



Neposredna prodaja *priložnost naših kmetij*



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: »Evropa investira v podeželje«
Projekt delno financira EU. Vsebinska ne odraža stališča EU.





Sodobni čas potiska majhne in tradicionalne kmetije v tržno gospodarstvo. Če hoče preživeti, se mora kmetija ukvarjati z dejavnostmi, s katerimi se večini tržno usmerjenih kmetij v zadnjih desetletjih ni bilo potrebno ukvarjati. Odkupne cene proizvodov so nizke, tudi plačilni pogoji niso ugodni. V vrtincu globalizacije in poceni uvožene hrane se je izgubila marsikatera manjša kmetija.

Tržno gospodarstvo je neizprosno in vsaka kmetija je postala majhno podjetje, kmet pa podjetnik. Nekatere kmetije so se tej miselnosti že prilagodile, zato velikokrat zasledimo v medijih zgodbe o uspehih posameznih kmetij. Nekatere med njimi so večje kmetije, katerim je zaradi naravne danosti lažje uspeli. Druge, manjše kmetije, pa so se začele ukvarjati z dopolnilnimi dejavnostmi. Vse pa se srečujejo s problemom trženja svojih proizvodov.

Za primer vzemimo krompir. Po podatkih statističnega urada RS je bila odkupna cena krompirja v letošnjem aprilu 0,19 EUR/kg, cena kg krompirja na ljubljanskih tržnicah (iz cenika LPT d.o.o. – dnevne cene na tržnici) pa med 1 in 2 EUR. Razlika? Kaj narediti, da bo kmet dobil tudi razliko in ne samo 19 centov? Odgovor je neposredna prodaja.

Pri neposredni prodaji se kmetija izogne posrednikom pri prodaji. Posledično to pomeni, da svoje pridelke proda po višji ceni.

Torej, če bi sami prodali krompir po 2 EUR, namesto da to stori posrednik, bi razlika 1 EUR in 81 centov ostala vam.

1. Prednosti in slabosti neposredne prodaje

Kmetija bo v tržnih razmerah uspešno poslovala le, če bodo vse njene dejavnosti podrejene skupnemu cilju – zadovoljevati kupca in s tem dosegati primeren dohodek. V negotovih razmerah je to še bolj pomembno, zato je potrebno izbrati različne prodajne poti. Poleg drugih vrst prodaje, npr. prodaje veletrgovcem, zdruţam ter drugim odkupovalcem, se lahko vsaka kmetija odloči za neposredno prodajo. Le-ta prinaša kmetom pozitivne kot tudi negativne učinke.

Prednosti:

- dodatni zaslužek na kmetiji pri enakem obsegu osnovne proizvodnje,
- neodvisnost od posrednikov,
- dodatna zaposlitev delovne sile,
- možnost izkoriščanja slabo zasedenih tržnih ni ,
- stik z ljudmi,
- takojšnja informacija s terena,
- takojšnje plačilo.

Slabosti:

- večja poraba delovnega časa,
- dodatne investicije (prodajni prostor, embalaža, pakiranje, prevoz ...),
- potrebna dodatna izobraževanja (o tr enju)
- dodatna obremenitev za celotno družino,
- pogosta prisotnost kupcev lahko moti delo na kmetiji.

V Orehku na Cerkljanskem, kjer so zelo ugodni naravni pogoji za čebelarstvo (listnati in iglasti gozd, raznoliko travni sko cvetje, čista in neokrnjena narava, ki daje čebelam bogato in kvalitetno pašo), oskrbujem preko sto čebeljih družin. Pridelujem različne sorte medu in drugih čebeljih pridelkov, ki jih po večini prodam neposredno na domu in na večjih lokalnih prireditvah, kot so Poletje v Cerknem, Festival idrijske  ipke... Pridelke prodajam tudi na tržnici v Idriji. Neposredna prodaja mi pomeni večji obseg prodaje in doseganje višje cene. Veliko pozornosti posvečam večji prepoznavnosti pridelkov s Cerkljanske in Idrijske. Ponudbo poi ku am popestriti z novo embalažo, s kombinacijo več vrst čebeljih pridelkov (med, cvetni prah, propolis, med v kremnem stanju, sve i med, sve i cvetni prah, med v deviškem satju ...).

