

АТБ НОВИНИ

БЕРЕЗЕНЬ-КВІТЕНЬ / 2025

АТБ

Фаворит
Плюс

РД

Квітеня



ЧИТАЙТЕ В НОМЕРІ:

З ВЕЛИКОДНЄМ! Миру в кожен дім!



- КОРПОРАЦІЯ «АТБ» ЗАВЕРШИЛА РЕФОРМУ
УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРУКТУРИ СТОР. 2
- «АТБ-МАРКЕТ» У ТРІЙЦІ ЛІДЕРІВ
ЗА ЧИСТИМ ДОХОДОМ СТОР. 3
- ІНДЕКС ОПЕНДАБОТА- 2025:
«АТБ» ВЧЕРГОВЕ ВИЗНАНО ЛІДЕРОМ
УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ СТОР. 3-4

- ВІКТОР КАРАЧУН: «ЗА РІК У НАС РОБЛЯТЬ
ПОКУПКИ БЛИЗЬКО 1 МЛРД ЛЮДЕЙ!» СТОР. 5-8
- «АТБ-МАРКЕТ» – РЕПУТАЦІЙНІ АКТИВІСТИ № 1
В УКРАЇНІ СТОР. 9
- ВЕЛИКОДНІЙ КОШИК: ЗБИРАЄМО РАЗОМ З «АТБ»
ДЛЯ БАБУСИ, ДИТИНИ І ВСІЄЇ РОДИНИ СТОР. 10

У березні корпорація «АТБ» завершила процес реформації структури управління групою підприємств, що входять до її складу. Робота над змінами тривала останні 1,5 року та була закріплена в оновлених Статутах підприємств групи.

Основна мета реформи – остаточна децентралізація управління компанією та надання макси-

мально широких повноважень раді директорів, сформованій акціонерами.

Такі зміни спрямовані на підвищення оперативності та ефективності управління операційною діяльністю та забезпечення прозорого контролю за нею.

РАДА ДИРЕКТОРІВ КОРПОРАЦІЇ «АТБ»



МАРКОВ Борис Михайлович

Член ради директорів



ТОКАР Олександр Васильович

Член ради директорів



ЄВТЕЄВ Дмитро Олегович

Член ради директорів

ВИКОНАВЧИЙ ДИРЕКТОР КОРПОРАЦІЇ «АТБ»



ЯЦУТА Ігор Олександрович

Виконавчий директор корпорації «АТБ»

До складу **ради директорів** усіх підприємств корпорації ввійшли:

- **Марков Борис Михайлович,**
- **Токар Олександр Васильович,**
- **Євтеєв Дмитро Олегович.**

Роль корпорації «АТБ» у новій структурі також змінюється – вона переходить до формату координаційної та консалтингової функції. У зв'язку з цим було скасовано посаду генерального директора, а натомість введено посаду виконавчого директора, який підпорядковується раді директорів.

На посаду **виконавчого директора корпорації «АТБ»** призначено **Яцуту Ігоря Олександровича**, який раніше обіймав посаду першого заступника генерального директора корпорації.

Запроваджені зміни є важливим етапом розвитку корпорації «АТБ» та спрямовані на підвищення гнучкості управління, оперативності прийняття рішень і підсилення ефективності контролю за діяльністю підприємств групи компаній.

«АТБ-МАРКЕТ» У ТРІЙЦІ ЛІДЕРІВ ЗА ЧИСТИМ ДОХОДОМ



Близько 408 тисяч компаній України подали офіційні звіти про свої фінансові показники за 2024 рік. Дев'ять із них заявили про чистий дохід, що перевищує 100 млрд грн.

Нагадаємо, чистий дохід (англ. net income) – це дохід від реалізації товарів (робіт, послуг), розрахований без урахування акцизного податку, мита, податку на додану вартість, інших непрямих податків та зборів.

Тож на основі поданих офіційних даних від бізнесу сервіс YouControl визначив топ-10 компаній за розмірами чистого доходу від реалізації. Хоча при цьому не всі вони отримали прибуток за підсумками року.

До трійки лідерів увійшла компанія «АТБ-маркет»:

- ТОВ «Д.Трейдінг» – 215,8 млрд грн (прибуток 5,6 млрд грн)

- ТОВ «АТБ-маркет» – 208,9 млрд грн (прибуток 3,1 млрд грн)
- АТ «Національна атомна енергогенеруюча компанія «Енергоатом» – 207 млрд грн (прибуток 1,3 млрд грн).

