

УДК 338.43

***ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ КАТЕГОРИИ  
«ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ ПИТАНИЯ»***

***Лысова Е.А.***

*к.э.н., доцент,  
Вятский государственный университет,  
Киров, Россия*

***Стяшков А.А.***

*Магистрант,  
Вятский государственный университет,  
Киров, Россия*

**Аннотация.** В рамках исследования проведен анализ различных теоретических подходов, представленных в научной литературе категории «инновационный продукт питания». Для уточнения толкования термина использован системный подход, который предполагает взаимосвязь с другими терминами в рассматриваемой предметной области. С целью раскрытия содержания анализируемой дефиниции проведен анализ терминов: инновация, инновационный продукт.

Отнесение продуктов к инновационным осуществляется по следующим критериям: превосходству по сравнению с аналогами, представленными на рынке по составу, полезности, сроку хранения, использованию; отношению к инновационным составляющим со стороны потребителей; информационному сопровождению, а также влиянию на здоровье. На основе результатов эмпирического исследования дано уточненное определение категории «инновационный продукт питания».

**Ключевые слова:** инновации, продукт питания, инновационный продукт питания, свойства, рынок, потребности покупателей

***THEORETICAL APPROACHES TO THE STUDY OF THE CATEGORY  
"INNOVATIVE FOOD"***

**Lysova E.A.**  
*Candidate of Economics, Associate Professor,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

**Styashkov A.A.**  
*Master's student,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

**Annotation.** Within the framework of the study, the analysis of various theoretical approaches presented in the scientific literature of the category "innovative food" was carried out. To clarify the interpretation of the term, a systematic approach was used, which assumes a relationship with other terms in the subject area under consideration. In order to reveal the content of the analyzed definition, the analysis of the terms: innovation, innovative product.

The classification of products as innovative is carried out according to the following criteria: superiority in comparison with analogues presented on the market in composition, usefulness, shelf life, use; attitude to innovative components on the part of consumers; information support, as well as the impact on health. Based on the results of an empirical study, a refined definition of the category "innovative food product" is given.

**Keywords:** innovation, food product, innovative food product, properties, market

Современный рынок характеризуется высоким уровнем изменчивости, что связано с появлением новых технологий, материалов, продуктов, методов продаж, которые не только удовлетворяют многообразные потребности потребителей, но и непосредственно сами формируют их. Наиболее вариативен потребительский рынок, поскольку потребности покупателей и клиентов многообразны, изменчивы и индивидуальны.

Рынок продуктов - в экономической теории - рынок, на котором домохозяйства покупают, а фирмы продают произведенные ими продукты. Согласно пирамиде потребностей Маслоу, которая последовательно представляет все нужды человека от простых до высоких, к первому уровню относятся физиологические потребности (еда, вода, кров, сон). Таким образом, продукты питания удовлетворяют первичные потребности человека. Люди имеют постоянную нужду в приемлемых для здоровья продуктах, которые позволяют обеспечить им физическое, психическое и социальное благополучие.

Выбор продуктов питания носит индивидуальный характер, который отражает вкусы и привычки каждого человека. Основными критериями сегментации потребителей на рынке продуктов питания являются состояние здоровья, возраст, вкусовые пристрастия, а также отношение к здоровому образу жизни и др.

Темой исследования является анализ теоретических подходов содержания категории «инновационный продукт питания». Уточнение терминологии позволит не только углубить теоретические знания в этой области, но и определить направления развития бизнес-процессов в данной сфере.

Терминологический аппарат является основой научного языка. Содержание терминов раскрывается посредством дефиниций, т.е. «кратких логических определений, устанавливающих существенные отличительные признаки предмета или значение понятия» [8].

В рамках исследования проведен анализ различных подходов, представленных в научной литературе по данной проблеме. С целью уточнения толкования категории «инновационный продукт питания» использован системный подход, который предполагает взаимосвязь с другими терминами в рассматриваемой предметной области. Категория

«инновационный продукт питания» включает в себя следующие составные элементы: продукт питания и инновации.

