РАЗРАБОТКА ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА ДЛЯ ТОРГОВОЙ ПАСЕКИ

К. ФИШПУЛ[1], Р. ГУЛЛИФОРД[2], АВСТРАЛИЯ

K. FISHPOOL[1], R. GULLIFORD[2]
[1]Ken Fishpool, Executive Assistant
NSW Agriculture, Locked Bag 21, Orange NSW 2800, AUSTRALIA
Tel.: 61 0263913318, Fax: 61 0263913206, kenfishpool@agric.nsw.gov.au
[2]Robert Gulliford, formerly Apiary Officer and Short Courses Advisory Officer NSW Agriculture,
Editor "The Australasian Beekeeper", 65 Panorama Rd., Tamworth NSW 2340, AUSTRALIA
Ph./Fax: 61 0267656179, E-mail: theabk@bigpond.com.au

Почему вы желаете начать дело?

Вы начинаете дело для осуществления ваших стремлений. Они связаны либо с капиталовложением и получением прибыли, либо с хобби, со стилем жизни или с наследованной семейной сделкой, которая является желаемой вами карьерой.

Нуждаетесь ли вы в плане производства?

В положительном случае вы должны знать, что план производства – это документ, представляющий деятельность, которая будет развернута, дела, которые можно осуществлять, рынок вашего предприятия, персонал и другие необходимые ресурсы, а также данные финансового характера.

Имеются две причины для разработки плана производства:

- он является путеводителем для ваших идей и намерений, связанных с вашим делом;
- дает вам возможность измерять успехи (или неудачи) и установить улучшительные меры для вашего дела.

Принятие решений зависит только от вас!

Желающий вложить капитал в пасеку должен принимать решения в связи с широкой гаммой выборов. Настоящая работа служит исключительно для формулирования выборов и объяснения ряда комплексных проблем. Вы должны дать ответы, определить эффекты, принимать решения.

Какие решения должны вы принимать?

1. Персонал (члены семьи пчеловода и помощники за оплату или без оплаты)

- Кто включен? Жена (муж)/партнер, дети и другие члены семьи? В чем они нуждаются? Каковы необходимости доходов от работы/профессии жены/партнера? Каковы случаи участвования в курсах/зачислении на работу для ваших детей?
- Каковы для вас необходимые услуги? Например, медицинские, воспитательные, профессиональные встречи для жены/партнера/детей?
- Какой вид помещения вам нужен? Кто будет управлять им?
- Ваше дело будет "операцией в одиночку", или нуждаетесь в допол-нительной рабочей силе (члены семьи/ангажированный персонал)? Имеются в зоне и другие пчеловоды, с которыми можете обмениваться услугами бесплатно? Какие у них отношения с членами вашей семьи?

Следует не забывать, что самый важный источник вашего успеха (или неудачи) с торговой пасекой это гуманный фактор (персонал).

2. Финансовые средства

• В вашем деле в области пчеловодства вы желаете:
*получить высокую прибыль?
*вложить инвестиции, думая о повышении капитала?
*получить дополнительные доходы?
*пользоваться освобождением от налогов первичных производителей?
*заниматься хобби?
*создать приятный образ жизни без заботы о прибыли?

Какой ответ дали бы на следующие вопросы?

• Имеются правительственные заемы или другие субсидии, помогающие вам начать дело?

• В Австралии, большинство пчеловодов приобретает пасеки на несколько лет, инвестируя финансы для развития пасеки. В этот период (от 3 до 8 лет) большинство пчеловодов носит "синие воротники" (по модели формы рабочих), имея сельскую профессию с полной нормой. Это скрытый источник, к которому прибегают в случае временной или постоянной неудачи. Многие пользуются случаем приобретать пасеки на основе участия, с намерением их оплаты из прибыли слующего или следующих сезонов. Этот метод обязательно включает тот факт, чтобы стандарт средств транспорта, пристроек и часто даже основных зданий был на не ниже минимальном уровне. Трудно сказать вообще, но многие торговые пчеловоды, квалифи-цирующие свой жизненный стандарт (квартира, автомобили. пристройки, оборудование) как "удовлетворительный", не понимают, что этот уровень достигли спустя 15-20 лет практики. После достижения этого уровня они добились достаточных средств для получения заемов, способствующих повышению стандарта оборудования на уровне стандарта обеспечения качества (Quality Assurance – QA).

