

на традыцыях — іх развіваець»

На «Прадэкспа – 2013» прадукцыя завода атрымала адразу 6 галоўных узнагарод

ПА ПРАЦЫ І ЎЗНАГАРОДЫ

Яшчэ ў 1905 годзе прадукцыя прадпрыемства была адзначана Залатым медалём выставы ў Парыжы, а ў наступным, 1906 годзе, Залатым медалём Растойскай выставы пастаўшчыкоў імператарскага двара. У 1911 годзе адзначана Гран-пры Рымскай выставы.

Усяго ў «партфелі» прадпрыемства больш за 750 узнагарод. З іх 32 Гран-пры, 17 плацінавых знакаў якасці, звыш 300 залатых узнагарод, каля 140 сярэбраных, больш за 50 бронзавых медалёў. А таксама больш за 225 дыпламаў пераможцаў розных конкурсаў.

Стаўшы ў 2000 годзе лаўрэатам Прэміі Урада Рэспублікі Беларусь за дасягненні ў галіне якасці, прадпрыемства сёлета зноў пацвердзіла гэтае званне. Гэта ўзнагарода асабліва. З аднаго боку, прызнанне вынікаў работы на дзяржаўным узроўні. З другога — вялікая адказнасць, бо пацвярджаць сваю адпаведнасць статусу трэба пастаянна.

Дарэчы, крытэрыі прэміі супадаюць з крытэрыямі Еўрапейскай прэміі па якасці.

Прадпрыемства выхадзіла пераможцам конкурсаў «Лепшыя тавары Рэспублікі Беларусь», «Прадукт года», «Выбор года», «ГУСТ».

Брэнд «Крышталь» не аднойчы перамагаў у конкурсе «БРЭНД ГОДА».

Калі глядзець за апошнія гады, то ў 2011 годзе якасць прадукцыі прадпрыемства адзначана 33 узнагародамі рэспубліканскіх і міжнародных конкурсаў і выстаў.

Мінулы год прынес больш за 50 узнагарод, у тым ліку 13 залатых медалёў, два Гран-пры і «Зорку Прадэкспа».

А сёлета скарбонка ўзнагарод папаўнялася золатам 14 разоў. На «Прадэкспа – 2013» прадукцыя завода атрымала адразу 6 галоўных узнагарод. І не будзем забываць, што год яшчэ не скончыўся.



Аддзел маркетингу распрацоўвае стратэгію прасоўвання новай прадукцыі. Злева направа Вольга ПАРФЯНОВІЧ, Ганна ЗОЛАТАВА (начальнік аддзела), Аксана ФЯДОСАВА, Юлія ПЕРАВОЗІК.

Браты Ракаўшчыкі вяртаюцца

Слова — начальніку аддзела маркетингу Ганне ЗОЛАТАВАЙ.

— Лічым, што маркетинг патрэбна ўспрымаць як глабальную функцыю ў дзейнасці сучаснага прадпрыемства. Калі гаварыць пра нашу маркетингавую стратэгію ў 2013 годзе, то праводзім перш за ўсё сур'ёзны даследаванні рынку. Па тых яго сегментах, дзе ёсць пэўная ніша, прымаецца рашэнне аб выпуску новых відаў прадукцыі, каб заняць уласнае месца, заваяваць новыя пазіцыі.

Адначасова вядзецца распрацоўка новых ліней прадукцыі і ўніфікацыя ўжо існуючых, аптымізацыя асартымента партфеля. У выніку праведзеных за апошні час мерапрыемстваў колькасць SKU (гэта назва ўмоўнай адзінкі прадукцыі) скарацілася з 380 да 180. У наступным годзе збіраемся наогул скараціць да 130, што дазволіць яшчэ больш актуалізаваць асартымент і сканцэнтравць увагу на якасці прадукцыі.

