

УДК 658.8):339.371.2:338.439(477.41-21) «19/20»

Валентина Шакула



ЗМІНИ В АСОРТИМЕНТІ ПРОДУКЦІЇ ПЕРЕЯСЛАВСЬКОГО ХЛІБОЗАВОДУ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ В 90-х рр. ХХ ст. – перших десятиріччях ХХІ ст.

DOI: 10.58407/litopis.230203

© В. Шакула, 2023. CC BY 4.0

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6036-555X>

У статті особливу увагу звернено на діяльність Переяславського хлібозаводу в період становлення незалежної України та нових ринкових відносин в економіці держави від 90-х рр. ХХ ст. й до початку 20-х рр. ХХІ ст. Нашим завданням було простежити хронологію формування асортименту продукції підприємства в вказаний період та дослідити шляхи реалізації хлібобулочних виробів. Цей час був складним для підприємства через зміну форми власності та глибок загальнодержавну економічну кризу. **Мета статті** полягає в дослідженні процесу формування асортименту хлібобулочної продукції та мережі її реалізації колективом Переяславського хлібозаводу в період формування незалежної Української держави. **Наукова новизна** полягає в системному та послідовному висвітленні процесу формування асортименту хлібобулочної продукції Переяславського хлібозаводу та організації шляхів її реалізації в досліджуваній період. Уведена до наукового обігу інформація, допомагає суттєво доповнити історію цього підприємства. **Методи дослідження.** Застосовані методи аналізу, систематизації, узагальнення матеріалів архівного відділу Переяславської міської ради, місцевої газети «Вісник Переяславицини» та спогадів респондентів.

Висновки. Встановлено, що в досліджуваній період освоєно виробництво більш як 50-ти видів хлібобулочної продукції. На початок 20-х рр. ХХІ ст. асортимент Переяславського хлібозаводу налічував 38 видів продукції. Вироби ТОВ «Миза» реалізують в Києві, Черкасах, найближчих населених пунктах сусідніх областей. Підприємство змогло утримати фінансову стабільність під час тривалого карантину через поширення COVIDу, продовжило випуск продукції та її реалізацію через торговельну мережу.

Ключові слова: Переяславський хлібо завод, хлібобулочні вироби, хлібопекарське обладнання, асортимент продукції, реалізація виробів.

Кінець ХХ ст. для української економіки був складним. У 1980-х рр. розпочався процес перебудови економіки, який, звичайно, позначився на діяльності багатьох підприємств загалом та харчової промисловості зокрема. Нові форми організації виробництва не впроваджуються за один рік, тому на поч. 1990-х рр., коли Україна здобула незалежність, оновлення економічних відносин було в розпалі.

Останнє десятиліття ХХ ст. для Переяславського хлібозаводу стало знаковим. У 1990 р. адміністрація підприємства, очолювана директором С.О. Бояренком, активно оновлювала та розширювала асортимент продукції, оскільки потрібно було за короткий час стати конкурентоздатним заводом, хлібобулочні вироби якого повинні мати попит у споживачів. Саме цим зумовлене налагодження в 1990 р. випуску хліба «Столичний», який був популярним серед населення¹. Це привело до значного зменшення об'ємів поставки хлібобулочних виробів київського виробництва, що зміцнило фінансове становище підприємства та регіону.

Із метою покращення якісного рівня забезпечення місцевого населення свіжими хлібобулочними виробами на поч. 1991 р. керівництво Переяславського хлібозаводу прийняло рішення звернутися до Переяслав-Хмельницької міської ради народних депутатів із пропозицією організації торгівлі гарячим хлібом у торговій точці поблизу підприємства. У

¹ Протокол засідання виконкому Переяслав-Хмельницької міської Ради депутатів трудящих Київської області. УРСР. Архівний відділ виконкому Переяслав-Хмельницької міської Ради (далі – АВВП-ХМР). Ф. 1. Оп. 1. Спр. 216. Арк. 97–98.

листопаді цього ж року було отримано дозвіл і обладнано павільйон П-19 по вул. Червоноармійській (нині – Грушевського) біля прохідної хлібозаводу, який працює й дотепер.

