

## **ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ У ВИРОБНИЦТВО**

**Запаренко Г.В., гр. ТХК-47м, Касабова К.Р., асп.**  
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.Б. Кушнір**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Борошняні кондитерські вироби (БКВ) традиційно вважаються рентабельною продукцією, оскільки попит на неї є стабільно високим. В умовах тотального погіршення здоров'я нації внаслідок нерационального харчування науковцями України проводиться дослідна робота щодо підвищення харчової та біологічної цінності продуктів харчування, зокрема БКВ. На кафедрі технології хліба, кондитерських, макаронних виробів та харчоконцентратів розроблено технологію маффінів підвищеної харчової цінності з додаванням бурякових волокон (БВ) та дієтичної добавки «Шрот зародків пшениці харчовий» (шрот). Зважаючи на високий ступінь конкуренції на ринку БКВ, а також відносно невисокі доходи українців, доцільним є впровадження розроблених виробів у масове виробництво. Економічною основою доказу цього факту є оцінка економічної ефективності

Проблемами оцінки економічної ефективності запровадження інноваційної продукції в діяльність підприємств харчової промисловості займалися багато дослідників, таких як В. Белік, П. Борщевський, Л. Дейнеко, В. Дробот, В. Бурцев, А. Гойко, А. Заїнчковський, Л. Караушенко, В. Комарова, В. Ковальов, Д.Б. Костюков, А. Савчук, А. Пересада, А. Чернова, В. Щербетенко та інші.

Для проведення оцінювання економічної ефективності було визначено прогнозну ціну реалізації маффінів за розробленими технологіями шляхом розрахунку собівартості та відпускної ціни нових виробів порівняно з відпускною ціною на продукт-аналог.

Результати розрахунків показали, що відпускна ціна маффінів підвищеної харчової цінності є вищою на 4,96% з БКВ, зі шротом – на 2,07% порівняно з традиційними, за рахунок заміни борошна на вказані добавки, які є дорожчими. Але оцінка соціальної ефективності показала її значне зростання зважаючи на високі смакові якості, можливість застосування в лікувально-профілактичному харчуванні, підвищення харчової цінності.

З урахуванням ринкових тенденцій щодо формування роздрібної цінової політики підвищення ціни є незначним, тобто впровадження у виробництво даної продукції є економічно перспективним.

## **СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Засскіна О.Л., гр. ТЕ-49**  
Науковий керівник – ст. викл. **Л.М. Смокова**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У ринковій економіці категорія конкурентоспроможності є однією з головних, оскільки в ній концентровано виражаються економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові можливості як окремого суб'єкта господарської діяльності, так і економіки країни.

Як свідчить проведений аналіз, вчені-економісти неоднозначно трактують поняття “конкурентоспроможність підприємства”, і в різноманітті цих підходів проявляється складність та багатоаспектність феномену конкурентоспроможності.

Але, не дивлячись на все різноманіття визначень конкурентоспроможності, усі дослідники збігаються думки в одному, що конкурентоспроможність є характеристикою порівняльною та відносною. Це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена (оцінена) лише в межах групи підприємств, що належать до однієї галузі, або підприємств, що виробляють (реалізують) товари-замінники. Конкурентоспроможність можна виявити лише порівнянням між собою цих підприємств як в масштабі окремого сегмента ринку, так і в масштабі регіону, країни та світового ринку. Таким чином, конкурентоспроможність є поняттям відносним, зміст якого реалізується через співставлення діяльності учасників ринку, при цьому, підприємство в даній групі може бути визнане конкурентоспроможним, а за її межами (у межах регіону, країни або світу) – ні.

Конкурентоспроможність підприємства – поняття чітко визначене у часі, тобто висновок про конкурентоспроможне функціонування підприємства у певний момент часу не означає автоматичну конкурентоспроможність у минулому або майбутньому.

Таким чином, конкурентоспроможність – це комплексна відносна характеристика підприємства чітко визначена у часі, яка проявляється у процесі господарсько-фінансової діяльності і дозволяє підприємству за рахунок використання своїх унікальних властивостей, зберігати або покращувати свої позиції за умов мінливого ринку, у порівнянні із конкурентами.