

Симпозиум хлебопеков – главное о векторах роста



Тенденция: готовьтесь дегустировать свежие булочки от оператора АЗС!

Впервые одним из спикеров симпозиума хлебопеков стал представитель нефтехимической отрасли. И речь шла не о вопросах энергосбережения или логистики, а об успехах в сфере общепита. О пути от АЗС до крупного игрока рынка HORECA&RETAIL рассказал **Сергей Корморников, заместитель генерального директора ПО «Белоруснефть»**.

Он обстоятельно пояснил, что мотивировало ведущего топливного опера-



тора на развитие в совершенно иной сфере деятельности:

– Сегодня топливный бизнес – не сверхмаржинальный. Сегодня в Республике Беларусь все цены четко контролируются государством – и оптовые, и розничные. И здесь какой-то особой свободы действий у операторов нет, мы все работаем на рынке на одинаковых условиях. И только на топливе ни одна заправочная станция выжить не может. Если бы мы не работали во взаимодействии с хорейкой и ритейлом, у нас не было бы такого устойчивого положения на рынке.

Работа, по словам Сергея Сергеевича, была проделана большая, но ее результаты может оценить каждый, кто хотя бы раз заправлялся на АЗС. Питание на заправочных станциях – это в большей степени фастфуд, но есть и объекты полного цик-



ла, где можно нормально пообедать по приемлемым ценам. Самые раскрученные продукты – кофе и хот-доги. Сосиски производятся на сельскохозяйственных филиалах «Белоруснефти». Кофе импортируется напрямую из Бразилии, Эфиопии, Колумбии и Вьетнама и обжаривается на собственных мощностях. А как же булочки для хот-догов?

– Миллион булочек – тот объем, который нам нужен ежемесячно, – рассказал Сергей Коморников. – И действующие наши поставщики, производители зачастую даже не справляются с нашими заказами. Поэтому через год-полтора мы вынуждены будем заняться сами производством булочек и другой хлебопекарной продукции, которую будем продавать на наших заправочных станциях (это практически 500 магазинов и 500 точек общепита по всей стране).

Мы готовы сотрудничать с любыми поставщиками, но желательно с теми, у кого есть своя логистика, кто может доставить свой товар на каждый объект. Сегодня, к сожалению, это тоже проблема. Не каждый в состоянии на 500 точек развезти свою продукцию, чтобы она была свежей, постоянно вкусной, высокого (или среднего+) стандарта качества. Поэтому мы себе поставили такую задачу. И возможно, на какой-нибудь 12-й Симпозиум хлебопеков мы уже на дегустациях угостим вас своим хлебом.

– Мне кажется, вы торопитесь со своим производством – здесь целый зал хлебопеков, у них не все мощности загружены, – заметила **модератор сессии Людмила Овсянникова**. – Думаю, они рады будут с вами сотрудничать и поставлять вам булочки для хот-догов, тостовый хлеб для сэндвичей.

Первым о своей готовности сотрудничать заявили хлебопеки из Гродно.

– Мы ежемесячно производим около 7 тонн булочек для хот-дога, гамбургера отличного качества, у нас прекрасная линия, поэтому предложение о сотрудничестве рассматриваем, – предложила **заместитель генерального директора ОАО «Гродно-хлебпром» Валентина Богдевич**.



Марина Костюченко:
«Сегодня каждый производитель хочет выделиться на полке, чтобы его хлеб отличался своим неповторимым вкусом и ароматом, эту уникальность могут придать наши закваски».

Рекомендация: «Коллеги не забывайте о традиционной технологии!»

Директор ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности Марина Костюченко свое выступление

начала с рассказа о том, какую роль сыграли сотрудники НИИ в обеспечении жителей блокадного Ленинграда хлебом в годы Великой Отечественной войны. Находясь на казарменном положении на Бадаевском хлебозаводе, будущие научные сотрудники Санкт-Петербургского филиала НИИХП в ежедневном режиме разрабатывали рецептуры и технологии блокадного хлеба из того сырья, которое оставалось в городе или завозилось по «Дороге жизни». Также Марина Николаевна рассказала, как важны были разработки различных видов печей и сухарного оборудования для массового производства хлеба и сухарей. Кстати, к одной из последних разработок института относится создание рецептур и технологий хлеба для питания военнослужащих со сроком годности 2 года.

