

COFARM



PŘÍPADOVÁ STUDIE: Ekomeso

Úvod

Podle Statistického úřadu Slovenské republiky se zvyšuje počet zemědělských podniků a oblastí zapojených do produkce v ekologickém režimu. Vzhledem k přírodním podmínkám je nejoblíbenější ekologickou zemědělskou aktivitou chov skotu v ekologickém režimu. Produkce ekologického hovězího masa je také hlavní činností farem Kosec a Zadavec ležících v severovýchodní části Slovenska v oblasti Prlekija. Vzhledem k obtížím při prodeji ekologicky chovaného skotu a hovězího bio masa začala farma Kosec v roce 2009 s přímým prodejem masa. V oblasti propagace a marketingu hovězího biomasa spolupracovala farma s významnou ekologickou farmou s chovem skotu, kterou vlastní společnost Zadavec.

Základní informace



Mali Brebrovnik 58, 2259 Ivanjkovci, Miklavž pri Ormožu 51, 2275 Miklavž pri Ormožu

Název Ekomeso

Rok založení 2009

Druh spolupráce Producentická skupina

Počet farmářů/zapojených podniků 2

Internetové odkazy <http://ekomeso.si/>



Informace o farmě

Rozloha farmy 70 ha

Popis farmy

Společnou charakteristikou obou farem je, že je provozují relativně mladí farmáři, což je v kontrastu s celkovou situací ve Slovinsku. To se odráží také ve vývoji farem, které prošly během posledních deseti let mnoha změnami - přeorientování produkce, získání certifikátů pro ekologické zemědělství, investice, modernizace, změny v přístupu k půdě, založení pastvin, zavedení certifikátu pro maso vyprodukované pouze na seně, společný marketing a propagace produktů. Hlavní činností farmy je produkce a prodej hovězího biomasa, ale i provoz dalších činností jako je turistika a produkce ekologicky pěstovaných obilnin.



Informace o procesu spolupráce

Hrozby/Výzvy

Partnerská spolupráce se týká společného prodeje a propagace hovězího biomasa. Chovatelé zjistili, že tradiční praxe prodeje živých zvířat na porážku by nepřinesla ekonomický efekt a že takový obchodní model nezaručuje udržitelný a trvalý rozvoj zemědělských podniků.

Zjistili, že přímým prodejem koncovým zákazníkům se dá dosáhnout na lepší cenu za jejich kvalitní produkty. Takový způsob prodeje vyžaduje kontinuitu dodávek a péče o zákazníky, pro které je třeba zajistit odpovídající zásoby a vhodnou kontrolu kvality, která splňuje potřeby koncových uživatelů. Také to vyžaduje stálou komunikaci, koordinaci, přípravu a dobrou logistiku, protože výhodou jejich nabídky je čerstvost a chuť výrobků.

Mají v úmyslu si udržet konkurenční výhodu do budoucna, a to silnou značkou, kvalitním balením a novými formami balení (např. vakuové balení čerstvého masa). Provedli také průzkum trhu s cílem posoudit budoucí spotřebitelské trendy.

Výnosy z prodeje se meziročně zvyšují a v souvislosti s růstem přicházejí nové výzvy. Kontakt se zákazníkem probíhá na různých akcích. Provozují webové stránky, na kterých lze objednávat produkty. Školy a další veřejné instituce hrají důležitou roli v marketingových strategiích.

Oba farmáři mají představu o dalším vývoji v příštích 10 letech. Aby dosáhli svých cílů spolupracují se všemi příslušnými zainteresovanými stranami, které formují zemědělskou politiku, a také s vědeckými, vzdělávacími a profesními institucemi. Využívají prostředky z různých opatření Programu rozvoje venkova.

Tyto dvě farmy reprezentují vzorek zemědělských podniků, které se přeměnily z tradičního výrobně orientovaného podniku na inovativní a specializovanou farmu, čímž poskytly přidanou hodnotu komoditám produkovaným na farmě.

Školení a schopnosti

Partneři odhadují, že většinu znalostí získali z osobních zkušeností. Je důležité komunikovat se širokou škálou zemědělských odborníků, institucí a zákazníků. Tito farmáři považují vzdělávací aktivity, jako jsou přednášky, workshopy a semináře, za zastaralé z důvodu časové náročnosti. Internet se zdá být užitečnějším zdrojem informací s ohledem na nový vývoj v oblasti zemědělství, a také vhodným komunikačním nástrojem. Měl by se lépe využívat pro přenos znalostí. Procházení internetových zdrojů ale také vyžaduje spoustu času, bylo by proto vhodné, aby byly k dispozici nástroje, které by byly přizpůsobeny potřebám konkrétních jedinců nebo malých skupin. Farmáři by měli zájem např. o informace o trendech prodeje a spotřeby hovězího masa, o spotřebitelích a spotřebitelském chování, o změnách v prodejních kanálech pro prodej masa, o událostech při kterých mohou přijít do přímého kontaktu spotřebiteli a o přímém marketingu.

Rady/doporučení

“ Musíte se zeptat sami sebe, co máte rádi a jaké jsou konkurenční výhody vaší farmy.

Musíte věřit v to, co děláte a pracovat s radostí.

Musíte mít vize a cíle, ale také plány, abyste jich dosáhli.

Nemusíte sami všechno vědět, potřebujete naslouchat ostatním a pracovat se správnými odborníky. ”

Dotazy/Otázky

- Myslíte, že farmáři mohou úspěšně spolupracovat i bez zakládání formálních struktur jako jsou družstva, společnosti, podniky?
- Mělo by být vzdělání farmářů více přizpůsobeno osobním potřebám jednotlivců a malých skupin?
- Využili byste on-line kurzy, které se týkají přímého prodeje zemědělských produktů?



Klíčová slova

Klíčová slova o spolupráci

Marketing/prodej
Zpracovávání
Produčenská skupina

Klíčová slova a farmě

Skot
Cerialie
Přímý prodej/krátký dodavatelský řetězec
Hospodářská zvířata
Ekologické/integrované/certifikované farmaření
Turismus a rekreace
Mladý farmář/mladá farmářka

Partneři



Limerick Institute of Technology:
(Irsko)
www.lit.ie/rdi



Hof und Leben GmbH
(Německo)
www.hofundleben.de



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromého Zemedelstvi
Ceske Republiky (Česká republika)
www.asz.cz



On Projects Advising SL
(Španělsko)
www.onprojects.es



Union de Agricultores y Ganaderos-
Jovenes Agricultores de Jaén (Španělsko)
www.coagjaen.es



Biotehniški Center Naklo
(Slovinsko)
www.bc-naklo.si



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana
(Itálie)
www.ciatoscana.eu



European Landowners' Organisation
(Belgie)
www.europeanlandowners.org

Sociální Média



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330

www.cofarm-erasmus.eu



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Webová stránka projektu



Spolufinancováno
z programu Evropské unie
Erasmus+

Tento projekt byl realizován za finanční podpory Evropské unie. Za obsah publikací odpovídá výlučně autor. Publikace nereprezentují názory Evropské komise a Evropská komise neodpovídá za použití informací, jež jsou jejich obsahem.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Projekt č.: 2016-1-IE01-KA202-016870