

### 30. ОЦІНКА ПРОЦЕСУ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВО-ПОСТАЧАЛЬНИКА ПІД ЧАС ЗАКУПІВЛІ ЧАЮ

А.С. Шарко, студентка магістратури  
О.О. Петруша, к.т.н.

*Національний університет харчових технологій*

Чай є продуктом харчування широкого вжитку, однак орієнтуватись споживачеві на ринок цього продукту з кожним роком стає все важче через його невинне поповнення та урізноманітнення.

Чай є найвідомішим і разом з тим до кінця не дослідженим напоєм. По своїй різноманітності видів, смаковій гаммі, способах приготування, цінності та подачі - це унікальний продукт.

Чай чорний байховий фасований на території повинен відповідно до вимог ДСТУ 7174:2010. Чай у сухому вигляді, як товарна продукція виступає інгредієнтом для підприємств, що реалізують чайні суміші, виробляють безалкогольні напої, кондитерські та хлібобулочні вироби.

Питання закупівель сировини, що визначає якість майбутнього продукту, є актуальним в ринкових умовах жорсткої конкуренції. Здебільшого під час процесу вибору постачальника орієнтуються на показники якості, що регламентуються державними стандартами.

До органолептичних показників якості чаю відносять аромат, смак, колір (інтенсивність, яскравість) і прозорість настою після заварювання чаю, колір розвареного листа, зовнішній вигляд чаю (прибирання). При характеристиці зовнішнього вигляду листового чаю особливу увагу звертають на наявність золотистого тіпса, який є ознакою високої якості чаю, присутність черешків, стебел, нескручених пластин, сторонніх домішок, які свідчать про низьку якість чаю.

Чай високої якості має тонкий і ніжний аромат, приємний з терпкістю смак, яскравий, прозорий, інтенсивний настій; зовнішній вигляд байхового листового чаю - рівний, однорідний, добре скручений, дрібного – рівний, однорідний, скручений, гранульованого – досить рівний, сферичної або довгастої форми, зовнішній вигляд пресованого чаю – гладка поверхня, без тріщин, сколів, обламаних країв.

За фізико-хімічними показниками визначають масову частку вологи, водорозчинних екстрактивних речовин, сирової клітковини, металомангнітних домішок, вміст сухих речовин. До нестандартизованих показників, однак не менш важливих при оцінці якості чаю є вміст кофеїну та таніну.

У чаї не повинно бути плісені, затхлості, кислуватості, жовтого чайного пилу, сторонніх ароматів, присмаків і домішок. За показниками безпеки чай чорний байховий фасований повинен відповідати вимогам, встановленим центральним органом виконавчої влади з питань охорони здоров'я України.

На сучасному етапі формування ринку в Україні актуальною проблемою є вивчення властивостей товарів, встановлення їх натуральності та виявлення підробок. Ідентифікація товарів є важливою дією при оцінці якості та встановлення їх відповідності еталоном або вимогам, які передбачаються в документації.

Для чаю особливо важливим є асортиментна або видова ідентифікація, що встановлює відповідність даного товару його належності до певної асортиментної групи. Цей вид ідентифікації має особливе значення при митній експертизі для встановлення коду УКТ

ЗЕД та сертифікації товарів. З іншої сторони саме такий вид фальсифікації чаю, оскільки досить часто за ціною вищого сорту реалізують нижчі сорти. Підтвердження достовірності марочного найменування є найбільш складним завданням асортиментної ідентифікації чаю.

На деяких підприємствах чай використовують як сировину для виготовлення певної категорії продукції. Чай, як інгредієнт, може слугувати в безалкогольних тонізуючих напоях – холодний фруктовий чай; як основний компонент «Чаю масала»; в кондитерському виробництві – чайне печиво та інше. Вибір постачальника чайної сировини є невід’ємною складовою системи менеджменту якості виробництва харчової продукції. Даний процес є досить складним завданням, оскільки від нього залежить ритмічність виробництва, а в кінцевому рахунку, ефективність роботи організації, репутація на ринку.

Фактично при цьому проводять оцінку ступеню задоволеності у якості сировини. За результатом проведення такого виду аналізу слід приймати рішення:

- якщо це постачальник з яким були торгівельні відносини до моменту оцінки постачальника то з ним можуть бути продовженні подальша взаємодія із закупівлі чаю;
- якщо це постачальник з яким були торгівельні відносини до моменту оцінки постачальника то з ним можуть бути укладенні додаткові договори із зазначення більш чітких вимог до чаю (прописуючи у додатку вимоги ДСТУ або додаткові показники: вміст таніну чи ін.) з наступним продовженням подальшої взаємодії із закупівлі чаю;
- якщо це постачальник з яким раніше не були торгівельних відносин до моменту оцінки постачальника то з ним можуть бути укладені договори щодо закупівлі чаю;

Сучасне підприємство на сьогодні при виборі постачальника здебільшого керується лише економічними аспектами: ціною, «умовною» якістю та витратами на доставку. Однак якість сировини перевіряється на підприємстві. Під час вибору постачальника необхідно скласти специфікацію на такого постачальника, тобто визначити, якими можуть бути витрати на закупівлю, якість сировини, порядок постачання, обсяги виробництва. Така оцінка дозволяє вилучити із ті підприємства, які не задовольняють одному або декількам критеріям.

У вирішенні питань вибору постачальника варто керуватись узагальненими показниками, а саме:

- репутацією та іміджем підприємства;
- надійність;
- якість продукції, відповідність її прогресивним нормативним документам;
- можливий обсяг поставки;
- дотримання термінів, графіків поставок;
- рівень ціни на продукцію;
- умови постачання та форма розрахунку;
- наявність додаткових послуг.

Щодо визначення якості чаю, як сировини для виробництва інших продуктів якість буде значущим показником. І для передового підприємства варто ввести додаткові показники оцінки товару порівняно із вимогами стандарту на чорний чай. Такими показниками можуть бути вміст таніну, кофеїну, а також більш чітко визначенні вимоги до дегустаційних параметрів: стан листа у сухому вигляді та завареного, забарвленості настою чаю визначеного із використанням методу комп’ютерної колориметрії.

#### **Висновок.**

Використання таких показників може проводитись із урахуванням коефіцієнтів важливості кожного із параметрів і розрахунку узагальненого критерію. Далі визначити значення такого критерію, що дає змогу приймати позитивне чи негативне рішення щодо майбутніх взаємовідносин із постачальником, що оцінюється.