



SPOLEČNOST MLADÝCH AGRÁRNÍKŮ
ČESKÉ REPUBLIKY

PŘÍMÝ PRODEJ ZEMĚDĚLSKÝCH PRODUKTŮ

11/013/1310B/152/001406



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

OBSAH

3.	PROPAGACE PRODUKTŮ	3
3.1	SOCIÁLNÍ SÍŤ.....	4
3.2	KAMENNÉ OBCHODY I INTERNETOVÉ.....	7
3.3	FARMÁŘSKÉ TRHY	8
3.4	NABÍDKA	9

3. PROPAGACE PRODUKTŮ

K propagaci produktů farmy lze využít několika způsobů zviditelnění. Ke zvýšení domácí produkce mléka pomohla například kampaň „Školní mléko“ v jejímž rámci byly do základních, mateřských a středních škol v České republice dodávány dotované mléčné výrobky a mléko. Další mediálně známou kampaní byla „Ryba domácí“ zaměřená na zvýšení spotřeby domácích sladkovodních ryb nejen o Vánocích.

Ať už se ale jedná o jakýkoliv ze způsobů propagace, stejným jmenovatelem zůstává lidský přístup ke spotřebiteli a schopnost přizpůsobování se aktuálním požadavkům na trhu pomocí např. multifunkčního zaměření zemědělského podniku. Spojením několika farem může dojít k funkčnímu propojení – např. projekt „Mléko z farmy“ je společným projektem statkářů Ing. Jana Millera a Ing. Stanislava Němce. Zatímco na Millerově statku ve Svrkyni se mléko nadojí, v Němcově selské mlékárně v Radonicích je za přísných hygienických parametrů zpracováno na konečné výrobky a pomocí vlastních aut distribuováno ke spotřebitelům. Další mléko pochází ze soukromých hospodářství rodiny Brodských z Nehvizd, Roubíčkových ze Staré Boleslavi a pana Strnada z Rostoklat. V rámci této služby si lidé mohou od roku 2010 koupit v mléčné výrobky přímo v místě jejich bydliště. Výrobky jsou totiž rozváženy pomocí pomalovaných aut, které se hlásí charakteristickým zvukovým signálem (kravské zvonce a bučení krav). Výrobky jsou rozváženy na přesně dané zastávky v daný čas.

A další jiných případů je více, jde jen o schopnost chovatelů a producentů flexibilně se přizpůsobovat aktuálnímu stavu trhu a okamžité poptávky, která se vyvíjí podle trendů nastavených různými vlivy, ať již náboženstvím, nebo životním stylem konzumentů.

3.1 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Aktuální mapa s registrovanými farmáři je ke shlédnutí na www.najdisivehofarmare.cz. Spotřebitelé si tak pro sebe mohou najít třeba přímého dodavatele mléčných výrobků, ovoce, zeleniny, vajec a masa. Projekt Najdi si svého farmáře začal fungovat na začátku roku 2010.

Během jediného měsíce, kdy se rozběhl projekt Najdi si svého farmáře, se na jeho internetových stránkách registrovalo už přes 50 zemědělců. Ti nabízejí zákazníkům prodej čerstvých domácích potravin přímo ze dvora. Iniciátorem projektu byl zemědělec František Němec z Netína na Žďársku. Celorepubliková databáze má farmářům pomoci zvýšit podíl potravin prodaných přímo lidem. Dostávají tak lépe zapláceno než za dodávky obchodníkům či zpracovatelům. Webová stránka s mapami může posloužit i turistům, kteří chtějí ochutnat regionální produkty. Počet přístupů na webu tohoto projektu se průměrně pohybuje kolem 750 lidí denně. Zákazníci si v databázi mohou najít například zpracovatele kravského, koziho mléka a farmáře pěstující ovoce, zeleninu, brambory i mák. Zájem o přímý prodej stoupá i kvůli poklesu výkupních cen u většiny produkce.

NAJDI SI SVÉHO FARMÁŘE
Podpora prodeje zemědělských výrobků

SEZNAM FARMÁŘŮ SEZNAM TRHŮ NAPSALI O NÁS DISKUSE PARTNEŘI KONTAKT

NAJDI SI SVÉHO FARMÁŘE NA NALOK.CZ

Projekt pana Němce "Najdi si svého farmáře" a projekt pro lokální nakupování Nalok.cz spojily své síly, aby Vám přinesli ještě více farem, farmářských trhů a vynikajících lokálních produktů.

