

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Корнієнко Г.О., гр. Б-19**

Науковий керівник – асист. **Н.В. Бархагова**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом економічної діяльності, що тісно пов'язана з іншими видами господарювання країни. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності – це суттєвий чинник підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни.

Зовнішньоекономічна діяльність є одним з головних джерел доходів державного бюджету, але сьогодні вона знаходиться на стадії становлення і потребує відповідної підтримки. Вона обтяжена численними проблемами, їх діапазон досить широкий: від недостатнього досвіду суб'єктів до необхідності освоєння сучасних форм конкурентної боротьби на зовнішніх ринках. Характеризуючи зовнішньоекономічну діяльність України, можна визначити, що діяльність вітчизняних підприємств у цій сфері потребує регулювання, законодавчого забезпечення та організаційного оформлення виходу на зовнішній ринок, визначення обсягів експортно-імпорتنних поставок товарів, послуг, валютно-фінансових операцій, моніторингу міжнародного маркетингу.

Державна політика у зовнішньоекономічній сфері має бути націленою на перепрофілювання підприємств, які в основному працюють на сировині, що ввозиться із-за кордону; випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті; зменшення ввезення низькоякісної продукції з-за кордону шляхом встановлення високого імпортного мита, та застосування інших бар'єрів. Важливим завданням для України є пошук перспективних ринків за кордоном і відновлення на новому рівні ринків, які раніше не були пріоритетними для України. В сучасних умовах оптимальним рішенням буде вихід українського підприємства на ринки країн ближнього зарубіжжя. Це можна здійснити шляхом прямого експорту, організації виробництва у цих країнах, формування мережі дистриб'юторів для просування товарів, створення спільних підприємств з уже діючими підприємствами, виробництва за ліцензією, організації мережі просування товарів, придбання діючих підприємств з наявною системою просування та продажу.

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**Кравцова О.М., гр. МЕ-27м**

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **С.В. Тютюнникова**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

За останні роки бурхливий розвиток ресторанного бізнесу в Україні призвів до значного розширення ринку і виникнення величезного попиту на фірми, діяльність яких пов'язана з громадським харчуванням. Починаючи з 2000 року, ресторанним бізнесом стали цікавитися все більше іноземних інвесторів з різних сфер діяльності. Перш за все, це пов'язано з привабливістю даного ринку і реальними можливостями отримання постійного прибутку протягом усього часу існування підприємства. До того ж ресторанний бізнес належить до числа найбільш стабільних, а під час соціальних криз навіть збільшує свою прибутковість.

На даний момент завантаженість ресторанного сегмента, якщо говорити про рівень преміум-класу, не дуже висока. Тут ще не спостерігається активної конкуренції, а тому є ймовірність ефективно вкласти кошти і отримати високі прибутки, якщо грамотно скласти концепцію закладу.

Однак для іноземних інвесторів існує низка ризиків вкладення коштів. Перш за все, це оптимальність вибору місця та відповідність його цільовій аудиторії. Серйозним чинником ризику може стати і неграмотно підібрана команда працівників. Важливий момент у виборі групи управлінців – адекватна мотивація. Краще якщо вони сприймають себе як партнери по бізнесу. Тим більше, не рідкість, що професіонали подібного рівня готові інвестувати свої знання, накопичений досвід, і часто мають у своєму розпорядженні відповідну базу даних. Інші працівники повинні відчувати себе командою, іноді потрібні деякий час і кошти на навчання кадрів, оскільки це формує та буде відображати певний фірмовий знак роботи закладу.

У цілому, якщо розрахувати витрати на організацію ресторану, то вони складуть порядку 1000-1500 дол. США на кв.м. Цей розрахунок вірний для більшості ресторанів, що працюють практично в будь-якому сегменті ресторанного бізнесу (дані для Києва і великих міст). У ряді випадків можна обійтися й меншими витратами, наприклад, якщо підприємство не має власної кухні, а працює на привізних напівфабрикатах.