



Вкус, дарящий радость

текст
Алексей Сергушкин



Начав свою деятельность с небольшого цеха по производству овсяного печенья, компания «Сладкодаров» за полтора десятилетия превратилась в один из самых любимых и узнаваемых брендов на рынке кондитерских изделий во многих регионах России и за её пределами. О секретах производства, ассортименте и предпочтениях потребителей мы беседуем с генеральным директором КФ «Сладкодаров» Алексеем Владимировичем Барковым.

С&Г Алексей Владимирович, расскажите немного о развитии компании.

Алексей Барков Компания «Сладкодаров» начала свою работу в 2001 году в Самаре с небольшого цеха, выпускавшего несколько наименований овсяного печенья. Динамичный рост продаж и расширение ассортимента обусловили необходимость наращивания производства, и в 2005 году в селе Новый Буян Самарской области началось строительство кондитерской фабрики. В 2010 году был запущен цех сахарного печенья, в 2011-м – кондитерский цех, а уже к 2012 году фабрика освоила производство зефира. Сегодня КФ «Сладкодаров» – это современное предприятие по производству кондитерских изделий, способное производить более 1,5 тысячи тонн готовой продукции ежемесячно. На предприятии установлено надёжное и высокопроизводительное оборудование самых авторитетных мировых марок: чешская линия по производству овсяного печенья «J4», швейцарская линия по производству слоёных изделий «Rondo», ротационные печи «Revent» и т. д. Их дополняют европейские упаковочные автоматы и линии глазировки и декорирования. Всё оборудование обладает широкими функциональными

возможностями и позволяет обеспечить стабильно высокое качество продукции. Компания «Сладкодаров» работает по современным технологиям, позволяющим сохранять в продуктах весь комплекс витаминов и минеральных веществ без использования «пищевой химии» и создавать сладости, гармонично сочетающие в себе пользу натуральных ингредиентов и отменный вкус. **С&Г Каков ассортимент продукции компании и что нового «Сладкодаров» готов предложить своим покупателям?**

Алексей Барков Сегодня ассортимент кондитерской фабрики насчитывает более 150 наименований продукции, а именно: сахарного, овсяного и слоёного печенья, шоколадных конфет и наборов, зефира, восточных сладостей. Традиционно наибольшей популярностью пользуются марки овсяного печенья «Царское сокровище» и «Царская коллекция», доля продаж которых составляет более четверти от общего объёма. Это наши безусловные лидеры и наша исключительная гордость. Весной текущего года мы предложили нашим клиентам новый продукт – слоёные изделия. Они производятся из натуральных ингредиентов на новейшем швейцарском оборудовании, что обеспечивает им стабильное качество. Более того, наши партнёры, ранее работавшие по аналогичной продукции с другими производителями, теперь получили возможность совершать комплексную закупку у одного поставщика и тем самым получать наиболее благоприятные условия сотрудничества по всему объёму закупки. Конечный потребитель, в свою очередь, получил возможность приобретать полюбившийся продукт от надёжного и проверенного производителя. Безусловно, уже появились лидеры продаж в данной категории – это «Сиракузы» и «Штрудель» со смородиновой начинкой. Впереди, конечно, большие планы по развитию ассортимента, вводу новых торговых марок. Уверен,

что уже в ближайшее время наши покупатели смогут насладиться великолепным вкусом новых кондитерских шедевров.

С&Г Повлияло ли на стратегию развития компании изменение ситуации на российском рынке кондитерских изделий?