Подальші місця у десятці розподілились наступним чином:

- АТ «Національна акціонерна компанія «Нафтогаз України» – 157,8 млрд грн (прибуток 0,9 млрд грн)
- ТОВ «Газопостачальна компанія «Нафтогаз Трейдинг» – 124,9 млрд грн (збиток 9,1 млрд грн)
- ПАТ «Укрнафта» – 105,2 млрд грн (прибуток 16,4 млрд грн)
- АТ «Українська залізниця» – 102,9 млрд грн (збиток 2,7 млрд грн)
- ПрАТ «Національна енергетична компанія «Укренерго» – 101,1 млрд грн (збиток 37,7 млрд гривень)
- АТ «Укргазвидобування» – 100,6 млрд грн (прибуток 20,9 млрд грн)
- ТОВ «Сільпо-Фуд» – 93,0 млрд грн (прибуток 0,2 млрд грн).

Таким чином, серед компаній-лідерів за чистим доходом сім підприємств належать державі і лише три – приватному капіталу.

ІНДЕКС ОПЕНДАТАБОТА-2025: «АТБ» ВЧЕРГОВЕ ВИЗНАНО ЛІДЕРОМ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ



Опендатабот опублікував оновлений Індекс найкращих підприємств України, складений за результатами року. Загалом цього разу було проаналізовано представників 21-ї галузі, у тому числі роздрібною торгівлі. Остання з загальним доходом у більше ніж п'ятсот мільярдів гривень займає 12,4 %.

Лідерство у вітчизняному ритейлі котрий рік поспіль зберегла за собою компанія «АТБ-маркет». Згідно з оновленим Індексом Опендатабота, за фінансовими показниками «АТБ» посіла перше місце у категорії «Роздрібна торгівля» та увійшла до ТОП-10 найкращих підприємств України.

Важливо, що при складанні Індексу до уваги бралися не тільки фінансові показники (річна



1		АТБ-маркет	Дніпропетровська область	208.91 млрд ₴	39.47 %
2		Сільпо-фуд	місто Київ	93.02 млрд ₴	17.58 %
3		Вигідна покупка	Полтавська область	37.98 млрд ₴	7.18 %
4		Фора	Київська область	34.95 млрд ₴	6.6 %
5		Розетка. УА	місто Київ	29.74 млрд ₴	5.62 %
6		Новус Україна	місто Київ	29.01 млрд ₴	5.48 %
7		Метро кеш енд кері Україна	місто Київ	28.75 млрд ₴	5.43 %
8		РУШ	Дніпропетровська область	26.93 млрд ₴	5.09 %
9		Омега	Дніпропетровська область	20.02 млрд ₴	3.78 %
10		Фудком	місто Київ	19.92 млрд ₴	3.76 %

фінансова звітність компаній за рік), а й ділова репутація бізнесів.

«Побудований на фінансовій звітності та виторгу компаній Індекс Опендатабота дає повну картину того, що відбувалось з українським бізнесом», – коментує **Олексій Іванкін**, засновник Опендатабота.

Компанія «АТБ» багато років поспіль має бездоганну ділову репутацію та є прикладом патріотичного і соціально-орієнтованого бізнесу. Загальна сума благодійної допомоги від «АТБ» українським військовим, медичним закладам, волонтерським організаціям, постраждалому цивільному населенню тощо минулого

року подолала історичну позначку у 2 млрд грн.

Попри виклики воєнного часу, компанія нарощує обсяги наповнення бюджетів усіх рівнів.

Нагадаємо, протягом минулого року підприємствами корпорації «АТБ» було сплачено податків та зборів на загальну суму 28,61 млрд грн. Цей показник більше ніж на 4 млрд грн перевищив фінансові результати попереднього року. Зі вказаної суми до державного бюджету у 2024 році було передано 18,61 млрд грн, до місцевих бюджетів пішли 6,52 млрд грн, а цільові державні фонди отримали 3,48 млрд грн.

Зусиллями «АТБ» у різних куточках України протягом минулого року було створено близько двох тисяч нових робочих місць, а десятки мільйонів громадян мали безперешкоджаний доступ до гарантовано свіжих продуктів харчування та якісних товарів першої необхідності за чесною ціною.





Карачун В. І.
співвласник компанії «АТБ»

– Чому ви вирішили дати інтерв'ю?