Определение продуктов питания дано в Федеральном законе «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 года: «К пищевым продуктам относятся пищевая продукция, продовольственные товары, продукты питания, это продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, обработанном или переработанном виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу» [2].

Различные подходы ученых к понятию «инновация» представлены в таблице 1. Анализ позволил выявить, что при определении данного термина используется объектный, процессный и системный подходы.

Таблица 1 – Теоретические подходы к определению понятий «инновация»

Автор, источник	Определение	Авторская позиция
<b>Объектный подход</b>		
ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [1]	Инновации понимают как новый или улучшенный продукт, или как новый процесс, или маркетинговый или организационный метод.	Комплексный подход, определены виды инноваций
Райзберг Б.А. [6]	Инновации это нововведения в различных областях, основанные на научных достижениях и применении передового опыта	Использование результатов научных исследований
Бовин А.А. [12]	Инновации- это нововведения относительно новой продукции или технологии, а также организации бизнеса, управления и взаимодействия с потребителями, причем обязательно должна присутствовать рыночная новизна	Оценка новизны рынком
<b>Процессный подход</b>		
Санто Б. [3]	Инновации - комплексный процесс, включающий три подпроцесса: экономический, общественный, технический, направленные на создание улучшенных свойств изделий или технологий, посредством применения новых идей или технологий.	Определены основные составляющие инновационного процесса: экономический, общественный, технический
Твисс Б. [3]	инновации как процесс, приводящий к изменению управляемого объекта и получению эффекта в экономической, социальной, научно-технической и других	

	областях.	
Никсон Ф. [3]	это комплексный процесс, выделяются технический, производственный и коммерческий подпроцессы, которые ведут к разработке новых улучшенных процессов или товаров.	Добавлен дополнительный элемент - коммерческий
	Системный подход	
Бесшапошникова В.И. [4]	Инновации [6] акцент делает на патентоспособности товара (услуги), или возможности их учета как объектов интеллектуальной собственности, которые по своим характеристикам превосходят или соответствуют мировым разработкам при обеспечении экономической эффективности	Объект интеллектуальной собственности, обеспечивающий экономическую эффективность
Фатхутдинов Р.А. [13]	Инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.	Результат ведущий к получению эффекта в различных направлениях
Коржа Н.А. [11]	Инновация (нововведение) – это результат практического или научно-технического освоения новшества	Использование в научных целях или на практике
Сергеев В.И. [3]	Инновация – это такой общественный, технический, экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий	Практическое применение инноваций

Теоретические подходы, представленные в литературе, определяют терминологическую категорию «инновация» как объект, процесс и систему.

Инновации представляют собой нововведение или новшество в различных направлениях деятельности предприятия, в результате использования инновационных подходов прогнозируется эффективность действующей системы. Инновации характеризуются следующими критериями: новизна, товарность, рыночная востребованность, эффективность, наукоемкость.

С целью углубления теоретического осмысления данной категории рассмотрим, в первую очередь, определение «инновационный продукт», а

затем отметим особенности к сфере продуктов питания. Подходы различных авторов к понятию «инновационный продукт» представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Определения категории «инновационный продукт»

Автор	Определение	Авторская позиция
Гавриленко В.Г. [5]	Инновационная продукция – это продукция, подвергшаяся технологическим изменениям разной степени как то: новые изделия (вновь внедряемые) или подвергшиеся усовершенствованию, а также основанные на новых или значительно усовершенствованных методах производства (прочая инновационная продукция)	Указана степень изменения инновационных продуктов
Мясникович В.М., Никитенко П.Г. [9]	Инновационная продукция связана с достижением новых эксплуатационных показателей изделий, снижением затрат труда, потребления энергии, расходования материалов в технологических процессах и появлением новых услуг в нематериальном секторе экономики	Отмечены различные характеристики инновационных продуктов
Моностырный Е.А. [7]	Инновационная продукция – это результат инновационной деятельности (товары, работы, услуги), предназначенные для реализации.	Учтен сбытовой фактор инновационного продукта
Остальцева О.Ю. [9]	Инновационный продукт – это продукт новой категории, раньше никогда не производимый на данном предприятии. Иногда выпуск новой категории продукции – это ответ на действия конкурентов, но во многих случаях компании, имеющие свои исследовательские центры или отделы, заранее готовят инновационные продукты, получая информацию от маркетинговых структур о ситуации на рынке.	Определение инновационного продукта для предприятия,

