

ЭТА НЕЛЕГКАЯ СЛАДКАЯ ПАЛЬМА ПЕРВЕНСТВА

(Окончание.)

Начало на 1-й стр. «СЕ».)

Любители сладенького увидят не просто россыпи батончиков мюсли, шоколада и шоколадных конфет с ярким дизайном и самыми немислимыми начинками, а еще печенья, вафель и карамели — это та продукция, на выпуске которой специализируется предприятие, но и красочные наборы с говорящими названиями «Импрессо премиум», «Cont&Blue mix», «Сладкий сундучок», «Зимушка-зима», «Волшебный домик» и другие.

Генеральный директор «Спартак» Олег Жидков в беседе с журналистами назвал любопытную цифру: за те два года, когда корреспонденты «СЕ» не были на предприятии, здесь разработано около 150 наименований новой продукции. 40 из них, которые уже сегодня имеют тенденцию к массовому производству, поставлены на поток, остальные ждут своей очереди. Олег Николаевич не стал перечислять многочисленные новинки, ограничился только тем, что особо выделил новый шоколад — с нугой, на отечественном рынке его никто больше не выпускает. И положил на стол буклеты о новых видах продукции — читайте.

Разговор зашел о новостях производства. Самая важная — проводимая модернизация, создание в ходе ее первого этапа новых цехов (цехов!) и выпуск оригинальной вафельной продукции. На очереди второй этап, по итогам которого покупатели получат принципиально новую продукцию — проливново-вафельные конфеты типа «Аэро-



Генеральный директор «Спартак» Олег ЖИДКОВ.

флотских» и «Ананасных» и вафельные батончики.

— С самого начала мы рассматривали модернизацию в комплексе, — рассказывает Олег Николаевич. — Понимали, что дальнейшая автоматизация приведет к высвобождению рабочих рук, и готовились к этому. Никого не отправили за ворота. Часть людей перевели на новые линии — они прошли профессиональный отбор, переподготовку на аналогичных участках. Другим нашли равноценное применение на шоколадном, бисквитном или карамельном производстве.

Думаю, по-хозяйски подошли и к прежнему вафельному производству. Оборудование там вполне работоспособное, да и ассортимент востребованный, даже на внешнем рынке. Рынком этим мы дорожим — Россия, США, Монголия, и замещение новым продуктом должно пройти постепенно, чтобы гарантированно сохранить потребителя. А фактически получилось не замещение прежнего товара, а создание нового, которому пришло время заявить о себе.

Такое внимание развитию вафельного направления генеральный директор объясняет... элементарной заботой о покупателе. Дело в том, что популярный вид продукции обладает не только требуемыми потребительскими качествами, но и невысокой стоимостью для потребителя. Цена вафельных конфет существенно отличается от цены шоколадных, при всех прочих равных условиях — надлежащем качестве прежде всего. Что безусловно важно, так как у людей разные финансовые возможности. И они ждут не только дорогой ассортимент, но и тот, который по карману всем.

— Те же мотивы двигали нами, — продолжает Олег Жидков, — когда всю свою продукцию структурировали на три бренда. «Импрессо» — это группа премьерного сегмента, она немного дороже. Средняя по цене — «Спартак». Самая доступная группа — «Эскомино», при тех же высоких потребительских качествах, немногим отличаются лишь ингредиенты.

Просим собеседника вернуться к теме хорошо продуманной и эффективно проводимой реконструкции. Как известно, опыт за деньги не купишь.

— Для реализации второй части проекта, — охотно делится генеральный директор, — готовы новое помещение и оборудование, именно на февраль запланированы пусконаладочные работы. Создадим новые рабочие места, а хорошая зарплата делает нас заведомо конкурентоспособными на местном рынке

труда. Продукция пойдет как с традиционной, так и с фруктовой начинкой. Вафельное направление интересное и повсеместно востребованное, мы ведь по-прежнему держим здесь пальму первенства на территории бывшего СССР.

Продолжая еще одну актуальную тему — внешних рынков, Олег Николаевич рассказывает об обоснованных планах увеличения экспортных поставок, что позволит не только сохранить темпы производства и объем выпуска продукции, но и превысить уровень 2016—2017 годов.

— Мы знаем, о качестве продукции у вас «заботятся» аттестованная система ISO 9001 и не менее совершенная система ХАССП, обе они зиждутся на международных стандартах. А можно ли пойти далее требований этих систем?

— Будем иметь в виду, что в стандартизации нет какой-то верхней планки, выше которой не поднимаешься. Меняется и совершенствуется все. Вот последний пример: с 1 января введен в действие новый Технический регламент Таможенного союза на наличие трансизомеров в сырье для хлебопекарного производства — в маргарине, жирах и так далее. Требования к их содержанию становятся более жесткими, повышаются в десять раз. И так во всем — процесс совершенствования идет постоянно. В нашем производстве тоже. Поэтому продукция «Спартак» соответствует Техническим регламентам Таможенного союза.