Marijan Lapanja, 52 let, Orehek,  ebelar

Neposredna prodaja na kmetiji predstavlja pomembno in zanimivo možnost dodatnega vira zaslužka, vendar kmet za uspešno uresničitev le-te potrebuje dobro informacijsko mrežo (vabljuje reklamne table, brošure, internetno predstavitev v okviru ponudbe na nivoju občine ...) in kontrolo zagotavljanja varnosti in kvalitete pridelkov in proizvodov.

Glavna prednost neposredne prodaje je po mojem mnenju osebni stik med kupcem in kmetom. Kmet tako neposredno spozna želje, pričakovanja in zahteve kupcev, obenem pa kupcu svetuje glede shranjevanja, priprave in možnosti uporabe pridelkov. Kupec pa spozna kmeta, njegova stališča, prepričanja, načela, vrednote in način pridelave ter priprave. Prodaja na domu omogoči kupcu, da spozna kmetijo, okolje in okoliščine, v katerih je hrana pridelana, in hrano pred nakupom tudi poskusi.

Vladimir Žnidarčič, Kanal, čebelar

Registrirano imam dopolnilno dejavnost predelava mleka. Sire in različne mlečne izdelke redno prodajam na pokriti tržnici v Idriji, na tržnici v Ljubljani, na domu, na lokalnih prireditvah. Kar ne prodam neposredno, prodam v manjše trgovine. Za tak način prodaje sem se odločila zato, ker dosegam višjo ceno, kot če bi prodajala sire velikim trgovskim centrom. Kot slabost bi izpostavila veliko porabo časa, ki je potrebna za prodajo. Prednost je hitra promocija izdelka in stalen stik s kupci.

Judita Demšar, 39 let, Cerkljanski Vrh, predelava mleka

Ukvarjam se z ekološkim kmetovanjem. V svoji ponudbi imam krompir in druge vrtnine. Ukvarjam se z rejo drobnice, perutnine, prašičev in po dogovoru prodajam ekološko meso. Ekološka jajca prodajam na pokriti tržnici v Idriji, preko posrednika na tržnici v Ljubljani, odkupuje jih ena od ljubljanskih slaščičarn. V svojo kmetijo vložim veliko dela, produkte tudi sam prodam. Menjava blaga je izvršena takoj, neposredni stiki s kupci se navežejo tudi na prijateljstvo. Slabosti pri takem načinu prodaje ne vidim.

Edi Dolinar, 64 let, Vojsko, ekološki kmet

V razmerah, kakršne vladajo danes, mleko nima nobene cene. Kmetje se moramo znajti sami, da lahko preživimo. Razmišljam o odprtju svojo sirarne, saj je zame v teh razmerah neposredna prodaja vsekakor priložnost.

Darjo Rijavec, 41, let Lokve, kmet živinorejec

Sire in mlečne izdelke prodajam na tržnici in doma. Tak način prodaje je najcenejši, kar je velika prednost. Ljudje nesejo dober glas od ust do ust in promocija za dobre pridelke in izdelke se tako rekoč dela sama.

Predvidena stalna prisotnost zaradi prodaje na domu zame ni slabost, saj lahko vse poteka po dogovoru. Izdelke prodajam v Mercator centru v Kopru in Novi Gorici, na tržnici na Bledu.

Igor Mrak, 45 let, Grgar, kozjerejec in prašičerejec

2. Vrste neposredne prodaje

Neposredna prodaja se je začela širiti v osemdesetih letih v razvitejših delih Evrope. Dohodek na kmetijah se je začel zniževati, zato so kmetje začeli iskati rešitve za povečanje le-tega. Na drugi strani pa so se potrošniki, vedno bolj nezadovoljni s sodobnim kmetijstvom, želeli obrniti neposredno k proizvajalcu (zdrava, sveža, naravna hrana, skrb za okolje ...)

Poznamo več oblik neposredne prodaje oziroma prodajnih poti. Običajno se kmetije ukvarjajo z naslednjimi.

