и на небе нет покоя...

общая характеристика и структура рынка продукции наукоемких производств промышленных предприятий[1]

Одним из быстроразвивающихся сегментов современного мирового рынка является рынок наукоемкой продукции промышленных предприятий. Его появление – есть результат эволюции технологического развития передовых стран, когда все увеличивающиеся затраты на науку и образование потребовали создания в экономике замкнутого воспроизводственного контура, обеспечивающего отдачу затраченных средств, в том числе на расширение базы исследований и разработок и улучшение системы образования [6, 8].

Ляхович Д.Г.
аспирант кафедры промышленной логистики, Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана

Развитие и рост рынка продукции наукоемких производств промышленных предприятий (ПНП ПП) тесно связаны с глобализацией экономики. Они происходят за счет перераспределения финансовых, производственных, материальных и трудовых ресурсов с других рынков [3]. К специфическим особенностям ПНП ПП можно отнести:

– уникальность (свойства продукции необходимо разъяснять);

– техническую сложность (производство продукции требует затрат квалифицированного научного труда) [3, 6];

– высокую стоимость (выше номинальной) заменяемого аналога, но меньшую на единицу полезного эффекта [7].

К существенным признакам ПНП ПП, влияющим на формирование рыночных процессов, можно также отнести

– неустойчивость спроса;

– динамичную конкурентоспособность;

– чувствительность к научно-техническому прогрессу;

---

[1] «Российское предпринимательство». – 2007. – №1

– специфическое ценообразование;
– зависимость от инновационного потенциала потребителя;
– наличие разных степеней завершенности.

Характерной особенностью любой ПНП ПП является ее поэтапное развитие в течение жизненного цикла: в рамках каждой стадии происходит непрерывное улучшение потребительских свойств благодаря появлению новых знаний и потребностей.

Основными отличительными и характерными признаками формирования рынка ПНП ПП являются [3]:
– передовые наука и научные школы по всем главным направлениям фундаментальных и прикладных исследований;
– эффективная система защиты прав интеллектуальной собственности и распространения нововведений;
– государственная значимость ряда отраслей прикладных наук для укрепления обороноспособности и технологической независимости страны;
– высокая динамичность производства, проявляющаяся в постоянном обновлении его элементов (объектов исследований, разработок и производства, технологий, схемных и конструктивных решений, информационных потоков и т.д.), в изменении количественных и качественных показателей, совершенствовании научно-производственной структуры и системы управления;
– высокая доля экспериментального и опытного производства в структуре производственного аппарата экономики;
– большие удельные затраты на научно-исследовательские и проектно-конструкторские работы в структуре производства;
– длительный полный жизненный цикл многих видов продукции;
– ключевая роль государственной поддержки (прежде всего финансовой и налоговой) инновационных проектов и производств на начальном этапе их становления;
– наличие высококвалифицированного научного, инженерно-технического и производс-

характерной особенностью любой ПНП ПП является ее поэтапное развитие в течение жизненного цикла

на рынке ПНП ПП действует большое количество субъектов, преследующих свои собственные, иногда противоречивые интересы

твенного персонала, абсолютно преобладающего в общей численности занятых.

К рыночным особенностям ПНП ПП можно отнести:

– малую эластичность (ценовая политика оказывает ограниченное влияние на объем сбыта);

– отсутствие прямых конкурентов на начальной стадии этапа реализации (квазимонополия на интеллектуальную собственность);

– рынок ПНП ПП достаточно «узкий» (небольшое количество покупателей, причем все покупатели – профессионалы);

– спрос на ПНП ПП в итоге зависит от спроса на конечные товары и подвержен резким колебаниям.

На решение о покупке ПНП ПП оказывают влияние такие факторы, как: технические характеристики продукции; сроки и условия поставки; условия техобслуживания, оплаты; выбор «приемлемых» поставщиков и т.д. [4, 5].

На рынке ПНП ПП действует большое количество субъектов, преследующих свои собственные, иногда противоречивые интересы, которые отражают их коммерческую, социальную и общественную роли.

На *рис. 1* представлена схема взаимодействия участников рынка продукции наукоемких производств.

Первую группу участников рынка ПНП ПП составляют ее потребители, представляющие с позиции производителей ПНП их целевые группы, которые формируют совокуп-

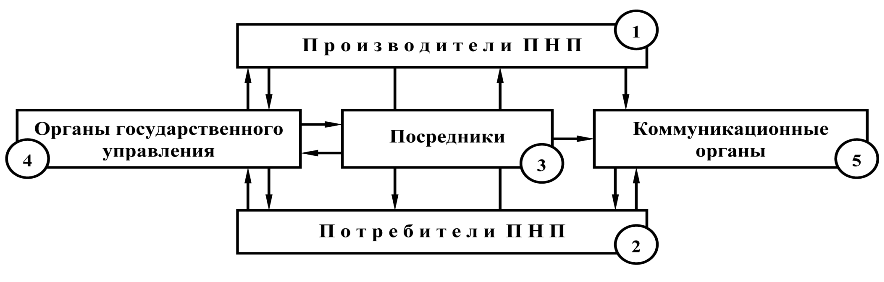

Рис. 1. Схема взаимодействия участников рынка продукции наукоемких производств

ный спрос на рынке, его объем и структуру. По тому, какие интересы преследуют потребители ПНП, их можно разделить на два сегмента: предприятия и организации (как частные, так и государственные), преследующие интересы отдельных социальных групп, которые они представляют, и государственные органы, выражающие общественные потребности [5].