Следует ли говорить, что вопросы качества и ассор-

тиментная политика шагают нога в ногу. Мы ежегодно анализируем ассортимент, проводим специальные исследования и анализ, в ходе чего определяем сильные и слабые ассортиментные позиции, разбираемся в причинах аутсайда и принимаем решение, что с этим товаром дальше делать. Нет больше продуктов-долгожителей, идет постоянная ротация. Сейчас век самого новаторского продукта — три-пять лет максимум.

Хотя периодически возникает интерес покупателя к старому ассортименту, вспомните пример подушечек или клюквы в сахаре. И мы не прячем на дальнюю полочку рецептуры прежних лет, проверенный временем продукт в определенной пропорции сохраняется во всех товарных группах. Но флагманский, конечно, иной.

На «сладком рынке» с каждым годом растет конкуренция, сладкоежки становятся все более разборчивыми. И смело конкурировать с другими производителями мы можем по двум основным позициям — цене и качеству. Приходится постоянно искать такие варианты производства, при которых мы могли бы предложить продукцию аналогичного качества за те же деньги или даже дешевле. (Как вы понимаете, по понятным причинам я в эти варианты углубляться не буду.) Скажу только, что транснациональные корпорации — конкурент очень серьезный, выходит с ними на равные позиции — дело чести для белорусов.

Владимир ХИЛЬКЕВИЧ.

■ Таможня

ПОД ЗНАКОМ МЕРКУРИЯ

В Могилеве открылась выставка таможенной символики

Форменная одежда, головные уборы, знаки отличия — не менее 100 экспонатов демонстрируется в фойе транспортно-логистического центра Могилевской таможни по улице Крупской, 230. Все началось с того, что для обучения молодых специалистов тут стали собирать атрибуты форменной одежды белорусского таможенника, а когда в 2001 году были официально утверждены флаг и геральдический знак-эмблема таможенных органов Республики Беларусь, появилась идея добавить «таможенные» экспонаты других стран. Немало для коллекции передал начальник Могилевской таможни Леонид Досов. Форму российского таможенника подарил Владимир Чубенко, в свое время занимавший должность заместителя руководителя представительства таможенной службы Российской Федерации при белорусской таможенной службе. Часть экспонатов появилась благодаря обмену с другими коллекционерами и проведению международных встреч. Например, американскими коллегами был подарен шеврон, выпущенный к 200-летию таможенной службы США. Австралийские таможенники передали в коллекцию головные уборы



со своей символикой, значки кинологической службы, авиационной и морской таможни. В экспозиции есть погоны, шевроны, кокарды и значки таможенных служб Российской Федерации, Украины, Молдовы, Литвы, Латвии, Казахстана, Туркменистана, Азербайджана, Таджикистана, Германии, Польши. Кстати, интересная деталь. Если хорошо присмотреться, в белорусской таможенной символике и в символике аналогичной службы других стран есть один общий элемент — жезл Меркурия.

Нелли ЗИГУЛЯ.

Кодекс требует разъяснения

На сайте ЕЭК можно будет спросить об особенностях Таможенного кодекса

Подписать проект Протокола об электронном обмене информацией на уровне глав таможенных служб стран ЕАЭС и Республики Вьетнам планируется в конце марта текущего года.

К реализации электронного обмена стороны приступят уже в октябре 2018 года — ровно через два года с начала действия Соглашения о свободной торговле. На начальном этапе таможенные службы планируют передавать друг другу сведения по отдельным товарам, находящимся в торговом обороте между странами союза и Вьетнамом.

«Обмен информацией между государствами «пятерки» и Вьетнамом позволит упростить процедуры международной торговли, позволит предотвратить нарушения нормативно-правовых актов в сфере таможенного регулирования и

повысит взаимное доверие», — сообщил директор Департамента таможенной инфраструктуры Евразийской экономической комиссии **Бактыбек БАЙСЕРКЕЕВ.**

В рамках заседания члены Консультативного комитета по таможенному регулированию обсудили итоги первого месяца работы по Таможенному кодексу (ТК) ЕАЭС. Участники заседания обратили внимание на вопросы, которые могут потребовать разъяснений со стороны таможенного блока ЕЭК и обсуждения с государствами ЕАЭС.

В свою очередь, Комиссия рассказала об объеме поступающих от участников внешнеторгового оборота писем с просьбой разъяснить отдельные положения нового ТК. В связи с этим на официальном сайте ЕЭК будет создана страница, на которой планируется публиковать ответы на наиболее актуальные вопросы.

Вероника ПУСТОВИТ.