

КАТАЛОГ ЗАВЕДЕНИЙ **Выбирай**
мобильное приложение

Бесплатная афиша Красноярск График отключения воды в Красноярске

newsrab.ru Новости Сюжеты Статьи Фото Афиша ТВ Форум

Политика Экономика Общество Культура Спорт

Статьи / Экономика

Как открыть свой хлебозавод в Красноярске

«Ярхлеб» — от двух печей к «Лучшему товару Красноярского края»

Начав с одного-единственного сорта хлеба, красноярец Андрей Савицкий смог создать один из самых популярных продуктовых брендов Красноярска.

09.03.2016 В 1996 году красноярский хлебный рынок не мог похвастаться изобилием брендов, которые сегодня есть на полках любого супермаркета.

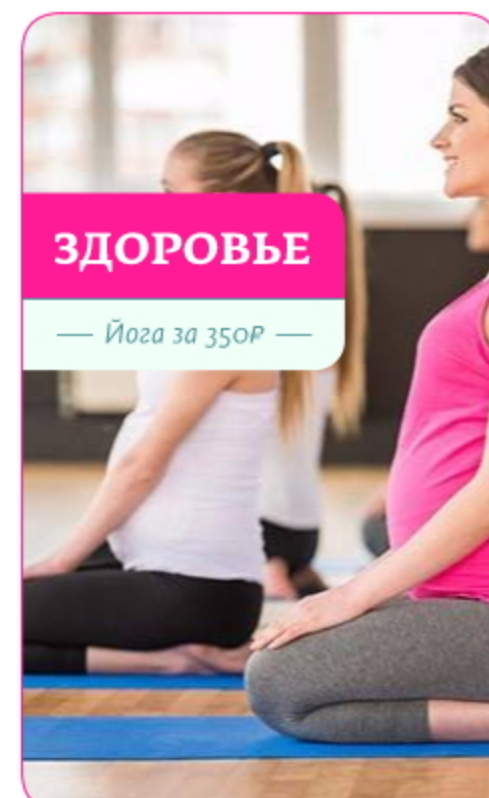
Красноярское хлебопекарное предприятие «Ярхлеб»

Год создания: 1996
Компания стала известной под названием «Лагуна М». После ребрендинга в 2015 году сменила название на «Ярхлеб».
Печет классические и «здоровые» сорта хлеба, саббу, печенье.
Ежедневный объем производства — 8 тонн. Награждена дипломом в конкурсе «Лучший товар Красноярского края»

— По сути, тогда был только «Красноярский хлеб», — вспоминает Андрей Савицкий, — с его классическими первым (так называемым, «белым») и вторым («серым») сортами. Но потребитель уже хотел чего-то нового. И я подумал — почему бы не взяться самому?

Началось всё с покупки двух печей, одну из которых Савицкий привез лично на своем автомобиле из Новосибирска.

Потом разработали уникальный по тем временам рецепт хлеба из пророщенного зерна — он-то и стал первым в линейке предприятия.



Сегодня на предприятии Савицкого пекут хлеб уже в таких печах. 1 из 3

— Очень быстро стало понятно, что если ты хочешь быть в рынке — нужно закрывать все его сегменты, — рассказывает Савицкий, — и пришлось расширяться.

Сначала в ассортименте «Ярхлеба» (тогда еще «Лагуна М») появились так называемые традиционные хлеба: белый, черный, бородинский, заварной и ржано-пшеничные сорта. Объем производства был невелик — порядка 500 кг хлеба в сутки. Чтобы развезти этот товар по точкам продаж — малая розница и магазины у дома — хватало всего одной машины.

В Красноярске тогда открывались первые сетевые магазины, и это напрямую повлияло на бизнес «Ярхлеба».

— Тогда попасть в сети было несложно, — рассказывает Савицкий, — особо конкурировать было не с кем, да и сами сети еще не были столь изоблаваны как сейчас. При этом, попав на прилавки одного магазина, ты автоматически вставал и в остальных.

