СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc508556915)

[ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ КОФЕ 5](#_Toc508556916)

[1.1 Классификация и ассортимент 5](#_Toc508556917)

[1.2 Дефекты растворимого кофе 7](#_Toc508556918)

[1.3 Маркировка, упаковка, хранение 8](#_Toc508556919)

[1.4 Методики определения качества кофе 11](#_Toc508556920)

[1.5 Фальсификация кофе 13](#_Toc508556921)

[ГЛАВА 2 ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА КОФЕ 16](#_Toc508556922)

[2.1 Анализ маркировки некоторых видов кофе 16](#_Toc508556923)

[2.2 Определение влажности некоторых видов кофе 21](#_Toc508556924)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24](#_Toc508556925)

[БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 26](#_Toc508556926)

# ВВЕДЕНИЕ

Все любят кофе. Ну, если не все, то почти все. Считается, что кофе сегодня – самый популярный после воды напиток на планете. По крайней мере тот факт, что по своему значению во внешней торговле развивающихся стран кофе уступает лишь нефти – никто не подвергает сомнению. Цивилизованный мир сегодня немыслим без культуры потребления кофе. Этот напиток связывает все стороны нашей жизни, начиная с утренней «включающей» чашечки, перерыва на кофе для оживления работы, дружеской беседы за кофе с пирожками. Кофе – это напиток, служащий поводом для многих приятных встреч – с друзьями, семьёй или просто с газетой. Хороший кофе – идеальное средство расположить к себе делового партнёра, важного клиента или заполучить постоянного посетителя ресторана.

Родиной этого напитка является Эфиопия. В дальнейшем кофе начали культивировать и в других тропических регионах Азии, Южной Америки, Африки. В последние годы по ряду причин мировое производство кофе значительно сократилось. Одновременно на мировом рынке возрос удельный вес поставок из африканских и азиатских стран. Это связано в основном с увеличением спроса на самый дешевый вид кофе - робуста, используемый для производства растворимого кофе. В последнее время в продаже стало появляться много новых сортов кофе, как отечественных, так и зарубежных производителей, стали более полно удовлетворяться возросшие вкусовые требования и предпочтения населения.

Актуальность темы дипломной работы связана с определением качества растворимого кофе, ведь на сегодняшний день это один из самых популярных напитков.

Поскольку кофе играет не маловажную роль в жизни людей, большое значение приобретает оценка его качества, поэтому целью дипломной работы является проведение экспертизы качества некоторых видов растворимого кофе.

Задачи дипломной работы следующие:

а) ознакомиться с основными сведениями о кофе;

б) изучить классификацию и ассортимент кофе;

в) раскрыть факторы, влияющие на сохранность качества кофе;

г) рассмотреть возможные дефекты кофе;

д) провести экспертизу качества некоторых видов кофе.

# ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ КОФЕ

## 1.1 Классификация и ассортимент

Натуральное кофе – семена (зёрна) кофейных растений из рода CoffeaLinney, произрастающих в тропических странах. Кофейное дерево рода Coffea насчитывает более 30 видов, из которых только три культивируют в промышленных масштабах. Это кофе ботанических видов: Аравийский (Арабика), Либерийский (Либерика) и Конголезский (Робуста).

Виды кофе различают по форме, цвету, размеру, вкусу и экстрактивности семян.Зёрна Арабики продолговатые и узкие; длина зёрен составляет 9-15 мм, ширина 8-10 мм, толщина 5-6 мм. Напиток получается мягким на вкус и ароматным.

Зёрна Либерики напоминают по внешнему виду арабику, но они несколько крупнее. Вкус и аромат напитка более грубый.

Зёрна Робусты короткие, округлые; напиток имеет вязкий горький вкус, он не очень ароматный, но крепкий. [4]

Коммерческие сорта кофе представляют собой смесь разных сортов кофе, выращенных в одном регионе, относящихся к одному ботаническому виду.

*Производство кофе и его классификация:*

1) Натуральный кофе жареный (в зёрнах, молотый, молотый «по-турецки» и молотый с цикорием) высшего и 1 сортов;

2)Натуральный кофе растворимый (порошкообразный, гранулированный, сублимированный) высший, 1 и 2 сортов.

3) Кофе молотый «по-турецки» вырабатывают высшего сорта, а кофе молотый с цикорием – высшего, 1 и 2 сортов.[5]

4) Натуральный кофе жареный в зёрнах – равномерно обжаренные зёрна коричневого цвета с матовой или блестящей поверхностью, с приятным кисловатым, горьковато – вяжущим вкусом и запахом.

