

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Заблоцьких А.Г. 21МБ ГМ
Керівник Ковальов О.О., асистент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Анотація – ознайомлення з методологічними підходами до оцінки якості харчових продуктів.

Основним завданням дослідження якості харчових продуктів є насамперед забезпечення безпеки споживача, а також визначення відповідності продуктів існуючим критеріям якості, найсуттєвішим споживним властивостям, що характеризують якість продукту.

Результатом дослідження якості харчової продукції повинні бути підвищення якості продукції, рекомендації із зниження можливих втрат при псуванні продуктів. Необхідність проведення оцінки якості харчових продуктів на міцному науковому підґрунті викликане ускладненням організації виробництва нової продукції, збільшення витрат щодо випуску нових продуктів і збільшення ризиків в зв'язку із зміною кон'юнктури ринку.

Постійна конкуренція на ринку змушує виробників ретельно працювати над прийняттям рішень, пов'язаних з випуском нових продуктів та їх зберіганням.

При виробництві нової продукції слід дбати про те, щоб властивості та методи виробництва нових продуктів не завдавали шкоди навколишньому середовищу, не впливала негативно на здоров'я людини, задовольнити вимоги споживачів.

Слід підкреслити, що всі дослідження продуктів спрямовані на систематичне підвищення якості продуктів, сировини та напівфабрикатів, на розробку ефективних методів і способів дослідження споживних властивостей, на раціональне використання сировини і матеріалів, на попередження небажаних змін в товарах при їх товаропросуванні і споживанні, на зниження втрат якості і маси товару.

Знання методів дослідження якості продуктів, розумне їх використання, може позитивно впливати не лише на реалізацію продуктів, забезпечення високої якості продуктів, а й на зниження собівартості продукції, зниження витрат при товаропросуванні. Слід пам'ятати, що кожний аналіз якості—це додаткові витрати. А, витрати повинні бути тільки ті, що можуть забезпечити раціональне рішення.

В зв'язку з викладеним кожне дослідження якості продуктів або будь-якого показника повинно завершуватися оцінкою отриманих

результатів. Це правило нагадує, що важливий не тільки результат сам по собі, а наскільки отриманий результат спрацює в економічному плані, в підвищенні якості продукції, в кращому задоволенні потреб споживача. Наприклад, при визначенні якості або окремих показників молока важливо показати, наскільки якісно пов'язані між собою окремі деталі, щоб гарантувати якість молока.

При дослідженні якості товарів необхідно враховувати вимоги споживача. Слід пам'ятати, що всі продукти призначаються для продажу. У тих випадках, коли споживач не купує продукт, то збитки несе виробник, торговельна фірма і в цілому суспільство. Тому вимоги споживача до продукту повинні ретельно враховуватися при дослідженні якості продукту, конкретного виробу. До таких вимог, незалежно від особливостей продукту, належать якість, доцільність і привабливість зовнішнього вигляду, тобто доцільність і гарний зовнішній вигляд є важливими складовими якості.

Дослідження продуктів повинно проводитися на основі новітніх досягнень науки. Безперервне підвищення якості продукції, раціоналізація асортименту, формування нових властивостей продуктів вимагає удосконалення не лише методів, а й підходів до дослідження якості продуктів або окремих якісних показників. Тому дуже важливо, щоб дослідження якості не відставали від науково-технічного прогресу.

Методи дослідження розвиваються за рахунок отримання новітніх наукових досягнень, нагромадження досвіду та результатів аналізів, на основі яких можна розкрити певні закономірності, зробити певні узагальнення. Таким чином відбувається підвищення точності достовірності результатів дослідження, створення нової апаратури, дешевших і надійніших експрес-методів тощо. Дослідження продуктів повинно проводитися з урахуванням економічної доцільності й вигоди для фірми і суспільства.

Дослідження якості продуктів або окремих показників якості повинно проводитись систематично на всьому шляху товаропросування. Дехто вважає, ґрунтуючись на економічних міркуваннях, що досить визначати якість товару на підприємстві, що виготовляє товар. Але практика свідчить, що однократне дослідження якості продукту не є гарантією того, що споживач отримає товар відповідної якості. На шляху товаропросування, внаслідок дії механічних сил і інших чинників можуть виникнути ситуації, які негативно вплинуть на якість продукції, на здатність виконувати відповідні функції при споживанні. Перевірка якості необхідна і при пошкодженні упаковки, і при розміщенні товарів у складах.