Дальше рост компании зависел уже от спроса на уникальный ассортимент. Покупатель распробовал новинки, и «Ярхлеб» стал наращивать объемы производства.



Несмотря на то, что самую тяжелую работу делают машины, основа хлебопекарного производства — ручной труд. Особенно в слобном цехе... 1 из 4

— Конечно, бизнес не сразу стал прибыльным — сначала нужно было окупить вложенные в него средства. Затем, уже, достигнув точки безубыточности, выкупили производственные площади.

— В наших условиях работать на арендованных площадях крайне рискованно, — говорит директор «Ярхлеба», — сегодня они у тебя есть, а завтра нет — или собственник нашел новых арендаторов, или задрал цену так, что тебе стало невыгодно работать. Перевозить же с места на место производство очень затратно и долго — за день-два не переедешь. А если ты исчерпал полку магазинов, твоё место очень быстро займут другие. Работая же на собственных площадях, можно спокойно заниматься развитием, следя лишь за конъюнктурой рынка, которая меняется с завидной регулярностью.

О том, как правильно реагировать на изменение спроса, в «Ярхлебе» хорошо знают. К примеру, 10 лет назад в Красноярске начался бум на так называемые «вкусные хлеба» — с добавками сухофруктов, орехов, паприки, лука и т. д. Продержался он несколько лет. Ему на смену пришла мода на «здоровый» хлеб — бездрожжевой, с отрубями, из дробленого зерна. И на всё это нужно было вовремя отвечать.

— Нам проще, — говорит Савицкий, — на нашем хлебозаводе есть четкое разделение линий производства с учетом загрузки, поэтому можем легко переключаться между различными видами продукции, меняя их доли в объемах производства.

К примеру, пошел спрос на вкусный хлеб — уменьшили количество классического, отдав мощности под него. Стали активно покупать «здоровый» — опять перераспределились, чтобы максимально закрывать потребности в популярном ныне хлебе.

Сегодня «Ярхлеб» печет классические хлеба, бездрожжевые (на природных, а не хлебопекарных дрожжах), хлеб из проросшей пшеницы, лаваши, печенье и мюсли (мини-круассаны из слобного теста). Ежедневный объем производства — 8 тонн. Загрузка мощностей предприятия — 80%. Однако в ближайшие год-два, по расчетам Савицкого, производство выйдет практически на полную проектную мощность.



На «Ярхлебе» работают преимущественно с одним поставщиком муки. Это позволяет контролировать ее качество, а значит и качество хлеба 1 из 3

— Спрос на вкусный хлеб снова возвращается, сейчас разрабатываем новую продуктовую линейку, — говорит он, — плюс готовим к выпуску новые виды национальных хлебов. На изучение спроса и адаптацию под него нашего предложения тратим много сил и времени. Эти траты полностью оправдываются.

Столь взвешенный подход к новинкам в «Ярхлебе» был не всегда. Раньше всё происходило, скорее, ситуативно — появлялась идея, рассчитывалась технологическая карта и товар уходил в производство. Ну а что, потребитель тогда покупал то, что ему предлагали, и не привередничал.

— Сейчас такое уже не проходит, — говорит Савицкий, — покупатель стал искушенной, осведомленной. Он уже не берет первый попавшийся продукт, а целенаправленно ищет то, что нужно. Именно поэтому мы некоторое время назад и затеяли ребрендинг, который завершился в октябре 2015 года.

Смена названия («Лагуну М» заменили на «Ярхлеб») и логотипа, выпуск новых этикеток — лишь внешняя сторона. Главное, что изменились методы и подход к работе.



Новая упаковка продукции «Ярхлеба». 1 из 2

— Продать красивую упаковку легко, — поясняет Андрей Савицкий, — но нужно делать так чтобы раз купив, человек решал, что теперь он будет есть только твой продукт.

Именно поэтому на «Ярхлебе» пересмотрели все технологические процессы; учитывались любые, даже самые мелкие детали, способные повлиять на производство.

