

10. Уряд схвалив концепцію Державної програми розвитку сільських територій / Урядовий портал [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=243271256.

Annotation. The theoretical aspects of role and function of small enterprise are reflected, grounded influence of small enterprise on rural territories.

Key words: small enterprise, role of small enterprise, agrarian sector.

УДК 332.146.3

Л.М. Шевчук, аспірант КНЕУ
імені Вадима Гетьмана, м. Київ

ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОВЕДЕННЯ

У статті розглянуто необхідність техніко-технологічного оновлення українських підприємств, застосування прогресивних технологій та виділені основні напрями науково-технічного розвитку підприємства.

Ключові слова: технологічний розвиток, техніко-технологічне оновлення, технологічний уклад, інноваційне вдосконалення, прогресивні технології.

Україна порівняно з економічно розвинутими країнами значно відстає за рівнем технологічного розвитку, тому економіка нашої держави потребує реформування, основним завданням якого на сучасному етапі розвитку є забезпечення стійкого виробництва і відновлення економічного зростання. Ефективним способом конкурентної боротьби підприємств є постійне впровадження інноваційних процесів: удосконалення та розробка нових виробів, прогресивні технології, система управління та реалізації, що виводить їх на новий рівень розвитку [4, с.97]. Досить актуальною є проблема техніко-технологічного оновлення виробництва, впровадження новітніх технологій і методів організації виробництва, яка ускладнюється економічною кризою, складним фінансовим станом підприємств.

Багато видатних економістів, таких як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Дж. Міль [8, с.11] приділяли увагу досягненням у сфері нової техніки і технології. Серед сучасних науковців, які займалися питаннями організації та проведення техніко-технологічного оновлення виробництва і активізації інноваційної діяльності підприємств, можна виділити: Александрову А.П., Бажала Ю.М. [1], Василенко В.О. [2], Геєця В.М.,

Ілляшенко С.М. [5], Краснокутську Н.В. [6], Павленко І.А. [7], Фатхут-динова Р.А. [9], Федулову Л.І., Філіпову К.В., Школу І.М.

Метою статті є дослідження технологічних укладів нашої країни та аналіз техніко-технологічної бази виробництва, її оновлення та вдосконалення та їх вплив на рівень розвитку підприємства в цілому.

Виходячи з існуючої сьогодні тенденції розвитку промисловості у світовій економіці, зростає важливість впливу техніко-технологічного оновлення підприємства на процеси інтенсифікації та забезпечення відповідного рівня його конкурентоспроможності. В історії технологічної еволюції склалося п'ять технологічних укладів. Розвиток кожного układu сприяє сходженню цивілізації на новий, вищий рівень, що створює наступність в історичному процесі й значно збільшує економічні можливості суспільства. Сьогодні у світі все помітнішими стають ознаки наступних - шостого і сьомого - технологічних укладів. Цього не можна сказати про наші підприємства. Згідно з даними українських дослідників частка випуску продукції 3-го технологічного układu в Україні складає майже 58%, 4-го - 38%, 5-го - лише 4%. [3, с. 108] Причому 6-ий технологічний уклад, що визначає перспективи високотехнологічного розвитку країн у майбутньому, у нашій країні майже відсутній (менше 0,1%). Інноваційні витрати підприємств складають: у 3-ій уклад - 30%, 4-ий уклад - 60%, 5-ий уклад - 8,6%. У 3-ій уклад спрямовується 83% капіталовкладень, у 4-ий - 10%, 5-ий - трохи більше 5%. Таким чином, підприємства відновлюють те, що існує, а для досягнення успіху підприємства мають інноваційно розвиватися (застосовувати нову техніку, освоювати прогресивні технологічні процеси).

В економіці України спостерігається негативна ситуація, оскільки у промисловості домінує 3-й і 4-й технологічні уклади, водночас, у країнах - світових лідерах технологічного прогресу нині розвиваються: галузі 6-го технологічного układu (біо-технології; аерокосмічна промисловість; нанотехнології; нові матеріали; оптоелектроніка; системи штучного інтелекту) та галузі 5-го технологічного układu (фармацевтична, автомобільна, хімічна, інструментальна промисловість).

В умовах стрімкого поширення процесів ринкової трансформації і економічної інтеграції забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України на національному та міжнародному ринках є можливим тільки при наявності відповідної техніко-технологічної бази виробництва та її постійного оновлення та інноваційного вдосконалення. Оскільки обладнання підприємств є застарілим і недостатньо ефективним, рівень зносу основних засобів у деяких галузях становить 80-90%, це

зумовлює підвищені витрати сировини, енергії і, як наслідок, зростання собівартості продукції.

Сьогодні з розвитком науки і техніки всі технології мають безперервно оновлюватися і розвиватися. І в даний період можна виділити три основні напрямки розвитку сучасних виробничих технологій:

- перехід від дискретних (циклічних) технологій до безперервних (потоківих) виробничих процесів як найефективніших;
- впровадження замкнених (безвідходних) технологічних процесів у складі виробництва, як найбільш економічно нейтральних;
- підвищення наукомісткості високих і нових технологій, як найпріоритетніших у бізнесі. Все це приводить до зміни техніки, основних виробничих фондів.

