

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Deutsch-Kasachischer Agrarpolitischer Dialog
Германо-Казахстанский аграрно-политический диалог

ADG

AFC
AGRICULTURE & FINANCE
CONSULTANTS

Казахстанско-Германский аграрно-политический диалог

Онлайн-семинар

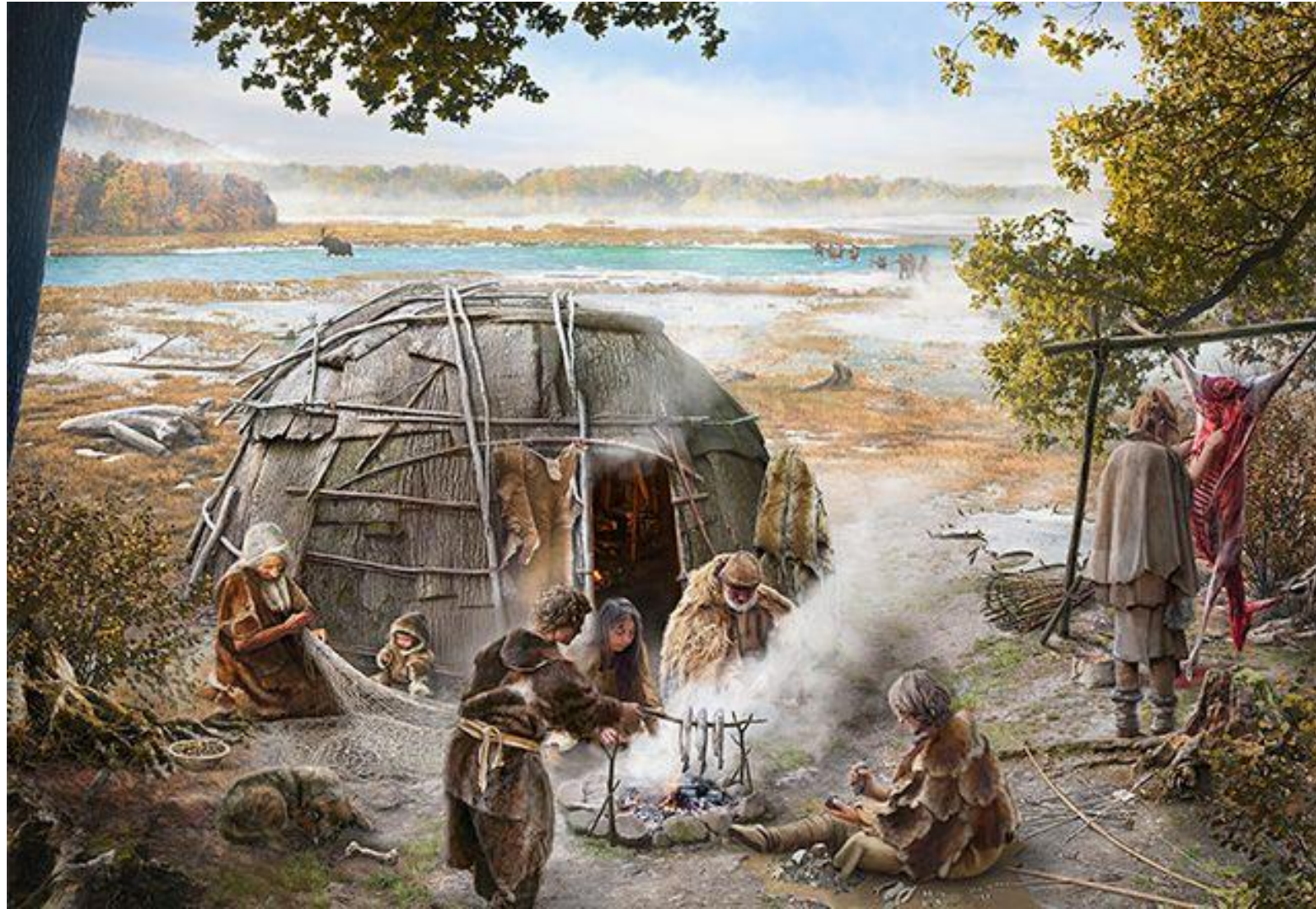
Практические рекомендации по развитию производственных кооперативов. Опыт Германии

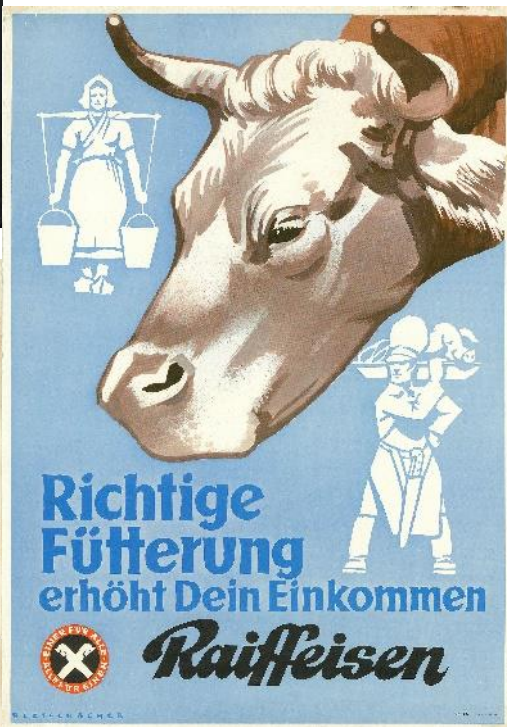
11 декабря, 2020
г. Нур-Султан

СПИКЕР:

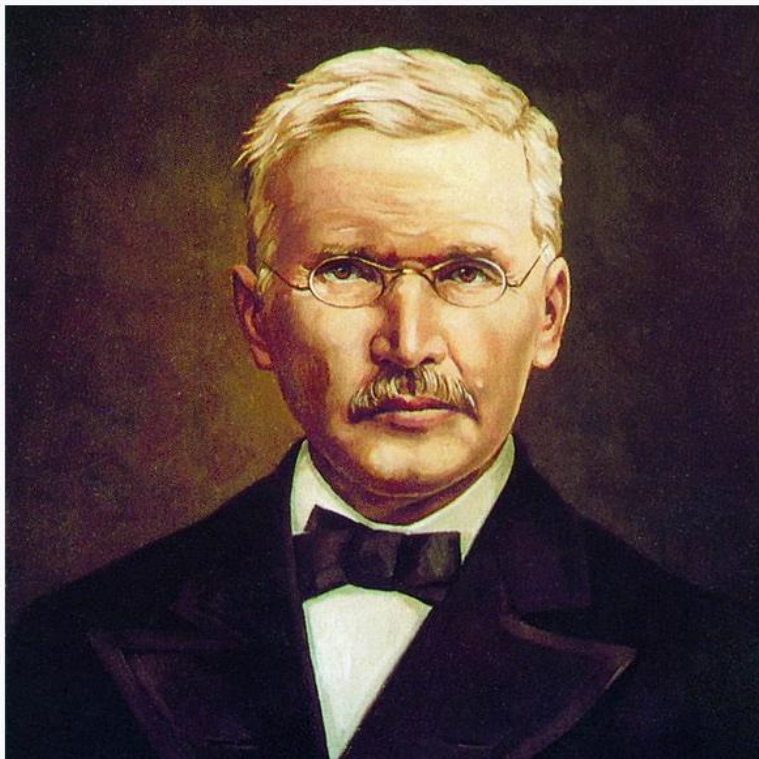
Г-н Тино Хохмут – Консультант по менеджменту в
животноводстве (Германия, Россия);
email: тино.hochmuth@gmail.com.