В. К.: – Хочу виключити будь-яку неправдиву інформацію, щоб все було чітко та зрозуміло. «АТБ» – прозора компанія, проходить міжнародний аудит, не має жодних боргів. Оборот за 2024 рік становить більше \$6 млрд. На 1 січня в мережі було 1257 магазинів, є м'ясокомбінат «Фаворит», кондитерська фабрика «Квітень», логістичні компанії з розподільчими центрами. За рік у нас роблять покупки близько 1 млрд людей.

За 2024-й ми відкрили 47 магазинів, в 11-ти провели реконструкцію. Інвестиції в один магазин сягають плюс-мінус \$2,5 млн. Це земля, 1400 кв. м торгової площі, обладнання, ремонт.

– Раніше була інформація, що інвестиції в один магазин «АТБ» становлять \$1,5 млн.

В. К.: – Якщо говорити про старі магазини, до переформатування, це було близько до правди. Але зараз все виросло в ціні, подорожчала вартість будівництва. Ми це добре знає-

Перше інтерв'ю співвласника компанії «АТБ» Карачуна Віктора Івановича для найвпливовішого ділового видання Forbes Ukraine.

Пропонуємо до вашої уваги основні моменти з нього:

мо, тому що продовжуємо будувати попри складнощі. Не фінансові, а кадрові.

Саме питання фінансів перед нами не стоїть. Ми завжди розвивалися на свої, не маємо жодного centa кредитів. Ми достатньо заробляємо і в змозі щороку відкривати 100–120 магазинів. Так би і робили, якби була нормальна ситуація з будівельниками і не було воєнного стану.

У 2025 році плануємо купити близько 100 магазинів і відкрити 80.

– За рахунок чого виторг «АТБ» у 2024-му виріс на 15%?

В. К.: – Є дві ключові причини. Перша – це інфляція. Вона має значення, тому що інфляція в Україні 13–15%. Також, на мою думку, починається відтік людей від конкурентів до «АТБ». Ми у когось забираємо частку ринку.

– Які плани з розвитку «АТБ»? Скільки маркетів буде достатньо в Україні?

В. К.: – Нам є куди рости. Раніше ми відкривалися в містах із населенням від 30 000 людей, потім – від 20 000. Зараз відкриваємо «АТБ» в населених пунктах від 10 000 мешканців. Тут далеко до насичення ринку. Ми вважаємо, що всього можемо відкрити 5000 магазинів. Зараз їх 1300.





Плюс наше ноу-хау: магазини на виїзді з міст. Вже відкрили біля Києва, Дніпра. Причому ми не ставимо «АТБ» на в'їзді, тільки на виїзді. І лише праворуч. Логіка в тому, що великий потік людей заїжджає в місто зранку на роботу, вони не будуть зупинятися для покупок. А от ввечері, коли повертатимуться додому, навпаки. Це теж один із напрямів, де нам є ще куди розвиватися.

З ЧОГО ПОЧИНАЛОСЬ «АТБ»

– Пане Вікторе, мені вас представили як людину, що, власне, побудувала ритейлову мережу «АТБ». Це так?

В. К.: – Так не можна казати. Це не тільки моя заслуга. У нас три засновники та сильна команда. Кожен із засновників відповідав за свій напрям. Євген Єрмаков рухав вироб-

ництво, Геннадій Буткевич займався питаннями безпеки, комунікацією з владою, я курував торгівлю. Але це розподілення вже в минулому.

Сьогодні займаємося стратегією. Розвиток компанії, фінансовий результат – це ми. А оперативне управління віддали раді директорів.

– Як ви познайомилися та стали бізнес-партнерами?

В. К.: – Коли я приїхав у Дніпро (тоді Дніпропетровськ), то почав працювати в кафе своєї родички. Євген Єрмаков працював у сусідньому кафе. А з Геннадієм Буткевичем познайомилися через друзів. Подумали, що у нас щось може вийти, і зареєстрували компанію.

– Як з'явився бізнес-напрямок ритейл?

В. К.: – Спочатку у нас із партнерами було кафе в парку

ім. Писаржевського в Дніпрі. Називалося «Сосенки». Там проводили заходи, люди приходили поїсти, але треба ж було торгувати. Ми прибудували магазинчик. Потім по всьому місту поставили столики: продавали цигарки, жуйки. Через пів року–рік роботи виявилось, що все це приносить більше, ніж кафе. Вирішили займатися торгівлею.

