



# Študijska primer Farma Basařovi

Vhod na kmetijo (Arhiv ASZ ČR)

## Uvod

Farma Basařovi s.r.o. se nahaja v mirni vasici Prosečná na Češkem in je družinska kmetija, ki je leta 2016 vzpostavila agroturistični del poslovanja. Kmetija z osmimi družinskimi člani, ki vodijo naloge in letno gostijo približno 2 000 gostov, ponuja miren pobeg v bližini znamenitosti, kot sta Hostinné in Vrchlábí.

Družina uporablja celovito strategijo oglaševanja prek uporabniku prijazne spletne strani in aktivne prisotnosti na družbenih omrežjih Facebook in Instagram. Komercializacija poteka predvsem prek spletne strani booking.com, ki jo dopolnjuje neodvisna spletna platforma kmetije.

Pot se je začela, ko je družina izkoristila priložnost za nakup in prenovo hiše za goste, pri čemer je samostojno krmarila po izzivih. Kljub birokratskim oviram se jim je vztrajnost obrestovala, kar je privedlo do vključitve zajtrka kot prelomne točke pri privabljanju večjega števila gostov.

### IME PODJETJA

Farma Basařovi s.r.o.

### LOKACIJA

Češka, Trutnov,  
543 73 Prosečné 53

## O agroturizmu

Nastanitev se nahaja v mirni vasici Prosečná in ponuja miren pobeg sredi dihal jemajoče naravne pokrajine ter predstavlja vrata do številnih očarljivih destinacij. Mirna vas Prosečná je zatočišče za tiste, ki si želijo oddiha od mestnega vrveža. Lepota okolice doda izkušnjam pridih očarljivosti, zato je idealno zatočišče za ljubitelje narave in tiste, ki hrepenijo po mirnem oddihu.

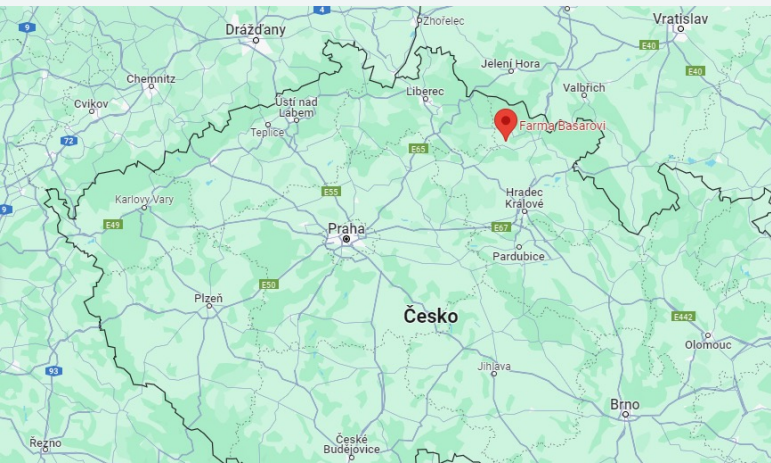
Mesto Hostinné, ki je od nastanitve oddaljeno le 4,5 km, vabi s svojo kulturno in rekreacijsko ponudbo. Pomembne znamenitosti vključujejo galerijo starodavne umetnosti, očarljiv trg, ki ga krasijo velikani, športni kompleks Tectex Sport in kolesarsko pot, ki se vije po slikoviti pokrajini do središča mesta Prosečná.

Če se odpravite še malo dlje, se bo svoj zgodovinski čar razkrilo mesto Vrchlábí, ki je oddaljeno le 10,5 km. Obiskovalci si lahko ogledajo Krkonoški muzej s štirimi zgodovinskimi hišami, se poglobijo v zaklade Krkonoškega muzeja v avguštinskem samostanu in odkrijejo še več vidikov bogate dediščine mesta.