Мы адшлі ад пасіўных продажаў да актыўных, пра што гаварыў Станіслаў Антонавіч. Ва ўсіх абласных гарадах адкрываюцца аптывыя склады. Да канца года з 24 да 28 вырасце колькасць фірменных магазінаў. А ў 2014 годзе ўласная гандлёвая сетка «Крышталь» будзе

Тры нашы структурныя падраздзяленні — аддзелы маркетингу, продажаў і лагістыкі працуюць у адной «звязцы», падпарадкоўваючы камерцыйнаму дырэктару, і мы будзем сваю работу ў цеснай узаемадзейнасці. У тым ліку клапацімся пра знешні выгляд прадукцыі, уключаючы новую тару і новыя этыкеткі. Знешні выгляд пры перавытворчасці, калі аднапільная прадукцыя розных вытворцаў па аднолькавай цане стаіць на паліцах магазінаў у вялікай колькасці, адзіравыяе вельмі вялікую ролю. Калі вока «заціпаецца» за знешні выгляд, за яркую этыкетку, то пакупнік бярэ гэтае, а не іншую прадукцыю. Мы ў патрэбным кірунку робім многае.

Праводзім і пастаянныя даследаванні спажывецкага попыту. Вызначаем, што карыстаецца большым попытам, у адпаведнасці з гэтым распрацоўваем новыя віды прадукцыі і выводзім іх на рынак.

Мы штогод удзельнічаем у прэстыжных міжнародных прафесійных дэгустацыйных конкурсах і выставах. Днямі ў сталіцы Казахстана, Алматы, прайшла выстава «WorldFood Kazakhstan». Там жа адбыўся прафесійны дэгустацыйны конкурс. І нашы новыя віды прадукцыі — лінейка «Браты Ракаўшчыкі» і прадукцыя гандлёвай маркі «Радзівілі» — занялі першыя месцы.

На гэтым тыдні ўдзельнічалі ў рабоце буйнейшай міжнароднай выстаўкі-ярмаркі харчовай індустрыі «Прадэкспа – 2013» у Мінску. Закрыты прафесійны дэгустацыйны конкурс у яе рамках праведзены на базе нашага прадпрыемства, у спецыяльна створанай для такіх мэт буйной дэгустацыйнай зале. Прадукцыя завода ўзнагароджана 2-ма Гран-пры і 4-ма залатымі медалямі. Гэта дзевятнашатая па ліку выстаўка-ярмарка «Прадэкспа». Наша прадпрыемства прымае ўдзел у ёй штогод і заўсёды атрымлівае букет узнагарод. Што напрамую сведчыць аб якасці нашай прадукцыі.

А крыху раней, у кастрычніку, на прафесійным конкурсе – дэгустацыі ў Нью-Йорку гандлёвая марка «Белая Русь» заняла першае месца, атрымала двойны залаты медалі і прызнана лепшай у 2013 годзе.

У гэтай сувязі патрэбна адзначыць работу нашых тэхнолагаў, якія распрацоўваюць новыя віды прадукцыі. Усе рэцэптуры, па якіх вядзецца выпуск прадукцыі, — гэта ўласнасць нашага прадпрыемства. Спецыялісты пастаянна вучацца, удасканальваюць свае веды, і іх уклад важкі і значны.

Свой плён даюць сустрэчы са спажывцамі. Гэта забяспечвае зваротную сувязь, дапамагае разумець тэндэнцыі і нават «дэмаць» нейкія неразумненні. Скажам, нядаўна падчас адной такой сустрэчы выступіў мужчына і задае пытанне: «Вось вы такое магунтае прадпрыемства, але я чуў, у вас не хапае ўласнай сыравіны, і вам завозіць спірт аж з Кітая...» На самой справе ў нас тры свае спіртзаводы, і яны цалкам забяспечваюць нас патрэбнымі аб'ёмамі сыравіны, а частку сваёй прадукцыі адпраўляюць на экспарт. Важна, што мы можам клапаціцца аб іх развіцці і дабівацца найлепшай якасці іх прадукту, ад чаго ў значнай ступені залежыць якасць канчатковай прадукцыі. Прычым толькі ў нас ёсць спірт «Крышталь супер-люкс» — больш ні ў кога.

Сярод задач, якія мы перад сабой ставім на бліжэйшую перспектыву, — укараненне ўніфікаваных стандартаў прысутнасці прадукцыі ў гандлёвых пунктах, а таксама развіццё трэйд-маркетынгу і далейшае развіццё мерчандайзінгу. На маё маецца далейшае павелічэнне нашай долі на рынку, асваенне новых яго ніш і сегментаў, на-рошчванне аб'ёмаў экспертных паставак.

