

## ОСОБЛИВОСТІ МАРКУВАННЯ М'ЯСНИХ КОНСЕРВІВ ЯК ВАЖЛИВОГО ЗАСОБУ ЇХ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

*В. В. Фелоненко, студентка групи ТЕМС-61м;*

*Н. В. Омельченко, завідувач кафедри експертизи та митної справи, к. т. н., професор – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна*

Маркування м'ясних консервів має велике значення під час їх ідентифікації для визначення найменування, виду, сорту. Вона важлива для споживача, тому що інформує його про харчову, енергетичну цінність консервів, їх склад, умови і терміни зберігання.

Існує ряд вимог до маркування м'ясних консервів в Україні. Банки повинні бути марковані із зазначенням [1]:

- найменування продукту;
- сорту;
- найменування і місцезнаходження (юридична адреса, країна) підприємства-виробника, пакувальника, експортера і імпортера;
- товарного знака підприємства-виробника (за наявності);
- номінальної маси нетто;
- допустимого відхилення від маси нетто (%);
- складу продукту;
- наявності харчових добавок, ароматизаторів, біологічно активних добавок, джерел ГМО (при їх застосуванні);
- енергетичної цінності (калорійність) в кДж або ккал;
- харчової цінності;
- умов зберігання (температурного режиму, відносної вологості),
- нормативного документа;
- штрихового коду;
- інформації про сертифікацію;
- співвідношення основних компонентів (%);
- способу та рекомендацій щодо приготування або вживання (для консервів, які потребують додаткової обробки перед вживанням) – за необхідності.

На кришці літографованих банок незмивною фарбою наносять номер зміни і дату (число, місяць, рік) виготовлення. А якщо на етикетці не вказано назву підприємства-виробника, то вказують його номер. На денці і кришках нелітографованих банок м'ясних консервів, вироблених в Україні, обов'язково наносять знаки умовних позначень в наступному порядку [1]:

а) перший ряд: дата виготовлення продукції (число, місяць, рік). Число і місяць – двома цифрами кожне позначення (до дев'ятого включно попереду ставлять нуль), а рік – двома останніми цифрами року;

б) другий ряд: асортиментний номер, зміна, номер бригади (за наявності). Для консервів вищого сорту після асортиментного номера ставлять букву В;

в) третій ряд: індекс системи, у підпорядкуванні якої знаходиться підприємство-виробник (м'ясна промисловість – А; харчова промисловість – КП; Укоопспілка – ЦС; сільськогосподарське виробництво – МС), номер підприємства-виробника.

Таким чином, маркування м'ясних консервів складається з інформації, яку наносять на етикетки, а також на денця і кришки споживчої тари. Маркування повинно бути максимально повним і відповідати всім чинним вимогам

### *Список використаних інформаційних джерел*

1. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила. ДСТУ 4518-2008 [Чинний від 01-11-2008]. – Київ : Держспоживстандарт України, 40 с. – (Національний стандарт України).

## **СТРАТЕГІЯ ВИЖИВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ: МАГАЗИНИ «БІЛЯ БУДИНКУ»**

**В. О. Яценко**, напрям підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», студентка групи ТМ-22;

**С. Е. Мороз**, викладач-методист, к. пед. н. – науковий керівник Полтавський кооперативний коледж, м. Полтава, Україна

Представники середнього і малого бізнесу, зайняті у торговельній сфері, обговорюючи проблеми створення сприятливих умов для ведення підприємницької діяльності, звертають увагу на непрості часи, які їм доводиться сьогодні переживати. По-перше, через економічну кризу у державі та підняття мінімальної заробітної плати, які посилили і без того непросте становище невеликих продовольчих магазинів. По-друге, магазини формату «біля будинку» поступово витісняються великими мережевими супермаркетами і гіпермаркетами – їх кількість у містах країни щорічно збільшується у геометричній прогресії і конкурувати малим підприємствам з ними стає все складніше.

Здавалося б, продовольчі магазини крокової доступності будуть затребувані споживачами завжди, однак доводиться констатувати, що