

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 р. № 40-IV. // Відомості Верховної ради.- № 36. 2002. -С. 882-892.
2. Зубець М. В., Володін С. А. Розвиток інтеграції та інвестиційно-інноваційної діяльності //Економіка АПК.- №11. – 2003. – С.3-9.
3. Музика П.М., Мельник М.М. Особливості інноваційного розвитку агропромислового виробництва Західного регіону України // Економіка АПК. -№ 5. – 2003. -С.18-23.
- 4.Жарков Ю. В. Формування системи механізмів управління інноваційним процесом в АПК регіону //Економіка АПК.- №8.-2003.-С.32-37
5. Сердюк І. Г. Стимулювання інноваційної діяльності //Фінанси України №11. – 2003. – С. 81-91.
- 6.Чеботарьов В.. А. Формування корпоративних структур в агропромисловому виробництві регіону //Економіка АПК. – №5.-2003. – С.28-31

УДК 631.1:333.727

## ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ВИН ТА ЇЇ ОСНОВНІ НАСЛІДКИ

*І.А.Жарук, старший викладач  
МННІ ОНУ ім.І.І.Мечникова*

Зараз, в умовах переходу України до ринкових відносин, ситуація в економіці докорінно змінилася. Ми по-справжньому безпосередньо зіштовхнулися зі споживачами і їхніми інтересами в умовах зростаючого наповнення ринку імпортною продукцією. Ми переходимо до ринку з твердою конкуренцією, країна інтегрується в європейські і міжнародні структури, а експансія фальсифікованої імпоротної продукції, зокрема алкогольної, є серйозною погрозою вітчизняному виноробству. Процес цей збільшиться з приєднанням України до Міжнародної організації торгівлі і до Генеральної угоди про тарифи і торгівлю (ГАТТ), коли буде знято всі митні бар'єри [2].

Зважаючи на це, нам повинно бути не байдуже, що випускається під українською етикеткою, бо, як відомо, загублена репутація дуже повільно відновлюється.

В усі часи проблема фальсифікації виноробної продукції була

досить актуальною. Багато уваги цьому питанню приділяли В.Є.Таїров, П.П.Макаренко, В.І.Зінченко, О.Яковенко, В.О.Фуркевич та інші. Проте в сучасних умовах ця проблема не є до кінця вирішеною і тому вона є предметом нашого дослідження.

Термін “фальсифікація” (від латинського falsificra – підробляти) означає заміну з корисливою метою дійсних товарів збуту підробленими.

Найбільш поширеними видами фальсифікації вина є:

- розбавлення, додавання спирту до сухих столових вин з метою доведення міцності до кондиції;
- підробка вина з ізюму, гущі, вичавки, внесення барвників, ароматичних і консервуючих речовин;
- додавання цукру з метою бродіння і збільшення спирту столових виноградних вин;
- виготовлення штучних вин шляхом купажування цукрового розчину, гліцерину, барвних речовин, кислот есенції тощо.

При фальсифікації коньяків коньячний спирт замінюють спиртом-ректифікатом, вартість якого у 20 разів нижче коньячного [3].

Іншою формою фальсифікації є підробка, коли на готову продукцію, на пляшки з вином і коньяком нижчого ґатунку (ординарні) наклеюють етикетки високого ґатунку (марочні). Це є найдешевшим способом підробки.

Ця проблема завжди гостро ставилася перед виноградно-виноробним підкомплексом. Це у 1893 році В.Таїров писав, що фальсифікація вин стала грізною та небезпечною для суспільства та держави, що натуральне вино стало такою ж рідкістю, як і діаманти, а також що фальсифікатори оцінили здоров'я народу в поламаний грош та заповнили усі ринки якоюсь мікстурою, що зветься вином [1]. Можна запевнити, що ці слова є актуальними і в наш час.

Сьогодні фальсифікатори частіше всього підробляють вина і коньяки, які мають гарну репутацію, і, звичайно, якість. Комерсантам потрібна назва, а не якість товару для отримання легкої наживи.