Нові ринкові відносини та економічна криза кінця 90-х рр. ХХ ст. істотно вплинули на виробництво Переяславського хлібозаводу. Замовники не могли вчасно розраховуватися за отриману продукцію, що змусило підприємство відпускати хлібобулочні вироби в торговельні точки під реалізацію. Але навіть така економічна політика не врятувала хлібозавод. Великі борги за відпущену продукцію призвели до того, що саме підприємство почало відчувати нестачу коштів. Саме тому на поч. 1994 р. в магазини перестали завозити хлібопродукцію, оскільки місцева райспоживспілка невчасно розраховувалася за реалізований товар, а хлібозавод уже не мав достатніх власних фінансових ресурсів для надання кредитів. Тоді була організована так звана торгівля «з коліс», щоб забезпечити населення хлібом, але це не могло тривати довго. Керівництво міста змушене було втрутитися у відносини виробника й реалізаторів. На нараді при представнику Президента України П.Г. Качкалді 21.03.1994 р. було вирішено поліпшити стан забезпеченості жителів міста й району хлібними виробами. А райспоживспілка зобов'язувалася розраховуватися за продукцію без затримок, одразу після її реалізації².

У 1996 р. посилилася конкуренція на ринку хліба в місті Переяславі-Хмельницькому та районі, оскільки міська рада дозволила торгівлю тим підприємцям, які пройшли реєстрацію в міськвиконкомі, бо мали вже налагоджене власне кустарне виробництво хліба й хлібобулочних виробів або ж займалися реалізацією хлібобулочних виробів місцевих підприємств через стаціонарну мережу закладів торгівлі та громадського харчування, які відповідали санітарно-гігієнічним вимогам³.

Для адміністрації підприємства вихід зі скрутної ситуації полягав тільки в покращенні якості продукції, значному оновленні та розширенні її асортименту. Хлібозавод укотре опинився на межі краху, але ситуацію випадково врятувала санепідемстанція, яка в жовтні того ж року видала Постанову № 51 «Про заборону вуличної торгівлі хлібобулочними виробами суб'єктами торгівлі різних форм власності». Відтепер дозволялося перевезення вказаної продукції тільки в спеціалізованому транспорті й реалізація лише із закритих торговельних точок⁴. Однак Переяславський хлібозавод усе ж відчував значні фінансові труднощі, оскільки борг перед ним тільки райспоживспілки на кінець 1994 р. сягав 104008 грн.⁵

Улітку 1998 р. завод придбав мініпекарню та пакувальні станки з поліетиленом, що дало змогу розширити асортимент продукції та поліпшити умови й термін її зберігання та реалізації⁶. У 1998 р. хлібозавод також відкрив фірмовий магазин та два спеціалізовані кіоски, оскільки борги райспоживспілки не зменшувалися, а фінанси підприємству були потрібні негайно⁷. Переяслав-Хмельницька міська рада рішенням 16-ї сесії від 11.02.1998 р. надала дозвіл хлібозаводу на встановлення ще п'яти торговельних кіосків, а саме: на розі вул. Шкільної та вул. Набережної, вул. Дзержинського (нині – Потапенка) та вул. Новокиївське шосе, одразу двох по вул. Богдана Хмельницького, на розі вул. Артема (нині – Святителівської) та вул. Паризької Комуни (нині – Соборної)⁸.

Не зважаючи на такі радикальні заходи, Переяславський хлібозавод усе-таки втратив свої лідерські позиції в торгівлі хлібобулочною продукцією на ринку міста, бо занадто пізно зважився на власні точки реалізації. Керівництво підприємства не бажало витіснити з ринку райспоживспілку, а тепер не могло швидко відновити колишні обсяги продажу своєї продукції. У районі справи були кращі, оскільки для малих підприємців економічно не рентабельно було підвозити хліб у кожен населений пункт щодня або через день із Києва. Отож, на кінець 1998 р. основна частка продукції хлібозаводу реалізовувалася в сільській місцевості колишнього Переяслав-Хмельницького та сусідніх районів.

