

предприятиях энергетического машиностроения / В.М. Палихата // Транспортное дело России. – 2011. – № 7. – С. 56-57.

4. Ляхович Д.Г. Оценка эффективности стратегий инновационного развития промышленных предприятий / Д.Г. Ляхович // Управление в социальных и экономических системах: Сб. матер. II всерос. науч.-практ. конф. / Под ред. С.Д. Резника. – Пенза: РИО ПГСХА, 2004. – С. 200-201.

Андрій ВІТРОВИЙ, Богдан ГУМЕНЮК

Тернопільський національний економічний університет

ПРОБЛЕМИ ПАКУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

В роботі розглянута проблематика таропакувальної індустрії України, та досягнення світових вчених у напрямку вдосконалення пакування продуктів харчування.

В Українських виробників за часів союзу сформувалась ідеологія, за якою виробництво упаковок для харчових продуктів сприймається як другорядна проблема і не розглядається як самостійний сектор економіки. В ринкових умовах значення упаковки різко зростає, особливо при експорті товарів. Вітчизняні підприємства змушені купувати імпортне обладнання та пакувальні матеріали, щоб через якісну упаковку завоювати світовий ринок і конкурувати із зарубіжними виробниками харчових продуктів.

При пакуванні харчових продуктів існує дві основні проблеми: утилізація упаковки і вплив речовин, що містяться в пакувальних матеріалах, на продукт. Серед фахівців давно ведуться дискусії про потенційну небезпеку використання синтетичних матеріалів, що контактують з продуктами харчування, що особливо важливо при виборі упаковки для дитячого харчування, молока і молочних продуктів.

Все більше говориться останнім часом про вплив поліетиленової упаковки на гормональну систему людини. Багато хімічні речовини, які використовуються як основний компонент у виробництві полікарбонатних з'єднань і епоксидних смол, також знаходять застосування, наприклад, в якості внутрішнього покриття бляшаних банок. Крім того, вони містяться в пляшечках для немовлят і різноманітних предметах домашнього вжитку, які зроблені з цього матеріалу.

Проблема посилюється тим, що компанії не завжди дотримуються технології виробництва харчової упаковки, застосовуючи клеї, фарби або розчинники, в основі яких лежать речовини, потенційно небезпечні для людського організму. Економія, викликана бажанням створити більш «конкурентноздатну» упаковку завдяки використанню дешевих і неперевіраних компонентів, в кінцевому рахунку, негативно позначається на здоров'ї.

Іншим питанням, яке стосується збереження продукту в сучасній тарі, стало те, що вона не є газонепроникною. Тобто упаковка практично не повністю захищає продукт від контакту із зовнішнім середовищем.

В останнє десятиліття ринок напоїв України відмовився від традиційних видів тари на користь нових, альтернативних. Не став винятком ринок молока. По даним досліджень, 69% розлитого молока в Україні пакується у поліетиленову плівку, 22% – у картонну упаковку, а у популярну в останній час полімерну пляшку – 9%. Без тари виробника в Україні споживається порядку 40% молока, тобто купляють на ринку у власників корів [1].

Більшість дослідників даної проблеми зводять її вирішення до застосування вже забутої нами скляної тари. В Європі та США скло вважається найбезпечнішим для здоров'я пакувальним матеріалом для продуктів харчування, воно є єдиним матеріалом для упаковки продуктів харчування, який отримав кваліфікаційний рівень «Безпечно в принципі».

Скляні пляшки – один з найстаріших і найбільш безпечних для здоров'я і навколишнього середовища видів упаковки. Скло є інертним матеріалом, воно не вступає в хімічні реакції з продуктом, повністю забезпечує захист від проникнення газів, рідин і стійке до вологи. Скло виробляється з мінеральної сировини і не містить шкідливих речовин, які можуть мігрувати в харчовий продукт, а також не надає продукту сторонніх смаку і запаху. До того ж, скло є повністю переробляємим.