Факторы успеха производственных объединений





Фридрих Вильгельм Райффайзен



«существует связь между бедностью и зависимостью»

30 марта 1818 - 11 марта 1888

Принципы

- Самопомощь
- Самоуправление
- Самоответственность (за свое дело)

Цели

«независимость от

- Благотворительности
- Политики
- Ростовщиков»

Название и формы организации разные – цели ОДНИ



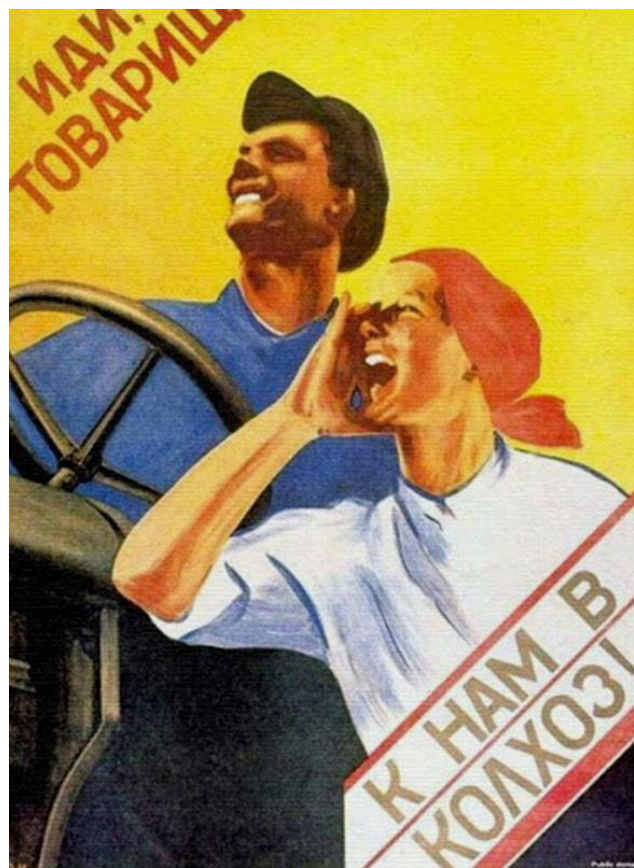
развивались различные формы кооперативных объединений. Наибольшие успехи были достигнуты в области кредитной и потребительской кооперации. Немного сложнее обстояли дела в сфере производства, отмечается в книге главного научного сотрудника Института российской истории РАН Авенира Корелина «Кооперация и кооперативное движение в России. 1860 – 1917 гг.». Простейшей формой производственного кооперативного объединения была артель.



Подготовка зерна для посева.



Кредитно-сбытовая кооперация помогла мелкому единоличнику разомкнуть "клетки", которыми его держали перекупщики зерна. На фото - хлебный караван на Волге, у города Рыбинска. 1903 год.



Опыт германии – Нижняя Саксония



				Σ
	12	9	7	28
	7	4	11	22

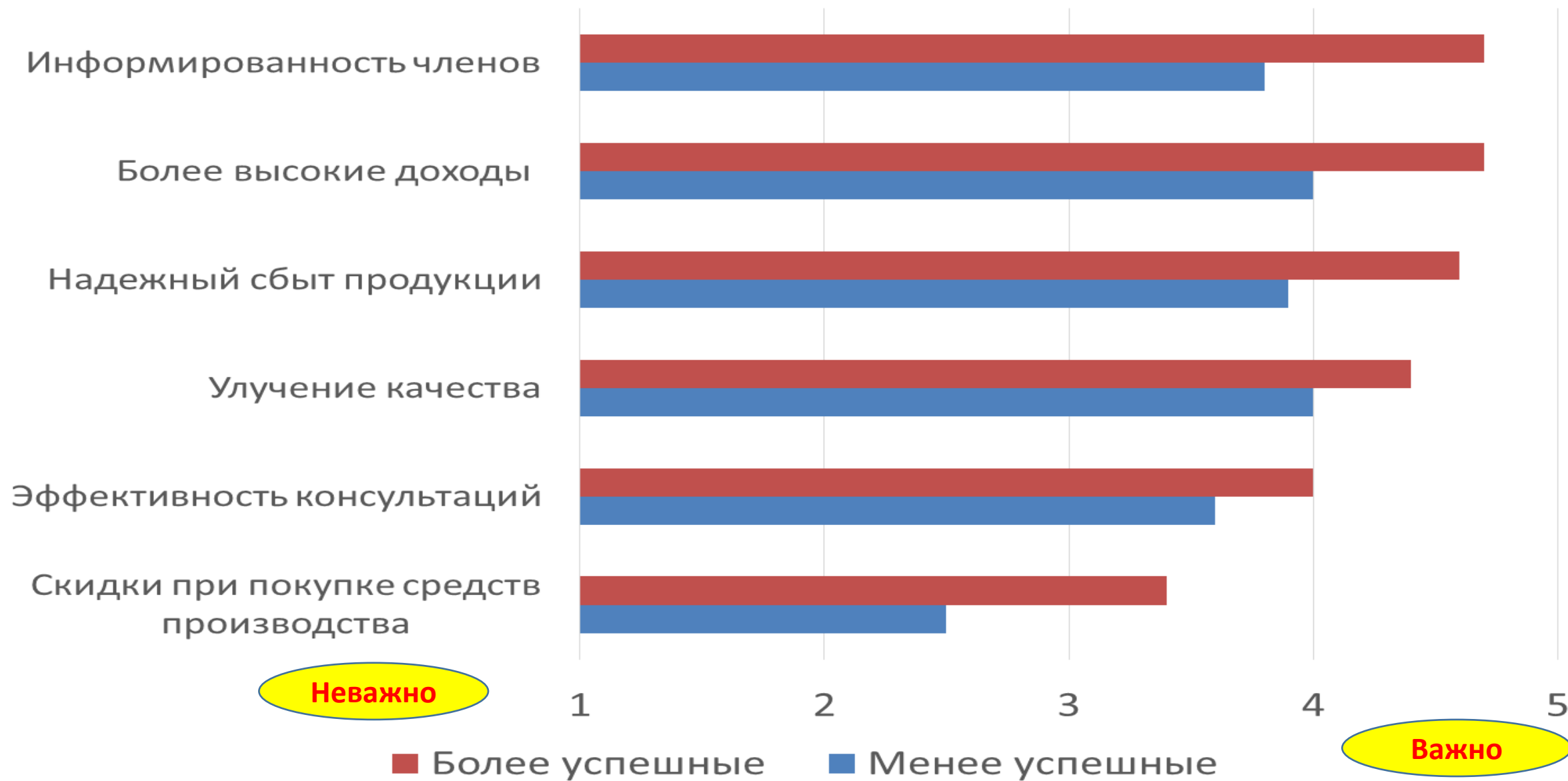
- Обеспечение продаж при неблагоприятной ситуации на рынке
- Укрупнение поставок
- Повышение доходы для членов
- Соблюдение договоров
- Признание в качестве делового партнера

- Качество продукции
- Удовлетворение клиентов
- Надежность поставок
- Снижение маркетинговых затрат
- Усиление позиции на переговорах
- Контроль над каналами сбыта
- Снижение производственных затрат

