



## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 664-4

DOI 10.24411/0235-2486-2020-10103

## Потребительская ценность пищевого продукта и системогенез производства

А.Ю. Золотин\*, канд. техн. наук; С.В. Симоненко, д-р техн. наук; Е.С. Симоненко; М.С. Копытко  
НИИ детского питания – филиал ФИЦ питания, биотехнологии и безопасности пищи, г. Истра, Московская обл.

Дата поступления в редакцию 04.08.2020

\* info@niidp.ru

Дата принятия в печать 28.09.2020

© Золотин, А.Ю., Симоненко С.В., Симоненко Е.С., Копытко М.С., 2020

## Реферат

В статье обсуждаются аспекты связи потребительской ценности пищевых продуктов с процессами переноса, отражающими системный характер производства продуктов. Выделены шесть составляющих, характеризующих структуру потребительской ценности, и процессы физического, экологического, психологического переноса, в комплексе и взаимосвязи характеризующие системогенез. При этом физический перенос ассоциирован с технологическим переносом и техническим уровнем производства; экологический – с «органолептическим производством»; психологический – с личностными и интеллектуальными особенностями производителя. Показано, что характер связи структурных элементов потребительской ценности и процессов переноса проявляется в явной, неявной и латентной формах. Явная связь структурного элемента ассоциирована с характеристическим параметром процесса переноса; неявная характеризуется связью определенного структурного элемента, опосредованного другими структурными элементами; латентная распознается как потребность в связи характеристического параметра процесса переноса с определенным структурным элементом. Балльная оценка силы связи структурных элементов с процессами переноса указывает на приоритет физического и психического переноса на стадии производства продуктов с высокой потребительской ценностью, причем психологический перенос определяется поведенческой установкой производителя на обеспечение потребительской ценности выпускаемых продуктов по комплексу характеризующих ее структурных элементов.

## Ключевые слова

потребительская ценность, структурные элементы, процессы переноса

## Для цитирования

Золотин, А.Ю., Симоненко С.В., Симоненко Е.С., Копытко М.С. (2020) Потребительская ценность пищевого продукта и системогенез производства // Пищевая промышленность. 2020. № 10. С. 38–40.

## The consumer value of the food product and the production system Genesis

A. Yu. Zolotin\*, Candidate of Technical Sciences; S.V. Simonenko, Doctor of Technical Sciences; E.S. Simonenko; M.S. Kopytko

Research Institute of Baby Food – Branch of Federal Research Center of Nutrition, Biotechnology and Safety, Istra, Moscow region

Received: August 4, 2020

\* info@niidp.ru

Accepted: September 28, 2020

© Zolotin A. Yu., Simonenko S.V., Simonenko E.S., Kopytko M.S., 2020

## Abstract

The article discusses aspects of the relationship between the consumer value of food products and the transfer processes that reflect the systematic nature of food production. There are six components that characterize the structure of consumer value and the processes of physical, environmental, and psychological transfer, in a complex and interrelation that characterize systemogenesis. At the same time, physical transfer is associated with technological transfer and the technical level of production; environmental – with «organoleptic production»; psychological – with the personal and intellectual characteristics of the Manufacturer. It is shown that the nature of the relationship between the structural elements of consumer value and the transfer processes is manifested in explicit, implicit, and latent forms. The obvious connection of the structural element associated with the characteristic parameter of the transfer process; the implicit relationship is characterized by the specific structural element, mediated by other structural elements; latent is recognized as the need to link the characteristic parameter of the migration process with a certain structural element. Numerical evaluation of strength of structural elements with the transport processes indicates the priority of physical and mental transfer at the stage of production of products with high consumer value, and the psychological transfer is determined by the behavioral setting of the Producer to ensure consumer value of its products by characterizing complex structural elements.

## Key words

consumer value, structural elements, transfer processes

## For citation

Zolotin A. Yu., Simonenko S.V., Simonenko E.S., Kopytko M.S. (2020) The consumer value of the food product and the production system Genesis // Food processing industry = Pischevaya promyshlennost'. 2020. No. 10. P. 38–40.

