

ОСНОВНІ ВИДИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ МОРОЗИВА

Збавитель К.А., гр. ПТ-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Лісніченко О.О.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Морозиво є одним із найпопулярніших продуктів і користується стійким попитом у споживачів, особливо у літній період. Морозиво – це солодкий збитий заморожений продукт, який виготовляється із приготовлених по спеціальним рецептурам рідких сумішей, які містять в потрібних кількостях складові частини: молока, плодів та ягід, сахарозу, стабілізатори, смакові і ароматичні речовини. У наші дні морозиво залишається найпривабливішим сезонним молочним десертом для населення. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього.

Існують причини, які зумовлюють необхідність підвищення контролю якості торгів із морозива, зокрема: постійне скорочення та зниження якості сировинної бази молочної промисловості; можливість фальсифікації морозива недобросовісними виробниками шляхом використання рослинних жирів тощо.

Фальсифікація харчових продуктів найчастіше проводиться шляхом додання харчовим продуктам окремих найбільш типових ознак, наприклад зовнішнього вигляду при загальному погіршенні або втрати інших, найбільш значущих властивостей харчової цінності, в тому числі і безпеки.

Асортиментна фальсифікація може бути зроблена наступними способами: підміна одного виду молока іншим; підміна незбираного молока нормалізованим або навіть знежиреним; підміна одного виду молочного морозива іншим; підміна виду згущених продуктів іншим.

При якісній фальсифікації відбувається підробка товарів за допомогою харчових чи нехарчових добавок для поліпшення органолептичних властивостей при збереженні чи втраті інших споживних властивостей або заміна товару вищого гатунку нижчим. Засобами якісної фальсифікації є: використання добавок, що імітують поліпшення якості.

Інформаційна фальсифікація – це обман споживача за допомогою неточної або спотвореної інформації про морозиво.

За якістю продукції визначають технічні можливості країни, рівень організації виробництва, торгівлі. Насиченість ринку якісними харчовими продуктами з високими споживними властивостями є ознакою стабільної, розвинутої економіки.