Logotip kmetije (Arhiv ASZ ČR)

Panoramski razgled ponuja 20 km oddaljeni razgledni stolp Žalý, s katerega se ponuja očarljiva razgledna točka. Ljubitelji adrenalina se lahko odpravijo v 20 km oddaljene Janské lázně in prehodijo razburljivo Pot vrhov dreves. Med raznolikimi znamenitostmi na doseg roke so jez Les Reigns, živalski vrt Dvůr Králové, Špindlerjev mlin, Trutnov, Černý důl, bolnišnica Kuks in razgledni stolp Zvičina, od katerih ima vsaka edinstven pridih v turistični tapiseriji regije.



## Kdaj se je začel izvajati agroturizem?

Agroturizem del, ki se izvaja od leta 2016.

## Število delavcev

Agroturizem se vrti predvsem okoli družinskega podjetja. Kmetija ne zaposluje zunanjih sodelavcev, vse naloge pa opravlja družina, ki jo sestavlja skupaj osem članov. Vsakemu članu so dodeljene posebne odgovornosti. Poleg tega sta se dva družinska člana v celoti posvetila agroturizmu in delata za polni delovni čas.



Družina Basař (Arhiv ASZ ČR)

## Nekaj turističnih podatkov iz agroturizma

Družinska kmetija, umeščena v mirno podeželsko okolje, toplo vabi obiskovalce, ki iščejo miren oddih v objemu narave. Možnosti nastanitve so na voljo v dveh različnih stavbah, prenovljenem domu za goste in očarljivi ločeni hiši, ki sta brezhibno vključeni v osrčje družinskega dvorišča, s skupnim številom ležišč 25. Kmetija, živahno središče kmetijskih dejavnosti, je oddaljena le nekaj metrov, kar gostom omogoča celovito doživetje.

Družinska kmetija skozi vse leto gosti približno 2 000 gostov, pri čemer je opazen porast med poletnimi počitnicami in smučarsko sezono februarja, kar predstavlja 65 % letnega priliva. Ta strateška razporeditev ustreza različnim željam, saj se lahko prilagodi tistim, ki iščejo poletni pobeg ali zimsko čudežno deželo. Priljubljenosti kmetije ne gre pripisati le njenemu mirnemu ambientu, temveč tudi raznolikemu naboru dejavnosti in storitev, ki jih ponuja.

Nastanitvene zmogljivosti so še posebej primerne za družine z otroki, saj zagotavljajo idealno okolje za sprostitev in rekreacijo.

Hiša za goste in ločena hiša ponujata skupno število ležišč, ki zagotavljajo udobje za vse goste. Čar družinskega dvorišča, ki ga krasijo različne živali, doda element očarljivosti, zlasti za mlajše obiskovalce. Družine so lahko priča mini živalskemu vrtu in sodelujejo z njim, kar spodbuja povezanost z živahnim ekosistemom kmetije.

Gostje ne sodelujejo pri rutinskih dejavnostih. Namesto tega jih spodbujamo, da uživajo v slikoviti okolici in sodelujejo pri prilagojenih dejavnostih. Vrhunec za otroke je priložnost, da se odpravijo na jahanje in si ustvarijo trajne spomine v podeželski pokrajini.

Letni koledar kmetije je premišljeno sestavljen in se usklajuje s sezonskimi željami. V času poletnih počitnic in smučarske sezone se število gostov poveča, kar gostom omogoča vrsto doživetij, prilagojenih posebnim značilnostim vsakega letnega časa. Ta prilagodljivost zagotavlja, da lahko obiskovalci izberejo čas, ki najbolj ustreza njihovim željam, najsí gre za uživanje v toplém objemu poletja ali uživanje v zimski čarobnosti.

## O oglaševanju

Podjetje vzdržuje spletno stran in aktivno sodeluje s svojim občinstvom prek različnih platform družbenih medijev, predvsem Instagrama in Facebooka. Te platforme služijo kot dinamični kanali za razširjanje vizualno privlačnih in informativnih vsebin, povezanih s prihajajočimi dogodki.

Spletno mesto služi kot osrednje vozlišče za izčrpne informacije o podjetju, njegovih izdelkih ali storitvah in vseh pomembnih posodobitvah. Zasnovano je tako, da je uporabniku prijazno in obiskovalcem omogoča brezhibno brskanje. Spletni naslov [ <https://www.farmabasarovi.cz/onas.php> ] uporabnike usmerja na platformo, ki predstavlja identiteto, vrednote in ponudbo podjetja.