Мотивация для создания кооперативов



Привлекательность кооперативов



Инициаторы создания кооперативов

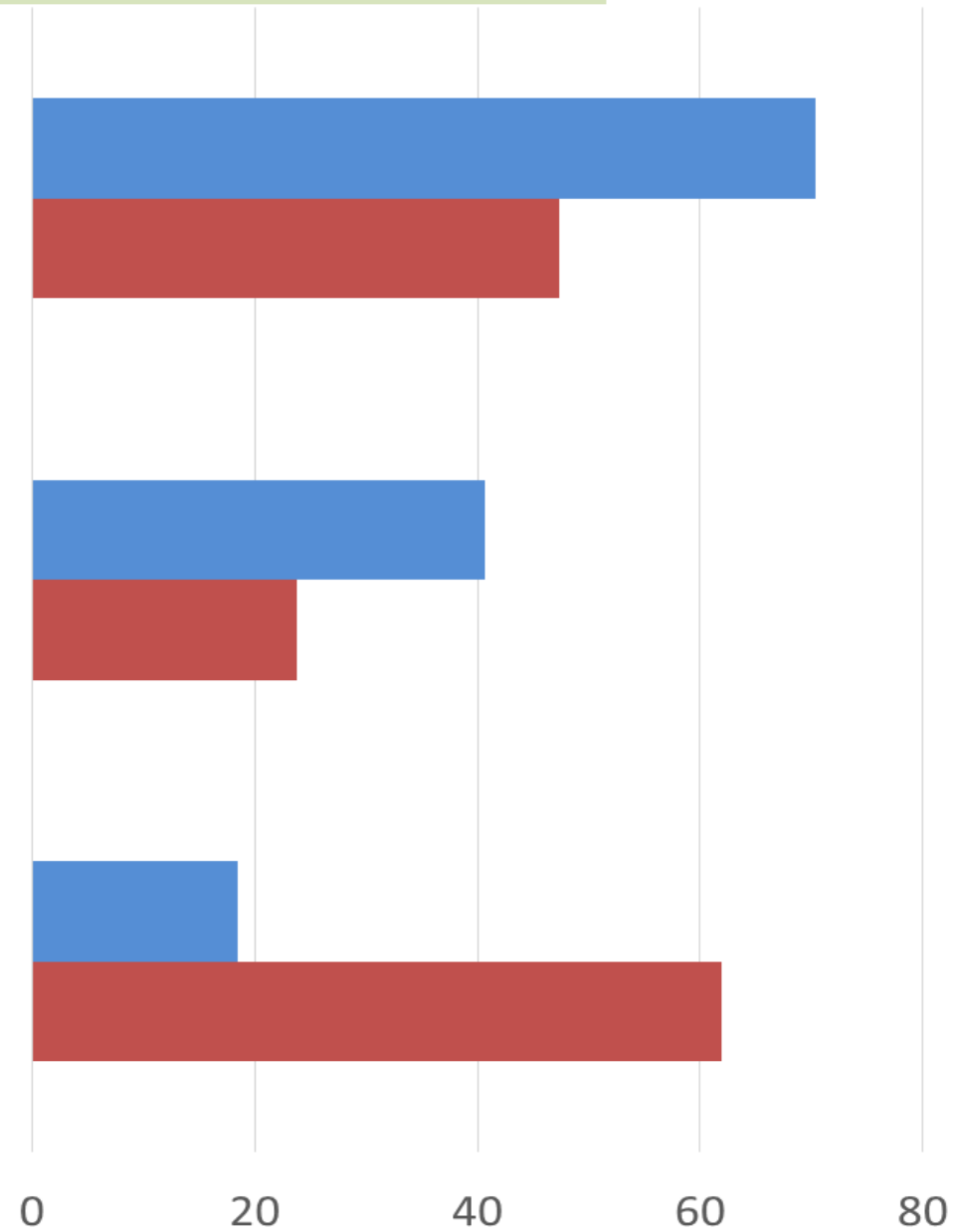
Сами фермеры

Консультационные компании

Маркетинговые компании

■ Успешные кооперативы

■ Менее успешные кооперативы



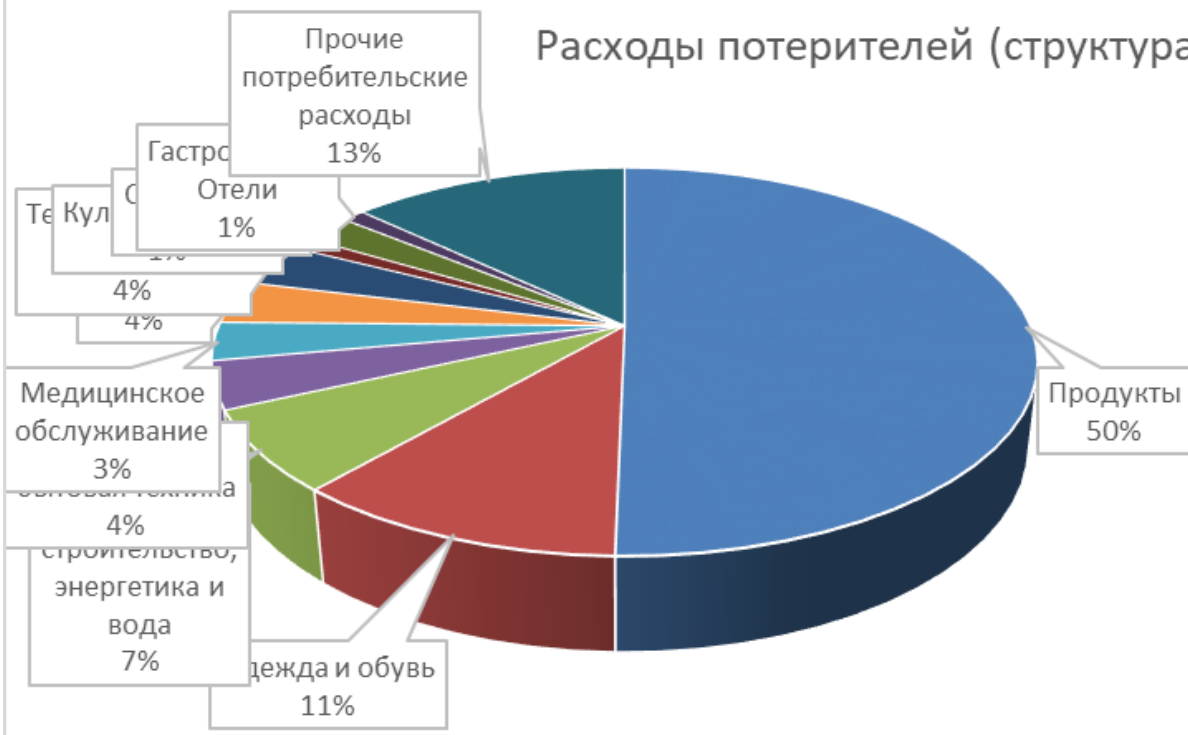
Кооперативы – связь между производителями и потребителями

Управление маркетингом должно реализовать требования покупателей к созданию продукта, должны соблюдаться членами кооператива в качестве производителя продукта.



Управление членами кооператива
Формирование фирменного - чувство 'мы' центральной основой
для
принятия и выполнения членами кооператива требований рынка

Расходы потребителей (структура)





требитель

Цена /
доступность



Гормоны

Антибиотики

ГМО



Порошковое
молоко

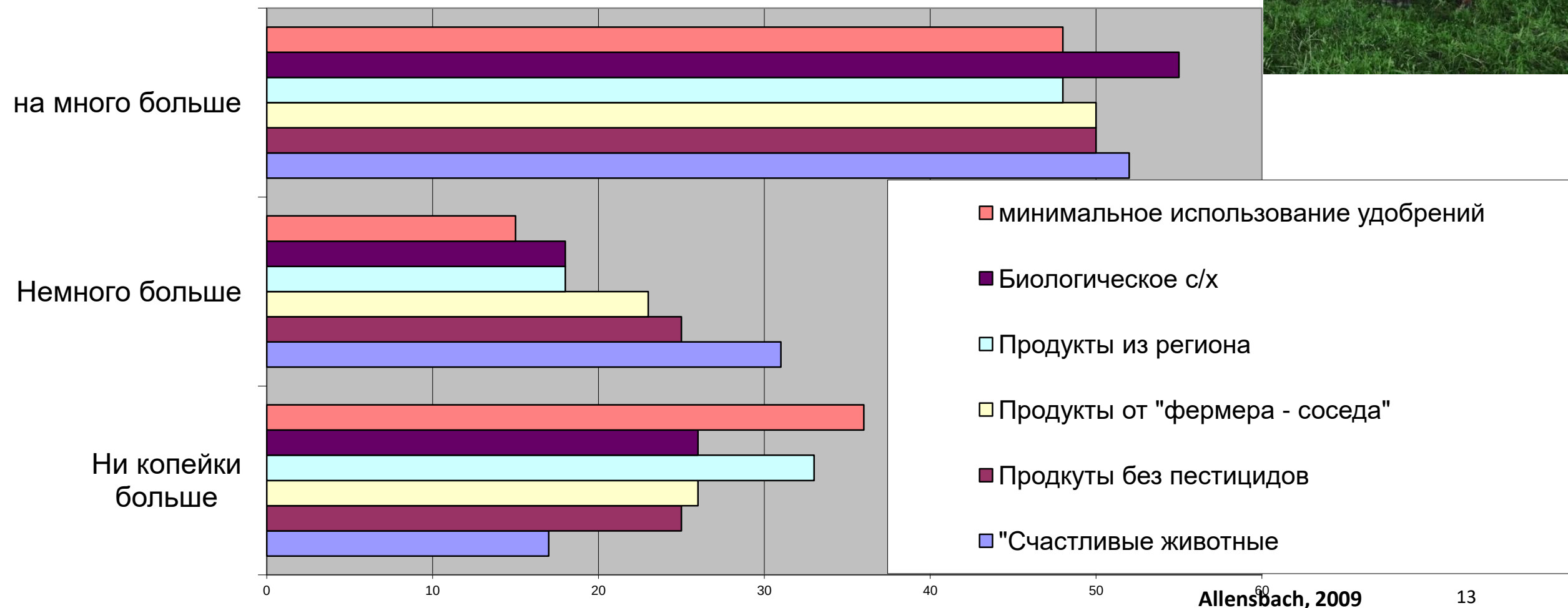
Условия
содержания
(Защита
животных)

«БИО»
Экология



Две «правды» покупателя

Потребитель согласен платить за



Реакция покупателя на возможное сокращение семейного (личного) бюджета (homo oeconomicus)

Если Ваш семейный бюджет в следующем году сократится на 15% - **на чем будете экономить?**



Целенаправленное обслуживание конкретных и потенциальных требований рынка (потребителя)

Определить каналы сбыта

- Определение спроса (количество, качество, условия поставки)
- Подбор покупателей на долгосрочной основе
- Ведение переговоров по ценовой политике
- Заключение контрактов

Обеспечить качество продукта

- Генетика
- Условия содержания и кормления
- Внедрение правил «лучшей практики – Best practice)
- Система премий и штрафов
- Обратная связь с членами кооператива по вопросам качества
- Система консультирования внутри кооператива

Обеспечить необходимое количество продукции

- Планирование производства (потенциалы членов кооператива, циклограмма ...)
- Определить необходимые количество поставок для членов кооператива

Возможные стратегии на рынке

Параметры рынка	Альтернативы			
Стратегия на рынке	Продукт и рынок уже существуют	Продукт существует, рынки новые	Продукт новый, рынки существуют	Новые продукты для новых рынков
Стимулирование рынка	Рынок «Премиум»		Продукция по доступной цене	
Сегментация рынка	«Массовый» рынок однородного продукта		Сегментация рынка	
География	Местный / региональный	Национальный	Таможенный союз	Мировой рынок

Пример – региональный маркетинг



Национальный

ЕС

мировой рынок

Стратегии по менеджменту качества в кооперативах



Пример: Внедрение правил «лучшей практики – Best practice»

Принять теленка

www.kaelberschule.de

Что требуется?