В Україні виявлено дуже багато фактів фальсифікації винороб-

ної продукції престижних марок. Так, в масовій кількості підробляється “Чорний доктор” практично на 99,9%. Масово підробляється і таке вино Масандри як “Мускат чорний”. Він не розливається уже 10 років, але і досі продається з новими термінами виробництва. Підробляються “Херес Масандра”, “Алеатіко Аю-Даг”, “Бастардо” та інші. Підробляються вина фірм, які мають відмінну репутацію – “Діоніс”, “Магарач”, коньячних заводів. Підробляються марочні коньяки всіх заводів. Наприклад, до 200-річчя Сімферополя в 1984 році випустили невелику партію коньяка “Юбілейний”. З 1986 року цей коньяк не розливали, але і сьогодні його можна побачити в продажу. І не буде дивиною те, що фальсифікатори найближчим часом можуть виставити на ринок сумнівну продукцію під марками відомих коньяків “Кутузов”, “Золотий Дюк” та “Неаполь Скифский” [3].

З насолодою підпальники підробляють ігристі (шампанські) вина, загрибаючи великі гроші. Підробляється продукція всіх шампанських заводів. Особливо перепадає класичному шампанському Артемівського заводу. Фальсифікатори засмітили ринок виноробної продукції на 50-60 відсотків.

Фальсифікація продукції виноробства та виробництва коньяків завдає великих збитків не тільки економіці, але й суспільству в цілому. У першу чергу, завжди страждають покупці, які намагаються придбати гарну пляшку, зробити свято собі і близьким. При цьому фальсифікатори, наживаючи собі бариші, підривають здоров'я людини всілякими отруйними речовинами.

Крім споживачів, моральні і матеріальні збитки несуть і виробники. Це пов'язано з тим, що винороби затрачують великі зусилля, щоб зберегти якість продукції, вони постійно шукають напрямки покращення якості, створюють нові зразки чудових напоїв, а фальсифікатори своїми діями дискредитують вітчизняні торгові марки і зводять нанівець всі зусилля виноробів. Тобто вся реалізація “продукції” підробників є упущеною вигодою виробника. Фальшиві напої реалізуються за більш низькими цінами, при цьому знижується конкурентоздатність істинного виробника, і як наслідок, падає попит на

вина та коньяки.

Також ця проблема завдає шкоди і державі. Для неї фальсифікація вин і коньяків є ударом по стратегічних інтересах. Бюджет втрачає від цього чималі кошти, адже підробники не сплачують податків. Бо оскільки зменшується реалізація продукції, що її випускають справжні виробники, то й зменшуються відрахування до бюджету.

Тобто фальсифікація є нагальною проблемою нашої економіки, яка вимагає негайних дій щодо її запобігання.

Слід визначитися, як же виявити підробку і не придбати її. Для боротьби з фальсифікацією треба використовувати метод визначення натуральності столових сухих виноградних вин, оснований на тому, що натуральні сухі виноградні вина завжди мають 200 мг/дм<sup>3</sup> проліну (в рідких випадках 100 мг/дм<sup>3</sup>) тоді, як виноградні вичавки, фруктові соки мають не більше 15-30 мг/дм<sup>3</sup> цієї амінокислоти. Є також аналізи на екстрактивність, які показують на підробку вина [3].

Але при купуванні продукції у нас немає під рукою лабораторії, тому в більшості випадків споживачам повинна допомагати життєва мудрість. По-перше, не слід купувати вино і коньяк з лотків, з рук, а у будь-якому випадку краще це робити в спеціалізованих магазинах або престижних супермаркетах.

Проте, навіть купуючи вино в магазинах, необхідно звертати увагу на зовнішній вигляд пляшки. Вино завжди повинно бути прозорим та не повинно містити ніякого осаду. Якщо це марочні білі вина золотистого, бурштинового кольору, то вони обов'язково повинні бути без розовини. На пляшці має значитися дата розливу. Крім того, на винах престижних фірм на ковпачках є торгові знаки. Пробки на якісних винах — коркові. Зверніть увагу на етикетку — дійсна має поперечні клейові лінії з внутрішнього боку. Спеціалісти Масандри рекомендують знати стандарти витримки основних вин підприємства [3]: всі десерти вина витримуються 2 роки, 3 роки витримуються “Портвейн червоний Масандра”, “Портвейн червоний Лівадія”, “Портвейн білий Су-рож”, “Херес Кримський”, “Херес міцний сухий”, 4 роки ви-

тримуються “Херес Масандра”, “Мадера Кримська”, 5 років — “Мадера Масандра”.

