## ИЗ РЕГИОНА — ДЛЯ РЕГИОНА: КООПЕРАЦИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ

Автор: Динара Шангареева

Особенность большинства региональных инициатив Германии в том, что они создаются не только с целью получения прибыли. В их основе всегда лежит идея сохранения и развития региона. Коллективный проект часто дает возможность создать циклическую производственную цепочку, тем самым сберечь ресурсы и укрепить экономику локально

Бавария издавна славится своими фруктовыми лугами (также об этом написано здесь и здесь), которые являются характерной особенностью ландшафта и средой обитания для многих животных и насекомых. Поскольку такие луга не обрабатываются никакими химикатами и удобрениями, а деревья являются практически «дикими», плоды не всегда имеют товарный вид, что вызывает трудности при их реализации.



Кооператив «ОРО Обстфервертунг»

В 1958 году в баварской деревне Рордорф (нем. Rohrdorf) фермерами, занимающимися выращиванием яблок на фруктовых лугах, был создан кооператив «ОРО Обстфервертунг» (нем. <u>ORO Obstverwertung e.G.</u>). Целью была переработка яблок и последующая реализация готовой продукции. В

качестве конечного продукта изначально было предложено три варианта: шнапс, вино и сок. По закону любой человек в Германии, владеющий минимум тридцатью яблоневыми деревьями, имеет право самостоятельно заниматься изготовлением шнапса, поэтому его производство в промышленных масштабах не имело смысла. От идеи изготовления яблочного вина тоже отказались, так как оно не особо ценится в регионе и не пользуется спросом у потребителей. Так было решено заниматься производством яблочного сока.

Сегодня «ОРО Обстфервертунг» производит около 60 видов продукции. Это не только сок, но и излюбленный немцами напиток шорле (смесь яблочного сока и минеральной воды), фруктовые и овощные напитки, пунш, глинтвейн, фруктовые вина, а также уксус (яблочный, малиновый). Основу любого продукта составляет яблочный сок. Потребность в расширении ассортимента возникла в связи с пожеланиями и вкусовыми предпочтениями потребителей. Например, образовательные учреждения предпочитают работать с одним поставщиком сока, поэтому чтобы удовлетворить потребность во всех видах, кооперативу пришлось расширить линейку. Общий объем реализации составляет в среднем 2 млн. литров сока в год, из них 1,3 млн. литров — яблочный сок.



Цистерны с готовой продукцией

Девиз предприятия звучит «Из региона — для региона». Он и лег в основу понятия «региональная продукция», которого придерживаются в кооперативе. Региональной в «ОРО Обстфервертунг» считают продукцию, сырье для которой выращено и все этапы производства осуществлены в радиусе 50-ти километров (точка отсчета — деревня Рордорф). Реализуется готовая продукция тоже только на данной территории. То есть по сути потребителями являются люди, которые и вырастили сырье для сока. Интересно, что от деревни до австрийской границы около 20 км, и яблоки, поставляемые из Австрии, здесь также считают региональными.

Членами кооператива являются 1200 фермеров и личных подсобных хозяйств (далее — ЛПХ). Среднегодовой оборот составляет 2,8 млн. евро. Одна треть дохода уходит на выплату заработной платы 17 работникам кооператива. Остальную часть дохода собственники направляют на дальнейшее развитие предприятия. Для того, чтобы члены кооператива могли также получать личный доход, а другие поставщики были заинтересованы в сотрудничестве, была установлена высокая цена на сырье.

Сбор яблок и их последующая переработка длятся с сентября по ноябрь (иногда по декабрь). Сегодня кооператив сотрудничает с 7000 поставщиками сырья. Главные критерии — яблоки должны быть спелыми и необработанными. В день принимают около 600 поставок, и более двух тонн яблок напрямую отправляются на производство сока.





Слева-направо: цех по розливу продукции, склад

Система приема яблок напоминает сбор молока у населения. С поставщиками не заключается договор, отгруженные яблоки взвешиваются и в тот же день производится расчет. Есть два варианта расчета за сданное сырье. Первый

(составляет 30% от общего объема готовой продукции) — фермер или ЛПХ сдает свои яблоки на переработку и вместо денег забирает любой готовый продукт на выбор, оплачивая лишь услугу переработки. В зависимости от вида продукции цена за услугу варьируется от 0,35 евро до 1,0 евро за литр. Если объем сырья большой, то есть возможность забирать готовую продукцию постепенно в течение года. Более 60 лет назад, когда кооператив только создавался, 90% сырья перерабатывалось на обмен. Второй вариант (составляет 70% от общего объема готовой продукции) — фермер или ЛПХ сдает сырье на переработку и получает деньги. Готовую продукцию реализует уже предприятие.

У кооператива есть свой фирменный магазин и около 300 точек продаж (супермаркеты, маленькие частные магазины). Кроме того, продукция поставляется в детские сады, школы и рестораны. В целом готовая продукция реализуется в следующем соотношении: 30% перерабатывается на обмен с поставщиками сырья, 45% поставляется в супермаркеты и магазины, 25% — дошкольные и общеобразовательные учреждения, рестораны.



Кооператив «ОРО Обстфервертунг»

Кооператив не вкладывает деньги в рекламу и маркетинг. На предприятии считают, что современные технологии, возможность автоматизации

практически всех процессов — производственных, финансовой отчетности, торговли — несомненный плюс, но самым важным были и остаются люди. Двери «ОРО Обстфервертунг» для всех и всегда открыты. Здесь знают поставщиков в лицо, обмениваются новостями, время от времени предприятие становится местом встречи фермеров. Простое человеческое общение и довольные потребители лучше любой рекламной кампании, уверены в «ОРО Обстфервертунг».

Спасибо за личную встречу Йохиму Виесбёку, руководителю кооператива «ОРО Обстфервертунг»