

Izzivi za pridelavo in oskrbo s slovenskimi super živili skozi letne čase

Damjan Jerič, univ.dipl.inž.kmet.

Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije, Kmetijsko gozdarski zavod Murska Sobota



1

Povpraševanje po slovenskih lokalnih pridelkih in izdelkih



Kupci se vedno bolj zavedajo pomena lokalne hrane in pomena kratkih verig v dobavi živil

- želja po sezonski lokalno pridelani hrani (sadje, zelenjava)
- boljša kvaliteta (svežina, optimalno dozorela, višjo biološko vrednost,...)
- podpora lokalnim kmetom, razvoj podeželja, ...

- Zato vedno bolj iščejo in kupujejo slovenske lokalne pridelke in izdelke
- To so zaznale tudi trgovske verige in začele promovirati lokalne dobavitelje (kmete), ponujati lokalne pridelke in izdelke

2

Povpraševanje po slovenskih lokalnih pridelkih in izdelkih

- **Trgovske verige promovirajo kratke dobavne verige in lokalne kmete** tudi z namenom, da promovirajo svoje trgovine. S tem dajejo občutek kupcem, da podpirajo lokalno oskrbo. Dejansko pa je ta ponudba lokalnih pridelkov in izdelkov v malem obsegu. Tako je potem ponudba v trgovinah v večji meri vezana na njihove osnovne dobavitelje (običajno iz tujine), trgovinske blagovne znamke, izdelke od svojih interesnih dobaviteljev.
- Dejstvo pa je, da v trgovinah ostanejo lokalni dobavitelji le, **če po njih povprašujejo kupci ali pa če so cenovno konkurenčni** ostalim utečenim dobaviteljem v njihovi ponudbi.

3

Če želimo povečati delež oskrbe s slovenskimi živili, moramo poskrbeti, da je (bo) slovenska proizvodnja konkurenčna.

CENA

KAKOVOST

SVEŽINA

BOLJŠA STORITEV

PODPORA LOKALNI
PROIZVODNJI

4

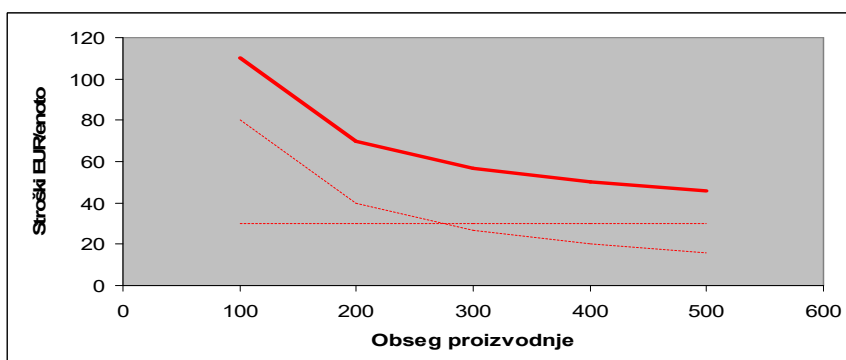
Konkurenčni položaj slovenskih kmetij

- **naravnih pogojev za proizvodnjo** (kaj lahko pri nas proizvajamo, kaj boljše uspeva, ...)
- **stroški proizvodnje** (intenzivnost, velikost, ...)
- **višja prodajna cena** (kvaliteta, boljša prepoznavnost, ...)

5

Zniževanje stroškov proizvodnje

- Velikost proizvodnje (zniževanje stroškov na enoto proizvoda)



6

Zniževanje stroškov proizvodnje

- Specializacijo proizvodnje, investicije v sodobno tehnologijo
- Optimalna izkoriščenost objektov, strojev in opreme
- Subvencije za investicije

7

Povečanje prihodka

- Višja kvaliteta (proizvodnja za določeni kakovostni razred)
- Večja količina (manjši manipulativni stroški, pogajanje o višji ceni, manj dobaviteljev za kupca...)
- Izgradnja skladišč (višje cene izven časa spravila)

