



PRO-BIO
Svaz
ekologických
zemědělců

BiO
Academy

FINALIZACE BIOPRODUKCE MARKETING

SBORNÍK

2017

Akci finančně podporuje Ministerstvo zemědělství



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

Obsah

1. Ekonomika faremního produktu, jak určit marži, Ing. Jana Lukešová
2. Kontrola a certifikace E-shopů, Kateřina Urbánková
3. Představení biofarmy Slunečná
4. Kontakty

Ekonomika faremního produktu, jak určit marži

Ing. Jana Lukešová, poradkyně pro bioprodejny

Základním přístupem je určování cen:

1. na základě nákladů,
2. na základě poptávky,
3. na základě konkurence.

1. Nákladově orientovaná tvorba cen

Je nejjednodušší metodou cenotvorby.

Vychází z kalkulace úplných nákladů na výrobu produktu či poskytnutí služby, k nimž se přičte žádoucí obchodní přírážka podle rozhodnutí vedení firmy. Výhodou této cenové strategie je jednoduchost a přehlednost. Pravidla pro stanovení výše ceny jsou jasná, firma může kalkulovat s konkrétním ziskem z každého prodaného kusu výrobku.

Problém cen příliš provázaných s náklady spočívá v tom, že jsou obrazem představ firmy o tom, kolik potřebuje z daného produktu získat. A příliš už se nezabývají tím, zda jsou zákazníci ochotni tyto ceny za daný produkt také zaplatit.

2. Poptávkově orientovaná cena

U poptávkově orientované ceny se bere za základ ceny zákazník vnímanou hodnotu výrobku. Základem úspěšného použití této metody je přesné zjištění názoru kupujícího na hodnotu nabízeného výrobku.

3. Konkurenčně orientovaná cena

Konkurenčně orientovaná je ta cena, u které se cena odvozuje od úrovně cen účtovaných konkurencí. Firma zjistí průměr konkurenčních cen, vyhodnotí přednosti a slabiny vlastního výrobku a cenu stanoví buď nad, nebo pod konkurenčním průměrem.

Mezi nabídkou a poptávkou

Při stanovení ceny je nejvhodnější uvedené přístupy kombinovat. Náklady jsou samozřejmě při řešení matematického příkladu, jehož výsledkem je stanovení ceny, důležitou proměnnou.

Náklady jsou základem cenotvorby – přinejmenším v tom, že určují spodní hranici ceny, při které je výroba daného produktu ještě rentabilní. Zároveň však nelze vazbu ceny na výši nákladů, které byly na výrobu určitého produktu vynaloženy, přeceňovat. Mnohdy s nimi cena výrobku souvisí jen velmi volně. Přímá souvislost mezi náklady a cenou v tržní ekonomice totiž nefunguje. Hlavním vztahem je tu vztah nabídky a poptávky.

Vysvětlení základních pojmů v cenotvorbě

- Obchodní přírážka

-procentuální (ne korunové!) vyjádření podílu z ceny, který jste si k nákupní ceně přidali. Počítá se jako "prodejní cena dělená nákupní cenou" (PC/NC)

- Příklad: Nákupní cena NC 70,- Kč, stanovená prodejní cena PC 100,- Kč

$$\text{-Přirážka} = ((\text{PC} - \text{NC}) / \text{NC}) * 100 = ((100 - 70) / 70) * 100 = 42,857\%$$

Přirážka se běžně používá při naceňování zboží, kdy si obchodník řekne, že chce mít na všem zboží X% přirážku a následně tímto číslem vynásobí nákupní ceny.

- Navýšení nákupní ceny, a tím vytvoření prodejní ceny PC "procenta zdola"

$$\text{PC} = \text{NC} + (\text{NC} * \text{Př} / 100)$$

$$\text{PC} = \text{NC} * 1,428 \quad \text{Přirážka} = 42,85\%$$

Příklad: NC 120,- Kč, přirážka 30%

$$\text{PC} = 120 * 1,3 = 156,- \text{ Kč}$$

Marže - Výnos

- MARŽE vyčísluje "kolik jsme vydělali". Stanovuje se obráceně: Nakupujeme-li zboží např. Za 70,- Kč a prodáváme za 100,- Kč, činí hrubý zisk 30,- Kč. Marže vyjadřuje výnos z prodeje a stanovuje se jako podíl "hrubého zisku ku prodejní ceně násobený 100" $(Zisk/PC)*100$.

V našem příkladu "30,- Kč/100,- Kč" = $0,3*100$ = marže 30% .

Marží označujeme podíl našeho navýšení na prodejní ceně (lze nazvat "procenta shora").

