Органолептическая оценка качества пищевой продукции

|  |
| --- |
| Методические указания разработаны на основании нормативно – технической и технологической документации, исследований в данной области, а также отечественного и зарубежного опыта оценки качества пищевых продуктов.Методические указания устанавливают порядок организации, проведения и оформления результатов органолептического анализа продукции общественного питания.Методика проведения органолептического анализа продукции является обязательной и единой для использования ; на предприятиях общественного питания, в том числе службой контроля качества для специалистов пищевых лабораторий, осуществляющих контроль качества продукции общественного питания, а также для других организаций, в том числе территориальных органов Госстандарта, Госсаннадзора и правоохранительных органов.Методика проведения органолептического анализа продукции устанавливает основные требования к помещению, используемым приборам, к материалам и специалистам.Общие положения метода.Органолептический анализ представляет собой исследование качества продукции с помощью органов чувств – зрения, обоняния, вкуса, осязания.При соблюдении научно-обоснованных правил результаты органолептической оценки качества продукции по точности и воспроизводимости равноценны результатам, полученным при использовании инструментальных методов контроля.Благодаря данному методу анализа можно быстро и просто оценить качество сырья, полуфабрикатов и кулинарной продукции, обнаружить нарушения рецептуры, технологии приготовления .Точность, воспроизводимость и возможность сравнения результатов органолептического анализа зависит от выполнения определенных требований, а именно :Порядок и условия проведения анализа;Квалификация и навыка специалистов;Системы оценки результатов анализа.Как упоминалось ранее у продуктов существуют показатели качества, выбор этих показателей при органолептическом анализе зависит от вида продукции и ее особенностей. Основными показателями данного анализа являются : внешний вид, цвет, запах, консистенция, вкус.Внешний вид  - комплексный показатель, который характеризует общее зрительное впечатление от изделия, и включает в себя ряд единичных показателей, как форма, состояние поверхности, однородность по размеру, и т.д.Цвет (окраска) – показатель внешнего вида, характеризующий впечатление, вызванное отраженными световыми лучами видимого цвета.Запах – показатель качества, определяемый с помощью органов обоняния. Интенсивность запаха зависит от количества летучих веществ, выделяемых из продуктов и их химической природы.Консистенция – показатель качества продуктов питания, который характеризует сумму свойств продукта, воспроизводимых зрительно и осязательно.При оценке консистенции определяют:Агрегатное состояние (жидкое, твердое и т.д.);Степень его однородности (однородная, хлопьевидная, творожистая и т.д.);Механические свойства (хрупкость, вязкость, упругость, пластичность).Вкус - важнейший показатель качества продукции, оказывающий решающее влияние на оценку ее качества.Вкус вызывают вещества, растворимые в воде или слюне. На вкусовые ощущения оказывают влияние консистенция и запах блюд и изделий.При оценке вкуса характеризуют его качественные признаки (горький, кислый, сладкий, соленый вкус) и интенсивность.Аналитические методы органолептического анализа основаны на количественной оценке показателей качества и позволяют установить корреляцию между отдельными признаками. К аналитическим относят методы парного сравнения, треугольный, дуо-трио, ранговый, балловый и др.Среди аналитических методов можно выделить группы качест венных и количественных различительных тестов.Методы качественных различий позволяют ответить на вопрос, есть ли разница между оцениваемыми образцами по одному из пока зателей качества (вкусу, запаху, консистенции, внешнему виду) или общему впечатлению о качестве, но не отвечают на вопрос, какова разница между образцами. К этой группе относятся методы сравне ния: парного, треугольного, два из трех (дуо-трио), два из пяти. Они основаны на сравнении двух подобных образцов со слабо выражен ными различиями. Образцы могут быть представлены в виде пары (парный метод), в виде проб из трех образцов (два из которых иден тичны) или в виде проб из пяти образцов (один образец повторяется в пробе два раза, другой - три раза). Пробы должны быть закодирова ны. Методы применяют в тех случаях, когда следует убедиться, име ются ли различия между двумя образцами продукта. Эти тесты при меняют также при отборе дегустаторов.К качественным различительным тестам относятся методы индекса разбавления и метод scoring. Эти методы позволяют количест венно оценить интенсивность определенного свойства или уровень качества продукта в целом.Метод индекса разбавлений предназначен для определения ин тенсивности запаха, вкуса, окраски продукта по величине предельно го разбавления. Метод состоит в том, что жидкий продукт подверга ют ряду возрастающих разбавлений до получения концентрации, при которой отдельные показатели не улавливаются органолептически. Показатель (индекс) вкуса, запаха, окраски выражается числом раз бавлений или процентным содержанием исходного вещества в рас творе.Метод scoring ( с англ. отсчет очков) основан на исполь зовании шкал графических и словесных. Дегустатору предлагают два образца продукта, для которого оцениваемая характеристика имеет минимальное и максимальное значение, и один образец, для которого интенсивность характеристики не известна. При сравнении третьего образца с двумя первыми оценивается относительное значение харак теристики и отмечается на шкале перпендикулярным штрихом с уче том расстояния от обоих концов.Метод scoring (баллов) позволяет количественно оценивать ка чественные признаки продуктов и открывает большие возможности для изучения корреляции между органолептическими свойствами продуктов и объективными параметрами, измеряемыми инструментальными методами.Следует отметить, однако, что наиболее объективную информацию можно получить, только используя измерительные методы. По сравнению с органолептическим анализом они более длительные и сложные, но лишены субъективности эксперта. |