



Держим марку

Товары собственных торговых марок «Макси» проходят многоступенчатый контроль качества. О формировании системы контроля и результатах работы рассказывает специалист по качеству СТМ Елена Сидорова.

Команда отдела по развитию собственных торговых марок «Макси» очень хочет, чтобы покупатели были довольными и сытыми! Сейчас в ассортименте СТМ «Макси» порядка 500 товаров. Каждый год ассортимент обновляется не только количественно, но и всегда качественно.

Лучше всех о качестве СТМ «Макси» знает Елена Сидорова. Елена умеет найти общий язык с технологами, понимает, что отличает качественный и безопасный товар, и способна излечить от брендозависимости.

— Елена, зачем ритейлер проверяет качество СТМ? Разве это не забота производителя?

— Во-первых, для покупателя мы и есть производитель, он не разделяет: это бренд, а это производитель. Поэтому на этикетках товаров указаны наши контакты, все коммуникации с покупателями ведем мы. Мы заинтересованы в том, чтобы СТМ «Макси» были безопасными, выделялись в лучшую сторону по качеству и цене, чтобы покупатель отдавал им приоритет.

По закону о защите прав потребителя мы также несем ответственность за товар. Если бы покупатель знал эти тонкости, то понимал бы, что продукция СТМ проходит двойной контроль: и со стороны производителя, и со стороны компании, которая реализует товары под своей маркой.

А вообще именно благодаря покупателям и появилась должность специалиста по качеству. Когда в отдел СТМ поступала обратная связь от клиентов, хотелось отвечать не холодным «спасибо за ваше мнение», а разобраться в причинах появления несоответствия, устранить корень проблемы, а не последствия. Для этого нужно было выстроить доверительные отношения с поставщиками, технологами на производстве. В течение двух лет мы работаем в этом направлении, совершенствуем систему качества.

— Как убедиться, что продукция безопасная и высокого качества? Знаю, что вы сдаете образцы в лабораторию, проводите аудит пищевых площадок, организуете слепые дегустации.

— Все верно. Когда мы еще только планируем выпускать какую-то продукцию под собственными торговыми марками, проводим первичную слепую дегустацию. Все образцы продукции зашифрованы, так мы избавляем фокус-группу от брендозависимости, чтобы при выборе продукта люди ориентировались на его вкус и качество, а не на имя. Нередко случаются интересные результаты, когда популярные марки занимают далеко не первое место.

Мы дегустируем не только новинки, но и периодически контролируем качество действующих позиций, чтобы своевременно обнаружить отклонения. В ходе одной из таких дегустаций заметили, что глазурь на шоколадном торте сильно крошится, раньше такого не было. Оказалось, что производитель стал использовать глазурь другого поставщика и нас в известность не поставил. Мы провели переговоры и вернули прежнюю глазурь.

— Как проверить непищевые продукты?

— Как правило, я опираюсь на ГОСТ. Например, нужно узнать, соответствует ли плотность пакетов для мусора заявленной. В госстандарте есть формула, по которой, зная массу и размер пакета, можно вычислить плотность в микронах. Так мы проверяли пакеты марок «Семья довольна» и «Яркая цена», они соответствуют указанной в ГОСТе плотности.

Чтобы оценить пеленки для животных, я выливала на них подкрашенную чаем воду и сравнивала, как сильно растекается жидкость, как впитывается, оставляет ли следы на поверхности стола.

Иногда, конечно, приходится подумать, как проверить какой-то товар. Однажды оценивала моющую способность таблеток для посудомоечной машины «Семья довольна» и одного популярного бренда. Наполнила две одинаковые емкости горячей водой и положила в них ножи, обильно сдобренные растительным маслом. Средство популярного производителя до конца с жиром не справилось, жир не растворился, всплыл на поверхность, нож остался маслянистый. А наша марка полностью растворила жир и справилась со своей задачей.

— Для более детального анализа отправляете продукцию на проверку в лабораторию, так?

— Да, мы работаем с четырьмя аккредитованными лабораториями: две из них в Вологде, по одной в Ярославле и Москве. Каждый месяц по графику сдаем в лабораторию 3-4 позиции.