5) Натуральный кофе жареный молотый – порошок коричневого цвета с включением светло – золотистой оболочки зёрен, с приятным тонким кисловатым, горьковато – вяжущим вкусом и ароматом.

6) Натуральный кофе жареный «по-турецки» - вырабатывают из натуральных кофейных зерен высшего сорта вида Арабика: Индийский, Колумбийский, Мексиканский и других, равноценных им, или их смеси.

7) Натуральный кофе жареный молотый с цикорием содержит в своём составе до 20% цикория для усиления вкуса и аромата. Цикорий – корни травянистого растения, в которых при обжаривании образуется эфирное масло. Цикорий придаёт жареному цикорию аромат, близкий к аромату кофе и горечь, сходную с горечью кофейных зёрен.

8) Натуральный кофе растворимый-высушенный до порошкообразного состояния водный экстракт натурального кофе, растворяющийся в воде без осадка.

9) Натуральный кофе растворимый порошкообразный - мелкодисперсный хорошо сыпучий порошок, получаемый путём распылительной сушки.

10) Натуральный кофе растворимый гранулированный - хрупкие агломерированные частицы с пористой структурой, при этом мелкие частицы кофе соединяются в более крупные агломераты, которые сушат повторно.

11) кофе растворимый анный - замораживаемый кофейный экстракт, его в виде и последующей методом сублимации.[16]

разного происхождения различные оттенки:

1) Колумбийский – , приятный вкус, настой, тонкий, выраженный .

2) Гватемальский – нежный и вкус и аромат, крепкость напитка.

3) а- Риканский – аромат, ярко кисловатый вкус.

4) – хорошо выраженный , неострый вкус средней .

5) Индийский Черри – , мягкий вкус, , ярко нный аромат.

6) Йеменский (Мокко) – очень , слегка кисловатый, вкус, выраженный аромат.

7) – приятный, слегка вкус, хорошо нный аромат.

8) Сантос – горьковато-вяжущий , слабовыраженный аромат.

9) Робуста – горьковатый , слабовыраженный .

Индийский Черри – вкус, слабовыраженный .[3,14]

## 1.2 Дефекты растворимого кофе

Дефекты кофе чаще обусловлены низким сырого кофе или режимов . Дефекты растворимого возникают при нарушении производства или при использо некачественного .

Наиболее чаще дефектами являются:

а) к запах и вкус , возникает самосогревания сырых зёрен , или обжаривания заплесневелых;

б) о зёрна кофе ( приобретает обугленного дерева и привкус) образуются присутствия в сыром зёрен-чернушек ( долго лежало на , плохая сушка), ломанных (ушки, ) и механически (давленных) при переработке, вредителями (короедом и др.), а при нарушении режима (высокая или передержание);

в) неравномерно зёрна получаются при сушке сырых , наличии зёрен в роговой и оболочке;

г) белёсые бывают из-за в сырье , засохших ещё на дереве зёрен (зелёного или цвета);

д) недожаренные появляются обжаривания зёрен в чках, оставшихся при плохой ;

е) неодинакового размера в растворимом бывают при нарушении грануляции (недостаточного перед грану);

ж) нерастворимый в растворимом кофе возникать в результате технологии, либо при молотого или других молотых (цикорий, обжаренные культуры и др.);

з) запах и прогорелого формируется при длительном ении кофе и протекании в нём процессов.[8,12]

## 1.3 Маркировка, , хранение

На упаковочную единицу тары наносят мар, характеризующую .

Наименование может быть фирменным названием, в том написанным буквами алфавита:

- обжаривания;

- наименование и изготовителя (юридический , включая страну, или при с юридическим , адрес предприятия) и в Российской Федерации, изготовителем на претензий от на ее территории (при нали); наименование изготовителя и может быть буквами алфавита;

- массу упаковочной единицы: знак изготовителя ( наличии) приготовления;

- дату указывают словами: « ... (дата)», а дату — «упакован - ()»; если упаковщиком изготовитель, то изготовления и упаковывания словами: « и упакован ... (дата)»;

- изготовления и дату наносят в виде чисел, число, месяц и год, или против чисел на кромках , или дают ссылку, где она ;

- срок с даты изготовления; хранения указывают сле образом: «срок до... (дата); « хранения ... (дней, месяцев или )» условия хранения;

- о вакуумной упаковке ( ее наличии);

- настоящего стандарта ( наносить без указания утверждения): информацию о .

