

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

тваринних продуктів. У сушених грибах білку більше, ніж у м'ясі, а також багато лецитину (ліпотропна речовина) та глікогену (тваринний крохмаль), вітамінів групи В, РР та жиророзчинних вітамінів. Найціннішими в біологічному аспекті є полісахариди грибів, які мають фармацевтичний ефект, наприклад для імунної регуляції, антирадіації, антизвертання крові, протипухлинний ефект, гіпоглікемічні властивості. Полісахариди, отримані з грибів, лентинан, шизофілан і крестин є визнаними імунотерапевтичними препаратами.

Використання грибів у вигляді порошку є зручним, оскільки це дозволяє використовувати зазначену сировину не залежно від сезону, полегшити її транспортування та зберігання. Грибний порошок можна купувати готовий, який випускається в Україні компаніями «Грибна долина» (Сумська обл.), «Унікраса» (м. Львів), ООО «Гермінал ЛТД» (м. Львів), ЧП «Грибное дело» (м. Харків) тощо, або виготовляти самостійно з свіжих грибів.

Процес отримання порошкоподібного напівфабрикату з грибів описано у численних патентах вітчизняних та закордонних вчених, якими передбачено термічну обробку грибної сировини з попереднім очищенням, миттям, бланшуванням або заморожуванням, сушінням різними способами (при високих температурних режимах, в полі НВЧ, при вимушеній конвекції з нагріванням тощо) та подальшим подрібненням.

Нами отримано грибний порошкоподібний напівфабрикат з печериць, шіітаке та фламуніни, за допомогою процесу сушіння при помірному температурному режимі (+ 35... + 45°C) з комбінуванням режимів «нагрівання» і «конвекція». Цей спосіб виробництва грибного порошку із печериць з додаванням шіітаке та фламуніни забезпечує отримання грибного порошку високої біологічної цінності із тривалим терміном зберігання, який можна використовувати в закладах готельно-ресторанного господарства як напівфабрикат для приготування грибної соусної пасти та соусів грибних з яскраво вираженим смаком та ароматом, а також як пряно-смакову приправу.

Використання грибних порошоків в технології продукції закладів готельно-ресторанного господарства дає можливість ефективно моделювати смакові властивості традиційних страв, закусок, борошняних виробів, салатних заправок, дресингів тощо, збагачувати есенціальними речовинами, посилювати їх ароматичні властивості.

Грибний порошок чудово поєднується з нежирними рибними та м'ясними стравами, а також вареними, припущеними та запеченими стравами з овочів.

Отже, конкурентоспроможність та стабільний розвиток вітчизняних закладів готельно-ресторанного господарства можливі при постійному оновленні підходів до організації харчування населення, впровадженні нових екоінгредієнтів у технологію приготування страв та кулінарних виробів, підтримання стабільної високої якості та безпечної харчової продукції.

**Т.Б. Кушнір**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ФАКТОРА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Сучасні економічні реалії демонструють важливість своєчасного впровадження інновацій у діяльність підприємств. Не зважаючи на те, що багато вчених і практиків вважають торгівлю видом економічної діяльності з надзвичайно низьким рівнем інноваційного потенціалу, проблема активізації інноваційного фактору набуває принципового значення у контексті підвищення конкурентоспроможності. Всі підприємства торгівлі функціонують в умовах жорсткої конкурентної боротьби, тому запорукою підвищення їх конкурентостійкості є зацікавленість в інноваційному розвитку.

Переваги інноваційного фактора у забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємства сьогодні є очевидними, а його вплив на торговельний процес – радикальним і комплексним, таким, що забезпечує досягнення максимального попиту споживачів.

В умовах стрімкого розповсюдження екстернальних інновацій у торговельній сфері, як то поява нових форматів торговельних підприємств, платіжних систем, форм розрахунку, нових методів продажу, підприємства активно втілюють їх у свою діяльність, або винаходять нові, які призводять до підвищення ефективності функціонування, тобто перетворюють на інтернальні, які відбуваються всередині підприємства.

Так, наприклад, інновації у фінансовій сфері демонструють наявність багатой кількості новинок на ринку платіжних систем: банківські переводи, платіжні картки, смарт-картки, інтернет-банкінг, мобільний банкінг, розрахунки в платіжних терміналах торгово-сервісних підприємств, а також в мережі Інтернет, електронні гроші, електронні чеки та ін.

Цей далеко не повний перелік інноваційних продуктів, які використовує переважна більшість українських банків, досить активно