

Така оцінка повинна містити наступні показники: потребу в капіталовкладеннях як в цілому так і по окремих видах продукції; асортимент конкурентоспроможної продукції, її об'єми та вартість; потреба в засобах на формування попиту та стимулювання пропозиції та інші. Результати дослідження беруть за основу при розробці стратегії підприємства, її технічної, асортиментної та збутової політики.

О.М. Крюкова, канд. екон. наук, доц. (*ХТЕК КНТЕУ, Харків*)

В.М. Ключко, канд. екон. наук, доц. (*ХТЕК КНТЕУ, Харків*)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

У розвинених країнах світу відбувається перехід до постіндустріальної економіки, де головними виробничими ресурсами стають знання та інформація. На думку академіка С.Ю. Глазєва, в другому десятилітті ХХІ століття сформується відтворювальна система нового, шостого, технологічного укладу. Ключові напрями його розвитку: біотехнологія, заснована на досягненнях молекулярної біології і генної інженерії, нанотехнологія, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі та інтегровані високошвидкісні транспортні системи.

Своєчасний розвиток цих ключових напрямів нового технологічного укладу, який буде домінувати в цьому сторіччі, закладає порівняльні конкурентні переваги країни. Секрет будь-якого «економічного дива» полягає у вірному виборі пріоритетів розвитку.

На сьогодні, державне фінансування інноваційної діяльності в Україні пов'язане з розвитком III і IV технологічних укладів. Звідси формується модель економіки, яка за своїми базовими характеристиками не потребує інновацій і не має стимулів для інвестицій в людський капітал.

Нині Україна відзначається низьким рівнем конкурентоспроможності, перебуваючи на першій її стадії – факторній. Про це свідчать місце України за індексом глобальної конкурентоспроможності економіки, так, за даними цього форуму в 2016/2017 році Україна посіла 85 місце серед 138 країн світу, погіршивши свій індекс з попереднім 2015/2016 роком на 6 пунктів, а з 2014/2015 роком – на 9 пунктів. При цьому основними негативними чинниками для ведення бізнесу в Україні визначено, крім корупції,

політичної нестабільності та ін., недостатню здатність до інновацій, погану етику робочої сили та недостатню освіченість працівників.

При аналізі індекса глобальної конкурентоспроможності України виявлено, що значно погіршилися такі його контрольні показники, як «якість освітньої системи» (на 2 пункти), «якість шкіл менеджменту» (на 6 пунктів), «ступінь підготовки персоналу» (на 20 пунктів), «ефективність ринку праці» (на 14 пунктів), «використання талантів» (на 11 пунктів), «здатність країни утримувати таланти» (на 13 пунктів), «відповідність бізнесу сучасним вимогам» (на 7 пунктів), «модернізація виробничих процесів» (на 3 пункти), «якість науково-дослідних інститутів» (на 7 пунктів), «витрати компаній на дослідження і розробки» (на 14 пунктів) та ін.

Все це свідчить про те, що головна складова процесу виробництва в Україні – робоча сила, поки що не може бути досить конкурентоспроможною на ринку праці і тому не може в повній мірі сприяти забезпеченню конкурентоспроможності підприємств навіть на вітчизняному ринку. Адже за даними американських аналітиків, якщо щороку спеціаліст не буде оновлювати 5% теоретичних і 20% практичних професійних знань, то його кваліфікаційний рівень знижується майже на 50%.

Визнаний американський спеціаліст по стратегіях і конкуренції М. Портер висунув теорію національної, державної та місцевої конкурентоспроможності в контексті світової економіки, в якій провідна роль відводиться кластерам, тому що кластери краще, ніж галузі, використовують важливі зв'язки, взаємодоповнюваність галузей, розповсюдження технології, досвіду, інформації, маркетингу, а також усвідомлення потреб споживачів. Він наголошував, що конкурентоспроможність базується або на макроекономічній політиці, або на порівняльних перевагах, забезпечуваних за рахунок таких джерел, як трудові ресурси, природна сировина або капітал.

Тому для підвищення конкурентоспроможності робочої сили на ринку праці державі потрібно збільшити фінансування вищої школи, а й провести справжню реформу всієї ланки освіти в Україні, починаючи зі школи і закінчуючи вищою школою. Тобто конче потрібним в Україні стає питання про конкурентоспроможність, у першу чергу, самої системи освіти взагалі в тому числі професійної освіти.

Для підвищення конкурентоспроможності товару треба аналізувати як фактори зовнішнього, так внутрішнього середовища підприємства. До найважливіших зовнішніх факторів слід віднести стратегію конкурентів та стратегію державного регулювання економіки країни через створення організаційно-економічного механізму.

В Україні організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності продукції національного господарства здійснюється через індикативне планування; грошово-кредитне регулювання; бюджетно-податкове регулювання; комунікаційно-інформаційне регулювання; регулювання інфраструктури ринку; регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності; регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

І.А. Кублінська, асп. (КНТЕУ, Київ)

УПРОВАДЖУВАННЯ НОВИХ ЕКОІНГРЕДІЄНТІВ У ПРОДУКЦІЮ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Рентабельність та конкурентоспроможність підприємств готельно-ресторанного господарства значною мірою залежить від ефективної системи менеджменту, застосування інноваційних маркетингових підходів та впровадження нової продукції на основі натуральної сировини, яка є джерелом біологічно цінних харчових нутрієнтів, має високі смакові та гігієнічні властивості. Адже робота будь-якого закладу готельно-ресторанного господарства базується на принципі закону Парето – 20% постійних відвідувачів здатні забезпечити 80% його прибутку. Тому першочерговим завданням успішного бізнесу в галузі готельно-ресторанної індустрії є постійне оновлення та осучаснення асортименту страв, напоїв й послуг; збагачення традиційних кулінарних виробів та страв новими інгредієнтами, які мають не лише високі смакові властивості, але й володіють лікувальним, профілактичним, загальнозміцнюючим ефектом, а також, і це вагомо, мають натуральне походження. Таким чином «постійного відвідувача» можна стабільно приваблювати новими смаколиками, високим рівнем сервісу та політикою *healthy eating*.

Задовольнити потребу споживачів продукції закладів готельно-ресторанного господарства у нових екоінгредієнтах можливо за допомогою рослинної сировини, а саме порошоків грибів гливи, печериць, рейши, шийтаке, фламуні тощо.

Гриби широко використовуються в традиційному харчуванні як легкі, малокалорійні продукти, які швидко втамовують голод, зменшують вміст натрію в харчовому раціоні, збільшують харчовий раціон вітамінами, клітковиною та мінеральними речовинами, зокрема цинком та селеном, фосфором. Хімічний склад грибів подібний до