Анализ определений инновационного продукта позволяет отметить следующие составляющие данного понятия: инновационная составляющая, высокий уровень качества продукции, снижение затрат на производственные процессы, предназначенные для реализации. Инновационные подходы не всегда принимаются рынком, с целью

повышения эффекта необходимо ориентироваться на предпочтения покупателей.

В экономической литературе представлены единичные фундаментальные работы по исследованию теоретических аспектов категории «инновационного продукта питания». Наиболее глубоко данная проблема рассмотрена в диссертации Остальцевой О.Ю. «Формирование системы продвижения инновационных продуктов питания на потребительский рынок» [9].

По мнению Остальцевой О.Ю.: «Инновационный пищевой продукт – новый и/или значительно улучшенный продукт питания, для которого характерно наличие дополнительной потребительской ценности, полученной в результате инновационного преобразования, оказывающей положительное влияние на полноценную жизнедеятельность организма и рост продолжительности жизни» [9].

Автор подразделяет инновационные продукты питания в зависимости от видов инноваций: новый продукт питания, улучшенный продукт питания, а также модифицированный продукт питания.

Для продуктов питания присущи следующие характеристики, позволяющие отнести их к инновационным:

- преимущества по сравнению с продуктами, представленными на рынке. Превосходство может быть как по одному критерию, так и нескольким, сюда можно отнести и состав продукта, полезность, срок хранения, использования, влияние на здоровье и т.д.;

- отношение к инновациям со стороны потребителей, которое проявляется не только на уровне вкусовых ощущений, но и также совместимости с пищевым поведением и образом жизни;

- информационная составляющая, позволяющая раскрыть суть инноваций, что позволяет сформировать интерес к данному продукту;

- полезность, что позволяет улучшить состояние здоровья, повысить сопротивляемость организма заболеваниям и стрессам.

При характеристике понятия «инновационный продукт питания» следует отметить иерархическую составляющую: инновация для мирового рынка, для рынка страны, для предприятия. Элементы взаимосвязаны, т.к. инновационный продукт на уровне предприятия может стать со временем инновационным в более широком масштабе.

Инновационные подходов в сфере продуктовых технологий направлены на создание высококачественных продуктов питания, которые позволяют сократить воздействие негативных факторов на здоровье людей со стороны окружающей среды. К инновационным продуктам относят продукцию, полезную для здоровья человека и характеризующуюся дополнительными свойствами по сравнению с традиционными продуктами. При длительном использовании продукция положительно влияет на здоровье человека.

Как правило, инновационные продукты являются результатом прикладных исследований, которые имеют цель изменить качества продукта для сохранения здоровья человека при одновременно высоких вкусовых качествах.

В сфере производства продуктов питания наиболее активно реализуются продуктовые и процессные инновации. Продуктовые инновации - это разработка и производство технологически новых и усовершенствованных продуктов. К данному направлению относится еда для спортсменов, людей, страдающих определенными заболеваниями, когда необходимо соблюдать особый пищевой режим и др.

Процессные инновации - это использование новых технологий или усовершенствование производственных методов изготовления продуктов. Например, одним из направлений совершенствования продуктов питания является их обработка, которая помогает решить проблему сроков

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

хранения, соответственно снизить риски торговых предприятий, при одновременном сохранении вкусовых качеств, полезности, внешнего вида и массы.