Информация быть нанесена способом и должна четкой, легко , и представлена в текста, условных и рисунков.

Продукт сопровождаться и другой , в том числе , характеризующей продукт, и потребителя, а также наноситься штриховой код. и надписи на русском языке. Они могут продублированы на иностранных [1]

*Упаковка.*

Натуральный кофе быть упакован так, обеспечить его в течение срока . Тара и материалы должны разрешены органами и Госсанэпидслужбы Минздрава .[ 2].

Содержимое должно соответствовать количеству, указанному в потребительской тары, с допускаемых от.

Предел допускаемых отклонении содержимого от номинального количества - по Р 8.579. допускаемых положи отклонений содержимого упаковочных единиц от ьного не ограничивается.

Срок натурального растворимого не более 24 месяцев со дня . Хранят в , хорошо вентилируемых , не заражённых вредителями и от прямых солнечных , при температуре не 20 градусов и влажности не 75%. При хранении упаковочную устанавливают на стеллажи и штабелями по вы не более 8ящиков. между штабелями, а так же должны быть не 0,7 м. расстояние от тепла, водопроводных и труб должно не менее 1м. не допускается про складские в сырую погоду и после дождя.

В производства сухие кофе хранят в джутовых по 60 кг. Иногда используются и двойные полиэтиленовые , многослойные мешки с прослойкой из и джутовые мешки с вкладышем. В условиях влажности бестарное хранение в ларях на складах с воздухом, а также в изотермических из бетона, железа и .

При длительном хранении кофе основной является не значительных колебаний внутри помещений, что с помощью герметизации и складов и ического вентилирования помещения и поддержания в нём ературы около 10 , а также влажности воздуха на 70%.[9]

## 1.4 Методики качества кофе

данного а определяется двумя ами:

1) Органолептический метод:

а) ;

б) запах;

в) вкус.

2) метод: влажности.

Цвет от светло до темно-коричневого, по интенсивности.

Вкус и выраженные, с оттенками, свойственными продукту. Не допускаются привкус и запах.

В от средств и измерения показатели определяют органолептическим, (лабораторным), а также экс, измерительным, , расчетным или социологиче методами.

Органолептический - это метод определения качества на основе анализа органов чувств - , обоняния, слуха, , вкуса. и достоверность такой зависят от квалификации, и способностей работника, а от условий про анализа. Достоинства метода: дешевый, быстрый, , а недостатком является (неточность).

В качества пищевых важную роль зрение (зрительные ). Оценка в определенной последова и при соблюдении необходимых . Сначала осматривают снаружи и сопроводительные документы. При товара определяют сначала вид, форму, цвет, , прозрачность и свойства. Внешний вид общее зрительное о продукте, а цвет - , вызванное световыми лучами света. После определяют запах, и, наконец, вкус (сочность, , вкусность). Цвет () продукта определяют по (жареный ).

Инструментальные (лабораторные) необходимы для выявления состава, безвредности, достоинства продуктов. Используются , химические, физико-химические, ические, микробиологические исследования. лабораторных является точность .

Экспертный метод - это определения качества продукции на решения, принимаемого . В экспертную группу высококвалифицированные по оцениваемой продукции - ученые, , дизайнеры, технологи, а товароведы и другие торговли.

метод применяют для показателей качества с различных приборов, , химических и посуды. Этот требует специально помещения и подготовленных для анализа .

С помощью регистрационного показатели качества на основе наблюдения и числа событий, предметов или . Метод базируется на , получаемой путем и подсчета определенных данных, количества дефектной или дефектных изделий в товара при , хранении и реализации, при товарно-материальных ценностей.

При методе показатели определяют на использования и эмпирических зависимостей качества продукции от ее .

При социологическом показатели качества определяют на основе и анализа мнений ее или возможных ителей. Отношение к качеству продукции путем учета ими анкет-вопросников, а путем организации по конференций, выставок-продаж, и других мероприятий.

## 1.5 кофе

За годы число кофе в Россию увеличилось, и из новых поставляют кофе . Поэтому возникают проблемы с подлинностью населением, растворимого кофе.

