

ринкової вартості підприємства досягається за рахунок ефективного управління витратами, що належать до категорії А. Діапазони рекомендованих значень кумулятивного впливу для категорії А понад 20%, для категорії В – від 5% до 20%, для категорії С – до 5%.

Таким чином, впровадження систем управління витратами підприємств на основі АВС-методу дозволить: забезпечити формування раціональної структури витрат; обґрунтувати доцільність зміни організації процесу виробництва; оптимізувати собівартість продукції за рахунок покращення процесу виробництва; обґрунтовано встановлювати нормативи обсягів та рівнів витрат; досягти зростання ринкової вартості підприємства в довгостроковій перспективі та максимізації прибутковості у короткостроковому періоді.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУШІ-РЕСТОРАНІВ У СВІТІ

Лисюк А.І., гр. Е-28

Науковий керівник – канд. екон. наук. доц. **П.В. Смірнова**
Харківській державний університет харчування та торгівлі

Сьогодні, як ніколи, в багатьох ресторанах усього світу можна побачити такі страви як суши. Та Україна не є винятком, ми спостерігаємо тенденцію збільшення кількості подібних підприємств харчування, тому у нас також є безліч ресторанів з суши в кожному місті України.

Так як суши-індустрія дуже розвинена серед споживачів різного вікового діапазону, існують різні формати подачі: універсальні ресторани, в яких додатковим асортиментом в меню є різноманітні напрями кухонь; класичні ресторани, які будуть базуватись лише на одній кухні; і також доставки, які зараз користуються великим попитом.

За своїм походженням суши вперше з'явилися в Південно-Східній Азії в 4 столітті до нашої ери, тобто саме там існує велика кількість різних закладів з їх національною кухнею і вітчизняним підприємцям слід черпати ідеї розвитку саме звідти.

Широко відомий формат в Азії – це конвеєрний суши-ресторан. Що це таке і чим він приваблює місцеве населення та туристів? Стрічка конвеєра проведе перед вашими очима безліч страв з меню на тарілках певного кольору. Ви самостійно маєте можливість обрати страву за вашим смаком. Система кінцевого розрахунку після споживання обраної вами їжі дуже проста, тарілки використовують як цінники – колір означає певну ціну. Такий ресторан відноситься до

розряду самообслуговування і це означає, що прибуток такого підприємства буде стрімко зростати, порівняно з традиційними ресторанами, тому це буде економічно більш вигідним. Оскільки власникам на такий ресторан потрібно менше персоналу, відсутня необхідність утримання великого приміщення і закупівлі зайвої гарнітури, тому що відвідувачі розміщені по різні боки конвеєра, а всередині кухарі готують в присутності відвідувачів. Подібний заклад з такою оригінальною подачею та оформленням, буде людям в новину, і саме він приваблюватиме усіх охочих.

Такий формат суши-ресторанів ще мало представлений на ринку України, проте він має свою родзинку. На наш погляд, українським підприємцям слід звернути увагу на подібну концепцію суши-ресторанів, яка зробить конкурентоспроможними на ринку ці заклади харчування.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Луценко П.В., гр. Е-28ск

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

Підприємства згідно зі своєю місією та динамічно мінливим зовнішнім середовищем формулює цілі отримання стійких прибутків, конкурентних переваг і виживання в довгостроковій перспективі. Засобами досягнення цілей, тобто стратегіями, у цьому випадку є як інтенсивний розвиток усіх елементів господарської системи підприємства, так і їх інноваційний розвиток. Перший забезпечує нарощування потенціалу та його збереження, другий надає можливість швидко підвищити його рівень, подолати накопичений технологічний розрив, набути нової якості потенціалу.

Склад стратегій інноваційного розвитку підприємства визначається видами ймовірних нововведень: створенням та освоєнням нових продуктів (послуг), технологій, способів організації виробництва, ринків, структури управління. Для організації процесу реалізації цих стратегій формулюються інноваційні цілі (розробка й освоєння випуску нового товару, перехід на нову технологію й ін.). Інноваційна ціль є бажаним результатом діяльності підприємства у виді певного нововведення, що реалізується в обмежені терміни та за обмежених ресурсів і спрямоване на якісний розвиток підприємства. Організація інноваційної діяльності суб'єктів інноваційного процесу передбачає структурування інноваційної цілі за підцілями для