Традиції молочної якості

КОМПАНІЇ За усі 53 роки свого існування Яготинський маслозавод ніколи не зраджував закладеній в основу його діяльності традиції: «Виробляємо українське, споживаємо українське, дбаємо про Україну». Підприємство виготовляє традиційну лінійку високоякісних цільно- і кисломолочних продуктів, сухе молоко і вершкове масло, яке, по суті, вже давно стало брендовим.

Тетяна Шелкопляс

ЗДОРОВА і легка їжа – запорука гарного самопочуття і довголіття. І дякувати Богу, що українській кухні споконвічно притаманні прості й корисні молочні продукти: сир, сметана, кефір, ряжанка, вершкове масло.

Нині столичний регіон насичений безліччю молокопродукції провідних вітчизняних виробників, серед яких на провідних позиціях за обсягами реалізації та рівнем попиту впевнено почуваються вироби ВАТ «Яготинський маслозавод», яке входить до складу ЗАТ «Молочний альянс». Тому ми вирішили завітати на підприємство і дізнатися про сьогодення підприємства з давніми традиціями.

Зустріч з головою правління ВАТ «Яготинський маслозавод» **Олександром Сіренком** було призначено рано, тому ми не встигли нічого вкинути до рота і після півторагодинної їзди відчували певну втомленість. Треноване око господаря, мабуть, це помітило, і наша розмова почалася зі склянки свіжої закваски з висівками. Мушу зізнатися, що у порівнянні з цим напоєм традиційна бадьора чорна кава, притаманна журналістській роботі, «відпочиває». На такий швидкий результат «одужання» ми не очікували – вже за п'ять хвилин почувалися ситими і свіжими. Тому почали з запитання, від чого ж добре працює шлунок?

– Шлунок добре працює насамперед, якщо є над чим працювати, – посміхнувся Олександр Олександрович. – Наше здоров'я в значній мірі залежить від того, чим ми харчуємося. Оскільки людина з народження харчується молоком матері, то молокопродукти для неї життєво необхідні. А ще є сформована віками культура споживання продуктів нацією. Виходячи з цього, молочна продукція Яготинського маслозаводу традиційно була і залишається натуральною, бо виготовляється з справжнього коров'ячого молока і за рецептурою, властивою для організму українця.

У період економічної кризи, на думку фахівців підприємства, саме молокопродукти в значній мірі дали можливість і населенню, і галузі вистояти. На сьогодні порівняно з аналогічним періодом минулого року зростання обсягів виробництва вершкового масла і цільномолочної продукції заводу становить 25-27%. І це не межа.

На підприємстві сьогодні працює близько 800 робітників. Заготовляють сировину в прилеглих областях – Київській, Черкаській, Полтавській, Чернігівській, а також в Житомирській. Реалізують продукцію на 95% в Києві і столичній області: близько 30% – через фірмову торгівлю, решта – в мережі супермаркетів.

Саме фірмову торгівлю тут вважають незамінною з точки зору прямого контакту зі споживачем. Вона дозволяє отримувати швидко достовірну інформацію про реальні смаки і потреби покупців, відгуки щодо якості продукції тощо. Реалізацією виробів Яготинського маслозаводу, як і решти підприємств групи компаній «Молочного альянсу» через супермаркети, займається торговий дім «Еталон», який також входить до складу об'єднання.

Об'єми переробки на заводі сьогодні становлять 400 тонн молока на добу. І якщо 2-3 роки тому у населення закуповувалося 80% сировини, то наразі частка сировини сільгосппідприємств перевищує 60%. При цьому об'єми закупівель молока в населення не зменшилися, натомість суттєво зросли обсяги сировини від агровиробників.

Торік на підприємстві здійснили колосальну реконструкцію: було реконструйовано чотири основні виробничі цехи, встановлено нові лінії по переробці молока. Це дозволило вдвічі наростити об'єми переробки молока.

Першим з реконструйованих цехів стало відділення для приймання і зберігання молока, яке оснастили комплексним обладнанням чеської фірми VPS.

У другому цеху встановлено болгарську лінію з розливу цільномолочної продукції в ПЕТ-пляшки, яка дала можливість з вересня минулого року випускати 12 нових видів продукції – це літрове молоко 3,2% жирності, а також увесь асортимент кисломолочних заквасок по 450 г – безсумнівний хіт продажів сезону. За перші 3-4 місяці її роботи завод вийшов на обсяг реалізації 12 тонн закваски на день, а на сьогодні – це 15-18 тонн! Нині лінія працює 12 годин на добу, і незабаром планується розпочати випуск найбільш популярного молока жирністю 2,5%.