быть следующие фальсификации:

1) ассортиментная т.е. подмена различными кофе-заменителями,

2) фальсификация,

3) количественная ,

4)информационная фальсификация.[13,14]

фальсификация хорошо представлена на кофе. Она включает в подмену одного кофе , либо подмену кофе различными .

Подменой натурального при ассортиментной служат всевозможного высушенные, поджаренные и компоненты из растительного : различного корни - цикорий, , морковь, одуванчик; сахаром вещества - сахар, ягоды; богатые крахмалом - желуди различных дуба, каштаны, , ячмень, , пшеница, ячменный ; семена бобовых - горох обыкновенный, горох, бобы; обыкновенные ; богатые жиром - орех американский, , обыкновенный, зем. [10,6]

Так как эти подделки не в себе двух составных частей - кофеина и , то они не обладают возбуждающим твием на центральную систему. Как правило, кофе-заменителей на бедные сои населения.

распространение цикория и винных ягод еще в связи с их высокой экстракционной , чем натуральный кофе, и они часто используются для растворимого . [7]

Иногда за кофе сорта выдаются зерна разных раз и окраски, что на имеющееся смешивание кофейного производства, что , т.к. обязательно должен кофе партии, состоящей из сорта и одной обжарки.

Методы подмены различными кофе-заменителями быть органолептическими и . Органолептические это: оценка , аромата и экстракта. При этом внимание на наличие вкуса и слабого аромата, темного или слабого настоя, его непрозрачность, . Для натурального кофе сочетание вкусовых ощущений: , горького и терпкого. У имеется только вкусовое – горечь. При растворении кофе в холодной частицы кофе, ржащие газ, долго плавают , а частицы кофе-заменителей оседают на дно.

Физико-химические : отсутствие кофеина, положи реакция с йодом, частиц.[11]

Качественная кофе следующим образом: добавок, не предусмотренных ; добавление спитого кофе; чужеродных и компонентов, приготовление твенных зерен.

С повышения веса зерен во обжаривания его опрыскивают , сахарным сиропом или малоценными веществами. Для испорченных, свой естественный и консистенцию зёрен их встряхиванию со свинцовыми ша или подкрашивают вредными для здоровья веществами.

Чаще встречаются подделки молотого , к которому подмешиваются рода кофе-заменители в и измельченном .

Количественная кофе или недовес – это потребителя за значительных отклонений товара (), превышающих допустимые нормы . Например, вес нетто занижен, или банку большей и т.д.[4,6]

Информационная – это обман потребителя с неточной или информации о товаре. вид фальсификации осуществляется искажения информации в документах; ; не полной информации, на упаковку; рекламы. При информации о кофе часто тся или указываются неточно данные: наименование , страна происхождения товара, товара, товара. К информационной относится и подделка качества, таможенных , штрихового и др. [10,13]

# ГЛАВА 2 КАЧЕСТВА КОФЕ

## 2.1 маркировки некоторых кофе

ГОСТ Р 51881-2002: натуральное растворимое. технические условия п.3.5 .

На каждую единицу транспортной наносят марки, характеризующую продукт:

1) изготовителя, его знак (при ) и адрес;

2) наименование ;

3) тип натурального растворимого ;

4) массу упаковочной единицы;

5) упакованных единиц;

6) изготовления и упаковывания;

7) хранения с изготовления;

8) обозначение стандарта.[1]

Для изучения были взяты наименования кофе:

1. Classic (ООО Кубань);

2. Nescafe (ООО Нестле );

3. Черная Gold (ЗАО «Золотые купола»);

4. (ООО «Штраус»);

5. (ООО «»).

Маркировка кофе, описана в ГОСТ Р Кофе натуральное . Общие условия. Результаты растворимого кофе в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - кофе