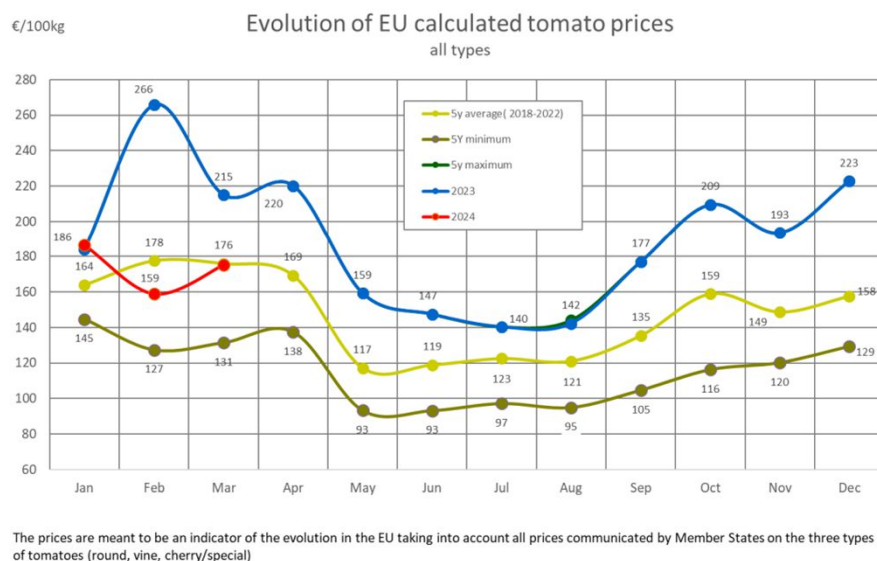
8

Povečanje prihodka

- Proizvodnja in prodaja izven glavne sezone
 - Pokrivanje površin, postavitve tunelov, izgradnja rastlinjakov
 - Stroški investicije
 - Stroški oskrbe (gretje)
 - Možnost prodaje (hitrost)

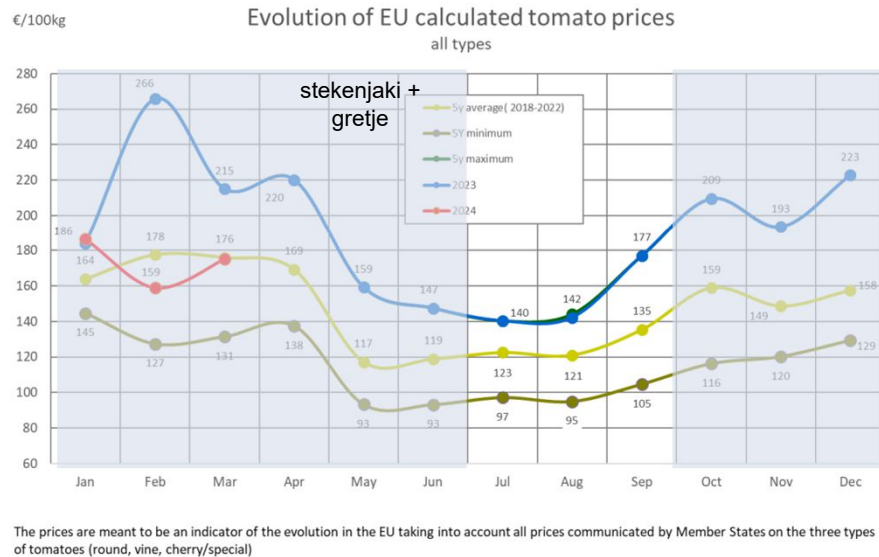
9

Sezonsko gibanje cene paradižnika



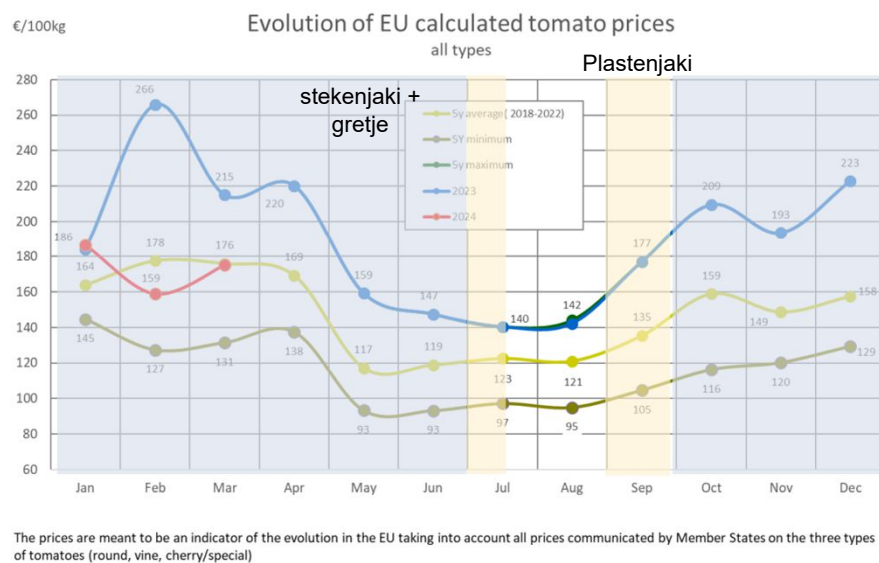
10

Sezonsko gibanje cene paradižnika



11

Sezonsko gibanje cene paradižnika



12

Primer dobre prakse

- višja prodajna cena
- dober marketing, dobra zgodba
- konkurenčna proizvodnja
- prisotni v vseh trgovinskih verigah, ker kupci povprašujejo po njihovih izdelki



