

Таблиця 1 – Характеристика пектинів із бурякової сировини

Назва показника	Пектин		
	Біохімічно підготовлена бурякова сировина	Свіжий буряковий жом	Висушений буряковий жом
Молекулярна маса	58000	30000	19000
Уронідна складова, %	86±0,5	78±0,5	62±0,5
Метоксильна складова, %	6,8±0,2	5,9±0,2	3,2±0,2
Ацетильна складова, %	0,5±0,03	0,75±0,03	1,1±0,03

На підставі проведених досліджень розроблена технологія пектину із коренеплодів цукрового буряка особливостями якої є: засто сування в якості основної сировини коренеплодів цукрового буряка в сирому вигляді; видалення баластних щодо пектину речовин шляхом цілеспрямованого зброджування цукрів, сумісного з процесом екстрагування в умовах максимального збереження пектину; отримання в якості побічного продукту етилового спирту, який в технологічному процесі використовується на подальших стадіях виділення та очищення пектину.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

**Т.С. Пічугіна**, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)  
**Л.І. Безгінова**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

За останні два десятиліття в роздрібній торгівлі відбулися події, які призвели до фундаментальних змін у ній. Це й активізація інтернет-торгівлі, і значення інтернаціоналізації, і зростання Wal-mart, і зростаючий вплив технологій тощо.

Певний негативний вплив на подальший розвиток ритейлу заподіяло сповільнення темпів розвитку світової економіки, яке викликано фінансово-економічною кризою.

Проте, існують і позитивні аспекти для організацій роздрібно́ї торгівлі – продовження падіння цін на сировину, що означає для роздрібних операторів деяке поліпшення показників собівартості, а інфляція цін на роздрібні товари в деяких країнах дозволила поліпшити рентабельність навіть в умовах повільного зростання загального обсягу продажів. Таким чином, у 2010 фінансовому році 250 найбільших у світі операторів роздрібно́ї торгівлі спромоглися зафіксувати зростання обсягів продажів більш ніж на 5% (проти 1,2% у 2009 році). Загальні обсяги продажів ритейлерів досягли 3,94 трильйона доларів США, а чистий прибуток зріс до 3,8%.

У той же час прискорення процесів глобалізації не зупиняє спроби виходу міжнародних торговельних груп на нові ринки, що розвиваються, які залучають їх перспективою більших обертів і прибутків. Це робить позитивним довгостроковий прогноз розвитку роздрібно́ї торгівлі. Продовжує зростати економіка Китаю. Надають нові можливості та передумови для динамічного зростання провідних світових операторів роздрібно́ї торгівлі ринки, що розвиваються (Індія, Бразилія, Туреччина, Індонезія та деякі країни Південної Америки і Африки). Результатом прискорення темпу глобалізації став вихід у 2010 році 40 роздрібних мереж на 88 нових ринків у 57 країнах.

Поряд із традиційними каналами розповсюдження товарів (магазини, каталоги), більшість роздрібних підприємств здійснюють діяльність за допомогою відкриття інтернет-магазинів, центрів телефонного обслуговування, соціальних мереж, цифрових табло, мобільного зв'язку. У той же час кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі, що здійснюють послідовну та ефективну стратегію використання багатьох каналів, є досить невеликою. Сучасні ж умови торгівлі вимагають продовження розробки інноваційних багатоканальних рішень із метою забезпечення доступу до повного асортименту товарів, інформації про покупців і по замовленнях.

Більшість найбільших світових операторів роздрібно́ї торгівлі з TOP-10 (Wall-Mart Stores, Carrefour SA, Tesco plc і т.п.) в Україні не присутні. Не зважаючи на те, що міжнародні гравці планують продовжити розширення своїх мереж, привабливість вітчизняного ринку для них істотно знизилася в порівнянні з докризовим періодом. Питання також виникають щодо умов ведення бізнесу, взаємин з органами влади, митницею, оподаткування та ризиків прямого ведення бізнесу в Україні. Ці чинники є причиною того, що деякі ритейлери воліють не розвивати мережі самостійно, а працюють через франшизи. Одночасно, низька насиченість українського ринку (приблизно 65–70%), велика активність покупців і менш жорстка конкуренція у

порівнянні з розвинутими країнами, залишають питання щодо приходу в Україну міжнародних операторів ритейлу відкритим.

Не зважаючи на меншу консолідацію українського ринку у порівнянні з ринками в розвинених країнах, вітчизняний роздрібний сектор протягом 2010–2011 років продемонстрував динамічне зростання, а середній показник росту обсягів продажів вітчизняних підприємств роздрібною торгівлю удвічі перевищив аналогічні показники світових роздрібних операторів.

Певні корективи в стратегії розвитку вітчизняних роздрібних мереж внесла економічна криза. Сьогодні у зв'язку з обмеженим бюджетом операторів ринку і зменшенням купівельної спроможності населення кількісний розвиток для ритейлерів відійшов на другий план; першочерговими є оптимізація витрат, розвиток власних торгових марок та робота з асортиментом. Головним завданням мереженого роздробу в Україні постає конкурентна боротьба за покупця не лише між самими ритейлерами, але й між ними та виробниками товарів.

У цілому, пріоритетними напрямками розвитку роздрібною торгівлю в Україні сьогодні є: активний розвиток власних торгових марок, продовження експансії великих гравців, розвиток інтернет-торгівлю, зростання популярності дискаунтерів і гіпермаркетів, франчайзинг, зростання консолідації ринку, форматизація роздробу.

## **ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНОЗДАТНИХ М'ЯСОПРОДУКТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ХАРЧОВИХ ДОБАВОК ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА**

**Н.В. Саламанова**, канд. хім. наук (*ТОВ «Агропродукт», Харків*)

**Н.В. Камсуліна**, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Створення нового покоління харчових продуктів, які б відповідали реаліям сьогодення, неможливо в теперішній час без використання харчових домішок. Це вимагає постійно займатися розробками у сфері відкриття нових можливостей використання нових інгредієнтів. Особлива увага у цьому напрямку надається розробці функціональних домішок, що забезпечують отримання комплексного технологічного ефекту та отримання продуктів харчування з задалегідь заданими технологічними, споживчими властивостями та складом.