

ЧИ ПОТРІБЕН ХЛІБОЗАВОДУ ІНТЕРНЕТ?

Махинько В.М., канд. техн. наук

Махинько Л.В., канд. техн. наук

Національний університет харчових технологій

Новітні технології все повніше входять у життя людства. З'являються нові матеріали, обладнання, техніка, навіть цілі галузі промисловості, що кардинально змінюють наше уявлення про оточуючий світ на наше життя у ньому. Навіть така традиційна галузь, як хлібопечення, намагаючись зберегти звичний нам усім з дитинства смак і аромат хліба, все ж не може залишатися осторонь загального технологічного процесу. Від отримання і підготовки сировини до роботи з готовою продукцією – на всіх етапах з'являються нові технології, обладнання, функціональні добавки тощо. І цей процес можна спостерігати як на великих підприємствах, так і у малих пекарнях.

Але науково-технічний прогрес – це не лише матеріальні здобутки. Наш час називають епохою інформаційних технологій, і саме у галузі інформації здобутки хлібопекарських підприємств не такі вже й значні. Більшість керівників розуміють, що у сучасному конкурентному середовищі недостатньо виготовити якісну продукцію – необхідно ще й донести інформацію про неї до споживача. Тому певні кошти вкладаються в рекламування своєї продукції, але зазвичай це робиться традиційними методами: друківані рекламні матеріали, публікації у фахових та загальнонаціональних ЗМІ, проведення рекламних акцій. Недостатньо використовується одне з загальноновизнано найдоступніших джерел інформації сьогодення – мережа Інтернет. Не беруться до уваги такі унікальні й маловитратні його можливості, як постійне доведення до користувачів найдостовірніших та найактуальніших повідомлень, розміщення не лише друкованої, але й фото- (і навіть відео-) матеріалів, інформування про історію підприємства, його традиції та інновації. А до цього ж – ще й можливість розмістити прайслисти на продукцію, контактні дані з адресою, телефоном і навіть схемою проїзду (з фотографією, зробленою з супутника включно), а також суто інтернетівська послуга – розсилання останніх новин і новинок підприємства зацікавленим

споживачам. І все це не вимагатиме постійних і значних витрат, а зроблене один раз, слугуватиме (з невеликими корективами) практично вічно.

Зроблений нами огляд наявності інформаційних сторінок хлібопекарських підприємств України у мережі Інтернет свідчить, що певні позитивні зрушення у цій сфері вже розпочалися. У мережі присутні сайти як великих хлібопекарських об'єднань чи хлібокомбінатів, так і невеликих приватних підприємств. Звичайно ж, тон задає столиця і столичне АТ “Київхліб”. Професійно зроблений сайт <http://www.kyivkhlb.ua> зустрічає Вас привітанням Генерального директора П. Пархоменка і розповідає про основні здобутки товариства, а вони немалі – одних хлібобулочних виробів випускається близько 400 найменувань, ще й понад 300 видів кондитерських виробів. Тут же можна прочитати про історію “Київхліба”, ознайомитися з продукцією, що випускається дочірніми підприємствами товариства. І хоча на сайті є коротка характеристика і контрактні дані усій його підприємств, деякі з них мають власні сторінки (щоправда, назви цих хлібокомбінатів ще не змінено згідно об'єднувачих процесів, що відбулися у організації).

Зокрема, приваблює спокійним і виваженим оформленням сайт хлібокомбінату №2 (<http://2.kyivkhlb.ua>), який зустрічає нас запевненнями у тому, що “любить своїх покупців”, а про якість продукції свідчать численні медалі і дипломи, розміщені тут. Традиційно сайт розповідає про історію, продукцію та партнерів підприємства (до того ж трьома мовами), а також наводить контактні дані і надає можливість безпосередні з мережі залишити свій відгук чи пропозицію щодо роботи комбінату.