Перчатки



Гигиена важна,
профилактика
болезни

Чистые
резиновые
сапоги



Опасность переноса
болезни, сапоги
только для
телятника,
обязательная
регулярная
дезинфекция

Документация



Мель
Табличка над
станком

Транспорт



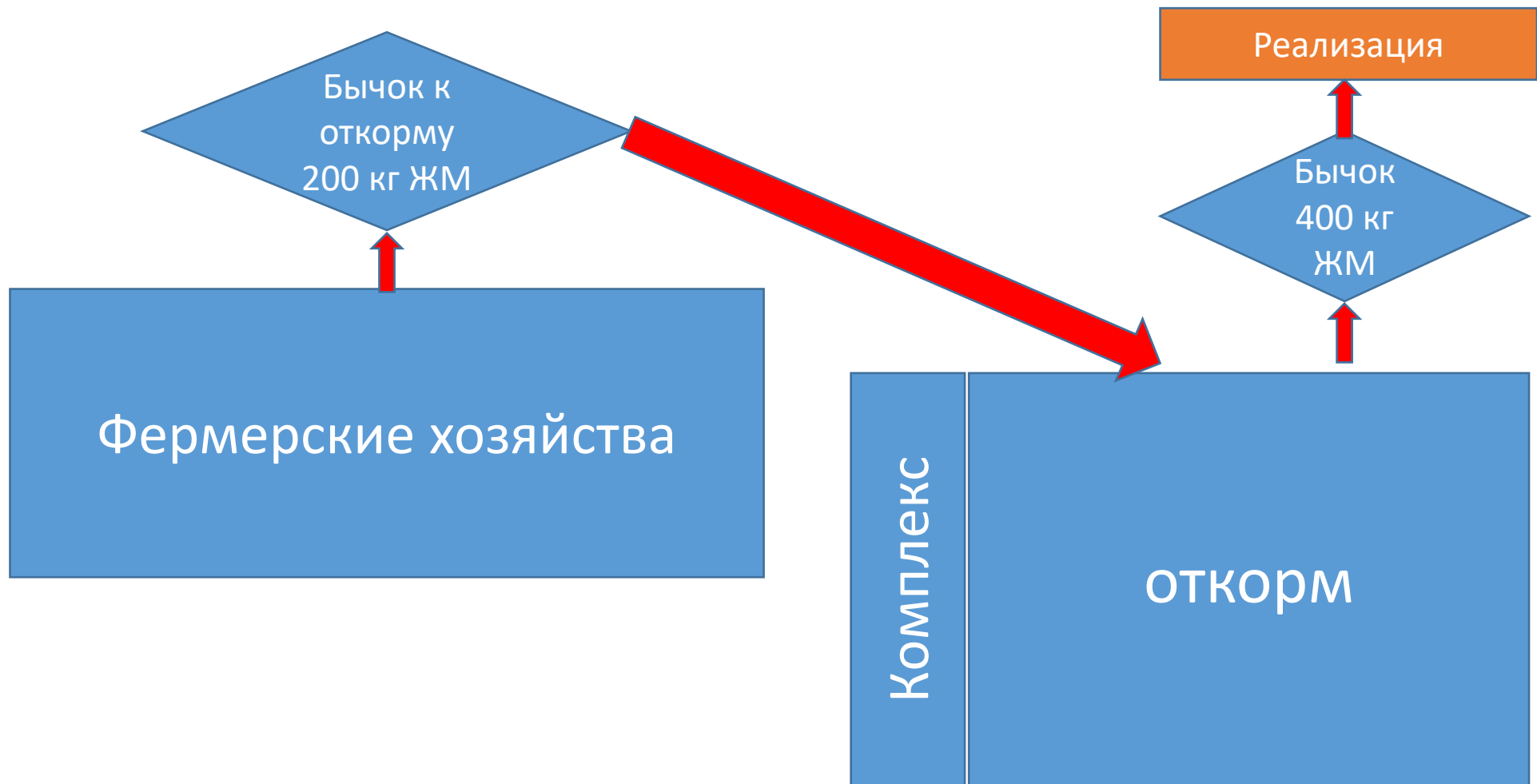
Чистая тачка - только
для телят

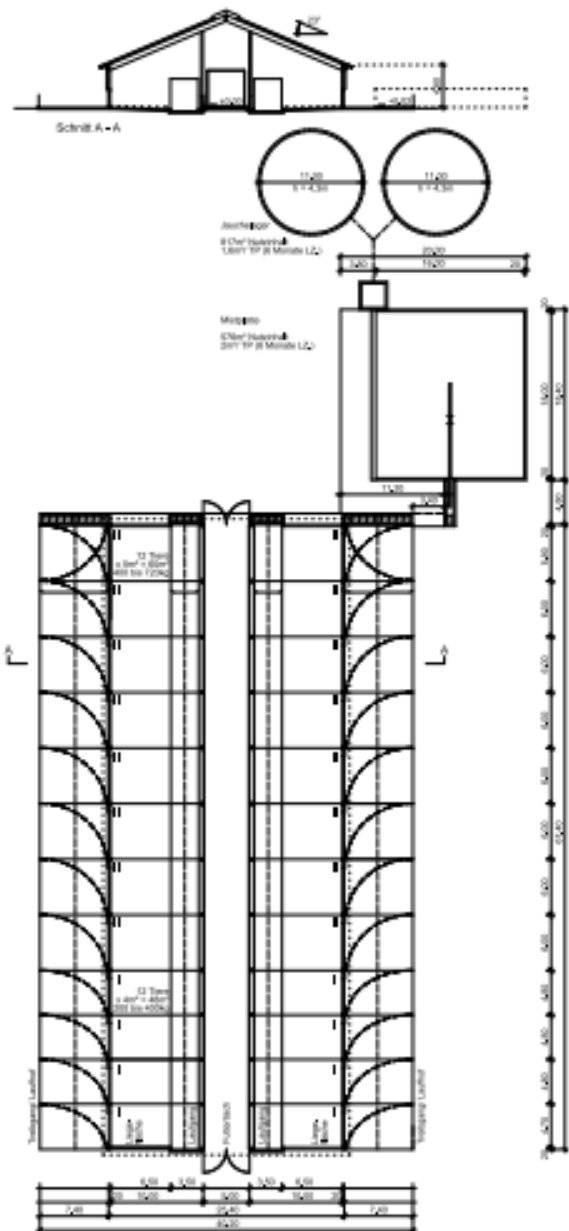
Самое
главное:



4 литра молозива в
первые 4 часа 39°C

- Доводится до всех членов кооператива
- Висит для персонала в телятнике
- Проверяется регулярно сотрудниками кооператива
- Определяются меры в связи с невыполнением
 - Консультации
 - Штрафы
 - Исключение из кооператива