- **Prodaja na domu** je najenostavnejša oblika prodaje kmetijskih pridelkov in proizvodov, ki se odvija na domači kmetiji.
- **Prodaja kupcem samoodjemalcem** (lastno nabiranje) se običajno uporablja pri pridelkih, s katerimi je veliko dela glede spravila. Cene teh proizvodov so običajno nižje od tistih na tržnici in drugih vrstah neposredne prodaje.
- **Stojnica ob cesti oziroma turistično zanimivih točkah** je primerna za tiste kmetije, ki so blizu prometnih cest ali turistično zanimivih točk. Za prodajo je potrebno pridobiti soglasje lastnika zemljišča in lokalne skupnosti, kjer prodaja poteka.
- **Dostava na dom** – za ta način prodaje je potrebno imeti primerno vozilo za dostavo proizvodov. S kupci je predhodno dogovorjeno, da se naročene proizvode pripelje na njihov dom.
- **Prodaja na različnih sejmi in prireditvah** je občasna. Na le-teh prodaja več kmetov in je lahko dobra reklama za neposredno prodajo na domu.
- **Prodaja na tržnici** je običajno dnevna, in sicer v vnaprej določenim terminom. Prednost te prodaje pa je, da si kmetija pridobi stalne stranke. Za pravila prodaje se je potrebno dogovoriti z upraviteljem tržnice.
- **Potujoča prodajalna** deluje podobno kot prodaja na premični stojnici, običajno poteka na več lokacijah v istem kraju. Tudi pri potujoči prodajalni je potrebno predhodno pridobiti soglasje za prodajo od lastnika zemljišča in lokalne skupnosti, kjer ta prodaja poteka.
- **Prodaja preko oglasov** – pri tem se lahko uporabi različne kanale za oglaševanje, npr. radio, časopise, oglasne deske ...
- **Spletna prodaja** se v zadnjem času vedno bolj uveljavlja. Poleg individualne ponudbe se pojavljajo tudi spletni portali z združeno ponudbo. Povečini nudijo informacije o proizvodih in kje jih je možno kupiti.



Odločitev o vrsti prodajne poti je odvisna tudi od:

- lokacije kmetije (oddaljenost od prometnih povezav, mestnih središč ...),
- lastnosti pridelkov in izdelkov, ki jih kmet ponuja (npr.: hitro pokvarljivo blago običajno kupci ne hodijo kupovat daleč od doma),
- stroškov, ki jih povzroča posamezna pot,
- razpoložljive delovne sile na kmetiji,
- razpoložljivega kapitala,
- ponudbe in povpraševanja.

Večina kmetij kombinira različne oblike posredne in neposredne prodaje. Kmetije, ki se ukvarjajo z neposredno prodajo, na podlagi izkušenj pri prodaji uvajajo nove oblike prodaje in tako pridobivajo nove kupce.





3. Neposredna prodaja osnovnih kmetijskih pridelkov

Kmetje, ki so obdavčeni po katastrskem dohodku, osnovne kmetijske proizvode (zelenjava, sadje, mleko, meso ...) prodajajo brez računov in nimajo drugih dajatev.

Kar pa ne velja za kmete, ki so vključeni v sistem DDV, ali za svojo kmetijo vodijo knjigovodstvo, po katerem so obdavčeni. Izdati morajo račun, in če so zavezanci, DDV tudi obračunati.

Za prodajo izven kmetije mora kmet na občini, v kateri ima stalno bivališče, pridobiti potrdilo o lastni proizvodnji. Prodaja lahko kateri koli družinski član, ki je star vsaj 15 let.

Vsi kmetje v skladu z evropsko in slovensko zakonodajo jamčijo za zdravstveno ustreznost svojih pridelkov. Načeloma to v praksi pomeni, da so kmetje dolžni upoštevati dobro kmetijsko prakso. Ekološke kmetije in kmetije z integrirano pridelavo pa imajo strožje zahteve in so podvržene tudi kontroli.

Vsi pridelki, ki jih kmet prodaja, morajo biti označeni z osnovnimi podatki in ceno na enoto (kg, l.). Pridelki, ki so predhodno pakirani v vreče ali zaboje, morajo biti označeni kot predpakirana živila. Vsa embalaža mora biti zdravstveno ustrezna in primerna za živila.

4. Neposredna prodaja izdelkov



Če kmet želi prodajati izdelke, pripravljene iz osnovnih kmetijskih pridelkov (npr. marmelade, suho sadje, sire, salame, kruh, potice, pecivo, izdelke domače obrti ...), mora za to registrirati dodatno dejavnost. Kako se bo registriral, je odvisno od vrste in obsega dela. Večinoma se kmetje odločajo za registracijo dopolnilne dejavnosti na kmetiji, nekateri tudi za osebno dopolnilno delo, redkeje odpirajo svoj s.p. ali d.o.o.