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ование показателя | Classic  (гранулиро) | Nescafe Gold  (ированный) | карта Gold (имированный) | Platinum( ированный) | (сублиминный) |
| Наимено изготовителя, его товарный (при наличии) и | ООО «Нестле Ку» Россия,352700, Краснодар край, г. Тимашевск, ул. д.2а  Товарный знак – «Nestle» | ООО «Не Кубань» Рос,352700, Краснодарский , г. Тимашевск, ул. Гибридная д.2а  знак – «Nestle» | ЗАО Фабрика « купола» , 143080, М. О., Одинцовский , пос. ВНИИССОК, д. 32  Товарный – Чёрная марка | ООО «» Россия, Владимирская обл., дровский р-н, г.Струнино, ул. ого д.2а Товарный знак- | ООО «ОРИМИ» , 188682, Ленин обл., Всеволожский р-н, пос.им. , 1 мкр., уч-к 15/4  знак- |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип натурального раствори кофе | 100% нату растворимый гранулиро кофе | натуральный растворимый имированный кофе | натуральный растворимый ованный | 100% натуральный имый сублимированный | 100% натуральный имый сублимиро кофе |
| Масса нетто овочной единицы | 50г. | 50г. | 200. | 100г. | 200г. |
| тво упако единиц | Отсутствует |  | Отсутствует | Отсутствует | твует |
| Дата изго и упаковы | Изг. - 22.12. 2017.  . - 28.12. 2017. | Изг. 2017.  Упак. - 2017. | Изг. - .2017.  Упак.. 2017. | Изг.-06.10.  Упак.-10.10. 2017. | .-12.01. 2018.  .-16.01. 2018. |
| Срок хра с даты изготовления | 24 мес. | 24 мес. | 24 мес. | 24 мес. | 24 мес. |
| ение настоящего стандарта | РСТ ТУ | РСТ  ТУ 9198-330-04605473 | РСТ  Р 51881 | РСТ  ГОСТ Р | РСТ ГОСТ Р 51881 |

Окончание таблицы

: составлено автором.

таблице 2.1 сделать вывод, что на не указано количество единиц, что не соответствует по Р 51881-2002: натуральное растворимое. технические условия п.3.5 .

Органолептический анализ. упаковки и определяют осмотром всех отобранных единиц. вид и состояние материала и этикетки, надписей, качество и оклейки, ориентацию и печати, и совмещение красок и этих показателей технической документации на вид продукции.

вид кофе определяют при ярком дневном или люминесцентном освещении в объединенной продукта, помещенной на белой бумаги слоем. При определении вида обращают на равномерность, цвет и поверхности кофе в зернах, и консистенцию молотого .

Таблица 2.2 - , энергетическая ценность и органолептического анализа.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| енование показа | Nescafe Classic( нный) | Nescafe (сублимированный) | карта Gold  (сублимиро) | Platinum (субнный) | Jardin (имированный) |
|  | 4607085440385  1)6+7+8+4+0+8=33  3)4+0+0+5+4+3=16  5)115-110=5  6)10-5=5 | 460627203163  1)6+6+7+0+1=20  3)4+0+2+2+3+6=17  4)60+17=77  6)10-7=3 | 46022160010777  1)6+2+1+0+1+7=17  3)4+0+2+6+0+0+7=19  4)34+19=53  6)10-3=7  7)7=7 | 1)6+0+0+5+0+5=16  3)4+2+0+9+9=31  4)48+31=79  6)10-9=1 7)1=1 | 1)6+5+4+0+6+7=28  2)28\*3=84  4)84+14=98  6)10-8=2  7)2=2 |
| етическая ценность | На 100 г кта-425 ккал; | На 100 г продукта-420 ;  3,30\*4,0+11,80\*9,3+77,80\*3,8=13,2+109,74+295,64=418,58 | На 100 г продукта-430 ;  2\*4,0+11\*9,3+84\*3,8=8+102,3+319,2=429,5 | На 100 г продукта-432;  3\*4,0+11,2\*9,3+83\*3,8=12+104,16+315,4=431,56 | На 100 г продукта-430 ;  3,25\*4,0+12,1\*9,3+80,1\*3,8=13+112,53+304,38=429,91 |
| Внешний вид | частицы различных и размеров, с пористой | Частицы плотной структуры форм и еров с гладкой поверхностью | плотной структуры форм и размеров, шероховатая хность | Частицы структуры различных и размеров с гладкой поверх | Гранулы плотной различных размеров с ше поверхностью |
|  | Светло-коричневый, однородный по инвности | , неоднородный по интенсивности | евый, однородный по интенсив | Светло-коричневый, однородный по вности | , неоднородный по интенсивности |
| и аромат | Свойственно продукту, без постороннего и запаха | Свойственно продукту, без постороннего и запаха | Свойственно продукту, без постороннего и запаха | нно данному продукту, без посто привкуса и запаха | данному продукту, без по привкуса и за |

Источник: составлено .

Согласно таблице 2 сделать вывод, что нарушений и не обнаружено. Оценка кофе по органолептическим пока соответствует ГОСТ 51881-2002: Кофе растворимое. Общие условия.

