

деної для відпочинку. Цей спосіб сприяє застосуванню сучасних засобів механізації, кращій організації і спеціалізації праці, що дозволяє різко підняти продуктивність праці, у два-три рази знизити трудомісткість виробленої продукції. У фермерському господарстві «Myreholm Lantbruk AB» корів доять роботи фірми «DeLaval». Використання доїльного робота «DeLaval» забезпечує комфортне розміщення тварини в доїльному боксі, надійне визначення місця розташування дійок вимені, облік його фізіологічних особливостей, контроль якості молока і менеджмент молочного стада. При вході корови в бокс відбувається її ідентифікація, і комп'ютер визначає: необхідність доїння корови зараз або негайно випустити її з боксу. Доїльний робот складається з доїльного боксу з розмірами 1,5x2,5x2,5 м. Якщо необхідно доїти корову, то в годівницю видається порція 1,5...2,5 кг концентрованого корму. Комп'ютерне діагностування надає життєво важливу інформацію про якість молока і стан вим'я, вимірюючи для кожної чверті вимені такі важливі параметри, як колір молока, електропровідність, час доїння, кількість молока (вироблення), а також швидкість доїння. Пристрій вимірювання пульсації 4Effect встановлюється поряд з доїльними стаканами, що дає оптимальні результати по установках пульсації для кожної чверті. Для охолодження молока в господарстві «Myreholm Lantbruk AB» використовують танк типу MG-Plus «Alfa Laval Agri» місткістю 8000 л. Термоізоляція танка-охолодника забезпечує збереження температури молока при непрацюючих компресорах (максимальне підвищення температури - 10°C на добу). Аналіз економічної ефективності технології виробництва молока у фермерському господарстві показав, що у 2009 році господарство реалізувало молока 21027,6 ц. Рентабельність виробництва молока складає 67,2%.

Отже, дослідження ефективності використання технології виробництва молока у фермерському господарстві «Myreholm Lantbruk AB» свідчить про те, що її впровадження ресурсощадних технологій виробництва молока, які ґрунтуються на застосуванні нових технологічних рішень є основним і економічно обґрунтованим шляхом інтенсифікації галузі молочного скотарства.

## **АСОРТИМЕНТ ТА ЯКІСТЬ ВАГОВОГО ЧАЮ**

**Голубенко А.М., студентка Полтавського університету  
економіки і торгівлі\***

*\*Науковий керівник: Бірта Г.О., д.с.-г.н., професор*

В світі немає іншого напою, який був би такий популярний і улюблений всіма народами і у всі часи, як чай. Кофеїну в чаї небагато, але цілком достатньо, щоб дух залишався бадьорим, а голова свіжою. Завдяки цим і іншим властивостям, чай є чудовим оздоровчим напоєм. Крім того, що чай достатньо простий в приготуванні, економічний, гігієнічний і багатий багатьма корисними речовинами. По оцінках учених, в чайному листі міститься

близько трьохсот інгредієнтів, включаючи білки, жири, більше 10 видів вітамінів, а також чайний фенол, теїн і ліпідні цукру.

Існує спеціальна класифікація чаїв, яка залежить від того, на якій плантації було зібрано врожай - високогірній чи рівнинній, з якого листя та яким способом були виготовлені чайні листки, а також який настій з них можна отримати. Ще одним важливим показником для класифікації чаїв, зокрема їх розрізненні за кольором, є ферментація – процес хімічних змін, які відбуваються з листками чаю при сушінні та подальшій обробці. За ступенем ферментації розрізняють чай – білий, зелений, жовтий, бірюзовий, червоний і чорний.

Білий чай отримують, стимулюючи процес ферментації спеціальним режимом просушування. Проте колір чаю багато в чому визначається ступенем ферментації, яка у разі білого чаю складає всього 5-7%. Зелений чай не зазнає ферментації. Його просто зав'ялюють, таким чином повністю зупиняючи процеси бродіння просмажуванням і просушуванням. Чайні листки, які пройшли повну ферментацію, стають чорним чаєм. Жовтий чай готують, в основному, в Китаї. Цей вид вважається одним з кращих за своїми смаковими, ароматичними і цілющими властивостями.

Словосполучення «у лун» означає «чорний дракон». Згідно сучасної класифікації, дана група чаю відноситься до розряду напівферментованих (на 25-40%) або бірюзового чаю.