Сайт комбінату №6 (<http://6.kyivkhlb.ua>) зроблено аж у 4-х (!) мовних версіях. Вже традиційні складові (історія підприємства, асортимент продукції і ціни на неї, контакти, відгуки та пропозиції) доповнено інтерактивною формою оцінювання самого виконання сайту, а також формою реєстрації для співпраці.

Сайт Дослідного хлібозаводу <http://pilot.kyivkhlb.ua> не варто відвідувати на порожній шлунок – вже на першій сторінці Вас зустрічає близько 20 фотографій надзвичайно спокусливої продукції підприємства. Крім традиційного

змісту, цікавими особливостями є можливість зробити цю сторінку стартовою чи додати її до вибраного, щоб потім довго не шукати її під час наступного сеансу в Інтернеті. Кожен реалізатор може безпосередньо на сайті сформулювати своє замовлення, для відвідувачів наявна довідка, а також добірка публікацій про хлібозавод у ЗМІ. Для тих, хто шукає роботу, є спеціальний розділ “Вакансії підприємства”.

Хлібокомбінат № 10 (<http://www.bread.com.ua>) на своєму сайті зустрічає нас не менш принадним кошиком з різноманітною продукцією, а також нагадуванням, що підприємство сертифіковане за ISO 9001:2000. Безпосередньо з головної сторінки покупець, ввівши код та пароль, може потрапити на сторінку замовлення, а всі інші - ознайомитися з новинками та традиційним асортиментом хлібокомбінату, прочитати про його історію і отримати контактну інформацію.

Сайт хлібокомбінату № 12 (<http://12.kyivklib.ua>) зустрічає нас нагородами і дипломами, а також гостинним “Ласкаво просимо”. Вже традиційні рубрики доповнюються зображеннями останніх новинок підприємства, зокрема фото-тортів та унікального хліба “На хмелю”.

Торти на замовлення пропонує і Булочно-кондитерський комбінат. Один з таких шедеврів слугує фоном для сайту цього підприємства <http://www.bkk.kiev.ua>. Заснований у 1930 році, комбінат от уже понад 75 років тішить споживачів різноманітною продукцією, з якою можна ознайомитися на сайті. Також там міститься інформація про новинки та історію підприємства, його контактні дані.

Якщо говорити про сайти інших великих хлібопекарських об'єднань, то хотілося б відзначити сторінку концерну “Хлібпром” (<http://www.hlibprom.com.ua>), що об'єднує 14 хлібозаводів переважно західних областей України і випускає понад півтисячі найменувань продукції. На сайті знайдуть для себе інформацію як споживачі, так і ті, хто шукає роботу (наявний розділ “Вакансії”) чи прагне вкласти кошти у святу справу виробництва хліба (розділ “Інвесторам”).

Слово “інвестиції” наявне і у назві ТОВ “Хлібні інвестиції”, сайт якого знаходиться за адресою <http://hlebinvest.com.ua>. Це товариство об’єднує 6 хлібопекарських підприємств у різних областях України. Зустрічає нас вітальне слово Президента “Хлібних інвестицій”, де він обіцяє наповнити сайт “свіжою, актуальною інформацією”. Уже традиційно присутні розділи “Новини”, “Контакти”, а також розповідь про підприємства – складові товариства.

Потужно представлені у мережі Інтернет хлібопекарські підприємства західних регіонів України. 24 хлібокомбінати Донецької області об’єднує асоціація “Донбасхліб” (<http://www.gold.dn.ua/catalog/18/16662>), яка щоденно випускається близько 700 тонн хліба і понад 7 тонн кондитерських виробів. Щоправда, представлено лише історію асоціації та усіх його підприємств, а також наведено основних асортимент. Усю додаткову інформацію можна отримати за допомогою розміщених на сайті контактних даних. Дещо незвичним є лише російськомовне оформлення сайту (особливо згадуючи 4 мови сайту хлібокомбінату № 6 м. Києва).

