

## КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ ТА ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ВИН В УКРАЇНІ

**Романович А.С., гр. МР-50**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Парцирна Т.М.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Раціональне харчування передбачає споживання різноманітних продуктів, в т.ч. вин. Вино – один з цілющих напоїв, який надає зміцнювальний вплив на організм, сприяє відновленню життєвих сил, що надає бадьорості. Виноградний продукт корисний при анемії, цукровому діабеті, судинних та застудних захворюваннях.

Теоретично культура споживання вин в Україні не сформована. Низька купівельна спроможність більшої частини населення призводить до споживання недорогих масових комерційних вин. На сьогоднішній день важко обрати якісний продукт в супермаркеті, де на прилавках сотні найменувань алкогольної продукції з барвистими етикетками. На думку експертів «Укрвинпрому», відрізнити на око хороше вино від підробки покупець навряд чи зможе.

За дослідженнями, 30% вина, яке продається в Україні, є підробкою. Адже виробництво 30–32 млн декалітрів вин не відповідає кількості врожаю винограду.

Тож, для того, щоб обрати справжнє вино, наводимо низку рекомендацій. Сьогодні в Україні вже з'явилися порошкові смакові добавки, що дозволяють зі спирту і сухих виноматеріалів одержувати досить схожі на справжнє вино напої. Тим не менш, фальсифікат обов'язково віддає спиртом. Це вірна ознака того, що вино не знало дубової бочки.

Якість вин залежить, в першу чергу, від кліматичних умов року. За останні 30 років і в Україні, і на планеті клімат змінився таким чином, що, при дозріванні технічних сортів винограду в серпні-вересні, не вистачає до 30 теплих днів для накопичення цукристості, необхідної для, виробництва сухих вин з міцністю не менше 11–12%.

Українські селекціонери в даний час працюють над створенням нових комплексностійких сортів винограду.

Але, для підвищення стійкості розвитку та конкурентоспроможності діяльності виноробних підприємств необхідно вжити заходів щодо зниження дефіциту сировини, організації виробництва та продажу вина в інтеграційній структурі товароруху.