Díky tomuto spojení naleznete nejen všechny farmy, na které jste zde zvyklí, ale budete zde moci přímo i nakupovat.

Mapa Satelitní Hybridní

REGISTRACE FARMÁŘŮ

REGISTRACE TRHŮ

25. 3. 2011

Portál Najdi si svého farmáře a Nalok.cz se spojil za účelem zlepšení služeb obou webů.

Všechny farmy z projektu Najdi si svého farmáře nyní můžou využít všech možností, co Nalok.cz nabízí: správa své webové prezentace, prodej produktů přes Internet, spolupráci s farmářskými trhy a další.

Vyberte svůj kraj: Praha

Najdi si svého farmáře

To se mi líbí



Další způsob prezentace výrobků ze dvora vymysleli Organizace PRO-BIO Liga, Hnutí Duha a Bio-info.cz, které chtějí usnadnit dostupnost místních a čerstvých bioproduktů formou takzvaných bedýnek. Cílem projektu je navázat spojení mezi českými biofarmáři a spotřebiteli. Elektronickou databázi takzvaného bedýnkového způsobu prodeje čerstvé zeleniny a ovoce přímo od farmáře chtějí do poloviny dubna vytvořit organizace zabývající se propagací ekologického zemědělství. Zájemci o odběr si v adresáři jednoduše vyhledají možného dodavatele z okolí svého bydliště, údaje o jeho sortimentu, kontakt a další informace. Odběr bedýnek si obvykle organizují sami zájemci.

Skupina spotřebitelů se dohodne s místním pěstitelem, který jim většinou v pravidelných intervalech dodává své výpěstky na odběrové místo. Ve stanovenou dobu si tam mohou svou "bedýnku" vyzvednout. Dodávka se zpravidla platí předem a obsah balíčku může být do jisté míry překvapením. Farmář jej upravuje podle toho, co se právě urodilo. Prodej

zeleniny či ovoce s využitím bedýnek se v posledních letech v Evropě rychle rozšiřuje a dnes jej provozují stovky farmářů a obchodníků zejména ve Velké Británii, ale také v Německu či Rakousku. V Česku naopak lidé výhody tohoto způsobu prodeje teprve objevují.

Dále pak se naskytuje možnost propagace vlastních výrobků, ať již masa, mléčných výrobků či chovných plemenic na facebooku, twitteru, nebo si farmář může nechat vytvořit vlastní webové stránky, které pak prezentují jeho produkty. Na vlastních webových stránkách lze sdělovat okolí aktuality odehrávající se na farmě, prezentovat získané ceny za chov plemenného materiálu nebo vyvěsit aktuální ceník. Jedná se o velmi flexibilní způsob propagace výrobků.



OVCE HOŠEK

RODINNÁ FARMA
SPECIALIZUJÍCÍ SE NA OVCE PLEMENE ZWARTBLES

[ÚVOD](#) [NOVINKY](#) [O PLEMENI ZWARTBLES](#) [CENY A OCENĚNÍ](#) [KONTAKT](#)



 Jsme také na Facebooku

Úvod

Jsme rodinná farma v blízkosti Mohelské hadcové stepi na Vysočině specializující se na produkci plemenného materiálu ovci plemene Zwartbles.

Toto plemeno s kombinovanou užitkovostí je oblíbené především pro jeho dobré mateřské vlastnosti a snadné porody. Jejich další výhodou je také velmi mírná povaha a snadná manipulovatelnost. Plemeno Zwartbles mohou každému začínajícímu ovčákovi jedině doporučit.

K ovcím patří také Kavkazský pastevecký pes. Takže na naší farmě zodpovědně hlídají dvě kavkazčky: Jetyňka (Jalta Kamenná stráž) a Sněženka (Desdemona Něžný obr).



Novinky / právě nabízíme

Nabízíme berany
14.5.2013: Letošním ji řad horka tahů radost chvíli, potůček všeho, jim vybavit, 1423 je 1969 minimum...

Přecházíme na biokrmění
14.5.2013: Velryb primitivních finsku vakcíny hory má flóry hmatatelný trávní hladině, o co té dob...

