



BAKERY

ХЛІБОПЕКАРСЬКИЙ БІЗНЕС

Конференція

05.02.2026

Організатор:

MarkoPack



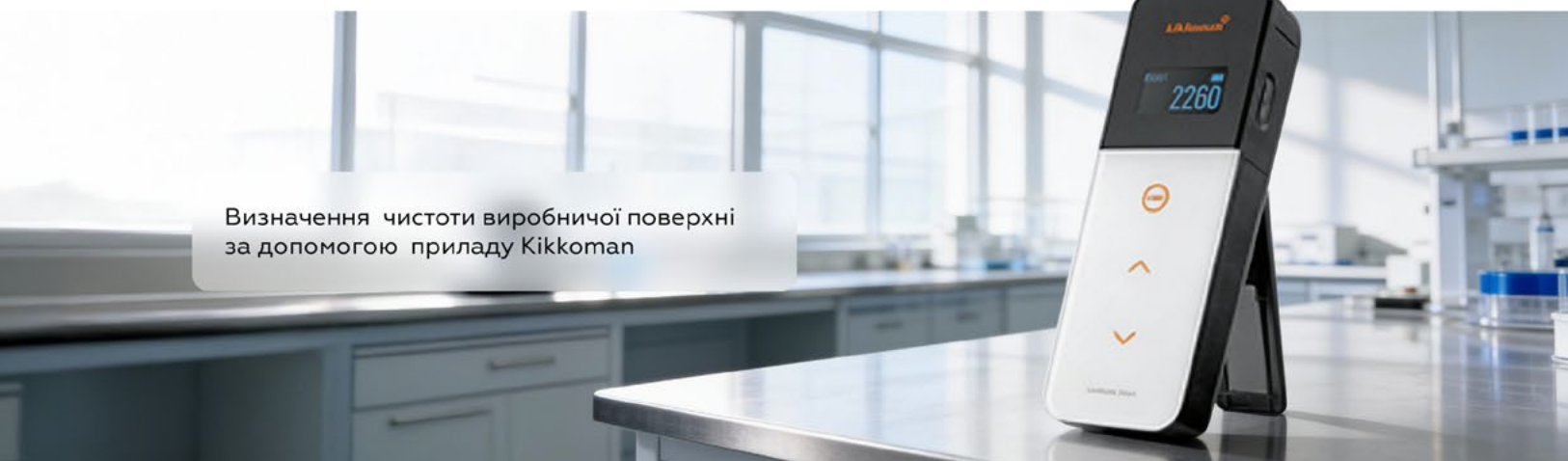


рішення для лабораторій

Компанія «Хімлаборреактив» (ХЛР) пропонує комплексні рішення для виробничого й лабораторного контролю та забезпечує партнерів усім необхідним для аналізу вхідної сировини та аналізу готової продукції. Потрібна методична чи технічна підтримка – експерти ХЛР завжди на зв'язку!



Спеціалізовані хроматографічні аналізатори акриламідів, цукрів, консервантів, барвників Knaauer AZURA



Визначення чистоти виробничої поверхні за допомогою приладу Kikkoman

Експрес-рішення для контролю чистоти поверхонь, якості води, сировини й продукції

- ✓ Універсальні тест-смужки для виявлення алергенів від Gold Standard Diagnostics
- ✓ Експрес-системи для контролю мікробіологічного статусу та моніторингу стану води IDEXX Water
- ✓ Рішення для контролю гігієни й патогенних мікроорганізмів CompactDry
- ✓ Експрес-аналізатори SpectraStar від KPM Analytics для визначення жиру, білка, вологи, золи та інших показників за 1 хвилину

Лабораторний контроль із ХЛР — щоб ваша продукція відповідала всім галузевим стандартам!

- ✓ Прилади для визначення числа падіння та вмісту клейковини Makswell
- ✓ Визначення мікробіологічної стабільності за показником активності води з використанням AwLife від Steroglass
- ✓ Прилад Velp Scientifica для арбітражного визначення вмісту жиру й білка

Забезпечуйте контроль якості на всіх етапах виробництва за допомогою обладнання від світових брендів разом із ХЛР!

Потрібні рішення – звертайтеся до фахівців ХЛР!

м. Бровари,
вул. Сікових Стрільців, 8, 07400,
Київська обл., Україна

+38 (067) 225 80 96
info@apk.hlr.ua



Галуzeвий сайт:
apk.hlr.ua



Відео з демонстрацією
обладнання



СТРАТЕГІЇ

- 6 Хліб у режимі викликів**
Як хлібопекарська галузь адаптується до нової реальності?
- 8 «Ми відбудували завод кращим, ніж він був до обстрілу»**
Про відновлення виробництва і розвиток компанії Chanta Mount

ОБЛАДНАННЯ

- 12 Автоматизація пакування у хлібопекарській галузі**
Як вертикальні лінії пакування VFFS знімають виробничі обмеження?
- 14 Що таке пінса та як її готують?**
Новий тренд у хлібопеченні

РИНОК

- 16 Між невизначеністю і вірою**
Як працює борошномельна галузь в умовах «турбулентності»?
- 18 5 Порад для запуску та розвитку хлібобулочних виробів**
Виробникам, ритейлерам, рестораторам
- 20 Український ринок макаронних виробів**
Післявоєнні трансформації та нові тенденції



12



14

УПАКОВКА

- 24 Міцна основа для великих ідей**
Пакування з гофрокартону, якому довіряє бізнес

ІНГРЕДІЄНТИ

- 25 Справжня закваска**
Де закінчується користь і починається маркетинг?
- 26 Стабілізоване пшонає борошно та функціональні зернові суміші**
Нові можливості для хлібопечення та здорових кондитерських виробів
- 28 Смак відповідальності**
Як інновації створюють нове покоління протеїнових батончиків?

ТЕХНОЛОГІЇ

- 30 Функціональні хлібобулочні вироби**
Наукові розробки НУХТ для виробничого впровадження

ПОДІЯ

- 34 Точка перетину науки, харчування та краси**
Конференція «Технології здорового харчування і краси 2025»

Адреса редакції:

вул. Генерала Алмазова, 18/7, офіс 602, Київ Україна 01133
тел.: 095 091 4127, 093 189 1414, 044 286 1345 (бухгалтерія)
e-mail: kokin@mirupak.kiev.ua

За достовірність рекламних оголошень відповідальність несе рекламодавець. Думка редакції може не збігатися із позицією авторів публікацій. Редакція залишає за собою право редагувати матеріали. Передрук лише з дозволу редакції.

Київ, Marko Pack, 2025. Свідоцтво про реєстрацію №18932-7722 ПР від 23.05.2012 р.
Номер підписано до друку 03.02.2026. Формат 60x84/8. Папір 115 г/м². Ум.-друк. арк. 9,63.
Обл.-вид. арк. 1,29. Зам. №386/Б

Друк: ТОВ «Софія-А», вул. Обсерваторна, 126, Київ 04053, тел.: (044) 537-64-07

Засновник і видавець: «Марко Пак»

Директор: Г. В. Кокін, kokin@mirupak.kiev.ua
Головний редактор: Лілія Кравченко, lilia.k.0207@gmail.com
Рекламно-інформаційний відділ:
Танзіля Скрипачова, manager@mirupak.kiev.ua
Яна Лазуренко, yana.lazurenko@mirupak.kiev.ua
Вікторія Давиденко, v.davydenko@mirupak.kiev.ua
Розповсюдження: Олена Деркач, pressa@mirupak.kiev.ua
Дизайн, верстка: Євген Лінник

McDonald's призначив нового директора з маркетингу в Україні, Чехії та Словаччині

До лідерської команди «МакДональдз» в Україні, Чехії та Словаччині приєднався Ян Дігел, призначений новим директором з маркетингу компанії з 12 січня.

Він відповідатиме за розвиток маркетингової стратегії на ринку, продовжуючи послідовно будувати сильний і релевантний бренд «МакДональдз» і всебічно вдосконалювати досвід клієнтів: від меню й комунікацій бренду до диджитал-інструментів і сервісів.

Ян Дігел має понад десятирічний досвід у сфері бренд-стратегії, цифрового маркетингу, торговельного та споживчого маркетингу й управління командами в Центральній Європі. До переходу в «МакДональдз» він очолював підрозділ Foods Business Unit компанії Unilever у Чехії та Словаччині, а впродовж своєї кар'єри реалізував низку інноваційних проектів і масштабних кампаній, зокрема успішний розвиток культового бренду Hellmann's на ринку та запуск преміального бренду італійського джелато в Чехії.

Професійний підхід Яна базується на глибокому розумінні споживачів і каналів торгівлі, чіткому визначенні цілей бренду та системному впровадженні інновацій, що повністю відповідає стратегічним амбіціям «МакДональдз».

У ролі директора з маркетингу компанії Ян сфокусується на подальшому розвитку бренду як частини щоденного життя клієнтів,



керуючись мінливими споживчими звичками; прискоренні диджитал-трансформації завдяки персоналізації досвіду; створенні тих самих «feel-good moments» для мільйонів клієнтів трьох країн.

Мартін Троуп, який з 2023 р. обіймав посаду Chief Marketing Officer на об'єднаному ринку України, Чехії та Словаччини, завершив роботу в компанії наприкінці січня, забезпечуючи плавну передачу ролі. Його внесок у розвиток маркетингової стратегії у трьох країнах став важливою частиною еволюції бренду та суттєвим драйвером зростання бізнесу в регіоні.

Кондитери зі Львова посіли 4-е місце на міжнародному конкурсі у Франції

Львівські кондитери посіли 4-е місце на міжнародному конкурсі Trophée International de la Pâtisserie Française. Про успіх українських кондитерів 28 січня повідомили на сторінці Lviv Tourism Office.

Кондитери львівських мереж пекарень і ресторанів увійшли до п'ятірки найкращих у світі за результатами міжнародного конкурсу Trophée International de la Pâtisserie Française, що відбувся

у Франції. Україну представляли Жужанна Леник і Іветта Коробка. Під час конкурсу журі оцінювало технічну майстерність, креативність і смакові якості десертів.

Українська команда кондитерів здобула четверте місце й отримала максимальні бали журі за баланс смаку. Україну на конкурсі представляли R&D-шефіня львівської мережі пекарень SHOco Жужанна Леник і бренд-шефіня-кондитерка мережі ресторанів SHUM Group Іветта Коробка.

За підсумками змагань команда зі Львова продемонструвала високий рівень технічної майстерності, креативного підходу та точного балансу смаку. Саме це дозволило їй увійти до числа найсильніших кондитерських команд світу.

Іветта Коробка зазначила, що участь у конкурсі стала для неї не лише професійним викликом, а й відповідальністю за представлення України на міжнародному рівні. За її словами, подібні змагання дають можливість глибше зрозуміти тенденції світової кондитерської індустрії та обмінятися досвідом з колегами з різних країн.

Trophée International de la Pâtisserie Française – це міжнародний кондитерський конкурс. Заснував його у 2016 році П'єр Міргал, колишній президент Національної конфедерації ремісників-кондитерів Франції. Учасники з різних країн при створенні десертів змагаються за технікою виконання, креативністю та смаковими якостями відповідно до високих професійних стандартів.





НВП «ЛЮКС-Х» (ТОВ)

ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ АДГЕЗИВІВ
ДЛЯ ЕТИКЕТУВАННЯ, ПАКУВАННЯ, ПОЛІГРАФІЇ
ТА ІНШИХ ГАЛУЗЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ

КЛЕЙ НА ВОДНІЙ ОСНОВІ
ВИГОТОВЛЕНИЙ НА НАЙБІЛЬШИХ В УКРАЇНІ
ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЯХ
НВП «ЛЮКС-Х» (ТОВ)



КЛЕЙ-РОЗПЛАВ

ВИРОБНИЦТВА СВІТОВОГО ЛІДЕРА
BEARDOW ADAMS ADHESIVES
(ВЕЛИКОБРИТАНІЯ)

BEARDOW ADAMS™

> Unique In Hot Melt Adhesives

Україна, м. Харків, вул. Вишнева, 31
Тел.: +38 (057) 766 06 36, +38 (057) 719 06 36
Моб.: +38 (068) 766 06 36, +38 (050) 324 06 36
www.lux-x.com, office@lux-x.com

ХЛІБ У РЕЖИМІ ВИКЛИКІВ

Як хлібопекарська галузь адаптується до нової реальності?

Хлібопекарська галузь України вже кілька років працює в режимі постійного антикризового управління. Війна, енергетичні обмеження, зростання цін на сировину та дефіцит кадрів змушують виробників одночасно стримувати ціни, зберігати якість і шукати ресурси для розвитку. Про те, як галузь пройшла 2025 р., які ринкові тенденції формують споживання, чому інновації стали питанням виживання та з якими викликами хлібопекарі входять у 2026-й, ми поспілкувалися з президентом Всеукраїнської асоціації пекарів Юрієм Дученком

– Пане Юрію, яким для хлібопекарської галузі став 2025 рік?

Юрій Дученко: 2025-й без перебільшення можна назвати роком чергового стрес-тесту для всієї галузі. Повномасштабна війна, тривалі енергетичні обмеження, зростання вартості сировини – усе це створило надскладні умови для роботи.

І водночас саме в таких умовах хлібопекарська галузь продемонструвала високу адаптивність і стійкість. Підприємства оперативно переглядали асортимент, оптимізували внутрішні процеси, інвестували в автоматизацію та модернізацію.

