



Вірність традиціям (про хліб та його пакування)

Пам'ятаю, як у дитинстві, в 1950-х рр., виконуючи завдання мами, стояв у довжелезних чергах за хлібом. Сприймав це за обов'язок, бо без хліба ніхто не сідав за стіл їсти. А ще любив відірвати край паляниці по дорозі додому: вона була така смачна, що втриматися було неможливо.

Сьогодні інші часи. Полиці в торгових мережах переповнені хлібобулочними виробами різних видів та сортів, більшість із яких упакована в прозору задруковану полімерну плівку. Що змінилося за більш ніж пів століття? Що сьогодні являє собою хлібна галузь України? Які тенденції її розвитку? За відповідями на ці та інші питання шляхи привели до одного з найпотужніших підприємств – ПАТ «Київхліб». Мій співрозмовник починав майстром-пекарем ще в далекі 1970-ті рр., та ось уже 25 років очолює це хлібопекарське підприємство столиці. Голова правління ПАТ «Київхліб» Володимир Черета знає про хлібопечення в Україні все або майже все, він Професіонал з великої літери. Відповіді його були витончені та зрозумілі, відверті та щирі. Маю надію, що вони стануть у пригоді не тільки виробникам цього дивовижного продукту, а й тим, хто виготовляє пакувальні матеріали та обладнання.



Валерій Кривошей, к.х.н.

— **Моє перше питання — про хліб для мешканця України. Що взагалі хліб означає для українця?**

— Ми в Україні маємо вікові традиції, пов'язані з хлібом. Із хлібом народжуються, з хлібом проводжають в останню путь. Із хлібом ідуть на заручини та на весілля... З хлібом сідають снідати, обідати та вечеряти. Для хліба, особливо для такого, як коровай, кожен регіон мав свої традиції виготовлення. Із цим пов'язано дуже багато народних повір'їв, які потім справджувалися, особливо для жінок, які його робили та випікали. Тобто хліб — це наша культура. Недарма ж кажуть, що хліб — усьому голова.

— **Яка сьогодні структура хліба і хлібобулочних продуктів в Україні? Як вони поділяються на групи?**

— Залежно від регіону. Історично так склалося, що є регіони, які споживали і споживають більше хліба на основі житніх сортів борошна. Це північ і захід. У центрі — десь 50 на 50. А от на півдні, сході переважають пшеничні сорти хліба. Проте зараз почали змінюватися смакові вподобання українців, у всіх регіонах почало рости споживання заварних хлібів.

— **А чим це викликано?**

— У першу чергу тим, що в багатьох мешканців України з'явилася можливість побувати за кордоном, ознайо-

митися з асортиментом харчових продуктів у різних країнах, культурою й традиціями їх споживання. Побачивши, спробувавши ці продукти, вони починають привозити їх із собою, а разом з ними — нові відчуття. Усе це вивчають наші маркетологи, передають нашим технологам, і ми починаємо випікати нові для нас сорти хліба.

Наведу приклад — прибалтійську групу хлібів. Це традиційно житні заварні хліби. І в нас уже є їх ціла лінійка. Є також лінійка білоруських — це хліби, привезені з Білорусі. Зараз ми працюємо над хлібами Чехії, Німеччини, Австрії. Вони теж мають специфіку, бо кожен народ має свої традиції смакові, ментальні.





— А взагалі достатньо ми виробляємо хліба в Україні? У порівнянні, наприклад, із минулими роками або з іншими країнами.

— Дуже складне питання. У пресі можна зустріти інформацію про те, що в Україні стрімко падає споживання хліба. Але це неправда. Просто в Україні немає правильного механізму обліку виробленого хліба. Я завжди наводжу такий приклад. Є офіційні цифри: середньодобове споживання хліба в Німеччині — 280 г на душу населення, в Україні — 115 г. У які цифри ви вірите? Я вірю в ті, що публікує Німеччина. І поясню, чому. Тому що в нас через державну статистику проходить тільки той виробник, який працює за загальною системою оподаткування. І сьогодні говорити про те, скільки вироблено в Україні хлібобулочної продукції, немає можливості. Але, за спостереженнями ринку, виробляється достатня кількість у будь-якому регіоні країни. Через це навіть некоректно порівнювати забезпечення хлібом у різних регіонах України, у тому числі найвіддаленіших сільських поселеннях. Якщо раніше в село привозили хліб раз на тиждень, то зараз — два-три рази, на будь-який смак. Головне — купівельна спроможність українців. Отут уже є питання.

