



Dělení na kvalitní malé a nekvalitní velké pekárny je nesmysl

Společnost **UNITED BAKERIES a.s.** je dlouhodobě předním hráčem na českém pekárenském trhu. V současné době zaměstnává na 1400 lidí, jejichž třináct pekáren každý den vyrobí dohromady na tři stovky tun chleba a pečiva. Veškerá čerstvá pekařská produkce je určena výhradně pro tuzemské zákazníky, na export jde pouze část mražených výrobků. „Zatímco jiné firmy se rozhlíží po dalších zemích, kam by expandovaly, v United Bakeries jsme se naopak po řadě let, kdy firma působila i na trzích v sousedních zemích, rozhodli soustředit plně na domácí trh,“ říká **Petr Mlíka**, ředitel marketingu společnosti United Bakeries.

Máte široké portfolio pekařských výrobků – od rohlíků přes různé druhy chleba až po jemné pečivo. Které produkty a které z vašich značek patří ke klíčovým z hlediska byznysu firmy?

Naší hlavní značkou je tradiční Odkolek, významnou je pro nás všeobecně oblíbená značka Delta. Pekařské výrobky se zdravotními benefity nabízíme v řadě pod značkou Cerea, toastové chleby pod značkou Toasttip. Hlavními produkty jsou s velkým náskokem základní výrobky – rohlíky, housky a klasický konzumní chléb, takzvaná Šumava. Velmi oblíbené jsou pak naše záviny, vánočky, buchty a koblihy.

Pekárny United Bakeries počítají produkci na stovky tun denně, zároveň se ale mohou pochlubit i výrobky, které by člověk čekal spíše u malých pekáren – Odkolkův pecen dokonce získal titul Řemeslný chléb roku 2018. Snažíte se zlomit klíšé, že dobrý řemeslný chléb umí upéct pouze malí výrobci?

Odkolkův pecen je obrovský úspěch a velmi zdařilý reprezentant našich výrobků. Je pravda, že jeho výhra v soutěži Chléb roku byla pro mnoho lidí velkým překvapením. My ale víme, že nabízíme vynikající výrobek, který naši pekaři umí. Je to skvělý důkaz, jak nesmyslné je dělení pekáren na velké a malé, průmyslové a řemeslné. Je to vždy jen otázka poptávky a efektivity. Všichni naši zákazníci chtějí vysoce kvalitní výrobky, ale s odvoláním na reálnou kupní sílu spotřebitelů za ně nabízejí často cenu, která nám jejich efektivní výrobu nedovoluje. Naštěstí ale v poslední době

poptávka po zajímavých a kvalitnějších výrobcích skutečně roste. Obecně by se dalo říct, že dobrá ekonomická situace umožňuje lidem zkoušet nové a kvalitnější výrobky. Základ našeho byznysu – rohlík, chléb a houska – je ale stále nejvýznamnější. Zároveň ale platí, že z hlediska absolutních čísel spotřeba chleba v posledních letech klesá. A my tento pokles kompenzujeme právě nabídkou nových a speciálních výrobků.



minerva.budujeme efektivní podniky

www.minerva-is.eu

Velká část vaší produkce míří do obchodních řetězců. Kdo jsou vaši další odběratelé?

Mimo obchody mezinárodních řetězců se samozřejmě zaměřujeme i na lokální zákazníky. V každém z regionů, kde působí některá z našich třinácti pekáren, se profilujeme i jako regionální dodavatel. Každý zákazník je pro nás důležitý a denně, v některých případech dokonce i vícekrát za den, zavážíme zhruba osm tisíc obchodů od malých koloniálů až po hypermarkety.

United Bakeries tvoří síť třinácti regionálních pekáren pokrývající celou Českou republiku. Uřídit takto rozkročenou skupinu se jistě neobejde bez robustního informačního systému. Jaký informační systém United Bakeries využívají pro řízení svých podnikových procesů? A v čem vidíte jeho největší přínos?

Pro řízení svých podnikových procesů využíváme již od roku 2007 ERP systém QAD. Jde o centralizované řešení, které nám umožnilo standardizovat podnikové procesy, společnost je tak schopná rychleji reagovat na požadavky svých zákazníků. Systém pokrývá a integruje všechny oblasti od nákupu přes výrobu a distribuci až po finance. Jedním z mnoha přínosů je také centrální příjem objednávek prostřednictvím call centra, EDI komunikace a on-line objednávání B2B. Denně přijímáme objednávky od tisíců odběratelů, které následující den zavážíme pečivem. Rychlý a bezchybný

příjem objednávek a jejich následné zpracování do výroby až po distribuci zboží zákazníkovi je tak pro nás tou nejvyšší prioritou.

Nakolik se potýkáte s nedostatkem lidí na trhu práce, na který si v poslední době podniky stále více stěžují?

Nedostatek lidí na trhu práce, nárůst minimální mzdy, nárůst cen agenturních zaměstnanců a tak dále, to vše je pro nás zcela zásadní. Dnes je velký problém najít zaměstnance do tak náročného směnného procesu při mzdách, které jsme schopni nabídnout. Jen velmi těžko sháníme řidiče pro našich více než pět stovek rozvozových aut. Profitabilita v pekařském oboru je obecně velmi nízká a nízká úroveň mezd je dlouhodobým problémem, který v dnešní situaci ještě graduje. ■

ODKOLEK
OD ROKU 1850