

Esettanulmányok: Csehország



Megújuló energia – Csehország

Írta: Martin Mistr

Kněžice, az energetikailag önellátó falu

Helyi iroda:

Kněžice, Kněžice 37 289 02

www.obec-knezice.cz

E-mail: obec.knezice@quick.cz

A községi tanács elnöke: Milan Kazda

Tel: (+420)325640228

Mobil: (+420)725022616



Összefoglalás

Kněžice energetikailag **önellátó** – a falu fűtését hő-, és áramellátását egy központi-fűtés rendszerű biomassza égető; és egy biogáz üzem oldja meg.

A biogázfejlesztő állomás folyamatosan működik. Mezőgazdasági, élelmiszeripari és egyéb hulladékból elektromos energiát és hőt termel. A melléktermékek erjesztése során keletkező terméket, mint tápanyagot a mezőgazdálkodás sikeresen hasznosítja.

A biomassza égetőt csak a fűtési szezonban járatják. Gabonaszalmával és különféle eredetű fahulladékkal működik.

Háttér

A falu (Kněžice) Csehország középső részén, Nymburk városától 20 km-re észak-keletre található, sík, erdőtlen vidéken. A falu szorosan vett területén 400 lakos él. Van iskola, templom, néhány kisebb műhely és a Podhájí nevű mezőgazdasági vállalkozás, mely szarvasmarha tenyésztéssel és broilercsirke előállításával foglalkozik. A tanulmányunkban említendő projekt indulása előtt, az önkormányzat rendelkezett egy gépsorral, mely a hulladék biomasszából fűtésre alkalmas pelletet állít elő. A gépsor munkába állításától fogva sikeresen működik.

A faluban nincs vezetékes gáz. Egészen a legutóbbi időkig a legtöbb házban szénnel, illetve tüzfával fűtöttek. A faluban csapadékelvezető rendszer van, higiénikus szennyvízelvezető rendszer viszont nincs. A házakhoz emésztőgödör, vagy zárt szennyvíztároló tartozik, melyeket ürítenek, majd tartalmukat szükség szerint a mezőgazdasági területekre kijuttatják.

A falu önkormányzata, saját kezdeményezés és döntés alapján, hosszú évek kitaró munkája után 2006-ban a Csehországi Környezetvédelmi Minisztériumon keresztül hozzájutott a szükséges EU-s támogatáshoz. Így kezdett sikeresen bele a „Kněžice, az energetikailag önellátó falu” nevű projektbe, melynek részeként létrejött az önkormányzat területét központi fűtéssel ellátó biomassza égetőmű és a kogenerációs (hőt és áramot egyaránt termelő) biogáz üzem – mindez teljes befektetési költségén mindössze 115 millió cseh korona értékben.

A biogáz üzem folyamatosan működik. A mezőgazdasági, élelmiszeripari és egyéb eredetű biológiai hulladékot biogázzá alakítja, melyet áram és hő egyidejű termelésére hasznosítanak. Az elektromos áramot a központi erőműnek értékesítik, míg az előállított hő az önkormányzati



fűtőrendszerbe kerül. A biogáz termelése során keletkező hulladék értékes tápanyag, melyet a helyi gazdák a földjeiken fel is használnak.

A hőt termelő biomassza égető értelemszerűen elsősorban a téli fűtési szezonban működik. Kapacitása önmagában képes ellátni a fűtési rendszer hőigényét.

A biomassza égetőben gabonaszalmát és fahulladékot égetnek. A biomassza, illetve a biogáz üzem földbe rejtett vízcsövek segítségével folyamatosan meleg vízzel látja el az önkormányzati rendszerre csatlakozott lakóházakat. A végfelhasználók a melegvizet részben lakásuk fűtésére, részben melegvízként használják.

Piaci kihívások

Csehországban sok falu nehéz időszakot él meg. A gáz bevezetése sok helyen gondot okoz. A vezetékhálózat kiépítése során a gáz ára megemelkedett és sokak számára immár elérhetetlenné vált. Sokan visszatértek a hagyományos tüzelőanyagokhoz, mint például a szén, vagy a fa, de olykor háztartási és egyéb hulladékot is égetnek.

A befektetésekkel kapcsolatos gond a szennyvízkezelő egységek kérdése. Az idei évtől az önkormányzatok kötelesek szennyvízkezelő egységet építeni, mégpedig úgy, hogy az képes legyen semlegesíteni a különböző vegyi anyagokból származó foszfáttartalmat. Erre a legtöbb helyi szennyvíztisztító telep nem képes.

Elérkezett az idő, amikor Kněžice, a kis falu sem tudta



megkerülni ezt a kötelezettséget, ami a gázbevezetési program idejében még nem volt előírás. A faluban sem központi szennyvízcsatornázás, sem az említett szennyvíztisztító rendszer nem volt. A döntési helyzet tehát a következőképpen jelentkezett: vagy megépítik a szennyvíztisztító rendszert és a higiénikus szennyvízcsatornát, vagy további befektetési lehetőségeket keresnek az akkortájt még csak lassacskán épülő biogáz üzembe, mely részben megoldja a közösségi hulladék kezelésének kérdését, továbbá majdnem a teljes lakosságot ellátja megfizethető árú hővel, valamint a központi erőműnek történő értékesítés miatt hasznot is termel; s végül vitán felül áll a falu természeti környezetére gyakorolt előnyös hatása.

Üzleti válaszlépések

Az energiafogyasztás folyamatosan növekszik. Különösen így van ez a fejlett országokban. A fosszilis energiaforrásokért háborúkat indítanak. Ennek ellenére a források bizony ki fognak merülni, és az energiaválság néhány tíz éven belül a küszöbön áll, hacsak nem használjuk egyre nagyobb mértékben a megújuló energiaforrásokat.

A világ különböző részein más és más megújuló energiaforrást lehet a leghatékonyabban felhasználni. Csehország számára a biomassa felettébb alkalmasnak mutatkozik.

Energia előállításra alkalmas lehet az állati eredetű szerves trágya, különféle erdészeti és mezőgazdasági hulladékok, gyors növekedésű fák, illetve az ún. energianövények.

Ha összehasonlítjuk a fosszilis energiahordozókkal, a biomassa energetikai célú felhasználása révén költségcsökkentés érhető el. A biomassa megvásárlásával helyi erőforrásokba történik a befektetés, a pénzeszközök helyben maradnak, ami tovább növeli a helyi gazdák, erdészek és a bioüzemanyag üzletágban érintettek hasznát. Egyidejűleg új munkahelyek jönnek létre. A megújuló energiaforrások használata hozzájárul az ország fejlődéséhez és a falvak sikeresebb megélhetéséhez.

Az energianövények termesztése természetes módon járul hozzá a táj jellemzők fenntartásához. Csökkenti a nitrát felszíni és felszín alatti vizekbe történő bemosódását. Az energianövényeket olyan talajon is lehet termesztetni, melyek szennyezőanyag tartalma a megengedett határértéknél magasabb. Hosszú távon ez a fajta növénytermesztés a szennyezett talajok újbóli hasznosíthatóságához vezethet. Az évelő és fás szárú növények termesztése pedig még az erózió ellen is hatékony védelmet nyújt.



A projektnek köszönhetően a falu önellátó lesz, s ez a napjainkban világszerte tapasztalható jelenségek ismeretében, mint például az éghajlatváltozás, vagy a váratlan bombatámadások, bizony komoly előnyt jelent.

A biogáz üzem és a fűtőház megléte lehetőséget nyújt a környékben termelődött biomassza értékesítésére, a községi szennyvíz, az elkülönítve gyűjtött közösségi hulladék, valamint a mezőgazdaság melléktermékeinek felhasználására. A biomassza elsősorban elektromos áramot és hőt termel, másrészt pedig értékes tápanyagot szolgáltat a mezőgazdálkodás számára.

A melegvíz ellátás biztosítása miatt már nincs szükség a fosszilis tüzelőanyagok égetésére. A nyereség évente 1,200 tonna szén. További megtakarításokat okoz az ipari műtrágyák kiváltása, illetve a közösségi hulladék egyszerű biológiai lebomlásakor mérhetetlen mennyiségben képződő depónia gáz kialakulásának megakadályozása – ez utóbbi mennyisége éves szinten 8,824.2 tonna széndioxidnak felelne meg.

A kizárólag a megújuló energiaforrásokra támaszkodó biomassza égető és biogáz állomás által termelt hőt hasznosító rendszer több mint 150, nyomásfüggetlen egyedi állomást lát el és ezzel Kněžice energiafelhasználásának körülbelül 95%-át fedezi.