С целью достижения эффекта и удовлетворения потребностей потребителя важно не только разрабатывать и реализовывать инновационные подходы к производству продуктов питания, но и использовать современные инструменты его вывода на рынок, а также последующего доведения его до потребителей. Рынок продуктов питания высококонкурентен, характеризуется многообразием предложений со стороны производителей, в связи с чем организация эффективного сбыта становится одним из направлений реализации потенциальных возможностей новинок. Реализация инновационных продуктов через сетевые продуктовые сети дает возможность увеличить оборот предприятия, снизить себестоимость единицы продукции, повысить узнаваемость марки на федеральном уровне, получить дополнительную прибыль.

Результат инноваций - это взаимодействие производителей и торговых посредников по созданию и доведению инновационного продукта до потребителя, что позволяет последнему осуществить выбор среди аналогичных предложений на основе ценностных представлений.

На основе анализа информации по теме исследования и анализа деятельности предприятий пищевой промышленности предлагается следующее определение: «Инновационный продукт питания - это продукт, который обладает потенциалом по качественным (безопасность, органолептические характеристики), функциональным характеристикам (назначение, информационное сопровождение, бренд), а также обладает ценностью для потребителей по критериям полезности, качеству, функциональному назначению и стоимости. Потенциал инновационного продукта питания раскрывается на рынке, что возможно при условии доведения инновационного продукта до покупателя. В положительном результате Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

продуктовых инновации заинтересованы покупатели, производители и посредники».

Уточнение понятия «инновационный продукт питания» позволяет разрабатывать методические рекомендации по разработке инновационных подходов к производству продуктов питания и доведению их до потребителей в условиях конкуренции и высокого уровня изменчивости.

### Библиографический список

1. О науке и государственной научно-технической политике [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (с изм. и доп.). Режим доступа: справ.-поисков. система «КонсультантПлюс».
2. О качестве и безопасности пищевых продуктов: [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.01.2000 № 29 Режим доступа: справ.-поисков. система «КонсультантПлюс»
3. Алиева Э.А. Сущность инноваций: анализ теоретических подходов // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова.- 2019.- №6 (108) [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-innovatsiy-analiz-teoreticheskikh-podhodov>
4. Бесшапошникова В.И. Методологические основы инноваций и научного творчества: учеб.пособие/ В.И. Бесшапошников. - М.: ИНФРА-М, 2021.- 180 с.
5. Инновации: деловой энциклопедический словарь / под ред. В. Г. Гавриленко [и др.]. - Минск: Право и экономика, 2006. – 426 с.
6. Крылова М.В. Эволюция теоретических подходов к определению сущности инноваций и инновационного развития/ Ю.Ю. Сулова, А.В. Волошин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 6-2. – С. 199-206.
7. Моностырный, Е.А. Термины и определения в инновационной сфере / Е.А. Моностырный // Инновации.– 2008. – №12 – С. 28 – 31.

8. Новейший философский словарь: [Электронный ресурс]. — Режим доступа- URL: <https://rus-new-philosophy.slovaronline.com/392>
9. Остальцева О.Ю. Формирование системы продвижения инновационных продуктов питания на потребительский рынок: дис. ... канд. эк. наук: 08.00.05: защищена 06.19.19/ О.Ю. Остальцева. — Минск., 2019. — 292с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа- URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46418633&ysclid=lgw1o520rw214212745>
10. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика: учеб.- М.: ИНФРА-М, 2022.- 304 с.
11. Современная логистика: учеб./ под ред. Н.А. Коржа – М.: Вильямс, 2016. – 341 с.
12. Управление инновациями в организации: учеб. / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. — 3-е изд., стер. — М. : Издательство «Омега-Л», 2009. — 415 с.
13. Фатхутдинов, Р.А. Организация производства: учеб. краткий курс / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 544 с.

*Оригинальность 93%*