ФОРМУЛА УСПЕХА

«Главное - быть лучшим»



Руководитель одного из предприятий-лидеров кубанской пищевой промышленности рассказал нашему корреспонденту, почему на его производстве объемы выпускаемой продукции за 20 лет выросли в четыреста раз, откуда взялось название торговой марки и зачем нужны детские экскурсии на завод.

Сегодня Квас Староминский знают многие. И не только в крае. Еще бы: ларьки с замечательными на вкус освежающими напитками стали непременным атрибутом летнего пейзажа многих городов и станиц. Мало того, бутылки с этикеткой «Квас Староминский» можно встретить в торговых сетях не только юга России, но и Москвы, Питера, Воронежа. А сам завод поражает не только современным оборудованием, продуманной логистикой и стерильной чистотой, царящей вокруг, но и спортивным залом, где каждый работник в свободную минуту может укрепит свое здоровье. Попадаешь сюда и понимаешь: на дворе все-таки двадцать первый век.

Однако так было далеко не всегда. Еще несколько лет назад здесь находилась «убитая» производственная база, где вольготно чувствовали себя только бурьян, старые деревья и бродячие собаки. Но пришел он, и все изменилось до неузнаваемости. Как и на старом цехе безалкогольных напитков, которые два десятка лет назад взял в аренду молодой парень Сергей. Сейчас, генеральный директор ООО «Прибой» Сергей Васильевич Косяников вспоминает о тех временах с улыбкой.

Пока не добьешься результата

- Меня вообще интересует все новое. И это производство тогда показалось очень интересным. На тот момент мне было двадцать, и у меня уже был магазинчик. Получилось так, что у нас простаивал старый цех, мне предложили взять его в аренду. Приехал и увидел: да тут – целое хозяйство! А поскольку я сам товарищ хозяйственный (снова улыбается – С.Ш.), то захотелось там навести порядок. Засучил рукава и начал заниматься. Огромный плюс, что на тот момент были люди, которые только-только ушли с этого предприятия. Я их нашел, переговорил с ними, убедил, и вместе мы запустили производство.

Легко сказать – «запустил». На самом деле он несколько месяцев не вылезал оттуда.

Что-то ремонтировали, вытачивали, восстанавливали сети. База была в разрушенном состоянии, крыша текла, постоянно выбивало электричество, входили в зиму, а отопление было разморожено.

- И по мере погружения в эти заботы я увлекся. Потом пошла продукция, нужно было ее реализовывать, заниматься сбытом. Приходилось успевать и тут, и там. А весь коллектив в первый год состоял из шести человек…

Недавно, по прошествии двух десятков лет, Косяников подсчитал, что за прошедшие годы объемы производства на предприятии выросли в четыреста раз. В четыреста! По сути, вот в чистом виде история успеха. Но почему у него получилось то, что стало не под силу многим другим? Косяников считает: причина проста.

- Нельзя отступать. Я всегда считал, что нужно идти до конца. До той цели, которую себе поставил. И обязательно добиться ее. Не сворачивать и не отворачиваться. Возможно, это займет больше времени и ресурсов, чем предполагал. Но все равно, делай, пока не получится. Вот и все.

Некоторые, услышав такое объяснение, недоверчиво хмыкнут: парню просто повезло. Он в корне не согласен в этим.

- Мое убеждение в том, что везет тому, кто везет. Если кто-то находит причины и останавливается, удовлетворяясь объяснениями, почему именно не получилось, то у него никогда и не получится. Я же любой промах, любое поражение считаю новой возможностью. Если хотите, новым стартом. Были такие ситуации, когда приходилось по три раза переделывать. Сделали – не получилось. Отошли, посмотрели, разобрали все до болтика. Заново начали. И так, пока не добьешься результата.

«Плохих» профессий не бывает

А вообще, уверен Сергей Васильевич, ему всегда везло на людей. Почему-то вокруг находились именно те из них, кто нужен. Те, которые могли либо подсказать, помочь, либо те, кто своими поступками показывали, как точно нельзя поступать. И вообще, люди – основа любого успеха. Он все эти годы тщательно подбирал и терпеливо растил кадры. Сложнейшее дело! Зато теперь коллектив «Прибоя» - единая команда в прямом смысле этого слова.

- Люди, которые не работают на общий результат, здесь просто не задерживаются. Остаются только идейные, заинтересованные в том, чтобы проявить себя, работая с полной отдачей. Иначе незачем приходить. Задача же руководителя - рассмотреть человека и найти ему место. А мой жизненный принцип заключается в том, что неважно кем ты работаешь. Главное стать таким специалистом, чтобы тебя признали коллеги. У нас сегодня неправильное деление на престижные и непрестижные профессии. А я считаю, если ты токарь или сварщик, ты должен стать лучшим токарем или сварщиком. Тогда будет и самоуважение, и признание со стороны других, и благополучие, в конце концов. Вот так. У нас нет плохих профессий, у нас есть люди не на своих местах.

