

Секція 8. ТОВАРОЗНАВСТВО, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА

ОРГАНОЛЕПТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯКОСТІ ЧОРНОГО ШОКОЛАДУ

Бутко М.М., гр.ТКД-51м

Науковий керівник – канд. с.-г. наук, доц. **Н.О. Офіленко**
ВНЗ Укоопспілки „Полтавський університет економіки і торгівлі”

Ринок кондитерських товарів у сучасних умовах досить насичений продукцією, як різних найменувань так і різних виробників. Один із найбільш популярних товарів є чорний шоколад. Але серед великого різноманіття продуктів цього найменування покупцю важко зорієнтуватися у виборі, і при цьому якість продукції не завжди відповідає вимогам, що висувуються до якості шоколаду. Тому обираючи шоколад споживач орієнтується в першу чергу на власні відчуття – органолептичні властивості.

То ж основною метою статті є дослідження органолептичних властивостей чорного шоколаду різних торгових марок, що реалізуються в роздрібній торговій мережі.

Для дослідження якості було відібрано чорний шоколад п'яти торгових марок: шоколад чорний «Корона» виробник ТМ «Корона», шоколад чорний «Roshen» виробник кондитерська фабрика Рошен, шоколад чорний «Світоч» виробник ТОВ «Світоч», шоколад «Амур» чорний виробник АТ «ВО Конті», «Міленіум» від ТОВ «МАЛБІ-Україна». Перевіряли за наступними показниками: колір, форма, зовнішній вигляд та структуру.

Згідно нормативно-технічної документації органолептичні показники якості шоколаду повинні відповідати вимогам ДСТУ 3924-2000 „Шоколад. Загальні технічні вимоги”.

Дані досліджувані зразки чорного шоколаду відповідають вимогам за всіма органолептичними показниками: колір темно-коричневий, форма правильна, без деформацій, лицева поверхня блискуча, без сірого нальоту і плям, консистенція – тверда, структура однорідна, злам матовий для шоколаду без добавок. При споживчому виборі найбільш привабливим є зразок 2 – шоколад чорний «Roshen» виробник кондитерська фабрика Рошен. Пропозиції споживачам:

Ретельно звертати увагу на:

- маркування шоколаду;
- на дотримання термінів і умов зберігання.

АКТУАЛЬНІСТЬ УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Кіктенко Т.Д., гр. ТЕ-49

Науковий керівник – ст. викл. **З.П. Карпенко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Під поняттям «система якості» розуміють сукупність методик, процесів і ресурсів, які необхідні для здійснення управління якістю.

З розвитком науково-технічного прогресу проблема якості не спрощується, а, навпаки, стає складнішою. Для її вирішення необхідний комплексний системний підхід, реалізація якого можлива лише в рамках системи управління якістю.

Ця система може бути створена не лише з ініціатива керівництва підприємства для вдосконалення його діяльності, та зменшення невиробничих витрат, а й за вимогою споживачів. Створення цієї системи на підприємстві не дає можливості виготовляти найкращу та найбільш конкурентоспроможну продукцію, як помилково вважає велика кількість людей. Ця система дає можливість дати гарантію що якість виготовленої продукції чи представлених послуг є стабільною та високого рівня. Вона підвищує довіру споживачів до якості продукції підприємства та розширенню ринків збуту. Також сприяє появі додаткових можливостей для інвестування

Актуальність впровадження системи управління якістю полягає у тому, що успішність будь-якої компанії може бути здійснена тільки в умовах, коли товари чи послуги, які нею представлені будуть відповідати: діючим нормативним документам, чинному законодавству та іншим вимогам суспільства; пропонуються покупцеві за конкурентоспроможними цінами; мають необхідні споживчі властивості; відповідають чітко визначеним потребам та призначенню; забезпечують компанію отриманням прибутку.

Система управління якістю здатна попередити появу непродуктивних втрат і дефектів у всіх сферах діяльності компанії, виявляти причини їх появи, та не допустити їх у майбутньому. Наявність всередині фірми системи управління якістю дозволяє їй реагувати на різні вимоги ринку, забезпечити запас стійкості фірми та завойовувати нові ринки.