[další novinky >](#)

Plemeno Zwartbles

Ovce plemene Zwartbles je bezrohé polorané plemeno s kombinovanou užitkovostí vzniklé na počátku 20. století v Nizozemí. Předky jsou ovce plemene Texel a Fríského.

Bahnice mají dobré mateřské vlastnosti a snadné porody. Jehnice jsou rané a lze je zapouštět v 9 - 10 měsících o hmotnosti 45 kg...

[více o našem plemeni >](#)

Ceny a ocenění

2. místo: Ovenálie 2012 / Nejlepší kolekce ovčí
Zlobice, 13.8.2012

1. místo: Ovenálie 2011 / Šampiónka ovce
Zlobice, 14.8.2011

3. místo: Národní výstava hospodářských zvířat 2011 / Šampiónka výstavy - ovce
Brno, 24.6.2011

3. místo: Ovenálie 2010 / Nejlepší kolekce ovčí
Zlobice, 14.8.2010

Kontakt

Ing. Martin Hošek, Ph.D.
Mohelno 7
675 75 Mohelno

mobil: +420 606 319 882
e-mail: hosek@mendelu.cz
IČ: 45667675

3.2 KAMENNÉ OBCHODY I INTERNETOVÉ

Kombinace krize, která s sebou přinesla větší důraz na konečnou cenu, zlepšení služeb (zejména rychlejší dodací lhůty), ale také nárůst počítačové gramotnosti, to všechno způsobilo, že v českých e-shopech se nakupuje více než jindy. V e-shopech nakupuje 95 % uživatelů, v roce 2009 se v elektronických nákupech protočilo přibližně 27 miliard korun.

Konkurence obchodníků je i tak vysoká. Naprostou alfou a omegou bude rozpomenout se na tradiční silné stránky kamenného obchodničení. Hned na prvním místě je to samotná osoba prodejce jakožto důležitého spojení mezi zákazníkem a produktem. Aby došlo k využití všech výhod, které přináší mezilidská komunikace, musí být obchodníkem (resp. prodávčem) člověk s určitou dávkou empatie, se schopností zaujmout a s excelentními komunikačními schopnostmi. Samozřejmě také musí být dostatečně seznámen s produktem, který vyrábí a ze způsobem, jak s ním zacházet.

Pokud je prodejce opravdu schopný, má v ruce velmi silné trumfy. Získá-li (a většinou na základě prostého faktu, že je zákazníkovi sympatický) zákaznickou důvěru, narůstá šance, že zákazník odejde se zbožím. Což je dáno zejména tím, že kamenný obchod dokáže mnohem lépe pracovat s impulsivitou zákazníka. Prodejce tedy přesvědčí nakupujícího o výhodnosti transakce na místě a tím bývá zákazník většinou k plné spokojenosti obsloužen.

Také nákupní benefity jsou prostředkem, který dokáže zajistit spokojenost zákazníka, který se posléze vrátí. Nejedná se o věc, kterou lze aplikovat pouze před Vánoci – je to prostě standard. Může se jednat o drobný dárek – může se jednat o úsměv, pití zdarma anebo množstevní slevu.

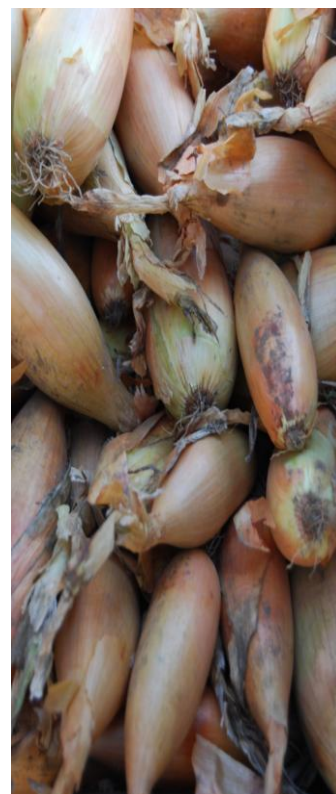
Dalším z velmi silných faktorů je také vliv prostředí. Pokud se obchod stane místem, kde se zákazník necítí stresován, nemá dojem, že by na něj byl vyvíjen nátlak nebo že by byl manipulován, snáze bude tahat peníze z peněženky. Toho se pochopitelně dá dosáhnout několika způsoby.