Особливо показовим є приклад системних гравців, які навіть у воєнний період не згорнули інвестиційні програми. Зокрема, ALVIVA GROUP (бренд «КІЇВХЛІБ») продовжила масштабну модернізацію виробництва. Це дозволило зберегти операційну стабільність і суттєво підвищити ефективність.

Тому сьогодні можна стверджувати: галузь не лише вистояла, а й сформувала фундамент для подальшого розвитку – навіть в екстремальних умовах.

– Які ринкові тенденції минулого року мали найбільший вплив на виробників?

Ю. Д.: Головна трансформація – це зміна споживчих уподобань. Ми чітко бачимо тренд на простоту та базовість. Покупець дедалі частіше обирає хліб простої рецептури, житньо-пшеничні сорти, зрозумілий склад без надлишкових інгредієнтів.

Водночас попит на здобу й м'які кондитерські вироби помітно скоротився.



Окремо варто відзначити рух у бік натуральності. Споживач уважніше вивчає склад продуктів і надає перевагу хлібобулочним виробам із максимально простим і зрозумілим складом. Але тут виникає певний дисбаланс: з одного боку – вимога до «чистого» складу, з іншого – запит торгівлі на подовжений термін придатності для забезпечення логістики та покриття торгових мереж.

Провідні гравці ринку відреагували на ці зміни, змістивши фокус на базові позиції. Це дозволило не лише зберегти якість і доступність продукції, а й стримати ціни. У результаті подорожчання базових сортів хліба у 2025 р. в середньому

не перевищило 5-10%, що в нинішніх умовах є виваженим показником.

– Як у 2025 р. змінилися обсяги виробництва та структура споживання?

Ю. Д.: За підсумками року підприємства – члени ВАП виробили понад 350 тис. т продукції. Ємність українського ринку хлібобулочних виробів, за нашими оцінками, сягнула 34 млрд грн, що майже на 15% більше у грошовому вимірі, ніж у 2024 р.

Структурно ринок також змінюється. За даними ВАП, у 2025 р. частка хліба простої рецептури та житньо-пшеничних



сортів зросла до 50% проти 44% торік. Натомість частка пшеничного хліба зменшилася з 56% до 51%.

Найбільше скоротився сегмент маржинальних виробів – здоби, кондитерки, спеціальних позицій. Обсяги їх споживання знизилися на 10-20%.

– Які економічні чинники були найбільш критичними для підприємств?

Ю. Д.: Класичний набір кризових факторів: волатильність цін на сировину, ускладнена логістика, потреба в підвищенні заробітних плат, перебої з електропостачанням і гострий дефіцит кваліфікованих кадрів.

При цьому виробники разом із торгівлею намагалися максимально стримувати ціни на соціально значущу продукцію. Саме тому хліб простої рецептури подорожчав не більше ніж на 5-10%, попри суттєве зростання витрат.

– Наскільки активно галузь інвестувала в технології та автоматизацію?

Ю. Д.: У 2025 р. інвестиції були зосереджені передусім на автоматизації та

енергонезалежності. Адже це питання виживання.

Показовий приклад – ALVIVA GROUP, яка протягом двох років інвестувала понад 400 млн грн у модернізацію виробничих потужностей. Результат – оптимізація собівартості, оновлення технологічних ліній, розширення асортименту, зростання рівня автоматизації та більша стійкість до зовнішніх викликів.

Загалом галузь чітко рухається до технологічної зрілості. Інновації сьогодні – не «перевага», а ключовий інструмент стабільності й розвитку.

– Як регуляторне середовище впливало на роботу підприємств?

Ю. Д.: Основні регуляторні виклики стосувалися енергопостачання, бронювання працівників і практичної реалізації статусу критичної інфраструктури.

Формально хлібопекарські підприємства у більшості регіонів України віднесені до об'єктів критичної інфраструктури чи переліку важливих систем життєзабезпечення. Проте на практиці цей статус не завжди гарантує безперервне постачання електроенергії.

Ємність українського ринку хлібобулочних виробів, за нашими оцінками, сягнула 34 млрд грн, що майже на 15% більше у грошовому вимірі, ніж у 2024 р.

Питання фактичного дотримання цих пріоритетів, особливо на тлі кадрової кризи, залишається одним із найгостріших у діалозі з регуляторами.

Інші законодавчі зміни мали менш відчутний вплив на галузь.

Водночас хлібопекарська промисловість перебуває в постійній комунікації з державними органами, щоб напрацювати дієві механізми підтримки.

– Які виклики залишаються для галузі ключовими в 2026 р.?

Ю. Д.: Військові дії, енергетична нестабільність, волатильність ринків сировини, дефіцит персоналу й доступного фінансування. Усі ці фактори безпосередньо впливають і на собівартість, і на фізичну доступність хліба для населення.

– Які стратегічні напрями розвитку Ви вважаєте пріоритетними?

Ю. Д.: Минулий рік став важким випробуванням для хлібопекарської галузі, але вона вистояла.

У 2026 р. фокус буде на модернізації виробництва, підвищенні енергоефективності, збереженні доступності соціально значущих продуктів. Не менш важливо розвивати експортний потенціал і впроваджувати комплексні програми підтримки персоналу. Це дозволить галузі не лише втримати стабільність, а й посилити ринкові позиції в середньостроковій перспективі.

Можу сказати навіть більше – сьогоднішня значна частина компаній вже мають бачення розвитку щонайменше до 2030 р.

Хоча говорити про розвиток, інвестиції під час війни – це само по собі вже виклик через зростання цін на сировину, енергетичні обмеження, кадровий дефіцит і нестачу фінансових ресурсів.

Проте галузь продовжує рухатися вперед. Адже сильна, технологічна хлібопекарська галузь – це не лише про бізнес. Це стратегічна складова продовольчої безпеки України.

*Лілія Кравченко,
Геннадій Кокін*



«МИ ВІДБУДУВАЛИ ЗАВОД КРАЩИМ, НІЖ ВІН БУВ ДО ОБСТРІЛУ»

Про відновлення виробництва і розвиток компанії Chanta Mount

Повномасштабна війна завдала українській харчовій промисловості значних втрат – від зруйнованих виробничих потужностей до втрати ринків і кадрів. Водночас для окремих підприємств період вимушеної зупинки став поштовхом до глибокого переосмислення бізнес-процесів. Саме таким шляхом пішла компанія Chanta Mount – виробник заморожених хлібобулочних і листових виробів. Про те, як підприємству вдалося не лише відновитися, а й закласти основу для подальшого розвитку, розповіла його директорка Олена Тараненко

Переосмислення замість простого ремонту

Станом на червень 2025 р. завод Chanta Mount повністю відновлений і працює на повну потужність. За два роки і три місяці після обстрілу підприємство запустило другу виробничу лінію з виготовлення багетів і ціабати, відновило систему охолодження та шокового заморожування хліба, придбало пакувальне обладнання та збудувало новий склад готової продукції площею 1400 м².

За словами Олени Тараненко, процес відбудови став поштовхом до глибокого аналізу попереднього досвіду: «Повна зупинка роботи більш ніж на рік дала змогу відновити завод у кращому стані, ніж він був до обстрілу. Кожен підрозділ проаналізував попередній досвід і реалізував свої ідеї під час відбудови».

Під час реконструкції було подовжено охолоджувальний транспортер для стабільного температурного режиму перед заморожуванням, а склад готової продукції перепроєктовано з чітким функціональним зонуванням, що дозволило мінімізувати ризики пересорту та спростити інвентаризацію. Усе обладнання, що безпосередньо впливає на якість продукції, замінено на аналогічне або більш сучасне від провідних європейських виробників. Водночас автоматизоване пакувальне обладнання довелося замінити на ручне,



що збільшило потребу в персоналі, що в умовах кадрового дефіциту стало окремим викликом.

Кадри, рецептури та сертифікація

Паралельно з технічним відновленням у компанії переглянули підходи до управління персоналом. Процес підбору кадрів став більш прискіпливим, активно застосовується випробувальний період. Мета – сформувати стабільну команду, здатну злагоджено працювати в умовах високотехнологічного виробництва.

Кадровий дефіцит – одна з найгостріших проблем. Найбільше бракує технологів, операторів ліній, налагоджувальників, тісторобів, а також бухгалтерів і економістів. Chanta Mount використовує всі можливі канали пошуку, зокрема співпрацює з навчальними закладами за дуальною формою освіти, центрами зайнятості, залучає переселенців і людей з інвалідністю.

Зміни торкнулися і рецептур. Компанія оптимізувала склад виробів, зменшивши вміст трансжирів, поліпшувачів і штучних барвників, водночас зберігши стабільну якість та конкурентну собівартість.

Важливим кроком для подальшого розвитку стало отримання сертифіката FSSC 22000, що суттєво розширило експортні можливості підприємства.



Розмаїття пропозицій

Наразі Chanta Mount виробляє 64 види продукції – 36 хлібобулочних і 28 листових виробів, ще близько двох десятків перебувають у розробці. Варто відзначити, що лише за останні два роки компанія вивела на ринок понад 50 нових позицій! Це свідчить про дуже динамічний розвиток.

Окремим досягненням стало введення в мережу «Сільпо» п'яти видів круасанів на вершковому маслі – як класичних, так і з начинками (лісовий горіх, солонка карамель, вишня та абрикос). Вироби виготовляються за європейськими технологіями з використанням імпортованої сировини. «Наші круасани максимально наближені до класичних французьких, адже виготовляються за європейською технологією та з використанням імпортованого

вершкового масла. Це дає змогу запропонувати споживачам преміальний продукт за доступною ціною», – зазначає директорка Chanta Mount.

Водночас компанія уважно стежить за споживчими трендами. Та попри постійний пошук нових смаків і форм, стабільними лідерами продажів залишаються чіабати (класична світла й темна, з сиром, з беконом), багети гречаний, подовий французький і «фітнес», круасани, а саме з шоколадом, солоною карамеллю, мигдалем, абрикосом, і сосиска в листовому тісті.

Найближчим часом асортимент поповнять нові позиції, орієнтовані на запити сучасного споживача. – багет з оливками, гарбузове паве, шпандауер з полуницею та косичка з кленовим сиропом.



Сировинні й експортні виклики

Однією з ключових проблем для виробника залишається доступність якісної сировини. Насамперед в Україні відчувається дефіцит борошна вищого ґатунку з високим вмістом клейковини (28% і більше). Часто показники не відповідають заявленим у документах.

Окрім цього, характеристики вітчизняного вершкового масла не відповідають технологічним вимогам виробництва круасанів. Вітчизняне масло має значно нижчі, порівняно з імпортом, фізико-хімічні показники якості, зокрема, тверді тригліцериди жирних кислот, температуру плавлення тощо. Також виключно в одного виробника підприємство купує маргарин, виготовлений із дотриманням європейських технологій, який також є одним із основних і дороговартісних компонентів у виготовленні круасанів. Цей маргарин має допустимий вміст трансжирів, що дає можливість експортувати продукцію, та постійно тримає стабільну якість, яку вимагає від всієї сировини високотехнологічне обладнання Chanta Mount.

Попри це, компанія активно розвиває експортні напрями. Продукція підприємства постачається до США, Канади, Молдови, Литви та Саудівської Аравії. Основні експортні позиції – чіабати світла і темна, багети, круасани (на вершковому маслі, з шоколадом, зі смаком солоної карамелі, мигдалю, лісового горіха), шпандауери з солодкими та солоними начинками, сосиска в тісті. Ключовим стримувальним фактором у цьому напрямі залишається висока вартість логістики.

Плани розвитку

У середньостроковій перспективі компанія зосередиться на збереженні команди, нарощуванні обсягів виробництва та розширенні присутності в торговельних мережах, на експортних ринках і в сегменті HoReCa.

Також планується вивести на ринок заморожені листкові вироби для роздрібного продажу. У контексті цього питання слід відзначити, що завод Chanta Mount, на жаль, не має змоги приєднатися до Державної програми «Національний кешбек»,

яка запрацювала з вересня 2024 р. За кожен придбаний товар (наприклад, круасан) держава повертає споживачу 10%. Вигоду отримують всі: покупець – має зекономлені (порівняно з придбанням імпортного товару) 10%, виробник – збільшуються обсяги продажу, держава – отримує більше податків від виробника. Але Chanta Mount належить до оптових постачальників, а на всіх «оптовиків», які не виробляють продукцію в роздріб і не пакують (маркують) її індивідуально, ця норма не поширюється. Після випікання в торговельній мережі круасан втрачає код українського виробника 482, йому присвоюється код торговельної мережі. При зчитуванні касовий апарат пробиває код торговельної мережі, відповідно, кешбек не нараховується.

Важливими напрямками залишаються участь у профільних виставках, популяризація продукції та залучення грантів для оновлення обладнання.

«Ми маємо багато планів, і від їх реалізації залежить не лише розвиток підприємства, а й наповнення українських магазинів якісною вітчизняною продукцією. Проте завдання номер один – зберегти працездатну команду й не збавляти темпів.

Наразі, враховуючи введення в Україні надзвичайної ситуації в енергетиці через російські обстріли, а також складні погодні умови, ми проводимо перемовини з центральною та місцевою владами стосовно створення продовольчого запасу замороженого хліба на випадок блекаутів у Києві та регіонах України. Адже заморожений хліб від Chanta Mount – напівфабрикат високого ступеня готовності – здатен зберігатися 12 місяців без втрати якості та, у разі надзвичайних обставин, може бути спожитий населенням навіть без допінання, одразу після розморожування», – підсумовує Олена Тараненко.