налічвае 34 гандлёвыя пункты. Перавагі фірменнага гандлю агугнавадомыя, я называю толькі адну. Ён поўнацю выключае магчымасць таго, што на паліцу можа трапіць нейкі «левы», тым больш кантрафакты прадукт. Пакупнік, калі ідзе да нас у фірменны магазін, поўнацю давярае прадатцу, сустракае прафесійнае і ветлівае абслугоўванне.

На кожнай тэрыторыі (у вобласці) у нас з'яўца не толькі кіраўнікі па продажы і гандлёвыя прадстаўнікі, якія будуць наведваць гандлёвыя кропкі, але і каманды мерчандайзераў, якія зоймуцца грамадзянскай выкладкай прадукцыі. Ва ўмовах сённяшняй канкурэнцыі ўсё гэта — проста неабходныя аtryбуты рынку. Кваліфікавана «ўвайсці», упісацца ў эканоміку рэгіёну нам дапаможа наш сучасны лагістычны цэнтр. Наладжаныя з яго дапамога лагістычныя працэсы дазваляць дастаўляць прадукцыю да гандлёвых кропак сучасна і ў поўным аб'ёме.

Ужо сёння дзякуючы таму, што ў нас з'явіўся свой буйны гандлёва-лагістычны цэнтр, наладжана адзіная аўтаматызаваная сістэма кіравання лагістычнымі працэсамі. У прыватнасці, дзейнічаюць сістэмы кіравання складам (WMS), кіравання дваром (YMS), кіравання транспартам (TMS). Гэта дазваляе аптымальна выкарыстоўваць рэсурсы, скарачаць эксплуатацыйныя расходы, павышаць якасць абслугоўвання кліентаў і удасканальваць улік і дакументаабоарт. Калі ўспомніць, што толькі склад гандлёва-лагістычнага цэнтру займае 7000 квадратных метраў тэрыторыі і прадназначаны для захоўвання больш чым 350000 дал прадукцыі, то можна ацаніць важнасць праведзеных мерапрыемстваў.

Ноу-хау «класіку» не псеу

Пра тое, як новыя тэхналогіі дапамагаюць дабівацца высокай якасці прадукцыі, распавядае галоўны тэхнолаг Наталля БАРАНОУСКАЯ.

— У першую чаргу дабіваем высокай якасці сыравіны, якую пастаўляюць нашы ўрэцкі, Бярэзінскі і Хотайскі філіялы. І ёсць цэя рэактыфікацыя на галаўным прадпрыемстве. А пачынаецца ўсё з нарыхтоўкі збожжа, якое часткова вырошчваем самі, у нашым СПФ «Туча», астатняе закупаем. Пры рабоце з сыравінай галаўная ўмова — найстражэйшы ўваходны кантроль.

Вытворчасць вядзецца па класічнай тэхналогіі, але з выкарыстаннем уласных ноу-хау. У тым ліку пры вытворчасці спірту выкарыстоўваецца спецыяльная падрыхтаваная вада (метады яе падрыхтоўкі таксама з'яўляюцца ноу-хау прадпрыемства). Што забяспечвае прадукту асаблівую чысціню і мяккасць на смак.

Пры вытворчасці асноўнага прадукту выкарыстоўваецца вада са спецыяльных скважын, апрацаваная крэмніем. Прычым вада старанна падабрана да зыходнай сыравіны, яны цудоўна ўзаемадзейнічаюць. Як і іншыя інгрэдыенты: выкарыстоўваем іх у пэўных судносінах — у гэтым адзін з прафесійных сакрэтаў. Спажываецца раслінная сыравіна, многія травы закупаем, а частку вырошчваем самі.

Найбольш часта абіраем на старажытныя тэхналогіі і традыцыі, што існуюць спакон веку, пры вытворчасці бальзамаў. Напрыклад, бальзам «Беларускі» вырабляецца па «дэдаўскім» рэцэпце. У яго састаў уваходзяць экстракты (інакш кажучы, густыя, насычаныя настоі) 17 найменняў траў, для чаго выкарыстоўваецца сучасныя экстрактуры. Плюс мёд, праполіс — усяго 23 кампаненты.

З улікам старажытных рэцэптур выпускаюцца і бальзамы «Крышталь», «Белавежскі», «Чарадзей». Прычым, як і пры вытворчасці іншай нашай прадукцыі, прычыпова не выкарыстоўваюцца штучныя ароматызатары ці фарбавальнікі, сыравіна ўся натуральная — тое, што дае прырода. Той жа ароматызатар рыхтуецца шляхам канцэнтравання, і ў невялікіх судносінах дабуляецца ў гатовы прадукт, калі прадугледжана тэхналогія. Але гэта цалкам натуральны ароматызатар. І любы наш выбар экалагічна чысты.