В это время семья живет скромно и только если жена/партнер получает дополнительные доходы их жизненный уровень повышается, но фактор времени для полной модернизации остается почти неизменимым. Иными словами, прибыль от пасеки остается неизменимой.

3. *Место*

Дело пасеки должно иметь в виду квартиру семьи, пристройки, гараж и местную флору.

• Где будет расположена пасека? Необходимо обеспечивать широкую гамму сезонной флоры. В начале дела надо обеспечить радиус источников флоры от 200 км до 600 км (в зависимости от объема оборудования и средств транспорта).

• Климатические факторы подвергаются, вообще, родной зоне.

• Квартира в высокой степени управляется требованиями семьи. Может существовать резиденциальное место (в городе или за городом) для пасеки и пристроек.

• План окружающей среды играет важную роль для торговой пасеки. Регламентации местных властей позволяют занятие зоны пристройками или они должны находиться в промышленной зоне? Почти все пасеки находятся далеко от города (внутригородские датируют с периода, когда они были созданы как внегородские).

• "Не в заднем дворе" – вопрос многих городских пасек небольших размеров. Ряд местных властей запретили или ограничили размещение пасек в городе, но при нападении диких роев продолжают просить помощь пчеловодов.

4. *Использование ресурсов*

В Австралии:

• Наличие местной флоры считается пчеловодами преимуществом, так как она обеспечивает богатые урожаи меда и хорошие условия для разведения пчел. Сторонники хранения среды всеми средствами ведут борьбу для запрещения доступа пчел к натуральным ресурсам (националь-ные парки и зоны Службы наблюдения за дикой жизнью практически недоступны для пчел). Доступными для них являются большинство королевских территорий и собственные участки.

• Вообще, лучшими зонами для производства меда являются места с преобладанием летнего климата или с равномерным падением дождей.

• Сезонное цветение медоносных растений обеспечивает натураль-ный оборот. Оборот пород/линий является долгосрочной функцией, но большинством пчеловодов не практикуется (синдром фиксации селекции).

• Значение опыления возрастает. Оно практикуется на обширных участках сельскохозяйственных культур (рапса, подсолнечника) и овощных (арбуза, кабачка и помидора). Культуры фруктов (сады) находятся в большинстве случаев в упадке. Однако, австралийский пчеловод продолжает массивно ориентироваться к производству меда, опыление являясь второстепенным занятием.

5. Каковы ваши меры или критерии успеха при продаже ваших продуктов и изменении клиентов?

Просим вас изложить на бумаге критерии или меры, которые обеспечивают ваш успех после изменения клиентов.

Они включаются в гамму как:

Изменения умений: способность идентифицировать болезнь как американский гнилец;

Модифицирования знаний: человек, знающий мои доходы, может влиять на мои необходимости получать заемы;

Модифицирования поведения: на каком рынке могу я продавать мед?

6. *Как вы собираете данные для проверки успеха в изменении клиентов и продуктов?*

Систематически регистрируйте информации о критериях или мерах пункта 5.