13

Primer dobre prakse - zelenatočka

- Zelena točka je lastni prodajni kanal (trgovina) zadruga, ki združuje več kot 70 lokalnih dobaviteljev
 - Lokalno ponudbo dopolnjujejo z izdelki iz uvoza
 - Oskrbujejo več kot 100 javnih inštitucij
 - Ponujajo več kot 400 različnih pridelkov in izdelkov
 - Inovativna ponudba: zabojčki za podjetja, zabojčki za turistične nastanitve



14

Povečanje prihodka – zaščiteni pridelki in izdelki

- Ekološki pridelki in izdelki
- Zaščiteni pridelki in živila (prekmurska šunka, prekmurska gibanica, prleška tunka, štajersko-prekmursko bučno olje, kranjska klobasa, ...)



- Izbrana kakovost



15

Povečanje prihodka – zaščiteni pridelki in izdelki

- povečajo se stroški
 - omejena proizvodnja, kontrola, evidence, certifikat
 - problem velikosti proizvodnje (kapaciteta)
- višja cena izdelkov zaradi zaščite izdelkov
 - možnost sofinanciranja promocije pridelkov in izdelkov
 - cena prekmurske gibanice
 - pred zaščito 2 €/kos
 - trenutna cena 3 – 5 €/kos



16

Primer dobre prakse – **Kodila**

- osnovna dejavnost: predelava mesnih izdelkov
- dodatna ponudba: trgovina z lokalnimi proizvodi, spletna trgovina, restavracija
- vzpostavljena kratka dobavna veriga: dogovorjena reja prašičev na 7 kmetijah, lokalna oskrba z govedom
- zaščiteni izdelki: prekmurska šunka, prekmurska gibanica, kranjska klobasa
- certifikat za ekološko predelavo
- ponudnik izdelkov Diši po Prekmurju



17



18



19



20

11



23

**pi
cce
ri
llo**

ENSEMBLE DI POMODORI
AUTOCTONI CAMPANI

LA MUSICA FA CRESCERE I POMODORI

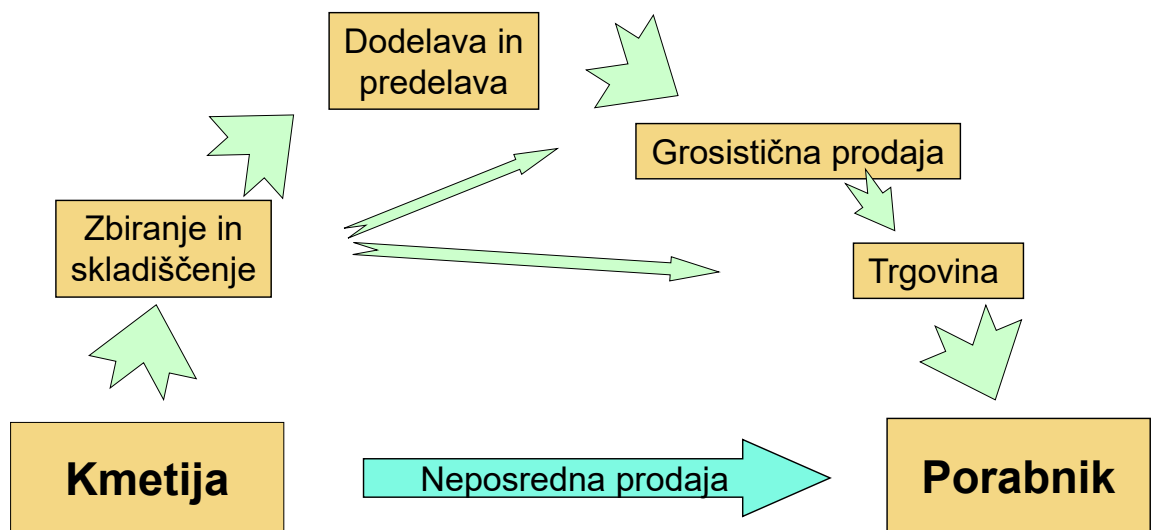
Gustarosso
pi
cce
ri
llo
GLI ORTI
DELLA MUSICA
ENSEMBLE DI POMODORI
AUTOCTONI CAMPANI
PIZZA DI POMODORI