Za registracijo dejavnosti je potrebno izpolnjevati vse zakonodajne zahteve, zato priporočamo, da se kmetje pred odločitvijo dobro informirajo. Večino informacij lahko dobijo na info točkah, ki so navedene v nadaljevanju.

Vse izdelke mora kmet prodajati z računi, pri čemer so dajatve odvisne od vrste registrirane dejavnosti in načina obračunavanja stroškov (vođenje knjigovodstva ali normirani stroški).

Tudi za prodajo izdelkov veljajo zakonodajne in zdravstvene zahteve, ki jih je potrebno izpolnjevati. Živila živalskega izvora (siri, salame, jajca, med in čebelji pridelki ...) zapadejo še pod posebno veterinarsko zakonodajo. Pri živilih rastlinskega (marmelade) in mešanega (potice) izvora pa izpolnjevanje zakonodaje preverja Zdravstveni inšpektorat RS, ki bdi tudi nad vsemi živili, ki so v prometu izven kmetije (prodaja na tržnicah).



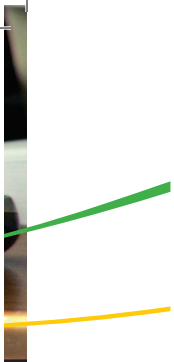
5. Info točke



Zakonodajne zahteve pri prodaji se razlikujejo glede na obliko neposredne prodaje, zato je smiselno, da se kmetje, če želijo neposredno prodajati, obrnejo na info točke na svojem območju, kjer bodo dobili vse informacije o tisti vrsti neposredne prodaje, ki se jo bodo poslužili.

V okviru projekta Izboljšanje in večanje ponudbe podeželja, ki ga izvaja LAS za razvoj, smo na območju vzpostavili info točke, kamor se lahko obrnejo kmetje, ki želijo svoje lokalno tipične produkte prodajati v okviru neposredne prodaje.

OBLAST	INFO TOČKA	NASLOV	TELEFON
Zgornje Posočje	Posoški razvojni center	Trg svobode 2 5222 Kobarid peter.domevscek@prc.si	05 38 41 500 031 409 012 (Peter Domevšček)
	KGZS – Zavod GO KSS Tolmin	Rutarjeva 35 5220 Tolmin natasa.leban@go.kgzs.si	05/388 28 13 (Nataša Leban)
Trnovsko - Banjška planota	KGZS – Zavod GO KSS Nova Gorica	Pri hrastu 18 5000 Nova Gorica linda.kogoj@go.kgzs.si	05/30 54 136 (Linda Kogoj)
	Zeliščni center Grgarske Ravne	Grgarske Ravne 30 5251 Grgar zeliscni.center@tsc.si	05 39 34 341 051 355 797 (Bogdan Pavlica)
	Turistična pisarna Lokve	Lokve 30 5252 Trnovo info@planota.si	05 30 74 040 (Boris Kante)
Idrijsko - Cerkljanska	ICRA d.o.o. Idrija	Mestni trg 1 5280 Idrija info@icra.si	05 37 43 914 (Darja Lahajnar)
	KGZS – Zavod GO KSS Idrija	Lapajnetova 7 5280 Idrija vlasta.hvala@go.kgzs.si	05/377 22 54 (Vlasta Hvala)
Kanal z okolico	KGZS – Zavod GO KSS Nova Gorica	Pri hrastu 18, 5000 Nova Gorica linda.kogoj@go.kgzs.si	05/30 54 136 (Linda Kogoj)





Izdal in založil: Lokalna akcijska skupina »LAS za razvoj«, Trg svobode 2, 5222 Kobarid

Naslov publikacije: Neposredna prodaja – priložnost naših kmetij

Besedilo so pripravili: ICRA d.o.o. Idrija v sodelovanju s KGZS Zavod GO, PRC, Občino Kanal ob Soči in Fundacijo BIT planota.

Fotografije: Božo Uršič, arhiv Klemen Rupnik

Oblikovanje: Grafično oblikovanje, Klemen Rupnik s.p., Godovič 124, 5275 Godovič

Tisk: Grafoprint Jože Leban s.p.

Naklada: Leto izdaje: 2009

Vsebina ne odraža stališča EU.

Publikacijo so financirali: Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja - Evropa investira v podeželje, Občina Idrija, Občina Cerkno, Občina Tolmin, Občina Kobarid, Občina Bovec, Občina Kanal ob Soči, Mestna občina Nova Gorica.