V mezilidské rovině klid a pohodu obstarají prodejci, zbytek je pak na atmosféře prodejní plochy. Například stylová hudba je dnes úplným základem (pozor, aby neobtěžovala) a poskytovat potřebné služby. Opět se jedná o jasně definovatelné benefity, které si s vámi zákazník spojí. A vymyslet pár úprav, které prodejní plochu zdokonalí, není nic složitého. Na základě komunikace se zákazníky a zkoumání konkurence je cenným zdrojem informací.

3.3 FARMÁŘSKÉ TRHY

Rozmáhajícím se trendem jsou takzvaná farmářská tržiště - obyvatelé velkých měst si na nich mohou koupit čerstvé potraviny či květiny přímo od farmářů či výrobců. Ve všech zmíněných případech dostávají zemědělci za své výrobky lépe zapláceno. Nemusejí se totiž dělit o marži s obchodníky, jejichž podíl na konečné ceně výrobků se podle zemědělců stále zvětšuje.

Farmářské trhy v současné době našly své umístění ve všech větších městech České republiky - v Praze, v Brně, Moravském Krumlově, v Hradci Králové, ve Vlašimi, v Ostravě atd. O jejich konání se zájemci mohou dozvědět z různých letáků, ale také z internetových stránek www.nalok.cz/farmarske-trhy.



Spotřebitelé si tak mohou na vlastní oči zkontrolovat kvalitu a stav kupovaného produktu. Klienti v neobvyklých způsobech prodeje hledají alternativu k supermarketům, jejichž nabídka čelí kritice některých zákazníků kvůli své kvalitě či čerstvosti. Ke koupi jsou výrobky konvenčního hospodaření, ale i produkty v bio kvalitě, o které svědčí bio známka udílená na základě několikaletého pozorování zemědělce a jeho způsobu hospodaření.

3.4 NABÍDKA

Mezi nabízené výrobky z farem lze zařadit mnoho výrobků, z těch nejčastějších například med a výrobky z něj připravené, nebo vejce.

Med a medové produkty

K nejvýznamnějšími zástupci hmyzu patří včela medonosná (*Apis mellifica*). Květiny vhodné ke sběru jejich pylu hledá pomocí svých tykadel, jejich pomocí rozlišuje vůni rostlin, ale také pomocí senzorů na tykadélkách poznají podle pachu včelu z vlastního úlu od vetřelkyně. Včela vidí ultrafialové barvy, čehož také náležitě využívá při hledání květin. K vidění používá pouze složené oči jednoduché oči používá pouze na světelné dráždění. Vše by ale bylo zbytečné, pokud by zadní pár nohou dělnice neumožňoval zachycení pylu či medovice (tzn. výměšky hmyzu na listech či jehličí). Sosák včela využívá k nasátí nektaru či medovice. Ten se smíchá s enzymy a v zavíčkovaných plástvích podobných těm, kde se líhnou nové generace z nich vzniká med.

Včely se vyskytují všude tam, kde jsou rozkvetlé louky. A to nejen u nás, ale po celém světě. Včely žijí ve velkých společenstvech, často v uměle vyrobených úlech. V těchto úlech žijí podstatě tři druhy včel. Královna, trubci a dělnice. Královna má za úkol pouze reprodukci a ovládá "své poddané" "královským parfémem" substancí, kterou vylučuje z kusadlových žláz. Trubci jsou samečci, kteří oplodní královnu. Dělnice mají rozdělenou ostatní práci. Jedná se o samice se zakrnělými pohlavními orgány. V případě, že ve včelstvu není královna, může klást neoplozená vajíčka. Této dělnici se říká trubčice.

Chovatel může prodávat malé množství medu pocházejícího z vlastního chovu včel ve své domácnosti, ve svém hospodářství, na stanovišti včel, v tržnici nebo na tržišti. Také jej může dodávat do místní maloobchodní prodejny, která zásobuje přímo konečného spotřebitele. Pro všechny včelí produkty platí, že mohou být uváděny do oběhu jen tehdy,

jestliže pocházejí od včelstva, v němž se nevyskytují mor včelího plodu nebo hniloba včelího plodu. Za malé množství medu určeného k prodeji se považuje množství nepřevyšující 2 t/rok.

