



Хлеб всему голова

Когда нынешние специалисты вспоминают, какой ценой далась стабильность, высокое качество продукции, самыми трудными называют годы с 1992 по 1998. Время так называемого дикого рынка, когда везде и всюду появлялись мини-пекарни, потребители ещё не «насытились» яркими обёртками заморских сладостей, было обилие самой различной муки по демпинговым ценам. Тогда, во времена насыщенного предложения более дешёвого сырья, переславский хлебозавод не прекратил сотрудничества со своим давним партнёром — Ярославским мелькомбинатом. Потому что была уверенность в качестве его продукции, порядочности руководства при сделках. И переславские хлебопёки не ошиблись, ни разу партнёры их не подвели — мука по сей день поставляется только высокого качества. Но это лишь звено в той цепочке, которая ответственна за качество выпускаемой продукции. Нужно было кардинально менять систему печей, отказываться от жидкого топлива, строить свою котельную. Возникла необходимость в технических специалистах, и они пришли — действительно мастера своего дела, сумевшие произвести тихую революцию. Да, именно так теперь называет всё то, что пришлось пережить предприятию несколько лет назад, его генеральный директор Михаил Тремль.

— Мы одни из первых построили свою котельную в городе, перешли на отопление природным газом, выиграли во многом, — говорит Михаил Юрьевич, — и ничего бы не достигли, если бы успокоились. Но мы пошли дальше.

Была реорганизована структура управления, технологи работали вплотную с механиками, что позволило так наладить режим в печах, что продукция стала получаться явно более вкусной и выглядеть аппетитней. Покупатели это заметили, увеличился спрос, возникла необходимость в коммерческой службе сбыта, стали увеличивать количество своих торговых точек. Но и предприниматели уже не оставляли без внимания увеличившийся ассортимент продукции переславских хлебопёков. Стали работать под заказ, многие партнёры предпочитали включать в договор и транспортные услуги, пришлось увеличивать автоцех, сегодня там уже 18 единиц автомобилей. Свежевыпеченную продукцию везём и в Сергиев Посад, и в Ярославль, в Ивановскую область и в Юрьев-Польский. Сегодня у хлебозавода 200 заказчиков, в том числе развивается своя торговля, хотя руководство и старается быть гибким в отношении партнёров, но случается, что рынок жёстко диктует невыгодные условия, вот тогда свои 11 торговых точек оправдывают все сложности их содержания: обучение продавцов, аренда помещений, коммерческие затраты. Всему приходится учиться, потому что стоять на месте нельзя, у потребителя всегда есть выбор: ярославский хлеб, ростовский. Но свой, переславский, не только должен, а обязан быть вкуснее — так считают специалисты завода. И у них это получается. Почему? Да потому что не ограничиваются кондитеры и хлебопёки лишь стенами родного завода, а ездят за опытом к коллегам в Москву и Ярославль, на выставки, ярмарки. Но самое главное, следят за тем, что нравится покупателям. Например, из 20 наименований кондитерских и хлебобулочных изделий, которые освоили на заводе, активным опросом пользуются 12, и это считается нормальным явлением: значит, покупатели выбрали то, что действительно вкусно и приемлемо по цене.

У специалистов хлебозавода есть правило: покупатель всегда прав! И если идёт возврат продукции, значит, нужно анализировать, где не доработали, в чём не устраивает она население? Недавно, накануне православного праздника Пасхи, изготовили 10 тонн, а это более 20 тысяч штук, куличей. Работали без выходных, на своих местах были и руководители. Продукция получилась отменная! Раскупили всё, потому что куличи ничем не отличались от домашних.