НИИ хлебопекарной промышленности не только работает на перспективу, но и решает насущные задачи.

– В рамках развития заквасочных технологий мы развиваем коллекцию промышленно ценных микроорганизмов. Ежегодно она пополняется новыми штаммами дрожжей и молочнокислых бактерий, с использованием которых мы разрабатываем новые микробные композиции для заквасок с улучшенными биотехнологическими свойствами, которые способствуют улучшению качества и микробиологической чистоты различных видов хлебобулочных изделий. Сегодня каждый производитель хочет выделиться на полке, чтобы его хлеб отличался своим неповторимым вкусом и ароматом, – отмечает Марина Николаевна, – эту уникальность могут придать наши закваски.

С учетом набирающего силу тренда на здоровое питание мы продолжаем работу по снижению содержания в хлебобулочных изделиях критически значимых пищевых веществ. В прошлом году на симпозиуме я докладывала результаты исследований по снижению содержания жира за счет использования ферментных препаратов в булочных изделиях. Мы проводили исследование и на батоне нарезном, в рецептуре которого содержание жира удалось со-





Максим Опицко:
«Сегмент готовой еды – один из самых быстро растущих в продовольственной рознице. Чем меньше у людей свободного времени, чем доступнее сервисы доставки, тем благодатнее почва для его развития».

кратить на 80% и, соответственно, уменьшить его калорийность. В этом году мы провели исследование на плюшке «Московской». В этом сдобном изделии благодаря использованию ферментных препаратов содержание жирового компонента удалось снизить на 50% без ухудшения показателей качества продукции. При этом удельный объем изделия, пористость – возросли, а скорость черствения сократилась.

Интересные и полезные исследования проводились, как рассказала Марина Николаевна, и со специализированным ингредиентом «ГЕДА» – гидролизатом дрожжей с высокой концентрацией витаминов группы В, белков и аминокислот. Эта добавка прошла клинические испытания и проявила хороший профилактический эффект в отношении заболеваний печени и онкологических заболеваний.

Есть перспективные разработки хлеба с высоким содержанием бетаина – функционального ингредиента, который способствует профилактике атеросклероза, заболеваний печени и онкологии.

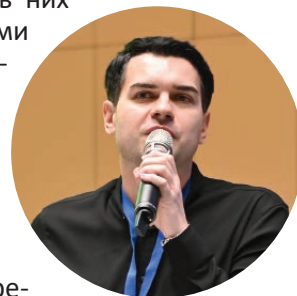
Сохраняется запрос и на безглютеновый хлеб.

«Есть определенная группа людей, хотя их немного, всего около 2%, которым нужен такой хлеб», – говорит Марина Костюченко. – В институте накоплен 30-летний опыт создания ассортимента безглютеновых изделий, и мы работаем над его расширением. У нас разработано несколько заквасок для безглютеновых изделий. При слепой дегустации этот хлеб не отличишь от традиционного пшеничного.

Хотелось бы сказать о важности сохранения традиционных технологий. К сожалению, новая плеяда специалистов забывает, что в большинстве случаев именно технологии создают тот неповторимый вкус и аромат хлеба, который мы в последние годы теряем. Мы провели простой эксперимент с батоном нарезным, приготовив тесто для него по разным технологиям: ускоренным способом, на опаре без брожения теста и по классической технологии – на опаре с оптимальной продолжительностью брожения теста. В результате именно хлеб, приготовленный по классической технологии, оказался более вкусным и ароматным, с большей пористостью и объемом и меньшей скоростью черствения и крошковатостью. Плюс он медленнее плесневеет, то есть более устойчив к микробной порче. Поэтому, коллеги, призываю всех: не забывайте традиционные технологии!

Исследование: салаты и пицца – самая популярная готовая еда

Сегмент готовой еды – один из самых быстро растущих в продовольственной рознице. Чем меньше у людей свободного времени, чем доступнее сервисы доставки, тем благодатнее почва для его развития. Даже торговые сети, заказывающие маркетинговые исследования, включают в них блок «готовая еда». Результатами одного из таких исследований поделился **Максим Опицко, ведущий маркетолог ООО «Бизнес проектирование»**. Участвовали в опросах 800 респондентов из крупных и средних населенных пунктов Беларуси.