V družabnih medijih, zlasti Instagramu in Facebooku, podjetje uporablja strateški pristop k deljenju vsebine. Redno objavlja vizualne vsebine, kot so slike in videoposnetki, da bi pritegnilo pozornost občinstva. Te vizualne vsebine so skrbno izbrane, da so skladne s podobo blagovne znamke podjetja in posredujejo ključna sporočila o njegovih izdelkih ali storitvah.

FB: <https://www.facebook.com/farmabasarovi.cz>

IG: [https://www.instagram.com/farma\\_basarovi/](https://www.instagram.com/farma_basarovi/)



Kažipot na kmetiji (Arhiv ASZ ČR)

## O spletni strani komercializacija

Na področju komercializacije organizacija pretežno izkorišča obsežne zmogljivosti platforme booking.com, ki je splošno priznana in zaupanja vredna rezervacijska platforma. Ta strateška izbira podjetju omogoča racionalizacijo procesov upravljanja rezervacij in lažjo nemoteno komunikacijo s strankami. Prek tega kanala podjetje zagotavlja uporabniku prijazno izkušnjo za goste in administratorje ter tako optimizira splošno učinkovitost sistema rezervacij.

V povezavi s platformami tretjih oseb podjetje vzdržuje samostojno spletno prisotnost prek svojega namenskega spletnega mesta, ki služi kot središče za e-poslovanje. Ta dvojna funkcionalnost povečuje udobje strank in krepi neposredno povezavo blagovne znamke s svojimi strankami.

Za bolj osebni pristop podjetje uporablja tradicionalne načine komunikacije in ponuja storitve rezervacij po telefonu in elektronski pošti. Ta večplastni pristop upošteva različne želje strank ter zagotavlja dostopnost in odzivnost.



## O začátku poslovanja podjetja

V nepričakovanem razpletu dogodkov se je podjetnikoma pot do kmečkega turizma odprla, ko se je njuna teta odločila zapreti svoj penzion. Ko sta izkoristila priložnost, sta se odločila za nakup in prenovo objekta, kar je pomenilo začetek njunega vstopa v svet agroturizma. Čeprav nista imela nobenih predhodnih izkušenj na področju turizma ali poslovanja, sta se podjetnika brez zadržkov lotila tega podviga brez nasvetov ali mentorstva.

Na odločitev, da se bodo podali v agroturizem, je verjetno vplivalo več dejavnikov. Agroturizem, združitev kmetijstva in turizma, pogosto privlači tiste, ki iščejo stik z naravo, lokalno kulturo in umik iz mestnega življenja. Morda so podjetniki prepoznali potencial, ki bi ga lahko imeli v preoblikovanju penziona v agroturistično destinacijo, in izkoristili naraščajoče zanimanje za trajnostna in podeželska doživetja.

Kljub temu da podjetnika nista imela izkušenj na področju turizma ali podjetništva, sta se z



Prodajni avtomati za meso (Arhiv ASZ ČR)

izzivom spopadla brez težav. Pomanjkanje izkušenj jih ni odvrnilo, temveč so v njem videli priložnost za učenje in rast. Ko sta se prebijala skozi začetne faze ustanavljanja svojega agroturističnega podjetja, sta se znašla na neznanem ozemlju. Njihovo potovanje je bilo dokaz njihove odpornosti in odločenosti, da uspejo na neznanem področju.

Ključni vidik, ki ga je treba upoštevati, je, ali so podjetniki iskali zunanjo pomoč, nasvete ali mentorstvo. V tem primeru besedilo kaže, da nista prejela nobene oblike svetovanja. Odločitev, da nadaljujejo brez zunanje pomoči, bi lahko pripisali kombinaciji samostojnosti, samozavesti in morda pomanjkanju razpoložljivih virov ali mrež. Ta pristop, čeprav drzen, je morda povzročil dodatne izzive, saj je krmarjenje po zapletenosti turistične industrije brez predhodnega znanja lahko zastrašujoče.

