

В Питере – печь!



11 августа нынешнего года в северной столице России состоялся бизнес-семинар «Работа хлебопекарных предприятий в современных условиях. Эффективные решения производителей Санкт-Петербурга». Он был организован ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности совместно с журналом «Пекарь & Кондитер» при поддержке Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. В мероприятии приняли участие руководители, инженеры, технологи компаний – производителей хлебобулочных и кондитерских изделий, научные сотрудники, разработчики оборудования, новых технологических решений, ингредиентов. Программа двухдневного бизнес-семинара была достаточно насыщенной и учитывала профессиональные интересы разных категорий.



Людмила Овсянникова и Марина Костюченко

Открыли деловую часть мероприятия директор ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности **Марина Костюченко** и главный редактор журнала «Пекарь & кондитер» **Людмила Овсянникова**. Они поприветствовали собравшихся и пожелали им плодотворной работы. Стоит отметить, что это не первый совместный проект организаторов – осенью прошлого года российская делегация побывала в Беларуси, где приняла участие в отраслевом мероприятии и посетила ведущие предприятия хлебопекарной и кондитерской отрасли. На этот раз достойным визави стал Санкт-Петербург, где сосредоточено значительное число хлебопекарных производств – от старейших с многолетней историей, до новых, современных.

Об изменениях, обновлениях и разработках отраслевых ГОСТов и стандартов рассказала участникам бизнес-семинара директор ФГАНУ «НИИ хлебопекарной промышленности» **Марина Костюченко**.

В частности, она отметила, что с 01.07.2023 года будут введены в действие актуализированные ГОСТы на методы определения массовой доли влаги, жира, сахара, соли. Учитывая, что стандарты старые и долгие годы не пересматривались, в них были внесены существенные изменения. Одним из важнейших нововведений является то, что новые стандарты предусматривают определение указанных показателей в целом изделии, включая корки, начинку и отделку. Это позволит получить более точные данные о содержании указанных пищевых веществ и соответственно пищевой ценности продукции. Кроме этого, расширена область применения стандартов: теперь они распространяются и на специализированные хлебобулочные изделия.

Также во всех указанных стандартах предусмотрен новый раздел «Метрологические характеристики» и внесены новые, современные, в том числе и экспресс-методы определения содержания пищевых веществ.

Помимо указанных ГОСТов с 1 июля 2023 года вступает в силу ГОСТ 8227-2022 «Изделия хлебобулочные. Укладывание, хранение и транспортирование», в который введены новые термины: многооборотная транспортная упаковка, ящик, стеллаж технологический передвижной, лоток хлебный, коробка [короб] из гофрированного картона. Уточнен способ укладывания и транспортирования хлебобулочных изделий с учетом современных требований.

В это же время вводится в действие ГОСТ 5667-2022 «Изделия хлебобулочные. Правила приемки, методы отбора образцов, методы определения органолептических показателей и массы изделий», в котором предусмотрены изменения, касающиеся области применения, приемки и отбора образцов, определения органолептических показателей.

Помимо межгосударственных стандартов вступает в силу впервые разработанный национальный стандарт ГОСТ Р 70085-2022 «Изделия хлебобулочные из пшеничной хлебопекарной муки. Методы определения степени черствости». Он предназначен для оценки степени черствости различных видов хлебобулочных изделий с применением текстуроанализатора, определяющего такие характеристики, как твердость и эластичность мякиша. Этот метод позволяет объективно оценить влияние различных ингредиентов, технологий, технологических решений на скорость черствения продукции.

Также директор НИИХП указала на «завтрашние» проблемы, которые могут возникнуть у производителей в связи с обсуждаемыми ныне изменениями в ТР ТС 022/2011. Изменения предусматривают следующее: компоненты, употребление которых может вызвать аллергические реакции или противопоказано при отдельных видах заболеваний, должны быть указаны в составе пищевой продукции независимо от их количества. То есть производителям нужно будет определять аллергены в производимой продукции и выносить эту информацию на маркировку. Марина Николаевна отметила, что в настоящее время в испытательном центре НИИХП успешно прошел апробацию метод качественного определения аллергенов растительного происхождения. К таким компонентам относят арахис, горчицу, злаки, кунжут, люпин, орехи и другие.