Здесь постоянно проводят экскурсии для старшеклассников на производство, показывая, чем именно занимаются специалисты «Прибоя». И пытаясь исправить перекосы в современных образовательных стратегиях.

- Большая проблема молодежи в том, что они идут учиться, не понимая, кем хотят быть. – уверен Сергей Косяников. - А на выходе получаем специалистов, которые не хотят заниматься тем, на что выучились. Приходится переучивать. Поэтому показываем детям, чем именно занимаются у нас, рассказываем, что сегодня нужны не юристы и бухгалтеры, а программисты и «технари». Думаю, что многим из них мы чем-то уже помогли в их главном жизненном выборе.



Название придумали люди

На предприятии весьма трепетно относятся к своему бренду и его постоянному продвижению. В этой сфере существует целая система продуманных действий и мероприятий, чтобы завоевывать новые позиции на сложнейшем конкурентном рынке безалкогольных напитков. Но само название «Староминский квас» придумали потребители.

- На второй-третий год с начала производства мы начали реализовывать квас не только в Староминской. Возили в Щербиновку, Новоминскую, Каневскую. И люди подходили и спрашивали: откуда квас? У нас своего нет! В то время отрасль уже почти окончательно погибла. Девчата-продавцы отвечали: из Староминской. А на следующий раз народ уже спрашивает: это староминский квас? Вот мы и стали писать «Квас Староминский». Сначала на ценниках, потом на бочках, потом зарегистрировали торговую марку. Поэтому наш квас смело можно называть народным, - рассказывает Сергей Васильевич.

Но на одном бренде, даже самом удачном, далеко не уедешь, если не будет качества. Успех же «Староминского кваса», считает генеральный директор, в том, что в его производстве органично соединены традиционные технологии и инновации.

- Мы производим свой продукт по старой рецептуре. Ничего не пришлось выдумывать! Когда взял в аренду цех, там уже были готовые рецептурники еще с печатями райпотребсоюза. Закладка, норма… С тех пор так и работаем. За прошедшие годы огромное количество разных специалистов пытались рассказать, что где-то что-то нужно оптимизировать, удешевить, заменить. Но я стою на своем, говорю: «Ребята, давайте мы будем экономить на чем-нибудь другом, а не на качестве. Экономить электричество, газ, повышать производительность труда, решать вопросы логистики. Но на качестве экономить не будем!» Потому что именно качество формирует имя и доверие людей. Это нарабатывается годами, и очень важно ни в коем случае ни разу не обмануть ожидания людей. Иначе – пиши пропало.

Но секрета не раскрыл

Ближайшей задачей руководимого им предприятия Сергей Косяников видит в том, чтобы закрепить и упрочить позиции на всероссийском и даже международном уровне.

- В прошлом году мы стали экспортерами. Начали поставлять свою продукцию в Азербайджан, на подходе Армения, Китай. Кроме того, хотим, чтобы наша марка стала федеральной, чтобы наш квас можно было увидеть на полках всех магазинах. И эта цель вполне достижима. Мы уже сегодня получаем отклики от староминчан, которые волею судьбы живут в других городах. Рассказывают, что видят в торговых сетях нашу продукцию, восторгаются, пишут об этом в соцсетях, даже пересылают нам фотографии. Знаете, это воодушевляет и настраивает работать еще лучше.

Естественно, наш разговор не мог не коснуться еще одной темы – фестиваля кубанского кваса, который уже стал событием не только для своих станичников и жителей соседних районов (в этом году там было немало и щербиновцам), но даже вышел за рамки региона. Шутка ли сказать – только по официальным данным в нем приняло участие 18 тысяч (!) человек. В этот майский день было все: и замечательный праздник, и розыгрыш призов, и спортивные соревнования, и новое достижение, занесенное в книгу рекордов Гиннеса. За два часа народ выпил пять тонн этого традиционного напитка, разлитого в 11125 стаканчиков. Какой планируется установить рекорд на следующем фестивале?

- У нас есть несколько рабочих версий, - отвечает Сергей Васильевич. - Есть и главная версия. Секрет открывать не буду, потому что рановато, но однозначно будет новый рекорд. Будет массовое мероприятие, не менее массовое, чем в прошлом году. Планируем сделать большой праздник, на который приглашаем и всех щербиновцев.

В этот день мы поговорили с Косяниковым о многом. О принципах социальной ответственности бизнеса, который исповедуют на предприятии, о том, как личным примером сделать родную станицу чище и красивее, о том, что всю жизнь ему приходится строить. Благо сам – строитель в третьем поколении. К сожалению, обо всем этом и другом увиденном рассказать в формате газетной публикации невозможно. Так что оставим кое-что и на следующий раз. А вот на счет нового всемирного рекорда он точно заинтриговал. В будущем году обязательно нужно будет поехать, посмотреть. И даже поучаствовать. Продвижение отечественного товаропроизводителя, как никак…

Сергей ШВЕДКО.
Фото