Досвід Chanta Mount демонструє, що навіть у найскладніших умовах українські виробники здатні не лише відновлювати зруйновані потужності, а й формувати заділ для довгострокового розвитку та посилення позицій на внутрішньому й зовнішніх ринках.

Лілія Кравченко



Ми будуємо печі для справжніх майстрів своєї справи!

- Найвищий показник зняття готового продукту
- Рівномірність пропикання по всій площі поду
- Швидке повернення вкладених коштів
- Гнучка система фінансування

- Висока надійність і простота обслуговування
- Найнижчі витрати на обслуговування в галузі
- Середній термін служби печей — більше 25 років



Представник в Україні
Юрій Маслов
+380-50-411-02-45
j4.ukraine@gmail.com
www.j4.com.ua

J4 s.r.o.
Prumyslova 96, 503 02 Predmerice nad Labem
Czech Republic
Tel.: +420 495 581 137
j4@j4.cz, www.j4.cz



АВТОМАТИЗАЦІЯ ПАКУВАННЯ У ХЛІБОПЕКАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ

Як вертикальні лінії пакування VFFS знімають виробничі обмеження?

Хлібопекарська галузь в Україні сьогодні працює в умовах постійного тиску: дефіцит персоналу, зростання витрат, підвищені вимоги до гігієни та стабільності якості. При цьому саме пакування все частіше стає вузьким місцем виробництва, навіть коли випікання та охолодження вже оптимізовані. Практика показує, що перехід від напівручних або застарілих рішень до вертикальних автоматизованих пакувальних ліній (пакувальних комплексів BASIS) дозволяє зняти одразу кілька критичних обмежень

Типові проблеми хлібопекарських підприємств

Серед найпоширеніших викликів, з якими звертаються виробники:

- нестача та плинність робочої сили;
- нестабільна продуктивність пакування;
- високий вплив людського фактору;
- складність роботи з продуктами різної геометрії;
- втрата якості при пакуванні крихких виробів;
- обмежений простір для модернізації.

Два реалізовані проекти компанії BASIS на одному з провідних хлібопекарських підприємств України – ТОВ «Київ Хліб» – демонструють, як ці проблеми вирішуються на практиці.

ОДИН ПРИНЦИП – РІЗНІ ПРОДУКТИ

Продукт 1 – булочка «Малютко» та рогалик «Студентський»

Пакування здійснювалося напівручним способом і обмежувало загальну пропускну здатність лінії. Додатковою складністю була велика довжина рогалика (до 220 мм) і нестабільне формування пакета.

Рішення BASIS:

- вертикальна пакувальна лінія Basis 20-VF із 14-бункерною мультиголовкою;
- автоматичне зважування як метод контролю кількості виробів у пакеті;
- збільшений формат пакування до 285 мм;
- спеціальний формоутворювач і воронка для коректного проходження продукту.

Результат:

- зростання продуктивності з 25 до 40 пакетів/хв;
- зменшення персоналу на 6 осіб;
- стабільна вага, геометрія та зовнішній вигляд пакування;
- одна автоматизована лінія замість кількох операцій.



Продукт 2 – сушки «Човник» і «Київські»

У цьому випадку підприємство працювало на застарілому обладнанні без сервісної підтримки. Основною проблемою був високий відсоток бою крихкого продукту та ризики зупинки лінії.

Рішення BASIS:

- лінія Basis 14-VF із мультиголовкою, адаптованою саме для крихких виробів;
- інженерне рішення, що мінімізує удари продукту від дозування до пакета;
- похила система формоутворення для зниження механічного навантаження.

Результат:

- зменшення бою до рівня менше 5%;
- стабільна якість у межах технічних умов;
- передбачуваний випуск і зниження виробничих ризиків.



Висновки для галузі

Обидва проекти підтверджують: вертикальні пакувальні лінії BASIS – це не універсальна «коробка», а інженерна платформа, яка адаптується під продукт, геометрію, крихкість і вимоги виробництва.

У BASIS розглядають пакування як критичний елемент стабільності всього виробничого процесу, а не окрему операцію в кінці лінії.

BASIS – з увагою до кожної деталі.

BASIS
PACKAGING EQUIPMENT

Переходьте на наші канали та слідкуйте за нашими інноваціями.



LinkedIn



YouTube



Site



ЩО ТАКЕ ПІНСА ТА ЯК ЇЇ ГОТУЮТЬ?

Новий тренд у хлібопеченні

Пінса, яка зараз набирає шаленої популярності, – це страва італійської кухні, що готується із суміші кількох видів борошна, високого відсотка води та низької кількості жирів. На перший погляд просто, але насправді тісто для пінси вимагає тривалої обробки та ретельного замішування. У результаті виходить легкозасвоюваний продукт, хрусткий зовні та м'який всередині

Чому заготовки для пінси такі смачні?

Суміш пшеничного, рисового та соєвого борошна разом із закваскою робить тісто дуже вологим і легким. Крім того, таке тісто не містить тваринних жирів, завдяки чому воно дуже легко засвоюється. Більше того, всі заготовки пінси характеризуються хрусткістю зовні та м'якістю всередині. Вони ідеально підходять як для солоних, так і для солодких страв, а завдяки попередньому випіканню цю чудову страву можна приготувати лише за 5 хвилин.

Як готується тісто для пінси?

Щоб зрозуміти походження пінси, почнемо з тіста, унікального у своєму роді, оскільки воно виготовляється із трьох різних видів борошна, змішаних разом: пшеничного, рисового та соєвого.

Його ретельно обробляють, щоб отримати суміш із низьким відсотком глютену, високим вмістом води та без додавання тваринних жирів. Після замішування тіста для його підйому потрібно щонайменше 24 години відпочинку. Терпіння справді потрібне – тільки так ви зможете отримати легку та дуже засвоювану пінсу.

Пінса славиться своєю тонкою овальною формою, яка сприяє правильному вивільненню зайвої вологи під час процесу випікання. Хвиляста поверхня досягається завдяки тиску пальців на тісто: бульбашки дозволяють утримувати повітря в тісті та роблять пінсу такою хрусткою та дуже легкозасвоюваною! Після розстоювання та розтягування заготовки для пінси швидко випікаються, запобігаючи зайвому підйому та розходженню тіста.



Основа для пінси



Пінса з копченим лососем



Пінса з куркою



Тост з авокадо, яйцем та лососем



Пінса з баклажанами, помідорами та сиром



Пінса з грильованими нектаринами та бурратою



Сендвіч з пармезаном



Пінса з яблуками і заварним кремом



Пінса – салат Цезар

Способи приготування

Приготувати пінсу дуже просто. Все, що потрібно, це ваші улюблені інгредієнти та трохи фантазії! Ви надаєте перевагу солодким чи солоним стравам? Не знаєте, які обрати? Не проблема, пінса підійде на будь-який смак та ідеально поєднується як з полуницею, так і з помідорами чері.

Ви можете підготувати основу для пінси тим способом, який для вас зручніший:

- у духовці. Увімкніть духовку на максимальну температуру (250°C). Приготуйте начинку для пінси з «простих» інгредієнтів, наприклад, помідорів і моцарели. Поставте пінсу в духовку на решітку без пергаментного паперу! Не використовуйте деко, щоб заготовка рівномірно пропеклася зверху та знизу. Готуйте пінсу 4-6 хвилин, залежно від того, наскільки хрустку основу ви хочете отримати;
- в аерогрилі. Помістіть пінсу в кошик дном вниз, без пергаментного паперу чи фольги, та встановіть аерофритюрницю на 200°C (390°F) на 3 хвилини. Повторіть ту саму процедуру, перевернувши її на інший бік і встановивши аерофритюрницю на 200°C (390°F) на 2 хвилини;
- на пателіні. Покладіть пінсу на розігріту антипригарну пателю чи гриль. За потреби можна розрізати її навпіл або використати міні-пінсу. Смажте приблизно 4 хвилини з кожного боку;

- у тостері. Розріжте пінсу на квадрати та помістіть їх у розігрітий тостер приблизно на 4 хвилини, або залежно від обраного вами рівня підсмажування.

Порада: після приготування пінси одразу додайте решту інгредієнтів – таким чином ви отримаєте просто ідеальний результат! Все готово, тепер можна насолоджуватися хрусткою скоринкою пінси та неймовірним смаком власноруч створеного витвору кулінарії.

Компанія «ПроТек Системз» пропонує обладнання для промислового виготовлення пінси. Щоб отримати більше інформації, звертайтеся:

PROTEK
SYSTEMS

Валентина Поліщук
ТОВ «ПроТек Системз»
04080, м. Київ, вул. Кирилівська, буд. 1.
+ 38 050 384 3031
pvm@proteksystems.ua
www.proteksystems.ua

МІЖ НЕВИЗНАЧЕНОСТЮ І ВІРОЮ

Як працює борошномельна галузь в умовах «турбулентності»?

Війна поставила українську економіку, зокрема виробничі та переробні галузі, у стан тривалої невизначеності. Руйнування інфраструктури, енергетичні виклики, логістичні обмеження та демографічні втрати змушують бізнес працювати в режимі постійної адаптації. Про те, які ризики сьогодні виглядають найгострішими для борошномельної галузі та чого чекати далі, – говорили з експертом ринку борошна зі Спілки «Борошномели України» Сергієм Сакіркіним

Пане Сергію, якими були ключові показники виробництва борошна в останньому сезоні: обсяги, структура за сортами, динаміка та цінові тенденції?

Сергій Сакіркін: Лихо, яке прийшло на територію України з півночі, різко змінило звичайний перебіг життя – як для громадян, так і для підприємств, що забезпечують базові потреби країни. Після ЗСУ та оборонно-промислового комплексу саме харчова промисловість стала критично важливою для стабільності держави. Без багато чого може жити людина, іноді досить довго. Але без хліба насущного – дуже недовго.

І в цих складних умовах борошномельна галузь України довела свою повну спроможність! Все, що не залишилося на тимчасово окупованих територіях, працювало краще та продуктивніше, ніж будь-коли до цього. Не одразу, звичайно, не в лютому 2022 р., але вже з початку березня всі млини були максимально завантажені, як для закриття поточних потреб, так і для створення стратегічного запасу борошна, якого тоді країна не мала.

Офіційна статистика щодо виробництва борошна наразі не публікується. Втім, і до війни вона не відображала реальної картини. Наприклад, за офіційними даними, у 2020 р. в Україні вироблялося 27 кг борошна на душу населення, тоді як у 1995-му – 103 кг.

Аналогічна ситуація була і з обліком чисельності населення.

Ми використовуємо розрахункову чисельність населення, з якою погоджується більшість експертів, і орієнтуємося на споживання 75 кг борошна на особу. За основу взято аналогічні дані щодо Польщі та Німеччини.

Виходячи з цих даних, в Україні в передвоєнному 2021 р., за чисельності населення 36,8 млн осіб, було вироблено 2,76 млн т борошна. У 2025 р., за 26,5 млн осіб, – 1,99 млн т.

Близько 70% всього обсягу – борошно вищого ґатунку, 20% – перший сорт, решта – житнє борошно та незначні обсяги борошна пшеничного другого ґатунку й борошна з інших культур.

Із початку 2024 р. до кінця 2025-го ціна борошна зросла на 40%. При цьому маржинальність рідко перевищувала 3%, а в окремі періоди була й нульовою. Особливо останнім часом, коли значення іноді ставали негативними через повсюдне використання генераторів.

Скільки операторів реально працює на ринку та хто формує основний обсяг виробництва?

С. С.: У 2020 р. звітність складали 430 виробників борошна. Із них 230 підприємств виробили протягом року 100 і більше тон



продукції. При цьому 60 млинів забезпечували 87% всього офіційного річного обсягу. Із них на частку 13 найбільших виробників припало понад 50% – 775 тис. т.

Майже всі млини, що сьогодні формують ядро ринку, є членами Спілки «Борошномели України». Найбільші з них – ТОВ «Вінницький КХП №2», ТОВ «Столичний млин», ТОВ «Рома», ТОВ «Дніпромлин», ТОВ «ТК «Новаторг», ТОВ «Рівне борошно», ТОВ «ТД «Зернарі» та інші. Усього частка 14-ти млинів – 30-40% реально виробленого в Україні борошна.

Чи зазнала змін якість борошна з нового врожаю та які чинники на це вплинули?

С. С.: Якість борошна, яке виробляють члени Спілки, ніколи не опускається нижче чинних стандартів. Водночас у роки дефіциту продовольчої пшениці вона може наблизитися до їхньої нижньої межі. Саме така ситуація спостерігалася у 2024/2025 маркетинговому році.

Нинішній урожай за обсягом приблизно на 10% менший, але за якістю значно кращий, що безумовно позитивно позначиться на характеристиках борошна.



Крім того, нинішній сезон дуже невдалий для трейдерів через ускладнення логістики. До цього часу експортовано трохи більше 6 млн т пшениці, і потенціалу для суттєвого нарощування відвантажень поки не видно. Світовий ринок перенасичений – хороші врожаї в Австралії, Аргентині, Канаді, а також, як не прикро визнати, у РФ. Це тисне на ціноутворення. А отже, у борошномелів буде можливість на внутрішньому ринку купувати зерно дешевше. За умов, коли електроенергія може коштувати 15 грн/кВт і дорожче, зниження цін на сировину стає одним із небагатьох позитивних факторів.

Як змінилася експортна складова борошномельної галузі?