Подібний недолік і у сайту ВАТ “Коровай” (<http://www.korovay.lg.ua/>), що об’єднує 8 хлібокомбінатів Луганської області. Єдині (!) українські слова на сайті – корпоративний девіз товариства: “Завжди надійно, смачно, якісно”. Дещо згладжує цю ваду сайту його широке інформаційне наповнення – крім новин та асортименту продукції, вміщено дані про ціни та фірмові магазини “Короваю”, а також різні цікавинки зі сфери хлібопечення.

Під торговою назвою “Хлібодар” випускають свою продукцію 5 хлібокомбінатів Запорізької області. Приємною несподіванкою є 3-мовне оформлення сайту <http://www.hlebodar.com>, що розповідає про історію об’єднання, його новини, продукцію та контактні дані. Для бажаючих працювати є розділ “Вакансії”, для постачальників – розділ “Закупівлі”, а для клієнтів – “Хлібодар online”. Будь-які зауваження чи пропозиції щодо ТМ “Хлібодар” можна висловити, заповнивши на сайті форму “зворотного зв’язку”.

Деякі хлібокомбінати входять до складу компаній так званого “замкнутого циклу”, що мають у своєму складі борошномельні та кондитерські підприєм-

ства, а також сферу збуту. Так, інформацію про Хмельницький хлібокомбінат можна віднайти на сайті Групи компаній “СТІОМІ-Холдинг” (<http://www.stiomi.com.ua>). Саме там дізнаємося, що це підприємство забезпечує 70 % потреби у хлібобулочних виробках м. Хмельницького, а також отримуємо іншу інформацію про цей комбінат. Коротко ознайомитися з діяльністю Ватутінського хлібокомбінату можна на сайті Групи компаній ТМ “Чарівниця” (<http://www.charivna.com.ua>), де розповідається про основні етапи розвитку підприємства і його сучасний стан.

Приємно відзначити, що навіть окремі хлібопекарські підприємства, незважаючи на скрутний економічний стан, розуміють важливість інформації і створюють свої власні сайти. Від найпростіших, як у ВАТ “Херсонський хлібокомбінат” (<http://www.bread.kherson.ua>), де наведено лише контактні дані та асортиментні групи виробів по цехах, до розгорнуто-інформативних, як у ВАТ “Полтавський хлібозавод” (<http://www.hleb.poltava.ua>), що вже з головної сторінки розповідає про визначний здобуток полтавських пекарів – відновлення старовинних рецептів “живого” хліба. У наявному каталозі можна ознайомитися як з групою цих виробів, так і з іншою продукцією підприємства, отримати контактну інформацію, найсвіжіші новини і, можливо, роботу (наявний розділ “Вакансії”). Для постачальників та реалізаторів створено спеціальний торговий форум.

На рівні (як за обсягом, так і за якістю представленої інформації) з великими обласними підприємствами створив свій сайт Новокаховський хлібозавод (<http://kahovka.net/%7Enkhz/ua/ua.html>). Яскраві ілюстрації, історія заводу та опис продукції роблять цей сайт одним з найкращих у сьогоднішньому огляді. Не менш інформативним, хоча і дещо “біднішим” у оформленні є сайт Сарненського хлібозаводу (<http://sarnyhlib.narod.ru>). Наявні всі традиційні розділи, до “Вакансій” включно. Дещо псує враження засилля сторонньої реклами, але і це можна зрозуміти, адже сайт – неофіційний, тобто створено його взагалі (!) без фінансування з боку підприємства.

Заслужує на увагу і сайт компанії “Подільський пекар” (<http://www.pekar.kiev.ua>). Крім докладного опису продукції, а також інформації для покупців (“Магазини”) та реалізаторів (“Дилерам”), цікавою особливістю є можливість для будь-якого з обраних виробів компанії отримати збільшене зображення та відомості про склад і енергетичну цінність продукту.

Як свідчить наш огляд, хлібопекарські підприємства України поступово розширюють свою присутність у мережі Інтернет, хоча їх кількість все ще невелика. Усі сайти виконані на досить високому професійному рівні і здатні цілком задовольнити цікавість усіх дотичних до хлібопекарської справи категорій населення – споживачів, постачальників сировини та реалізаторів готової продукції.