

# 南臺科技大學

## 餐旅管理系

### 畢業專題報告

馬卡龍新產品之消費者感官品評-咖啡渣之再利用

指導教授：葉佳聖	教授
學生：張莉婷	499M0025
吳佳紋	499M0026
歐家禎	499M0043
王麗欣	499M0045
鄭文婷	499M0047

中華民國一百零二年十二月二十七日

## 摘要

現今的社會提倡綠色環保，但許多企業因為製作食品，而將不要的剩餘物丟棄，而產生了所謂的「食品廢棄物」，且數量之龐大，若不妥善處理，將造成嚴重的垃圾問題。而咖啡近幾年為國人越來越喜愛的飲品之一，可想而知其廢棄物「咖啡渣」數量也越來越龐大，目前只將它作為堆肥或燃料，及一些生活上的妙用外，大多廢棄不用。而咖啡渣裡面所包含的營養素也是不容小覷，且目前市面上尚未出現將咖啡渣應用在可食的食物上，因此本研究將利用咖啡渣添加製作成西式馬卡龍，並利用感官品評探討消費者對於此新產品之接受度及購買意願。本實驗以咖啡渣做為原料，進行乾燥、研磨、分篩、成分分析，並添加於馬卡龍中探討其品質，本組決定以添加 0%咖啡渣、0.5%咖啡渣、2%咖啡渣、5%咖啡渣做為馬卡龍的添加量，成品做出後，依照消費者品評後，對於四種不同比例咖啡渣之接受程度與購買意願進行測試。對象以不同性別的年輕族群(20~30)為主，針對馬卡龍外觀、咖啡風味、口感及整體接受度，作為新產品接受度的主要品評項目，本研究預估發放 110 份問卷，回收 110 份問卷，經過評估挑選後，有效問卷為 108 份，有效回收率為 98%。分析結果共分為四個部分，分別為消費者整體接受度、消費者喜好度及消費者購買意願分析，而消費者對馬卡龍特性接受度之分析，原味馬卡龍的整體接受度為最高，但其它三個添加咖啡渣之馬卡龍的整體得分也是偏高，表示也同樣能讓消費者接受。消費者喜好度結果顯示，消費者最喜愛的馬卡龍排名由高至低分別為：CM0、CM20、CM05、CM50。消費者購買意願分析結果顯示，CM0 之主要影響預測變項為外觀、整體風味、軟硬度三個，另外三種有含咖啡渣之馬卡龍品皆只有外觀及整體風味達到顯著，顯示出影響消費者接受度的主要預測變項均有外觀及整體風味。相關分析發現四種馬卡龍在整體風味對整體接受度上，對消費者購買意願影響因素最大，當未告知消費者馬卡龍含有咖啡渣時，消費者的購買意願達到顯著水準，表示消費者有較高意願購買此產品；但若告知消費者馬卡龍含有咖啡渣時，則消費者的購買意願無達到顯著水準，表示消費者對此產品無購買意願。消費者在購買意願之預測力中，除了 CM0 無影響之變項外，其它添加不同咖啡渣馬卡龍之影響變項分別為整體風味、甜度、咖啡風味，各有不同之影響變項，如咖啡渣添加量越高，咖啡風味會提高，但對於口感則提升其殘渣感，進而影響整體風味等，若再加以調整，或許能提升整體之接受度。

關鍵字：咖啡渣、馬卡龍、感官品評