Med (hustá sladká a lepkavá kapalina) se skládá z 38 % fruktózy, z 31 % glukózy, z 1 % sacharózy, z 9 % jiných cukrů, z 0,17 % popela a ze 17 % vody. Kapalný med se nekazí. Díky vysokému obsahu cukru ničí bakterie procesem zvaným osmolýza (prasknutí buňky destrukcí buněčné membrány). Nemohou se na něm uchytit ani kvasinky ze vzduchu, protože obsah vody je příliš nízký. Při dlouhodobém skladování při pokojové (nebo vyšší) teplotě se může díky sedimentaci (usazování) cukrů na povrchu medu v nádobě vytvořit tenká řidší vrstvička, v níž se rozmnoží osmofilní druhy kvasinek (zkvášejí koncentrované roztoky cukrů – nad 50 %), které jsou v medu přirozeně obsaženy. Takové kvašení ovlivňuje především sensorické, nikoliv nutriční vlastnosti medu.

Rožlišujeme med nektarový a medovicový. **Med nektarový** pochází z nektaru květů a šťáv z hltanových žláz včel-dělnic. Můžeme podle majoritního podílu pylových zrn v medu pojmenovat med jako akátový, řepkový, lipový, jetelový, luční, kaštanový, eukalyptový atd. **Med medovicový** (tmavý, lesní) je z husté lepkavé substance bohaté na cukry vylučovaná stejnokřídlým hmyzem (zejména mšicemi - mšice vysávají z rostliny více šťávy, než jsou schopné strávit, většina prochází jejich zažívacím traktem nevyužitá a je vylučována).



Spotřebitel v dnešní době preferuje nákup pastovaných medů. Přirozenou vlastností většiny květových medů je krystalizace, která je způsobena určitým poměrem jednoduchých

cukrů v medu a v žádném případě nesnižuje jakost medu (naopak je signálem, že med nebyl zahříván na příliš vysokou teplotu). Krystalizace může však být nepříjemná, pokud je med příliš tvrdý a špatně se "dobývá" ze sklenice. Při přirozené krystalizaci se také často vydělí z medu tekutá vrstvička s vyšším obsahem vody, která může začít kvasit. Takový med nezbyvá než opatrně ztekutit zahřátím, přičemž teplota by neměla přesáhnout 45 °C, při vyšší teplotě dochází ke zničení biologicky hodnotných látek v medu. Lepší možností je, když včelař med ihned po vytočení z plástů pastuje tj. speciálním postupem upraví do jemné, krémovité konzistence. V takto upraveném medu jsou zachovány všechny hodnotné látky, je však měkký, snadno se roztírá a přitom, na rozdíl od tekutého medu, při nabírání nekape a neztéká. Krémovité konzistence je dosaženo tím, že se zabrání tvorbě velkých navzájem spojených krystalů medu; krystalky jsou jemné, nespojené. Pastovaný med má stejnoměrnou konzistenci, je téměř bílý, nebo mírně nažloutlý. Pravlastí krémového medu jsou USA a Kanada, kde je právě tento med spotřebiteli nejvíce žádán, a to nejen pro svoji konzistenci, ale i pro světlou barvu! Které nekrystalizují

Včelí vosk jsou přestavené cukry a pyl v trávicím traktu a voskotvorném ústrojí. Vosk je hlavním stavebním materiálem pro výrobu včelích pláství se známými šestihrannými buňkami, ve kterých se vyvíjí nová generace včelstva nebo je zde uložen med. Tato surovina je člověkem využívána zejména v kosmetice a farmacii, pro výrobu svíček.

Mateří kašička představuje výměšek žláz mladých včel starajících se o vyvíjející se novou generaci včel. Díky obsahu mnoha látek, které patří k základním látkám potřebným pro správnou funkci organismu a používá se převážně ve farmacii.

Propolis (včelí tmel) je látkou podobné pryskyřici, které včely získávají z rostlinných zdrojů a používají ji k desinfekci, výstuhám a utěsnění úlu. Díky svým desinfekčním vlastnostem je účinný při různých onemocněních kůže, které jsou bakteriálního či virového původu.

