

ОАО «Слуцкий хлебозавод»: зарплату нам платит покупатель



ОАО «Слуцкий хлебозавод» демонстрирует устойчивый рост. За последние шесть лет на предприятии удалось повысить объем ежемесячного производства продукции с 750 до 1250 тонн, вдвое увеличить выручку, расширить штат с 320 до 390 сотрудников, почти на 1000 рублей повысить среднюю заработную плату по предприятию.

Если шесть лет назад слуцкие хлебопеки реализовывали в Минске 7–8 тонн продукции в год, то сейчас – около 300 тонн.

Постоянное техническое перевооружение идет в хлебобулочном и кондитерском цехах. Повышение объемов производства кондитерского участка потребовало увеличения численности сменных бригад с 9 до 15 человек. В ХБУ принято решение о закупке новой технологической линии по выпуску батонобразных изделий, кулера, полуавтомата для нарезки и упаковки. Это позволит увеличить объем производства ХБИ до 50 тонн в сутки.

О секретах успеха редакция журнала «Пекарь & Кондитер» расспросила директора ОАО «Слуцкий хлебозавод» **Дмитрия Чирца**.



Директор и его команда

До назначения на хлебозавод Дмитрий Чирец более десяти лет возглавлял колхоз имени Чкалова еще до преобразования его в предприятие «Витко-Агро». В 2016 году Д.Д. Чирец был назначен директором хлебозавода и с тех пор уверенно развивает это предприятие.

– В чем успех? Почти все руководители ключевых направлений проработали здесь более десяти лет. Не надо сдерживать инициативу специалистов – надо дать им все возможности показать свой профессионализм. Зарплату хорошую платить, внимание уделять, помогать словом и делом, стимулировать. Руководитель же должен быть примером для подчиненных, соблюдать дисциплину, – считает директор.

На ежедневных планерках перед специалистами стоит одна главная задача: зарабатывать столько денег, чтобы их хватало на все: на покупку сырья, на ремонт оборудования и закупку новых агрегатов, на внедрение новых видов продукции, оплату труда и, конечно же, на модернизацию и строительство. Всю свою трудовую жизнь Д.Д. Чирец занимался строительством и знает: если не будешь строить – не будет и перспектив развития у предприятия.

Дмитрия Чирца на заводе называют Руководителем с большой буквы. Говорят, что он умеет найти подход к людям, начиная от специалистов и заканчивая простыми рабочими. Он живет делом, которое делает. Он грамотный хозяйственник и рачительный хозяин. Он может собрать команду, мотивировать и мягко направлять ее. А команда – это все работники предприятия от директора до уборщика помещений.

Во всяком случае, так отзываются о директоре руководители подразделений и участков.



Слуцкая булочка в самолетах «Белавиа»

Инна Ракитская работает на хлебозаводе с 2005 года. Начинала в должности контролера пищевой продукции, затем долгое время трудилась инженером-технологом, последние два года – начальником производственной (технологической) лаборатории (ПТЛ).

ПТЛ называют сердцем завода. Сотрудники лаборатории отвечают буквально за все, начиная с входного контроля сырья. Каждая партия сырья должна сопровождаться документами, подтверждающими его качество и безопасность, а также соответствовать требованиям ТНПА по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям. Оценку качества готовых изделий на соответствие требованиям ТНПА осуществляет также производственная (технологическая) лаборатория. Основными функциями ПТЛ являются: про-

изводственно-технологическая работа; лабораторная работа; метрологическое обеспечение средств измерений ПТЛ; проведение работ по декларированию продукции; делопроизводство и взаимодействие со структурными подразделениями предприятия и сторонними организациями.

Честность перед покупателем и требовательность к себе выливаются в бескомпромиссность технологического контроля: «С нами нельзя договориться», – гордится Инна Ракитская.

Широта ассортимента «Слуцкого каравая» диктует длинный список поставщиков сырья. Основные объемы муки поставляют Слуцкий комбинат хлебопродуктов, дрожжи – СООО «Интерферм» (г. Слуцк), сахар – Слуцкий сахарорафинадный комбинат, сметану и сливочное масло – Слуцкий сыродельный комбинат, что обеспечивает не только высокое качество, но и минимальное логистическое плечо.