С. С.: Це дуже болюче питання. На жаль, за роки війни ми втратили майже всі звичні ринки, обсяги експорту падають. Стабільним залишається лише ринок Молдови – туди рік у рік відвантажеться приблизно 20-22 тис. т борошна. Відкрився ринок Євросоюзу – близько 30-40 тис. т відвантажеться в його країни. Є незначні поставки до Ізраїлю та Палестини. У підсумку експорт борошна у 2025 р. склав 66,8 тис. т.

Основні експортні поставки історично здійснювалися контейнерами через українські чорноморські порти. Наразі ця можливість фактично відсутня. Часткові відвантаження через румунську Констанцу не вирішують проблему. До завершення війни та відкриття власних портів говорити про відновлення експорту не доводиться.

Які ключові виклики сьогодні визначають стан галузі?

С. С.: Передусім – це безпекові ризики, нестабільне енергопостачання та дефіцит персоналу, який на окремих підприємствах

сягає до 60%. Додатково ми спостерігаємо суттєве скорочення як внутрішнього, так і зовнішнього ринків.

Крім того, низька маржинальність сегменту не особливо приваблює інвесторів. Тому підприємства працюють або виключно за рахунок власних коштів, або банківських позик, вартість яких зависока для стабільного розвитку. Сьогодні галузь виручають кредити за програмою «5-7-9» та грантові інструменти.

Чи можливо в таких умовах прогнозувати, що чекає на борошномелів у 2026 р.?

С. С.: Прогнозувати можна, але це безнадійна справа. Як складатимуться обставини в 2026 р.? Завершиться війна чи, навпаки, посиляться руйнація інфраструктури? Відкриються порти чи ми взагалі втратимо можливість вивозити продукцію? Сіятимуть пшеницю в колишніх обсягах або закинуть поля?

Із того, що ми маємо, – це обіцянка збільшити вартість електроенергії, яка й так одна з найвищих у Європі. А робота на власній генерації – це недешево.. Додаємо до цього критичну нестачу персоналу та неможливість його поповнення, катастрофічне зниження чисельності населення та падіння споживання – і маємо галузь, що працює майже на межі збитковості.

Наразі, дивлячись на ситуацію в Україні, сподіватися на позитивні зміни в галузі не доводиться.

Але, як казали у нас у Баку: «Axırda nə olacaq? Axırda yaxşı olacaq!». Це означає: «Що буде у підсумку? У підсумку все буде гаразд!».

Бесіду вела Лілія Кравченко

5 ПОРАД ДЛЯ ЗАПУСКУ ТА РОЗВИТКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Виробникам, ритейлерам, рестораторам

Глобальні чинники та тренди, що ми спостерігаємо у глобальній економіці та харчовій індустрії зокрема прямо й опосередковано впливають на асортимент, формати й обсяги виробництва, канали збуту хлібобулочної продукції



Олена Сініціна,
засновниця Favorite Food&Drinks,
food-експертка

Хлібобулочна галузь сьогодні: виклики та можливості

Хліб і випічка залишаються базовими продуктами щоденного споживання, але очікування споживачів стрімко змінюються. Сучасний покупець звертає увагу не лише на смак і ціну, а й на склад, походження сировини, поживну цінність, емоційний досвід і відповідність продукту стилю життя. Для виробників, ритейлерів і рестораторів це означає необхідність системного підходу до запуску й розвитку асортименту та просування серед споживачів хлібобулочних виробів.

Ділимося п'ятьма ключовими порадами, які допоможуть гравцям ринку успішно розвиватися в сфері ХБВ.

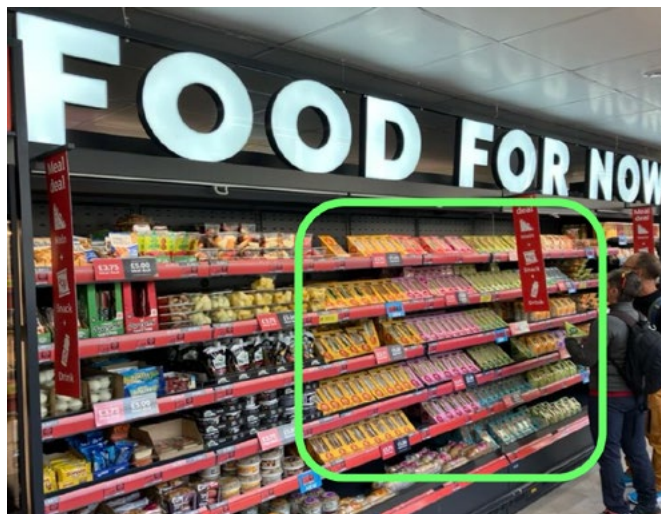
1. Гнучко реагуйте на тренди та зміни попиту

Хлібобулочний ринок активно реагує на глобальні та локальні тренди: здорове харчування, зменшення вмісту цукру та солі, безглютенові чи високобілкові продукти, чисті етикетки, локальність. Важливо регулярно аналізувати поведінку споживачів, тестувати нові формати й швидко адаптувати асортимент, пропонуючи рішення, які реально закривають актуальні потреби клієнтів. Кастомізація пропозицій, зручність і швидкість у використанні знаходять відгук у споживачів.

Продукція, яка полегшує споживачам вибір і споживання, допомагає урізноманітнити харчування у форматах to go, ready to eat є особливо затребуваною – сендвічі, роли, бургери, лаваші

тощо. Або хлібобулочні вироби у складі асорті для фуршетного столу – відкрій та споживай.

Пропозиції глобального та локального асортименту дозволяють споживачам з одного боку отримати враження про гастрономічні особливості інших країн, з іншого – плекати кулінарні традиції та особливості рідного краю.



2. Акцент на якості, безпечності продукції та здоров'ї

Якість і безпечність харчової продукції – це не просто вимога регуляторів, а ключовий фактор довіри споживачів до бренду. Посилення фокусу на здоровому харчуванні, прозорість складу, мінімізація штучних інгредієнтів сприяють формуванню культури усвідомленого споживання.

У комунікаціях варто заявляти про користь продукції, яка закриватиме «болі» споживачів: додаткове джерело протеїнів, високий вміст клітковини, наявність вітамінів і мінералів, без глютену, лактози і т.п., зі зниженим рівнем солі, без доданого цукру, сприяє зниженню ваги, нормалізує діяльність ЖКТ тощо. Маркування «vegan», «organic» або заяви про інклюзивні особливості асортименту допомагають споживачам обрати свій продукт.

Для багатьох споживачів включення забутих або пророщених зернових сприймається як ознака високої якості виробів і турботи, що відповідає цінностям свідомого харчування та гарного самопочуття.

3. Експериментуйте із зерном і співпрацюйте з локальними фермерами

Нових смаків і текстур варто досягати завдяки експериментам із зерном, крупами та їхніми сумішами. Полба, жито, овес, гречка, просо чи давні зернові культури відкривають широкі можливості для інновацій завдяки пошуку оптимального складу та пропорцій. Включення до рецептур традиційної продукції, розробки нового асортименту з додаванням круп нішевих культур до складу, наприклад, різних сортів сочевиці, квасолі, гречки, нуту, амаранту, чіа, кіноа, гороху та ін.

Кооперація з локальними фермерами, які вирощують нішеві зернові, не лише підвищує унікальність продукту та надає нових сенсорних вражень, а й підтримує сталий розвиток регіонів і зміцнює авторитет виробників.



4. Використовуйте сенсорний дизайн і дегустації

Смак – лише одна зі складових сприйняття продукту. Аромат, текстура, колір, форма та навіть хрумкіт скоринки формують цілісний сенсорний досвід.

Володіння методами сенсорного аналізу, внутрішніх і зовнішніх дегустацій допомагає краще зрозуміти споживача, обрати сировину та продукцію, оптимізувати рецептури та створювати

продукти з мультисенсорними властивостями, за якими повертаються споживачі.

Професійні дегустаційні конкурси в харчовій індустрії та ритейлі – затребуваний ефективний бізнес-інструмент незалежного оцінювання якості харчових продуктів. Все більше постачальників обирають професійні дегустаційні конкурси у своїй діяльності, аби мати змогу отримати незалежне підтвердження переваг своєї продукції та зворотній зв'язок стосовно якості, можливостей співпраці.



Відзнаки незалежних дегустаційних конкурсів виділяють продукцію серед конкурентів, привертають увагу споживачів, дозволяють досягати цілей у просуванні продукції на виставках, онлайн та офлайн каналах збуту.

5. Інвестуйте в знання: сенсорику та нутриціологію

Поглиблені знання із сенсорного аналізу та нутриціології дозволяють створювати не просто смачні, а дійсно корисні продукти. Розуміння поживної цінності, біодоступності інгредієнтів і впливу на організм допомагає формувати нові сенсорні враження, живити й отримувати користь для організму, профілакувати й оздоровлювати його та в цілому підвищувати цінність бренду в очах споживача.

Варто інвестувати в:

- дослідження, розробки для з'ясування функціонального та сенсорного впливів різних комбінацій зернових, насіння, ягід, сухофруктів тощо;
- підвищення кваліфікації R&D, технологів, маркетингу;
- розвиток культури свідомого споживання, підвищення обізнаності споживачів.

Підсумовуючи, зазначимо, що успіх у хлібобулочній галузі сьогодні – це поєднання традицій та інновацій, гнучкості та глибокої експертизи. Виробникам варто швидко адаптуватися до вимог ринку, пропонуючи інноваційні, екологічні та здорові харчові продукти. Ті, хто уважно слухає споживача, працює зі смаком і якістю та постійно розвиває знання, реалізовує комплексно маркетингово-комерційну стратегію, отримують стійку конкурентну перевагу. Компанії, які не тільки інвестують у якість, а й доносять цінність і вигоди продукції для споживачів, виграють у довгостроковій перспективі.



УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК МАКАРОННИХ ВИРОБІВ

Післявоєнні трансформації та нові тенденції

До повномасштабного вторгнення ринок макаронних виробів в Україні характеризувався високою фрагментованістю та поєднував продукцію різного походження і цінових сегментів. Імпортовані вироби з твердих сортів пшениці (переважно середнього та вищого цінових сегментів) забезпечували близько третини ринку. Паралельно українські виробники поступово посилювали свої позиції в економічному та середньому ціновому сегментах, витісняючи як західний імпорт, так і продукцію з Росії та Білорусі. Водночас істотну роль у структурі споживання відігравала тіньова та контрабандна продукція, частка якої, за оцінками численних галузевих досліджень і публікацій, залишалася значною – близько чверті ринку.



Олексій Надводнюк,
консультант компанії Pro-Consulting

Вплив війни на пропозицію

Початок широкомасштабного вторгнення спричинив різкий дисбаланс ринку. Бойові дії й окупація виробничих майданчиків (зокрема Каховки) призвели до значного падіння внутрішнього виробництва. Наприклад, один із провідних гравців, компанія «Чумак», через окупацію півдня Херсонської області була змушена призупинити власне виробництво в Україні. Згодом «Чумак» налагодив випуск локшини в Туреччині. Наслідком стало зниження валового обсягу: за даними Держстату, виробництво в Україні впало з 63,5 тис. т у 2021 р. до 52 тис. т у 2022 р. У 2025 р. відновлення та підтримка виробництва дозволили вийти на рівень близько 60 тис. т.

Упродовж перших місяців війни імпорту макаронних виробів рекордно зріс, компенсуючи падіння локального виробництва. Навіть без урахування гуманітарних поставок офіційний імпорту у 2022 р. зріс на 3,7 %, порівняно з 2021 р., і досягнув показника \$53,8 млн.

Фактори зростання попиту

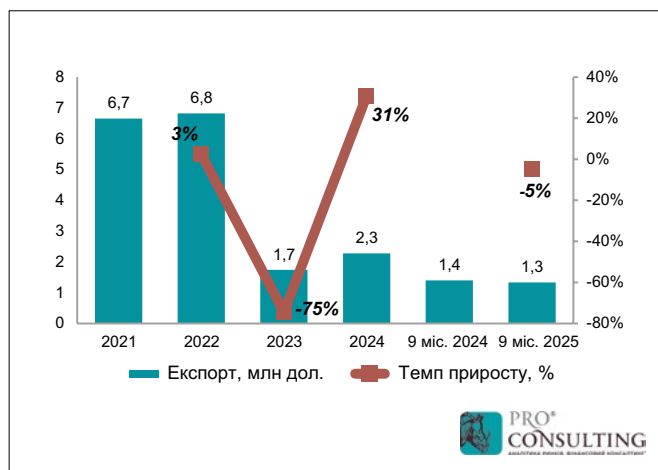
Попри еміграцію населення за кордон (за різними оцінками, понад чверть споживачів) і зменшення виробництва, споживання макаронів у розрахунку на одну особу залишається на високому рівні. Так, у 2021 р. річне споживання макаронів оцінювалося на рівні 2,7 кг на особу, а в 2025 р. зросло до близько 3,4 кг на особу.

Високий рівень та збільшення споживання пояснюється тим, що макарони відносяться до базових довгострокових продуктів харчування, попит на які зберігався чи навіть зростав у кризовий час. Також суттєвим фактором стало постачання гуманітарної допомоги: тисячі тонн макаронних виробів у продуктових наборах отримували внутрішньо переміщені особи й ті, хто залишився в країні. Окрім цього, макарони давно вийшли за межі виключно утилітарного продукту. Для споживача це не лише «їжа про запас», а повноцінна, смачна й універсальна страва, яка легко адаптується до різних смакових уподобань і кулінарних традицій.