Вв  
ценн  
сти  
с по  
щев  
щев  
име  
3); л  
разм  
испо  
нию  
По  
расс  
хар  
торук  
ветст  
дани  
и исп  
По  
в три  
потре  
щест  
дейст  
и тех  
при п  
дукта  
Оц  
ся си  
на ос  
для с  
в об  
ская  
Пре  
диях  
конци  
дукта  
реаль  
его п  
Це  
ты св  
вого  
прои  
Стр  
ности  
дуаль  
потре  
турир  
обоб  
турны  
Выд  
ные э  
пищ  
1. Со  
вог  
пот  
2. Со  
пр  
о е  
3. Уб  
без  
4. Хр  
5. Ул  
6. За  
ван  
Сис  
словл  
физи



**Введение.** Понятие «потребительская ценность» используется для характеристики качества пищевого продукта наряду с понятиями «пищевая ценность» и «пищевая безопасность». В понимании пищевой ценности и пищевой безопасности имеется известная определенность [1, 2, 3]; понимание потребительской ценности размыто. Вместе с тем неопределенность используемых понятий ведет к непониманию обсуждаемой проблемы.

Потребительскую ценность следует рассматривать в качестве интегральной характеристики пищевого продукта, которую можно определить, как меру соответствия свойств пищевого продукта ожиданиям потребителя от его приобретения и использования [4].

Потребительская ценность формируется в триаде «разработка-производство-потребление», в формате которой осуществляется определенный комплекс действий: разработка состава, рецептур и технологии продуктов, их актуализация при производстве продукта, оценка продукта при его потреблении.

Оценка продукта потребителем является синтезирующей конструкцией триады, на основе которой потребитель делает для себя вывод о ценности продукта, в общем трактуемой как «потребительская ценность».

Предпосылки оценки создаются на стадиях разработки и производства, при этом концептуальные подходы к созданию продукта, заложенные на стадии разработки, реализуются в готовом продукте на стадии его производства.

**Цель публикации** – обозначить аспекты связи потребительской ценности пищевого продукта и системного характера его производства.

Строго говоря, потребительская ценность конкретного продукта индивидуальна, учитывающая индивидуальность потребителя, однако в силу своей структурированности возможны определенные обобщения, актуализированные в структурных элементах.

Выделены следующие структурированные элементы потребительской ценности пищевого продукта [4]:

1. Соотнесенность органолептического восприятия продукта и представления потребителя о его приятности.
2. Соотнесенность пищевой ценности продукта и представления потребителя о его полезности.
3. Убеденность потребителя в пищевой безопасности продукта.
4. Хранимоспособность продукта.
5. Упаковка продукта.
6. Затраты на приобретение и использование продукта.

Системный характер производства обусловлен органичностью связи процессов физического, экологического и психо-

логического переноса [5, 6] и принятием данной триады как матрицы производства. Подход к содержанию указанных процессов переноса является номинальным, адаптированным к специфике поставленного вопроса.

Физический перенос рассматривается как перенос технологической. «Единицами переноса» являются технология, технологические процессы, технологические параметры.

Связь физического (технологического) переноса (единиц переноса) и структурных элементов потребительской ценности проявляется в следующем.

Формирование органолептических кондиций продукта, определяющих характер его органолептического восприятия; сохранность питательных и биологически активных веществ, определяющих пищевую ценность; обеспечение показателей микробиологической безопасности, согласно санитарно-эпидемиологическим требованиям к готовой продукции, зависит от технического уровня производства, степени его адаптации к реализации требуемой технологии, гибкости технологического процесса, позволяющей в случае необходимости корректировать значения технологических параметров.

Техническим уровнем производства в значительной степени определяются составляющие (структурные элементы) потребительской ценности, ассоциированные с упаковкой и хранимоспособностью продукта, затратами на его приобретение и хранение.

Хранимоспособность продукта понимается как способность к сохранению устойчивости в отношении порчи, заложенная в пищевой продукт на стадии его разработки, а также обусловленная потенциалом самосохранения, присущим используемым ингредиентам.

При данной трактовке хранимоспособности технической уровень производства лишь раскрывает и утверждает способность, заложенную на стадии разработки.

Роль технического уровня производства в структурном элементе потребительской ценности, связанном с упаковкой продукта, проявляется в формировании эстетичности упаковки, ее способности сохранять органолептические кондиции и пищевую ценность продукта, а также обеспечивать пищевую безопасность продукта в процессе хранения.