Переваги покупців при виборі молочної продукції в залежності від її упаковки в країнах Західної Європи розходяться: частина з них орієнтується на зовнішній дизайн упаковки, інша ж частина, відсоток якої останнім часом постійно збільшується, основну увагу приділяє якості упаковки, її екологічності та здатності зберігати властивості харчових продуктів.

Більшість європейських споживачів віддають перевагу саме скляній упаковці для харчових продуктів і напоїв. Трьома ключовими причинами такої переваги стали:

- здатність скляної тари зберігати смак упакованої продукції;
- всім відома безпека скла для здоров'я;
- відсутність шкідливого впливу на навколишнє середовище.

Зараз близько 74% європейців воліють бачити скло в якості матеріалу для упаковки продуктів харчування (молока, напоїв тощо). Переважна частина європейських споживачів готова платити більше грошей за скляну тару, особливо для молочної продукції – молока і йогурту. Крім того, 65% європейців вважають за краще купувати продукти в скляній тарі тому, що скло прекрасно зберігає смакові властивості продукції. Більше того, розлиті в скляну тару або упаковані в неї продовольчі продукти викликають стійку асоціацію з високоякісною продукцією. Таким чином, покупці при виборі упаковки керуються, в першу чергу, міркуваннями здоров'я та екології, ніж зручності. Багато людей асоціюють скляну упаковку зі здоровим способом життя, оскільки скло дозволяє зберігати вітаміни і служить прекрасним бар'єром проти різних бактерій, не вступаючи при цьому в реакцію з продуктами харчування. Також скляна тара лідирує серед інших пакувальних матеріалів в

перевагах європейських споживачів при виборі продукції для дитячого харчування.

Також слід відзначити, що від фасування продуктів у скляну тару виграє також екологія, оскільки скляну тару можна використовувати повторно в якості упаковки - без втрати її властивостей. Завдяки переробці склобою, у склотарній індустрії є суттєва перевага перед іншими видами упаковки. Так, нову скляну посудину може вироблятися з скла, що міститься в 90% старого скла. При використанні склобою, процес виробництва нового скла вимагає менше енергії, в результаті викиди в атмосферу вуглекислого газу знижується: використання 10% склобою призводить до економії енергії на 3% і зменшення викиду CO₂ на 7% [2].

Отже, що стосується споживачів, тенденція до використання скляної тари з боку європейських виробників проглядається досить очевидно - це орієнтація на пропаганду здорового способу життя, максимальне збереження смакових і поживних властивостей, а також безпека скляної упаковки для навколишнього середовища. Більш того, сучасні технології дозволяють виробляти полегшену склотару з високими характеристиками міцності.

В Україні в склі поки що представлена преміальна продукція, яку можуть собі дозволити далеко не всі (в першу, чергу через низьку купівельну спроможність), проте вже зараз у великих містах простежується зростання споживання продуктів в склі.

Література

1. http://molokont.com.ua/news/rynok_upakovki_dlja_moloka/2010-12-23-3
2. Козак А. Упаковка: одноразова чи багаторазова // Харчова і переробна промисловість – 2000. – №1. – С.31-31.

Сергій ВОЙТ

«Виробниче об'єднання Південний машинобудівний завод імені О.М. Макарова», м. Миколаїв

РЕГІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ КООРДИНАЦІЇ ПРОЦЕСУ ІНВЕСТУВАННЯ

Регіональний механізм координації процесу інвестування відіграє важливу роль у посиленні міжрегіональних зв'язків, значення яких особливо зростає у зв'язку зі зростаючою диференціацією регіонального розвитку. Наявність структурованої і прозорої схеми взаємодії всіх елементів процесу інвестування, керуючих структур і використовуваних ними інструментів регулювання усуває зайві перешкоди і узгодження і є умовою ефективного міжрегіонального взаємодії [1].

Ресурсне забезпечення механізму координації має бути вбудоване в загальну схему його функціонування (рис. 1) і забезпечувати формування комплексного бачення регіонального процесу інвестування в частині залучення та використання інвестиційних ресурсів для вирішення завдання соціо-еколого-