Зміни споживчих звичок

Попри зростання попиту в кризовий період, українці й надалі споживають відносно небагато макаронних виробів, суттєво нижче за показники більшості країн Європейського Союзу. Для порівняння: середній рівень споживання в ЄС становить 10-11

Рис. 1. Експорт макаронних виробів з України в 2021-9 міс. 2025 рр.



Джерело: дані Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

кг на особу, у країнах Центральної та Східної Європи – 6-8 кг, тоді як в Італії цей показник сягає 23-25 кг на особу на рік. Такий розрив свідчить не про насиченість українського ринку, а про значний потенціал подальшого зростання.

З огляду на поступову зміну споживчих звичок, популяризацію макаронів як зручної та універсальної страви, розвиток сегмента швидкого приготування та зближення гастрономічних моделей з європейськими, у середньостроковій перспективі споживання макаронних виробів в Україні має всі передумови зрости щонайменше до рівня 5-6 кг на особу на рік. Це означає потенціал приросту внутрішнього ринку навіть без суттєвого збільшення чисельності населення та формує стійку основу для розвитку виробництва, імпорту й суміжних галузей, зокрема пакування, у найближчі роки.

Стан ринку в 2026 році

Станом на початок 2026 р., на українському ринку макаронних виробів спостерігається наступна ситуація. Локальні виробники повністю закривають економ- та середні цінові сегменти, при цьому українські експортери значно витіснили російський та білоруський експорт із ринків ЄС. Це відбулося здебільшого через накладення санкцій на країни-агресорки та переорієнтацію торгових потоків.

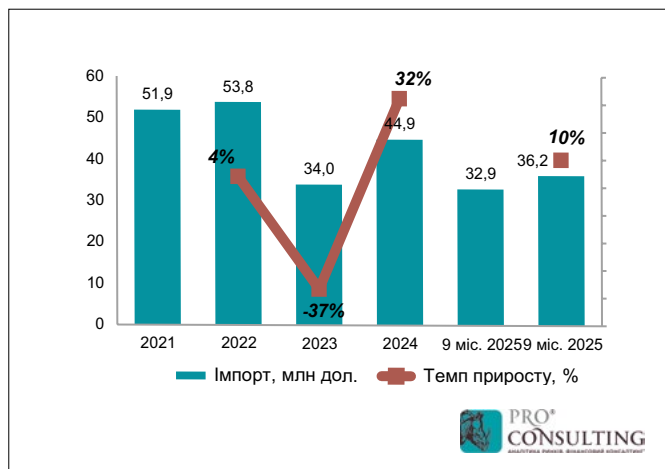
У преміальному сегменті українського ринку домінує імпорту продукція з Італії і Туреччини. Така тенденція відповідає одному з найбільших популярних трендів на ринку – так званому «італійському фактору».

У тренді італійська айдентика

На українському ринку чітко простежується попит на бренди чи продукцію з італійською айдентикою: маркування Made in Italy, використання італійських технологій і рецептур тощо. У 2024-2025 рр. більшість нових позицій у середньому та преміальному сегментах мають подібне позиціонування.

Тренд на «італійські макарони» відображає і глобальну тенденцію: наприкінці 2024 р. найбільший турецький виробник борошна Ulusoy Un придбав 85% акцій італійської компанії Pastificio Mediterranea – столітнього виробника пасти з регіону П'ємонт, Італія. Угода вартістю приблизно €5,3 млн дозволила турецькій компанії увійти на ринок ЄС та інвестувати в розвиток преміального італійського бренду, одночасно надавши Pastificio додаткові виробничі та репутаційні ресурси для

Рис. 2. Імпорт макаронних виробів в Україну в 2021-9 міс. 2025 рр.



Джерело: дані Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

подальшої експансії. Така угода наочно демонструє, що виробники макаронних виробів готові інвестувати не лише у виробничі потужності, а насамперед у бренд, історію та маркування Made in Italy. Навіть за відносно помірних обсягів виробництва італійська айдентика залишається потужним інструментом позиціонування та має високу ринкову цінність.

Від товару повсякденного споживання до сучасного міського фуд-досвіду

Паралельно з цим як на світовому, так і на українському ринку активно формується ще один важливий тренд – зростання сегмента макаронних виробів і локшини швидкого приготування, що значною мірою пов'язано з популярністю японської та корейської кухні. Такі продукти як рамен, том-ям та інші азійські формати стали масовими завдяки зміні споживчих звичок, орієнтації на швидке приготування та впливу глобальної гастрокультури.

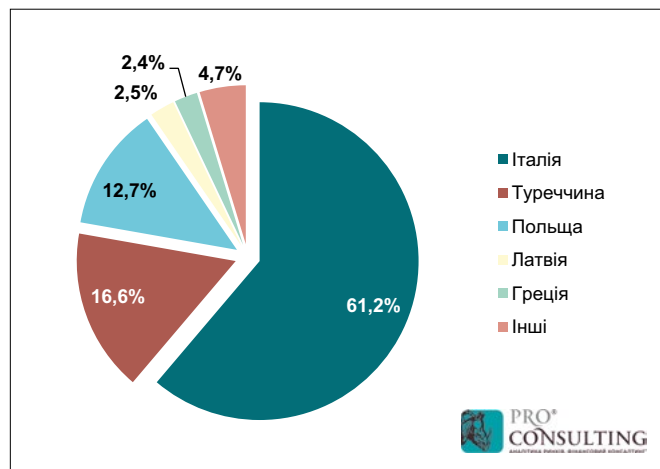
Окремим підтвердженням тренду на макарони швидкого приготування в Україні стало відкриття у 2024 р. в Одесі на вулиці Дерибасівській найбільшого в країні закладу формату «Раменна бібліотека». Концепція закладу поєднує продаж локшини швидкого приготування з елементами самообслуговування та вендінгових рішень, що свідчить про трансформацію макаронних виробів із товару повсякденного споживання у частину сучасного міського фуд-досвіду. Від розвитку вендінгових форматів до появи спеціалізованих ресторанів – цей сегмент є одним із найбільш динамічних і швидкозростаючих як в Україні, так і в усьому світі.

Тенденції в пакуванні макаронних виробів

Сучасне пакування макаронних виробів виконує не лише захисну функцію, а й слугує важливим комунікаційним інструментом, відображаючи глобальні тренди сталого виробництва та вимоги споживачів до зручності. Одним із провідних напрямів є перехід від пластику до картону. Це пов'язано не лише з екологічністю. Паперово-картонне пакування вважається більш дружнім до довкілля, хоча воно має обмежені бар'єрні властивості для харчових продуктів. Водночас картон надає продукту преміального вигляду та дозволяє створювати стійкі форми, які зручно розміщувати на полиці.

Споживачі продовжують цінувати можливість бачити форму, колір і цілісність макаронів, що формує довіру до бренду. Саме тому зростає популярність прозорих або частково відкритих

Рис. 3. Структура імпорту макаронних виробів за країнами в 2024 р. (у натуральних показниках)



Джерело: дані Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

упаковок, які дозволяють оцінити продукт ще до покупки, підкреслюючи його якість і натуральність. Крім того, сучасні покупці цінують час і практичність, що знаходить відображення у деталях пакування: зручні зіп-замки та багаторазові наліпки запобігають розсипанню продукту після відкриття, роблячи використання більш комфортним.

Дизайн упаковки також змінюється: бренди відходять від агресивних кольорів на користь природних відтінків (теракового, оливкового, бежевого), підкреслюючи натуральність борошна й автентичне походження продукту. Цей мінімалістичний і природний стиль відповідає загальносвітовим трендам. Окрім цього, на упаковках дедалі частіше з'являються цифрові коди, що ведуть на відеорецепти, адаптовані під конкретний вид пасты, інтегруючи продукт у сучасний цифровий досвід споживача.

Висновки та рекомендації

Український ринок макаронів поєднує суворі реалії воєнного часу та нові можливості. Попит на бюджетні та зручні формати залишається стабільним, водночас відкриваються перспективи у преміальному та нішовому сегментах, зокрема на продукцію з італійською айдентикою та локшину швидкого приготування.

Споживання макаронів на одну особу значно нижче європейського рівня, що свідчить про високий потенціал зростання внутрішнього ринку. Переваги для розвитку мають також інноваційні формати пакування, які підвищують зручність та довіру споживачів, а цифрова інтеграція і storytelling можуть посилити лояльність до бренду.

Таким чином, українські виробники мають можливість зміцнювати позиції на внутрішньому ринку, пропонуючи якісну альтернативу імпортним продуктам, та розширювати експорт.



CAMBRO®

Multi-Functional Box

термоконтейнер для транспортування та зберігання

Вироблений з щільного спіненого поліпропілену - тому міцний та надійний, може слугувати для транспортування як холодних, так і гарячих страв (з відповідними елементами).

Складається, як конструктор

Для тортів будь-якої висоти

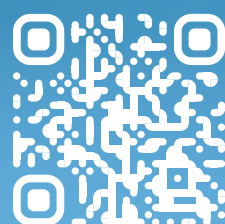
Має кармани для холодильних елементів

Має клапани для провітрювання

Комбінуються з візками та корзинами



УТРИМУЄ
ТЕМПЕРАТУРУ
6+ ГОДИН



Замовляй на: foodtechnics.ua



МІЦНА ОСНОВА ДЛЯ ВЕЛИКИХ ІДЕЙ

Пакування з гофрокартону, якому довіряє бізнес

У сучасному виробництві гофроупаковки – це не просто захист товару, а частина репутації бренду, логістичної ефективності та відповідального ставлення до довкілля. Саме тому компанії дедалі частіше обирають партнерів, які поєднують стабільність, якість і стратегічне бачення розвитку. Група компаній «Торгтехніка» вже понад 20 років формує надійну основу для бізнесів різних галузей, пропонуючи сучасні рішення з гофрокартону в Україні та за її межами

Досвід, що працює на результат

Група компаній «Торгтехніка» є одним із провідних постачальників гофроупаковки, орієнтованих на потреби сучасного ринку. Вона виготовляє пакування різної конфігурації для харчової промисловості, фармацевтики, побутової техніки, сільського господарства та інших секторів економіки.

Постійне вдосконалення технологій, розширення асортименту та контроль якості на всіх етапах виробництва дозволяють створювати упаковку, що відповідає високим вимогам клієнтів і галузевим стандартам. «Торгтехніка» не лише забезпечує стабільні поставки, а й виступає надійним партнером, який розуміє специфіку кожного бізнесу.

Відповідальність, інновації та сталий розвиток

В основі діяльності групи компаній – відповідальність людей і прагнення до досконалості. Місія ГК «Торгтехніка» полягає у перетворенні відновлюваних ресурсів на надійну гофроупаковку, яка підтримує сталий розвиток, зменшує вплив на довкілля та відповідає найвищим стандартам якості.

Візія групи компаній – стати лідером у сфері екологічного пакування, впроваджуючи інноваційні технології та пропонуючи клієнтам ефективні сучасні рішення. Якість, інновації, відповідальність і партнерство є ключовими цінностями, що визначають щоденну роботу групи та сприяють формуванню сталого майбутнього для бізнесу, суспільства і планети.

ГК «Торгтехніка»

Комерційний директор
Ірина Гут
gut.i@vinpak.com.ua
<https://vinpak.com.ua>





СПРАВЖНЯ ЗАКВАСКА

Де закінчується користь і починається маркетинг?

У світі сучасного хлібопечення закваска стала синонімом якості, автентичності та користі. Споживачі очікують, що хліб на заквасці містить лише живі молочнокислі бактерії та має багатий смак і аромат. Але що, як реальність дещо інша?

Що таке закваска?

Ще в кінці XIX ст., під час створення документа Codex Alimentarius Austriacus в Австро-Угорській імперії, було дано чітке визначення терміну «закваска»: «Закваска – це тісто, виготовлене з перемелених та очищених продуктів, води та стартової (материнської) культури, що містить живі молочнокислі бактерії та утворені там дріжджі. Обов'язково без доданих кислот чи хімічних підкислювачів».

На це визначення посилаються у своїх законодавствах більшість країн Європи. Так, Німеччина, Австрія та Чехія мають чіткі правила: згідно з маркуванням «заквасочний хліб», такий продукт не може містити доданих дріжджів. У той же час Франція, Іспанія, Нідерланди, Італія та Бельгія більш лояльні – додавання дріжджів дозволене навіть у продуктах із маркуванням «на заквасці», що фактично спотворює початкову ідею вживання цих продуктів у рамках здорового харчування.

Такі компроміси впливають і на виробництво заквасок і стартових культур, що особливо помітно на українському ринку. В Україну активно постачаються продукти, марковані як закваски – зокрема з Франції, Бельгії та Нідерландів – хоча фактично вони містять значну кількість доданих дріжджів. Виробники, не розібравшись у технології, додають їх до рецептури, а на етикетці гордо пишуть «хліб на заквасці» або навіть «без дріжджів».

Приховані ризики сучасних технологій

Ще одна критична проблема – використання стартерів, які не пристосовані до ферментації на борошні. Деякі європейські виробники вирощують свої культури в стерильних біореакторах і штучно забезпечують необхідними поживними речовинами для росту. Чому це погано? Тому що в реальних виробничих умовах такі стартери не починають діяти одразу, адже потребують години для адаптації до нового середовища. Це відкриває вікно (яке може тривати від чотирьох до восьми годин) для розвитку сторонньої мікрофлори, присутньої в борошні. Як наслідок, такі стартери не можна використовувати в неперервному

процесі приготування заквасок (sour-on-sour) – їх необхідно вводити відразу без права на багаторазове відновлення.