Спочатку орендували приміщення, а перший власний магазин купили за \$80 000. Тоді – колосальні для нас гроші, позичали у знайомих.

Наші перші 30–40 магазинів мали формат «гастроном», там торгували через прилавок. Ми довго не могли переключитися на супермаркет. Боялися, що будуть все красти. Але все ж вирішили відкривати супермаркети.

– Як вчилися ритейлу?

В. К.: – Їздили до Німеччини, дивилися, не соромилися копіювати, рулеткою все міряли. Дивилися Lidl та ALDI. Вигадувати велосипед довго. А коли починали у логістиці, я особисто ходив по розподільчих центрах. Плюс ми запрошували з Німеччини російськомовних керуючих магазинами: приїжджайте, проконсультуй-



те. Так дізнавалися секрети комерції.

– Чому вирішили відкрити саме дискаунтери?

В. К.: – Тому що ми дивилися Lidl та ALDI, а це дискаунтери. Ми почали з цього формату і зрозуміли, що це наше. Нам сподобалася модель.

Потім було багато пропозицій: давайте зробимо великий гіпермаркет, давайте зробимо ще щось... Розмірковували так: у нас ось тут виходить, ми досягли певних успіхів, будемо це робити. Тримали вузьку спеціалізацію.

Є маса прикладів, де компанії розпорозувалися і ніде не були лідерами.

Мінімізація видатків – головний дохід дискаунтерів. За рахунок цього вони живуть. «Сільпо» та «АТБ» можуть, умовно кажучи, одну й ту саму пляшку по одній ціні купувати у постачальника і навіть по одній ціні продавати. Але за рахунок мінімізації видатків ми заробляємо на одній і тій самій пляшці більше, ніж конкуренти.

Наведу приклад. Кілька років тому у нас була м'яка криза у відносинах із Соса-Кола.

– Я пам'ятаю цю історію: у 2022 році «АТБ» припинив продавати Соса-Кола. Чому?

В. К.: – Причина банальна. Ми як один із найбільших покупців хотіли мати можливість поставити ціну нижче, ніж у конкурентів. А у Соса-Кола політика: ціна на полицях по всій Україні має бути однакова. Нас це не влаштовувало. Якщо ми купуємо такий [великий] обсяг, маємо дати покупцю кращі умови.

Пів року ми не продавали



Соса-Кола. Нічого, замінили на Pepsi. А з Соса-Кола вели переговори. І хоча вони не дали нам знизити ціни, але зробили під нас пляшку на 10 % більшу, ніж стандартна. Тобто сьогодні у всіх Соса-Кола дволітрова, а в «АТБ» – 2,2 літра.

– «АТБ» відомий серед постачальників жорсткими умовами договорів...

В. К.: – Ми жорстко торгуємося, у нас жорсткі умови. Але всі постачальники знають, що вони вчасно отримають оплату за товар від «АТБ».

Це правило було введено 20 років тому. Ми зробили софт, який автоматично платить постачальникам, і це не залежить від людського фактора. Якщо немає ситуацій, пов'язаних із зіпсованим товаром тощо.

Ще років 15 тому ми впровадили програму автоматичного замовлення в магазин. У нас не ходить людина по залу і не рахує: о, Соса-Кола закінчилася. Комп'ютер формує замовлення та відправляє.

– Які ще є приклади оптимізації видатків?

В. К.: – Ми прискорили роботу комплектувальників на складі на 20 %, уніфікувавши пластикову тару, в якій поста-

чаються овочі. Нам доводилося працювати з 14 типами ящиків, постачальники беруть їх в оренду у трьох пулінгових компаній. Це було незручно: комплектувальники мали скласти їх так, щоб вони не впали. Треба було додатково перевіряти, переважувати, бо вони були всі різні.

Ми прийняли рішення закупити тару та здавати її в оренду постачальникам самостійно. В компанії було багато спротиву, адже цю тару треба мити. Але ми закупили тару в Туреччині, маркували логотипом «АТБ». І тепер комплектувальники можуть обслужити на 20 % супермаркетів більше, ніж раніше.

Ще приклад. До війни у нас багато магазинів працювало цілодобово. Багато хто вважав це дурістю: треба тримати людей, а вночі їм нічого робити, бо покупців немає. Але це не дурість. У Києві вдень пробки на дорогах, вночі проїхати легше. Ми ночами розвозили товар, продавці його розкладали, коли було мало покупців. Це наше ноу-хау.

