Хлебозавод сегодня.

Павлово-Посадский хлебозавод всегда входил в объединение Мособлхлеба, которое существует с 1930 года. Ранее это объединение контролировало деятельность всех входящих в него предприятий. После акционирования хлебозаводов функции объединения изменились и теперь Мособлхлеб оказывает правовые, информационные и консультационные услуги.

Сегодня Павлово-Посадский хлебозавод является самостоятельным предприятием. Завод живет и развивается за счет вложения собственных средств. Это предприятие полного замкнутого цикла производства хлеба и хлебобулочных изделий.

На предприятии сегодня есть склад бестарного хранения муки, на котором находятся 12 емкостей — они представляют из себя огромные бункера. В этих бункерах находится мука, которую завод получает от других предприятий. Из емкостей мука поступает на производство. Весь процесс автоматизирован.

Сегодня на предприятии две линии(БН-25) по производству батонов. Одна линия по производству ржано-пшеничного хлеба. В прошлом году была запущена линия по производству мелкоштучной продукции. Так же есть цех по производству кондитерских изделий. Не смотря на то, что в этом цеху нет сверхнового оборудования, заводу удается выпускать кондитерские изделия непревзойденные по качеству и вкусу. Во многом это заслуга мастер кондитерских изделий Вдовиной Александры Васильевны.

Так же на производстве есть упаковочное отделение и отделение экспедиции, в котором происходит подбор продукции, сортировка по предварительно принятым заказам и отправка продукции клиентам.

Так же у завода есть свой парк машин, который сегодня составляет 30 единиц.

Специфика продаж и регионы поставки.

Куда же реализуется продукция Павлово-Посадского хлебозавода?

Прежде всего, есть три основных направления продаж:

1. Сетевой ретейл. Хлебозавод работает с такими сетевыми магазинами как «Копейка», «Ашан», «Spar», «ГРОССФУД».

2. Коммерческая розница. Это направление является очень важным для предприятия. Завод работает с такими сетями как «Дарц», РайПО, также сотрудничает с обычными коммерческими магазинами.

3. Бюджетные организации. В их число входят: детские, школьные, дошкольные, лечебные учреждения, военные организации, санатории, профилактории, оздоровительные лагеря, воинские части. Это направление одно из самых сильных и важных для хлебозавода.

Где реализуется продукция хлебозавода?

География поставок завода очень широкая. Можно перечислить те города, в которых реализуется Павлово-Посадская продукция: Королев, Юбилейный, Мытищи, Пушкино, Щелково, Монино, Ногинск, Электросталь, Черноголовка, Балашиха, Москва, Павловский Посад, Орехово-Зуево, Электрогорск, Коломна, Чехов, Климовск.

На сегодняшний день Павлово-Посадский хлебозавод также ведет фирменную торговлю. Это не является одним из главных направлений развития, но, в зависимости от изменений рынка, это может стать и приоритетным направлением.

Сегодня у завода есть три торговые точки:

- на улице БЖД проезд;
- в магазине «Континент»;
- на вокзале.*(указать точнее)

Стиль.

Так же у Павлово-Посадского хлебозавода есть собственный торговый стиль.

Предприятие заключает с поставщиками договора о предоставлении услуг оформления магазинов в особом фирменном стиле. Уже работает магазин на улице Большой Покровской и улице Кирова оформленные в таком стиле. Первым магазин на Б. Покровской был открыт 22 сентября 2009 года. В скором времени откроется магазин в городе Электрогорск.

Создание фирменного стиля можно назвать очень удачным ребрендингом, который позволяет выделить продукцию завода на рынке и завоевать особое отношение покупателей.

Фирменный стиль включает в себя использование особого оформления с элементами Павлово-Посадского платка. Это стало возможным благодаря одобрению использования этих элементов генеральным директором ЗАО «Павловопосадская платочная мануфактура» Владимиром Сергеевичем Стуловым. За что руководство предприятия выражает ему особую благодарность.

Перспективы.

Перспективы развития Павлово-Посадского хлебозавода:

Для реального развития и завоевания своего места на рынке руководство завода видит необходимость в реализации следующей цели: изучение и анализа рынка хлебобулочных изделий. Без понимания и анализа изменений рынка не возможно развитие предприятия. Меняется структура продаж, меняются и сами люди, которые воспринимают хлеб совсем не так как он воспринимался 30-20 лет назад.

Возрос спрос на мелкоштучную продукцию. Особый интерес сегодня представляют лечебные сорта, различные уникальные изделия с пророщенным зерном. Завод стремится создать матрицу изделий для всего населения, то есть максимально учесть предпочтения каждого человека. Предприятие вырабатывает своеобразный индивидуальный подход.

Важным направлением в достижении этих целей хлебозавод видит в индивидуализации упаковки. Уникальной разработкой завода является создание бумажной упаковки хлеба.

Главные вопросы, которые сегодня решает предприятие: как сохранить свежесть продукта и как максимально быстро донести его до покупателя.

Предприятие стремиться сохранить промышленное производство хлеба и при этом подходить индивидуально к покупателю, индивидуализировать упаковку и ассортимент. Необходимо найти золотую середину и достучаться до каждого покупателя.

В период роста цен на сырье и энергоносители доля затрат растет, увеличивается и стоимость продукта. Предприятие должно находить новые пути для экономии на чем-то, но ни в коем случае не на качестве продукта. Качество продукта всегда было и остается для Павлово-Посадского хлебозавода на первом месте.

Команда завода работает над усовершенствованием технологий производства продукта, уменьшения технологических переходов и изменением развеса булочек и пирожных. Вся эта робота ведется с учетом изменений не только рынка, но и общества в целом.