## 2.2 Определение влажности некоторых видов

Влагу по формуле:

В=((m1-m2)/m1)\*100% (2.1),

где:

m1- пробы кофе до ;

m2- масса пробы после .

Для проведения данных в лаборатории мне потребовались: весы для взвешивания анализируемой , суши шкаф, фарфоровая и щипцы.

Для проведения необходимо насыпать 3 анализируемого кофе в фарфоровую и поставить на лабораторные для более точного результата. поместить с кофе в сушильный на 1 час, указав температуру 100-105°. Допустимая норма в кофе по Р 51881-2002 не должна 6 %.

Первый анализируемый продукт - это Nescafe Classic (ООО Нестле Кубань).

По приведенной выше формуле (1) получаем:

В=((3-2,889)/3\*100%=3,7%

Содержание влаги в кофе Nescafe Classic (ООО Нестле Кубань) составляет 3,7 % и не превышает 6 % по ГОСТ Р 51881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

Второй анализируемый продукт – это Nescafe Gold (ООО Нестле Кубань).

По приведенной выше формуле (1) получаем:

В=((3-2,926)/3\*100%=2,47 %

Содержание влаги в кофе Nescafe Gold (ООО Нестле Кубань) составляет 2,47 % и не превышает 6 % по ГОСТ Р 518881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

Третий анализируемый продукт – это Черная карта Gold (ЗАО Фабрика «Золотые купола»).

По приведенной выше формуле (1) получаем:

В=((3-2,966)/3\*100%=1,13%

Содержание влаги в кофе Черная карта Gold (ЗАО Фабрика «Золотые купола») составляет 1,13% и не превышает 6 % по ГОСТ Р 51881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

Четвертый анализируемый продукт – это Platinum (ООО «Штраус»).

По приведенной выше формуле (1) получаем:

В=((3-2,891)/3\*100%=3,63%

Содержание влаги в кофе Platinum (ООО «Штраус») составляет 3,63% и не превышает 6% % по ГОСТ Р 51881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

Пятый анализируемый продукт – это Jardin (ООО «ОРИМИ»).

По приведенной выше формуле (1) получаем:

В=((3-2,875)/3\*100%=4,17%

Содержание влаги в кофе Jardin (ООО «ОРИМИ») составляет 4,17% и не превышает 6% по ГОСТ Р 51881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

Таблица 2.3 - Содержание влаги в некоторых видах кофе.

|  |  |
| --- | --- |
| ИССЛЕДУЕМЫЙ ОБРАЗЕЦ КОФЕ | СОДЕРЖАНИЕ ВЛАГИ В ОБРАЗЦАХ КОФЕ, % |
| 1.Nescafe Classic (ООО Нестле Кубань) | 3, 7 |
| 2. Nescafe Gold (ООО Нестле Кубань) | 2, 47 |
| 3. Черная карта Gold (ЗАО Фабрика «Золотые купола») | 1, 13 |
| 4. Platinum (ООО «Штраус») | 3, 63 |
| 5. Jardin (ООО «ОРИМИ») | 4, 17 |

Исходя из проделанной экспертизы исследуемых образцов кофе, можно сделать вывод, что все виды соответствуют ГОСТ Р 51881-2002. Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Кофе - наиболее популярный и любимый населением разных стран тонизирующий напиток. Кофе - очень распространенный напиток, нет такой страны, где бы ни употреблялся кофе. Даже на родине чая в Китае кофе пользуется большим успехом у населения. Широкое распространение кофе объясняется тем, что он обладает высокими вкусовыми качествами и благотворно влияет на организм человека.

В время в продаже появляться много , сортов кофе, как , так и зарубежных , стали более удовлетворяться возросшие требования и предпочтения . Проблема лишь в том, чтобы , более качественным и кофе.

В связи с , в условиях конкуренции, для торгового важно правильно ассортиментную политику, а более удовлетворить возросшие населения. Рынок в России вступил в стремительного . Относительно стабильное положение последних позволило потребителям забыть о , так что поставщики и производители в режиме наибольшего . Похоже, что на рынке достаточно для удовлетворения самых амбиций. Борьба за и стремление к более уровню равно характеризуют российского кофейного . На его положительные тенденции не повлиять мировое падение цен на .