Vendar so podjetniki priznali pomen finančne podpore. Izkoristili so subvencijo za določeno opremo, čeprav se je birokratski postopek, povezan s pridobitvijo subvencije, izkazal za veliko oviro. Premagovanje administrativnih ovir je lahko dolgotrajno in psihično naporno, kar je nepričakovano otežilo njihovo podjetniško pot.



Gojena živina (Arhiv ASZ ČR)

Kljub temu se jima je vztrajnost obrestovala, saj jima je subvencija omogočila nakup nujne opreme za njun agroturistični podvig.

Sčasoma sta podjetnika uvedla različne izboljšave za izboljšanje izkušnje gostov in učinkovitosti poslovanja. Ena od pomembnejših izboljšav je bila vključitev zajtrka v njihove storitve. Ta strateška odločitev se je izkazala za prelomno, saj je rešila začetni izziv privabljanja gostov. S ponudbo celovitejšega in privlačnejšega paketa sta uspela pritegniti stalen tok obiskovalcev.

Pot od začetkov agroturizma do sedanjega stanja je bila za podjetnike nedvomno preobrazba. Strma krivulja učenja je skupaj z izzivi, s katerimi sta se soočala, prispevala k njuni rasti kot lastnikov

podjetja. Nepričakovan vstop v panogo je služil kot katalizator za inovacije in prilagajanje, saj so se spopadali z ovirami pri izvajanju in jih premagovali.

Ena od glavnih ovir, s katerimi so se srečali na začetku, je bilo pomanjkanje gostov. Ta pogost izziv v gostinstvu je zahteval strateško rešitev. Odločitev, da v svojo ponudbo vključijo zajtrk, je bila ključna poteza, ki je pokazala sposobnost podjetnikov, da prepoznajo in rešijo kritično vprašanje. Ta izboljšava ni le privabila več gostov, ampak je tudi dodala vrednost njihovi agroturistični izkušnji.

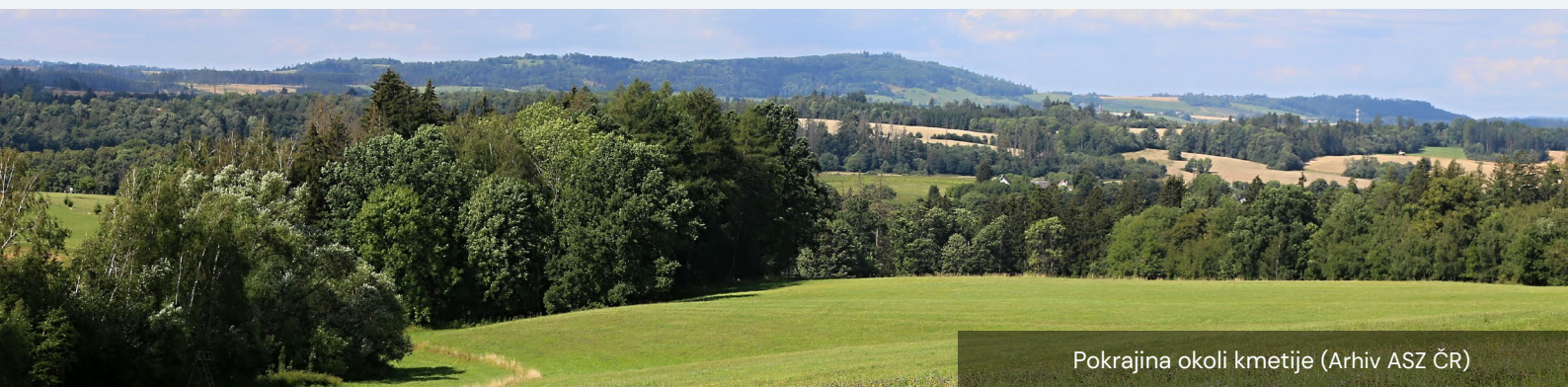
## O vodenju agroturističnega podjetja

Poleg agroturističnega dela se družina osredotoča na vzrejo govedi, pri čemer tedensko dostavi približno dve glavi goveda v avtomate za meso v bližnjem mestu. Poleg tega se ukvarjajo tudi s pridelavo rastlin. Njihova letna proizvodnja obsega 1000 ton pšenice, 250 ton ovsa, 150 ton oljne ogrščice in 6000 ton krmnih mešanic. Dejavnosti kmečkega turizma, kot so nastanitve za goste, predstavljajo približno 25 % njihovega celotnega prihodka.