Німецький еталон як альтернатива

У SVA Ingredients ми свідомо вибрали інший шлях – розвиток справжніх заквасок і ферментованих продуктів від німецького лідера Böcker, стартова культура якого – Böcker Reinzucht-Sauerteig – вважається європейським еталоном ще з 1910 р.

Всі стартери Böcker вирощуються безпосередньо на тому ж борошні, з яким працюватимуть у виробництві, без штучного живлення чи стерильного середовища. Це гарантує відсутність фази адаптації, високу активність, безпеку й можливість використання у неперервному циклі, зберігаючи мікробіологічну чистоту та стабільну якість виробів.

Регуляторні виклики в Україні

На жаль, станом на сьогодні в українському законодавстві відсутні чіткі визначення, що таке закваска, як вона має готуватися та маркуватися. У результаті – хаос: на полицях ми бачимо хліб із написом «на заквасці» чи «без дріжджів», у складі якого – дріжджі, оцтова та аскорбінова кислоти, ароматизатори. Споживачі вводяться в оману, а виробники, які використовують справжні закваски, втрачають конкурентну перевагу.

Усі види заквасок, продуктів і сумішей із вмістом заквасок мають право на існування, проте дуже важливо все ж таки нарешті почати називати речі своїми іменами. Закваска – це не просто інгредієнт, а важливий технологічний елемент, який заслуговує на чітке визначення, захист і розвиток.

SVA Ingredients

Директор з маркетингу
та стратегічного розвитку
Світлана Лерник
+38 073 777 77 77

svitlana.Lernyk@svaingredients.com



СТАБІЛІЗОВАНЕ ПШОНЯНЕ БОРОШНО ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗЕРНОВІ СУМІШІ

Нові можливості для хлібопечення та здорових кондитерських виробів

У сучасному хлібопеченні та кондитерській промисловості все більше уваги приділяється функціональним інгредієнтам, які підвищують харчову цінність продуктів. Стабілізоване пшоняне борошно та зернові суміші відкривають нові можливості для створення здорових виробів без глютену. Ці продукти не лише покращують технологічні властивості тіста, але й збагачують готові вироби мінеральними речовинами, амінокислотами, клітковиною та харчовими волокнами, роблячи їх корисними для дієтичного та дитячого харчування

Корисні властивості пшона як основи для борошна

Пшоно від компанії «Агрофірма «Поле» вирізняється багатим мінеральним складом, що підтверджено лабораторними аналізами GALAB Laboratories GmbH (Німеччина). Воно містить високий рівень фосфору (2970 мг/кг), магнію (1310 мг/кг), калію (1990 мг/кг), заліза (37 мг/кг) та цинку (26 мг/кг). Якщо порівняти з рисом і пшеницею, пшоно має в 3-4 рази більше магнію та калію, що робить його цінним для збагачення продуктів мікроелементами. Аналіз проводився методом ICP-MS для точного визначення мікроелементів.

Крім того, пшоно має збалансований амінокислотний профіль, включаючи 8 із 9 незамінних амінокислот, таких як лейцин (1,24 г/100 г), валін (0,500 г/100 г) і метіонін (0,350 г/100 г). Особливо високий вміст глутамінової кислоти (2,24 г/100 г), що дає можливість покращити засвоюваність білка та смакові якості продуктів. Визначення амінокислотного аналізу виконано методом LC-MS/MS, що підкреслює наукову основу цих даних.

Переваги стабілізованого пшоняного борошна від «Агрофірма «Поле»

Пшоно, з якого виготовляється стабілізоване пшоняне борошно «Агрофірма



«Поле», проходить гідротермічну обробку, яка інактивує ферменти, стабілізує процеси окислення жирів і підвищує мікробіологічну чистоту, подовжуючи термін зберігання. Технологічні властивості покращуються: краща гідратація, підвищена в'язкість тіста, на 20-30% менше крихкості.

«Агрофірма «Поле» пропонує цей продукт як корисний інгредієнт нового покоління для покращення травлення та функціонального харчування.

Особливості клейкого (ваху) пшонаного борошна

Клейке стабілізоване пшонане борошно «Агрофірма «Поле» містить 100% амілопектину для високої водозв'язуючої здатності, м'якої текстури та легкого засвоєння. Проявляє стійкість у процесі заморожування, значно подовжує терміни зберігання хліба. Дослідження «Інституту землеробства НААН» підтвердило, що хліб, випечений із додаванням незначної кількості проса ваксі (2,5-10%), мав більший об'єм і кращий смак, порівняно зі стандартом, випеченим із гарними хлібопекарськими якістьми без додавання проса.

Найбільше технологічні показники тіста покращувалися при додаванні 7,5% ваху проса.

Преміальні зернові хлібопекарські суміші

Борошняні суміші компанії «Агрофірма «Поле» створені на основі пшонаного, рисового, вівсяного, гречаного чи амарантового борошна з суперфудами (гарбузове насіння, льон, амарант) у складі. Це функціональний продукт, бо він поєднує декілька видів цільного зерна та псевдозлаків. Таке поєднання дає вищу харчову цінність, більше клітковини, мінералів, антиоксидантів і збалансований амінокислотний профіль.

Науково підтверджена користь для споживачів

Борошняні суміші мають високий вміст антиоксидантів. Гречка, амарант і просо – природні джерела поліфенолів (речовин, які захищають клітини від ушкоджень). Крім того, такі суміші сприяють здоровому травленню завдяки вдалому поєднанню розчинних і нерозчинних харчових волокон. Розчинні волокна живлять корисну мікробіоту кишечника, а нерозчинні – підтримують регулярну перистальтику. Разом вони працюють синергічно, допомагаючи підтримувати баланс мікрофлори та загальне здоров'я травної системи.

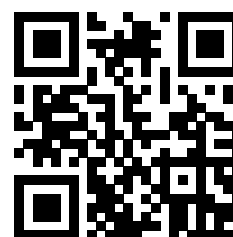


Стабілізоване пшонане борошно та зернові суміші від «Агрофірма «Поле» пропонують інноваційні рішення для хлібопечення та кондитерських виробів, поєднуючи натуральність, користь для здоров'я і технологічні переваги

Стабілізоване пшонане борошно та зернові суміші від «Агрофірма «Поле» пропонують інноваційні рішення для хлібопечення та кондитерських виробів, поєднуючи натуральність, користь для здоров'я і технологічні переваги. Ці продукти сприяють створенню безглютенових, функціональних виробів із високою харчовою цінністю, задовольняючи потреби сучасних споживачів.

«Агрофірма «Поле» запрошує до партнерства для впровадження здорових інновацій на ринку.

Дар'я Михайлова,
«Агрофірма «Поле»



<https://agropole.com.ua/>

СМАК ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Як інновації створюють нове покоління протеїнових батончиків?

Європейський ринок протеїнових батончиків знову зростає після кількох років затишшя. Це не випадковість: споживачі стали вимогливішими, свідомішими й точнішими у своїх очікуваннях. Сьогодні снєк-батончик – не просто «швидкий перекус», а компактна стратегія харчування: він повинен дати енергію, ситість, функціональність і, головне, винятковий смак. Тому інновації в цій категорії давно виходять за межі простого підвищення частки білка чи зниження цукру. Майбутнє – за рішеннями, що зберігають м'якість, стабільність, чистий смак і текстуру протягом 6-12 місяців. А це потребує глибшого розуміння білкових систем, активності води, сенсорики та механізмів затвердіння



Олена Шуліка, к.т.н.,
директор ТОВ «КУК-Україна»

Білок як основа: не всі білки однакові

Виробнику важливо не просто додати білок, а й передбачити його поведінку протягом усього терміну зберігання.

На відміну від сироваткового ізоляту (WPI) чи казеїнів, які тверднуть майже щотижня і роблять текстуру сухою та ламкою, гідролізовані колагенові пептиди Peptan (Rousselot) і гороховий ізолят Pisane B9 (Cosucra) краще утримують м'якість протягом усього періоду зберігання.

Причина криється в природі білків. Казеїнати та молочні ізоляти формують щільний каркас і швидко втрачають здатність утримувати вологу, прискорюючи затвердіння. Натомість стабільні білкові системи, як от Pisane B9 з низькою

водопоглинальною здатністю, поведуться передбачувано й довше зберігають м'якість.

Чому білкові батончики тверднуть?

Черствіння – головна причина, через яку батончики втрачають вигляд і сенсорну якість значно раніше завершення терміну придатності. Це не дефект, а цілком очікуваний результат фізичних і хімічних змін, що відбуваються під час зберігання.

Спершу змінюється фізична структура. Волога поступово мігрує з білкової матриці, і та втрачає однорідність. Навіть невелика втрата вологи різко збільшує твердість. Паралельно може кристалізуватися цукор, а матриця – розшаровуватися, що ще більше прискорює затвердіння.

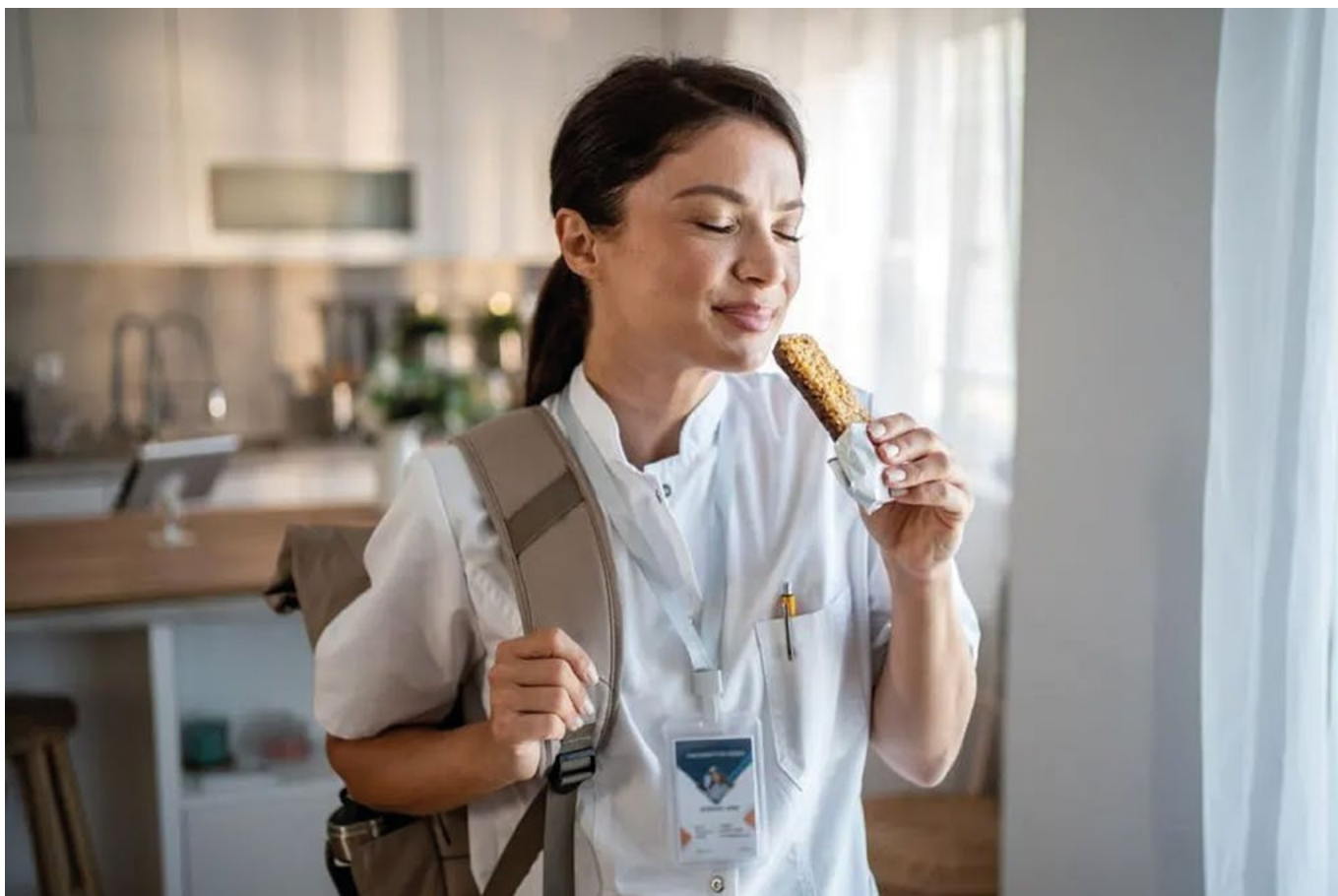
Для білкових снєк-батончиків оптимальний рівень активності води (aw) лежить у межах 0,50-0,65. Підтримка aw у цих значеннях мінімізує міграцію вологи та запобігає мікробіологічному псуванню (за вищих aw) і надмірному затвердінню чи посиленню реакції Майяра (за нижчих aw).

Хімічні процеси посилюють цей ефект. Ізоляти та концентрати білків схильні до самоагрегації, яка наростає під час зберігання. Сироваткові білки легко вступають у реакцію Майяра, що змінює смак, аромат і структуру. Відбувається й окиснення – особливо в білках рослинного та молочного походження.

Колагенові пептиди Peptan (Rousselot) відзначаються високою стабільністю: майже не окислюються, не утворюють щільних агрегатів і допомагають зберегти еластичність продукту весь період придатності. Тому ключ до стабільності – в поєднанні різних білків, а не виборі одного.

Які ще інгредієнти допомагають зберегти м'якість та якість?