Критерий или мера	Клиент	Метод сбора данных	Информация
Модифицирование навыков 1			
Модифицирование навыков 2			
Модифицирование навыков 3			
Модифицирование навыков			
Модифицирование знаний 1			
Модифицирование знаний 2			
Модифицирование знаний 3			
Модифицирование знаний			
Модифицирование поведения 1			
Модифицирование поведения 2			
Модифицирование поведения 3			
Модифицирование поведения			

7. *Какие ресурсы нужны для вашей пасеки (деньги, твердые фонды, навыки и стратегические направления) для обеспечения вашего успеха?*

Установите на следующие 5 лет для всех аспектов вашей пасеки и дела (и личного положения):

- что именно желаете осуществлять для вашего дела в следующие 5 лет. Положите на бумагу точное представление экономических требований (сколько денег желаете получить), среды (охрана ваших цветочных ресурсов) и социальных (воспитательные требования от семьи);
- бюджет финансовых доходов (оценка месячных доходов и расходов),
- диаграмма рабочей силы в течение года;
- список данных, связанных с строением (пристройки, средства тран-спорта и др.) в том, что касается их требований или их замены;
- программа профессиональной подготовки для руководства, рабочей силы (семейной или ангажированной) в том, что касается навыков, знаний, обеспечения качества и т.д.;
- программирование вашей каникулы, спортивной подготовки и/или профессиональной.

8. Кто должен знать о вашем производственном плане – банк, бухгалтер или клиенты?

Точно уточните, кто вы хотите, чтобы знал о производственном плане вашей пасеки. Учтите, что хорошо разработанный план производства и широко распространенный в среде ваших клиентов, обеспечивает доверие в вам и вашему делу.

Необходимо ежегодно актуализировать такой план и сообщать о нем основным клиентам. Таким образом они поймут к какой части им лучше приспособиться или от какой части отказаться, для полного осуществления потенциала вашего дела.

Пункт начала вашего дела?

Начало – момент выхода из этого зала; следуйте установленный в данной работе формат и ваш план производства будет развиваться на уровне приложенных вами усилий.

План производства

Вопросы, на которые вы должны ответить для разработки плана:

1. Каким является экономический, технический и социальный "мир" вашей пасеки?

Составьте список 3-5 более важных проблем из области:

Экономической: флуктуация валюты, цены на транспорт.
Технической: частота экзотических заболеваний, стратегия руководства.
Социальной: рекламации, связанные с шумом, отсутствие средств воспитания для детей.

Все это позволит вам иметь картину настоящего и будущего развития вашего дела, будет оно функционировать или нет, будет существовать или нет. Понимание этих проблем позволит вам найти самые подходящие, эффективные и реальные возможности для вашей пасеки на фоне влияний внешней среды.

2. Кто ваши клиенты?

Составьте список самых влиятельных клиентов в области вашего дела. Среди них могут числиться фирмы для упаковки, случайные покупатели меда, фермеры с урожаями, нуждающимися в опылении, поставщики маток, медицинских препаратов и искусственного корма, производители ульевых корпусов, рамок и оборудования для откачки, рабочая сила, руководящие кадры и потребители.

Это лица, ежедневно необходимые вам в переговорах для услуг, идей, финансовых ресурсов, рабочей силы и/или качества продуктов с целью обечпечения успеха вашего дела.

3. Какое изменение желаете в отношениях с этими клиентами?

Для дополнения плана производства уточните, должны ли эти клиенты изменять что нибудь на уровне их навыков или знаний или даже изменять занятие (поведенческое изменение).

Следует не забывать, что вы являетесь "путеводителем" вашего дела и вы принимаете решения, которые определяют ход вашего дела, независимо от влияния навыков, знаний и поведения широкой гаммы клиентов на эти решения. Важным для вашего дела является также придание формы типа и степени влияния, используемого вами при принятии решений для получения успеха.

4. Какие продукты и/или услуги предлагает ваша пасека для реального осуществления этих изменений?

Предлагаем вам разработать таблицу, уточняющую вашу стратегию и действия для каждой группы клиентов, а также желаемое вами изменение для продвижения вперед вашего дела.

В эту таблицу включите каждого клиента, с которым вы установили, что должен формулировать тип и уровень влияния на дело вашей пасеки. Затем, классифицируйте по категориям изменения, которые должен осуществлять клиент или группа клиентов (подготовка, знания или поведение).