Зараз у нас новий проект. З минулого року встановлюємо сонячні панелі на магазинах. Закупили панелі потужністю

20 МВт. У квітні закінчуємо перший етап. Термін окупності – близько трьох років.

Це пряма економія, бо ми не беремо з генерації України 20 МВт. У бюджеті цього року ми заклали дохід близько 240 млн грн від сонячної енергії.

– Будете її продавати?

В. К.: – Ні. Якщо ми генеруємо, значить, не купуємо. Коли зменшуєш видатки, то збільшуються доходи.

Приклад одного магазину. Сонце видає за добу 50 кВт, магазин споживає 39 кВт, решту ми віддаємо в мережу. За 2024 рік на одному магазині сонячна батарея виробила 164 МВт•год електроенергії. 1 кВт•год коштує 9 грн. Економія на кожному магазині – 1,5 млн грн. Плюс енергетична безпека.

Але в Україні несправедливі закони, які не дають нам можливості продавати надлишок державі. Ми віддаємо її безкоштовно. Для нас це втрата близько 15 % виробленої енергії.

– Хочу спитати про корпорацію. На сайті вказано, що

в неї входять три компанії: «АТБ-маркет», м'ясна фабрика «Фаворит плюс», кондитерська фабрика «Квітень». Ще три – партнери. Це «Юніон-логістик», «Транс-логістик» і «Ритейл девелопмент». Що означає компанії – партнери корпорації?

В. К.: – Фактично це підприємства корпорації. Колись у нас в компанії «АТБ» було все об'єднано: служба складської логістики, транспортна логістика, ритейл. Тоді всі проблеми були сховані всередині, не потрапляли назовні. Наприклад, їде машина зі складу в магазин, а там немає кому розвантажити. Машина простоє шість годин. І ніхто про це не дізнається.

Ми прийняли рішення розділити все на окремі підприємства і встановити між ними комерційні взаємовідносини. Зараз транспортна компанія – окремо, складська логістика – окремо, «АТБ-маркет» – окремо. За неефективність – жорсткі штрафні санкції. Тепер проблеми не ховаються.

Ще про видимість проблем:

у нас немає такої статті видатків, як «дружба» із санстанцією чи пожежниками. Причина одна: вважаю, що вони наші партнери, вказують, якщо щось погано в магазині. Ми ж виділяємо гроші на прибирання, на пожежну безпеку. Якщо, на думку санстанції та пожежних, щось виявляється не так, значить керуючий магазином погано працює.

– У корпоративному управлінні «АТБ» відбулися зміни. Яка їхня причина?

В. К.: – Ми переформатували раду директорів. У ній три людини – по представнику від кожного акціонера. Їм максимально делеговані повноваження. За винятком затвердження бюджетів і стратегічних планів розвитку.

– У попередній раді директорів було п'ять людей?

В. К.: – Так. А зараз три. Це Олександр Токар, Дмитро Євтеєв, Борис Марков. Виклики часу вимагають оперативно реагувати на ситуацію, а ми не завжди присутні на місці. Компанія не повинна від цього страждати.



На Міжнародному форумі PRNext'25 оголосили переможців ювілейного X Національного рейтингу якості управління корпоративною репутацією «Репутаційні АКТИВІСТИ-2025».

Компанія «АТБ-маркет» вже вп'яте отримує заслужену перемогу – «Репутаційні активісти» у номінації «РИТЕЙЛ-FMCG».

«Це досягнення – результат злагодженої та послідовної роботи всієї нашої великої команди, яка щодня доводить свою професійність та відданість справі. Дякую кожному з вас та вітаю з такою висо-

кою відзнакою. Стабільність у досягненнях – дійсно показник майстерності!

Вдячні членам журі XXII Міжнародного форуму PRNext'25 за високу оцінку роботи команди «АТБ» та довіру.

Низький уклін та щира вдячність усім українським захисникам і захисницям, які дають нам сьогодні можливість працювати та розвиватися, проводити та брати участь у таких заходах.

Не зупиняємось! Рухаємся далі – до нових цілей та перемог!» – сказав начальник Управління з корпоративних комунікацій корпорації «АТБ» **Демченко Сергій Володимирович** отримуючи нагороду.