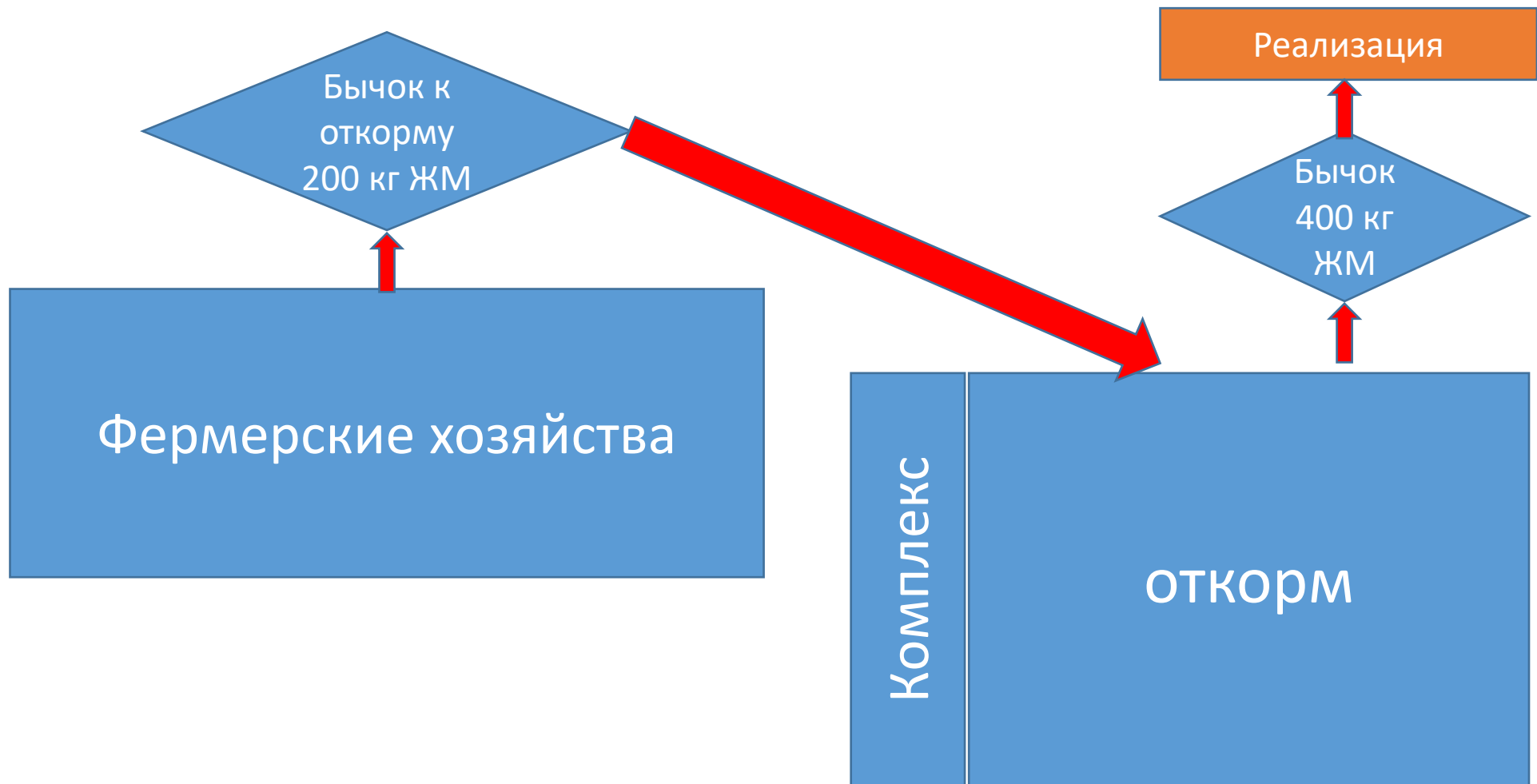




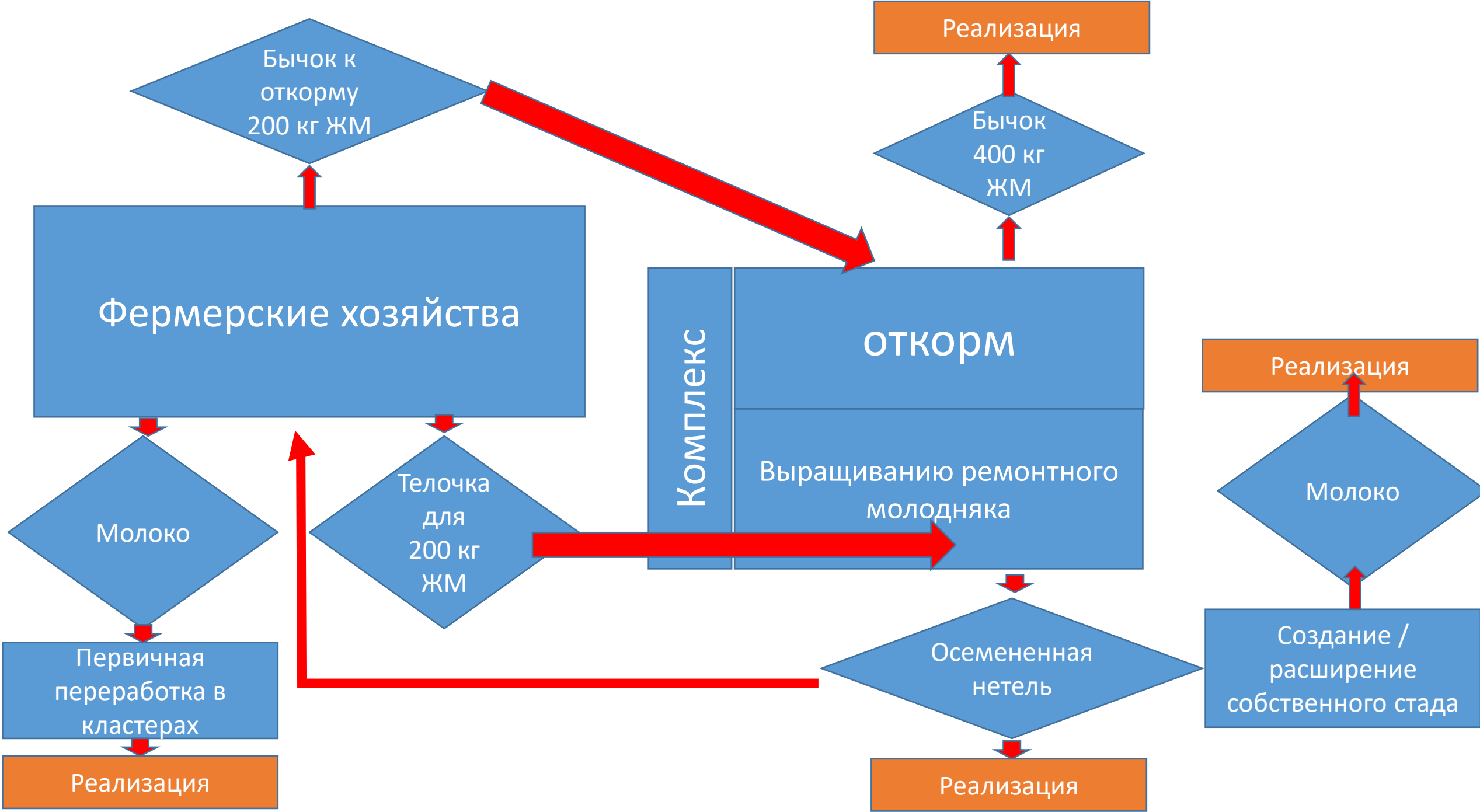
Помещение 288 скотомест, 12 голов в группе (24 группы)	
Вес постановки на откорм	200
Вес сдачи	400
Планируемый ССП, гр	1232
Санразрыв, дни	7
Длительность откорма, дни	162
Длительность откормочного цикла, дни	169
Длительность производственного цикла, недели	24
Оборот стада	2,15
Постановка бычков за год	619
Постановка бычков за неделю	12
Производственный ритм, недели	1
Требуется голов каждые 1 недели	12

Межотельный период, дни	385
Выход телят от одной коровы в год	0,95
Из них бычков	0,47
Смертность телят,%	9
Выход бычков для откорма от одной коровы в год	0,43
Требуется маточного поголовья, гол	1447
Среднее количество коров у члена кооператива	35
Необходимое (минимальное) количество членов кооператива	41

+ надбавка на
неравнозначность
поставок







Возможности интеграции членов кооператива

Информационная стратегия

- Обеспечить участие в стратегически важных решений кооператива
- Конструктивная дискуссия, не скрывать проблемы
- Создание нормативной базы для работы с членами кооператива
- Регулярный обмен информацией, рабочие семинары
- Выезды на предприятия, консультирование, обмен опыта, создания рабочих групп по избранным темам (кормление, менеджмент здоровья, строительство ...)