A rendszerre kapcsolt házak fűtésére és melegvíz ellátására felhasznált hőenergia éves szinten körülbelül 3,000MWh, illetve 10,800GJ. Becslések szerint a rendszerre nem csatolt házak hőenergia-fogyasztása évente 150MWh. Ezekben a házakban is megoldható azonban, hogy a meglévő fűtőegységüket (hagyományos tűzhely, kazán, vagy kályha) a falusi önkormányzat által nagy mennyiségben előállított és értékesített biomassza pellettel fűtsék.

A biogáz üzem által hasznosított nyersanyag körülbelül 70%-a sertés- és baromfitartási hulladék, illetve hígtrágya, 15%-a a szennyvízkezelő üzemekből származó iszap, 15% pedig vágóhidakról, élelmiszer-feldolgozó üzemekből és étkezdékből származó melléktermék és hulladék. Ezeket kiegészíti még a háztáji emésztőgödrök és zárt szennyvíztároló egységek összegyűjtött tartalma. A biogáz üzemben ezek az anyagok kiváló minőségű trágyává alakulnak át, melyet hatalmas tartályokban tárolnak az üzem területén. Innen hordják el a mezőgazdasági földekre az arra alkalmas időben.

A 400 lakossal rendelkező Kněžice falu évente, fejenként átlagosan kb. 6MWh elektromos áramot termel. Ebből 5.25MWh mennyiséget a közüzemi elektromos hálózatnak juttat. Az önellátás tehát megvalósul: a falu több elektromosságot termel és értékesít, mint amennyit egy átlagos évben felhasználna. A hővel és villamos energiával való önellátottság szempontjából a biogáz üzem döntő fontosságú.

Gazdasági számítások egyértelműen azt mutatják, hogy az üzemre fordított befektetés hatása a működtetés nyolcadik évétől jelentkezik pozitív készpénz-áramlásban. (Nettó profit a szolgáltatás negyedik évétől várható.) A működtetés tizedik évében, a hitelek lejárta után, az üzem megszabadul addigi anyagi terheitől és hatékonyan (a számítások szerint évente 2-3 millió cseh koronával) hozzájárul a község anyagi jólétéhez.

- *Marketing költségek: az éves forgalom 0.5%-a.*
- *Teljes haszonkulcs: az éves forgalom 5%-a.*
- *Az üzleti növekedés éves mértéke: nincs adat; a biogáz állomást egy éven belül helyezték üzembe.*



Azt sem szabad elfelejteni, hogy a projekt megvalósítása megtakarítja mindazokat a költségeket, melyekbe a községi csatornarendszer és a terület szennyvízkezelését megoldó modern egységek kerültek volna. A hasonló projektekkel való összehasonlítások során kitűnik, hogy ez az alternatív szennyvízkezelési módszer akár 75-90 millió cseh koronás

megtakarítást jelenthet. A vezetékes gáz kiépítésének alternatívájaként a projekt hőenergiával látja el a falut, és itt a becslések szerint újabb 10 millió cseh koronát lehet megtakarítani.

Az említett vezetékes gáz azonban nem tekinthető központosított fűtési rendszernek és a háztartások viszonylag nagy része továbbra is szénrel fűt. Mind a szennyvízkezelő telep megépítése, mind pedig a gáz bevezetése költséges befektetés lenne, s végső soron nem termelnének hasznot. Működési költségeit és a másodlagos befektetéseket önkormányzati keretből kellene fedezni. A biomassza/biogáz üzem viszont működtetése során a villamos- és hőenergia, valamint a tápanyag értékesítése révén kifizetődő lesz.

Az energetikai szempontból teljes önellátás akkor valósulna meg, ha a járművek és mezőgazdasági gépek (traktorok, betakarítógépek, stb.) benzin és dízelolaj helyett a falu saját termelésű üzemanyagát tudnák hasznosítani.

Meg kell itt említenünk bizonyos, a projekt újszerűségének betudható gondokat is: a kogenerációs erőműben gyakran tapasztalható szivárgás. Ekkor az egység leállása közvetlen anyagi károkat okoz.

Említésre méltó még az év bizonyos időszakában jelentkező, a lakosok által kellemetlennek ítélt és kifogásolt szag is. Jelenleg a rendszer vizsgálata folyik annak kiderítésére, hogy vajon a problémát az alapanyagok nem megfelelő összetétele okozza-e. Továbbá, már folynak a kutatások a szagok terjedését megakadályozó műszaki megoldások után.

Eredmények és következtetések

A Kněžice Projekt környezetre gyakorolt előnyös hatásai közül ki kell emelnünk, hogy visszafogja a fosszilis energiahordozók használatát és csökkenti az ártalmas anyagok kibocsátását. A Brno-i Műszaki Intézet professzora, Jaroslav Kadrnožka több projekt értékelése nyomán kidolgozott egy rendszert, mely kiszámítja, hogy minden egyes befektetett ezer korona mekkora mennyiséget takarít meg egy adott üzemanyagból.



A projekt áfával növelt értéke meglehetősen pontos számítások szerint összesen 117 millió cseh koronát tesz ki. Ennek megfelelően a falu energiaellátó rendszerére rákapcsolt minden egyes pont (végfelhasználó) kiépítése körülbelül 1 millió koronába került. Első ránézésre az összeg nagysága legalábbis megkérdőjelezi az egész befektetés gazdaságosságát. Kněžice falu projektje azonban a cseh energiaipar más, sokkal kiterjedtebb projektjeihez mérhető.

Gasztronómiai turizmus – Csehország

Írta: Martin Mistr

Cégtulajdonosok:

Pavel és Darina Ondráčkovi

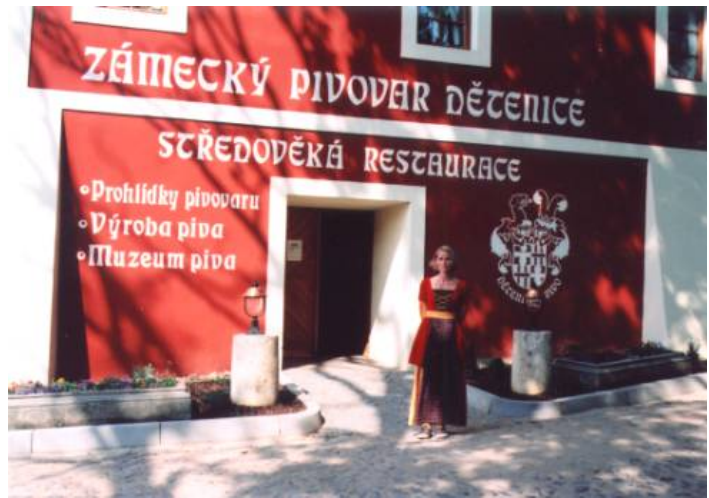
Ügyvezető: Petr Jindrák

Cím: Dětenice 1, 507 24, Csehország

telefon: (+420) 493 596 434

E-mail: info@detenice.cz

Hivatalos weblap: www.detenice.cz



Összefoglalás

Az Ondráček család tulajdonában lévő dětenice-i kastély pihenőhely Dětenice kis faluban, Jičín megye északi részén, az ország talán legszebb vidékének mondott, természetes homokkő sziklával és völgyekkel körülvett, turistaútvonalakkal szabdalva, a méltán népszerű Cseh Éden térségének délkeleti peremvidékén található, Prágától mintegy 68 km-re északkeletre, és 20 km-re Mladá Boleslav-tól Jičín irányába. Az a tény, hogy a környéken nincs ipar és a forgalmasabb utak távol vannak, nagyon alkalmassá teszi a térséget a turizmusra és a kerékpározásra.

A pihenőhelyen a következők találhatók:

- Késő barokk stílusú kastély, az egyik legismertebb 18. századi angol tájépítész, Lancelot „Capability” Brown stílusában készült angolparkkal és ritka fafajokkal,
- Sörfőzde középkori fogadóval, egyedi értékesítési ponttal,
- Vidéki, rusztikus szálloda étteremmel,
- Holstein ménes és annak értékesítése.