— Скажіть, будь ласка, яке місце займає «Київхліб» у хлібопекарській галузі України?

— «Київхліб» — це найпотужніший виробник на ринку України. Можна сказати, що це виробник номер один: за виробленою продукцією він займає 15 % ринку. До того ж у нас якісна продукція та



широкий асортимент. Цього року нам виповнюється 90 років. І за стільки років вдалося зберегти лояльність покупця, і це дає нам велику перевагу перед іншими виробниками. У першу чергу ми гарантуємо споживачеві, що наш продукт безпечний. Ми не використовуємо жодних хімічних домішок, які сьогодні наповнили ринок України, і від чого стає трохи ніяково. Це не тільки в хлібній галузі, а у всіх галузях. Маємо принцип: «Вірність традиціям». У нас є сорти хліба, які ми виготовляємо за рецептурами 1962–1963 рр., не змінюючи їх.

— До речі, а для чого додають ці хімічні домішки?

— Для прискорення технологічного процесу. Є хліби, технологічний процес виготовлення яких може тривати 40 годин. Чи може собі це дозволити

невеликий виробник? От і додають туди домішки, щоб прискорити технологію. Бо мережевий магазин о 10-й вечора закривається. А хліб — це живий продукт, з ним треба працювати вночі, вдень, у вихідний...

— Які ще переваги має «Київхліб»?

— Якщо взяти хлібобулочні вироби, то ми випікаємо понад 100 найменувань. На будь-який смак ви можете в компанії «Київхліб» купити хліб: від традиційного українського, батона, пшеничного і до якихось заварних хлібів. Звичайно, це буде інша цінова політика, але пропозиція є, і право вибору в покупця також. Це якраз і є наші сильні сторони. Я за конкуренцію, за здорову конкуренцію. Конкурувати потрібно якістю, сервісом. А покупець сам визначиться, кому віддати перевагу своїм гаманцем.

— Я знаю, що в Україні завжди хлібзавод — це таке велике підприємство. На Заході, наскільки я знаю, є країни, де дуже поширені мініпекарні. Як Ви ставитесь до них?

— Позитивно. Це міф — про те, що в світі не існує промислового хлібопечення. Я в 1990-ті рр., коли нам це насаджували, також певною мірою в це вірив. А потім, коли побував на міжнародних виставках, конференціях, симпозіумах, коли з'явилася можливість спілкуватися з хлібниками світу, то я по-іншому подивився на цю проблему. Наведу такий приклад: у центрі Відня





є підприємство, яке за добу випускає 700 т хлібобулочних виробів. У них потужна логістика, там термін реалізації хліба 7–10 днів. У нас же ще не відбулася сегментація ринку. У всьому світі існує промислове виробництво, де хлібопродукти виготовляють тоннами, і існують невеликі підприємства, сімейні мініпекарні, кафе-кондитерські, якісь там булочки, куди ви зайшли на запах свіжовипеченого хліба та купили те, що вам сподобалося. Але всі ці вироби мають дуже короткий термін реалізації: ви купили, прийшли додому, з'їли, і на цьому всі задоволені.

— Як споживач, знаю, що хліб важко зберігати. Що роблять для того, щоб подовжити термін його зберігання?