Тому у ринкових умовах сучасні українські підприємства, які бажають досягти зростання ефективності виробництва, все більше уваги мають приділяти комплексному підвищенню техніко-технологічного рівня виробництва, переходу від окремих заходів до нової обґрунтованої науково-технічної політики.

Сучасними основними напрямками науково-технічного розвитку підприємства мають стати:

- удосконалення технологій, які існували раніше, застосування нового методу виробництва, в основі якого не обов'язково є будь-яке відкриття;
- розробка та застосування нових технологій на основі впровадження новітніх наукових досягнень, енерго- і ресурсозберігаючих технологічних процесів, застосування відновлюваних джерел енергії;
- запровадження нових видів устаткування та інструменту;
- капітальний ремонт і модернізація устаткування;
- механізація ручної праці;
- автоматизація виробництва і процесів управління;
- активне застосування інформаційних технологій, комп'ютеризація виробництва.

Таким чином, техніко-економічний розвиток виробництва відображає процес формування та вдосконалення і оновлення техніко-технологічної бази підприємств, що має бути постійно зорієнтованим на кінцеві результати його виробничо- господарської, комерційної чи іншої діяльності. Техніко-економічний розвиток виступає визначальним та безпосереднім чинником зростання ефективності виробництва - він визначає динамічну основу розвитку підприємства.

Отже, оновлення є процесом раціонального розширення виробництва на новій технічній основі, яке передбачає впровадження досягнень науково-технічного прогресу з максимально можливим використанням існуючого потенціалу підприємства, новітніх технологій та обладнання задля створення конкурентоспроможної інноваційної продукції та технологій виробництва.

Підприємства України та економіка в цілому потребують масштабного техніко-технологічного оновлення, яке може здійснюватися двома шляхами:

- використання конкурентних переваг розвитку, механізмів ринкової конкуренції, підприємницької ініціативи та державної підтримки через бюджетне фінансування, надання безвідсоткових і пільгових кредитів тощо;
- впровадження інновацій залежно від ініціативи підприємницького сектора економіки.

Основною умовою та характеристикою сучасного економічного розвитку підприємств є застосування наукових знань до практичних завдань, або інакше кажучи, практична реалізація національного наукового потенціалу, впровадження досягнень науки і технології в господарський обіг. Відновлення основних фондів, підвищення технологічного рівня виробництва - одна з найважливіших проблем економіки України.

Список використаних джерел

1. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. - К.: Заповіт, 1996.
2. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством. Навч. посіб. - Вид. 2-ге,
3. виправл. і доп. За ред. Василенко В.О. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 400 с.
4. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - №8. - с. 107-115.
5. Єременко І.Ф. Комплексна система управління інноваційними процесами // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - №6. - с.95-99.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навч. посібник. - 2-ге вид., перероб. і доп. - Суми: ВДТ «Університетська книга», 2005. - 324с.
7. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2003.

8. Павленко І.А. Інноваційне підприємництво в трансформаційній економіці України: Монографія. - К.: КНЕУ, 2007. - 248с.

9. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Укр. контекст. - К.: Логос, 2002.

10. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник, 2-е изд., - М.: ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-Синтез», 2000. - 464с.

***Annotation.** In the article a necessity is considered technological update of the Ukrainian enterprises, application of progressive technologies and basic directions of scientific and technical development of enterprise are selected.*

***Key words:** technological development, technological update, technological mode, innovative perfection, progressive technologies.*

УДК: 659.1:621.395.6

Г.В. Янковська, викладач,

Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ОПЕРАТОР СТІЛЬНИКОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

В статті розглянуто трактування поняття «бренд», проаналізовано стан галузі стільникового зв'язку, визначено основні підходи до формування бренду оператор стільникового зв'язку на основі аналізу сукупності маркетингових комунікацій.

***Ключові слова.** Оператор стільникового зв'язку, бренд, маркетингові комунікації.*

Постановка проблеми. На стадії швидкого зростання стільникового ринку принципи маркетингової політики операторів трималися на двох китах - брендингу та тарифоутворення. До брендів і їх просуванню сотовики ставляться з особливим трепетом. При цьому бренди, мабуть, ніде більше так часто не піддаються корекції, причому це стосується як їх візуальної складової, так і в цілому іміджевою.

Операторам доводиться коригувати бренди, щоб відповідати швидко мінливого ринку. По-перше, середньостатистичний користувач мобільного телефону з кожним роком стає молодшою, тому компаніям доводиться хоч якось відповідати цій тенденції в стилістиці та іміджі. По-друге, мобільний телефон стає все більш функціональним, а сервіси в стільникових мережах - все більш різноманітними. І ця технологічність теж враховується при формуванні брендів: якщо ще років п'ять тому оператори при просуванні своїх послуг робили ставку на надійність голосового зв'язку, то зараз куди