Евгения Чемеренко: главное в производстве молока – польза, качество и безопасность для потребителя

Молоко — необходимый и очень ценный продукт питания. При этом крайне важно, чтобы молоко и молочная продукция были действительно полезными, а значит – качественными и безопасными. Поэтому сотни людей разных профессий трудятся над тем, чтобы именно такая продукция попала сначала на прилавки магазинов, а затем и к нам на стол.

Одним из крупнейших производителей молочной продукции на территории Урала и Западной Сибири является АО «Золотые луга». Генеральный директор компании Евгения Чемеренко рассказала, что необходимо предприятию для развития в условиях столь плотной конкуренции и как появляются новые молочные продукты.

В чем главный секрет столь стремительного развития в период становления компании и стабильного успеха сейчас, в кризисное время? Что-то приходилось глобально перестраивать, переформатировать в работе компании?
Любой успех зависит, в первую очередь, от желания и конкретных целей, которые ставятся перед компанией. А цели ставятся всегда амбициозные, направленные на постоянное развитие и рост. Именно этот динамичный темп и помогал расти, расширяться. Спросите у любого сотрудника – пожалуй, в компании никогда не было периода застоя: постоянно происходят перемены, внедряются новые проекты.

Каков штат предприятия? Большая ли текучка, есть ли нехватка и кого?
Штат сотрудников около тысячи человек, плюс-минус сто в зависимости от сезона. Текучка присутствует, но это нормальный процесс развития: без этого не может быть успешных перемен в компании. При этом все в пределах статистических норм. Острый дефицит сейчас рабочих специальностей, людей с техническим образованием, которые умеют грамотно обслуживать и содержать производственное оборудование. И, конечно, продавцов – их всегда не хватает.

Какими главными принципами руководствуетесь при подборе кадров? Какой он – сотрудник компании «Золотые луга»? И кто не сможет работать в вашей команде?
В нашей компании должны работать люди открытые для общения, честные, ответственные, готовые к переменам, по возможности, чтобы были страстными до того дела, которым они занимаются – неважно кто это: грузчик, технолог, продавец или сотрудник логистики. Каждый должен любить дело, которым он занимается. А работать в команде не смогут полные им противоположности: лентяи, безответственные, не готовые к развитию и переменам люди, которые хотят много получать за ничегонеделание.

Что помогает четко организовать все процессы?
Огромное желание быть сегодня лучше, чем вчера.

Используете в своей работе опыт других крупных компаний – российских, зарубежных?
Обязательно мониторим успешные проекты, которые могут быть применимы к нашей отрасли и сфере деятельности. И если на рынке уже есть какой-то положительный практический опыт или готовый продукт, мы изучаем его и внедряем у себя. Всегда есть чему научиться у лидеров рынка, у компаний с международным, мировым опытом.

Сложно ли развивать филиальную сеть, расширять географию поставок, учитывая короткий срок хранения продукции?
Мы позиционируем себя как производителя натуральной, полезной и безопасной продукции, при этом сохраняем полезные свойства молока, что не позволяет сильно увеличивать сроки годности. В этом отношении плечо нашей доставки, конечно же, ограничено. Но, тем не менее, в районе 2 тыс. км мы присутствуем практически во всех крупных городах и периодически открываем новые филиалы. Один из последних открылся в прошлом году в Новосибирске.

Предприятие выпускает продукцию трех брендов. Чем они отличаются друг от друга?
Линейка продуктов «Живи здорОво!» уникальная: это оздоровительно-профилактическая молочная продукция с наиболее короткими сроками хранения, которая создана на бактериях, предназначенных для улучшения работы желудочно-кишечного тракта. Линейка «Золотые луга» – это традиционные молочные продукты, изготовленные с соблюдением технологических норм, обеспечивающих сохранение полезных свойств молока. Бренд

«Ситниковское» – эконом сегмент, социально-ориентированная линейка молочных продуктов для людей, которые предпочитают экономить.

