

Модул
Маркетинг и извоз пољопривредних и
прехранбених производа

Циљ едукације

Чињеница је да је Република Србија нето-извозник пољопривредних производа и да извоз који потиче из пољопривреде и прехранбене индустрије постепено расте из године у годину. Међутим, велики број пољопривредних произвођача и прерађивача још увек има слабо планирање врсте производње, обима производње. Јавља се често уситњена, нестандардизована и неконсолидована понуда, а често се јављају и тржишни вишкови и неповољне цене по којима се производи продају – у односу на пољопривредне инпуте, који из године у годину постају све скупљи. Поред тога пољопривредници се суочавају са све већом конкуренцијом из земаља ЕУ и СЕФТА. У таквој ситуацији наши пољопривредни произвођачи веома често имају проблеме са пласманом, што узрокује ниже цене, низак ниво инвестиција, лошију технологију и ниже приносе и дохотке на газдинствима.

Циљ модула је да полазнике детаљно упозна са најважнијим елементима маркетинга и извоза пољопривредних производа, како би били оспособљени да информишу пољопривредне произвођаче о трендовима, потражњи и условима пословања на домаћем и иностраним тржиштима, а у циљу бољег организовања производње, бољег маркетинга и консолидације понуде, како за земље ЕУ, тако и за земље Евро-азијске царинске уније (скр. ЕАСУ) и осталих важних светских тржишта.

Очекивани резултат

Очекујемо да ће након овог курса полазници боље разумети начине маркетинга, логистике и пласмана пољопривредних производа, нарочито на тржишта ЕАСУ. Резултат радионице је и побољшана комуникација пољопривредних саветодаваца и пољопривредних произвођача по питању могућности пласмана и извоза пољопривредних производа. Током интерактивног дела радионице, кроз дискусију, заједнички би ће се доћи до најважнијих смерница које би биле најсврхисходније у побољшању сегмента пољопривредног маркетинга и извоза.

Садржај едукације

Садржај едукације обухвата следеће области и теме:

- Општи појмови маркетинга у области пољопривредних / прехранбених производа
- Тренутне и потенцијалне улоге ПССС у побољшању маркетинга и извоза пољопривредних производа
- Примарна и изведена тржишна потражња. FMCG тржиште – робе широке потрошње, са нагласком на прехранбене производе. SKU (Stock Keeping Unit) – појединачни артикли, улога и значење
- Менаџмент категорије артикала (Category Management) – савремени систем управљања снабдевањем потрошача
- Особине произвођача и прерађивача. Важни аспекти маркетинга прехранбених производа
- Модалитети сарадње са продајним ланцима и дистрибутерима у иностранству
- Сегменти продајних трговинских ланаца, њихове основне особине и усклађивање понуде са циљаним тржиштима. Трендови на тржиштима ЕУ, СЕФТА и ЕАСУ

- Контакт са продајним ланцем
- Улоге сајмова, међународних изложби и других видова непосредних контаката са потенцијалним купцима
- Стандарди квалитета прехранбених производа
- Санитарни, фитосанитарни, одн. ветеринарски споразуми, дозволе и услови
- Посебни стандарди: Halal, Kosher, Organic, IPM, посебно географско порекло и друге ознаке квалитета. Информације о ценама. Формирање понуде према купцима (Assortment List). Узорци. Логистика; дистрибутивни центар (DC); консолидација понуде (MVC). Начини плаћања и инкотермс клаузуле. Примери за поједине сегменте пољопривредних производа: воће, поврће и прерађени производи од воћа и поврћа. млеко, млечни производи, месо и месне прерађевине.