



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ЭТО ОСНОВА ДЛЯ ВЫБОРА ТОВАРОВ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Гайрат Пардаев Яхшибаевич

Самаркандский институт экономики
и сервиса, старший преподаватель
кафедры Маркетинг gpardaev2018@mail.ru,
ORCID:0000-0003-0181-6530

Аннотация: в этой статье изложены основные потребительские свойства товаров, при помощи которых потребитель может выбрать себе товар. Опираясь на такие свойства как: пищевая ценность (функциональные свойства), безопасность (гигиенические свойства), органолептические свойства (сенсорные), физико-химические свойства, эргономические свойства, эстетические свойства, символические и социальные свойства потребитель определяет какие товары ему приобретать.

В условиях изобилия на полках магазинов конечный выбор продукта покупатель делает, часто неосознанно, оценивая комплекс так называемых потребительских свойств. Это не просто абстрактное экономическое понятие, а конкретные характеристики товара, которые определяют его способность удовлетворять наши физиологические, социальные и даже психологические потребности. Понимание этих свойств полезно не только для специалистов, но и для любого потребителя, желающего делать осознанный и качественный выбор.

Потребительские свойства продовольственных товаров — это совокупность качественных характеристик, обуславливающих их полезность в процессе потребления и способность удовлетворять



потребности человека в питании. Их можно разделить на несколько ключевых групп.

1. Пищевая ценность (Функциональные свойства)

Это основа основ, главное свойство, ради которого продукт и приобретается. Оно включает:

- Энергетическую ценность (калорийность): количество энергии, высвобождаемой при усвоении продукта.
- Биологическую ценность: определяется содержанием и сбалансированностью незаменимых аминокислот (в белках), жирных кислот (в жирах), витаминов и минералов. Чем полнее продукт покрывает потребности организма в этих элементах, тем выше его биологическая ценность.
- Физиологическую ценность: способность продукта благотворно влиять на различные системы организма (например, пищевые волокна для пищеварения, антиоксиданты для иммунитета).
- Усвояемость: степень использования организмом питательных веществ продукта. Зависит от его химического состава, консистенции и способа приготовления.

2. Безопасность (Гигиенические свойства)

Без этого свойства все остальные теряют смысл. Безопасность означает отсутствие недопустимого риска для жизни и здоровья потребителя. Она регулируется строгими нормативами (ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции») и включает:

- Отсутствие патогенных микроорганизмов, токсинов, яиц гельминтов.
- Соблюдение допустимых уровней по содержанию тяжелых металлов, пестицидов, антибиотиков, нитратов и т.д.
- Отсутствие механических загрязнений (стекло, металл).

3. Органолептические свойства (Сенсорные)



Именно эти свойства «продают» товар на месте, формируя первое и самое сильное впечатление. Их оценка происходит с помощью органов чувств:

- Внешний вид (форма, цвет, прозрачность): Свежий огурец — ярко-зеленый и упругий, качественное молоко — однородно-белое без хлопьев.

- Консистенция (плотность, вязкость, хрупкость): Она связана со свежестью и правильностью технологического процесса (например, нежный бисквит vs. резиновый).

- Вкус и запах (аромат): Самые важные показатели для большинства продуктов. Любые посторонние привкусы и запахи — признак порчи или брака.

- Звук (для некоторых продуктов): Хруст свежего огурца или хлебной корочки.

4. Физико-химические свойства

Характеристики, измеряемые приборами и определяющие стабильность и поведение продукта:

- Кислотность (рН молока, сока).
- Удельный вес, плотность.
- Температура плавления, застывания (для жиров, мороженого).
- Влажность и сухие вещества (важно для круп, конфет, сухофруктов).

5. Эргономические свойства

Удобство и комфорт использования продукта:

- Легкость вскрытия упаковки.
- Удобство дозирования и употребления (форма йогуртного стаканчика, наличие ложки в творожке).
- Готовность к употреблению (продукты быстрого приготовления, нарезанные сыры, мытые овощи).



6. Эстетические свойства

Относятся в большей степени к упаковке и презентации:

- Дизайн упаковки: ее привлекательность, информативность, современность.

- Цветовое решение.

- Целостность и аккуратность упаковки.

7. Экологические свойства

Все больше влияют на выбор сознательных потребителей:

- Возможность утилизации или биоразлагаемости упаковки.

- Экологичность производства продукта (органическая, фермерская продукция).

- Отсутствие в составе веществ, вредных для окружающей среды.

8. Символические и социальные свойства

Эти свойства отвечают на вопрос «Что говорит этот продукт обо мне?»:

- Престижность и статус (импортные сыры, элитные вина).

- Следование трендам (суперфуды, безглютеновые продукты).

- Этичность (fair trade, cruelty-free, веганство).

Заключение: баланс свойств как основа выбора

Важно понимать, что потребительские свойства взаимосвязаны. Например, безопасность неотделима от правильных органолептических показателей (испорченный продукт плохо пахнет). Высокая пищевая ценность теряет привлекательность при неприятном вкусе. А современного покупателя уже не удовлетворит только хорошим содержимым — ему важно удобство и экологичность упаковки.

Производители, успешно выстраивающие оптимальный баланс между безопасностью, питательностью, отличным вкусом, удобством и этичностью, формируют лояльность потребителей. Для самого же



покупателя знание этих свойств — ключ к переходу от импульсивных покупок к грамотному и здоровому потреблению.

Список использованной литературы

1. **Алексеева Н.А., Криштофович В.И.** Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: учебное пособие. — М.: Дашков и К°, 2020. — 552 с.
2. **Журавлева Н.В., Февралева Л.А.** Безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов: учебник для вузов. — М.: КолосС, 2018. — 359 с.
3. **Морозкина Т.С., Блинов Д.Ш.** Основы нутрициологии: учебное пособие. — СПб.: Лань, 2021. — 288 с.
4. **Скурихин И.М., Тутельян В.А.** Химический состав российских пищевых продуктов: справочник. — М.: ДеЛи плюс, 2002. — 236 с.
5. **Теплов В.И., Сероштан С.В.** Основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: учебник. — М.: Дашков и К°, 2019. — 620 с.
6. **Стоун Х., Сайдел Дж.** Сенсорный анализ. Практическое руководство / Пер. с англ. — СПб.: Профессия, 2020. — 408 с.
7. **de Man J.M.** Principles of Food Chemistry. 4th ed. — Springer, 2018. — 607 p.
8. **Амиров М.С., Неверов А.Н.** Товарная упаковка: учебное пособие. — М.: Инфра-М, 2022. — 192 с.
9. **Шалит Дж.** Этичный потребитель: как своими покупками менять мир к лучшему / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2021. — 350 с.



10. **Шмелева Г.И., Леонтьев О.В.** Потребительское поведение в современной экономике: монография. — М.: РИОР, 2019. — 150 с.
11. ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»