

Мельникова Катерина Олегівна – магістр факультет ІБЕІТ, група ОБ-121 Одеського національного політехнічного університету;

Рибка Наталія Миколаївна (Одеса) – кандидат філософських наук, доцент кафедра філософії та методології науки Одеського національного політехнічного університету.

ВИРОБНИЧА ЕТИКА У ХЛІБОПЕКАРНИЦТВІ: А ЧИ ДІЙСНО ХЛІБ СВЯТИЙ?

Актуальність. Наш час особливо страждає від неякісно харчування, а воно відбивається в першу чергу на здоров'я людини, на його психіці. А хліб, як один з головних продуктів продовольчого кошика, впливає на це масово, що робить дану проблему соціально-економічної і резонансною. Багато хлібопекарські підприємства користуються неетичними методами, які ведуть до дуже серйозних наслідків. Ця проблема викликала інтерес у таких вчених як: Воронков В., Плєснєва Н., Марковец О. Назаров В.Н., Горбатов А.В., Елескін О.В., Аристотель, Храпкін А.А, та інших.

Метою дослідження є дослідження і аналіз синтезу філософського поняття «етика» і хлібопекарської промисловості.

Словник філософських термінів проекту DISTANCE дає наступне визначення такого філософського поняття, як етика:

ЕТИКА (від грец. *ethos* - вдача, звичай) – філософська дисципліна, об'єктом вивчення якої є мораль і різні системи її обґрунтування, підстави цих систем і логічна структура понять, що описують моральні феномени і ситуації. Нам важко уявити своє життя без нього і хлібобулочних виробів, адже хліб всьому голова. Ця продукція завжди має постійний попит, навіть незалежно від рівня доходів покупця і інфляції, тому багато хто намагається обдурити саме при його виробництві і продажу, що дозволяє отримувати на цьому чималий дохід.

Для отримання максимального прибутку, виробники умудряються, і не цураються моральних і етичних принципів. З кожним роком, складніше розпізнати, де виробники хочуть обдурити споживачів. Для себе я виділила два типи обману, до яких вдаються недобросовісні виробники хліба (табл.1).

Таблиця 1 – Типи обману, до яких вдаються недобросовісні виробники хліба

Тип	
Брехня, з приховуванням правди	Обман через психологію споживача, який не приховується
1. Підвищений вміст води. Це значно збільшує вагу хліба. Зазвичай до такого способу прибігають в зимовий період – виробництво такого хліба в літній період призводить до швидкого розвитку картопляної хвороби і плісняви. 2. Додавання інших сортів борошна. Зараз це найбільш поширений спосіб асортиментної фальсифікації хліба і хлібобулочних виробів. У процесі вироблення хліба з того чи іншого сорту борошна в нього можуть додавати до 15-25% борошна нижчого сорту або чужорідної борошна (горохової,	1. Вага. Зовні ніби нічого не змінюється: ціна залишається на колишньому рівні, та ж сама упаковка, але продукту в ній вже менше. Покупець просто не помічає, що в вагу продукту зменшився – мова йде про зменшення на 5-10% – і не обтяжує себе читанням етикетки на знайомій упаковці. Така тактика виробників обумовлена психологічними особливостями споживача. Покупці сильніше реагують на підвищення цін на продукти, ніж на зменшення ваги упаковки. Прикладом цього обману споживачів, може служити факт з історії хлібопекарні № 3, 5, що

кукурудзяної). Цим способом	відносяться до "Хлібодар".
-----------------------------	----------------------------