Вторую группу участников рынка составляют производители ПНП – государственные и негосударственные предприятия и организации, осуществляющие формирование предложения, производство и продвижение ПНП и сопутствующих ей услуг на рынке. В зависимости от форм собственности, стратегических установок и рыночной ориентации их маркетинговые усилия могут быть направлены на какой-то один из двух выделенных сегментов или на рынок в целом. От того, кто является основным потребителем ПНП, существенно зависит и вся организация процесса маркетинга, включая формирование стратегии и управление. Следует отметить, что производители ПНП могут одновременно являться и ее потребителями.

Роль посредников на рынке ПНП ПП могут выполнять дистрибьюторские организации различных форм собственности, специальные госорганизации, инжиниринговые и консалтинговые компании, банки и т.д. [5] В функции посредников, кроме непосредственного распространения или поддержки в организации процесса сбыта ПНП ПП, входят: консультирование; сбор, хранение, анализ и использование информации о существующих научно-исследовательских работах, заказах на их проведение; осуществление финансовой поддержки.

Органы государственного управления выполняют на рынке ПНП ПП такие основные функции, как обеспечение:
- финансирования;
- организации и контроля государственных программ поддержки и развития наукоемких производств;
- защиты потребителей ПНП от монополизма и недобросовестности ее производителей,
- лицензирования, патентования и др.

от того, кто является основным потребителем ПНП, существенно зависит и вся организация процесса маркетинга, включая формирование стратегии и управление

Следует отметить, что органы госуправления могут также выступать в роли посредников, вести статистику, проводить масштабные маркетинговые исследования и т.д.

Коммуникационные органы, в состав которых входят выставки, конференции, презентации, средства массовой информации, способствуют формированию общего информационного по-ля на рынке ПНП ПП.

Новые технологии, новая продукция и услуги, в частности ПНП ПП, являются важнейшим средством конкурентной борьбы на рынке. Конкуренцию на рынке ПНП ПП предлагается разделить на следующие виды:

- предметная конкуренция (наличие на рынке идентичных видов ПНП ПП, различающихся, например, качеством изготовления, или даже одинаковые по качеству);
- функциональная конкуренция (одну и ту же потребность можно удовлетворить с помощью различных видов ПНП ПП, поэтому каждое предприятие старается разработать новый, более эффективный способ удовлетворения потребностей; следует отметить, что функциональная конкуренция существует даже тогда, когда предприятию удается разработать уникальную ПНП, т.к. всегда существует какой-то иной способ удовлетворения аналогичной потребности;
- видовая конкуренция (существуют схожие виды ПНП ПП, удовлетворяющие одну и ту же потребность, но отличающиеся величиной отдельных технико-эксплуатационных параметров).

Имеет место также следующая классификация конкуренции на рынке ПНП ПП:

- ценовая, в основе которой лежит стремление руководства предприятия снизить издержки производства своих видов ПНП с тем, чтобы предложить продукцию по более низкой, чем у предприятий-конкурентов, цене, сохраняя при этом норму прибыли [4];
- неценовая, когда на первый план выдвигается более высокое, чем у предприятий-конкурентов, качество ПНП.

Некоторые авторы [1, 2] выделяют понятие «незаконная конкуренция», к методам которой

функциональная конкуренция существует даже тогда, когда предприятию удается разработать уникальную продукцию наукоемких производств

и на небе
нет покоя...

можно отнести: промышленный шпионаж; переманивание специалистов, владеющих производственными и научными секретами; применение к конкуренту методов физического воздействия, направленных на уничтожение его производственно-сбытового и научно-технического потенциала и т.д.

Таким образом, рассмотрев особенности организации рынка наукоемкой продукции промышленных предприятий и представив его в виде модели взаимодействия производителей, потребителей, посредников, органов государственного управления и коммуникационных органов, можно переходить к анализу его отдельных сегментов.

Литература

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: учебник.– М.: Ма-гистр, 1998.
2. Альтшулер И.Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инстру-менты, проблемы, ситуации – М.: Вершина, 2006.
3. Бендиков М.А., Фролов И.Э. Рынки высокотехнологичной продукции: тенденции и пер-спективы развития // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 2. С. 57-71.
4. Варшавский Л.Е. Исследование инвестиционных стратегий фирм на рынках капитало– и наукоемкой продукции (производственные мощности, цены, технологические изменения) – М.: ЦЭМИ РАН, 2003.
5. Высокотехнологичные предприятия в эпоху глобализации / И.В. Иванов, В.В. Баранов, Г.И. Лысак, О.В. Кирсанов. – М. : Альпина Паблишер, 2003.
6. Фролов И.Э. Наукоемкий сектор промышленности РФ: экономико-технологический меха-низм ускоренного развития – М.: МАКС Пресс, 2004.
7. Фролов И.Э. Состояние и тенденции развития наукоемкого сектора промышленности в условиях посткризисного роста российской экономики // Проблемы прогнозирования. 2001. № 6. С. 23-34.
8. Чичерова Е.Ю. Управление развитием наукоемких производств в России. – М.: КноРус, 2004.