

Петр Столяров: «Чтобы двигаться вперед, надо иметь информацию и постоянно совершенствоваться»



Минскому хлебозаводу № 3 КУП «Минскхлебпром» исполнилось 70 лет. Мы поговорили с директором предприятия Петром Павловичем Столяровым о том, как преобразился завод за эти годы, чем радует покупателей.



С годами завод не стареет, а, напротив, становится все более современным, одним из первых подхватывает актуальные тренды. Это здесь были разработаны и выпускаются диетические хлебы «Геркулес», «Овсянник», бессолевой «Приморский» и другие полезные хлебобулочные изделия. Хлеб с салом «Охотничий», который буквально взорвал соцсети – тоже продукция хлебозавода № 3 КУП «Минскхлебпром». И «Маяк» с семечками, и вкуснейшие штрудели, и «Шакотисы», и много-много другой продукции, полюбившейся потребителям.

Все 70 лет своей биографии завод непрерывно развивался. Каждый руководитель предприятия вносил свою лепту. Дмитрий Макарович Ткачев возглавлял предприятие с первых дней и проработал директором завода 28 лет, заслуженно получив за свой вклад в развитие хлебопекарной отрасли орден Трудового Красного Знамени. 22 года возглавлял предприятие Борис Леопольдович Кацев – с 1981-го по 2003-й. Его преемник Петр Павлович Столяров работает в отрасли уже 42 года, из них 20 – директором хлебозавода

№ 3 КУП «Минскхлебпром». До этого он 10 лет руководил хлебозаводом № 4. А первым местом работы Петра Павловича был хлебозавод «Автомат», где он начинал слесарем-ремонтником 5 разряда, и уже через год возглавил ремонтный участок отдела главного механика. На хлебозавод № 6 он пришел главным механиком, потом шесть лет работал там же главным инженером. С большим уважением рассказывая о заслугах своих предшественников, он признал, что работу на хлебозаводе № 3 КУП «Минскхлебпром» пришлось начать с большой реконструкции. Завод работал интенсивно, оборудование, которое служило много лет, износилось и морально устарело, ассортимент требовал обновления, а покупатель становился все более требовательным.

От черного ржаного до функциональных хлебов и изысканных сладостей

– Пришлось сделать полную модернизацию всех производственных площадок. Начали с хлебного участка, где надо было поменять все печи старого поколения, – рассказывает Петр Павлович. – Сначала ведь завод был ориентирован на выпуск одного формового хлеба, который со временем стал меньше пользоваться спросом. Потом пришлось выходить на подовые сорта хлеба, выпуск сдобного батона. Мы пошли еще дальше, перешли на хлебы заварные, с добавками. Создали линейку хлебов для рационального и функционального питания. Так появились «Овсяник», «Геркулес», «Здоровое сердце», «Английский». Особенность этой линейки хлебов – без опарного способа тестоведения, повышенное содержание пищевых волокон за счет внесения в рецептуры пшеничных отрубей, овсяных хлопьев, семени льна и экструзионной муки, замены сахара на экстракт стевии. Это позволило поднять и объемы, и выпуск, найти своего потребителя. Разработали рецептуру и освоили выпуск цельнозернового хлеба «Корабельный» с высоким содержанием пищевых волокон, хлеба «Приморский» с ламинарией и без добавления соли.

Фактически полностью был модернизирован и кондитерский участок – самый старый в КУП «Минскхлебпром». Пришлось делать перекомпоновку помещений, усиливать строительные конструкции, достраивать дополнительные помещения, приводить кондитерское производство в соответствие с современными требованиями. К счастью, на кондитерском производстве у нас хорошая команда, профессионалы, мастера своего дела. Разработали новые виды кондитерских изделий и сформировали технологические процессы, расширили ассортимент.

Завод славился пряниками, которые выпускались до 5 тысяч тонн в год. Но надо было развиваться. По предложению объединения установили на заводе единственную на то время в Беларуси линию по производству бисквита и изделий из него, достигли объемов продаж 800–850 тонн в год.



Путем реконструкции существующих помещений создали производство восточных сладостей, производство Шакотисов (не только тортов, но и сладостей мучных из того же теста). Для Беларуси это практически эксклюзив, мало кто занимается производством такого продукта.

Помимо территориальных перестроек была произведена полноценная реконструкция предприятия. У завода есть отдельно выделенная площадка на улице Л. Чайкиной – там выпекали сдобные булочные изделия, до 5 тонн в сутки. На этом участке тоже провели и строительную, и технологическую реконструкцию, переместили сдобные булочные изделия на основную площадку, а на тех площадях построили экструзионное производство и наладили выпуск кукурузной палочки.

– **Петр Павлович, как можно охарактеризовать хлебозавод сегодня? И появилось ли в его ассортименте что-то принципиально новое?**

– Это самое многопрофильное предприятие в Беларуси с удельным весом производства кондитерских изделий в общем объеме КУП «Минскхлебпром» 36–38%. Выпускаются все виды хлебобулочных изделий, широкий ассортимент кондитерских, торты. Недавно мы начали производить пироги с начинками – ягодными, овощными, рыбными, с мясом птицы.

Правильно говорят: один в поле не воин. Мне повезло с коллективом. И я благодарен руководителям завода, которые создавали и развивали это предприятие. Построена была система производства, кадровая, поэтому я своими людьми горжусь. Мы уважаем интересы наших покупателей и с вниманием относимся к запросам торговли. Сегодня другие отношения к производителю, есть жесткая конкуренция на рынке. Поэтому все непросто, но предприятие старается работать на опережение.