Після приходу на підприємство нового директора, В. Кученка, об'єми виробництва хлібобулочної продукції збільшилися майже вдвічі. Собівартість відповідно дещо знизи-

² Розсоха А. Хліб знову з'явиться у магазинах. Але чи надовго? *Вісник Переяслащини*. 1994. № 32 (8961). 22 березня.

³ Розсоха А. В селах району хлібом торгуватимуть тільки в магазинах. *Вісник Переяслащини*. 1996. № 130 (9362). 19 листопада.

⁴ Протокол № 12 засідання виконкому Переяслав-Хмельницької міської Ради депутатів трудящих від 15 жовтня 1996 р. *АВВП-ХМР*. Ф. 1. Оп. 1. Т. 3. Спр. 1421. Арк. 289–292.

⁵ Малашевська С. Райспоживспілка заборгувала хлібозаводу 768 мільйонів карбованців. З цієї причини місто може залишитися без хліба. *Вісник Переяслащини*. 1994. № 44 (8981). 19 квітня.

⁶ Польові матеріали автора. Записано 24.02.2020 р. від Гресь Надії Іванівни, 1940 р.н., мешканки м. Переяслава.

⁷ Протокол засідання шістнадцятої чергової сесії Переяслав-Хмельницької міської Ради депутатів трудящих двадцять другого скликання від 11 лютого 1998 р. *АВВП-ХМР*. Ф. 1. Оп. 1. Спр. 1518. Арк. 2–28.

⁸ Протокол № 2 засідання виконкому Переяслав-Хмельницької міської Ради депутатів трудящих від 28 травня 1998 р. *АВВП-ХМР*. Ф. 1. Оп. 1. Т. 3. Спр. 1521. Арк. 7–35.

лася, і місцеві підприємці почали закуповувати продукцію на заводі, бо одночасно подорожчав бензин, до Києва тепер стало їздити не вигідно й довго⁹.

Наприкінці 1990-х рр. керівництво Переяславського хлібозаводу знову прискіпливо проаналізувало асортимент хлібобулочної продукції й вирішило розпочати процес освоєння нових її видів. Уже влітку 1998 р. почали випускати хліб «Гірчичний», булку «Богатирська» та витушку «Гірчична»¹⁰.

У 1999 р. хлібозавод освоїв пробний випуск пасок святкової, подільської, великодньої, «Райдуги», горіхової, славутицької, «Ромашки» з начинкою, весняної, «Писанки» та хрещатої¹¹. Вони мали в населення величезний попит, оскільки могли задовольнити їх потреби: були ароматними й смачними, виглядали привабливо.

Значний прибуток отримав хлібозавод і від того, що в серпні 1999 р. утримався від зростання вартості хлібобулочної продукції, хоча київський хліб у Переяславі значно подорожчав через ціни на пальне. Окрім того, за ініціативою директора В. Куценка, на підприємстві запровадили «Програму забезпечення місцевих споживачів дешевим хлібом», яка передбачала тісну співпрацю з місцевими пенсійними фондами¹².

Не зважаючи на політику доступності продукції, довго втримати низькі ціни на хлібобулочні вироби все ж не вдалося. Від 01.12.1999 р. вони зросли в середньому на 5 коп. через подорожчання борошна¹³. У цей період кондитерський та хлібопекарські цехи розпочали також випуск продукції за індивідуальними замовленнями, в основному це були короваї, шишки й торти.

Більш як десятиліття підприємство самотужки відвойовувало місце на ринку для власної продукції. Великих доходів це не приносило, але дозволяло забезпечити мінімальну економічну стабільність. У цей період хлібозавод працював у дві зміни. Уведено було практику залучення найманих працівників. У першу зміну виготовляли кондитерську та булочну продукцію, у другу – випікали хлібні вироби та батони. У вересні 2012 р. у котельні хлібозаводу відбулася масштабна аварія, зупинилося виробництво продукції, було звільнено працівників¹⁴. Ситуація почала змінюватися на краще восени 2013 р., коли власником Переяславського хлібозаводу стало ТОВ «Миза» (19.10.2013 р. хлібозавод знову почав працювати). Спочатку асортимент продукції залишився незмінним, а реалізація виробів і далі проводилася через фірмові кіоски, які й донині працюють у м. Переяславі. Правда, навесні асортимент дещо урізноманітнювався – у продажу з'явилися паски. Їх виготовляли щороку близько 5–6 тис.

