

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. Классификация систем и методов органолептического анализа	5
1.1. Сравнительная оценка потребительской и аналитической систем оценки качества продовольственных товаров.....	5
1.2. Классификация и краткая характеристика методов органолептиче- ского анализа.....	6
2. Шкала желательности как метод потребительской оценки качества продовольственных товаров.....	8
3. Различительные методы и их применение в оценке качества продуктов питания	10
3.1. Методы качественных различий и примеры их применения....	10
3.2. Методы количественных различий и примеры их применения...	13
4. Применение унифицированного балльного метода в оценке качества продуктов питания.....	14
4.1. Порядок разработки унифицированной балльной шкалы.....	14
4.2. Порядок обработки результатов органолептического анализа при применении унифицированного баллового метода.....	16
4.3. Пример применения унифицированного балльного метода для оценки качества сахарного печенья	19
5. Использование традиционных балльных шкал в органолептическом анализе.....	26
5.1. Характеристика традиционных балльных шкал, используемых в органолептическом анализе	29
5.2. Сравнительная оценка традиционных и перспективной унифицированной 100- балльной шкалы.....	30
6. Применение метода профильного анализа для органолептической оценки качества продуктов.....	31
6.1. Характеристика метода профильного анализа.....	31
6.2. Приемы изображения профилей органолептических свойств продуктов.....	32
6.3. Пример построения общего профиля сенсорных свойств продукта	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	36
Краткий словарь терминов, применяемых в органолептическом анализе	37
БИБЛИОГРАФИЯ	39

ВВЕДЕНИЕ

Оценка качества продуктов питания осуществляется с помощью двух основных групп методов – органолептических и физико-химических.

Органолептический или **сенсорный** анализ включает оценку вкуса, запаха, цвета, внешнего вида и др. показателей качества продукта с помощью органов зрения, обоняния, вкуса, осязания или, как говорят, с помощью сенсорных анализаторов человека. Органолептические показатели выполняют важную роль в оценке качества продовольственных товаров и включены в стандарты на все виды сырья и продуктов.

Органолептический метод анализа позволяет сделать достаточно точное заключение о качестве продукта. При сильных отклонениях органолептических свойств продукт уже на этой стадии контроля может быть признан непригодным к потреблению и забракован. Даже незначительное изменение например цвета или запаха обычно является указанием на снижение пищевой ценности продукта, которое затем подтверждается с помощью физико-химических методов анализа.

Для того, чтобы органолептическая оценка носила объективный характер, следует соблюдать строгие правила подготовки и проведения этого анализа.

1. Тщательный отбор и подготовка дегустаторов. Все дегустаторы должны периодически проходить проверку своих сенсорных способностей – т.е. способность различать цвета, запахи, вкусы. Дегустатор должен иметь достаточную остроту и натренированность органов чувств.
2. Строгое соблюдение правил отбора проб, подготовки образцов и проведения анализа, изложенных в соответствующих стандартах.
3. Использование научно обоснованных методов анализа, а также обработки и представления результатов органолептического анализа. Система оценки качества должна давать воспроизводимые результаты при среднем уровне подготовки дегустаторов.

В учебном пособии приведены классификация и описание современных методов органолептического анализа, применяемых в оценке качества продовольственных товаров, изложены методики проведения анализов при использовании различных методов в потребительских и аналитических дегустациях, а также приведены примеры практического применения современных методов органолептического анализа в оценке качества продовольственных товаров. Цель пособия - овладение методами современного сенсорного анализа продовольственных товаров и приобретение практических навыков в организации и проведении дегустационного контроля качества продовольственных товаров.

В конце пособия приведен краткий словарь терминов, применяемых в органолептике, а также список литературы, использованной при написании данного пособия.

Теоретический материал, методики и примеры, изложенные в учебном пособии, могут быть широко использованы студентами, аспирантами, научными сотрудниками, изучающими экспертизу качества продовольственных товаров.

1. Классификация систем и методов органолептического анализа

1.1. Сравнительная оценка потребительской и аналитической систем оценки качества продовольственных товаров

В зависимости от степени подготовленности и квалификации дегустаторов различают потребительскую и аналитическую оценку: потребительская проводится широким кругом потребителей, аналитическая – подготовленными специалистами-экспертами.

В основе потребительской оценки лежит гедонический принцип – «нравится-не нравится» – т.е. шкала желательности, а в основе аналитической – шкала интенсивности того или иного признака качества продукта. Эти два понятия можно пояснить на таком примере. При потребительской дегустации потребители оценивают общую «вкусность» продукта (флейвор). Вкусность продукта – сложное комплексное ощущение, когда различные импульсы вкуса, запаха и консистенции воспринимаются как единое целое, как степень желательности. Наивысшую оценку потребитель, очевидно, поставит вкусу средней интенсивности: умеренно кислому, умеренно соленому и т.д. А оценивая вкус аналитически (например в профильном анализе), эксперты должны поставить наивысший балл наиболее сильно выраженному импульсу вкуса, здесь используется шкала интенсивности признака.

Отличительные признаки потребительской и аналитической систем оценки приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Отличительные признаки потребительской и аналитической систем оценки качества продуктов

Сравниваемые признаки	Потребительская оценка	Аналитическая оценка
Что оценивается	Впечатление от продукта в целом (флейвор)	Единичные показатели, по ним - суммарное качество продукта (дифференцированный подход)
Кто оценивает	Неподготовленные потребители	Подготовленная комиссия дегустаторов-экспертов
Минимальное количество оценщиков	Не менее 20	Не менее 9
Принципы оценки	Гедонический («нравится-не нравится»)	Шкала интенсивности единичных органолептических показателей

Потребительская оценка должна быть проста, доступна и преследовать одну цель - определить, нравится или не нравится продукт потребителю. Она потому и называется потребительской, что в составе дегустационной комиссии могут