Az Ondráček család a helyszínen a turizmust gasztronómiai élménnyel kombináló szolgáltatásokat nyújt. A látogató megtekintheti a magán kézen lévő késő barokk várat vagy kastélyt, a máltai lovagok által használt fegyverek egyedi gyűjteményét, a vadásztrófea gyűjteményét, valamint az angolparkot és a sörfőzdét. További érdeklődésre számot tartható helyszíneként a látogatók időutazásban vehetnek részt, megtapasztalhatják a középkort a középkori fogadóban. A látogatók középkori helyszínen találhatják magukat, amely - meghallván a felszolgáló személyzet meglehetősen ripacs és káromkodó régies beszédét – méltán sokkolja az érzékeket. A látogató élvezheti a középkori ételspecialitásokat, amelyeket nyílt tűzön készítenek el és kézzel fogyasztanak. A fogadó specialitása az eredeti recept

alapján kizárólag a fogadóvendégeknek helyben főzött sör. A látogató nemcsak nézője, de szerves résztvevője is lehet a fogadó középkori szórakoztatóprogramjának. A tulajdonosok szállodai szolgáltatást is nyújtanak sportolási lehetőségekkel kiegészítve.

Háttér

Ondráček úr, a tulajdonos a megalkotója annak az egyedi üzleti tervnek, amely a hagyományos turizmust középkori látvány- és élmény bemutatóval társítja.

Az Ondráček család korábbról is rendelkezett tapasztalattal a turizmus terén Prágában. Az eredeti ötlet az volt, hogy megvásárolják a leromlott állapotú kastélyt és helyreállítják azt saját használatra. A helyreállítás során jött a felismerés, hogy kár volna a kastélyt csak saját használatra megtartani és nem megnyitni a közönség előtt.



Magán a kastélytúra programon kívül ezért az épülethez illő, az üzleti használatra alkalmas új helyszíneket is építettek, amelyek helyet adhatnak például konferenciáknak, banketteknek, előadásoknak, esküvőknek. A környező utak mentén reklám és irányítótáblák elhelyezésével gondoskodtak a promócióról.

Az, hogy a kastély a Cseh Éden területén található szintén jelentős szerepet játszik abban, hogy olyan népszerű a látogatók körében.

A cég továbbfejlesztéséhez a lökést a látogatói népszerűség és a szomszédos sörfözde megvásárlásának lehetősége adta. Eredetileg sörfőző múzeum létesítésén gondolkodtak és programszervezésen a kastélyt látogató csoportoknak. Az épület egyedisége végül arra inspirálta a tulajdonosokat, hogy a teljes projektet kibővítsék középkori fogadóvá, ahol gasztronómiai élményt nyújtanak. A fogadó terei (sötét terem, szalma a padlón, fa és kő asztalok, padok, gyertyafény) és kiszolgáló személyzete teljesen beleillik a középkori hangulatba, melynek fontos részét képezik a kínált ételek is, úgymint a hús, zöldségek, gomba és palacsinta. Ezen túlmenően a fogadó a saját előállítású, régi recept alapján hagyományos



összetevőkkel készített világos vagy sötét fermentált pasztőrözetlen sörét kínálja. A sört kizárólag ebben a fogadóban lehet megkóstolni és megvenni. A fogadó hangulatát a kor zenéje és a felszolgálók régies, hangos, közönséges cseh beszéde teszi teljessé. A legfőbb cél a vendég szórakoztatása anélkül természetesen, hogy ez sértő legyen a rájuk nézve. Hétvégeente a nyári szezonban minden nap részesei lehetnek a

vendégek a középkori programnak (asztalon táncolás, csepűrágók, kardforgatók, fakírok, koldusok, boszorkányégetés, stb.).

A továbbfejlődés szinte már magától adódott a régi falusi kocsmá átalakításával kellemes, rusztikus stílusú 46 ágyas családi szállodává. A szálloda ideális hely vállalati programok helyszínéül is, legyen az akár több napos tréning vagy fogadás. A szálloda lehetővé teszi, hogy a vendégek kihasználhassák a terület sportolási lehetőségeit (tenisz, kerékpározás, lovaglás) is.

Piaci kihívások

A tulajdonosok számára a kihívást az jelentette, hogy mennyire tudják a látogatókat vonzó termékkel és szolgáltatásokkal kiszolgálni. A kastélylátogatás, mint program önálló szolgáltatásként ugyanis nem biztosított volna elég bevételt az üzlet életben tartásához. Emellett biztosítaniuk kellett azt is, hogy a megfelelő reklámmal el is érjék a látogatói célközönstget.

A kastélylátogatás mellett a vendéglátó szolgáltatás fontos szereppel bír a vállalkozásban. A kastélyhoz csatlakozó épületek és helyszínek megvásárlásak nyitott utat a cég további kiterjedéséhez és teljes komplexummá alakításához. Három fő érv miatt döntöttek a tulajdonosok ezen helyszínek megvásárlása mellett:

- a) Korábbi tapasztalatok alapján felmérték, hogy a kastélybemutatás kiegészítő szolgáltatások nélkül nem elégséges.
- b) A szomszédos romos épületek látványa nem jó reklám a meglévő üzlethez.
- c) A pénzügyi támogatási lehetőségek kiaknázása.

Üzleti válaszlépések

A sörfözde megvásárlása lehetővé tette a tulajdonosok számára, hogy ne csupán frissítőket kínáljanak, hanem egy kiemelkedő terméket: egy valós középkori élményt tudjanak nyújtani a vendégek számára. A kifinomult marketing (reklám, útmenti tájékoztatótáblák, weblap és kapcsolat a turisztikai honlapokkal) sok látogatót eredményezett. A kidolgozott marketing lehetővé tette, hogy a cég nagyszámú potenciális ügyfelet érjen el az év minden napján. Az internetes marketingszolgáltatások lehetőségeit teljesen kihasználják: ígéretes vásárlói profillal, főként az átlag fölötti iskolázottságú és jövedelmű fiatal vásárlókat célozzák meg naprakész információkkal. A cél Dětenice-be vonzani a lehető legtöbb turistát és biztosítani, hogy hosszabb ideig ott maradjanak.

A cég körültekintő alapossággal elemzi a turisták érdeklődését és használja ezeket az adatokat a kísérő szolgáltatások kialakításához, pl. lovaglás a vásárlói igények szerint. A jövőben a cég szeretné bevezetni a golfozás lehetőségét is, mivel ez a sport is egyre növekvő népszerűségnek örvend Csehországban.



Már a kastély helyreállításakor felmerült annak az ötlete, hogy a történeti együttest meg kellene nyitni a nagyközönség előtt.

A szobákban korhűen helyrehozták a falfestéseket és a stukkókat. A berendezéshez korabeli bútorokat, órákat, gyertyatartókat, kandallókat, értékes szőnyeget, barokk festményeket és virág dekorációkat használtak. A belső terek berendezéseit főként árveréseken vagy gyűjteményekből szerezték be; néhány darabot raktárakból vettek kölcsön. E tekintetben legértékesebb a máltai lovagok által használt fegyverek gyűjteménye, amelyet az állam adott vissza Dětenicének. Darina Ondráčková tervezte meg a végső simításokat a belső tereken régi fotók segítségével. Az egyik teremben a máltai lovagok által használt fegyverek kiállítása és néhány hajóágyú található, míg egy másik teremben a vadásztrófea gyűjtemény látható. A kastélyhoz tartozó angol parkban számos ritka fafaj és klasszikus szobor található. Emellett a szökőkutat is rendbehozták. A kastély reklámanyagának kialakításakor a tulajdonosok nagyban építettek korábbi tapasztalataikra, amikor Prágában szállást is kínáló utazási ügynökséget működtettek.

A kastélylátogató túrák kb. 50 percesek (májustól szeptemberig naponta, áprilistól októberig hétfővégen) és idegen nyelven is igénybe vehetőek. A kastély és a fogadó állandó útmenti reklámtáblával bír, van saját internetes honlapja, valamint más turista honlapokon és szóróanyagokban is történik rá hivatkozás, mint például a "Cseh Éden várai és kastélyai" című kiadvány ajánlatai között.



A kastély számos helyszínét kereskedelmi célra felhasználva a vásárlók vendégcsoportokká alakultak át. A tulajdonosok ezért igyekeztek más tevékenységeket kitalálni és beindítani, amely e vásárlói célcsoportokat szolgálhatja és így hosszabb ottmaradásra ösztönözheti őket. Így fedezték fel a tulajdonosok, hogy Dětenicében régen sört főztek.

Lehetőségük nyílt a régi sörfőzde épületének megvásárlására a nemzeti földalaptól, és így az ötlet, hogy hosszabb tartózkodásra bírják a vendégeket működni kezdett. Újra beindították a hagyományos sörfőzést, megnyitották a belső tereket a nagyközönség előtt és egy szokatlan, különleges fogadót nyitottak.

