

Л.І. Юрченко, д-р філос. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)
О.М. Варипаєв, канд. філос. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
Д.К. Душенюк, асп. (*ХДУХТ, Харків*)

ТЕХНОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В АСПЕКТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА СПОЖИВАННЯ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Одним із завдань, що сприяє розвитку незалежної української держави, є розвиток її технологічної культури. Особливо це важливо в аспекті реалізації і споживання харчової продукції через загальне падіння життєвого рівня українського суспільства та занепад валеологічної культури. Підприємства харчової промисловості є соціально-економічними інститутами, від результатів діяльності яких залежить добробут нації, здоров'я споживачів, стан довкілля тощо. Вирішення проблем підвищення життєвого рівня українського простору в значній мірі знаходиться в полі соціальної відповідальності підприємництва та бізнесу.

Сьогодні соціальна відповідальність стала важливою частиною ділової культури та етики провідних світових компаній. Наявність соціальної відповідальності, включно з аспектом реалізації і споживання харчової продукції, забезпечує низку переваг на різних рівнях: державному, регіональному, корпоративному. Серед вищезазначених переваг можна виділити покращення іміджу серед споживачів, партнерів по бізнесу, посилення конкурентних позицій підприємства.

Становлення та розвиток технологічної культури національного соціального простору в аспекті реалізації і споживання харчової продукції проходить водночас із поширенням та популяризацією на вітчизняних підприємствах принципів соціально відповідального господарювання, що робить необхідним аналіз останніх досліджень і публікацій стосовно даного феномена.

Питанням, пов'язаним із соціальною відповідальністю підприємницької діяльності, приділено увагу в працях таких зарубіжних і вітчизняних авторів, як О.Г. Брінцева, Х. Боуен, В. Воробей, Д. Гібоні, О.А. Грішнова та інших.

Аналіз, вивчення та узагальнення реальних моделей побудови національних систем корпоративної соціальної відповідальності свідчить про їх фінансову обмеженість та малу популярність в суспільстві. Сучасному українському бізнесу часто бракує чіткого розуміння і усвідомлення того, що соціальна відповідальність компанії

не є чимось винятковим і не викликається особливими обставинами, а має стати нормою, що впливає з філософії господарювання, з самої суті бізнесу.

З огляду на останні тенденції як українського, так і глобального соціуму можемо зазначити, що соціально відповідальна стратегія діяльності компанії не може бути реалізована без виконання завдань з екологізації, економічного відтворення як самої компанії, так і навколишнього середовища. Що стосується саме аспектів реалізації та споживання харчової продукції, то в даному питанні найбільш вагомим є екологічність і безвідходність пакувальних матеріалів, що використовуються на етапах транспортування, зберігання та реалізації сировини й готової продукції. Досить інноваційними є упаковки з біорозкладних та біовідновних полімерів.

З кожним роком біорозкладні полімери, отримані з відновлюваної сировини, все більше завойовують ринок пакувальних матеріалів. Серед різних типів біовідновлюваної та біорозкладної упаковки їстівні плівки складають об'єкт нового напрямку досліджень і привертають пильну увагу як вчених і виробників, так і споживачів. Біорозкладні плівки характеризуються альтернативним природному механізмом біорозкладання: під дією внутрішньоклітинних і неклітинних ферментів (ендо- та екзоензимів), що містяться в шлунку і кишечнику людини, полімер піддається хімічним реакціям, які зводяться до окислення і гідролізу.

Їстівні плівки можна визначити як первинну упаковку, виготовлену з їстівних компонентів, які можна буде вжити разом з їжею. Тонкий шар їстівного матеріалу або наносять безпосередньо на поверхню харчового продукту, або виготовляють у вигляді упаковки.

Американська компанія МоноСол (MonoSol) – найбільший розробник водорозчинних упаковок, поставляє на споживчий ринок порційні упаковки з какао, протеїновими коктейлями, крупами, борошном, спеціями. Ці плівки на основі полісахаридів розчиняються в гарячій воді і практично не змінюють смак їжі. Аналогічні розробки створюються також і українськими дослідниками харчових технологій.

Надзвичайно важливо, щоб розвиток національної технологічної культури налагоджував взаємовигідне співробітництво бізнесу і суспільства за умов створення сприятливого, прозорого, соціально відповідального середовища господарювання, якісних змін в етиці і екологічності процесів реалізації і споживання продуктів харчування, що в свою чергу дозволить державі досягти як швидких, так і довготривалих соціально-економічних цілей.