24



25

Oblika prodajnih poti - povečanje prihodka



26

Značilnosti neposredne prodaje

- Stalna prisotnost na kmetijah v preteklosti. Z intenziviranjem kmetijske proizvodnje se zmanjšuje, na mnogih kmetijah se popolnoma odpravi.
- Začetna faza prodaje izdelkov s kmetije pri dodelavi in predelavi kmetijskih proizvodov
- Obseg prodaje kmetijskih proizvodov 3 – 5 %, max 10 %, večji delež je v večjih turističnih krajih
- Z neposredno prodaje se poveča prihodek na kmetiji, nastanejo pa tudi dodatni stroški

27

Značilnosti neposredne prodaje

- Dobra možnost za doseganje dodatnega dohodka na malih kmetijah
- Uspeh je v veliki meri odvisen od ljudi in celotne družine, ki se s tem ukvarja



28

Vrste neposredne prodaje

- Na pragu kmetije
 - Prodajalna na kmetiji
 - Samonabiranje



29

Vrste neposredne prodaje

- Prodaja izven kmetije
 - Dostava na dom, Mobilna prodajalna
 - Prodaja ob cesti ,Kmečka tržnica
 - Prodaja večjim kuhinjam
(gostilne, hoteli, menze, šole, ...)



30

Prednosti neposredne prodaje

- višja odkupna cena pridelkov in izdelkov
- prodaja proizvodov na višji stopnji dodelave
- dodatni zaslužek na kmetiji pri enakem obsegu osnovne proizvodnje
- neodvisnost od posrednikov
- dodatna zaposlitev delovne sile
- možnost izkoriščanja slabo zasedenih tržnih niš
- takojšnje plačilo



31

Slabosti neposredne prodaje

- velika poraba časa
- dodatne investicije (prodajni prostor, embalaža, stroji za pakiranje in dodelavo)
- dodatno tveganje proizvodnje in prodaje
- dodatna obremenitev za vso družino
- pogosta prisotnost kupcev lahko moti delo na kmetiji
- težko je slediti zakonskim zahtevam



32

Zniževanje stroškov neposredne prodaje

- Specializacija proizvodnje / povečevanje proizvodnje
 - zniževanje proizvodnih stroškov na enoto proizvoda
 - Posledica - prehod na posredni način prodaje
- Uporaba tujih storitev (predelava olja, mletje moke, sušenje, ...)
- Dodatna prodaja izdelkov iz drugih kmetij (izkoristimo svoj prodajni prostor, razširimo ponudbo)

33

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Prodaja v zabojčkih
 - Kmet sam trži / trženje preko neke skupine
 - Komunikacija je preko interneta
- Dogovorjena dostava na dom



34

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Partnersko kmetovanje
 - Sodelovanje med pridelovalci in potrošniki
 - Koristi kmetije – lažje planira proizvodnjo
 - Koristi potrošnika – zagotovljena dobava hrane znanega porekla



GREMO NA KOSTANJEVIŠKO TRŽNICO! PREDSTAVITEV SISTEMA SKUPNOSTNEGA NAROČANJA

Kmetovalci: Želite prodati vaše pridelave in izdelke brez posrednikov, a vam ni do tega, da bi ure in ure čakali na kupce?
Kupci: Želite kakovostno, svežo, lokalno pridelano hrano po dostopnih cenah?



35

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Prodajni avtomati



36

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Skupinske trgovine



37

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Trgovine na zaupanje



38

Novi pristopi pri neposredni prodaji

- Organiziranje kmečke tržnice na svoji kmetiji



39

Ugotovitve - smeri razvoja

- Konkurenčna masovna proizvodnja
 - zniževanje stroškov, cenovna konkurenčnost
 - skupna proizvodnja, predelava in prodaja
- Ponudba izdelkov in storitev z dodano vrednostjo (zgodbe)
 - razvoj blagovnih znamk, znaki kakovosti
 - proizvodne verige (pridelava – predelava – prodaja)

40

Ugotovitve – neposredna prodaja

- Neposredna prodaja je pomemben način prodaje pridelkov in izdelkov s kmetij - zlasti sedaj, ko se spodbuja lokalna oskrba
- Ima prednosti in tudi slabosti
- Potrebno je razmišljati o racionalizaciji stroškov in racionalizaciji dela v okviru neposredne prodaje

41

Ugotovitve – vloga države

- Finančne spodbude v investicije (izboljšanje konkurenčne sposobnosti proizvodnje)
- Dodatno spodbujanje investicij za skupinske naložbe
- Nacionalna promocije lokalne oskrbe in izdelkov višje kakovosti, ... (dvig prepoznavnosti in zavedanja potrošnikov)
- Sofinanciranje promocije lokalnih proizvajalcev in skupin proizvajalcev

42