Группа клиентов	**Изменение способностей подготовки**	*Изменение знаний*	**Изменение поведения**
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

5. Процесс расходов

Хорошо подумайте о расходах на вашей пасеке.

- Среди них могут числиться:
  - # финансы, в том числе заемы,
  - # рабочая сила,
  - # матки,
  - # медоносные источники,
  - # моторизированный транспорт,
  - # ульевые корпусы и рамки,
  - # оборудование для откачки,
  - # контейнеры для поставки,
  - # рекламные материалы,
  - # производственные планы.

Путем подхода к этой проблеме является составление бухгалтерной ревизии и включение в отдельный список всех *физических ресурсов, применяемых в вашем деле.*

• Доступ к категориям матководов предоставит вам более широкую разнообразность численности пчел, обеспечивая таким образом ряду семей стать более продуктивными в определенных избранных зонах. Классифици-рование генетического эффектива в Австралии пока не достигло фазу, в которой были бы идентифицированы и использованы породы/линии, адекватные для определенных зон/цветочных источников.

• Численность производителей пчеловодного оборудования пока не высокая, причем они живут на большом расстоянии один от другого, а цены заготовок и устройства оборудования (воскотопки, установки для распечатывания, медогонки) будут более или менее однообразными на территории страны. Насосы и трубы, двигатели и электрическая установка, средства транспорта и уход за ними, а также другие услуги находятся в расспоряжении во многих сельских центрах, а цены варьируют от одного места к другому. Например, в некоторых штатах топливо стоит на 5-8 центов/литр ниже чем в других. За один год это значит экономия 5000 австралийских долларов при условии развертывать дело в зоне, где топливо дешевле.

• Знание медоносной флоры является основным навыком, требующим от пчеловодов компетентность в ботанике и уходе за пчелами.

6. Процесс производства

Вы хорошо подумайте и записывайте, что вы будете делать для:

- избрания мест размещения и флоры,
- переезда вовремя к избранным местам,
- ухода за пасеками, например, замены маток, добавления магазинов и др.,
- сбора – использование химических отталкивающих агентов или потолочин с удалителем,
- откачки меда и его складирования на ферме, в случае если нет контракта для немедленной поставки,
- регулярного контролирования ульев для проверки их состояния,
- замены магазинов из которых откачан мед,
- возможной необходимости установления системы изолирования при возникновении эпидемий.

7. Источники производства

Цель вашего предприятия и объем производства?
Число ульев вашей пасеки?
Вы сами выводите маток?

Цель вашего предпринятого дела касается:

• только получения меда?
• предоставления услуг опыления по ежегодно заключенным контрактам или нет?
• комбинирования двух указанных выше целей?

8. Сбыт продуктов

Какие из следующих альтернатив вы предпочитаете?

• Заключить контракт с крупной фирмой по упаковке меда, быть сво-бодным агентом или в розницу продавать мед покупателям?

• Имеются в местном плане места (магазины, еженедельные рынки), где вы можете продавать продукты – мед, воск, матки?

• Располагаете гаммой контейнеров для отправления/розничной про-дажи?

• Укажите согласия по отправлению меда упаковочной фирме – кто оплачивает накладную?

• Обеспечение качества и анализ рисков, критические пункты кон-троля. Требования покупателей по анализу продукта или гарантированию стандартов качества – кто осуществляет анализ и кто оплачивает? Как правило, пчеловодам не требуют стандартов ISO, но они должны их учитывать для успешной продажи продуктов на лучших рынках.

• Как торговый производитель меда вы располагаете несколькими выборами для продажи меда. Вероятно вы выбираете не менее двух рынков, каждый удовлетворяя разные ваши требования.

В этом смысле вы можете:

а) заключить постоянный контракт с упаковочной фирмой для целого урожая.

б) Поставлять товар упаковщикам или фирмам без контракта.

в) Продавать товар на местном рынке, в местных магазинах, в киосках на дороге или на еженедельных рынках.

г) Иметь клиентов для розничной продажи.