- Matematicky tedy:

$$\text{Marže} = ((PC - NC) / PC) * 100 = ((100-70)/100)*100=30\%$$

Příklad: PC 156,- Kč a NC 120,-Kč

Marže :23,7%

Přirážka: 30%

Chyby při určování slev z prodejní ceny

- Příklad: Obchodník nakoupí za 15,- Kč a prodává za 19,50Kč tj. obchodní přírážka činí 30%
- Zboží se neprodává, je nutné jej zlevnit: Určená sleva 30%.
- Počítá se tedy sleva z prodejní ceny ze shora:
30% z 19,50 Kč je 5,85 Kč – prodávám za $19,50 - 5,85 = 13,65$ Kč
NC 15,- Kč, prodej pod nákupní cenu !
- Přírážce ze zdola 20 % ,odpovídá sleva ze shora 16,67 %

30 %

23,08 %

40 %

28,57 %

Určení ceny našeho produktu

Provozní náklady a režie spojené s výrobou za měsíc

- Nájem
- Energie (měsíční zálohy vody, plynu, elekt. energie)
- Provozní režie (PHM, telefon, opravy, odpisy, účetní, software, marketing, reklama, pojištění, certifikace, revize zařízení, odpady, produkty)
- Mzdy – hrubá mzda x 1,34 (zákonné pojištění, pojištění odpovědnosti, školení)
- Další provozní náklady (pracovní oděv a ochranné pomůcky)
- Odpisy zařízení

Surovinové náklady na výrobek:

- Náklady na suroviny:
 - součet vstupních surovin potřebných k výrobě – nutno zahrnout i odpad vzniklý čištěním surovin nebo ztráty při tepelné úpravě !
 - Příklad: při čištění mrkve činí odpad 20%.
- Náklady na balení výrobku: balící materiál, etikety

Zmapování možných příjmů :

- Prodej za měsíc:
 1. Jaká je možná produkce výrobků (kapacita výroby)
 2. Jaké jsou odbytové možnosti - předem nasmlouvané odběry, maloobchod v místě (předpoklad)
- Odbyt na farmě
- Odbyt přes velkoobchody – nutné počítat s marží pro velkoobchody 20% + marže pro maloobchod
- Odbyt přes maloobchod v regionu -nutné počítat s min 30% pro obchodníky

Propoččet ziskovosti prodejů

	Varianta 1	Varianta 2
Prodej v PC:	180 000,-Kč	150 000,- Kč
Surovinové náklady:	60 000,-Kč	60 000,- Kč
Marže PC-NC	120 000,-Kč	90 000,- Kč
Provozní náklady	86 000,-Kč	86 000,- Kč
Zisk	34 000,-Kč	4 000,- Kč

Kontrola a certifikace E-shopů

Kateřina Urbánková, manažerka svazu PRO-BIO

Internetové obchody, které prodávají biopotraviny, se musí registrovat jako osoby podnikající v ekologickém zemědělství. Pokud se neregistrovaly do konce srpna letošního roku, hrozí jim pokuta až jeden milion korun. Ministerstvo zemědělství České republiky informovalo majitele e-shopů o nutnosti splnit tuto povinnost.

Pokud internetový obchod není na ministerstvu registrovaný, porušuje zákon o ekologickém zemědělství a evropské nařízení o ekologické produkci a označování ekologických produktů. Podle zákona je osobou, podnikající v ekologickém zemědělství, kromě jiného i ten, kdo uvádí biopotraviny do oběhu.

Skutečnost, že i e-shopy podléhají povinnosti registrace a podřízení se kontrolnímu systému vychází ze stanoviska, které bylo poskytnuto Evropskou komisí. DG AGRI Evropské komise ve svém stanovisku jednoznačně uvádí, že prodej prostřednictvím e-shopu nespĺňuje definiční znaky maloobchodního prodeje, který dle odst. 2 čl. 28 nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů může být vyloučen z povinnosti registrace a podřízení se kontrolnímu systému.

Evropská komise odůvodňuje své stanovisko těmito skutečnostmi:

1. Prvním důvodem je skladování. Z povinnosti registrace a podřízení se kontrolnímu systému lze vyloučit pouze takový subjekt, který zboží neskladuje jinak než v přímém spojení s místem prodeje. Dle názoru Evropské komise komerční platforma nemůže být považována za skladování v přímém spojení s místem prodeje. Místo, kde jsou produkty fyzicky skladovány, musí podléhat kontrolám dodržování podmínek ekologické produkce, neboť v souvislosti se skladováním jsou v legislativě pro ekologickou

produkci 43680/2017-MZE-17252 2 přesně vymezeny podmínky pro skladování ekologické produkce, jejichž dodržování musí být pravidelně ověřováno. Evropská komise ve svém stanovisku v této souvislosti připomíná, že skladování ekologických produktů zejména musí splňovat určité provozní požadavky jako je např. čištění, dezinfekce, identifikace aj.

2. Druhý důvod je splnění podmínky přímého prodeje konečnému spotřebiteli. Dle vyjádření Evropské komise e-shopy typicky skladují produkty na místě, ze kterého jsou poté různými způsoby distribuovány a mezi skladováním a předáním konečnému spotřebiteli je mezičlánek navíc, proto tento způsob prodeje nemůže být považován za přímý prodej konečnému spotřebiteli.

Náprava může být zjednána dvěma způsoby – požádáním o registraci osoby podnikající v ekologickém zemědělství na Ministerstvu zemědělství, nebo okamžitým zastavením prodeje potravin s označením BIO.