– На регулярной основе приобретают готовую еду треть респондентов. Основная причина (27,5%) – «иногда хочется отдохнуть». Почти столько же покупателей (26,5%) признают, что не хватает времени, а некоторым (10,6%) нравится вкус готовой еды. Меньше всего среди покупателей готовой еды тех, кто не умеет или не любит готовить (4,5%) или не может/не хочет часто ездить по магазинам (3,2%). Еще 4% покупателей готовой еды причину не указали.

Что касается частоты покупки, то наиболее популярный ответ – «один раз в неделю» (28%). Меньше всего тех, кто покупает готовую еду каждый день (3%). По 20% оказалось тех, кто делает это достаточно часто – 2–3 раза в неделю или немного реже – 2–3 раза в месяц.

Наиболее популярные категории готовой еды – это салаты и пицца. Больше 40% покупают их на регулярной основе. Наименее популярные – продукты из рыбы, супы и несладкие пироги.

Такие категории, как сэндвичи, блинчики, кондитерские изделия, покупают на регулярной основе примерно четверть опрошенных. В качестве кондитерских изделий, которые используют как готовую еду, чаще всего называли булочки, пирожные и торты.

Но есть люди, которые не хотят покупать готовую еду. «Доверяю только домашней еде» – самый популярный ответ о причинах (40,6%). Обращаю внимание на большой разрыв между этим и следующим вариантом – «не нравится вкус» (13,1%). Такой разрыв формируется из аудитории 35+, которая больше за домашнюю еду.

Я как маркетолог все-таки рекомендую целевую аудиторию делить по возрасту, потому что даже в наших исследованиях заметны различия между миллениалами, зумерами, поколением альфа. В России, например, было проведено исследование, где выяснилось, что 60% покупателей в возрасте 18–28 лет не могут приготовить даже такую простейшую еду, как омлет. То есть для них готовая еда будет альтернативой.

И еще, по нашим наблюдениям, более молодое поколение предпочитает пиццу, поколение постарше – салаты. Кондитерские изделия чаще покупают и используют в качестве готовой еды люди 35–45 лет.

Производители оборудования тоже работают над оптимизацией производственных процессов

На Симпозиуме хлебопеков традиционно есть время не только для обсуждения актуальных вопросов, но и для знакомства с возможностями их решения. Например, с современным оборудованием, способным решать большие задачи.

Василий Волков, директор ООО «Велдан» – Золотого партнера 10-го юбилейного Симпозиума хлебопеков – предложил взглянуть на возможности увеличения эффективности производства с помощью переоснащения и создания новых производств. Он обратил внимание на один из популярных трендов – «быструю» еду – и представил новинки оборудования для производства булочек для хот-догов и гамбургеров, которое поставляет в Беларусь его компания.



В частности, современные линии, позволяющие автоматизировать практически все процессы производства булочек – от замеса теста до упаковки – практически без участия человека.

– Как вы видите, людей практически нет на производстве, – обратил внимание Василий Волков, комментируя видеоролик компании. – Это к вопросу кадров и себестоимости продукции.

Рассказал директор ООО «Велдан» и об оборудовании разных производителей для изготовления кукурузных палочек, сухих завтраков, слоеных изделий. И чуть подробнее остановился на такой, как он сказал, экзотике, как гидроабразивная резка.

– Водой мы можем вырезать любую форму, которую вы на компьютере создадите, – пояснил Василий Викторович. – Скажем, торт в виде сердечка



или контуры нашей страны. Стоимость этой резки разная, в зависимости от страны производства.

Как оптимизировать производственные затраты, дав «зрелому» оборудованию новую жизнь? На этом акцентировал внимание **Хофман Томаш, ответственный за восточный рынок чешской компании J4** (официальный представитель в Беларуси – компания Vladimir) – Официальные партнеры симпозиума. Компания J4 известна практически всем хлебопекам Беларуси – на белорусских предприятиях работает более 60 ее линий.



– Мы работаем над оптимизацией производственных процессов. Используем новые технологии, которые сокращают время нахождения продукта в печи и увеличивают качество самого продукта. Кроме того, у нас есть программа восстановления и технического обслуживания установленного нами оборудования. Не собираемся с этого рынка уходить. Обращайтесь – будем рады сотрудничать, – предложил участникам симпозиума Хофман Томаш.