

УДК 658.5/.7/.8:005:339.9:004

ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНЕ ПІДПРИЄМСТВО В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Д. С. Майгурова¹, А. Б. Зубкова²

¹ аспірантка кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

² доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, канд. економ. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

dashamaigurova@gmail.com

Вимоги глобальної економіки значною мірою залежать від технічних нововведень. Літературні джерела ще не можуть продемонструвати чіткі досягнення у аналізі поняття високотехнологічного підприємства, характеризуючи дану концепцію як складну та потребує досліджень, особливо в сучасному технологічному світі.

Область застосування високих технологій більше не обмежується комп'ютерами, телекомунікаціями або побутовою електронікою — традиційними високотехнологічними галузями; вона включає в себе широкий спектр галузей у сучасному бізнес середовищі. Американське бюро статистики зайнятості визначає високотехнологічні підприємства як такі, що в порівнянні з традиційними виробничими підприємствами налічують вдвічі більше технічного персоналу і витрачають вдвічі більше коштів на наукові дослідження та розробки [1].

Згідно з Данієлем Хеккером, високотехнологічні компанії займаються розробкою та впровадженням нових продуктів та / або інноваційних виробничих процесів шляхом систематичного застосування наукових і технічних знань [2].

Але також, варто звернути уваги на те, що інноваційна компанія з інноваційними виробничими процесами не завжди може бути високотехнологічною, навпаки, найчастіше високотехнологічне підприємство завжди є інноваційним. Важливо також зазначити, що створення цінності є особливо важливим параметром для ринку високотехнологічної продукції. Це обумовлено тим, що життєвий цикл подібних продуктів короткий і потребує постійного модифікування та пошук нових можливостей покращення для залучення більшої кількості потенційних споживачів. З огляду на вищезгадані особливості, до категорій високотехнологічних індустрій належать підприємства аерокосмічного обладнання та будівництва, комп'ютерних технологій, телекомунікаційних пристроїв, оптичного обладнання, біотехнологічних продуктів, фармацевтична, енергетична та машинобудівна галузі тощо [3].

Однак слід підкреслити, що наданий перелік галузей та функцій високотехнологічних підприємств не має сталої класифікації та визначення, і список високотехнологічних компаній не обмежується вищезгаданим переліком. Наразі відомо лише, що високотехнологічні компанії повинні бути джерелом нових знань, винаходів та інновацій, що додають цінність для споживача. Таким чином, саме поняття високотехнологічних підприємств потребує подальшого дослідження.

Список літератури:

1. *Fermeri D. Marketing and Management in High-Technology Sector: Strategies and Tactics in the Commercial Airplane Industry / Fermeri., 2003. – 381 с.*
2. *Cooper R. Developing a product innovation and technology strategy for your business. / R. Cooper, S. Edgett. // Research Technology Management. – 2010. – №3. – С. 33–40.*
3. *Moriarty R. J. High-Tech Marketing: Concepts, Continuity, and Change. / R. Moriarty, T. Kosnik. // Sloan Management Review. – 1989. – №30. – С. 7–17.*