До складу журі рейтингу цього року ввійшли 136 незалежних аналітиків, галузевих експертів



і журналістів провідних ділових і галузевих медіа. Вони оцінювали 650 компаній із різних секторів економіки, аби вибрати ті, чия система репутаційного менеджменту продемонструвала найвищу ефективність, стійкість і зрілість в умовах адаптації до зatoryжної війни, рецесії та репутаційної турбулентності.



РИТЕЙЛ — FMCG							
№	Назва компанії	Репутаційна стабільність	Індексний рейтинг АТБ	Медіаактивність	Імунізаційний лідаж	Лідерство року	Результат
1	АТБ-Маркет	42,88	40,25	42,50	37,75	42,88	206,26
2	Foxxy Group	43,27	40,91	40,18	38,64	42,36	205,36
3	Novus	42,13	39,88	38,50	36,00	39,25	195,76
4	Valys	41,40	37,60	39,20	35,20	36,00	191,40
5	КОЛО	39,50	37,00	37,50	39,00	37,50	190,50



У супермаркеті продукти: молочка, м'ясо, крупи, фрукти. Напої, овочі, сири. Що хочеш в кошик тут бери. Тут продавці усі дбайливі. Привітні, ввічливі, кмітливі. І покупців всіх поважають. Асортимент увесь свій знають. Обладнання усе сучасне. І прибирають своєчасно. Люблю цей супермаркет дуже. Купую тут і в дощ, і в стужу. Напроти мого дому він. Тому низький йому уклін.

3 просторів інтернету



ВЕЛИКДЕНЬ – одне з головних християнських свят, яке несе в собі світло Воскресіння Христа. Цей день наповнений пробудженням природи, духмяним ароматом пасок і теплом родинних обіймів. Після походу до церкви, де традиційно освячують незмінний атрибут Великодня – кошик з пасками та крашанками, сім'ї збираються за святковим столом.

СТОР. 10

БЕРЕЗЕНЬ-КВІТЕНЬ
2025

МЕНЕ ЩЕДРО НАПОВНЮЮТЬ НАЙСМАЧНІШОЮ ІЖЕЮ

Я ВЕЛИКОДНІЙ КОШИК
і мене завжди збирають із любов'ю, щоб нести до церкви на Великдень. Після освячення всі смаколики, які я зберігаю, вважаються особливими.



У деяких родинах мене передають у спадок, в інших – кожен член сім'ї, навіть малюки, несуть до церкви свій кошик. Мій зовнішній вигляд може багато розповісти про вподобання господарів. Зазвичай мене накривають зверху вишитим рушником або красивою серветкою, прикрашають стрічками, мереживом і квітами. **А в останні роки додають ще й гілочки бавовни – символ незламності українців.**

ПРО НАПОВНЕННЯ

Традиційно українці мене щедро наповнюють найсмачнішою їжею. Варто зазначити, що кожен продукт має особливе значення.

НАЙГОЛОВНІШІ



Крашанки (перемога життя над смертю)

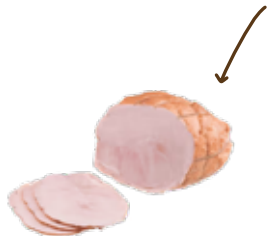


Сіль (символізує зв'язок між Богом і людьми)



Паска (символ воскресіння, вічного життя)

**ТАКОЖ ТРАДИЦІЙНО ДО МЕНЕ КЛАДУТЬ
СТРАВИ І ПРОДУКТИ, ЯКІ НЕ МОЖНА
БУЛО ЇСТИ ПІД ЧАС **ВЕЛИКОГО ПОСТУ****



Шинка



Ковбаса



Сирна паска



Вершкове масло



Кагор

Не забудьте про **хрін**, він символізує міцність віри у воскресіння. Освячують також **часник і мак**, їх здавна вважають оберегами. До речі, наші предки часто брали з собою шматок освяченої паски як оберіг, коли вирушали в далеку дорогу.



Хрін



Часник і мак

**ЯК І КОЛИ ГОТУЮТЬ
ГОЛОВНІ СТРАВИ**

Зазвичай, паски випікають у четвер або суботу. Напередодні закупають найкращі продукти для їх приготування. Під час випікання пасок у давнину дотримувалися певних правил: ніхто вдома не мав сваритися, підвищувати голос, грукати дверима, не можна було пускати до будинку чужих людей.