A vendégek frissítőket kaphatnak, megkóstolhatják a régi idők sörét és mindezt a rég elmúlt idők középkori fogadók hangulatában. A tulajdonosok valami különlegeset igyekeznek nyújtani, és ez a gasztronómiai élmény. Az ötlet, úgy tűnik, nagyon jól működik. A kulturális statisztikák szerint 2008-ban a kastély 138 337 látogatóval 20. volt a látogatói listán Csehországban (forrás: NIPOS). A vállalkozás a gasztronómia tekintetében is sikeres: 2005-ben a középkori fogadó elnyerte a Jaroslav Vašata bronz plakettet. A díjat az érdekes gasztronómiai koncepció és a minden érzékszervet igénybe vevő gasztronómiai élményért kapta a fogadó. A sikert tovább bizonyítja, hogy a fogadót kibővítették, így jelenleg 650 férőhelyet biztosít két emeleten és egy nyári kertben. A sörtermelés is megduplázódott.

Az ügyvezető megjegyzi, hogy azért vannak



negatív vélemények is a turisztikai élménnyel kapcsolatosan. Elmondása szerint a vendégek 1 %-a megütközik a fogadón, nem tetszik nekik a személyzet közönséges beszéde és gyakran zavarja őket a kézzel evés. Éppen ezért a személyzetet alaposan megválogatják és kiképzik, de kell, hogy némi színészi vénával is rendelkezzenek, hiszen viselkedésük a vendéggel része a marketingnek. A kastélyt és a fogadót nemzetközi közönség is látogatja, ugyanakkor a legfőbb vásárló az ügyvezető szerint az elégedett cseh turista, aki visszatér és új vendégeket hoz magával.

A komplex bővítés harmadik fázisa a szálloda kialakításával kezdődött. A tulajdonosok a régi falusi kocsmá épületét használták föl e célból, amely kellemesen a falu központjában helyezkedik el, nem messze a kastélytól és a fogadótól. Az épületet három csillagos szállodává varázsolták 19 szobával és 1 apartmannel. Az étterem pizzéria és egy palacsintázó a szálloda részét képezik, olasz specialitásokkal és francia palacsintával az étlapon. Ez a szállodai projekt a turistákat az ottmaradásra ösztönzi és még több pénz elköltésére. A vendég választhat, hogy egy modern pizzeriában vagy a fogadóban étkezik.

A tulajdonosoknak a tovább maradó vendégek számára több tevékenységet kellett kialakítani, főként sportolási lehetőséget kínálnak. Új teniszpályát építettek a szálloda mellett és a vendégek kerékpárt bérelhetnek, mivel a kerékpározási lehetőségek a régióban nagyon kedvezőek. Legutóbb a lovaglás lehetőségét is megteremtették, amely tevékenység az utóbbi időben egyre népszerűbb a vendégek körében. Ennek köszönhetően a tulajdonos Holstein lovak tartásába fogott egy frissen rendbe hozott majorban a kastély területén. Jelenleg 45 sportló, főként Holstein fajta alkotja az állományt, de a terv a 150-es lóállomány elérése a jövőben. Az új tágas lovaglóterem és tribünje lóversenyek és –árverések rendezésére is épült. A tulajdonos 260 hektár földet vásárolt, főként legelőt és 10 ha erdőt, így a gyepkezeléséért az EU támogatásokkal is pénzt keres. A lótenyésztés és lovagoltatás mezőgazdasági jelleggel gazdagította a hagyományos turisztikai tevékenységeket. Így tágabb értelemben agroturizmusról is beszélhetünk.

A vállalati ügyfelekre koncentráció nagyon jó stratégiának bizonyul. Főként a Mladá Boleslav-i székhelyű, de prágai és más települési illetőségű cégek is gyakran szerveznek programokat alkalmazottaiknak a kastély erre a célra szánt részébe és látogatják a fogadót.

Az Ondráček család sikeres projektje látogatók tízezreit hozza Dětenicébe minden évben. Ez az egyik fő oka, hogy Dětenice az utóbbi időben csöndes, békés kis faluból sokat keresett turista célponttá nőtte ki magát. A népszerűség azonban a helyi lakosok egy részének sok problémát is okoz. A tulajdonosoknak nem kevés irigységgel és előítéllettel kell szembenézniük, ami nem ismeretlen Csehországban, ahol a sikert az emberek gyakran gyanakodva nézik. A "detenice.cz" weblap regisztrálása is gondot okozott az Ondráček családnak, mert így a

faluvezetésnek másik webcímet kellett találnia Dětenice hivatalos honlapjához. Ezen nehézségek ellenére azonban a felvirágzás lehetővé tette a helyieknek, hogy munkát találjanak a komplexumban.

Mintegy 25 állandó alkalmazottat foglalkoztat a pihenőhely, de ez a szám a főszezonban 60-ra is emelkedhet, főként helyi lakosokat alkalmaznak. Maga a falu hasznot húz a faluközpontban működtetett nagy parkoló működtetéséből. A falunak is megvannak a saját tevékenységei: felújították a falusi kápolnát, kijelöltek kerékpáros útvonalat Jičín, Dětenice és Rožďalovice között, és turista buszos projektben is részt vehet. Az Osenice történelmi részében elhelyezkedő korábbi falusi iskolában állandó kiállítást nyitottak a Foerster családról és háromévente megrendezik a Foerster Osenice fesztivált. Ezek a projektek is segítik a térség turizmusának fejlesztését. Dětenice falu és a kastély a Cseh Éden társaság tagjai, amely a turizmussal foglalkozó, de emellett a régió természeti és kulturális örökségét megőrző településeit és vállalkozásait fogja össze.

Más helyi vállalkozók is előnyt szereztek és szállás szolgáltatást kínálnak, így kiegészítve a háromcsillagos szállodát, elszállásolva más turistákat, akik elmennek a fogadóba a sört megkóstolni és a Cseh Éden turista régiót szeretnék jobban megismerni. A helyi vállalkozók egyike édességboltot nyitott, amely egy másik lehetséges terület a turisták kiszolgálására.

A kastély megnyitása és a turizmus beindulása után a kapcsolat az Odráček család és a falu lakói között lenyugodott. Mindenki rájött, hogy a turizmus régióba vonzása jövedelmező lehet mindkét fél számára kiegészítve és támogatva egymás üzleti tevékenységét. Az Odráček család különféle programokat szervez a helyieknek is (pl. bálók a kastélyban, vagy Mikulás Nap a gyerekeknek a fogadóban).

A kastély bérbeadása kereskedelmi célokra nagyon jó üzleti stratégiának bizonyul. Az ügyvezető szerint az ideális vásárló az a vállalat, amely termet bérel a kastélyban és a szállodában szállásolja el az alkalmazottakat. Az alkalmazottak azután láthatják a kastélyt, a sörfőzdét és az estét a fogadóban tölthetik. A tulajdonosok vállalkozása több lábon áll, nem kizárólag a rendkívüli középkori fogadóra építenek, hanem igyekeznek új, a turizmushoz kapcsolható kiegészítő tevékenységeket beindítani. Ennek jó példái a kifejezetten vállalat orientált ügyfelek számára kiszerezett tevékenységek, vagy a vonzó természeti területek (Cseh Éden természeti park és tájvédelmi körzet, Prachov kő város) kiaknázása, nevezetességek látogatása (a Cseh Éden térség várai és kastélyai), népszerű kerékpáros turizmus és nem utolsósorban a lovagoltatás. A közeljövőben fejeznek be egy új lovaglőteret a kiszolgáló egységekkel.

Eredmények és összefoglalás

A cég üzleti sikere a versenyképes termék kialakítása a turizmus terén. A jó marketing stratégia miatt Dětenice falu kieső, távoli elhelyezkedése ellenére a tulajdonosoknak sikerült turistákat vonzani a térségbe, őket hosszabb idő eltöltésére és visszatérésre ösztönözni. A turisták mozgástere nagyon széles, köszönhetően a számukra felkínált sokféle terméknek és szolgáltatásnak. A látogató többféle szolgáltatás közül választhat: a történelmi épület meglátogatása, a tapasztalat orientált gasztronómiai szolgáltatás és kísérő program, sportolási lehetőségekkel összekötött szálláslehetőség, és a kiemelkedő termék: a sör. A fogadó éves forgalma hozzávetőleg 40 millió cseh korona. A működtetés és a személyzet költsége durván 30 millió korona. A legdrágább a kastély működtetése, ugyanakkor a kastély helyszínek bérbeadása hozza a legmagasabb bevételeket. A tulajdonos az éves forgalom mintegy 10%-át költi marketingre. A népszerűsítéshez használják a tömegkommunikációs médiákat (TV, rádió) is. A magas színvonalú szolgáltatás és a programok egyedisége a vendégeket hosszabb maradásra és újbóli visszatérésre ösztönzi, amellet, hogy más turistáknak is javasolják e helyet. Ez a termék a régiót a turizmus egyedi színterületeként mutatja be, ugyanakkor a régió (Cseh Éden) egyediségét is kiaknázza. Azt bizonyítja, hogy a távoli földrajzi elhelyezkedés nem játszik szerepet a vállalati ügyfélkör számára.

