

Študija primera Hažić

Panoramski pogled na kamp in mobilno napravo
(foto: Tatjana Hažić in Iris Buhin)

Uvod

Vinska kuća & kamp Hažić je agroturistična kmetija v Međimurski županiji na severu Hrvaške, ob meji s Slovenijo.

Je družinsko podjetje, ki ga vodijo zakonca Radenko in Biserka Hažić ter njuni hčeri Tatjana in Valentina. Na površini 6,5 ha pridelujeta vina in jabolka ter vrsto izdelkov iz tega sadja – sokove, čips in kis –, ki se prodajajo tudi neposredno na kmetiji.

V svoji kleti organizirajo tudi degustacije za skupine ter različne športne in prostočasne dejavnosti za svoje goste. Poleg tega kmetija ponuja tudi nastanitev v kampu, kjer lahko ljudje bivajo v prikolicah in šotorih, ter v dveh mobilnih hiškah.

IME PODJETJA

Vinska kuća & kamp Hažić

LOKACIJA

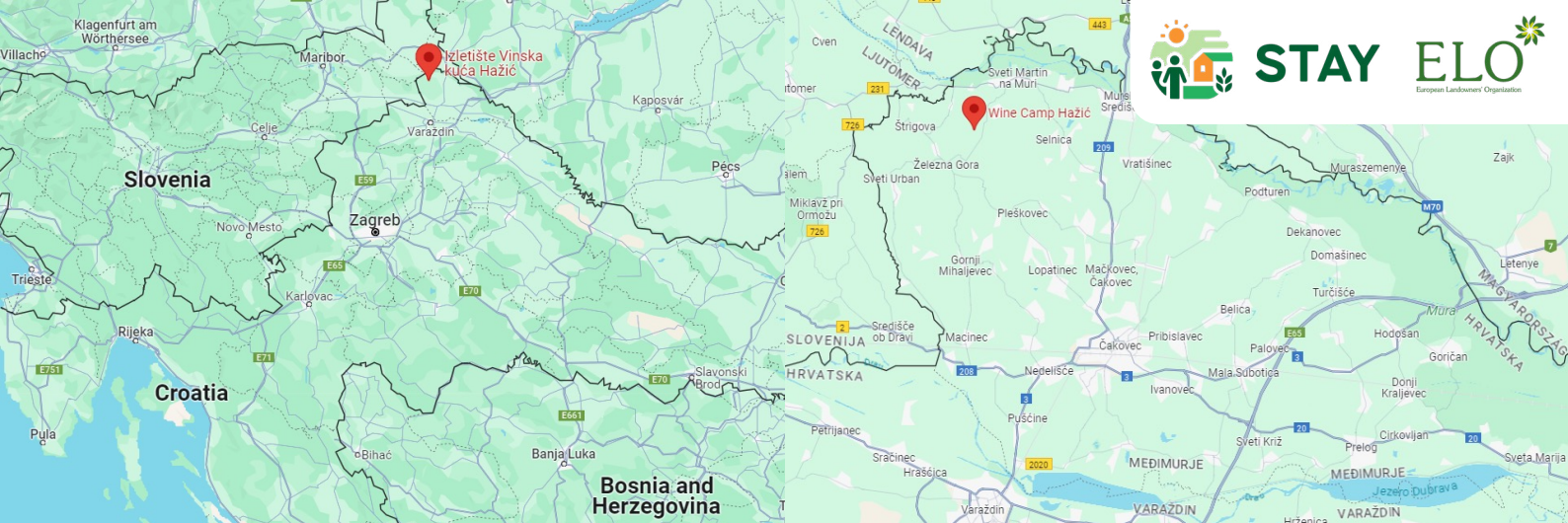
Sveti Martin na Muri,
Međimurska županija (Hrvaška)

O agroturizmu

Međimurje na Hrvaškem na severu in zahodu meji na Slovenijo, na vzhodu pa na Madžarsko. Njeno ime izhaja iz dveh rek, ki mejita na regijo: Mura teče na severu, Drava pa na jugu. V regiji, zlasti na območju, kjer se nahaja kmetija, so majhni griči, na katerih so zasajeni vinogradi in jablane, ki so osnova kmetijske proizvodnje lokalnih kmetov.

To je večinoma podeželska, redko poseljena regija. Turistično povpraševanje prihaja predvsem iz mestnih območij Hrvaške in drugih evropskih držav. Turisti na splošno iščejo dejavnosti, povezane z zemljo, lokalne proizvode, bežijo stran od velikih aglomeracij in se nenazadnje sprostiti.

Kmetija je oddaljena 500 metrov od termalnega zdravilišča, ki je eden glavnih virov turizma na tem območju.



Kdaj se je začel izvajati agroturizem?

Pred tremi leti, leta 2020, so zgradili kamp vino in mobilne hišice, zato je kmetija lahko začela ponujati tudi nastanitev.

Številka delavcev

Skupaj je na kmetiji zaposlenih približno 15 delavcev, vključno s sezonskimi delavci.

Nekaj turističnih podatkov iz agroturizma

Kmetija oddaja v najem štirinajst parcel za kampiranje, kamor lahko turisti pripeljejo svoje šotore, avtodome ali prikolice. Na kmetiji lahko v mobilnih hišicah, ki imajo po dve gredi, prenoči še dodatnih osem oseb.