– Мой рабочий день начинается с хлебобулочного участка, где в начале восьмого заканчивается отгрузка, – рассказывает Инна Евгеньевна. – Всем хочется самой свежей и самой вкусной продукции. И на Слуцком хлебозаводе нашли этот индивидуальный подход к каждой торговой точке.

Мы работаем с замечаниями, вступаем в диалог с покупателями, доводим до них наше мнение. Ведь вкусовые пристрастия очень индивидуальны. Кому-то кажется, что торт суховат, а кто-то возмутится: «Зачем вы мне торт промочили!?» Выяснив таким образом вкусы покупателя, мы советуем, какой торт из нашего ассортимента ему обязательно стоит попробовать.

Для нас качество – нечто большее, чем вкусный батон или торт. Качество – это результат слаженной работы всех подразделений: отделов главного механика, главного энергетика, начальников лаборатории, хлебобулочного, кондитерского и сахарного участков.

Доброе дело надо совершать с хорошими мыслями. Слуцкие ткачихи пели за ткачеством знаменитых поясов. Так и у нас, например, при разделке булок ручной формовки – только с положительными эмоциями! Еще более яркий пример – наше желание петь, танцевать при изготовлении пасхи. Это тоже входит в понятие качества продукции.

В Беларуси очень вкусные хлеба – покупатель к этому привык, и если ему попадет некусная продукция из Слуцка, второй раз он ее не купит. Наши козыри – хлебобулочная продукция, заварные хлеба по классической, четырёхстадийной технологии. Хлебы «Слуцкого каравая» дают возможность заботиться о своем здоровье. Мы производим то, что хотели бы, чтобы ели наши дети.

Наша булочка уже три года летает в самолетах «Белавиа» – это хорошая реклама, которую помогают делать сами пассажиры, присылая фото с различных рейсов из разных стран мира, – гордится Инна Ракитская.

Ярким проектом называет поштучную булочку, которую делают на основе хлеба «Фитнес» с морковью для «Белавиа», начальник службы продаж Алексей Пекарь. «Можно сказать, что уже около трех лет мы летаем над миром. Мы зашли в авиационное питание уже и с пиццей, с «лодочками», упакованными кексами и другой кондитеркой», – отмечает Алексей.





У входа в цех ХБУ висит девиз-напоминание: «Зарплату нам платит покупатель». Значит, надо произвести такой продукт, попробовав который, покупатель будет в следующий раз искать его на прилавках магазинов.

Хлебобулочный цех никогда не спит

У входа в цех ХБУ висит девиз-напоминание: «Зарплату нам платит покупатель». Значит, надо произвести такой продукт, попробовав который, покупатель будет в следующий раз искать его на прилавках магазинов.

В зависимости от заявок хлебобулочный участок выпускает 35 – 45 тонн продукции в сутки. Участок состоит из 4 технологических линий: производство формовых ржано-пшеничных и ржаных хлебов; подовых ржано-пшеничных и ржаных хлебов, батанообразных изделий, булочных изделий, выпекаемых на листах и в формах.

– В рамках модернизации, ведущейся с 2016 года, здесь был установлен массивный шкаф окончательной расстойки, позволяющий на одной линии выпекать батанообразные и изделия на листах и в формах. Также установлена автоматическая линия по нарезке и упаковке ХБИ, – рассказывает начальник хлебобулочного участка **Ольга Шилович**.



Ночью хлебобулочная экспедиция кипит, словно муравейник. Продукция комплектуется и отгружается в ассортименте по заявкам более чем 1200 торговых точек. В экспедиции царят чистота и слаженность.

На Слуцком хлебозаводе установлены целых три специальных моечных машины для оборотной тары. С их помощью вся поступающая из магазинов тара в обязательном порядке моется, дезинфицируется, высушивается.

Самые сладкие и высокомаржинальные

Кондитерский участок выпускает 94 тонны кондитерских изделий в месяц и 488 тонн за полугодие: кексы, торты, пирожные, пряники, овсяное печенье. В связи с обилием заявок участок готовится перейти на круглосуточный режим работы.