— Є багато можливостей. Проте якщо хліб зроблений на натуральній сировині без використання домішок, то ви його, якби навіть навколо нього хороводи водили, не зможете довго зберегти. Бо коли крохмаль відпускає вологу, відбувається його старіння. І хліб тоді стає крихкуватий, він сохне. Яке б не було ставлення до стандартів Радянського Союзу, але в них чітко було записано: термін реалізації хлібобулочних виробів — до 36 годин з моменту виходу з печі. Єдиний нормальний, цивілізований спосіб, що не принесе шкоди людині та може подовжити зберігання на незначний термін — це упаковка. Чи то в інертні гази, чи то з використанням спиртових сумішей.

— Тепер давайте трохи про упаковку. Чому хліб стали упаковувати? Яке ставлення «Київхліба» до використання різних пакувальних матеріалів, до упаковки?

— У середньому «Київхліб» нині пакує приблизно 50 % хлібобулочних виробів. Зараз дуже змінилася торговельна мережа. Згадайте, скільки колись було в Києві спеціалізованих магазинів «Хліб. Молоко», був «Хліб-торг». І в тому магазині був тільки хліб

і більше нічого. Сьогодні ми відчуваємо світовий вплив, бо ми ж не ізолювана країна. І для того, щоб гарантувати споживачу безпечність продукції, ми вимушені її пакувати. Хоча я чітко розумію, що та упаковка, якою ми користуємося, доживає останні часи. Потрібно буде щось кардинально міняти. Тому що цей поліпропілен, який ми використовуємо, не розкладається. Ми ж бачимо, як змінюються вимоги до упаковки в Європі, і до нас воно рано чи пізно прийде.



— І все-таки, пакування хлібобулочних виробів — це для того, щоб подовжити термін зберігання?

— У першу чергу, це для забезпечення безпечності та збереження смакових і споживчих властивостей хліба. Наступний крок — це можливість подовжити термін його зберігання. Упаковану продукцію ми можемо продавати протягом 72 годин.

— Ви згадали про поліпропіленову плівку. Я знаю, що її випускають українські підприємства. Ви задоволені цими матеріалами?

— Правду кажучи, ми не задоволені. Ми говоримо це виробникам цих матеріалів. У нас щомісяця відбуваються тендери, маємо декілька постачальників... І коли в нас на лінії починають із пакетів вилітати хлібобулочні вироби, то розуміємо, що нас трошки підставили. Ми більше цього виробника до тендера не допустимо. Бо ніхто ще не відминив принцип: «Яка рибка, така й юшка».

На превеликий жаль, у нас поки немає апаратури, щоб перевірити властивості матеріалу, який отримуємо.

— Ви працювали і тоді, коли хліб ще не пакували. Як галузь для цього перебудувалась?

— Європа нам допомогла. За технологічними вимогами і щоб продукт не відчував жодних впливів, потрібно після випікання його охолодити. Температура всередині м'якушки хліба повинна бути 35°, не вище, а коли він виходить із печі, то це 98°. Хліб із печі вивантажується автоматично за певних умов, там стоїть клімат-контроль, він охолоджується... Після цього він автоматично подається на пакувальні машини, і вже тоді його можемо нарізати або упаковувати цілим. Таке переобладнання дуже дорого коштує. Тільки один автомат для пакування хліба — це приблизно € 65-70 тис. І для того, щоб перейти на інший пакувальний матеріал, також потрібні кошти.

— Які сьогодні є проблеми в «Київхліба» на українському ринку? Як ви їх відчуваєте?

— Найбільша проблема, як не дивно прозвучить, — це експорт зерна. Внутрішнього ринку ніхто не бачить, через що він живе за залишковим принципом. І тому питання якості для нас, хлібників, дуже-дуже болюче. Якби була переробка, то все стало б на свої місця. Але ж зерно українське експортують фуражним. Ви подивіться, в які країни продається зерно з України! Я розумію, що це валютні надходження, але доданої вартості в зерні ще немає. Додана вартість потім прийде нам у вигляді макаронів, які зробили в Італії. А що, ми не можемо робити макарони?

— Звісно, можемо! Дякую Вам за цікаву та змістовну розмову. Наснаги і натхнення Вам і вашому колективу в такій важливій праці!