Ученый секретарь ФГАНУ НИИХП **Ольга Тюрина** рассказала о технологических аспектах производства хлеба. Она подробно остановилась на сравнительном анализе качества и хлебопекарных свойств муки пшеничной высшего сорта за 2020–2022 гг., исследованиях, проводимых аккредитованным Испытательным центром ФГАНУ НИИХП, других важных направлениях работы специалистов института по улучшению качества хлебобулочных изделий.



Специалисты назвали основные причины ухудшения качества хлеба. Как сообщила ученый секретарь ФГАНУ НИИХП, среди главных причин снижения качества ХБИ – низкое качество основного сырья (муки), проблемы с поставками отдельных ингредиентов, которые возникают в последнее время, а также нарушение технологии производства. К примеру, неверный выбор технологических решений.

Эффективный метод предупреждения технологических рисков – мониторинг качества основного сырья – муки. В 2022 году исследование сырья включает в себя 20 проб пшеничной муки высшего сорта; проводится анализ таких свойств муки, как крупность помола, белизна, зольность и др.

Специалисты Санкт-Петербургского филиала института предоставили актуальную информацию об эффективном применении на хлебопекарных предприятиях заквасок, выведенных на чистых культурах, обеспечивающих качество и безопасность продукции, а также о грамотном нанесении маркировки с указанием полезных свойств, позволяющей расширить лояльность клиентов и сделать ассортимент хлебобулочных и кондитерских изделий наиболее привлекательным и востребованным.

По данным Федерации европейских производителей и поставщиков ингредиентов для хлебопекарной и кондитерской промышленности (FEDIMA, 2020 г.) потребители считают, что хлеб на закваске более полезный и вкусный. Эту тенденцию потребительских предпочтений прокомментировала старший научный сотрудник СПб НИИХП **Марина Локачук**.



Больше всего хлеб на закваске покупают в Польше, Швеции, Испании и Германии, рассказала она. Закваска имеет ряд преимуществ: улучшает вкус, увеличивает срок годности, снижает ГИ.

Закваски по способу формирования микробиома подразделяются на две группы: закваски с направленным культивированием микроорганизмов, т.е. выведенные с использованием чистых культур заквасочных микроорганизмов или стартовых микробных композиций на их основе, и закваски спонтанного брожения. В заквасках первой группы с первой фазы разводочного цикла доминируют молочнокислые бактерии и дрожжи. В заквасках спонтанного брожения источниками микроорганизмов

является сырье: главным образом мука, но также и зерновые продукты, мед, травы, воздух в производственных помещениях и даже поверхности оборудования, инвентаря, руки персонала.

Марина Локачук представила исследования, в которых подробно рассказала о видах заквасок и отметила, что важно выбирать закваски на чистых культурах, поскольку хлеб именно на таких заквасках безопасен для потребления.

Новейшим разработкам и актуальным для отрасли предложениям были посвящены доклады представитель компаний «ЭКАН», «ЭЙВА-ПРО», «Ароматик» (Беларусь).



Анна Малявина: «Нельзя игнорировать возможность воспитания потребителя и продуктового ответа на его запрос о здоровом питании. Ведь по данным маркетинга в городе с населением 100 000 человек 14 тонн ХБИ ежедневно потребляют люди, озадаченные идеей ЗОЖ».

Руководительница проектов отраслевого маркетингового агентства «Ватель маркетинг» **Анна Малявина** раскрыла секреты – как предприятиям отрасли сегодня можно избежать коммерческих ошибок и на что обратить внимание при продвижении своей продукции в сетях и на рынке в целом.

