

погіршують динаміку як роздрібною так і оптовою торгівлі, стримують повернення обігових коштів, сприяють формуванню небажаних запасів продукції тощо

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Євган Ю. М., студентка гр. ПТ-171

Науковий керівник - **Денисенко Т. М.**, к.т.н., доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

СПОСОБИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ЧАЮ І МЕТОДИ ЇЇ ВИЯВЛЕННЯ

Останнім часом ринок чаю значно виріс. На ринку з'явилося багато нових імен, тому рідко можна зустріти якісну продукцію. Також деякі фірми постачають чай в Україну нелегально. Якісні хороші сорти чаю мають високу вартість, неспроможність населення з низькими доходами його придбати і відсутність чайних плантацій на території України стали причинами фальсифікації чаю.

Існує чотири види фальсифікації чаю [1]:

- Асортиментна.
- Якісна.
- Кількісна.
- Інформаційна.

Асортиментна фальсифікація:

1) Способи та засоби: заміна високоякісних найменувань чаю найменуваннями пониженої якості того ж регіону.

Методи виявлення: органолептичні методи: оцінка смаку, аромату та кольору настою; наявність грубого смаку, слабкого аромату, мутності настою. Визначення зниженого вмісту кофеїну, екстрактивних речовин. Склад цукрів — характерний для старих листів.

2) Способи та засоби: заміна вищих сортів чаю нижчими того ж найменування, зрощених в інших регіонах.

Методи виявлення: Органолептичні методи: оцінка смаку, аромату та кольору настою; наявність грубого, пустого смаку, слабкого аромату (аромат сіна, розпареного віника). При додаванні лимону інтенсивність кольору дуже знижується. Відсутність «золотого» типу. Визначення якісного складу катехинів, цукрів, морфологічна будова листів.

Якісна фальсифікація:

1) Способи та засоби: Заміна високоякісного чаю відходами чайного виробництва.

Методи виявлення: Органолептичні методи: грубий, пустий смак, слабкий аромат. Відсутність «золотого» типу.

2) Способи та засоби: Заміна спитим чаєм: часткова або повна.

Методи виявлення: Органолептичні методи: пустота смаку, відсутність терпкості. Знижена кількість екстрактивних речовин.

3) Способи та засоби: Додавання рослинних замінників: висушеного листя кіпрею, бадана, вишні, тополі, дуба, камелії, верби та ін.

Методи виявлення: Органолептичні методи: візуальний огляд листя, низька екстрактивність, зелений колір настою, запах сіна, розпареного віника. Знижений вміст екстрактивних речовин, знижений вміст кофеїну.

4) Способи та засоби: Підфарбування сухого чаю цукровим колером або іншими барвними речовинами.

Методи виявлення: Органолептичний метод: холодною водою (барвники переходять у воду), додавання лимону не змінює колір настою. Додавку паленого цукру — по наявності оксиметилфурфуролу; буряка або бурякового соку — по сахарозі або бетаїну, інші барвники — якісними реакціями.

5) Способи та засоби: Додавання в чай питної соди.

Методи виявлення: Органолептичний метод: інтенсивний темно-коричневий колір настою, слабкий аромат; при додаванні лимонної кислоти виділяється вуглекислий газ. Визначення рН екстракту.

Кількісна фальсифікація:

Способи та засоби: Недовага, обмір.

Методи виявлення: Зважування маси нетто.

Інформаційна фальсифікація:

Способи та засоби: Неточна або перекручена інформація про товар.

Методи виявлення: Перевірка інформації.

В Україні розроблений новий метод оцінки якості чаю. Використовуючи спектрофотометричні характеристики чаю отримана інформація про кількісний вміст таких компонентів чаю, як екстрактивні речовини, зола, фенольні з'єднання, алкалоїди і вуглеводи. Показано, що дуже зручним способом визначення якості чаю є дегустація [1].

При виборі чаю індивідуальними покупцями та посередницьким фірмам, щоб не реалізовувати фальсифікований чай і дбати про свій імідж, необхідно звернути увагу на [2]:

- Якої країни походження чай. Чай вирощують в Індії, Китаї, Шрі Ланці, Кенії, Японії, Грузії. Якщо на маркуванні зазначено країну виробника: США, Англія, Німеччина, Данія, Голландія, то це реекспорт з азіатських країн або фальсифікована продукція.

- Не варто купувати чай з «іноземним» найменуванням, якщо така назва невідома або тільки трохи нагадує відоме фірмове найменування. Частіше за все це відкрита фальсифікація, розрахована на неуважних покупців.

- Необхідно бути уважними щодо маркування чаю, особливо якщо на маркуванні є написи типу «Made in China» або «Made in India» Натуральний китайський чай експортує з Китаю тільки «Китайська національна імпортно-експортна корпорація чаю і місцевих продуктів» («China National Tea & Native Product Import & Export Corp»). Після цього напису обов'язково вказується назва провінції континентального Китаю, з якої експортовано чай. Далі йде напис, який говорить про те, що це «Продукт Народної Республіки Китай» («Produce of the People's Republic of China»). В Індії існує декілька відомих фірм, ім'я яких може бути гарантією того, що дана партія чаю — натуральний індійський чай. Це такі фірми, як Devenport, A. Toch, C.T.C. Цейлонський чай експортують такі фірми, як «Аннабель» (Annabel) і «Ділмая» (Dilmah). На маркуванні цейлонського чаю, виготовленого і пакетованого в Шрі Ланці, вказується — «Packed in Shri Lanka» (Пакетовано в Шрі Ланка). В Україну натуральний цейлонський чай експортують саме ці фірми.

Список використаних джерел

1. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін., Методи визначення фальсифікації товарів. Підручник. Київ, 2010, 164 с.

2. Малигіна В. Д., Титаренко Л. Д., Породіна Л. В., Лихоніна Г. О., Лазарева Н. Т., Холодова О. Ю., Основи експертизи продовольчих товарів. Навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ, 2009, 173 с.

Здор Я. О., студентка гр. МР-191

Науковий керівник – **Полковниченко С. О.**, к.е.н., доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Історія світового досвіду і практика господарювання свідчать, що найголовнішою ознакою та основною рушійною силою економіки є наявність в оптимальному співвідношенні малого, середнього та великого сектора. При цьому переважати повинен малий бізнес, тому що він має багато переваг. Саме малі підприємства запобігають монополізації на ринках товарів та послуг. Вони більш динамічні, швидше і ефективніше