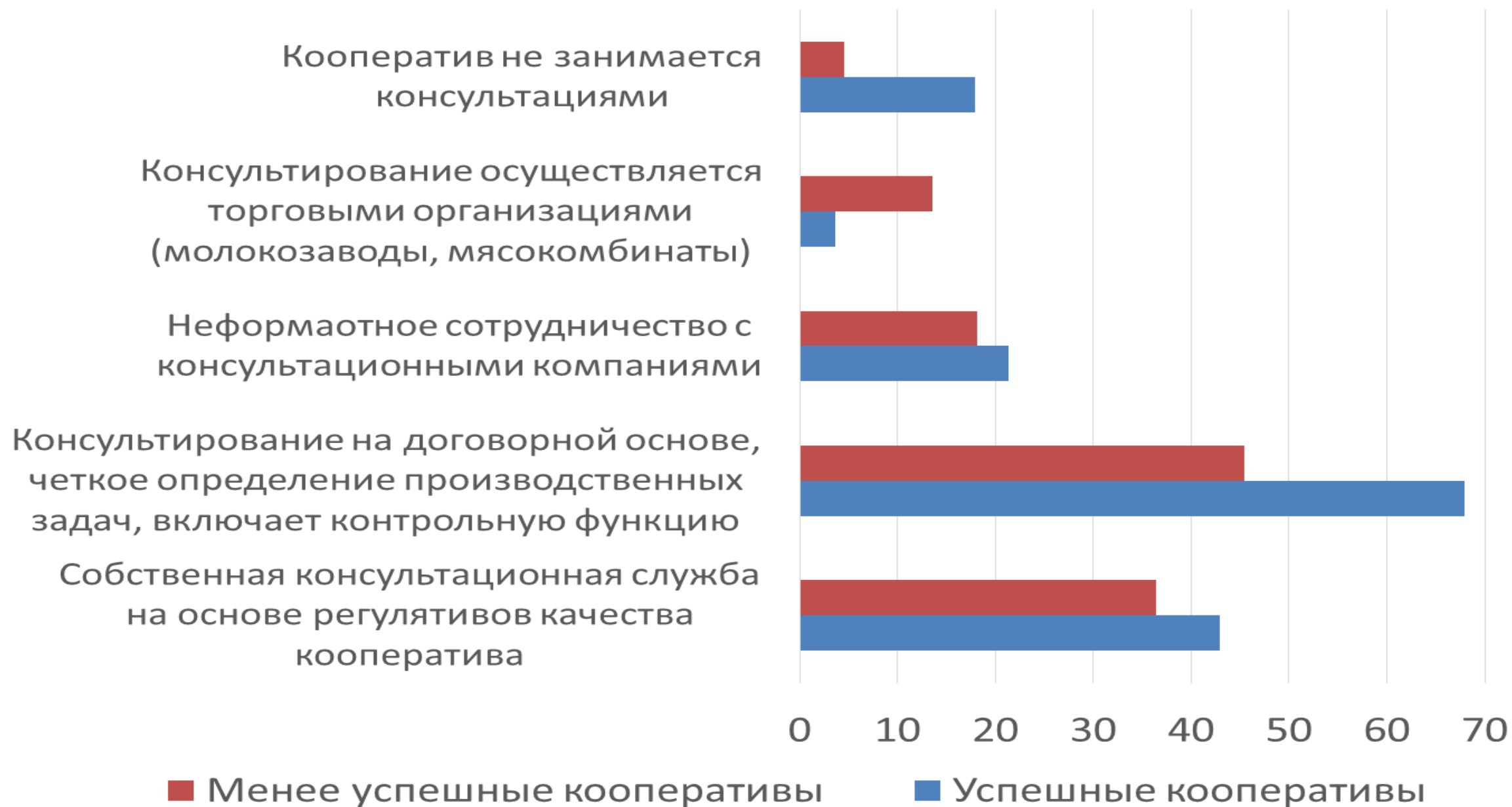
Представление интересов

- Анализ и проверка количества и качества произведённой продукции
- Обеспечить обратную связь по результативности процесса производства
- Стимулировать эффективность и систематическое улучшение качества
- Реализовать справедливую систему оплаты продукции
- Добиться хороших условий поставок средств производства (цены, отсрочка, качество ...)

Оптимальная структура членов кооператива

- Определение реального потенциала производства (количество и качество продукции)
- Определить четкие условия для принятия хозяйств в кооператив (потенциал, готовность к интеграции)
- Анализ причин ухода членов из кооператива – сохранить активных членов

Консультирование - да или нет? если да - то как





Prospects for Farmers' Support:
Advisory Services in European AKIS

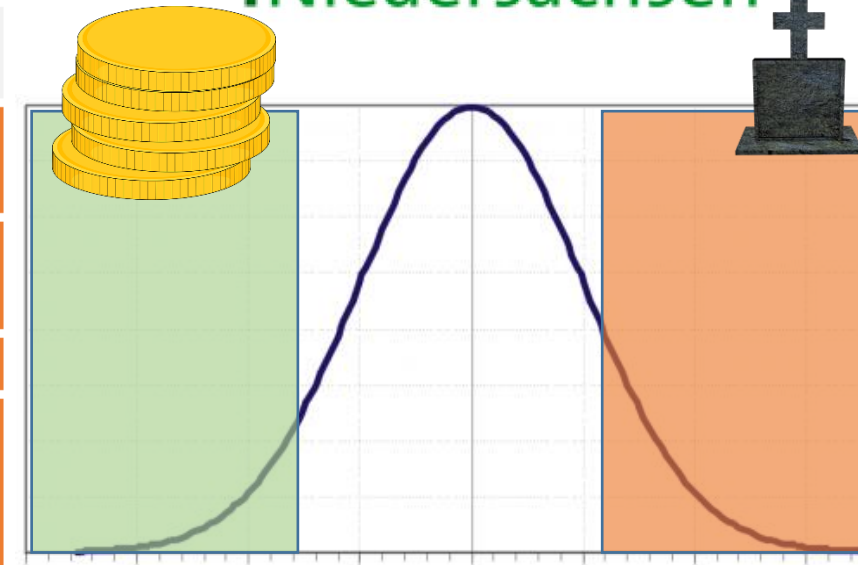
- **Разнообразные консультационные услуги**, включая несельскохозяйственную деятельность и диверсификацию фермерских хозяйств
- Создание **сетей и неформальные консультации** между различными заинтересованными сторонами;
- **Увеличение бюрократических задач** в государственных администрациях и фермерских организациях за счет предоставления целевых консультативных услуг
- **Новые участники мелкого фермерства** активно искали новые знания из различных источников и принесли с собой значительные передаваемые знания
- **Академическая оторванность.**



Потребность в:

- Обучении **на протяжении всей жизни**
- Подготовка **консультантов**, и фермеров;
- Соответствующее обучение для частных консультационных служб и поставщиков сырья;
- Среднесрочные стратегии поддержки новых фермеров и развития малых фермерских хозяйств
- Консультативные методы, которые опираются на **местные ресурсы - знания местных лидеров**;
- **Индивидуально подобранные** и доступные на местном уровне консультационные услуги;
- Целенаправленные исследования и разработки для **удовлетворения растущих потребностей мелких фермеров в знаниях.**

		Симментальский скот		
Параметр	Ед. измерения	25 % лучших	Ø	25 % менее эффективных
Выручка / кг УБВ	€ / кг	2,51	2,47	2,43
Убойный вес	kg / гол.	442	434	426
Среднесуточный прирост убойной массы	g / день	775	754	719
Среднесуточный прирост	гр./ день	1355	1302	1237
Кормодни на голову	Дни/ сданную голову	441	453	466
Смертность и выбытие	%	2,34	3,79	5,21
Затраты концентрированных кормов	Кг / день	2,72	2,58	2,39
Суточный брутто-доход ¹⁵	€ / день	2,65	2,44	2,19

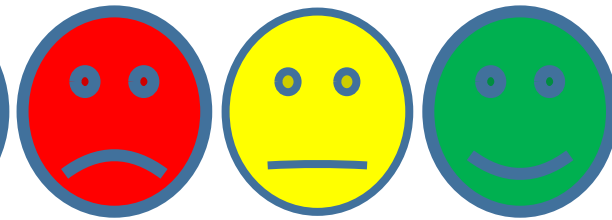
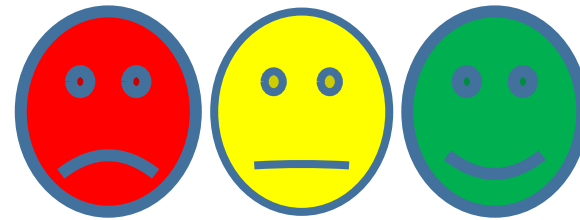
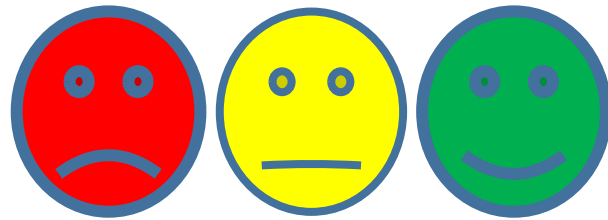
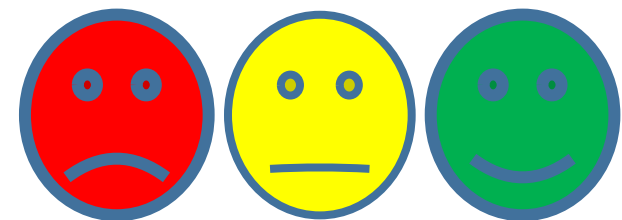