Связь технического уровня производства и составляющей потребительской ценности, ассоциированной с затратами на приобретение и хранение продукта, обусловлена:

- затратами на производство продукта (связанными, в частности, с уровнем энергоемкости и ресурсосбережения технологий), переложеными на себестоимость продукта и таким образом на его цену;

- упаковкой продукта в аспекте ее адаптационной способности к условиям хранения, обеспечивающим минимизацию затрат на их реализацию.

Экологический перенос как составляющая процессов переноса, структурирующая производство пищевых продуктов, рассматривается во взаимосвязи производства и окружающей среды и по сути является адаптацией ноосферы к биосфере в части сохранения экологической стабильности ее экосистем и биогеоценозов в условиях прогрессирующего антропогенного воздействия.

В контексте потребительской ценности экологический перенос проявляется при наделинии пищевого продукта статусом «органический продукт». В этом случае априори формируется позитивное представление о его полезности и безопасности, что способствует формированию позитивного органолептического восприятия продукта на подсознательном уровне.

В основе любой деятельности, в том числе производственной, находится субъект деятельности – человек с присущим ему комплексом стремлений, провоцирующих определенные поведенческие акты, сообразные его психотипу и личностным особенностям. В связи с этим в триаде физического, экологического и психологического переноса, формально отражающей системогенез производства, приоритет должен быть отдан процессам психологического переноса.

В аспекте адаптации психологического переноса к ассоциативной связи производства и структурных элементов потребительской ценности пищевых продуктов следует констатировать, что данная связь определяется личностными и интеллектуальными качествами производителя, которые находят отражение в нестандартном и компетентном отношении к процессу производства и способности производителя ощущать себя потребителем своей собственной продукции.

Психологические аспекты в большей или меньшей степени переносятся на все структурные элементы потребительской ценности. Условно характер связи структурных элементов потребительской ценности пищевого продукта и процессов переноса, отражающих системогенез производства, представлен в таблице.

Характер связи:

1 – явная, 2 – неявная, 3 – латентная

Характер связи распознается на понятийном уровне.

Явная связь структурного элемента потребительской ценности ассоциирована с «параметром», который может рассматриваться в качестве характеристического для соответствующего типа процессов переноса.

Например, убежденность потребителя в пищевой безопасности продукта нахо-





## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

## Характер связи структурных элементов потребительской ценности и процессов переноса

Структурные элементы	Процессы переноса		
	Физического	Экологического	Психологического
Соотнесенность органолептического восприятия продукта и представления о его приятности	1	2	1
Соотнесенность пищевой ценности продукта и представления о его полезности	1	1	1
Убежденность в пищевой безопасности продукта	1	1	1
Хранимоспособность продукта	2	3	2
Упаковка продукта	2	3	2
Затраты на приобретение и использование продукта	1	2	1
Сумма баллов	8	12	8

дится в явной связи с техническим уровнем производства – характеристическим параметром физического (технологического) переноса; со статусом «органического продукта» – характеристическим параметром экологического переноса; со способностью производителя ощущать себя потребителем собственной продукции – характеристическим параметром психологического переноса.

Неявная связь структурного элемента потребительской ценности с процессами переноса характеризуется опосредованностью определенного структурного элемента другими структурными элементами. Например, формирование позитивного представления о полезности и безопасности продукта, ассоциированного со статусом органического продукта, способствует формированию позитивного органолептического восприятия продукта; хранимоспособность, содержание которой формируется на стадии разработки продукта, опосредована стадией производства.

Латентная связь характерна для экологического переноса и распознается как некая потребность в ассоциации характеристического параметра переноса с определенным структурным элементом. Так, статус органического продукта (характеристический параметр) формирует определенную ответственность в отношении оформления упаковки продукта и подтверждении ее хранимоспособности.