A tulajdonosnak számos jövőbeli terve van. Például az, hogy miképpen lehetne Dětenicét még vonzóbbá tenni: kibővíteni a lótenyésztési ágazatot, golfpályát építeni szállodával és szépségfürdővel (a kastély pihenőhelytől 2 km-en belül). Ez utóbbi projektek megvalósításába már bele is fogott a tulajdonos és keresi a lehetőséget az EU támogatási forrásokra való pályázásban is.

Kérdések az esettanulmány feldolgozásához

1. Milyen előnye van a Dětenice kastély parknak összehasonlítva a hagyományos turisztikai célpontokkal szemben? (Egyedi terméket kínál – ezért nagyobb a versenyképesség is)
2. A helyi ellenérdekek hogyan veszélyeztethetik az üzlet fejlődését és milyen módszereket találunk az esettanulmányban ezek kivédésére?
3. Használható-e az esettanulmány ötlete nagy mezőgazdasági vállalatoknál (kb. 2000 ha), amelyek gyakran rendelkeznek régi, nem használt, történelmi épületekkel? Hogyan kezelné a humán erőforrás szervezést?
4. Véleménye szerint mi lenne jobb az ilyen tevékenységek esetében: együtt kezelni, vagy külön új cégeket indítani?
5. A közönséges viselkedés helyes módja-e a látogatók vonzásának, akik között gyermekek is lehetnek?

Gasztronómiai turizmus és közvetlen értékesítés – Csehország

Írta: Martin Mistr

Zdeněk Jambor, magángazdálkodó, borosgazda

Cím: Bořetice 22, Břeclav megye, Csehország

www.jambor.sklepymoravy.cz ,

<http://home.tiscali.cz/jambor/>

(www.bořetice.cz vagy

www.republika.kravíhora.cz)

E-mail: JamborZdenek@seznam.cz



Összefoglalás

A **gasztronómiai turizmussal** összekötött borászati üzlet olyan kis borászati cégeknek kínálhat lehetőséget, mint amelyek jellemzően 1998 után jelentek meg Csehország bortermő vidékein.

A kis méretben történő borszőlő termelés és feldolgozás sok problémával jár, amelyek leginkább a megtermelt bor biztos értékesítéséhez kapcsolódnak. A sikert ilyenkor leggyakrabban csak a tömegtermelésből kiemelkedő, magas minőségű borok termelésével lehet elérni és **nagyszámú visszatérő vásárló és fogyasztói kör** kialakításával.

Az elégséges és megfelelő vevőkör kialakítására jó lehetőséget kínál a növekvő népszerűségű **agroturizmus**. A régióba új látogatók vonzásával, kóstoltatással és pincelátogatással több bort lehet közvetlenül a pincéből értékesíteni, a vevői kör növelése és megtartása mellett. Az elégedett vevőkör kialakítását számos programmal lehet támogatni a pincékben és a szőlőkben egyaránt. Leginkább akkor lesz sikeres a kezdeményezés, ha egy adott térség egyéni vállalkozói megegyeznek és közös programokat szerveznek a térség és a **helyi termékek** népszerűsítésére. Az ilyen közösen szervezett regionális események érdekes egyéni programok szervezésére is alkalmat adnak.

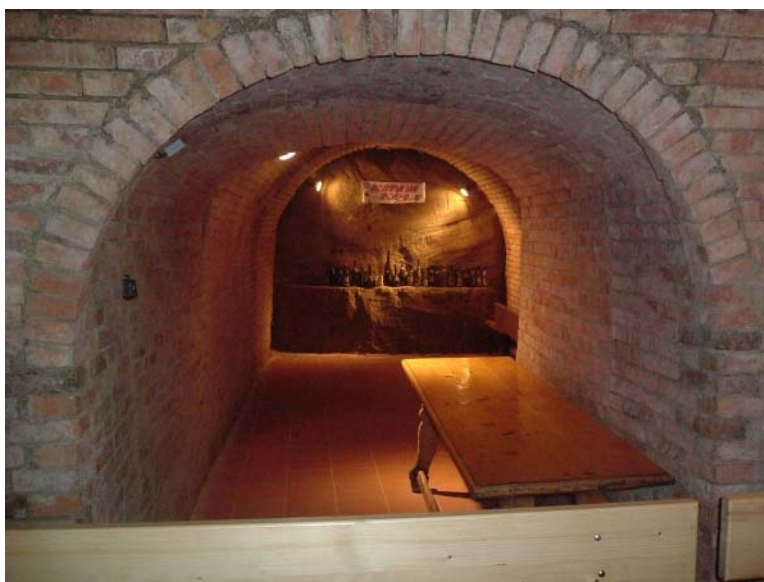
A Jambor család a bortermelés és a gasztronómiai turizmus együttesét célozta meg: a hagyományos disznóölések és ezek révén az ételkínálás valamint a borkóstoltatás kombinálását a helyi tradíciók őrzőjeként és a **közvetlen értékesítés** lehetőségének kiaknázásával. A Jamborovi cég azonban innovatív és **közösségi marketinggel** is foglalkozik.

Háttér

Jamborék 1994-ben indították a vállalkozást egy kis szőlőterületet és kocartató épületet bérelve. A nagy hizlaldáknak beszállított malac volt a fő termék, amelyet közel 200 anyakoca tartásával állítottak elő. A sertéspiac visszaesése miatt azonban sok sertéstartó vállalkozás bezárt és ez Jamboreknál a szőlőterületek kiterjedését eredményezte. 2001 és 2003 között mintegy három hektár szőlőt telepítettek, amelyek termőre fordulásával a kocartással fokozatosan felhagytak. Jelenleg, a cég csak szőlészettel és borászattal foglalkozik.

A Jamborovi cég a pavlovic-i bortermelő körzetben székel, szőlőterületeik Bořetice település környékén található. A településen sok más bortermelő és szőlészet is működik; ezek közül a legnagyobb 40 hektáron termel, a másik két cég 10 és 20 hektár közötti területen és 5 szőlész termel bort több, mint 3 hektáros területen. A legtöbb termelő 1 hektár vagy annál kisebb területen működik a térségben. Ők jellemzően a máshol székelő nagyobb bortermelőknél értékesítik a megtermelt szőlőt, vagy kis méretben elsősorban saját fogyasztásra vagy alkalmi értékesítésre készítenek bort.

A borszőlő termelésre kitűnő adottságokkal rendelkező terület magas minőségű és érdekes borok előállítását teszi lehetővé. Különösen a térség vörösborai tekinthetők kiemelkedő minőségűeknek. Nem csoda, ha a helyi termelők a kitűnő helyi adottságok kiaknázására törekednek különleges minőségű, válogatott borok előállításával. A Jamborovi cég szőlőskertjeiben tipikus fajtákat tartanak, főként a vörösborokat adó kék ruland (*Rulandské modré*), Zweigelt és szent lőrinc (*Svatovavřinecké*) szőlőfajtákat; de a választékban néhány fehérbort adó fajtát is találunk, így a Chardonnayt vagy a zöldszilvánt. A termelt borok minőségét a borkiállításokon elnyert sok díj is szépen dokumentálja, így például a kék ruland bronzérmet nyert a Cseh Vörösbor Kiállításon.



Jelenleg a Jamborék mintegy 10 000 liter hagyományos technológiával készült magas minőségű bort állítanak elő évente. A cég borkóstolókat is kínál 50 főnyi vendégkapacitással. Külön szervezéssel a látogatók találkozhatnak a "Kráví hora-i Köztársaság" képviselőivel,

hallgathatnak cimbalomzenekart vagy kérhetnek másféle élőzenét és szórakoztatást is. A helyszínen lehetőség van szállás szervezésére is.