Новий інвестор, ТОВ «Миза», розпочав процес суттєвого оновлення асортименту в 2013 р. Тоді завод організував випуск фасованої продукції – «Батон нарізний з борошна вищого сорту», «Хліб нарізний з борошна першого сорту»¹⁵. Відтепер з метою задоволення потреб найвибагливішого споживача Переяславський хлібозавод пропонував широкий асортимент готових виробів різної ваги та наповнюваності. Паски починали випікати за 5–6 днів до свята, щоб вони були доступні якомога більшій кількості покупців. У 2016 р. працівники кондитерського та хлібопекарського цехів випустили пробну партію пасхального хліба за домашньою рецептурою тільки з натуральних інгредієнтів: борошна, цукру, свіжих яєць, сухого молока, маргарину, ваніліну, родзинок та дріжджів¹⁶.

На поч. 2017 р. на Переяславському хлібозаводі випустили вже близько 45-ти видів хлібобулочної продукції. Серед найновіших (освоєних наприкінці 2016 р.) – пиріг сезонний, булочка з корицею, випечені напівфабрикати для піци, «фокачу». У лютому 2017 р. розпочали випуск нових видів здобних булок – «Симфонія» та «Віночок», які користувалися великим попитом¹⁷, а наприкінці цього ж року презентували хліб «Зерновий», який у масовий продаж поступив уже на поч. 2018 р.

Звичайно, ціни на продукцію протягом усього періоду поступово підвищувалися, але це зумовлено подорожчанням сировини для виготовлення хлібобулочних виробів, паливно-мастильних матеріалів та комунальних послуг.

⁹ Карпенко Г. Володимир Куценко: «Час відродження хлібозаводу був одним з найяскравіших періодів мого життя». *Вісник Переяславщини*. 2004. № 216. 31 грудня.

¹⁰ Милотін Л. Хлібозавод: оздоровлення через банкрутство. *Вісник Переяславщини*. 2001. № 69–70 (10230–10231). 8 травня.

¹¹ Там само.

¹² Карпенко Г. Володимир Куценко: «Час відродження хлібозаводу був одним з найяскравіших періодів мого життя». *Вісник Переяславщини*. 2004. № 216. 31 грудня.

¹³ Розсоха А. Хлібозавод, схоже, відроджується. *Вісник Переяславщини*. 1999. № 94 (9857). 22 червня.

¹⁴ Польові матеріали автора. Записано 24.02.2020 р. від Кожевнікової Світлани Євгенівни, 1972 р.н., мешканки м. Переяслава.

¹⁵ Пенчук О. На хлібозавод повернулися професіонали. *Вісник Переяславщини*. 2016. № 811. 8 квітня.

¹⁶ Там само.

¹⁷ Матвієнко О. «Симфонія» і «Віночок». Їх віднедавна печуть на нашому хлібозаводі. *Вісник Переяславщини*. 2017. № 8 (11967). 3 лютого.

У березні 2020 р. у зв'язку з карантинними обмеженнями, викликаними поширенням COVID-19, об'єм випуску хлібобулочних виробів зменшився через закриття закладів громадського харчування, але восени завод наростив темпи, хоча керівництво й змушене було відмовитися від послуг найманих робітників.

Отже, від поч. 90-х рр. ХХ ст. й донині колектив Переяславського хлібозаводу постійно працював над оновленням та розширенням асортименту виробів, організацією шляхів реалізації продукції. За цей період було освоєно виробництво більш як 50-ти видів хлібобулочної продукції.

На поч. 20-х рр. ХХІ ст. до асортименту входять 38 видів хлібобулочних виробів, які користуються широким попитом серед населення м. Переяслава, громад Бориспільського та прилеглих районів. Продукцію ТОВ «Миза» активно беруть для реалізації магазини Києва, Черкас, найближчих населених пунктів сусідніх областей. Хлібобулочними виробами забезпечуються понад 20 лікарень Києва, військові частини, заклади дошкільної та шкільної освіти регіону, Черкаська загальноосвітня санаторна школа-інтернат¹⁸.