Без сумніву допомагає виявити фальсифікат органолептична смакова оцінка якості вина, яка може бути виявлена під час дегустації. Смак відчувається тільки речовин, розчинених у воді, слині і частково водно-спиртовому розчині. Розрізняють чотири основних смакових відчуття: солодкий, кислий, солоний і гіркий. При поєднанні цих окремих речовин у різних співвідношеннях виявляється низка перехідних відтінків, що нагадують той чи інший смак, який відповідає визначеному виду вина. Тому загальна органолептична оцінка виноматеріалів з тими чи іншими вадами, із стороннім запахом і присмаком, пов’язана з наявністю в їхньому складі конкретної речовини. Але це дуже важко зробити, коли поряд немає професійного дегустатора.

Як бачимо, боротьба з фальсифікацією є справою загальною, вона має вестися насамперед на державному рівні. Ефективною боротьба з підробками може бути, на наш погляд, тільки за умови наявності відповідної нормативно-законодавчої бази. У всіх цивілізованих країнах, де займаються виноробством, існують закони про вино. На жаль, цього не можна сказати про нашу державу.

Ці закони перш за все призначені для того, щоб забезпечити впевненість, що вміст пляшки відповідає надпису на етикетці. Слова Аліготе, Рислінг, Каберне, Портвейн, Мадера — це не просто назва вина, а закодовані вказівки дійсності, які виражені через певну його якість. Закони про вино встановлюються для того, щоб захистити як покупця, так і чесного винороба і виноторговця від шахрайських підрбок.

Закони про вино повинні контролювати цілий ряд факторів, а саме: сорт винограду, методи його вирощування, способи підрізки лози, рівень спиртового вмісту, спектр хімічного і біологічного контролю, етикетки на пляшках, розмір пляшок і багато інших аспектів виноробства [3]. Але для покупця самими головними положеннями цього документу будуть ті, які вимагають точної та істинної вказівки на місце походження вина, гарантії того, що вино

було вироблено відповідно до означених правил.

На превеликий жаль, в сучасних умовах не діють в напрямку викриття фальсифікації наші контролюючі і правоохоронні органи, податкові служби, бо на сьогодні штрафні санкції, які застосовуються до підробників, просто сміхотворні. В порівнянні з тим, що заробляють на цій справі шахраї, штрафи складають мізерну частину.

Сьогодні провідним фірмам виноробної продукції доводиться боротися з “піратами ринку” самотужки. Виходячи з того, що в Україні з великою швидкістю виросла і діє на повну силу підпільна індустрія фальшивих етикеток з престижними марками і самими поширеними торговими марками, вітчизняним виробникам залишається запроваджувати дорогі прийоми запобігання фальсифікації своєї продукції, а саме: замовляти фірмові пляшки, застосовувати термоусадні ковпачки з голографічною стрічкою, робити лазерні передруковки тощо. Зменшує реалізацію фальшивої винопродукції і відкриття фірмових магазинів, дегустаційних залів.

Отже, проблема фальсифікації в сучасних умовах є досить актуальною. Вона має негативний вплив, як зокрема, на підприємства, що займаються виробництвом вин та коньяків, так і на економіку в цілому. Головними напрямками боротьби з фальсифікованою продукцією виноробства, насамперед, вважаємо розробку відповідної нормативно-законодавчої бази, яка забезпечить неможливість обороту фальсифікованої низькоякісної виноробної продукції на національному ринку. На нашу думку, оснащення спеціалізованих лабораторій з перевірки готових виробів на відповідність чинним стандартам дасть очікувані позитивні результати, що дозволить уникнути фальсифікації продукції та створить імідж українським виноробним підприємствам не тільки на внутрішньому, але й на зовнішньому ринку.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Рыбинцев В.А. Маркетинг винограда и вина. – К.: ИАЭ, 2000. – 347с.
2. Фуркевич В. Ориентиры качества: от сырья до вина. О структуре нормативной документации винодельческой промышленности Украины// Сад, виноград і вино України. – 2000. – №7-9. – С.40-43.
3. Яковенко О. Фальсифікація вин, яка ганьбить державу// Виноград. Вино. – 2004. – №1. – С.30-31.