**ЯКЩО Ж НЕ ПЛАНУЄТЕ ВИПІКАТИ
ДОМАШНЮ ПАСКУ**

то я не проти, якщо це буде смачна пасочка з АТБ. Там їх великий вибір.



ТАКОЖ У ЧЕТВЕР ТРАДИЦІЙНО ФАРБУЮТЬ ЯЙЦЯ

Найпопулярніший спосіб – використати лушпиння цибулі. Натуральними барвниками також можуть бути чай каркаде, куркума, сік буряка. **У супермаркетах «АТБ» можна знайти різноманітні наліпки на тему Великодня, набори харчових барвників.** Скільки саме фарбувати яєць – кожен вирішує самостійно.

АЛЕ ПАМ'ЯТАЙТЕ, ЩО ЇХ МАЄ ВИСТАЧИТИ НА ТРАДИЦІЙНУ “БИТВУ”

Виграє той, у кого виявиться яйце з найміцнішою шкаралупою.



НА ВЕЛИКДЕНЬ ЗАКІНЧУЄТЬСЯ ВЕЛИКИЙ ПІСТ.

Тож до святкового столу готують багато м'ясних страв. Зазвичай запікають м'ясо, сало, домашню ковбасу, птицю. Готують холодець, голубці, котлети, крученики та інші смачні страви.

З ЧОГО ПОЧИНАЮТЬ ВЕЛИКОДНІЙ СНІДАНОК

Мене приносять із церкви додому й одразу починають накривати святковий сніданок. Першими дістають із кошика і ставлять на стіл паску та крашанки, з них і починають трапезу. До яєць додають освячену сіль, хрін. Далі куштують м'ясо і ковбасу, які брали до церкви. А вже на обід чекають гостей, ставлять на стіл усі наїдки, які наготували.



ПРО ПРИКМЕТИ

Кажуть, хто **першим принесе великодній кошик** додому після церкви, того цілий рік супроводжуватиме удача.

Не можна викидати освячену їжу. Усе, що є в кошику, має бути з'їдене родиною, поділене між близькими чи віддане нужденним.

Крихти від освяченої паски бажано **згодувати птахам** або домашній птиці.

КУРЯЧИЙ РУЛЕТ З АТБ, ШОКОЛАДНІ ЯЙЦЯ ТА М'ЯСНІ НАРІЗКИ - АЛЬТЕРНАТИВНІ ВЕРСІЇ ВЕЛИКОДНЬОГО КОШИКА

Попросили українців розповісти, як би виглядав їхній ідеальний великодній кошик. А вже зараз не всі ретельно дотримуються традицій через власні переконання, смаки та стиль життя.



ЄВГЕН, 27 РОКІВ

ПРИХИЛЬНИК ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ, РЕТЕЛЬНО СТЕЖИТЬ ЗА ХАРЧУВАННЯМ.

– Для мене Великдень – це, передусім, **свято духовного оновлення**. Вже не вперше шукаю компроміс між традиційними великодніми стравами і здоровим харчуванням. Наприклад, ковбасу я б замінив **на курячий рулет з «АТБ»** – він смачний, нежирний, але водночас містить достатню кількість білка.

Паску буду пекти самостійно на вівсяному борошні. Замість масла додам до тіста йогурт, мінімум цукру, а також лише білки від яєць. Така паска містить вдвічі менше калорій. Замість сирної паски приготую запіканку зі знежиреного сиру. **До речі, його завжди беру в «АТБ», бо там він за найкращою ціною.**

Яйця пофарбую традиційним способом – у цибулевому лушпинні. Ще придбаю на



Великдень багато зелені, свіжих овочів, авокадо, з яких потім зроблю салат. Заправлю його оливковою олією та соком лимона.



СВІТЛАНА, 62 РОКИ

ДОТРИМУЄТЬСЯ ТРАДИЦІЙ, ЧЕКАЄ В ГОСТІ НА ВЕЛИКДЕНЬ ДІТЕЙ І ОНУКІВ.

– **Великдень** – це про світлі думки й добрі наміри. А ще можливість продемонструвати різноманіття українських традицій, передати їх дітям і онукам. Паски я зазвичай випікаю в Чистий четвер. Важливо, щоби вдома було тихо і спокійно, з молитвою починаю процес.