Алексей Барков Думаю, что в 2015 году ситуация в отрасли не дойдет до критической, однако большинству производителей придётся принимать серьёзные решения для того, чтобы сохранить свои рыночные позиции. Если в сегменте шоколадных изделий наблюдается спад спроса, то рынок мучных кондитерских изделий демонстрирует стабильность и даже рост. В результате девальвации рубля значительно подорожали импортные ингредиенты, а также выросли цены на сахар, что в совокупности привело к подорожанию премиальных видов кондитерской продукции, особенно шоколада. Все указанные факторы приведут к существенному пересмотру структуры кондитерского производства. Приоритетными станут более дешёвые изделия, изготовленные из качественного, но менее дорогого сырья. Компания «Сладкодаров» в текущей рыночной ситуации имеет достаточно благоприятное положение, так как значительную часть ассортимента составляют мучные кондитерские изделия. Поэтому мы не планируем отказываться от каких-либо ассортиментных позиций, однако при планировании производства будем более тщательно учитывать потребность в том или ином товаре, а также исторически сложившуюся динамику спроса на него.

Важным стратегическим направлением деятельности компании является расширение ассортимента фасованной продукции, что направлено на повышение узнаваемости торговой марки. В связи с этим мы завершаем работы по упорядочиванию фирменного стиля и разработке дизайна упаковки. **С&Г Какова политика в области качества КФ «Сладкодаров»?**

Алексей Барков Компания ведёт гибкую политику в области работы с поставщиками, проводит ежемесячный мониторинг их предложений и выбирает оптимальные варианты по качеству и цене. При этом надо учесть, что мы работаем только с проверенными и надёжными компаниями. Качественное сырьё – это основа любого производства. Конечно, в периоды неконтролируемого роста курса валют возникают сложные ситуации. Но даже если необходимое нам сырьё существенно повышается в цене, компания не переходит на дешёвые аналоги. Доля импортных компонентов, используемых при производстве продукции «Сладкодаров», незначительна, и поэтому вынужденное повышение цен на нашу продукцию не так заметно на рынке. Контроль качества на производстве уделяется особое внимание. В 2013 году кондитерская фабрика «Сладкодаров» получила сертификат, подтверждающий, что система менеджмента безопасности пищевых продуктов соответствует требованиям стандарта ISO 22000:2005.



На предприятии есть собственная лаборатория, которая строго следит за всеми стадиями процесса производства от приёмки сырья до выпуска готового продукта. Наша основная цель – выстраивание долгосрочных взаимоотношений с партнёрами путём предоставления им продукции стабильно высокого качества по справедливой цене. Правильность проводимой политики в области качества доказывают многочисленные награды, которых удостоена наша продукция. Среди них дипломы лауреата и дипломанта Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России», лауреата конкурса «Лучший продукт» выставки «ПродЭкспо» и многие другие.

С&Г Какова сегодня география поставок продукции и какие ставятся задачи в сфере продвижения?

Алексей Барков Стратегия компании направлена на выстраивание долгосрочных партнёрских отношений с существующими клиентами, а также на привлечение новых клиентов в приоритетных регионах сбыта, к которым относятся юг и восток России. В настоящее время продукция компании продаётся также в Казахстане. Если в начале деятельности компания росла за счёт повсеместного расширения географии продаж, то сейчас мы выстраиваем качественную дистрибуцию. Наиболее развита сеть дистрибуции, конечно, в Самаре и области, здесь мы используем все каналы сбыта: федеральные и локальные торговые сети, розничные магазины, торговые точки на рынках. Также компания работает с крупными оптовыми организациями, способными обеспечить представленность продукции ТМ «Сладкодаров» во всех каналах сбыта в порядке двух десятков крупных городов. Для продвижения продукции используется собственный интернет-ресурс и страницы в социальных сетях. Также компания активно участвует в выставках и специализированных форумах, оказывает спонсорскую поддержку городским и региональным мероприятиям социальной, культурной и спортивной направленности. КФ «Сладкодаров» ставит перед собой амбициозные задачи по увеличению своей доли на российском рынке. Для этого у компании есть и серьёзный производственный потенциал, и интересные наработки, и заслуженное признание покупателей.



• Печенье «Царская коллекция»



• Печенье «Штрудель»



• Печенье «Сиракузы»

КФ «Сладкодаров»
Самара
ул. Олимпийская, 153
+7 (846) 269 67 27

[www: sladkodar.ru](http://www.sladkodar.ru)
sbyt@sladkodar.ru