Postup při certifikaci e-shopu

Nejdříve si musíte zvolit jednu z kontrolních organizací, přihlásíte se u ní ke kontrole a certifikaci a uzavřete s ní smlouvu.

Poté kontrolní organizace provede vstupní kontrolu, a když vše proběhne v pořádku, vystaví kontrolní organizace potvrzení o provedení vstupní kontroly, které je součástí žádosti o registraci.

Ministerstvem zemědělství jsou pověřeny tyto kontrolní organizace:

- KEZ o.p.s. (www.kez.cz)
- Biokont CZ, s.r.o. (www.biokont.cz)
- ABCERT AG (www.abcert.cz)
- Bureau Veritas Czech Republic, spol. s.r.o. (www.bureauveritas.cz)

Po úspěšné vstupní kontrole pošlete na ministerstvo žádost o registraci osoby podnikající v ekologickém zemědělství.

Potvrzení o provedení vstupní kontroly předává ministerstvu přímo Vaše kontrolní organizace.

Žádost o registraci podáte písemně nebo prostřednictvím veřejné datové sítě opatřené elektronickým podpisem.

Žádost je k dispozici na webových stránkách <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/registrace/> nebo u kontrolních organizací.

Žádost se podává na adresu: Ministerstvo zemědělství, Odbor environmentální a ekologického zemědělství, Těšnov 17, 117 05 Praha 1.

Vlastní kontrola se bude týkat

- jakékoliv BIO zboží (čerstvé, sušené, chlazené, mražené, balené, nebalené, nakupované v ČR, EU i mimo EU, ...)
- bude kontrolováno, kolik e-shop nakoupil a prodal BIO zboží v průběhu roku (účetní doklady)
- doklady o původu BIO zboží, platné certifikáty k BIO zboží
- bude prováděna fyzická kontrola skladu

Před samotnou registrací na ministerstvu zemědělství však existuje povinnost uzavřít smlouvu s jednou ze čtyř certifikovaných organizací, které mohou ekologické zemědělství v České republice kontrolovat. Jsou to KEZ, Biokont CZ, ABCERT či Bureau Veritas Czech Republic. Zvolená kontrolní organizace udělá vstupní kontrolu a pak o ní vystaví potvrzení, které se přiloží k žádosti o registraci.

Podle stanoviska Evropské komise prodej prostřednictvím internetového obchodu nespĺňuje znaky maloobchodního prodeje, na který se povinnosti nevztahují. Místo, kde se bioprodukty skladují, podléhá pravidelným kontrolám, podmínky pro skladování jsou v případě biopotravin přesně vymezené zákonem.

Biofarma Slunečná

Nachází se ve velmi malebné lokalitě na okraji NP a CHKO Šumava. Vltavské údolí se zde velkolepě otevírá v blízkosti Lipenské přehrady, nad ním se vypíná jeden z významných šumavských masivů Trojmezí s unikátním Plešným jezerem.

Hospodaří zde na 36 ha zemědělské půdy v nadmořské výšce 840 m ekologickým způsobem od roku 1999. Převážnou část pozemků tvoří pastviny s extenzivním chovem ovcí, koz a skotu, menší pozemky přilehlé k farmě slouží k produkci brambor, zeleniny a ovoce. Drůbež zásobuje farmu a ubytované hosty zdravými vajíčky. V místním rybníčku lze s trochou trpělivosti ulovit biokapříka.

Farma je plně soběstačná v produkci mléka, sýrů a dalších mléčných produktů, vajec a brambor. V případě zájmu lze na farmě místní produkty ochutnat i nakoupit.

Pension Slunečná nabízí čtrnáct apartmánů, nadstandardních plochou, řešením i vybavením. Apartmány se nachází ve třech originálních zrestaurovaných staveních: Dům s vltavskou vyhlídkou, Dům v samotném srdci farmy a Dům s galerií.

Na biofarmě Slunečná vznikl experimentální výstavní prostor Galerie Slunečná, propojený s historickými prvky místa a neobyčejně krásnou okolní krajinou na česko-německo-rakouském pomezí, v sousedství Šumavského národního parku. V tomto malebném prostoru jsou pořádány výtvarné výstavy, koncerty, workshopy a další kulturní akce.

Kontakty

Ing. Jana Lukešová

poradkyně pro bioprodejny

Bazalka s.r.o.

Gočárova třída 516

500 02 Hradec Králové 2

Kateřina Urbánková

manažerka svazu PRO-BIO

Telefon: 583 216 609

E-mail: pro-bio@pro-bio.cz

PRO-BIO – Svaz ekologických zemědělců, z.s.

Nemocniční 1852/53

787 01 Šumperk

Ing. Pavel Štěpánek

Tel.: +420 388 336 108

Tel.: +420 604 331 278

mail: info@biofarma-slunecna.cz

Biofarma Slunečná

Slunečná 3

384 51 Želnavá

PRO-BIO – Svaz ekologických zemědělců, z.s.

Nemocniční 1852/53

787 01 Šumperk

Telefon: 583 216 609

E-mail: pro-bio@pro-bio.cz