Ніколи не змінюю рецепт, який записала ще моя мама, певно, років 70 тому. На один кілограм борошна потрібно дві склянки теплого молока, 10 жовтків, 100 грамів дріжджів, 200 грамів вершкового масла, стільки ж цукру, пів чайної ложки солі, родзинки. Всі продукти заздалегідь

кую в «АТБ». Також відварюю три десятки яєць у лушпинні цибулі, щоб вони стали гарного золотисто-коричневого кольору.

Додатково роблю для онуків крашанки з яскравими наліпками. До свого великоднього кошика також покладу сирну паску, буженину, ковбасу, хрін, сіль, пляшку вина. У неділю раненько підемо з чоловіком до церкви, освяtimo їжу. А в обід чекатимемо в гості дітей і онуків.



ОЛЕНА, 38 РОКІВ

**ПІДПРИЄМЕЦЬ, БАГАТО ЧАСУ
ПРИДІЛЯЄ ВЛАСНІЙ СПРАВІ.**

– Великдень – чудова **можливість відпочити**, насолодитись спілкуванням з рідними, скуштувати смачної їжі. На жаль, я не маю багато часу на приготування традиційних страв, проте люблю накрити щедрий стіл. Ще один нюанс – немає можливості бігати по крамницях, тому обираю доставку продуктів з «АТБ».

Паски я однозначно купуватиму, подобається пробувати різні смаки. Фарбування і прикрашання яєць – чудова розвага для донечки, тому щороку закуповую багато різних наліпок.

Замовлю м'ясну нарізку асорті, різні види сиру. Щось із м'ясних заготовок, замариноване м'ясо, щоб швидко запекти в духовці з овочами. На бутерброди візьму шматок лосося чи форелі в «АТБ», в них завжди гарна ціна.



БОГДАН, 14 РОКІВ

**МРІЄ СТАТИ ДИЗАЙНЕРОМ.
ВЕЛИКДЕНЬ ДЛЯ НЬОГО - ЩЕ
ОДИН ПРИВІД, ЩОБ УТИЛИТИ
СВОЇ ТВОРЧІ ІДЕЇ В ЖИТТЯ.**

– Я відвідую художню школу і гурток дизайну, тому до кожного свята намагаюсь **придумати щось цікаве**. Зробив із синіх і жовтих ниток кілька пташок – як декор для великоднього кошика.

КОШИК СВІТЛАНИ:



КОШИК ОЛЕНИ:



Хочу скомбінувати їх із готовими прикрасами, що продаються в «АТБ».

Попросив маму купити перепелині яйця, буду розфарбовувати їх харчовими барвниками. Також разом прикрасимо домашні паски. Щодо м'ясних страв, то цим завідують батьки. Проте я люблю пожувати щось смачненьке біля комп'ютера, **тому додав би до великоднього кошика м'ясні чіпси і ковбаски-кабаносі, асорті горіхів.**

А з солоденького – шоколадні сирки з кокосом чи ваніллю з «АТБ», я їх дуже люблю. Запити все можна колою чи соком.



МАРІЙКА, 5 РОКІВ

**ЛЮБИТЬ ПРИКРАШАТИ ПАСКИ Й
ШУКАТИ ПОДАРУНКИ ВІД
ВЕЛИКОДНЬОГО ЗАЙЧИКА.**

– Я зберу свій власний маленький кошик, який мені подарував хрещений. Туди покладу пасочку, яку гарненько посиплю цукровими зірочками. Також додам крашанки, до яких самостійно оберу святкові наліпки.

Буде в моєму кошику апельсиновий сік, сосиски «Тигрєня» з «АТБ», які дуже люблю. **На Великдень я прокидаюсь рано-рано і швиденько біжу шукати подарунки від зайчика – шоколадні яєчка.**

Їх теж беру до церкви.



завжди допоможе наповнити кошик на будь-який смак та гаманець.

Пам'ятайте, Великдень – це світле свято радості, турботи та миру! Тож не забувайте дбати один про одного, підтримувати та допомагати.

ПОШТОВА АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:
49094, М. ДНІПРО,
ВУЛ. НАБЕРЕЖНА ПЕРЕМОГИ, 25А
E-MAIL: PR@ATBMARKET.COM

ГАРЯЧА ЛІНІЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОРПОРАЦІЇ «АТБ»



0 800 500 415

ЧАС РОБОТИ З 8.00 ДО 22.00

ДЗВІНКИ В МЕЖАХ УКРАЇНИ БЕЗКОШТОВНІ