<p>користувалися ще в минулому столітті. Таку фальсифікацію виявити складно. Зараз, щоб замаскувати цей обман вдаються до використання різних хімічних добавок (покращувачів борошна). Такі поліпшувачі «відбілюють» низькосортне борошно, але викликають формування ракових клітин.</p> <p>3. Заміна дріжджів на хімічні розпушувачі. При заміні живих дріжджів на розпушувачі борошна (як правило, це хімічні препарати – пірофосфат, карбонат натрію, глюконова кислота) процес бродіння тіста або взагалі не відбувається або значно скорочується. Замість добре зброджуваних тесту отримують суміш води і муки, ледь насичену вуглекислим газом, без звичного аромату і смаку. У такого хліба м'якуш має не сірий, а білий колір.</p> <p>4. Недовкладень цінних компонентів (масла, яєць, цукру). Інша подібна фальсифікація – заміна цінних компонентів на менш дорогі. Зазвичай масло замінюють маргарином, маргарин – рослинним маслом, яйця – яєчним порошком. Економія при виробництві відчутна, але смак, калорійність і користь таких продуктів значно погіршуються.</p> <p>5. Додавання консервантів, антибіотиків. Це робиться для збільшення</p>	<p>Скандал 2011 року, полягає в тому, що «Хлібодар» вирішив перехитрити і владу, і споживачів. У магазинах з'явилися батони під звичними назвами "Алєсандровській", "Заводський" і так далі, але ціна хліба була такою ж, проте буханки значно "схудли" і стали важити 400-500 грам.</p> <p>2. Зміна «назви». Поки основні продукти харчування дорожчають, їх місце всі частіше займають замітники більш дешеві і шкідливі, а то і потенційно з небезпечної сировини. Наприклад замість «сиру» українцям «впарюють» «сирний продукт» з рослинними жирами, замість вершкового масла – спред, замість ковбаси – якийсь незрозумілий «ковбасний продукт». Згідно із законом виробники зобов'язані вказувати точну назву продукту на етикетці. Але роблять вони це часто саме таким чином, щоб ввести в оману споживача.</p> <p>3. Упаковка продукту. Поширена також практика копіювання дизайну упаковки продукту, під який намагається зійти фальсифікат. Часто виробники використовують елементи упаковок радянських часів, а споживач, побачивши «знайомий з дитинства» продукт, без роздумів кидає його в свій кошик. Крім того, часто саме за рахунок упаковки значно збільшується ціна продукту. Іноді</p>
<p>терміну зберігання (реалізації) хлібобулочних виробів. Особливо часто цей спосіб використовують при виробництві хліба нарізаного на скибочки (тостового).</p>	<p>і сама упаковка коштує недешево, або ж просто виробники безпідставно заявляють про нібито «елітності» продукту середньої якості, розфасованого в яскраву і презентабельну упаковку.</p>

Брехню, з приховуванням правди складно виявити. Для цього буде потрібно чимало часу, зусиль і фінансів, адже такі перевірки якості затратні. Обман через психологію споживача, який не приховується виявити легше, слід лише уважно дивитися на упоковка, ціну і т.д.

Ще одною з головних проблем етики хлібопекарського виробництва, та й не тільки, полягає в великій частці «тіньового» бізнесу. Більше половини хліба в Україні виробляється нелегально. За даними дослідницької компанії GfK Ukraine: «Легальним великим виробникам хлібобулочних виробів нереально боротися з тими, хто не

платить всі податки, а зарплату видає в конвертах. Вони можуть собі дозволити демпінгувати і відбирати таким чином частку ринку». Такі підприємці не соромляться і виробляють свій продукт на якомусь обладнанні і незрозуміло якими «руками». Втім, експерти вважають, що влада сама не зацікавлена в боротьбі з "сірими" схемами на ринку хліба.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити наступні висновки: Моральна регуляція підприємницької діяльності здійснюється на підставі концепції підприємницької етики. Етика бізнесу є прикладна етика, яка розглядає моральні дилеми бізнесу як інституту сучасного суспільства. На сучасному етапі аспекти прикладної і професійної етичної регуляції ділової активності утворюють ділову етику. Існування ділової етики підтверджує необхідність функціонування інтегральної етики підприємницької діяльності та економічної активності.

Список використаної літератури

1. Этика и мораль предпринимательства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://center-yf.ru/data/ip/Etika-i-moral-predprinimatelstva.php>.
2. Коммерческая деятельность. Конспект лекций / Егорова Е.Н., Логинова Е.Ю. М.: 2008. — 160 с.
3. Марковец О. «Хлебодару» жестко объяснили, что обманывать потребителя нельзя [Електронний ресурс] / Олеся Марковец // VGORODE.UA Главный сайт в городе. – 2011. – Режим доступу: <http://zp.vgorode.ua/news/sobytyia/80495/>.
4. Плеснёва Н. Как нас обманывают на хлебе [Електронний ресурс] / Н. Плеснёва – Режим доступу: <http://bratsk.org/news/show/7410.html>.
5. Воронков В. Хлебный обман [Електронний ресурс] / В. Воронков // Одесская жизнь. – Режим доступу: <http://odessa-life.od.ua/article/5599-hlebnyi-obman>.