Piaci kihívások

Jamborék 1993-ban fogtak gazdálkodásba, 200 anyakoca tartásával malac-előállításra specializálódtak elsősorban. A sertés piac zsugorodása ismételt áreséseket hozott és sok sertéstartó kivonult az ágazatból, amely egyben a beszállító-felvásárló kapcsolatoknak is véget vetett. Ennek eredményeként a család új lehetőségeket keresett. Mivel a régió kiterjedt borszőlő termelő hagyományokkal bír és a család elég tapasztalattal és érdeklődéssel rendelkezett e területen is, ezért úgy döntöttek hogy belevágnak a szőlészkedésbe és a bortermelésbe. Terveiket az agroturizmus iránti növekvő érdeklődés is alátámasztotta. A cég új területekhez és szőlőtelepítési engedélyekhez jutott, így 2001 és 2003 között mintegy 3 hektárral növelték meg a meglévő szőlőterületeiket.

Jamborék vállalkozásának és a többi kistermelőnek is gondja van az értékesítéssel és a visszatérő biztos vásárlókör kialakításával. Termelési méretük nem teszi lehetővé termékeik széleskörű terjesztését. Az egyéni bortermelés kis mérete nehézséget jelent a nagy társas vállalkozásokkal folytatott árversenyben, a kis tételekben kisboltokban értékesített bor után felszámolt növekvő díjak tekintetében is; mindez jelentősen befolyásolja a bortermelésen elérhető hasznot.

A Jambor család célja éppen ezért az, hogy előállított boraik lehető legtöbbjét közvetlenül a fogyasztóknak értékesítsék. Ez a marketing stratégia azonban a visszatérő vevők táborának kiépítését igényli.

Üzleti válaszlépések

Jambor úr és más bortermelők összefogtak, hogy népszerűsítsék a régiót a magas minőségű borok termőhelyeként és rendezvényeket szerveztek az új látogatók, a potenciális vásárlók idevonzására. A településre és a teljes régióra vonatkozó figyelemfelhívó események szervezésében történő részvétel mellett szükséges volt magát a céget is népszerűsíteni, honlapjukon, reklámanyagokon, reklámtevékenységben való részvételen és a saját specifikus tevékenységeik bemutatásán keresztül. A tulajdonos az elégedett, visszatérő vásárlók körének kialakítására koncentrált, akik majd azután továbbvihetik a cég termékeinek és szolgáltatásainak hírét másoknak is.

A cégnek otthont adó Bořetice bortermelői elhatározták, hogy a települést és a bortermelési hagyományokat közösen fogják népszerűsíteni egy képzelt "Kraví hora Köztársaság"

megalakításával. A Kraví hora a bortermő vidék területe, ahol a szőlőskertek és a bortermelők pincéi találhatóak. A több mint 260 pince és hozzájuk kötődő vállalkozások külön falut alkotnak, számos borospince utcával, jól illusztrálva a dél-morvavidéki bortermelő régió jellegzetességeit. A dél-morvavidéki borospincék általában mélyen a hegyoldalba vájt pince teremből állnak, amelyek stabil hőmérsékletet biztosítanak. A borszőlő feldolgozására szolgáló helyiséget általában a kőből vagy téglából épített bejárat mellett helyezték el. A múlt században a saját termékeiket közvetlenül a fogyasztóknak kínáló bortermelők kibővítették a pincéket nagyobb összejövetelekre berendezett helyiségekkel, amelyek nagyszámú vendég vagy kiránduló kiszolgálására alkalmasak. A legtöbb bořetice-i pince ilyen kialakítású, a vendégek a helyi borok kóstolgatása mellett beszélgethetnek, hallgathatnak népzenei és énekelhetnek közösen.

A Kraví hora Köztársaság mindennel rendelkezik, amellyel egy köztársaságnak rendelkeznie kell: van Elnök, Miniszterek alkotta Kormány, himnusz, útlevelek, saját pénznem, külpolitika és egy sor más "állami tevékenység", látogatások más "államokból" és "királyságokból", tiszteletbeli állampolgárok kinevezése, stb.



A cél a közönség figyelmének és érdeklődésének elnyerése a régió, a település vagy egy adott pince irányába. A Köztársaság és a település számos, a borkultúrához és a folklórhoz kötődő rendezvényt (borbemutatókat és kóstolókat, bortúrákat) szerveznek, felelevenítik a "hegy vágás" helyi szokását, hagyományos fesztiválokat rendeznek, stb. A Kraví Hora Köztársaság projekt sikeresnek bizonyul: köszönhetően eredetiségének magára tudta vonni a média figyelmét, amelyen keresztül a tágabb közönség, a potenciális látogatók és vásárlók is értesülhettek róla. A projekt sikere nyilvánvaló a Bořeticében található "Köztársaság" által szervezett eseményeken részt vevő látogatók növekvő létszáma, de a Bořetice és az egész régió létezésére iránti növekvő országos figyelem

alapján.

A más bortermelővel szervezett közös programok mellett a cég speciális szolgáltatásokat is kínál, amelyek segítenek elérni a fő célt: a főtermék, a magas minőségű borok, értékesítésének biztosítását és a visszatérő vevők táborának szélesítését.

A cég reklámozására és a vendégek pincébe csalogatására az egyik legjobb alkalom a hagyományos disznóölésen és ételspecialitások készítésében való részvétel lehetőségének felkínálása a látogatók számára. A disznóölés mindig is a cseh vidéki élet szerves része volt, amellyel a vidéki emberek a téli hússzükségleteiket tudták kielégíteni. A téli disznóölés hagyománya a múlt század végéig fennmaradt. A városiak számára a disznóölés egyet jelent a finom ételekkel és a különféle ételspecialitásokkal.

A disznótort a borospincében kezdik meg a vendégek. A cég így növeli a borospincék látogatottságát télen. A disznóöléskor a látogatók megismerkedhetnek a pince környezetével, gazdagodhatnak a disznóölés élményével, amelyben aktívan részt vesznek, és az elkészülő termékeket, ételeket a helyi borokkal együtt kóstolhatják meg.

A disznóölésekre a vendégek szervezésével Jambor úr foglalkozik: előzetes megállapodás alapján kis csoportokat fogadnak. A résztvevők számát a pincekomplexum, a présterem kapacitása, és a disznóölésen való részvétel lehetősége is korlátozza.

A disznótorok jellemzően reggel kezdődnek, amikor a böllér leöli, leforrázza és letisztítja az állatot. Ezt követően felakasztva eltávolítja a belső szerveket, a fejet és részekre vágja a testet, amelyek a disznótoros ételspecialitásokhoz használnak majd.



A húst hagyják kihűlni, amelyet azután különféle módon használnak fel, például felfüstölnek. A következő és sokkal kellemesebb része a disznótornak a részek feldolgozása különféle specialitássá.

A Jamborék által kínált disznótor a sertés részeinek disznótoros ételekké feldolgozásával kezdődik a vendégek számára.

A látogatók használhatják a préstermet és az ételféleségek elkészítéséhez szükséges konyhai eszközöket is. A vendéglátók a helyszínt és a szükséges eszközöket előre elkészítik, tanácsokkal és a fogások bemutatásával vezetik be a vendégeket a feldolgozás fortélyaiba. A vendégek aktívan részt vesznek a disznótorhoz kapcsolódó összes tevékenységben, az egyes részek főzésre történő előkészítésétől, tisztításától, darabolásától kezdve a zöldségek

előkészítésén át a hántolt árpa főzéséig. A disznótoros gulyást, főtt húst és főtt belső szerveket, hagyományos- és véres hurkát, valamint kívánság szerint disznósajtot készítenek, mindent hagyományos recept szerint. Természetesen a disznótor magában foglalja mindezek kóstolását is jó borok vagy valami erősebb rövidital társaságában. A disznótor esti összejövettel zárul a borospincében, amelyre a látogatók magukkal hozzák a még el nem fogyasztott disznótoros ételeket, hogy megosszák barátaikkal. A programban való részvétel nemcsak a disznótoros ételek és nagyszerű borok élvezetét jelenti, hanem a disznófeldolgozáskor nyert élményt és tapasztalatot is. A jó étel és nagyszerű borok fogyasztásán túl a disznótorban résztvevő "kezdők" fogásai gyakran sok mulatságra adnak okot.

Ugyanakkor a cég más célcsoportot is meg tud célozni azzal, hogy lehetőséget kínál a szőlőskertekben folyó munkák megismertetésére önkéntes munka felvállalása formájában, amelyet étellel és itallal honorálnak a borospincében.

A cég tevékenységeit és programjait vagy önállóan, vagy más termelőkkel karöltve kommunikálja a cég saját honlapján vagy más weblapokon.

A hangsúly a minőségen van. A cég úgy véli, hogy a vendégcsalogató reklámtevékenységnek nem lenne értelme, ha nem tudnának magas minőségű borokat kihozni a területeikből.