– Закваска – наша гордість, – розповідає Сіренко, – яка набирає популярності у споживача і поступово витісняє йогурти. Цей принципово новий кисломолочний продукт – наш винахід, ТУ розробили спеціалісти заводу. І виготовляється він, порівняно з йогуртом, на іншій основі. Йогурт робиться на основі стабілізації молочного білку з допомогою стабілізатора та з внесенням фруктових наповнювачів, за рахунок чого і досягається тривалий термін реалізації. Закваска – це продукт, в який після пастеризації молока додається спеціально підібраний симбіоз молочнокислих бактерій прямого внесення. Тобто технологію лабораторного виготовлення закваски, яку молочники застосовують при виготовленні сметани, кефірів, ряжанки, перенесено на виробничі потужності.

Бактеріальні закваски надходять з Державного дослідного підприємства бакзаквасок та інших провідних виробників. Біла основа – це чиста закваска, з якої кілька років тому розпочалось життя цієї лінійки продуктів. А нещодавно вінницька фірма «Аграна Фрут Україна», яка промислово виробляє фруктові наповнювачі, розробила для підприємства ексклюзивну рецептуру фруктових наповнювачів, і тепер закваски виготовляються зі шматочками полуниці, лісових ягід тощо. Однак найбільш корисною виявилася закваска з додаванням подрібнених висівок і злакових зерен. Термін зберігання нетривалий – не більше 7 днів, тому що закваски виробляються без стабілізуючих систем: адже закваска має бути, як хліб, тільки свіжою.

– Третім зазнав реконструкції наш славетний маслоцех, – продовжує голова правління. – Перенесли його в нове просторе приміщення, обновили обладнання для пастеризації вершків, але залишили традиційні маслозбивачі німецької фірми FBFC, які виробляють за традиційною технологією звичайне вершкове масло. Прямо з танків, де відбувається дозрівання вершків, сировина потрапляє до маслозбивача, і можна побачити, як із вершків збивається масло. Ми випускаємо 4 види масла: «Яготинське» – 69,2%, «селянське» двох видів – 73% і 78% та «солодко-вершкове» – 82,5%. І хоча справжнє вершкове масло на сьогодні продукт достатньо дорогий, ми від нього не відмовимося. А от дешеві спреди, суміш маргаринів з рослинними жирами, ми ніколи не випускали і принципово випускати не будемо.

Виготовлення творогів стоїть окремою лінійкою. Колись підприємство випускало 2 тонни на добу, потім після реконструкції цеху вийшли на 4,5 тонни. І думали, зізнається Олександр Олександрович, що 6,5 тонн стануть межею виробництва і реалізації. Однак ринок довів, що його потреби значно більші, і на сьогодні обсяги досягли позначки в 12 т/добу, тому цей напрямок виробництва також розширюватимуть. Наразі випускається 16 найменувань творожної продукції – від традиційних дитячих сирків з ізюмом та курагою до десертів та «домашнього» сиру у пластиковій коробці і жирністю, яка задовольнить будь-якого споживача, від 0 до 23%.

З 1 вересня цього року вводиться в дію новий цех кисломолочної продукції потужністю 100 тонн на добу, де буде 17 резервуарів для сквашування продуктів, тобто окрема ємність для кожного найменування. Із введенням цих потужностей загальне виробництво продукції маслозавода вийде на рівень 220 тонн на добу і впритул наблизиться до позначки у 250 тонн, яка визначена акціонерами як стратегічна мета. Після цього планується всю увагу сконцентрувати на економіці виробництва, його оптимізації для досягнення максимальної ефективності бізнесу та швидкої окупності великих суто вітчизняних інвестицій, вкладених у розвиток і модернізацію підприємства за останні роки.

– Рівень впізнаваності нашої торгової марки дуже високий, – впевнено заявляє Олександр Сіренко. – Нам вдалося поєднати високу якість продукції та її доступність для середнього покупця. Тому ми не проводимо гучних рекламних кампаній, а витрачаємо гроші на модернізацію виробництва, нові технології, вчасний розрахунок з постачальниками молока, гідний рівень оплати наших працівників. Сьогодні основна задача – висока якість продукції і конкурентні ціни. Над цим ми постійно працюємо. ■