

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.

Харчовий продукт характеризується п'ятьма органолептичними показниками: зовнішній вигляд, колір, консистенція, запах та смак. Саме за органолептичними показниками сучасний покупець робить свій вибір у бік того чи іншого продукту. Саме на удосконалення цих показників спрямована більшість методів оптимізації технологічних процесів.

Сучасна харчова промисловість стає все більш наукоємкою сферою виробництва. Можливості сучасної харчової промисловості дозволяють задовольняти смаки споживачів, які змінюються згідно зі стилем та ритмом життя у сучасному суспільстві. Нові технології виробництва змінюють особливості виробництва продуктів, розширюють асортимент, однак любі новинки створюються тільки у відповідності з уявами кожної людини о якісній та корисній їжі. Основні фактори, що впливають на оцінку якості продуктів харчування є його колір, смак та аромат, текстура. Надати продукту смак, аромат, колір, скоректувати його або посилити дозволяють барвники, ароматизатори та посилювачі смаку. Для корегування структури широко використовуються різноманітні домішки тваринного та рослинного походження, білкової або вуглеводної природи. Вибір таких інгредієнтів доволі широкий та дозволяє дуже тонко регулювати різні параметри технологічного процесу, а також вимоги до органолептичних показників готових виробів. Ці інгредієнти можуть бути натуральними, ідентичні натуральним або синтетичними.

Під час створення м'ясних продуктів використовується широкий асортимент домішок різного функціонального призначення та природи. Це призводить до спрощення технології та скороченню виробничих циклів, появи принципово нових технологічних та апаратурних рішень. Одним з найбільш ефективних способів забезпечення високої якості м'ясних продуктів є використання багатофункціональних харчових домішок, які дозволяють комплексно діяти на м'ясу сировину.

ТОВ «Агропродукт» є одним з лідерів українського ринку спецій та функціональних домішок для харчової промисловості, який вже багато років займається створенням ексклюзивних пряно-ароматичних сумішей для різних видів харчової промисловості, але найбільша увага приділяється удосконаленню технології м'ясних продуктів. Для виробництва домішок використовується сировина від провідних світових виробників спецій, прямих екстрактів та харчових домішок. Приділяючи основну увагу якості сировини та правильному вибору компонентів для кожної композиції, можливо створити насправді захоплюючі композиції.

На сучасному ринку м'ясопереробної промисловості успіх продукції виробників ковбасних виробів напряму залежить від якості та конкурентноспроможних цін. Ці два фактора напряму залежать від якості сировини, що використовується на виробництві.

З іншого боку збереження і зміцнення здоров'я людей є найважливішим завданням будь якої цивілізованої держави, тому сьогодні виробники харчових продуктів все більше уваги приділяють розробці не тільки смачних, але і корисних продуктів.

Можливими шляхами вирішення цих завдань можуть бути:

- заміна інгредієнтів тваринного походження на рослинні;
- введення в рецептуру продукту дієтичних волокон або клітковини;
- збагачення продуктів харчування вітамінами та мікроелементами.

Зважаючи на вимоги сьогодення колектив технологів ТОВ «Агропродукт» у співробітництві з кафедрою технології м'яса ХДУХТ займається постійним пошуком шляхів удосконалення рецептурного складу м'ясних продуктів у рамках написання магістерських робіт, госпдоговірних тем та інше. Роботи проводяться на базі лабораторій ТОВ «Агропродукт» та ХДУХТ.

Продуктами цієї співпраці стало розроблення технологій виробництва ряду м'ясних продуктів підвищеної харчової цінності, пролонгованого терміну зберігання, тощо, розроблено нормативну документацію та рекомендації до впровадження.

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В ПОРІВНЯННІ З КРАЇНАМИ ЄС

Н.С. Краснокутська, д-р екон. наук (ХДУХТ, Харків)

За часів виникнення інституту підприємництва воно завжди вважалося найбільш масовою, динамічною і гнучкою формою ділового життя суспільства. Невипадково із загостренням кризових явищ роль підприємництва зростає: створюються можливості інтеграції великих, середніх і малих підприємств, швидкої переорієнтації на нові ринки та адаптації до нових вимог споживачів.

Усвідомлення ролі підприємницької активності, на жаль, не призводить до автоматичного впровадження задекларованих заходів в реальне життя. Особливо ця теза стосується вітчизняних владних