Если поступает негативная оценка от покупателя, проводим внеплановую проверку. Недавно была ситуация, когда покупатель посчитал, что в моцарелле «Семья довольна» присутствуют бактерии группы кишечной палочки. Этот вывод он сделал по глазкам в сыре. Я понимаю, почему он так подумал: в большинстве случаев моцарелла делается на закваске, которая не дает глазков. Но в составе нашего сыра указано, что он произведен на мезо-термофильной закваске, в состав которой входит лактококкус диацетилактис: при сбраживании лактозы образуется углекислый газ, в продукте появляются глазки ровной формы. Чтобы не быть голословной, я отправила сыр в лабораторию и через 10 дней предоставила покупателю протокол испытаний. Конечно же, там не было никакой кишечной палочки. Сыры «Семья довольна» производятся за границей, где контроль безопасности и качества еще серьезнее.

Работа с рекламациями (претензиями) — это большой пласт работы. Мы ведем архив обращений по каждому производителю, разбираемся в ситуациях с технологами, проводим лабораторные испытания, чтобы понять действительно ли был сбой в производстве или кто-то сознательно распространяет недостоверную информацию.

— И такое бывает?

— Случается. Например, нам на почту прислали фотографию болта в тушенке. Я связалась с производителем, и мне выслали фото всех болтов, которые используются в крепеже оборудования на производственной

линии. Болта, как на фото, не было. Плюс болт явно был новый, прямо сверкал. Это сразу насторожило. Производитель был уверен в своей правоте и был готов к любой очной проверке.

Если допустить, что какой-то недобросовестный сотрудник сам подбросил болт, то он мог это сделать только на этапе загрузки сырья в фаршемес, так как все остальное оборудование закрытого типа. Но скорость вращения мешалки внутри аппарата настолько велика, что при попадании болта ударная сила будет огромной и сработает аварийное выключение. Поэтому попадание болта исключено.

А вообще мы очень рады получать правдивую обратную связь от покупателей. Для нас это сигнал обратить внимание на какой-то товар. Далеко не каждый найдет время, чтобы сообщить, что ему больше не нравится вкус продукта, он просто выберет другого производителя. Поэтому мы искренне благодарим тех, кто уделяет нам внимание.

— Знаю, что вы выезжаете на производство с аудитом пищевых площадок. Что это дает?

— Визуальный контроль позволяет оценить потенциал производителя, убедиться, что он действительно соблюдает все необходимые стандарты, снизить риски поставок некачественной продукции. Я проверяю не только санитарные условия, но и документацию, оборудование, медкнижки, знакоюсь с планом помещений.

Очень показательно, как выглядят служебные помещения. Если там тоже соблюдаются все правила, значит предприятие ответственное, а если в комнате приема пищи грязно и кругом комнатные растения (с почвенными микроорганизмами), то с такими производителем дел иметь нельзя.



— А бывали производители, которые превзошли ожидания?

— Да, конечно. Большое впечатление произвела вологодская компания «Фабрика Хруста» (торговая марка «Капитан Хруст»). Система контроля качества на предприятии выстроена максимально круто, на каждом этапе производства все зафиксировано. Поэтому если покупатель вдруг заметил, что вкус его любимых снеков изменился, не составит труда проследить, на каком этапе, возможно, произошел сбой.

Мы выпускаем кукурузные палочки и попкорн их производства под маркой «Ёшки-матрёшки».

— Производители делают для «Макси» продукцию с тем же составом, что под своими торговыми марками?

— Иногда меняют. К примеру, в том же фарше изначально были консерванты, которые мы не хотели иметь в своем продукте. Мы провели переговоры с производителем и договорились делать для нас фарш с лучшим составом.

Готовый продукт мы тоже видим первыми. Оцениваем внешний вид упаковки, самого продукта, дегустируем, отвозим образец в лабораторию и проверяем, соответствуют ли показатели тем, что описаны в паспорте качества.

Вкус, консистенция, запах — все должно быть идеально и соответствовать тому, о чем мы договаривались с производителем перед стартом проекта.

Финальный этап контроля продукции — это входящий контроль на распределительном центре и в магазинах «Макси». Если сотрудники видят какое-то несоответствие, сообщают нам.



— **Что нового появилось в ассортименте СТМ в этом году? Что посоветуете попробовать?**

— У нас ежегодно появляется порядка 100 новинок. Сейчас самая классная новинка — это творожные сырки «Ёшки-матрёшки». Они сделаны по ГОСТу, покрыты шоколадной глазурью, а не кондитерской. Там нет вредных добавок, усилителей вкуса. Это один из тех продуктов, которым мы очень гордимся. Скоро выпустим фарш и котлеты «Семья довольна», соки «Яркая цена».