Расскажите о том, какую упаковку вы используете для фасовки молочной продукции? К ней предъявляются какие-то особенные требования?
По упаковочным решениям работаем с самыми крупными производителями, которые представлены на российском рынке. У таких компаний обязательно должна быть выстроена система контроля качества по всей цепочке производства с соблюдением всех технологических требований. Ведь качество упаковки играет важную роль при выпуске готового продукта. Каждая партия в обязательном порядке проверяется на соблюдение всех требуемых норм, которые позволяют сохранять продукт в течение заявленного времени и не допускать брака при производстве.

Как осуществляется работа по появлению нового продукта? С чего все начинается, как выбирается сам продукт, его название?
Новые продукты появляются благодаря нашим потребителям, которые дают нам обратную связь, высказывают свои пожелания. Одна из последних новинок – ацидофилин несладкий, был выпущен по многочисленным просьбам старшего поколения. На многочисленных ярмарках они вспоминали о том, что такой продукт был очень популярен ещё в советские времена. Вторая новинка – йогурт питьевой несладкий, его выпуск наладили также по просьбам потребителей: сейчас многие люди переходят на здоровое питание и предпочитают использовать йогурт не только как напиток, но еще и как соус в салатах и блюдах – вместо майонеза.

Вы сама и ваша семья употребляете продукцию компании? Требуете ли вы того же от своих сотрудников?
Конечно, но выделить любимые продукты сложно. Всей семьей едим много творога, так как это натуральный белок, употребляем кисломолочную продукцию – полностью всю линейку «Живи здорОво!», молоко.
От подчиненных не требую того же и никогда никого не заставляю что-то делать помимо воли и желания. Несмотря на это, большинство сотрудников компании, я уверена, являются потребителями нашей продукции, так как сами видят культуру производства, систему контроля, которая существует на всех этапах, начиная от сбора и переработки сырья, заканчивая контролем за упаковочными материалами и за соблюдением температурного режима хранения продукции от розлива до момента поставки в торговую точку. Они понимают, что мы вместе производим продукцию, прежде всего, для себя, своих родителей, детей, друзей.

Участвует ли компания в каких-то государственных, социальных программах, государственно-частном партнерстве?
На протяжении всей деятельности компании активно работаем с учреждениями социальной сферы по контрактам – с детскими садами, больницами, интернатами, школами. Принимаем участие в выставках, которые проводятся департаментом АПК, региональным правительством. Присутствуем на всех ярмарках, организованных для того, чтобы познакомить потребителя с местными производителями и предложить им продукцию по ценам без торговых надбавок. Кроме того, являемся инвестором в программе «1000 голов», направленной на расширение сырьевой базы, увеличение производства молока в ЛПХ, обеспечение занятости населения в деревнях, селах. В рамках нее под поставку будущего молока предприятие выделяет денежные средства кооперативам, которые в свою очередь выдают их частникам на приобретение коров.

Какие цели ставите перед собой – краткосрочные и долгосрочные, на перспективу 5-10 лет?

Главная наша задача – постоянное движение вперед, развитие. В числе крупных инвестпроектов запланирована реконструкция и модернизация цеха по производству творога. А по направлению продаж будем продолжать вести ежедневную работу по увеличению доли нашей продукции на торговых прилавках, знакомить потребителей с особенностями производства молочной продукции и говорить о том, как отличить полезную продукцию от некачественной.

Справка: АО «Золотые Луга» является одним из крупнейших производителей молочной продукции на территории Урала и Западной Сибири. Компания имеет два завода по переработке молочной продукции: Молочный комбинат «Ситниковский», Молочный комбинат «Ишимский». МК “Ситниковский” является одним из филиалов компании “Золотые луга”, где находится основное производство цельномолочной продукции и творога. Реализует продукцию трех торговых марок «Золотые луга», «Ситниковское», «Живи здорОво!».