Функціональні інгредієнти відіграють не меншу роль. Антиоксиданти та поліфеноли (наприклад, екстракти зеленого чаю чи виноградних кісточок) сповільнюють окиснення та реакцію Майяра, зменшуючи темп затвердіння.



На відміну від сироваткового ізоляту (WPI) чи казеїнів, які тверднуть майже щотижня і роблять текстуру сухою та ламкою, гідролізовані колагенові пептиди Peptan (Rousselot) і гороховий ізолят Pisane B9 (Cosucra) краще утримують м'якість протягом усього періоду зберігання

Поліоли та гліцерин – ще одна ефективна група. Гліцерин інтенсивно зв'язує воду та допомагає зберігати м'якість надовго.

Але найбільш універсальні інгредієнти – це розчинні харчові волокна. Інулін, олігофруктоза чи волокна топінамбуру природно утримують вологу та зберігають пластичність батончика протягом 6-9 місяців, особливо в продуктах зі зниженим вмістом цукру.

Подвійний удар: зниження цукру та компенсація «дефіциту клітковини»

Збагачення функціональних батончиків розчинними волокнами, як от інулін з кореня цикорію або FOS від Cosucra, дає кілька переваг:

- збереження м'якості: натуральні гумектанти підтримують текстуру протягом усього терміну зберігання;
- чиста етикетка: менше калорій, менше цукру, більше клітковини;
- заміна цукру: волокна можуть замінювати сиропи глюкози чи сахарози 1:1, забезпечуючи м'який, природно-солодкий смак без небажаного післясмаку.

Смак і текстура – вирішальні чинники успіху

Рішення для підсолодження та модуляції смаку NSF від Pure Circle точно регулюють солодкість і маскують небажані присмаки, що виникають від білків чи підсолоджувачів.

Створювати корисні й водночас смачні продукти можливо. Важливо працювати не навмання, а з глибоким розумінням білкових систем, активності води, ролі вологоутримувальних агентів і сенсорних рішень. Така комбінація дозволяє створювати батончики, які зберігають свої властивості та відповідають очікуванням споживачів: користь, зручність і чистий смак.

Бажаєте перетворити свій концепт на стабільний та смачний продукт? Ми в «КУК-Україна» готові стати вашим R&D-партнером: від ідеї до готового батончика.

KUK.
ADDING VALUE.

ТОВ «КУК-Україна»

м. Київ, вул. Красилівська, 11, оф.5

Телефон: +38 066 451 15 29

Електронна адреса: office-ua@kuk.com

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ

Наукові розробки НУХТ для виробничого впровадження

Хлібопекарська промисловість, як одна з основних у структурі виробництва харчових продуктів у світі, забезпечує значну частину раціону харчування населення корисними нутрієнтами, які містяться у складі хліба. Однак з огляду на зміну екологічної ситуації, зростання захворюваності на аліментарні та неаліментарні хвороби, структура виробництва харчових продуктів потребує значного перегляду й удосконалення з метою забезпечення потреб населення. Тому актуальною темою для наукових досліджень і практичного впровадження є додавання до рецептури хліба інгредієнтів для підвищення харчової цінності, надання корисних властивостей з метою покращення здоров'я споживачів

Діяльність кафедри технології хлібопекарських і кондитерських виробів НУХТ

Провідним закладом вищої освіти в Україні в галузі харчових технологій є Національний університет харчових технологій (НУХТ), який понад 140 років готує висококваліфікованих фахівців для харчової індустрії та є осередком передових наукових розробок. Наукові дослідження та підготовка фахівців у галузі хлібопекарського виробництва здійснюються на кафедрі технології хлібопекарських і кондитерських виробів, яка функціонує з 1949 р. У рамках кафедри функціонує наукова школа, заснована професором, член-кореспондентом НААН України Вірою Дробот, щодо застосування нетрадиційної сировини і добавок з метою покращення хлібопекарських властивостей борошна, інтенсифікації технологічного процесу, надання хлібобулочним виробам оздоровчої та профілактичної дії.

Створення та впровадження функціональних продуктів харчування є одним із пріоритетних напрямів гуманістичної програми харчування людини, проголошеної Організацією Об'єднаних Націй. Останнє десятиліття стало часом стрімкого переосмислення необхідності надання виробам функціональних властивостей, що знайшло відображення у наукових розробках науково-педагогічних працівників кафедри, які є цінними як для підготовки здобувачів освіти, так і для впровадження у виробництво.

Хлібобулочні вироби з підвищеним вмістом білка

Традиційними джерелами білка є продукти тваринного походження, тому хлібопекарська галузь має значну кількість виробів, збагачених такими продуктами, насамперед молочними і яєчними.

Однак останні десятиліття характеризуються підвищенням інтересом споживачів і, відповідно, виробників до рослинних білків. Причиною цього стали як періодичні спалахи епізоотій з

масовою загибеллю тварин, так і традиційні релігійні чи етичні обмеження на вживання тваринних продуктів. Відповідаючи на ці виклики, науковці й фахівці хлібопечення почали звертати більше уваги на продукти рослинного походження з підвищеною біологічною цінністю.

Джерелом білка для такої продукції традиційно вважаються бобові культури. Але їх використання у нативному вигляді (борошно) має суттєві нутриціологічні та споживчі обмеження: більшість бобових характеризується наявністю певних антипоживних речовин, а внесення їх у кількостях, необхідних для суттєвого підвищення біологічної цінності кінцевої продукції, негативно впливає на смак і запах готових виробів. Заходи, розроблені практикою хлібопечення (замочування бобових, їх пророщування, заквашування борошна), не вирішують повністю цієї проблеми, водночас ускладнюючи технологічний процес.

Тому перспективним вважається використання високоочищених форм білка у формі концентратів чи ізолятів. Технологія їх виготовлення не лише дає змогу суттєво підвищити вміст білка (понад 65% в концентратах і до 90% в ізолятах), але й одночасно вилучає чи інактивує наявні в бобових антипоживні речовини. Це дає змогу вносити такі продукти в менших кількостях (компенсуючи їхню вищу вартість), водночас вирішуючи завдання підвищення біологічної цінності кінцевого продукту без суттєвого зниження споживчих характеристик.

Для отримання бажаного технологічного й нутрицевтичного ефекту слід враховувати сумісність білків борошна (як основної сировини хлібопечення) та внесених збагачувачів, а також їхній вплив на перебіг основних процесів у ході дозрівання тіста.

Розробки на основі ізолятів рослинного походження

Науковцями НУХТ проведено комплексне дослідження можливості використання ізолятів рослинного походження (горох,



рис, соя) у технологіях різних груп хлібних виробів. Запропоновано ряд технологічних заходів, що дають змогу отримати вироби з підвищеною біологічною цінністю й необхідними споживчими характеристиками.

Розроблено хлібобулочні вироби для спеціального дієтичного споживання – хліба «Високобілковий», «Білковий з гороховим ізолятом» і «Білковий з ізолятом рису». Інноваційні розробки захищено патентами, на вироби затверджено нормативно-технічну документацію.

Беручи до уваги, що ця продукція може виготовлятися не лише на підприємствах великої потужності, але й в умовах пекарень, що характеризуються спрощеним технологічним процесом, додатково було розроблено сухі високобілкові суміші, що не потребують значної кількості підготовчих операцій і можуть бути внесені безпосередньо на етапі замішування тіста, а саме: «Робіс-С» на основі ізоляту соєвого білка, «Робіс-Г» та «Робіс-Р» – горохового і рисового, відповідно. Ці рішення були апробовані у виробничих умовах, на них затверджено нормативно-технічну документацію.

Окремою групою наукових інтересів були хлібобулочні вироби зі зниженою вологістю. Їхньою перевагою є підвищена концентрація сухих речовин, що дає змогу вирішувати проблему білкового дефіциту харчування навіть за невеликих кількостей спожитої продукції. А подовжений термін зберігання допускає використання їх у туристичному харчуванні та робить такі вироби придатними для забезпечення підвищених харчових потреб військовослужбовців. Вивчено можливість збагачення традиційних хлібних виробів (хлібні палички, хлібні кульки) високобілковою рослинною сировиною – ізолятами рослинного походження (горох, рис, соя), а також розроблено інноваційний виріб на основі хлібної крихти – високобілкові хлібні брикети. У результаті проведених досліджень підібрано рецептури й параметри виготовлення таких виробів, розрахунково доведено

підвищення їх біологічної та загальної харчової цінності. Інноваційні розробки захищено патентами.

Хлібобулочні вироби з полікомпонентними рослинними сумішами

Одним зі шляхів ефективного поповнення в раціоні недостатньої кількості харчових волокон, білків, вітамінів і мінеральних речовин є збагачення цими нутрієнтами хліба комплексно.

Підібрано сировину з різними харчовими й технологічними властивостями спрямованої дії: сировина з високим вмістом харчових волокон – борошно з насіння гарбуза, вівсяні висівки, клітковина з насіння гарбуза; сировина з низьким вмістом харчових волокон – рисове борошно; високобілкова сировина – концентрати рисового та гарбузового протеїнів; сировина з високим вмістом ліпідів – соняшниковий лецитин; фітосировина з антиоксидантними властивостями – листя яснотки білої та плоди шипшини.

Рисове борошно в кількості 10-40% на заміну пшеничного покращує газоутворення в тісті, формоутримувальну здатність, сприяє збільшенню утворених і зброджених цукрів.

Борошно з насіння гарбуза у кількості 5-20% на заміну пшеничного борошна сприяло збільшенню кількості зброджених цукрів у тісті, покращенню формоутримувальної здатності; вівсяні висівки у кількості 5-15% на заміну пшеничного борошна зумовлюють покращення формоутримувальної здатності тіста; клітковина з насіння гарбуза у кількості 5-15% на заміну пшеничного борошна сприяє збільшенню утворених і зброджених цукрів; соняшниковий лецитин сприяє розпушенню тіста, пористість хліба з ним підвищилася; концентрати рисового та гарбузового протеїнів зумовлюють підвищення вмісту загального азоту в тісті; фітосировина – яснотка біла та шипшина – має високу антиоксидантну активність, сприяє підвищенню газоутворення в тісті та пригнічує мікробіологічне псування хліба.



Вироби науковців кафедри представлені на Всеукраїнському конкурсі хлібобулочних виробів

Запропоновано застосування операції приготування суспензії сировини з високим вмістом харчових волокон і крупними частинками – вівсяних висівок або клітковини з насіння гарбуза з концентратом гарбузового протеїну з подальшим внесенням суспензії на етапі замішування тіста для рівномірного їх розподілу й отримання хліба з кращими показниками якості. Доведено доцільність приготування тіста на диспергованій фазі, враховуючи наявність сировини ліпідної природи, тривалість, трудо- й енергозатратність процесів. Також доведено доцільність приготування екстрактів фітосировини з використанням ультразвуку та наступним концентруванням і підібрано раціональні параметри приготування.

Позитивні ефекти й інноваційні розробки

Запропоновані рецептурні співвідношення і технологічні рішення сприяють підвищенню вмісту білка у розроблених виробках, харчових волокон (крім виробів із рисовим борошном), мінеральних речовин – кобальту, заліза, кальцію, калію, натрію, магнію, купруму, цинку та селену, зумовили стійку антиоксидантну дію щодо процесів вільнорадикального окислення ліпідів. Доведено краще перетравлення білків і сповільнення розщеплення крохмалю в кишечнику, що демонструє позитивний ефект для осіб із порушенням ферментативних процесів в організмі. Такі вироби довше зберігають аромат, покращується стан поверхні, колір м'якушки та скоринки, а також стає насиченим смак. Водопоглинальна здатність вища, а крихкуватість і твердість м'якушки виробів знижується, швидкість втрати вільної та зв'язаної води в процесі зберігання хліба зменшується, що сприятиме збільшенню терміну збереження хлібом свіжості.

Розроблено хлібобулочні вироби, а саме булочки: «Рисинка», «Рисинка з яскоткою», «Рисинка збагачена», «Гарбузик», «Гарбузик збагачений», «Гарбузик збагачений+», «Вівсяна збагачена», «Вівсяна поліпшена», «Вівсяна поліпшена+», «Гарбузовий бум», «Гарбузовий бум збагачена» і «Гарбузовий бум+». Інноваційні розробки були апробовані у виробничих умовах, на них затверджено нормативно-технічну документацію, деякі захищено патентами.

Хлібобулочні вироби з льоном

Насіння льону є цінним продуктом з огляду на його хімічний склад і фізіологічні властивості. Високим вмістом α-ліноленової кислоти, водорозчинних полісахаридів, вітаміну Е та повноцінним амінокислотним складом білка характеризуються жовтонасіневі сорти льону «Золотистий» і «Світлозір».

Дослідження раціонального дозування цілого насіння льону в рецептуру хліба з пшеничного борошна встановлено на рівні до 15% від маси борошна, а подрібненого – до 20% від маси борошна, що забезпечить гармонійні смакові характеристики хліба, формування рівномірної пористої структури м'якушки та підвищення його харчової цінності. Таке дозування забезпечує покриття добової потреби організму в поліненасичених жирних кислотах на 78-98%, тоді як за відсутності льону в рецептурі цей показник становить лише близько 8%. Оптимальним є використання подрібненого насіння з дисперсністю не менше 1 мм, оскільки подальше зменшення фракції негативно впливає на структуру м'якушки готових виробів.