Eredmények és összefoglalás

A Jamborovi cég a régió speciális adottságaira épül: a kiváló minőségű borok termelése, az ezek iránti növekvő kereslet és agroturizmus formájában. A cég a sikert a kiváló minőségű termékeknek köszönheti, és annak a képességének, hogy ezt a tényt elégséges számú fogyasztó felé tudja bemutatni. A Bořetice környéki bortermelők marketing stratégiája, így a Jamborovi cégé is, alapvetően a Kraví hora Köztársaság projekt eredeti ötletén alapszik, amely több látogatót, potenciális vásárlókat hoz a térségbe. Egy ilyen projekt megvalósítása a bořetice-i bortermelők és más vállalkozások kooperációs készségén múlik, és hajlandóságukon, hogy közösen valósítsák meg ötleteiket és időt szánjanak a projektre.

A Jamborovi céghez hasonló méretű vállalkozásoknak mindig is sok erőfeszítésbe kerül, hogy termékeiket széles körben népszerűsítsék, főként ha ezt egyedül tennék. A reklámozás finanszírozásának hiánya különösen jellemző a borpiacon, ahol a kínálat meghaladja a keresletet. Megoldás lehet ilyenkor a többi kisvállalkozással történő együttműködés, másik megoldás pedig a bor értékesítés kombinálása lehet egyedi szolgáltatással és az ilyen ajánlatok kommunikálása a potenciális vásárlóknak, ahogyan azt Jamborék is csinálják.

Nehéz értékelni a bortermelő szektor sikerét az ilyen vállalkozások működésének relative rövid ideje miatt. A borszőlő termelés fokozatosan nőtt és az előállított borokat bizonyos

időeltolódással forgalmazzák, főként a szelektált borok esetében. A közvetlenül a fogyasztóknak értékesített bor mennyisége emelkedik. A marketing költségeket az értékesítések arányában nehéz meghatározni. A reklámköltségek nem túl magasak, hacsak nem vesszük figyelembe a tulajdonos munkaidejét és befektetéseit a borospince igazgatásába. Hasonlóan nehéz megbecsülni a profitot, tekintve, hogy a termelt borok egy részénél hosszabb időt vesz igénybe a teljes minőség elérése mire értékesíthetővé válik a piacon. A termelést a szőlőtelepítések befektetési költsége is terheli.

A cégben van fejlődési potenciál. A tulajdonosnak a cég és a régió népszerűsítésére egyaránt koncentrálnó tevékenysége jelentős erőt képvisel. A Kraví hora Köztársaság által szervezett programok és tevékenységek pozitív és egyre növekvő fogadtatásban részesülnek a média részéről, amely révén nő a közvélemény érdeklődése az egyes programokban történő részvétel iránt. Mindez a helyi bortermelők értékesítését támogatja. Az agroturizmus és kerékpáros turizmus iránt növekvő érdeklődés kínálja a másik üzleti lehetőséget a látogatók térségbe vonzására. Bořetice településen megvan az az előny, hogy kellő szálláskapacitással rendelkezik három helyi vendégháza révén.

A Jamborovi cég mérete kockázatot és gyengeségeket is hordoz. A vállalkozás tevékenységei túlzottan egy emberen múlnak. Veszélyt látnak a Közös Agrárpolitika változásaiban is, amely egyrészt az új szőlőtelepítéseket korlátozná, másrészt az északi termelők lehetőségeit szűkítené be a must cukrozásának tiltásával.

Kérdések az esettanulmány feldolgozásához

1. Mik a kilátásai a kis, családi méretű bortermelő cégeknek az agroturizmus és a gasztronómiai turizmus terén?
2. Miért és hogyan lehet kialakítani a visszatérő vendégek körét vagy miéppen lehet nagyszámú egyszeri látogatót vonzani?
3. A bortermelés termékeinek népszerűsítésére és értékesítésére milyen formákat ismert meg?

Az oktatók figyelmébe:

Adott régióban az ugyanazon a téren vagy kapcsolódó szolgáltatások terén működő egyéni vállalkozók kommunikációs és vezetői készségét fontos kiemelni.

A régió kínálja agroturizmus és szolgáltatások teljeskörűségének kiaknázása az egyéni vállalkozás támogatására, fejlesztésére.

Ellátási lánc, Csehország

Írta: Martin Mistr

PRO-BIO Kft.

Cím: Lipová 40,

788 32 Staré Město pod Sněžníkem

e-mail : probio@probio.cz

www.probio.cz

www.biolinie.cz



Összefoglalás

PRO-BIO talán a legnagyobb termelő és feldolgozó a **bioélelmiszerek** és a **biogazdálkodás** terén Csehországban. A cég nemcsak a saját bioélelmiszereinek feldolgozásával és termelésével foglalkozik, hanem aktív a bio alapanyagok és bio vetőmagok **értékesítése, forgalmazása, exportja, importja és kereskedelme** terén is.

Háttér

A történet 1989-re nyúlik vissza, amikor is Hutař úr megalapította a cseh biogazdaságok egyikét. Akkoriban a közvélemény nemigen foglalkozott az ökológiai mezőgazdasággal, ezért a helyzet nem volt egyszerű az első biogazdák számára. A gazdaság abszolút hegyvidéki területen helyezkedett el Jeseníky térségében. A kezdetben termelt növények főként a tönkölybúza és a pohánka voltak.

A nehézséget inkább a termékek értékesítése jelentette, és nem azok termelése. Ez volt a fő oka, hogy Hutař és Matěj urak megalapították a PRO-BIO Kereskedelmi céget 1992 júniusában. Két alkalmazottjával a cég Staré Město pod Sněžníkem-ben székel és kezdte el szerződéses alapon az első biotermékek előállítását. 1994-ben a cég többfunkciós malmot indított pohánka-, tönköly- és teljes kiőrlésű liszt előállítására egy régi gabonatároló bérelt épületében, amellyel elkezdődött a saját előállítású biotermék-paletta kialakítása.

2006-ig a cég kizárólag tartósélelmiszerekkel kereskedett, szárított zöldségekkel és főként gabonatermékekkel. Ez utóbbiak máig is a cég értékesítéseinek zömét adják. A meglévő termékválasztékot folyamatosan kiterjesztették konyhakész gyermekélelmiszerekkel, édességekkel, minőségi borokkal és más élelmiszerekkel.

A cég az étrendünkben és a mezőgazdasági területekről rég letűnt tájfajták és alternatív növények hasznosítását célzó projektben is részt vesz.

Piaci kihívások

A 90-es évek elején a biogazdálkodókat sújtó értékesítési problémák fényében a cég kezdetben a gabona-feldolgozást és főként gabona felhasználásával készült biotermékek termelését bérelt eszközökkel végezte.

Az utóbbi időben fokozatosan nő az étrendi tekintetben igényes vásárlók tábora, amely leginkább sportolókat, allergiásokat vagy gyermekeket jelent. Ezt a kört tovább bővítik azok a felfokozott életstílust követő irodai dolgozók, akik egészségük és környezetük tekintetében keresik a kigyensúlyozottságot, egészséges, jó minőségű termékeket és azokat a táplálkozási módszereket, hogy mindezt étrendjükben is elérjék.



Ez a csoport kész magasabb árat fizetni a jó minőségű biotermékekért. Mindezen tények kihívások elé állítják az élelmiszeripari fejlesztéseket. Amennyiben ugyanis egy cég sikeres kíván lenni a jövőben, akkor ki kell terjesztenie a termékpalettáját a bio élelmiszerekre és kapcsolatokat kell kiépítenie más termelőkkel és gyártókkal (hússütő üzemekkel, pékségekkel, tésztagyártókkal, friss gyümölcs és zöldség forgalmazókkal, biohús és biotéj termelőkkel, biotójás előállítókkal).

Üzleti válaszlépések

A bioélelmiszer piacon való siker eléréséhez a cég környezetbarát technológiákat alkalmaz, amelyek a feldolgozáskor is továbbviszik a nyersanyag növények magas minőségét, megőrizve az alapvető összetevőket, ásványokat és vitaminokat. Az alkalmazott technológiák lehetővé teszik a felvásárolt termékek szárítását, tisztítását, tárolását és fokozatos feldolgozását. A technológiák mindegyikét többé kevésbé módosítani kellett annak érdekében, hogy egyszerre lehessen biztosítani az élelmiszer energiatartalmának és a tápanyagok természetes

egyensúlyának megőrzését. Például a pohánka magvakat csak mechanikai úton hántolják, hőhatás kizárásával. A malom nap mint nap friss teljes kiőrlésű liszteket állít elő, amelyeket magas ásványi anyag-, vitamin- és rosttartalom jellemez. Nem használnak mesterséges hozzávalókat, kémiai tartósítószeret, festékeket, aromaanyagokat. Kizárólag engedélyezett, természetes eredetű élelmiszer adalékokat használnak, amelyek higiéniai és egészségmegőrzési szempontból nem ártalmasak.

A cég a vevők széles skáláját törekszik kiszolgálni, beleértve a legérzékenyebbeket, így a gyermekeket, sportolókat és allergiás betegeket. A PRO BIO ezért külön figyelmet szentel az új biotermékeknek, amelyek korábban nem voltak elérhetők a piacon. Olyan életminőség érdekében dolgozik a cég, amelyben az emberek a mindennapok rohanó életmódját igyekeznek összekapcsolni az egészségüket és környezetüket érintő felelős gondolkodással. A cég elkötelezte magát, hogy segítse a vásárlókat a teljes értékű, magas minőségű természetes élelmiszerekhez való hozzájutásban. Emellett tájékoztatja a vevőket a biotermékek konyhai feldolgozását illetően, így népszerűsítve a közvélemény körében a teljes értékű modern élet elveit.



Ezen kívül a cég a lakosság körében folyamatosan növekvő gyomorbetegek táborát is meg kívánja szólítani. Jelenleg a malom renoválásán dolgoznak, amely befejezését követően lehetővé válik majd a glutén-mentes, elsősorban pohánka alapú biotermékek elkülönített termelése. A malom rekonstrukciójától az összes malomipari termék minőségjavulását várják és azt, hogy a cég kiterjesztheti termékkörét a szorosan együttműködő pékségek termékeivel is.

A cég modern laboratóriumi felszerelést vásárolt, amely a beérkező alapanyagok és a végtermékek rendszeres mintavételét és minőségellenőrzését szolgálja majd. A teljes termelési folyamat megfelel a HACCP nemzetközi minőségbiztosítási rendszer követelményeinek, és a cég már 2005-ben elnyerte a szakmai Bureau Veritas tanúsítványát, amely a termelés során az ide vonatkozó jogszabályok higiéniai és biztonsági követelményeinek való megfelelést igazolja.

Noha a termelés java része a hazai piacot szolgálja, a fent említett intézkedéseknek köszönhetően a cég sikeresen exportál Ausztriába, Angliába, Németországba, Magyarországra, Hollandiába, Lengyelországba, Szlovákiába és Szlovéniába.

A jövőben a cég képzési központot tervez kialakítani a székhelyén, ahol szakembereket és fogyasztókat tájékoztathatnak, oktathatnak a bioélelmiszerekkel és az egészséges életmóddal

kapcsolatosan. Étkezdet is terveznek, de nemcsak a cég alkalmazottai számára, ahol biotermékekből készült ételeket lehetne kapni.

A vállalat egyes termékeit további feldolgozásra más üzemekbe szállítják (nagyvételű kiszerezésben) vagy közvetlenül az egyes kereskedőkhöz (zöldségesek, speciális boltok) kis kiszerezésű csomagolásban. A csomagolást modern csomagoló-berendezéssel végzik. Szállítanak közel 300 egészségboltba, biopolccal rendelkező szupermarketeknek, kereskedelmi láncoknak és nyolc nagykereskedésnek.

A cseh vásárlók részére a cég speciális ellátási rendszert alakított ki rendszeres megrendelések és kiszállítások formájában. Azokban a térségekben ahol nincs speciális bio-zöldséges üzlet a vásárló szabadon rendelhet bio-élelmiszert telefonon, levélben vagy emailben. A megrendelt árukat azután a Cseh Posta vagy futárcég kézbesíti.

A minőségi termékek árusítását magas szintű vevő kiszolgáló rendszer kell, hogy kiegészítse. A bio-élelmiszerek terén a marketing tevékenység magában foglalja a tájékoztatást és oktatást is. A cég ezért egy összefoglaló információs csomagot is kínál, receptekkel, javaslatokkal és ötletekkel, hogyan lehet ízletes ételeket készíteni biotermékekből és a biotermékek hogyan befolyásolják az ember egészségét.



A termékek fejlesztésénél és gyártásánál a cég a természetre és a tradíciókra hagyatkozik. A vásárlói visszajelzések alapján folyamatosan dolgoznak az új termékek fejlesztésén annak érdekében, hogy betölthessék a cseh bio élelmiszer piacon fellelt réseket.

Értékesítési képviselők jól képzett csapata ügyel a vevői megelégedettségre országszerte. A legfőbb kockázat a bio-élelmiszer előállításához szükséges alapanyagok kritikus hiánya, amely az alapanyagárakat folyamatosan fölfelé tolja. A gazdák nagy többsége nem termel bio-növényeket. Sajnos, Csehország rohamosan növekvő bio-élelmiszer kereslete ellenére kevés a kínálat a piacon, amely óriási potenciált sejtet a hazai biotermelés és a biotermékek importja terén egyaránt.

Eredmények és összefoglalás

Jelenleg a cégnek 80 alkalmazottja van, saját malmot, csomagolóüzemet működtet, rendelkeznek irodai épülettel, valamint kiskereskedéssel. A cég termékpalettája mintegy 900 bioélelmiszert és bioélelmiszer terméket tartalmaz. 2006-ban a cég részesedése a cseh bioélelmiszer piacon 25% volt. A PRO-BIO tartja vezető szerepét a piacon valamint a bioélelmiszer gyártók és feldolgozók között is előkelő helyen szerepel. A cég márkanévét sok egyéb termék is viseli, amelyet más cégek szerződéses alapon gyártanak a PRO BIO részére. Ezeket az együttműködések is tovább lehet fejleszteni a jövőben. A cég legújabb termékei – öt konyhakész termék a BIOLINE sorozatban (bulgur vörös lencsével, köleskása, pohánka desszert), tökmagos illetve napraforgós kenyérliszt keverékek – azt mutatják, hogy a bio minőségű ételek készítése könnyű, egyszerű és gyors.

A PRO-BIO tavaly ünnepelte alapításának 15. évfordulóját. Azóta rengeteg minden változott és jelentős változások várhatóak a jövőben is. Ugyanakkor a cég alapvető elkötelezettsége változatlan: az emberi egészségre és a környezetre pozitív hatású bio minőségű élelmiszerek előállítása. A vásárlókkal való kapcsolattartásban a PRO-BIO fontos partnerként szerepel az egészséges életmód szemléletének terjesztésével, a régi hagyományok alapján azt állítva, hogy ugyan a bio nem más, mint visszatérés a természetközeli termelési- és életmódhoz.



Néhány gazdaságossági mutató:

- A cég termékei népszerűsítésére és reklámozására jelentős összeget költ, éves bevételeinek mintegy 2-3%-át.
- A magas minőségnek és a termékek exportjának köszönhetően a cég bevételei elérik a tízmilliós cseh korona nagyságrendet évente.
- A profit hozzávetőleg a bevételek 3-5%-a.

- A kifinomult elosztási rendszereknek köszönhetően, főként Csehországban, az értékesítés növekedésének éves üteme 25-35%. A cég ilyen módon tud válaszolni a biotermékek iránti növekvő igényekre.

A cég minden évben július közepén egész napos rendezvényt tart Staré Město pod Sněžníkem-ben a biotermék gyártók kiállításával, kóstolással és más kísérő programokkal, zenekarok fellépésével. 2007-ben több, mint 2100 a bioélelmiszerek és kapcsolódó termékek iránt érdeklődő látogató vett részt a rendezvényen.

A cég kisvárosban székel, ahol magas a munkanélküliség, ezért a PRO-BIO munkahelyeket is teremt a helyi lakosoknak. A régió fejlődéséhez a továbbiakban is szeretne hozzájárulni, pl. oktatási és képzési tevékenységekkel.

Kérdések az esettanulmány feldolgozásához

1. Ön szerint a pillanatnyilag növekvő érdeklődés a bio élelmiszerek iránt csupán egyike a legújabb divatoknak vagy az egészséges életmód újjáéledésének megtestesítője?
2. Melyek a biotermékekkel kapcsolatos tájékoztatás, oktatás és népszerűsítés formái?

Az oktatók figyelmébe:

A bioélelmiszerek hiányos kínálata, a cseh biotermékek jelenlétének hiánya és következésképpen az import szükségessége.

Megfelelő partnerek keresése a gazdálkodók és a bioélelmiszer gyártók között a jövőbeli kölcsönösen előnyös együttműködések érdekében.