю.

Встановлення та підтримання партнерських відносин між суб'єктами господарювання, відіграє важливу роль, оскільки підвищує ступінь скоординованості діяльності в бізнесі. Висока координація бізнес-діяльності зацікавлених сторін створює додаткові можливості для проникнення на нові ринки, отримання доступу до фінансових, трудових, матеріальних ресурсів, знань, досвіду, капіталу партнера та дозволяє кожному партнеру нарощувати маркетингові можливості та ринковий потенціал на основі синергізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні наукові основи концепції маркетингу взаємовідносин закладені такими класиками еконо-

мічної теорії, як П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок, Я. Гордон, Г. Дітлер, Ф. Котлер, Алдерсон, Л. Беррі, Е. Мак-Гарі [1-7; 23].

Подальший розвиток теоретичних та прикладних аспектів маркетингу взаємовідносин та взаємодії здійснювався представниками різних шкіл маркетингу: скандинавської (К. Гренроос [8], Е. Гаммесон, Х. Хоканссон, Я. Юхансон), німецької (Ш. Вагнер, Х. Мефферт, Л. Штерн), російської (Г.Л. Багієв, Ю.Н. Соловйова [9], Е.П. Голубков, О.А. Третьяк [10] та ін.). Серед російських та вітчизняних вчених, які займаються розробкою цієї проблеми слід виділити роботи Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць, І.О. Зюкова, А.О. Зюкова, Т.А. Коваль, В.П. Яхкід, К.М. Таньков, Т.В. Шталь [11-16].

Концепція внутрішнього маркетингу сформована Л. Беррі [6], Т. Амблер [17], А. Парасураман, К. Гренроос, М. Брун, М. Рафік, П. Ахмед, К. Ловлок, А. Гудмунсон, К. Люнберг та розвинена послідовниками, зокрема О. Юлдашевою, О. Шукіним, О. Драчевою, А. Лібман, М. Лянцевич, Ю. Соловйовою [9], Н. Держак, Н. Мироновою, А. Ліщук, В. Нестеровим, М.П. Сагайдак [18; 19].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Постає необхідність у подальшому теоретичному осмисленні та практичному