«Нельзя не ротировать ассортимент, – утверждала маркетолог. – Если за 12 месяцев в ассортименте предприятия не произошли изменения в категориях «батон», «хлебы ржаные» и «хлебы пшенично-ржаные с добавками», то нужно проверить наличие соответствующей отчетности в 1С и доступ к ней отдела маркетинга».

Еще один постулат от представительницы «Ватель маркетинг»: пассивный сбор заявок снижает эффективность продаж. Анна Малявина выделила три следующие управленческие ошибки, в основе которых лежит упомянутая пассивность: 1) оператор «допродает» товар менее 20% ваших клиентов; 2) младший торговый персонал не имеет SMART-задач; 3) производитель придерживается «скандинавской» скорости принятия решений. Все это понижает уровень менеджмента и приводит к передаче объема конкурентам.

По мнению Анны Малявиной, нельзя игнорировать возможность воспитания потребителя и продуктового ответа на его запрос о здоровом питании. Ведь по данным маркетинга в городе с населением 100 000 человек 14 тонн ХБИ ежедневно потребляют люди, озадаченные идеей ЗОЖ.

О том, как повысить в компаниях отрасли производительность труда, рассказал старший руководитель проектов АНО «Федеральный центр компетенций» **Андрей Гайворонский**. Как было показано в презентации, при постоянном объеме производства способов увеличить прибыль у предприятия не так уж много.

Увеличение цены продажи продукта или услуги работает только в условиях отсутствия конкуренции или при производстве уникального продукта. В условиях нарастающей конкуренции и экономических кризисов необходимый эффект даст только снижение себестоимости. В текущих рыночных условиях выживает то предприятие, чья себестоимость ниже.

Проект РФ «Адресная поддержка повышения производительности труда на предприятиях» способен сократить запасы не менее чем на 50%, сократить время протекания процесса минимум в 2 раза, повысить загрузку персонала в среднем до 85% и даже сократить дистанцию и время транспортировки на 30%, как утверждает Андрей Гайворонский.

Услуги ФЦК для предприятий – участников национального проекта «Производительность труда» бесплатны, а эффективность проекта была показана на примере цеха мелкостручных изделий.

В таком цеху продукция с ручной и автоматической формовкой была размещена на одном потоке. Переход на ручную формовку тестовых заготовок в процессе работы практически останавливал производственный поток. На общем производственном потоке наблюдались потери времени, высокая трудоемкость из-за ручной формовки тестовых заготовок. Были проведены перепланировка ЦМИ, переносы линий. Это повысило загрузку линии производства мелкостручных изделий до 100% и высвободило место для развития кондитерского цеха, объем производства вырос на 85%, выработка увеличилась на 37 кг на человека, т.е. на 23%. Автоматизированная подача муки муковозами облегчила труд тестоводам; трудоемкость формовки понизил внедренный для этого склиз; отдел сбыта сократил время комплектации заказа с 96 до 27 минут.

Проект уже помог повысить производительность труда, сократить время оборачиваемости запасов и протекания процессов, увеличить выработку более чем двум десяткам хлебным и мелькомбинатам, а также кондитерским фабрикам России.

Руководительница НТЦ «Академия хлебопечения НИИХП» **Елена Ткачева** поделилась опытом в подготовке квалифицированных компетентных кадров, в частности, самых востребованных на производствах специалистов – технологов.

Руководительница рассказала о направлениях работы Академии, возможностях образовательного центра, имеющего все необходимое для обучения, исходя из запросов компаний и специалистов разного уровня.

На бизнес-семинаре руководительница направления заквасочных культур и микробиологических исследований СПб НИИХП **Олеся Савкина** показала, каким образом маркировку можно использовать для того, чтобы доказать потребителю полезность ХБИ. Она напомнила, что потребление хлеба снижается. И одна из возможных причин – восприятие индустриаль-



ного хлеба как нездорового (отсюда приставки «без-», определения «низкокалорийный», «веганский» на упаковках, стереотип о «пустых калориях»). Маркетологи стараются донести до потребителя такие клейма, как «без дрожжей», «без сахара», «без улучшителей», «без глютен» и др.