За смену здесь производится 1,5 тонны пряников, около тонны мягких кондитерских изделий. Количество выпускаемых кексов выросло до 8–9 тонн в месяц.

Под брендом «Слуцкий каравай» реализуется широкий ассортимент кексов: вкусных, традиционных, со сроком годности от 15 (детские) до 30 суток (с изюмом) в упаковке. Кекс «Детский» на ура уходит в детские сады, школы, ведь его состав просто подкупает (сливочное масло и творожок). Огромной популярностью пользуется кекс с изюмом; новинкой стал кекс со смородиной.

«Слуцкий каравай» славится тортами «Эстерхази», «Киевский», абсолютный топ симпатий – торт «Слуцкий смак».

Торт «Эстерхази» был удостоен Гран-при 1 степени, торты «Лавандовый» и «Поль Робсон» – золотых медалей смотра качества «Смакота-2021».

Два экзотических названия из этих трех – идеи бывшего начальника лаборатории Марии Дмитриевны Гусак, которая посвятила заводу 40 лет своей жизни. «Эстерхази» считается классическим австрийским тортом. «Поль Робсон» – так в честь популярного в СССР американского певца и актера назывался семейный торт с грецким орехом, который делала ее мама, уроженка Украины. На Слуцком хлебозаводе попробовали повторить, и удачно, песочный полуфабрикат ее детства.

Устойчивым спросом пользуются торты на заказ, которые можно выбрать по каталогу или на сайте www.каравай.бел. Кондитеры будут внимательны к индивидуально выбранному весу, отделке и учтут все особенности.

На технологической линии по производству пряников и печенья изготавливают новинку – пряники с натуральными начинками «курага», «чернослив» и «курага – лимон». По соседству производится воздушно-ореховый полуфабрикат для торта «Киевский», входящего в тройку лидеров продаж. Рядом изготавливаются выпеченные полуфабрикаты: песочные, медовые бисквиты, бисквиты с черносливом и сгущенкой. В цеху установлены новенькие тестомесильная и бисквитная машины. Миксер для взбивания имеет подвесной чан большой емкости, операции с которым минимизируют ручной труд.

На моих глазах идет формовка заварного пряника «Гребешок». Есть в ассортименте и пряники со сгущенным молоком, с натуральной сушеной мятой, с начинками и без.

– За 33 года моей работы на хлебозаводе проведена самая масштабная модернизация, – рассказывает начальник кондитерского участка **Инна Махлай**. – В последнее время приобретено множество холодильных камер для выстойки тортов, взбивальные машины, тестомес. Модернизированы линия производства пряников и печенья и отделение хранения картонной тары, моечное отделение, перенесена на новое место глазировочная машина, сделан ремонт в кремовом отделении. Подача меда и сахарного песка организована бестарным путем, что исключило тяжелый ручной труд.

Качество продукции – это и свежесть торта, и соблюдение всех режимов при его производстве. Теперь благодаря достаточным холодильным мощностям ни один готовый торт не остается вне них более часа.



На участке мягких кондитерских изделий

В пекарском зале работают ротационные печи, здесь готовится «песочка» для торта «Ленинградский», полуфабрикаты для торта «Домашний» со сметаной. Через измельчитель пропускают чернослив для торта «Поль Робсон»: ассортимент тортов широкий, добавок в них предусмотрено много.

Новое направление – сухарно-бараночное

В 2020 году было закончено строительство сухарного участка в пустовавшем до этого 20 лет старом здании на территории завода. С его вводом в действие было открыто новое для предприятия сухарно-бараночное направление, которое дает около 30 тонн продукции в месяц и с развитием которого связывают большие перспективы.

Сухарики-грэнки получили название Ringas, и сейчас их линейка вкусов продолжает расширяться.

Экскурсию по сухарному участку проводит главный инженер **Андрей Метла**.

Сухарный участок оснащен ротационными печами и расстойными шкафами Real Forni, печами «СПМедиум» и IBIS. По мере роста продаж сухарной продукции его тоже думают перевести на круглосуточную работу.