Družina uspešno obvladuje dvojno odgovornost vodenja kmetije in turistične dejavnosti s skrbno usklajenim razmerjem med kmetijskimi in gostinskimi dejavnostmi. To ravnovesje vključuje skrbno načrtovanje in usklajevanje, ki zagotavlja, da sta oba vidika njihovega podjetja deležna potrebne pozornosti. S strateškim razporejanjem časa in virov družina zagotavlja, da je kmetijska proizvodnja še naprej močna, hkrati pa svojim agroturističnim gostom zagotavlja prijetno in bogato izkušnjo.

Sektor agroturizma ima veliko vlogo v njihovem gospodarskem okolju, saj prispeva skoraj četrtno njihovega celotnega prihodka. Ta raznolik pristop ne varuje le pred morebitnimi nihanji na kmetijskem trgu, ampak tudi povečuje odpornost njihovega celotnega poslovnega modela. Sposobnost družine, da brez težav vključi oba vidika svojega podjetja, kaže na njihovo prilagodljivost in podjetniško spretnost.

V prihodnosti družina optimistično pričakuje rast svojega kmetijsko-turističnega podjetja. Pričakujejo, da se bo povpraševanje po edinstvenih in pristnih doživetjih na podeželju stalno povečevalo, kar je v skladu s svetovnim trendom okolju prijaznega in lokalnega turizma. Da bi izpolnili ta pričakovanja, družina načrtuje širitev svoje agroturistične ponudbe in morebitno uvedbo novih dejavnosti in vsebin za izboljšanje splošne izkušnje gostov.





STAY



Asociace  
soukromého  
zemědělství ČR

# Nasveti za nove podjetnike

Ključna strategija te kmetije je pritegniti goste k nečemu manj običajnemu. Osrednja točka je živalski kotiček s kmečkimi živalmi, ki je posebej namenjen otrokom. Lastniki verjamejo, da je za uspešno agroturistično izkušnjo pomembno jasno opredeliti ciljno občinstvo.

Najprej poudarjata pomen zagotavljanja edinstvene in neobičajne atrakcije. Na njihovi kmetiji se je kot posebna privlačnost izkazal živalski kotiček s kmetijskimi živalmi, prilagojenimi za otroke. Ta pristop kmetije ne razlikuje le od običajnih agroturističnih destinacij, temveč tudi ustvarja nepozabno izkušnjo za obiskovalce.

Drugič, lastniki poudarjajo pomen opredelitve ciljne skupine. Razumevanje potreb in želja ciljne skupine omogoča razvoj prilagojenih dejavnosti in ponudbe.

Nazadnje lastniki delijo dragoceno lekcijo, ki so jo pridobili na podlagi lastnih izkušenj – vključitev vsaj osnovne ponudbe zajtrka pri zagotavljanju nastanitve. Na začetku, pred uvedbo možnosti zajtrka, je imela kmetija težave s privabljanjem večjega števila gostov. Z vključitvijo zajtrka kot dela bivanja so opazili opazno povečanje števila rezervacij. Ta preprost dodatek ne le izboljša splošno izkušnjo gostov, temveč se izkaže tudi kot praktična strategija za privabljanje večjega števila obiskovalcev in uporabo hrane iz lastne pridelave.

Še vedno turizem na dvorišču

Projekt N. 2022-1-SI01-KA220-VET-000087663



Co-funded by  
the European Union

Projekt financira Evropska unija. Izražena stališča in mnenja pa so izključno stališča in mnenja avtorjev in ne odražajo nujno stališč in mnenj Evropske unije ali Izvajalske agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Niti Evropska unija niti agencija EACEA ne moreta biti odgovorni zanje.