Сегодня объемы производства зависят от объемов продаж. И работа коммерческой службы не менее важна, чем работа хлебопеков и кондитеров. Специалисты по продажам не только продают, но и изучают спрос, тенденции, дают информацию. Их работа – ежедневный поиск.

В СОСТАВЕ ХЛЕБОЗАВОДА № 3 КУП «МИНСКХЛЕБПРОМ» – 4 ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УЧАСТКА, ГДЕ КАЖДЫЕ СУТКИ ВЫРАБАТЫВАЕТСЯ 20–30 ТОНН ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ПОРЯДКА 13 ТОНН КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ.



Чтобы двигаться вперед, надо иметь информацию и постоянно совершенствоваться. Хлеб – как бальный танец: когда ты опаздываешь, тебе наступают на пятки.

Завод развивается. Ежемесячно дегустационные комиссии оценивают новые изделия. Работа продолжается. В хлебе и кондитерке ничего никогда не заканчивается и ничего не забывается. Чтобы у потребителя был выбор, мы возвращаем классическое производство, классические технологии, возрождаем подзабытые рецепты.

Производство того же хлеба «Охотничий» с салом, линейки Шакотисов я начинал еще на 4-м хлебозаводе КУП «Минскхлебпром», и решил здесь возобновить. В то время еще не было таких торговых сетей, гипермаркетов с большой проходной способностью, поэтому продукция не получила такого резонанса, как сейчас. А Шакотис мы не просто возобновили, но и расширили ассортимент. На основе праздничного торта-«дерева» сделали линейку – со сметаной, со гущеным молоком, сладости мучные.

А пироги? По большому счету это же не ново. Мы просто решили попробовать – и все получилось. И по качеству, и по цене. Классика – это формула жизни, наверное, все остальное приходит и уходит.

Сейчас мы воссоздали по классическим технологиям, с классическим набором сырья «Киевский». В настоящее время оформляем коробку, название продумываем. «Киевских» много, надо обозначить, что наш – это и есть «тот самый».

«У нас такие традиции хлебопечения, что все полезно, но должна быть во всем мера»

– «Балтийский», «Корабельный», «Приморский», «Маяк» – откуда у белорусского хлеба такие «морские» названия? Это как-то и правда связано с морем?

– Есть такое. Дело в том, что я проходил срочную службу в военно-морском флоте. Есть и определенная географическая составляющая в этих названиях. В Прибалтике темные заварные хлеба – традиция. И белорусам она пришлась по вкусу. Я считаю, это хорошее направление в развитии хлебопечения в отрасли.

Создать бренд и угадать – это работа коллектива. Наладить технологический процесс, добиться качества, аромата – это кропотливый труд. Когда в Беларуси появились первые темные заварные сорта хлеба – это был взрыв в хорошем смысле слова. Когда созданная тобой новинка нравится потребителю, другой награды пекарю и всему коллективу хлебозавода не надо. Если продукция востребована – это лучше любой награды.

– **А у вас есть любимый хлеб?**

– Нет. Я люблю и ем любой хлеб, который у меня есть на столе. Сегодня очень большой выбор, качество хлеба хорошее, каждый может выбрать по вкусу и с учетом своего здоровья. Я бы не работал в хлебной отрасли, если бы сказал, что какой-то хлеб или булки плохие, это грех. У нас такие традиции хлебопечения, что все полезно, но должна быть во всем мера. И не хлебом же единым жив человек. В изобилии и другие продукты, у человека есть выбор по его потребностям и возможностям.

Я не представляю жизни без хлеба. Помню до мелочей с далекого детства, как бабушка пекла хлеб в деревне. Я специально вставал раньше всех, чтобы наблюдать за этим процессом: как она выкатывает в дежу деревянную и замешивает хлеб, выкладывает его на большую лопату и садит в печь, а потом достает из печи и раскладывает на большие льняные полотенца на дубовый стол. Она добавляла в хлеб мед, тмин – хлеб был очень вкусный, а бабушка была хлебопеком от Бога. Наверное, эти незабываемые впечатления и привели меня в хлебопечение.

– **Ассортимент хлебозавода невероятно большой, новинки появляются постоянно. А какие хлебобулочные изделия можно назвать настоящими долгожителями, которые пользуются спросом не один десяток лет?**

– Это классика – хлеб «Бородинский», торты «Ленинградский», «Сказка», пряники сырцовые и заварные, печенье овсяное. Кстати, классика продается лучше всего. Предприятия «Минскхлебпрома» работают на живых культурах, как и прежде. Поэтому наш хлеб вкусный и ароматный. Хоть и затратный, трудоемкий. Когда работает система и есть команда – справляемся. Мы не знаем, что такое «тяжело», мы знаем, что такое «надо».

По вопросам сотрудничества и приобретения продукции хлебозавода № 3 КУП «Минскхлебпром» обращайтесь по телефонам:

Отдел маркетинга хлебозавода № 3:

+375 17 303-80-01, +375 29 630-40-73;

Зам. генерального директора по производству:

+375 (29) 637-13-62

E-mail: mhp@minskhleby.by

УНП 100156428

Раиса Юдина

СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ – 36 ЛЕТ. БОЛЕЕ 83% – ЖЕНЩИНЫ.