Любовь к покупателям

О секретах успеха предприятия мы спросили и 34-летнего **Алексея Пекаря**, который работает на хлебозаводе с 2010 года и с 2016 года возглавляет службу продаж.

– Ничего нельзя сделать, если нет команды и понимания внутри нее, – считает Алексей. – Хотел бы выделить начальника цеха ХБУ Ольгу Владимировну Шилович и начальника кондитерского участка Инну Михайловну Махлай. Они работают на протяжении уже более 15 лет, знают свое дело и умеют эластично выстроить производство, чтобы в срок выполнить заявки.

В лаборатории создана группа по новым видам продукции, она и дегустационная комиссия помогают расширять ассортимент. Повышаем квалификацию в ходе мероприятий в Москве, Санкт-Петербурге, а также по Беларуси. Привозим в Слуцк новинку, даем задание лаборатории, ведущий маркетолог Е.Г. Шахнер разрабатывает дизайн упаковки. Покупатель знает наш бренд и нашу упаковку.

Служба продаж включает в себя семерых специалистов. На протяжении последних пяти лет ключевой фигурой отдела является логист, ведь на данный момент ОАО «Слуцкий хлебозавод» отгружает в более чем тысячу адресов около 1100 тонн хлебобулочных, кондитерских и сухарно-бараночных изделий в месяц.

– Если раньше нашей задачей было обеспечить хлебом Слуцк и район, то теперь мы охватываем абсолютно всю Минскую область и многие другие регионы. В день отгружаем более 80 машин, из которых около 30 везут продукцию в Минск. Работаем со всеми республиканскими торговыми сетями, что и приносит большую часть выручки, – рассказывает начальник службы продаж.



– Перспективы увеличения продаж видим в столице. В Минск можно отправлять высокомаржинальную продукцию, хлеб с семенами, морковью и другими добавками. Самая серьезная конкурентная борьба разворачивается за полку в минском гипермаркете. И чтобы выиграть, изделию мало быть вкусным, свежим, интересным. Ведь и другие тоже производят вкусную, качественную, интересную продукцию.

– «Слуцкий каравай» – это в первую очередь местный бренд. По городу Слуцку мы доставляем продукцию три раза в день: утром, после обеда, а также делаем довозы. Довоз продукции должен быть очень быстрым, особенно в праздники. Нужно положить хлеб с пылу с жару в три фирменных магазина, три павильона и один ларек, чтобы идущие с работы могли купить его теплым. Это тоже увеличивает спрос и покупательную способность населения. Открыть один из трех фирменных магазинов в здании хлебозавода было инициативой директора. Этот магазин дает товарооборот более 150 тыс. рублей. Нашу продукцию знают, за ней приходят. Люди заезжают сюда даже с трассы, связывающей Минск и Микашевичи. А на Пасху стоит очередь метров 50.

Есть планы расширить этот магазин, открыть собственные розничные продажи в Минске.

Социально значимая и неупакованная продукция реализуется в основном в Слуцке и районе. Доля упакованной продукции стремительно приближается к 100%. Ведь это удобно: взял фасовку, достал несколько кусочков, остальное обратно зафасовал под клипсу – так хлеб сохраняет свою свежесть в течение трех суток. Упаковка – это лицо продукта, первый фактор, позволяющий выдерживать конкуренцию на полке. Но без высоких вкусовых качеств «красивое лицо» не позволит делать успешные продажи.

Цифры роста

За период 2016 – 2021 гг. ОАО «Слуцкий хлебозавод» удалось увеличить объемы производства продукции с 9 441 тонны до 11 759 тонн в год, то есть на 124,6%. Объем производства хлебобулочных изделий за 2021 год вырос на 22,5%, кондитерских изделий – на 59% к уровню 2016 года.

За 8 месяцев 2022 года среднемесячный объем производства продукции составил 1 166 тонн, что на 48% выше, чем в 2016 году.