Нацыянальныя традыцыі найбольш «адчуваюцца» і ў настоіцы «Белавежская», напрыклад, ці ў «Зуброўцы». Але звяртаемца да старадаўніх рэцэптур і ў астатніх выпадках.

У нас вельмі высокая тэхнічная аснашчанасць вытворчасці, працуюць сучасныя аўтаматычныя лініі. У тым ліку і сучаснае фільтрацыйнае абсталяванне, а таксама абсталяванне па апрацоўцы серабром — дзве новыя устаноўкі. Менавіта сярэбраная фільтрацыя надзвычай адчуваецца ўплывае на мяккасць і наогул на якасць прадукту.

Прэзентабельнасць, скажам так, прадукту залежыць і ад тыпа бутэлек. Набіваем яе і ў Рэспубліцы Беларусь, і за мяжой. У тым ліку прыгожую французскую бутэльку.

Мы пастараліся, каб уся новая прадукцыя гэтага года (і не толькі яна) была ў сучаснай упакоўцы — і лінейка прадукту «Браты Ракаўшчыкі» (такім чынам мы адраділі слінную гандлёвую марку, названую ў гонар заснавальнікаў завода), і чатыры новыя найменні лінейкі «Крышталь», і прадукт прэміум-класа «Радзівілі».

Так што якасць забяспечваюць якасная сыравіна, адпрацаваныя тэхналогіі плюс прафесіяналізм нашых работнікаў. У працы абіраемца на стандарты прадпрыемства, якія вызначаны фактычна для кожнай вытворчай аперачыі, унутрай працэдурі. А ўвогуле на «Крышталь» дзейнічае некалькі сістэм кіравання прадпрыемствам, якія грунтуюцца на міжнародных стандартах — сістэма менеджменту якасцю, сістэма менеджменту бяспекі харчовых прадуктаў (знакамітая НАССР), сістэма кіравання навакольным асяроддзем і сістэма кіравання аховай працы. Яны пастаянна развіваюцца і дапаўняюцца. Напрыклад, у апошні час у рамках сістэмы менеджменту якасці ўкаранёна метадыка ацэнкі эфектыўнасці працэсу «Закупкі» і праграма кіравання лагістыкай. НАССР прыведзена ў адпавед-



Лагістычны цэнтр абсталяваны ўсімі неабходнымі інжынернымі камунікацыямі.



Інжынер-тэхнолаг Аксана СІДАРЭНКА расказвае пра артэзіянскую свідравіну, глыбіня якой 290 метраў. Вада з гэтай свідравіны выкарыстоўваецца для вытворчасці ўсёй прадукцыі прадпрыемства.



насць з патрабаваннямі новай версіі СТБ 1470-2012.

Калі казаць пра дасягнутыя вынікі, то ўсё гэта дазволіла нашай прадукцыі атрымаць міжнародны сертыфікат кашэрнасці і эксертыфікат у Германіі.

Функцыянаванне астатніх сістэм дазволіла скараціць колькасць выкідаў забруджвальных рэчываў атмасферу на 14%, колькасць адходаў вытворчасці на 23%. На прадпрыемстве не было зарэгістравана ніводнага выпадку з цяжкім зыходам.

Калі ў гэтым сэнсе казаць пра перспектыву, то мы працуем над укараненнем новых міжнародных сістэм кіравання — ISO 22000 і патрабаванняў рэгламентаў ЕС.



Фірменны магазін у Стоўбцах.



Прадавец аднаго з фірменных магазінаў Вера РАМАНОВА.

Публікацыю падрыхтавалі Уладзімір ХІЛЬКЕВІЧ, Алена ДАЎЖАНОК і Надзея БУЖАН (фота). Ліцэнзія №03220/8 дзяржаўнага камітэта па стандартызацыі РБ ад 24.05.2010г. на пяць гадоў.

УНП 600013329

ПРАЗМЕРНАЕ УЖЫВАННЕ АЛКАГОЛЮ ШКОДЗІЦЬ ЗДАРОЎЮ!