



МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЙ
СТАНДАРТ

ГОСТ
ISO 11136—
2017



Органолептический анализ

МЕТОДОЛОГИЯ

Общее руководство по проведению гедонических
испытаний потребителями в контролируемой зоне

(ISO 11136:2014,
Sensory analysis – Methodology – General guidance for conducting hedonic
tests with consumers in a controlled area,
IDT)

Издание официальное

Зарегистрирован
№ 13314
5 июня 2017 г.



Предисловие

Евразийский совет по стандартизации, метрологии и сертификации (ЕАСС) представляет собой региональное объединение национальных органов по стандартизации государств, входящих в Содружество Независимых Государств. В дальнейшем возможно вступление в ЕАСС национальных органов по стандартизации других государств.

Цели, основные принципы и основной порядок проведения работ по межгосударственной стандартизации установлены ГОСТ 1.0—2015 «Межгосударственная система стандартизации. Основные положения» и ГОСТ 1.2—2015 «Межгосударственная система стандартизации. Стандарты межгосударственные, правила и рекомендации по межгосударственной стандартизации. Правила разработки, принятия, обновления и отмены».

Сведения о стандарте

1 ПОДГОТОВЛЕН Акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (АО «ВНИИС») на основе официального перевода на русский язык англоязычной версии указанного в пункте 4 стандарта, который выполнен ФГУП «Стандартинформ»

2 ВНЕСЕН Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии Российской Федерации

3 ПРИНЯТ Евразийским советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протоколом от 1 июня 2017 г. №51-2017)

За принятие стандарта проголосовали:

Краткое наименование страны по МК (ИСО 3166) 004—97	Код страны по МК (ИСО 3166) 004—97	Сокращенное наименование национального органа по стандартизации
Армения	AM	Минэкономики Республики Армения
Беларусь	BY	Госстандарт Республики Беларусь
Казахстан	KZ	Госстандарт Республики Казахстан
Кыргызстан	KG	Кыргызстандарт
Молдова	MD	Молдова-Стандарт
Российская Федерация	RU	Росстандарт
Узбекистан	UZ	Узстандарт
Украина	UA	Минэкономразвития Украины

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 11136:2014 «Сенсорный анализ. Методология. Общее руководство по проведению гедонических испытаний потребителями в контролируемой зоне» («Sensory analysis – Methodology – General guidance for conducting hedonic tests with consumers in a controlled area», IDT).

Наименование настоящего стандарта изменено относительно наименования указанного международного стандарта для увязки с наименованиями, принятыми в существующем комплексе межгосударственных стандартов.

Международный стандарт разработан Подкомитетом ISO TC 34/SC 12 «Сенсорный анализ» Технического комитета по стандартизации ISO/TC 34 «Пищевые продукты» Международной организации по стандартизации (ISO).

При применении настоящего стандарта рекомендуется использовать вместо ссылочных международных стандартов соответствующие им межгосударственные стандарты, сведения о которых приведены в дополнительном приложении ДА

Некоторые элементы настоящего стандарта могут являться объектами патентных прав

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Информация о введении в действие (прекращении действия) настоящего стандарта и изменений к нему на территории указанных выше государств публикуется в указателях национальных (государственных) стандартов, издаваемых в этих государствах, а также в сети Интернет на сайтах соответствующих национальных (государственных) органов по стандартизации.

В случае пересмотра, изменения или отмены настоящего стандарта соответствующая информация также будет опубликована в сети Интернет на сайте Межгосударственного совета по стандартизации, метрологии и сертификации в каталоге «Межгосударственные стандарты»

Исключительное право официального опубликования настоящего стандарта на территории указанных выше государств принадлежит национальным (государственным) органам по стандартизации этих государств.

Содержание

1 Область применения.....	1
2 Нормативные ссылки.....	1
3 Термины и определения.....	2
4 Подготовительные мероприятия.....	3
4.1 Предложение о проведении испытания.....	3
4.2 Параметры целевой совокупности.....	4
4.3 Дополнительные параметры.....	4
5 Выборка потребителей.....	4
5.1 Общие положения.....	4
5.2 Набор потребителей.....	5
5.3 Составление выборки потребителей.....	5
5.4 Сегментация выборки.....	6
6 Объем выборки потребителей.....	6
6.1 Решение об измерении.....	6
6.2 Определение объема выборки.....	7
6.3 Работа с подгруппами.....	7
6.4 Количество образцов продуктов и план эксперимента.....	8
6.5 Надежность набора участников.....	8
7 Зона проведения испытания.....	8
8 Продукты.....	8
8.1 Анонимное представление продуктов.....	8
8.2 Подготовка и представление продуктов.....	9
9 Методы.....	9
9.1 Две группы гедонических испытаний.....	9
9.2 Рейтинговый метод (метод шкал).....	10
9.3 Метод парного сравнения образцов.....	10
9.4 Метод ранжирования.....	11
9.5 Дополнительные вопросы.....	11
9.6 Инструкции для испытателей.....	12
10 Организация испытательных сессий.....	12
10.1 Общие положения.....	12
10.2 Планы.....	13
10.3 Количество продуктов, оцениваемых за одну сессию.....	13
10.4 Характер продуктов, оцениваемых за одну сессию.....	14
10.5 Продолжительность сессии.....	14
10.6 Повторение оценки продукта в одном испытании.....	14
10.7 Предварительное испытание.....	14
11 Анализ результатов.....	15
11.1 Общие положения.....	15
11.2 Анализ выводов.....	15
11.3 Рейтинги (см. 9.2).....	15
11.4 Парные сравнения (9.3).....	15
11.5 Ранжирование (9.4).....	15
12 Отчет об испытании.....	16
12.1 Общие положения.....	16
12.2 Продукты.....	16
12.3 Метод испытания.....	17
12.4 Испытатели (потребители).....	17
12.5 Результаты.....	17
12.6 Приложения к отчету.....	17
Приложение А (справочное) Пример анкеты для набора участников.....	19
Приложение В (справочное) Методы оценивания подгрупп при сегментации.....	22
Приложение С (справочное) Планы распределения продуктов по испытателям.....	24
Приложение D (справочное) Влияние объема выборки на точность одного среднего значения.....	25
Приложение E (справочное) Минимальный размер выборки для рейтинговых тестов.....	26