Процесс консультирования – пример

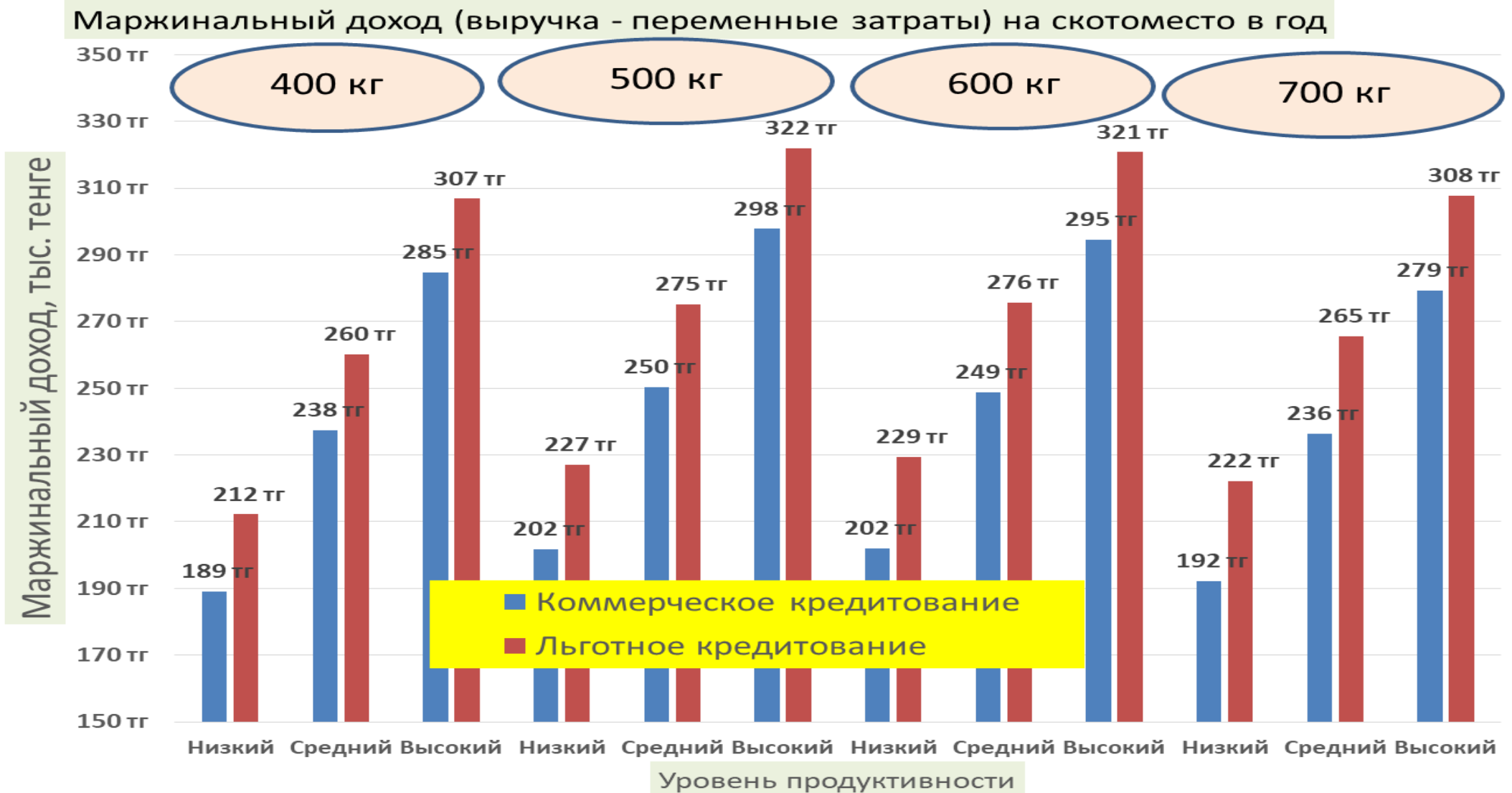


Мышление в сценариях

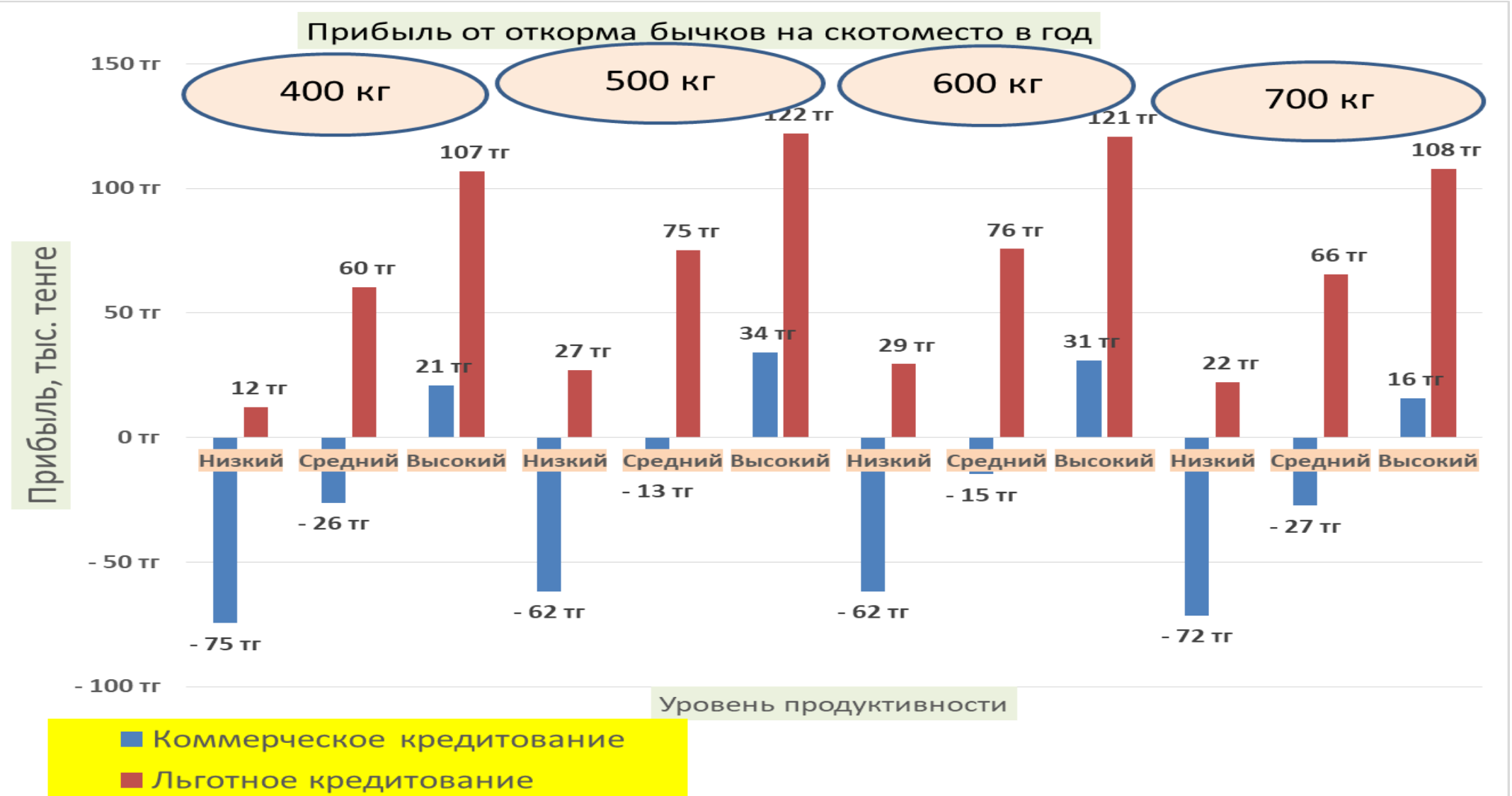
Откорм до 400 кг			Откорм до 500 кг			Откорм до 600 кг			Откорм до 700 кг		
Низкий	Средний	Высокий	Низкий	Средний	Высокий	Низкий	Средний	Высокий	Низкий	Средний	Высокий
1 065	1 230	1 394	1 137	1 298	1 458	1 172	1 326	1 478	1 180	1 324	1 465