Однако эксперт отметила, что любой хлеб – продукт для здорового питания. Все ХБИ содержат пищевые волокна, минералы, витамины группы Б, витамин Е. Ржаной хлеб – это и вовсе кладезь витаминов, в нем огромное количество клетчатки, а железа больше, чем в говядине. И нарезной батон – это вовсе не «голый крахмал». Но как донести это все до потребителя?

«Маркировка (обязательная и дополнительная), согласно ТР, позволяет вынести на упаковку, что ХБИ – источник определенных витаминов и минералов. Однако лишь при условии, что производитель официально подтвердит отличительные полезные свойства своего ХБИ. Соответствующие требования к маркировке есть у Роспотребнадзора», – отметила Олеся Савкина.

В том числе благодаря маркировке с информацией о полезных свойствах можно увеличить популярность ХБИ среди населения, считает руководительница.

Ознакомиться с новыми видами отечественного обогривания после официальной части мероприятия было предложено руководителям и инженерам хлебопекарных предприятий – они побывали на производстве компании «Русская трапеза» и поучаствовали в работе тематического семинара. Технологи в это время имели возможность увидеть результаты применения различных видов заквасок в ремесленном и индустриальном хлебопечении на подготовленном для них сотрудниками ФГАНУ НИИХП мастер-классе. Там можно было не только увидеть разнообразие ценных образцов, выведенных на чистых культурах, подробнее узнать об их преимуществах и качестве, но и продегустировать изделия, приготовленные с использованием различных заквасок. И, конечно же, задать экспертам интересующие вопросы, разобрать типичные производственные ошибки.

Завершился насыщенный первый день путешествием на теплоходе по живописным местам Финского залива, где участники мероприятия продолжили общение уже в неформальной обстановке.

Второй день мероприятия начался с утренней пробежки «Хлеб. Здоровье. Спорт», позволившей ее участникам взбодриться, зарядиться положительной энергетикой, а программа дня, замечу, была не менее насыщенной,



чем накануне. Самые активные участники забега получили от организаторов на память футболки «Бегу за хлебом».

Гостей ожидала интереснейшая экскурсия на знаменитый хлебокомбинат «Хлебный дом» БКХ «Коломенский». Ведущие специалисты предприятия во главе с руководством не только рассказали о стратегии развития, возможностях производства, планах на ближайшее будущее, но и ответили на многочисленные вопросы участников. Во время посещения цехов хлебокомбината гости смогли наблюдать практически все рабочие процессы по выпуску хлебобулочной продукции, ознакомиться с современными решениями и наработками компании, узнать об особенностях именно этого производства.

Не менее радушный прием участников бизнес-семинара ожидал и в пекарне «Буше». Гости посетили производство, побывали на его основных участках, в том числе на таком актуальном, как выпуск замороженной продукции, получили ответы на свои вопросы и, конечно же, отведали вкусные сезонные новинки.

В то время как одна группа специалистов посещала пекарню «Буше», другая группа участников побывала с экскурсией в пекарне «Лавка пекаря», где также ознакомилась с работой предприятия и его основными принципами, позволяющими быть в регионе и за его пределами весьма популярными.

Два дня, несмотря на свою достаточно плотную программу, пролетели быстро и оставили приятные впечатления, положительные отзывы, искренние слова благодарности. Каждый почерпнул для себя важную информацию, открыл что-то новое, приобрел контакты и самое главное – ценное доверительное отношение коллег, новых потенциальных партнеров и клиентов.

Российско-белорусский проект набирает обороты, и уже вполне очевидно, что последующие его мероприятия будут также нестандартными, полезными для участников отрасли и запоминающимися.

Мероприятие поддержали компании «Русская трапеза», КБ НС «Новые системы», «Ароматик», «ЭКАН», «ЭЙВА-ПРО», «Ватель маркетинг», журнал «Хлебопечение России» и информационный портал OHLEBE.



Дмитрий Станюта с использованием материалов семинара, gosniihp.ru и ohlebe.ru