Рост объемов производства позволил вдвое увеличить выручку от реализации продукции за период с 2016 по 2021 год. За январь–август 2022 года выручка от реализации продукции составила 30 607 тыс. рублей (146,6% к уровню 2021 года). Рентабельность продаж за год достигает 7–8%.

Хорошие показатели финансово-хозяйственной деятельности обусловлены ростом объемов реализации продукции, поиском новых рынков сбыта, постоянным расширением ассортимента, разработкой новых видов изделий, а также созданием новых производственных мощностей.

Поскольку раньше случане не работали в сегменте снековых изделий, сухарно-бараночное направление для них несет в себе много нового.

– Для нас эта новинка сильно отличается от всего прочего ассортимента, для нее нужны другие матрицы, – отмечает Алексей Пекарь. – Наши сухари – не к пиву, это соленый продукт для перекуса с различными вкусами: зелень, грибы, сыр, баварские колбаски, чеснок. Сейчас разрабатываем Ringas со вкусом краба. Спрос на Ringas насыщаем пока внутри страны.

По мнению начальника службы продаж, в перспективе все большую роль для «Слуцкого каравая» будет играть замороженная продукция, сдоба и торты.

Как считает Алексей Пекарь, расширение выпуска батонобразной продукции будет весомым плюсом для реализации ХБИ, ведь сегодня, чтобы работать в таком ритме, нужно гарантировать отсутствие сбоев не только человеческого фактора, но и оборудования. «Не выполнить контракт с покупателем мы не имеем права», – убежден специалист.

«Упаковка – как фильм»

Как уже было сказано, процент упакованной продукции хлебозавода растет из месяца в месяц. Вся упаковка «Слуцкого каравая» разработана под руководством **Елены Шахнер** – ведущего маркетолога, работающей уже 16 лет. Благодаря ей родились и развиваются сайты www.slhleb.by, www.каравай.бел и соцсети компании (Instagram, TikTok, Вконтакте, YouTube).



– Упаковка, как фильм, должна быть ориентирована на определенного «зрителя», – делится Елена Геннадьевна. – Нам надо решить, что вынести на лицевую сторону. Поколение зуммеров уделяет упаковке максимум две секунды, в то время как поколение бумеров – 15 секунд. Следующее поколение «альфа» почти не видит разницы между реальным и виртуальным миром, с трудом концентрируется и постоянно потребляет информацию. А значит, картинка все активнее начинает вытеснять текст. Например, посмотрев на упаковку нового хлеба «Фитнес плюс» ржаной», покупатель поймет, что в нем есть морковь, оценит направленность на здоровое питание. И усвоит дальнейшую информацию о том, что в хлебе есть спельтовая мука, семена и овощи.

Научиться продавать дешевый продукт может каждый, но настоящее умение – продавать дорогой, считает специалист, имея в виду торты. «Торт, как хороший кофе, товар для удовольствия. И поэтому ему нужна красивая и премиальная упаковка», – рассуждает ведущий маркетолог. Об интересе к тортам «Слуцкого каравая» говорят и отзывы в соцсетях.

– Через соцсети нас очень часто хвалят, – отмечает Елена Геннадьевна. – У нас очень доброжелательные подписчики, которые не ленятся благодарить. Даже если им что-то не нравится, они вежливо скажут об этом нам в direct, а не на всеобщее обозрение. Мы любим своих покупателей и благодарны им.

В следующем году Слуцкий хлебозавод отметит свое 70-летие. Десятилетиями накапливая опыт, возрождая многовековые традиции, используя уникальные знания и творческий потенциал ключевых специалистов, прирастая цехами и технологиями, поймав волну спроса и удерживая лидерство, предприятие уверенно движется в будущее.

Коллектив благодарит всех, кто внес свой большой вклад в развитие предприятия, посвятил годы жизни работе на Слуцком хлебозаводе, и желает им крепкого здоровья, удачи и отличного настроения.

Дмитрий Станюта, редактор

По вопросам сотрудничества и приобретения продукции ОАО «Слуцкий хлебозавод» обращайтесь по тел./факс.: +3751795-44429, моб.: +37544-7366645 market@slhleb.by www.slhleb.by

УНП 600154157