Червоний чай виробляють тільки в Китаї. Він поєднав в собі органолептичні властивості чорного і зеленого чаїв. Ферментація такого чаю досягає 45-50%. Ароматизований чай виготовляють із основи - цейлонського чи китайського чаю з міцним настоем - та натуральних ароматизаторів, які добувають із подрібнених плодів, квіткових пелюсток, ягід, прянощів та іншого. В результаті технологічної переробки чайного листя одержують так звані «фабричні сорти чаю». Потім з них на чаєрозважувальних фабриках завдяки купажуванню одержують торгові сорти, які і йдуть на реалізацію безпосередньо споживачам.

Зараз в Україні виробляються власні торгові сорти чаю або закупляються готові торгові сорти чаю у виробників. Під час закупівлі чаю фабричних чи торгових сортів різних найменувань важливе значення має правильна оцінка їхньої якості. Починають оцінювати якість з визначення зовнішнього вигляду.

Перш за все, треба навчитися відрізняти свіжий чай від старого, а справжній - від подрібненого. Листя свіжого чаю - яскравого кольору, хорошої форми і досить щільної структури. У старого чаю листя тьмяне, різної форми, тверде. Свіжий чай на дотик м'який і «живий»: його досить складно розкришити, розтираючи в долоні. Старий чай сухий, він легко перетворюється на порошок. При заварюванні свіжий чай швидко дає яскраво виражений чистий аромат і м'який смак, листя розгортається, чайний розчин прозорий, і замість нефритового, поволі набуває жовтуватого відтінку. У старого чаю запах приглушений, листя мляве, рідина каламутна. Тільки що заварений старий чай має глухий жовтий відтінок.

Найперше, на що слід звернути увагу – ціна. Добрий чай не має коштувати менше трьох гривень за 10 грамів. Дуже важливо, як він упакований. Найліпший варіант – упаковка з фольги або пергаменту. Листочки хорошого чаю обов'язково мають бути скручені, але не плоскі і не різані. І ще один секрет: добрий чай має бути свіжим, адже смак він зберігає лише впродовж двох років.

Відмінний чай складає не більше за 20 відсотків загального об'єму ринку, ще 60 відсотків – чай середньої якості. Ті 20 відсотків, що залишилися – чай дуже низької якості.

Під час виробництва ексклюзивних купажів, до проблеми якості листя долучається ще й нестабільність врожаїв у різних країнах, а також постійні коливання цін на чайне листя. Ті-тестери створюють купажі, щоб отримати букет смаку та аромату, взявши усе найкраще від чаїв з кожної країни. Напевно тільки Китай виробляє всі види чаю. Японія спеціалізується головним чином на зелених байхових чаях, а також виготовляють червоні і жовті. Шрі-Ланка та Індонезія випускають тільки чорні. В Лаосі є синій чай.

## ТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ ТА ДЕТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Дяченко Т., студентка II курсу факультету обліку та фінансів \*

\*Науковий керівник: к.філол.н., доц. каф.українознавства Сизоненко Н.М.

У зв'язку з набуттям українською мовою на початку 90-х років ХХ ст. державного статусу виникла нагальна потреба подальшої розбудови власне української термінології, зокрема й економічної.

Відомо, що між термінами та загальноживаною лексикою відбувається постійний обмін: терміни входять до складу загальномовних одиниць і навпаки, слова загального вжитку змінюють деякі свої характеристики й стають термінами. Термінологізація – це збагачення фонду термінології наявними мовними одиницями загальнолітературної мови у процесі вторинного називання. Нові значення виникають різними шляхами, в яких істотну роль відіграють метафора, метонімія, синекдоха. Так, напр., із загального значення виникає спеціалізоване внаслідок метафоричного переосмислення суті лексичної одиниці: “Гавань – природно захищена від вітру, хвиль, течій і льодоходу частина океану, моря, річки, зручна для стоянки суден; місто з природною або штучно зробленою стоянкою для суден” ⇒ “Гавань податкова – держави й регіони з низькою або нульовою ставкою прибуткового податку для приватних осіб і корпорацій та податку на збільшення ринкової вартості капіталу”; “Канібалізм – а) людоджерство; б) (перен.) нелюдська жорстокість, звірство, варварство” ⇒ “Канібалізація – просування на ринок нового продукту або послуг з повним усвідомленням того, що вони будуть руйнувати ринок існуючого продукту або послуг, пропонованих даним виробником”; “Оболонка – а) те, що накриває або окутує, оповиває що-небудь ззовні, з