Динамика отечественного кофейного рынка в последние годы вывела его в число безусловных лидеров пищевой промышленности РФ. Рынок развивается по всем продуктовым направлениям (зерно, молотый, растворимый, кофейные смеси, кофейные напитки), равномерно охватывая все ценовые сегменты. У российского кофейного рынка большой потенциал. Темпы роста рынка зависят от множества факторов, наиболее значимый из которых - уровень жизни в стране (кофе не является продуктом первой необходимости и в периоды кризиса легко замещается более дешевыми заменителями). Если в России не произойдет серьезных экономических катаклизмов, можно ожидать роста продуктового рынка и, следовательно, развития рынка кофе. Развитию кофейного рынка способствует и появление более эффективных технологий розницы.

На волне экономических реформ кофе фактически ворвался в жизнь россиян и прочно занял свои позиции. Тем не менее, кофейный рынок в нашей стране еще очень молод и имеет все те особенности, которые присущи растущему юному организму.

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1) Конституция РФ. М.: Ось.-89, 2010.- 47 с.

2) О качестве и безопасности пищевых продуктов ФЗ-29 02.01.00// Сборник Федеральных конституционных законов и федеральных законов.- М., 2011. – 7 с.

3) ГОСТ Р 51881-2002: Кофе натуральное растворимое. Общие технические условия.– Введ. 2005-07-01. – М.: Изд-во стандартов. – 30 с.

4) ГОСТ Р 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования.- Введ. 2006-06-14. – М.: Изд-во стандартов. –23с.

5) ГОСТ 2408-80. Концентраты пищевые. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение.– Введ. 1996-07-01. – М.: Изд-во стандартов. – 25 с.

6) ГОСТ 15113.4-77. Методы определения влаги.– Введ. 2000-01-01. – М.: Изд-во стандартов. – 27 с.

7) Аксанчук, В.Г. Новый мир кофе.– Введ.2014-06-12. - М.:Тоффа. - 96-98 с.

8) Баранова, Е.Н. Справочник товароведа продовольственных товаров / Е.Н. Баранова. - М.: Экономика, 2015.-239 с.

9) Беспалова, Г.Е. Управление качеством продукции / Г.Е. Беспалова. – М.: Деловая литература, 2013.-327 с.

10) Вилкова, С.А. Экспертиза потребительских товаров / С.А. Вилкова. – М.: Учебное пособие для начального профессионального образования, 2012.-234 с.

11) Гончаров, В.И. Товароведение пищевых продуктов / В.И. Гончаров. – М.: Экономика, 2012.-288 с.

12) Гранаткина, Н.В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами / Н.В. Гранаткина. – М.: Учебное пособие, 2013.-256 с.

13) Дубцов, Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: Учебник для студ. учреждений сред.проф. образования / Г.Г. Дубцов. – М.: ИЦ Академия, 2013.-336 с.

14) Иванова, Т.Н. Товароведение и экспертиза растворимого кофе: Учебник для студ. высш. учеб. Заведений / Т.Н. Иванова. - М.: ИЦ «Академия», 2013.-166 с.

15) Колесник, А.А., Елизарова, А.Г. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров / А.А. Колесник, А.Г. Елизарова. – М.: Экономика, 2011.-288 с.

16) Малютина, Л.М. Хранение продовольственных продуктов в торговле / Л.М. Малютина. - М.: Экономика, 2012.-274 с.

17) Муравина, И.В. Основы товароведения / И.В. Муравина. – М.: Учебное пособие для начального профессионального образования, 2013.-224 с.

18) Николаева, М.А. Товарная экспертиза / М.А. Николаева. - М.: Деловая литература, 2012.-330 с.

19) Новикова, А.М. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами / А.М. Новикова. - М.: Деловая литература, 2012.-257 с.

20) Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы / Е.Ю. Райкова. – М.: ИЦ Академия, 2012.-321 с.

21) Чепурной, И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров / И.П. Чепурной. - М.: Издательский Дом «Дашков и Ко». 2е изд, 2016.-342 с.

22) Товароведение продовольственных товаров. Свободный доступ из сети Интернет. - http://biglibrary.ru/category47/book144

23) Экспертиза качества растворимого кофе. Руководство для потребителей. Свободный доступ из сети Интернет. - http://kedem.ru

24) Методы исследования растворимого кофе. Свободный доступ из сети Интернет. - http://www.newreferat.com

25) Производство растворимого кофе. Свободный доступ из сети Интренет. - http://www.grandars.ru