• Все эти рынки/клиенты выражают собственные претензии, как для сорта, так и для качества меда. Каждый может быть снабжен в зависимости от стоимости производства и объема продажи. Следует не забывать, что упаковочные фирмы (с контрактом или без) могут изменять желания, в зависимости от претензий клиентов и вы должны удовлетворять эти желания.

Учитывая перечисленные выше альтернативы для отношений с рынком/клиентами, вы должны учитывать, что необходимо увеличивать объем вашей пасеки. Например, упаковочные фирмы с контрактом могут выражать претензию, чтобы вы покупали акции от них, в результате чего вам будет трудно делать это и одновременно покрывать их требования с менее 300 продуктивных семей. Фирмы без контракта могут получать товар от пасек меньшего объема, например из 40 семей и больше. Поставки для местных потребителей могут требовать 40-100 семей, в зависимости от величины количества и ваших целей в процессе продажи. Розничные продажи по домам могут быть покрыты часто лишь 5-10 семьями, в зависимости от вашей техники продажи.

Ваши отношения с рынком/клиентами руководятся гаммой решений, которые они должны принимать в связи с заготовкой продуктов. Большинство западных покупателей считают мед только продуктом питания. Восточные страны считают мед в большей степени фактором здоровья и, одновременно, продуктом питания.

Сорт поставленного меда имеет точные правила. В широких терминах, западный рынок предпочитает чистый и прозрачный мед со средне-сильным ароматом. Цвет не играет очень важную роль, хотя потребитель иногда ассоциирует темный мед с сильным ароматом, а светлый мед со средним ароматом. С другой стороны, восточные покупатели желают знать растение-источник меда, который им предлагают. В ряде зон предпочитают определенные растения. В Австралии пока не определены растения большого интереса.

9. Потребители

В Австралии имеются два типа рынка для продуктов пчеловодства:

• Международный рынок иностранных потребителей, который установил самые высокие стандарты. Следует отметить, что австралийский мед доступен лишь для потребителей со средними и высокими доходами, независимо от страны. Эти потребители хорошо подготовлены и принимают лишь высокостандартный мед.

• Внутренний рынок.

Упаковщики меда получают от производителей мед для этих двух рынков. В пункте получения нет указания рынка, которому будет поставлен определенный сорт меда, но упаковщики должны учитывать международный стандарт. Данная практика поддерживается промышленной программой, требующей регулярного тестирования меда, который должен не содержать остатки, загрязняющие агенты и т.п.

В последние пять лет рынок концентрировался на потреблении меда детьми, учитывая тот факт, что дети сильно влияют на процесс покупок родителями, но и потому, что они – будущие покупатели.

Обеспечению качества уделено значительное внимание в последние десять лет. До конца 80-х годов каждая страна могла представлять список с более половины дюжины типов цветочных медов, считаемых самыми качественными продуктами. В 80-ые годы строго изменился термин "качество".

В настоящее время качество определяется как "мед любого цветочного источника, который реализуется как массовый или промышленный мед, в котором нет остатков, загрязняющих агентов, которые удаляют его от чистой картины".

10. Общество

Не всегда пчеловодство пользуется полной поддержкой от членов общества по ряду причин. Несомненно, в последние 20-30 лет общество стало более нетерпимым к ситуациям, которые считают "угрозой", будь они реальными или нет.

Раньше пчеловод мог содержать небольшую пасеку в заднем дворе дома и никто не ставил под знак вопроса "право пчеловода" предпринимать это.

- Многие местные авторитеты требуют, чтобы местные планы охраны природы были подвергнуты одобрению до начала деятельности пчеловодной единицы. Многие местные советы совсем запретили выращивание пчел, несмотря на то, что применение запрещений показывают скорее, что дела имеют свой курс. Многие советы, главным образом в сельской среде, не владеют никакой политикой по выращиванию и использованию пчел.
- Вопрос включения общества чаще всего показывает скорее персональный характер, чем объективное оценивание.