СРАВНЕНИЕ ДЕГУСТАЦИОННЫХ ОЦЕНОК РАЗНЫХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ ЗАТЯЖНОГО ПЕЧЕНЬЯ

Цель исследований — провести сравнительный анализ показателей дегустационной оценки разных групп потребителей: выявить их вкусовые предпочтения и провести органолептическую оценку. Оценку проводили по разработанной пятибалльной шкале и сопоставляли с требованиями ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия».

Сбор оценок проводился среди трех выделенных по возрасту групп: дети в возрасте до 17 лет в количестве 18 чел., взрослые люди от 18 до 64 лет — 31 чел. и пожилые люди от 65 лет — 14 чел.

Для проведения испытаний были выбраны пять образцов затяжного печенья, реализуемого в розничной торговле: «Буби-Юби» (образец № 1), «Крокет» (№ 2), «Мария» (№ 3), «Советская классика» (№ 4), «Постное» (№ 5). Результаты оценки представлены в табл. 1–3.

Таблица 1

Результаты дегустационной оценки «дети»

Показатель	Образец				
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
Вкус и запах	4,56	4,67	4,94	4,50	4,22
Поверхность	4,61	4,94	4,83	4,67	4,50
Форма	4,56	4,89	4,89	4,83	4,50
Цвет	4,72	4,50	4,61	4,39	4,06
Вид на изломе	4,22	4,38	4,50	4,88	4,78
Итого	22,67	22,38	23,77	23,77	22,27

Таблица 2

Результаты дегустационной оценки «взрослые люди»

Показатель	Образец				
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
1	2	3	4	5	6
Вкус и запах	4,83	4,22	4,25	4,60	4,94
Поверхность	4,06	4,17	4,28	4,67	4,94

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6
Форма	4,54	4,89	3,94	4,80	4,50
Цвет	4,41	4,11	4,48	4,39	4,28
Вид на изломе	4,26	4,38	4,50	4,10	4,77
Итого	22,10	21,77	21,45	22,56	23,43

Таблица 3

Результаты дегустационной оценки «пожилые люди»

Показатель	Образец				
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
Вкус и запах	3,64	4,84	4,07	4,64	4,14
Поверхность	4,50	3,92	4,35	4,28	4,78
Форма	4,35	3,71	4,57	4,00	4,42
Цвет	4,21	4,43	3,86	3,79	4,78
Вид на изломе	4,21	4,64	4,78	4,57	4,07
Итого	20,91	21,51	21,63	21,28	22,19

Были выявлены предпочтения каждой группы: в группе «дети» наиболее высокие оценки получило печенье «Мария», в группах «взрослые люди» и «пожилые люди» — «Постное». Выявлено, что дети чаще отдают предпочтение сладким продуктам, в то время как люди старше 18 лет ценят более сложные вкусовые сочетания, наличие полезных ингредиентов.

*Д. И. Ликсина, Д. С. Либертвич, Л. М. Судиловская
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ — ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕХА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА

В условиях современного рынка, где конкуренция становится все более жесткой, инновационные технологии производства потребительских товаров играют ключевую роль в обеспечении устойчивого развития компаний. Инновации не только повышают эффективность производственных процессов, но и способствуют созданию новых продуктов, отвечающих требованиям потребителей. Существует множе-