Саме тому поч. ХХІ ст. став для Переяславського хлібозаводу знаковим, оскільки змінилося не тільки керівництво, але й власник підприємства. Промислове обладнання було повністю модернізоване, відповідало всім вимогам сучасності. Це дало змогу значно розширити асортимент хлібобулочних виробів, успішно конкурувати на ринку збуту. Прогресивні рішення привели до того, що нині Переяславський хлібозавод має високий потенціал, кваліфіковані спеціалісти випускають якісну конкурентоздатну продукцію, яка є популярною та задовольняє потреби найвибагливішого споживача. Хлібозавод зміг утримати фінансову стабільність під час тривалого карантину через поширення COVIDу, продовжив випуск продукції та її реалізацію через торговельні заклади.

Шакула Валентина Миколаївна – молодший науковий співробітник Музею хліба Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав» (вул. Шевченка, 8, м. Переяслав, Київська обл., 08400, Україна).

Shakula Valentyna – is a young researcher at the Bread Museum, National historical and ethnographic reserve «Pereyaslav» (8 Shevchenka Str., Pereyaslav, Kyiv region, 08400, Ukraine).

E-mail: valentinashakula1@gmail.com

CHANGES IN THE PRODUCT RANGE OF THE PEREYASLAV BAKERY AND ITS IMPLEMENTATION in the 90s of the 20th – the first decades of the 21st c.

The article pays special attention to activities of the Pereyaslav bakery during the period of the formation of independent Ukraine and the formation of new market relations in state's economy from the 90s of the 20th c. and to the early 20s of the 21st c. Our task was to trace the chronology of the formation of company's product range during this period and to investigate ways of selling bakery products. This time was difficult for the enterprise due to a change in the form of ownership and the deep nationwide economic crisis. The purpose of the article is to research the process of forming the assortment of bakery products and the network of its sale by the staff of the Pereyaslav bakery during the formation of the independent Ukrainian state. The scientific novelty consists in the systematic and consistent coverage of the process of forming the assortment of bread products of the Pereyaslav bakery and the organization of the ways of its sale during the study period. The information introduced into scientific circulation helps to significantly supplement the history of this enterprise. Research methods. During the research, the methods of analysis, systematization, and generalization of the materials of the archival department of the Pereyaslav city council, the local newspaper «Pereyaslavshchyna bulletin» and the memories of the respondents were applied.

Conclusions. It was established that during the research period the production of more than 50 types of bakery products was mastered. At the beginning of the 20s of the 21st c. the assortment of Pereyaslav bakery included 38 types of products. The products of the «Myza» LLC are sold in Kyiv, Cherkassy, and the nearest settlements of neighboring regions. The company was able to maintain financial stability during the long quarantine due to the spread of the COVID-19, continued production and sales through the trade network.

Key words: Pereyaslav bakery, bakery products, bakery equipment, range of products, sale of products.

Дата подання: 21 березня 2023 р.

Дата затвердження до друку: 20 травня 2023 р.

¹⁸ Пенчук О. На хлібозавод повернулися професіонали. *Вісник Переяславици*. 2016. № 811. 8 квітня.

Цитування за ДСТУ 8302:2015

Шакула, В. Зміни в асортименті продукції Переяславського хлібозаводу та її реалізація в 90-х рр. XX ст. – перших десятиліттях XXI ст. *Сіверянський літопис*. 2023. № 2. С. 25–29. DOI: 10.58407/litopis.230203.

Цитування за стандартом APA

Shakula, V. (2023). Zminy v asortymenti produktsiyi Pereyaslavskogo khlibozavodu ta yiyi realizatsiya v 90-kh rr. XX st. – pershykh desyatlittakh XXI st. [Changes in the product range of the Pereyaslav bakery and its implementation in the 90s of the 20th – the first decades of the 21st c.]. *Siverianskyi litopys – Siverian chronicle*, 2, P. 25–29. DOI: 10.58407/litopis.230203.