**Заключение.** Оценка по наименьшей сумме баллов силы связи структурных элементов потребительской ценности с процессами переноса показывает, что в наибольшей степени такая связь проявляется при физическом и психологическом переносе. Именно этим аспек-

там следует уделять внимание на стадии производства пищевых продуктов с потенциально высокой потребительской ценностью. При этом физический перенос ассоциируется с техническим и технологическим уровнем производства; психологический – с поведенческой установкой производителя на обеспечение потребительской ценности выпускаемых продуктов, по комплексу характеризующих ее структурных элементов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 от 9 декабря 2011 года № 880 «О безопасности пищевой продукции» [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902320560> (дата обращения: 06.07.2020).
2. Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902249109> (дата обращения: 06.07.2020).
3. СанПиН 2.3.2.1078–01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901806306> (дата обращения: 06.07.2020).
4. Золотин, А. Ю. Потребительская ценность пищевого продукта – как ее понимать/А.Ю. Золотин, С.В. Симоненко, Е.С. Симоненко, Е.С. Вайнерман [и др.] // Международный научно-исследовательский журнал. – 2019. – № 8–1 (86). – С. 62–67.
5. Золотин, А. Ю. Системогенез производства // Научное обеспечение молочной промышленности (ВНИМИ 75 лет): сборник научных трудов. – М., 2004. – С. 134–136.

6. Золотин, А. Ю. Методология триадного синтеза в исследованиях производства продуктов детского питания // Хранение и переработка сельскохозяйственного сырья. – М., 2007. – № 12. – С. 22–25.

## REFERENCES

1. Tehnicheskij reglament Tamozhennogo sojuza TR TS 021/2011 ot 9 dekabrja 2011 goda № 880 «O bezopasnosti pishhevoj produkcii» [Technical regulation of the Customs Union TR CU 021/2011 of December 9, 2011 No. 880 «on food safety»] [Electronic resource]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902320560> (date of the application: 06.07.2020) (In Russ.).
2. Edinye sanitarno-epidemiologicheskie i gigienicheskie trebovanija k tovaram, podlezhaschim sanitarno-epidemiologičeskomu nadzoru (kontrolju) [Uniform sanitary-epidemiological and hygienic requirements for goods subject to sanitary-epidemiological supervision (control)] [Electronic resource]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902249109> (date of the application: 06.07.2020) (In Russ.).
3. SanPiN 2.3.2.1078–01 Gigienicheskie trebovanija bezopasnosti i pishhevoj cennosti pishhevyh produktov [SanPiN 2.3.2.1078–01 Hygienic requirements for food safety and nutritional value] [Electronic resource]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901806306> (date of the application: 06.07.2020) (In Russ.).
4. Zolotin A Yu, Simonenko SV, Simonenko ES, Vajnerman ES, Antipova TA, Sedova AE. Potrebiteľ'skaja cennost' pishhevoogo produkta – kak ejo ponimat' [Consumer value of a food product – how to understand it]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal* [International Research Journal]. 2019. No. 8–1 (86). P. 62–67 (In Russ.).
5. Zolotin A Yu. Sistemogenez proizvodstva [The system Genesis production]. *Nauchnoe obespechenie molochnoj promyshlennosti (VNIIMI 75 let): sbornik nauchnyh trudov* [Scientific support of the dairy industry]. Moscow, 2004. P. 134–136 (In Russ.).
6. Zolotin A Yu. Metodologija triadnogo sinteza v issledovanijah proizvodstva produktov detskogo pitaniya [The methodology of process synthesis in the study of production of baby food]. *Hranenie i pererabotka sel'skhozajstvennogo syr'ja* [Storage and processing of agricultural raw materials]. Moscow, 2007. No. 12. P. 22–25 (In Russ.).

## Авторы

Золотин Александр Юрьевич, канд. техн. наук,  
Симоненко Сергей Владимирович, д-р техн. наук,  
Симоненко Елена Сергеевна,

Копытко Маргарита Сергеевна

НИИ детского питания – филиал ФИЦ питания, биотехнологии и безопасности пищи, 143500, Московская обл., г. Истра, ул. Московская, д. 48, info@niidp.ru

## Authors

Alexander Yu. Zolotin, Candidate of Technical Sciences,

Sergey V. Simonenko, Doctor of Technical Sciences,

Elena S. Simonenko,

Margarita S. Kopytko

Research Institute of Baby Food – Branch of Federal Research Center of Nutrition, Biotechnology and Safety, 48, Istra, Moscow str., Moscow region, 143500, info@niidp.ru