Анализ «на короткую дистанцию»

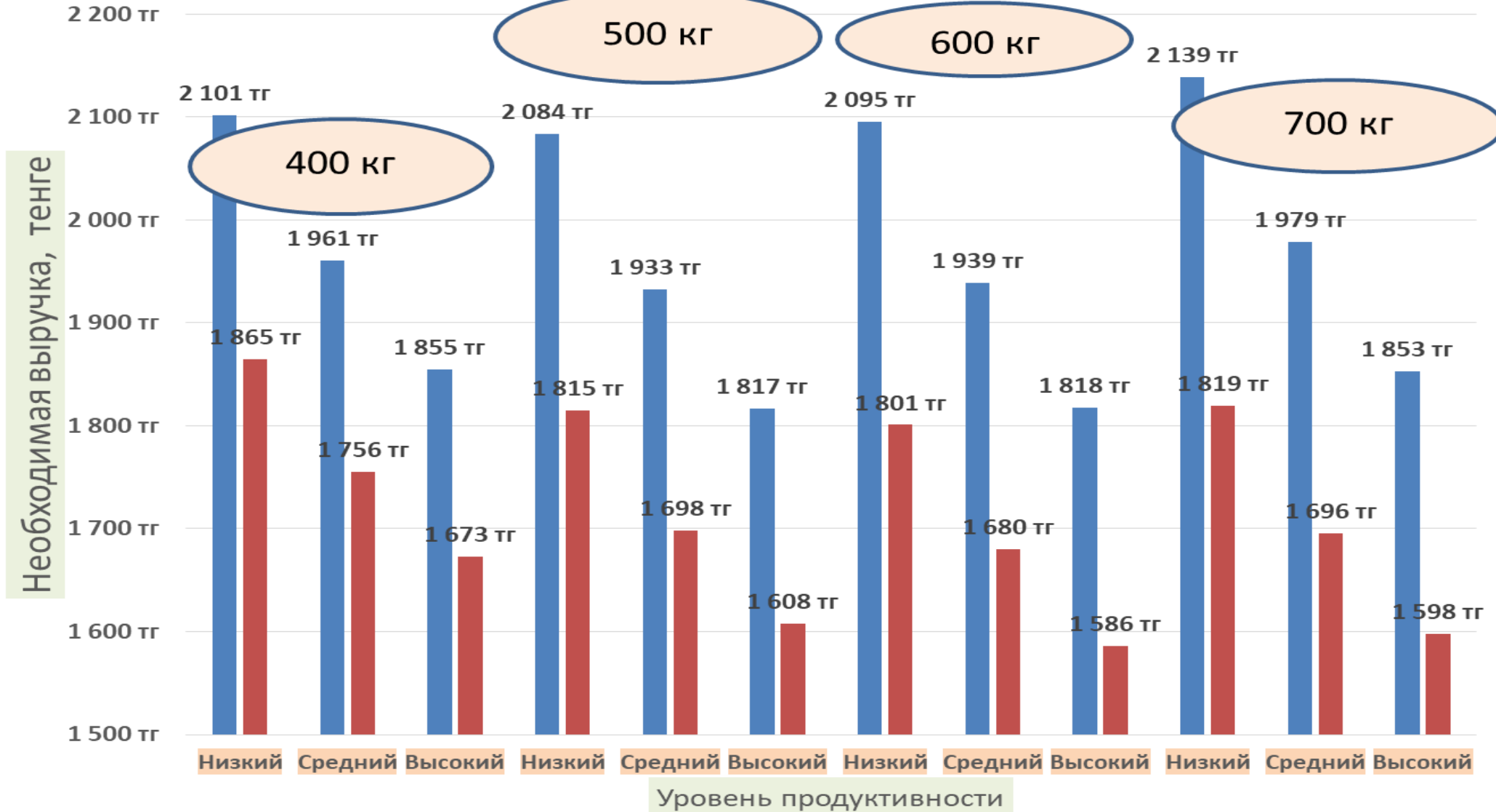


Анализ «на длинную дистанцию»



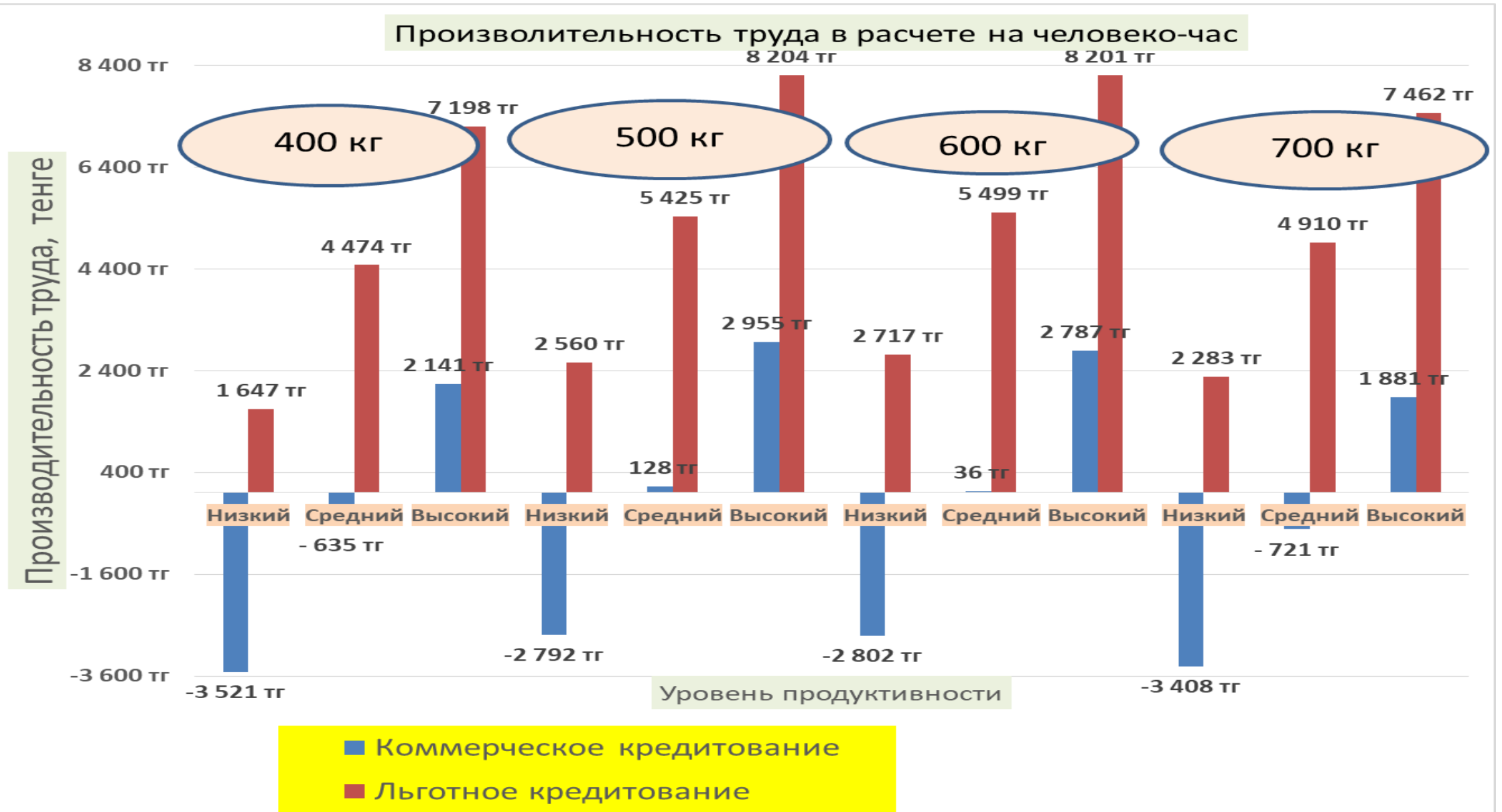
Анализ выживаемость на рынке

Необходимая выручка от реализации на килограмм убойного веса (вкл. НДС)



■ Коммерческое кредитование
■ Льготное кредитование

Анализ производительность труда





*«Советы старших, как зимнее
солнце — они светят, но не греют»*

Андре Моруа

Благодарю за внимание!