На любую типовую задачу у нас есть решение, причем расписанное от начала до конца, — рассказывает директор компании, — так мы добились стабильного качества нашей продукции. Если и возникают проблемы, то они решаются оперативно и без ущерба для потребителя.

В прошлом году продукция компании «Ярхлеб» взяла диплом в конкурсе «Лучший товар Красноярского края». В этом году они готовятся штурмовать премию «Сто лучших товаров России».

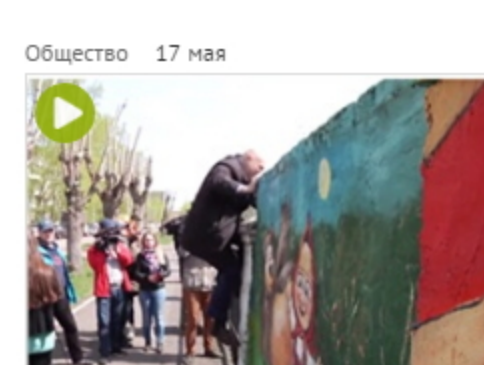
На вопрос «Что ждать от «Ярхлеба» в ближайшие лет пять», Савицкий отвечает:

— Трудно загадывать — всё будет зависеть от потребителя. Наша задача — удовлетворять его спрос максимально полным образом, а для этого нужно постоянно генерировать новые идеи. Процесс совершенствования не должен прекращаться.

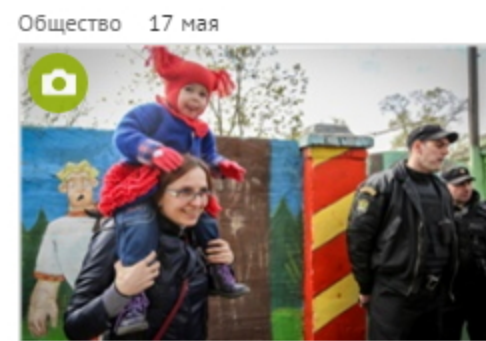
Самое читаемое



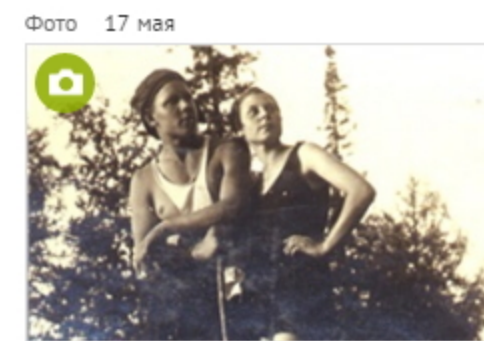
Топ-5 самых дорогих дач Красноярска
Выбираем участок не по карману



Красноярским депутатам пришлось «штурмом» брать подлежащий сносу садик с людьми (видео)



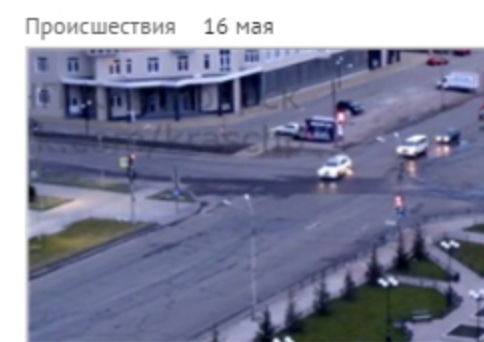
Красноярцы пытаются спасти от сноса частный детский сад на Побежимова



Фотоистория: Как ходили на Столбы 100 лет назад
Смотрим уникальные фото вместе с экспертом



Красноярке пришлось трижды заплатить за забытую в кармане шоколадку



Найдены семеро участников погони и перестрелки на улице Молокова

ЛАТЫН ЛОМБАРД

Золотые браслеты, руб./грамм**
1 400 Р

Фотоаппараты, видеокамеры**
1 000 Р

подробности и консультации от Ломбард Латын
указанная стоимость является ориентировочной,
конечную стоимость товара можно узнать у