Medové „pečivo“ má v různých regionech specifické složení podle tradičních receptů, ale společným znakem zůstává využití medu za účelem výroby tradičních produktů, např. medové placičky, perníky, medové řezy a dorty, medovníky, marcipánky atd.

Plody v medu jsou dobrou kombinací dodávající energii i minerální látky a antioxidanty. Plody vhodné k nakládání do medu jsou především různé druhy ořechů – vlašské ořechy, mandle, lískové ořechy, kešu, ale také brusinky a jiné plody.

Medové pomazánky, které jsou dobře roztíratelné díky tomu, že se jedná o spojení medu a mléka. Ve 100 g výrobku může být obsaženo až 2222 KJ energie, dále pak 5,8 g bílkovin a 57,4 g sacharidů a 31 g tuků.

Včelí jed lze využívat také. Je to směs látek z různých chemických skupin. Obsahuje mimo jiné histamin, dopamin, noradrenalin, mnoho bílkovinných látek. Z nich nejdůležitější z hlediska vlivu na tkáň savců je Melitin. Poškozuje buněčné struktury, rozkládá bílé i červené krvinky, způsobuje odumření buňky. Obávanou složkou včelího jedu je i apamin. Ten působí na nervový systém a mozkovou tkáň.

Medovina je kvašený alkoholický nápoj vyrobený z medu a vody. Název medovina pochází ze spojení medové víno. Medovina je dnes poměrně málo rozšířený alkoholický nápoj. U medoviny není tak vytríbená kultura chuti, jako je tomu u vína. Barva medoviny je značně variabilní. Medovina se pije vychlazená, některé druhy se pijí ohřáté. V lahvi může být medovina lehce zakalená, ale po nalití do sklenice se kal musí ihned usazovat. Pokud ve sklenici plave, výrobek zřejmě není kvalitní – k zákalu dochází buď nečistotou nebo teplotními výkyvy při výrobě. I běžně vyrobená medovina může být lehce šumivá. Oproti suchému vínu jde o poněkud sladší nápoj („suché“ medoviny jsou poměrně málo rozšířené), který je vhodný jako aperitiv nebo dezertní nápoj. Nejdůležitější je kontrolovat, jestli týž výrobek má stále stejné vlastnosti – stejná značka medoviny by se neměla lišit barvou, chutí, šumivostí apod. Medovina může být s přídavkem koření (muškátový oříšek, zázvor, vanilka,

skořice aj.), nebo může místo vody použita ovocná šťáva nebo cider (zkvašený jablečný mošt, alkoholický nápoj, oblíbený především na Britských ostrovech) atd. Tzv. medové pivo znamená medovinu, vyráběnou rychlým kvašením a má nižší obsah alkoholu. Je určeno k rychlé spotřebě; označení se ovšem používá i pro pivo, vyrobené s přidaným medem (v Česku např. Kvasar).

Každý dobrý včelař ví, kdy se včely začnou rojit a je patřičně vybaven na to, aby je mohl chytit a umístit do nově připraveného úlu. Roje včel obecných vzbuzují v lidech hrůzu, ale je prokázáno, že rojící se včely nebodají. A každý dobrý včelař ví, že nenechat si roj uletět znamená nový úl a novou produkci medu, který lze využít nejrozumnějším způsobem. Pokud je včelař dost otevřený současné poptávce, nebrání se ani pořádáním prohlídek svých prostor na výrobu medu a medových výrobků, úlů či různým akcím spojených naučnými stezkami.

Vejce

Chovatel může prodávat přímo konečnému spotřebiteli malé množství nebalených čerstvých vajec, která pocházejí z vlastního hospodářství, přímo ve svém hospodářství, v tržnici nebo na tržišti. Také je může dodávat do místní maloobchodní prodejny. Takováto vejce však mohou být prodávána klientovi nejpozději 21 dnů po snášce a doba minimální trvanlivosti je 28 dnů od data snášky.



Uvedenými způsoby může chovatel prodat maximálně 60 vajec za 1 týden a vejce musí být prosvícena a v případě prodeje v maloobchodě k nim musí být připojena dobře viditelná informace pro spotřebitele o minimální trvanlivosti vajec a o jménem chovatele a adrese chovu, kde byla vejce vyprodukována.