

ВПЛИВ КОЛЬОРУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ВИБІР СПОЖИВАЧА

Клещук О.О., гр. А-ТІ-1

Науковий керівник – д-р техн. наук, доц. **В.В. Шутюк**

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Споживачі мають чіткі, хоча й несвідомі, очікування щодо зовнішнього вигляду харчових продуктів. Зовнішній вигляд кожного продукту зазвичай є першою характеристикою, яку може виявити споживач. Крім кольору, на вибір товару споживачем також впливає форма, якість поверхневого шару, прозорість або видимі властивості текстури. Колір їжі створює певне очікування до харчового продукту. Так, жовті десерти асоціюються з ваніллю з дитинства, пов'язані з кольором ванільного морозива та пудингу. Червоний асоціюється з фруктовим і стиглим, тоді як зелений асоціюється з недостатньою стиглістю, тому що зелені і стиглі фрукти (яблуко Симиренко) або фруктові овочі (помідори Смарагдова груша) зустрічаються досить рідко.

Багато харчових продуктів природно містять високі концентрації барвників. Це ефектно і незвично, наприклад, з синьою картоплею, фіолетовою цвітною капустою або чорною кукурудзою. Це рідкісні або давні сорти, які рідко використовуються в промисловій переробці, наприклад фіолетові кукурудзяні чіпси. Бурак, шпинат, гібіскус, куркума, помідори, виноград, перець і морква входять до числа барвників. Вони вважаються інгредієнтом і, окрім своїх барвників, мають ароматизуючий або поживний фізіологічний ефект і, на відміну від добавок, не підлягають обмеженням максимальної кількості, вимогам щодо декларування чи маркування номерами Е.

Додавання барвників може бути корисним, оскільки, з одного боку, харчові продукти можуть втратити або змінити свій початковий колір під час виробництва чи зберігання. Барвники також використовуються для вирівнювання кольору харчових продуктів з різних партій. Додані барвники допомагають зберегти оригінальний колір або посилити природні кольори.

Той факт, що їжа є натуральною та походить з певного регіону, також відіграє все більшу роль. Незважаючи на те, що «чисті» харчові продукти принципово безпечні та мають високу якість, а правопорушення, пов'язані з введенням в оману, не розглядається, використання інгредієнтів, схожих на добавки, в оцінках споживачів все одно часто призводить до «уявного» обману.

Використання природних барвників може відкрити для харчових підприємств, рестораторів і роздрібних торговців нові ідеї щодо продуктів, страв, розміщення та рекламних акцій.