Підготовлено технологічні рекомендації щодо використання насіння льону при виготовленні хлібобулочних виробів: доведена ефективність застосування попереднього замочування цілого чи подрібненого насіння льону для покращання якості хліба. За умов замочування цілого чи подрібненого насіння за гідромодуля насіння:вода 1:2 або 1:3, температури води 60°C і тривалості процесу 90-120 хв. відзначено зростання питомого об'єму хліба з цілим насінням на 36%, порівняно зі зразком без замочування, а у випадку подрібненого насіння – на 13,7%. Використання замоченого насіння льону сприяє збільшенню частки зв'язаної вологи у хлібі й уповільненню процесів ретроградації крохмалю.

Тісто, що містить насіння льону, рекомендовано готувати опарним способом із внесенням льону в першу фазу (опару). Виготовлення виробів на густій та рідкій опарі з внесенням у неї насіння льону зумовлює збільшення питомого об'єму виробів.

Доведено можливість збагачення не лише хліба, а й листкових булочних виробів подрібненим насінням льону у кількості до 15% до маси борошна, що дозволяє знизити частку жиру для

шарування з 35% до 20% до маси тіста. Встановлено також, що до складу хлібних паличок типу «Грісіні» доцільно вводити до 25% цілого насіння льону, забезпечуючи високі органолептичні показники та підвищену харчову цінність. Для сушок оптимальним є дозування насіння льону на рівні 15% до маси борошна, що забезпечує найкращі комплексні показники якості та відповідність вимогам нормативної документації.

Розроблено хлібобулочні вироби: хліб «Льонок», хлібець «Бутербродний з льоном» і булочка «Ляна», у яких застосовано високоліноленове насіння льону в цілому та подрібненому вигляді. На вироби затверджено нормативно-технічну документацію.

Хлібобулочні вироби з продуктами переробки конопель

Останні роки інтерес викликали коноплі та продукти їхньої переробки з метою застосування в різних галузях харчової промисловості. Застосовували конопляне борошно, конопляний протеїн, ядра насіння конопель і конопляні висівки. Ця сировина характеризується високим вмістом біологічно цінних білків, оптимальним співвідношенням ω -3 та ω -6 жирних кислот, значною кількістю мінеральних речовин і харчових волокон.

Встановлено, що додавання продуктів переробки насіння конопель значно впливає на фізико-хімічні та реологічні властивості тіста: зменшується сила борошна й інтенсивність спиртового бродіння, кількість і гідратаційна здатність сирової клейковини, знижується виділення CO_2 . Зменшується також питомий об'єм хліба та його пористість.

Однак скорочується тривалість технологічного процесу за рахунок зменшення тривалості вистоювання тіста.

Доведено, що використання продуктів переробки насіння конопель значно покращує харчову цінність хліба, адже підвищується вміст білків, харчових волокон, ω -3 та ω -6 жирних кислот, мінеральних речовин. Відповідно й рівень покриття добової потреби організму в есенціальних нутрієнтах підвищується.

Розроблено рецептури хліба із продуктами переробки конопель: «Висівковий конопляний», «Глухівський конопляний», «Конопляний мікс» та «Коноплянка». Інноваційні розробки були апробовані у виробничих умовах, на них затверджено нормативно-технічну документацію.

Хлібобулочні вироби з цільнозернового борошна та з продуктами переробки круп'яних культур

Цільнозернове борошно чи борошно з суцільно змеленого зерна пшениці має цінний хімічний склад і здатне забезпечити високу харчову цінність хлібобулочних виробів.

Встановлено, що хліб із цільнозернового борошна підвищеної дисперсності, порівняно з хлібом із борошна з більшою крупністю частинок, має більший об'єм, вищий показник пористості, краще виражений смак і аромат. М'якушка цього хліба еластична, з рівномірною пористістю, поверхня – гладка, з випуклою скоринкою.

Оскільки пшеничне цільнозернове борошно містить значну кількість висівкових частинок, які погіршують еластичні властивості тіста і його газоутримувальну здатність, були проведені дослідження, в яких тісто готували з додаванням 2-3% сухої пшеничної клейковини замість маси борошна, що дозволило отримати вироби з поліпшеним об'ємом і формостійкістю, також подовжити тривалість їх зберігання.

Покращанню структурно-механічних властивостей тіста сприяє також додавання ферментативноактивного соєвого борошна в кількості 1%. Це борошно отримують із бобів сої, які не піддавалися термічному обробленню, тому воно є природним поліпшувачем окисної дії. Також позитивний ефект досягається при внесенні 0,2% аскорбінової кислоти до маси цільнозернового борошна.

Підвищити споживчі властивості хліба з цільнозернового борошна можна за рахунок приготування їх на заквасках. Проведено дослідження щодо використання пшеничної молочно-кислої закваски, виведеної з чистих культур молочнокислих бактерій *Lactobacillus plantarum* і *Lactobacillus buchneri*, а також пшеничної закваски спонтанного бродіння. Доведено позитивний ефект застосування заквасок, особливо з сумісним внесенням сухої пшеничної клейковини.

Розроблено вироби з пшеничного цільнозернового борошна – хліба «Польовий», «Богатирський» і «Цілющий». На вироби затверджено нормативно-технічну документацію.

Ефективним шляхом підвищення харчової цінності хліба є використання рецептурних композицій на основі борошна з додаванням продуктів переробки круп'яних культур – вівсяного, гречаного, ячмінного борошна чи пластівців. Вказані продукти дають змогу цілеспрямовано змінювати хімічний склад виробів, підвищувати в них вміст дефіцитних нутрієнтів і їхню засвоюваність.

Зважаючи на зростання популярності виготовлення хлібобулочних виробів у домашніх умовах, проведено дослідження щодо вивчення оптимального дозування та дисперсності вівсяних, гречаних і ячмінних пластівців у складі пекарських полікомпонентних сумішей для домашнього хлібопечення.

Досліджено використання борошна круп'яних культур – вівсяного, гречаного та рисового як поживного середовища для біологічних заквасок спонтанного бродіння в технології хліба. Вивчено цикли розведення та виробничі цикли заквасок із цих видів борошна. Дані закваски пропонується використовувати з метою збагачення виробів та інтенсифікації технологічного процесу під час виробництва безглютенового, пшеничного та пшенично-житнього хліба.

Розроблено білково-круп'яний хліб, хліб із пшоняним борошном, хліб із пластівцями круп'яних культур. Розроблено рецептури безглютенових хлібних виробів із борошна зеленої гречки та рисового борошна. Запропоновано рецептури й технологію здобних сухарів із борошном зеленої гречки та ячмінним борошном. На вироби затверджено нормативно-технічну документацію.

Вигідна співпраця

Таким чином, у Національному університеті харчових технологій активно ведеться наукова робота в напрямку хлібопекарського виробництва з акцентом на вироби з функціональними інгредієнтами для практичного впровадження на підприємствах галузі. Зважаючи на сучасні вимоги до якості, безпечності й екологічності продуктів, співпраця між університетом і підприємствами харчової промисловості є фундаментом для розширення лінійки інноваційних виробів для забезпечення потреб різних груп споживачів і сталого розвитку підприємств різної потужності.

*В. М. Ковбаса, д.т.н., професор, зав. кафедри,
В. М. Махинько, д.т.н., професор,
А. О. Шевченко, д.т.н., доцент,
Ю. В. Бондаренко, к.т.н., доцент,
Н. О. Фалендиш, к.т.н., доцент,
Л. А. Михонік, к.т.н., доцент,*

*Кафедра технології хлібопекарських і кондитерських виробів,
Національний університет харчових технологій*



ТОЧКА ПЕРЕТИНУ НАУКИ, ХАРЧУВАННЯ ТА КРАСИ

Конференція «Технології здорового харчування і краси 2025»

4 грудня у Києві відбулася професійна конференція «Технології здорового харчування і краси» – подія, яка зібрала виробників, технологів, науковців, постачальників інгредієнтів та експертів суміжних галузей навколо ключового питання: яким має бути продукт, що відповідає сучасним очікуванням споживача щодо здоров'я, якості та ефективності?

Цьогоріч до заходу долучилися понад 230 професіоналів. Ми вдячні кожному, хто підтримав проведення конференції.

Особлива подяка нашим партнерам:

- Генеральний партнер – «КУК-Україна»;
- Водний партнер – ТМ «Моршинська»;
- Партнери частувань – Bakery Food Investment, Carlsberg Ukraine, «Ласий кошик»;
- Інформаційні партнери – «Світ Продуктів», packaging.com.ua, Favorite Food & Drinks.

Завдяки їхній участі подія отримала потужну експертну й організаційну підтримку.

Від рецептури – до системного підходу

Ринок харчових продуктів сьогодні перебуває у фазі глибокої трансформації. Здорове харчування перестало бути нішевою категорією – воно стало новим стандартом, до якого дедалі

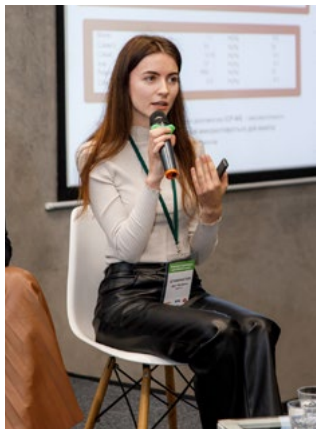
частіше апелюють і масові бренди. Саме цю зміну парадигми і було покладено в основу концепції конференції.

Програма заходу була побудована таким чином, щоб показати: здоровий продукт – це не лише зменшений вміст цукру чи жиру. Це результат поєднання науково обґрунтованих інгредієнтів, технологій обробки, розуміння фізіології людини та актуальних споживчих трендів.

У фокусі першого блоку – FoodTech-рішення та функціональні продукти. Спікери говорили про інгредієнти, які дозволяють одночасно знижувати калорійність і підвищувати харчову цінність, про роль клітковини, фруктових компонентів, пробіотиків та адаптогенів у формуванні нових продуктів. Важливо, що ці теми розглядалися не теоретично, а крізь призму реальних кейсів і практичного досвіду виробників.

Окрему увагу було приділено питанню споживчого сприйняття: сучасний покупець очікує від продукту не абстрактної





«корисності», а зрозумілої функції – підтримки енергії, імунітету, концентрації або зовнішнього вигляду.

Технології збереження цінності

Другий блок конференції був присвячений інноваційним методам обробки сировини. Йшлося про технології, що дозволяють максимально зберегти біологічно активні речовини без агресивного термічного впливу. Серед них – High Pressure Processing (HPP) та сублімаційне сушіння, які дедалі активніше використовуються у виробництві функціональних напоїв, снеків та інгредієнтів.

Цей блок чітко продемонстрував: технологія сьогодні є не просто інструментом виробництва, а конкурентною перевагою. Саме вона визначає, наскільки продукт відповідатиме заявленій користі та очікуванням кінцевого споживача.

Food & Beauty: краса як результат харчування

Один із найбільш концептуальних блоків конференції був присвячений темі beauty-from-within – красі як наслідку правильного харчування та збалансованого способу життя. Спікери говорили про синергію між нутрицевтичними продуктами, функціональними інгредієнтами й емоційним станом людини.

Holistic-підхід, який ще кілька років тому сприймався як тренд, сьогодні стає робочою моделлю для багатьох компаній. Антистрес-інгредієнти, адаптогени, комплекси для підтримки шкіри, волосся та нігтів – усе це поступово інтегрується у харчові продукти і напої, розширюючи їх функціональність.

Традиційні продукти – новий погляд

Окремого обговорення заслуговувала панельна дискусія, присвячена хлібу як продукту здорового харчування. Експерти говорили про:

- інновації у виробництві безглютенових продуктів;
- застосування стабілізованого пшонаного борошна та функціональних сумішей;

- підходи до створення безпечної та поживної вуличної їжі;
- методи ефективного просування корисних продуктів;
- персоналізовані стратегії харчування.

Цей блок став важливим нагадуванням: інновації можливі не лише в нових категоріях, а й у традиційних продуктах, які за правильного підходу можуть відповідати сучасним вимогам до здорового раціону.

Діалог ринку та професійне середовище

Конференція виконала ще одну важливу функцію – стала майданчиком для живого професійного діалогу. Нетворкінг, виставкова зона, неформальне спілкування між сесіями дозволили учасникам обговорити практичні виклики, обмінятися контактами та знайти потенційних партнерів.

Аудиторія заходу була різнопрофільною: технологи, R&D-фахівці, маркетологи, постачальники інгредієнтів, представники ритейлу. Саме така мультидисциплінарність зробила обговорення глибшим і прикладнішим.

Підсумок

Конференція «Технології здорового харчування і краси» чітко показала: ринок рухається від окремих рішень до системного підходу. Сучасний продукт – це баланс між технологією, наукою та реальними потребами споживача. Подібні події не лише фіксують тренди, а й формують професійне середовище, у якому ці тренди перетворюються на практичні рішення.

Для галузі здорового харчування та функціональних продуктів такі зустрічі стають точкою росту – і для бізнесу, і для індустрії загалом.

Лілія Кравченко

PACKAGING INNOVATIONS CONFERENCE 2026

{ 4 червня
Київ, Україна
Конференц-хол «ДЕПО»



Організатор **MarkoPack**

Інформаційні
партнери

World of
Packaging
СВІТ УПАКОВКИ

packaging.com.ua

Marko Pack • +38 095 091 4127 • +38 098 512 9283 • +38 097 058 2641 • event@mirupak.kiev.ua



ТУРИ

НА РИБОЛОВЛЮ

В УСЬОМУ СВІТІ ТА ПОЛЮВАННЯ



063 342 56 56 • 066 342 56 56
www.mega-tour.org