

Marketing, odbyt, cenotvorba

Seminář v rámci projektu Zpracování zemědělské produkce II.
č. 21/013/0111d/542/000069
Farma Menšík 22.11.2022
Statek Netěchovice 23.11.2022
Biofarma Sasov 25.11.2022
Rodinná farma Bílkovi 2.12.2022



EVROPSKÁ UNIE
Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
Evropa investuje do venkovských oblastí
Program rozvoje venkova



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

Zpracování zemědělské produkce

Marketing

Co je to ten marketing, týká se mě to nějak?

....je proces, zaměřený na uspokojení zákazníka.....

Ale jak to chápat?

Marketing tedy řeší samotný výběr produktů a služeb, vytipování vhodných zákazníků, jejich poznání a komunikaci s nimi. Jeho úkolem je i budovat známost značky, které by zákazníci dávali přednost před konkurencí. Zastřešuje i samotný prodej a následnou péči o zákazníky.

Zjednodušeně

Zamyslete se nad **4 základními tématy**

1.Konkurenční výhoda lokálních potravin: uvědomění si, co prodávám a kdo jsem

2.Poznání cílové skupiny a zjištění preferencí zákazníka

3.Možnosti prodeje regionálních potravin, potenciálu odbytu

4.Efektivní marketingová komunikace



EVROPSKÁ UNIE

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova

Evropa investuje do venkovských oblastí

Program rozvoje venkova



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

Zpracování zemědělské produkce

Odbyt

Přímý prodej

- na farmě
- na (farmářských) trzích
- ve vlastních prodejnách
- e-shop

Nepřímý prodej

- velkoobchod
- místní malé prodejny, „zdravá výživa“, řetězce
- jinde (restaurace, informační centra, prodejny suvenýrů)



EVROPSKÁ UNIE
Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
Evropa investuje do venkovských oblastí
Program rozvoje venkova



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

Zpracování zemědělské produkce

Cenotvorba

Nejčastěji se cena stanovuje **podle nákladů**, **podle poptávky** na trhu nebo můžete cenu určit **podle konkurence**.

Stanovení ceny podle nákladů

- nejjednodušší metoda, výhodou je přehlednost (sečtením potřebných nákladů a marže dostaneme cenu).

Přímé náklady

- materiál na výrobu produktu
- obalové materiály
- služby spojené s výrobou produktu apod.

Je nutné si ujasnit, kolik výrobků za dané období (sezóna, měsíc apod.) dokážete vyrobit.

Nepřímé náklady

- veškeré ostatní náklady spojené s chodem firmy
- výrobní: pronájem strojů a jejich pojištění, náklady na nutné opravy apod.
- správní: pronájem prostor, mzdy, internet, telefon, pohonné hmoty, poštovné, úvěry apod.
- odbytové: například expedice nebo reklama.



Zpracování zemědělské produkce

Osobní výdaje

- výdělek musí pokrýt vaše osobní výdaje, ať už v podobě bydlení, jídla, energií, pohonných hmot, výdajů za koníčky, domácí mazlíčky nebo za dovolenou
- nezapomeňte na to, že každý měsíc musíte jako OSVČ platit sociální a zdravotní pojištění a také daň z příjmu.

Výpočet ceny výrobku a měsíční mzdy

- k uvedeným nákladům a osobním výdajům je potřeba připočítat **rezervu, která by měla činit alespoň 10 %**
- po sečtení veškerých nákladů, osobní výdajů a rezervy zjistíte, jakou minimální částku je nutné každý měsíc vydělat
- marže by měla **cca 25 %**.

Co je to marže?

- rozdíl mezi nákupní a prodejní cenou produktu
- velmi často zaměňuje se ziskem, to jsou peníze, které získáte po započtení všech nákladů!



Zpracování zemědělské produkce

Cenotvorba

Stanovení ceny podle poptávky

- zde je nutné zjistit, kolik jsou lidé za daný výrobek ochotni zaplatit
- ideální je stanovit co nejvyšší, avšak zákazníkem akceptovatelnou cenu
- vysoké ceny si mohou dovolit podnikatelé, kteří nabízejí **jedinečný produkt**, po němž je vysoká poptávka (např. speciální sýry, speciální úpravy masa apod.)
- nejnižší cena na trhu není vždy nejlepší strategie, někteří zákazníci vyhledávají exkluzivní zboží a nízké ceny je můžou od nákupu odradit.

Stanovení ceny podle konkurence

- porovnání konkurenčních výrobků s tím vaším
- objektivně zhodnoťte klady a zápory
- cenu pak stanovte podle toho, zda chcete, aby váš produkt byl cenově dostupný pro všechny, nebo aby byl naopak prémiový.



Zpracování zemědělské produkce

Cenotvorba

Stanovení ceny podle poptávky

- zde je nutné zjistit, kolik jsou lidé za daný výrobek ochotni zaplatit
- ideální je stanovit co nejvyšší, avšak zákazníkem akceptovatelnou cenu
- vysoké ceny si mohou dovolit podnikatelé, kteří nabízejí **jedinečný produkt**, po němž je vysoká poptávka (např. speciální sýry, speciální úpravy masa apod.)
- nejnižší cena na trhu není vždy nejlepší strategie, někteří zákazníci vyhledávají exkluzivní zboží a nízké ceny je můžou od nákupu odradit.
- **Stanovení ceny podle konkurence**
- Se stanovením cen vám samozřejmě můžou pomoci také konkurenční výrobky. Ty porovnáte se svým výrobkem a zhodnotíte jejich klady a zápory. Podle toho, zda chcete, aby váš produkt byl cenově dostupný pro všechny, nebo aby byl naopak prémiový, stanovíte cenu, která je vyšší, stejná nebo nižší než u konkurence.



Děkuji za pozornost

Ing. Milan Kouřil

MAS Brána Vysočiny

+ 420 774 585 169



EVROPSKÁ UNIE
Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
Evropa investuje do venkovských oblastí
Program rozvoje venkova



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA