

## **Podnikateľský zámer**

### ***Zlepšenie financovania a rozvojové riešenia pre klaster OZ Veľkokrtíšska vínna cesta***

#### **Vypracoval:**

Tím cvičnej firmy Vínny Sokol, s.r.o.

Spojená škola

Jarmočná 1

992 80 Modrý Kameň

## Zhrnutie

Občianske združenie Veľkokrtíšska Vínná Cesta (ďalej len „VKVC“) vzniklo s cieľom rozvíjať cestovný ruch a propagovať vinohradníctvo a vinárstvo v územnej pôsobnosti okresu Veľký Krtíš na národnej a časom i medzinárodnej úrovni. Za týmto účelom združuje členov, prevažne výrobcov a milovníkov vín, ktorí majú záujem do určitej miery sa podieľať na rozvoji regiónu.

Vďaka projektu „Pošlime klastre do školy“ a vďaka niekoľkoročnej spolupráci, s propagáciou VKVC pomáha aj cvičná firma Vínný Sokol, s.r.o. zo Spojenej školy z Modrého Kameňa, ktorá sa zameriava na distribúciu vína a na someliérske služby.

Cieľom tohto projektu bolo priniesť zlepšujúce návrhy, ktoré by po ich realizácii mohli vytvoriť predpoklady pre trvalo udržateľné financovanie, aby mohol klaster fungovať a pre jeho ďalší rozvoj a tým aj rozvoj cestovného ruchu v spolupráci so Spojenou školou v Modrom Kameni.

## Opis klastra

Obchodné meno: Veľkokrtíšska vínná cesta o.z.

Právna forma: občianske združenie

Dátum vzniku: 3. mája 2012

Sídlo: Osloboditeľov 66, 990 01 Veľký Krtíš

IČO: 42300436

DIČ: 2023516264

Predmet činnosti:

Propagácia a rozvoj cestovného ruchu, vinohradníctva a vinárstva v regióne.

Druh vlastníctva: Vlastníctvo združení, politických strán a cirkví

SK NACE: 94992 Činnosti záujmových organizácií

## Analýza trhu

### Konkurencia:

Vďaka tomu že VKVC zlučuje takmer všetkých väčších oficiálnych vinárov v okrese V. Krtíš, nie je našim cieľom vytvárať konkurenciu medzi nimi a takisto nám výrazne neprekáža konkurencia iných vínných ciest nakoľko máme jedinečný terroir v rámci Slovenska. Konkurenciu skôr vidíme v lacných dovozových vínach prevažne z Maďarska, Španielska či Talianska, ktoré sú distribuované cez maloobchodné siete ktoré predávajú vína.

Vo vínnych cestách by sa dalo povedať, že ťaháme všetci za jeden povraz. Ako konkurenčné by sme mohli vnímať tieto vínne cesty:

- Tokajská vínna cesta z Tokajskej vinohradníckej oblasti
- Malokarpatská vínna cesta z Malokarpatskej vinohradníckej oblasti
- Kamenínska vínna cesta z Juhoslovenskej vinohradníckej oblasti
- Nitrianska kráľovská vínna cesta z Nitrianskej vinohradníckej oblasti
- Turnianska vínna cesta z Východoslovenskej vinohradníckej oblasti

Napriek uvedenému vnímame priestor na spoluprácu s konkurenčnými vínnymi cestami v oblastiach vinohradníctva, vinárstva a cestovného ruchu, nakoľko regióny na Slovensku sú jedinečné svojou ponukou, kultúrou i tradíciami a to je veľká devíza našej krajiny. Vieme si predstaviť aj hosťovanie zástupcov inej vínnej cesty na podujatiach organizovaných VKVC.

### **Zákazníci:**

Sme otvorený pre akéhokoľvek zákazníka ale našimi najčastejšími klientmi sú všetci milovníci krajiny, vína a gastronómie, účastníci cestovného ruchu, ktorí hľadajú regionálne produkty, ale aj účastníci podujatí, organizovaných VKVC alebo jej partnermi. Väčšinou sa jedná o zákazníkov prevažne z blízkeho okolia (kraja).

### **Naši členovia - kľúčoví vinári z VKVC zo Stredoslovenskej vinohradníckej oblasti:**

Movino, s. r. o., Osloboditeľov 66, 990 01 Veľký Krtíš

Rodinné Vinárstvo Zsigmond, Vinica 1249, 991 28 Vinica

Chateau Selešťany winery & destilery, Selešťany 69, 991 06 Záhorce,

Víno Natural Domin & Kušický, s. r. o., Poľná 878/5, 990 01 Veľký Krtíš,

Víno G.A.-BOR, 1. mája 354/5, 991 ,6 Želovce,

Rodinné vinárstvo Ďurík, 222, 991 07 Opatovská Nová Ves,

Rodinné vinárstvo Csernus, Vinica 1471, 991 28 Vinica,

Vinári z Dolných Plachtiniec (lokalita „Háj“)

Vinárstvo Ing. Jozef Képeš

a ďalší.

## SWOT ANALÝZA

### **Silné stránky:**

- rýchle spojenie so všetkými partnermi a vinármi po celom okrese.
- dobré vzťahy a osobné známosti.
- rýchle rozhodovanie.
- všestrannosť - každý člen vo VKVC je dôležitý.
- jedinečný terroir (pôdnymi podmienkami podobný francúzskemu Burgundsku)

### **Slabé stránky:**

- obmedzenie na určitú oblasť.
- v našom tíme je stále málo členov.
- chýbajúci stály referent/projektový manažér
- takmer žiadne pravidelné financovanie oz

### **Príležitosti:**

- rozšíriť trhy
- získať zdroje z projektov
- vytvoriť vlastné produkty/služby
- vytvoriť prevádzku
- 

### **Hrozby:**

- rast cenovej hladiny
- zvýšenie sadzieb spotrebnej dane na vína
- pandemické obmedzenia
- prírodné katastrofy
- nízka kúpna sila v regióne

## **Marketing**

Marketing VKVC je nevýrazný, jeho účinnosť je najviac viditeľná pred spoločnými podujatiami členov združenia a počas nich. Pomáha aj Oblastná organizácia cestovného ruchu so sídlom v Lučenci (ďalej len „OOCR“). Do budúca bude potrebné marketing VKVC výrazne zlepšiť. Rezervy sú vo finančných aj ľudských zdrojoch občianskeho združenia. Z toho vyplývajú aj návrhy produktov, opatrení či investícií do budúca.

### **Produkty a odporúčané riešenia pre zabezpečenie fungovania a rozvoja VKVC:**

Navrhujeme vytvorenie vlastnej značky vína VKVC s názvom „© Bratíkovské cuvée“, ktoré na základe získaných dát z prieskumu navrhujeme vytvoriť z odrôd Tramín červený v kombinácii s rulandským bielym alebo rizlingom rýnskym alebo Veltlínskym zeleným v pomeroch navrhovaných štatútom vlastnej značky. (T: prerokovať na nasledujúcom VZ)

Navrhujeme vytvoriť vernostný systém na základe členských kariet/aplikácie mimoriadnych členov bez hlasovacieho práva s možnosťou čerpania zliav a výhod u partnerov VKVC ako i na podujatiach organizovaných VKVC. (T: do 2 rokov).

Navrhujeme vytvoriť spoločnú prieskumnú predajňu vín VKVC v spojení s reštauráciou na pôde Spojenej školy v Modrom Kameni okr. V. Krtíš ako prevádzku, kde sa prostredníctvom duálneho vzdelávania môžu do rozvoja cestovného ruchu v regióne zapojiť i mladí ľudia z odborov: obchodná akadémia, logistika, kuchár, čašník a v budúcnosti i služby v cestovnom ruchu. Vhodné by bolo i zväzanie ľudí z kúpeľov Dudince, z aqua parkov, firiem a.i. Po úspešnom testovaní je žiaduce hľadať možnosti rozšírenia aj v iných prevádzkach (Termín do 5 rokov).

Navrhujeme vytvoriť vlastnú web stránku s kronikou vín výrobcov VKVC a s e-shopom, ktorú by mohli spravovať žiaci obchodnej akadémie so zameraním na marketing a s prepojeniami na sociálne siete, kde by mohli vytvárať príbehy a realizovať reklamné kampane pre VKVC. (T: v horizonte 3 rokov)

Navrhujeme naďalej realizovať spoločnú nákupnú politiku na degustačné poháre a na spoločné propagačné materiály VKVC a pre pestovateľov hrozna zväziť a rozšíriť možnosti nákupu chémie na ošetrovanie voči chorobám viniča hroznorodého a vinárske potreby pre spracovanie skladovanie a školenie vín so zväzovaním otvorenia prieskumnej predajne s vinárskymi potrebami. (T: ASAP)

## **Ceny**

Ceny je potrebné nastaviť na prijateľné pre obe strany tak, aby to bolo zároveň hospodárne pre VKVC.

## **Distribúcia**

Pre produkty VKVC odporúčame naďalej využívať priamu i nepriamu distribúciu s možnosťami uplatnenia stratégií B2B a B2C.

## **Propagácia**

Do propagácie klastra je potrebné zainteresovať všetkých členov VKVC, naďalej spolupracovať s OOCR a pre jednotlivé riešenia nastaviť individuálnu propagačnú politiku s uplatnením princípu hospodárnosti a s využitím všetkých dostupných komunikačných nástrojov a prostriedkov. (rozhlas, televízia, soc. siete a internet, osobný predaj, RP, priamy marketing, exteriérové médiá a pod.)

## **Manažment a ľudské zdroje**

Aktuálne VKVC riadi predseda a členovia rady. Ich činnosť však nie je pravidelne platená a je založená často aj na dobrovoľníctve.

Riešenia sme sa snažili smerovať tak, aby sme pri ich úspešnej realizácii dokázali generovať finančné zdroje na vytvorenie miesta pre stáleho zamestnanca VKVC ideálne na plný úväzok, ktorý by sa staral o fungovanie a rozvoj VKVC, na ktorom momentálne členovia pracujú väčšinou ako dobrovoľníci.

## **Vízia do budúcnosti**

V budúcnosti máme záujem sa stať silným plnohodnotným partnerom, pre všetkých, ktorí majú záujem rozvíjať cestovný ruch v našom regióne.

## **Záver**

Prvotné riešenia, v prípade, že sa ich podarí realizovať, by mali napomôcť získaniu zdrojov na vytvorenie pracovného miesta a na rozšírenie členskej základne tak, aby z uvedených návrhov prosperovali všetci (členovia VKVC i účastníci cestovného ruchu). Následne je možné voliť ďalšiu rozvojovú stratégiu, ako vytvoriť sieť podnikov cestovného ruchu a zastrešiť ju pod spoločný podporný systém s výhodami pre všetky strany.