Izvor turistov se spreminja glede na letni čas, čeprav na splošno kmetija sprejema več mednarodnih kot domačih gostov. V glavni sezoni, od maja do oktobra, je večina turistov tujcev. Letos so zaradi promocijske kampanje v Sloveniji sprejeli precejšnje število turistov iz te države. Turisti pogosto prihajajo iz Nizozemske, Nemčije in Poljske.

Hrvaški turisti običajno bivajo v bližnjih hotelih ali apartmajih ali v wellness centru termalnega zdravilišča, na kmetijo Hažič pa se običajno odpravijo na degustacije v vinsko klet. Gostje lahko poskusijo tudi hrvaške dobrote, ki jih pripravlja gospa Hažič, med katerimi je najbolj priljubljena međimurska gibanica, sladica iz listnatega testa in štirih nadevov: orehov, svežega sira, maka in jabolk.

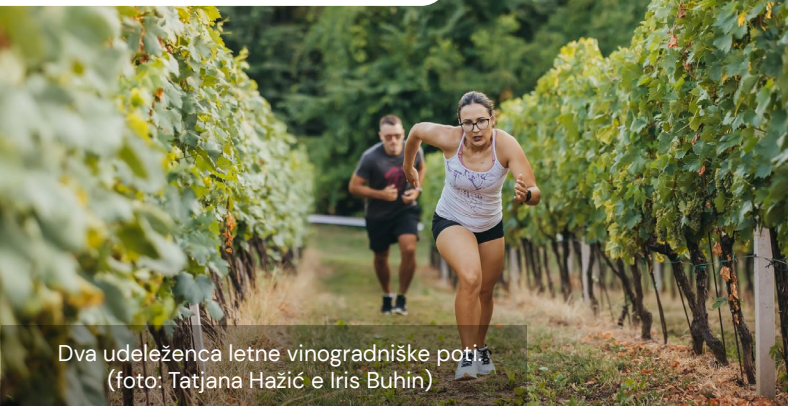
Nekateri turisti prihajajo v organiziranih skupinah, med tistimi, ki so prišli to poletje, pa jih je nekaj že rezerviralo bivanje za prihodnje leto. Povprečni turist je star 45 let ali več.



Kopalnica v mobilni hišici (foto tatjana Hažič e Iris Buhin)

Spalnica v mobilni hišici z zakonsko posteljo (fotografijo je zagotovila Tatjana Hažič e Iris Buhin)

Notranjost mobilne hišice (foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)



Dva udeleženca letne vinogradniške poti
(foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)



Tatjana obira jabolka z drevesa v vinogradu
(foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)

Gostje lahko sodelujejo pri kmečkih opravilih, kot so obiranje jabolk in grozdja ali košnja trave. Na kmetiji za turiste organizirajo različne dogodke. Največ udeležencev pritegne mesečna tekaška dejavnost. Razdeljena je na tri različne kategorije (5 km, 10 km in 20 km) in ni tekmovalna, saj se vsa skupina na tek odpravi in vrne skupaj. Udeleženci tečejo čez hribe do reke Mure. Ob vrnitvi jih čakajo domače sladice, dobijo pa lahko tudi nekaj pijače.

Kmetija enkrat letno organizira tudi vinogradniško pot, na kateri morajo udeleženci petkrat teči gor in dol po vinogradih. Najhitrejši dobi nagrado, ki jo sestavljajo izdelki, pridelani na kmetiji, in nagrade sponzorjev, na primer darilna kartica za obisk term. Ta dogodek je bil organiziran v več izvedbah. Praznuje se različica tega dogodka za otroke, pri kateri morajo otroci teči gor in dol samo enkrat.

V vinogradih poteka tudi štafetni tek: skupine, ki jih sestavljajo po trije tekači, tekmujejo druga proti drugi. Člani ekipe si morajo med seboj predati žeton, ki je kristalni kozarec. Ob koncu tekmovanja DJ zabava z glasbo, udeleženci pa lahko jedo, pijejo in plešejo.

Ob koncih tedna nudijo tudi brezplačen avtobusni prevoz, "hop on – hop off bus", ki goste popelje do zanimivih krajev, kot so druge kleti, muzeji itd. Vsak konec tedna sta določeni dve poti (kulturna in gastronomska), med katerima lahko turisti izbirajo, in če ni dovolj ljudi za eno pot, se goste neposredno vpraša, kam med vsemi razpoložljivimi možnostmi želijo iti.

Svojim strankam nudijo tudi brezplačne nasvete o kolesarskih in peš poteh po okolici.



Udeleženci vinogradniške poti, ki spodbujajo udeležence.
(foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)



Veranda mobilnih hišic. (foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)

O oglaševanju

Kmetija Hažič ima celovito spletno stran, ki je na voljo v hrvaškem, angleškem in nemškem jeziku in na kateri oglašujejo kmetijo ter izdelke in storitve, ki jih ponujajo. Na spletni strani je vključen tudi blog z najnovejšimi informacijami. Povezava je <https://opg-hazic.com/en/>.

Kmetija je prisotna tudi na več platformah družbenih medijev:

- Facebook: <https://www.facebook.com/IzletisteVinskaKucaHazic>
- Instagram: <https://www.instagram.com/izletistevinskakuca/>
- TikTok: <https://www.tiktok.com/@winecamphazic>

Na voljo imajo tudi tiskano gradivo. Najprej letak o sokovih, ki jih proizvajajo, v angleškem jeziku, ki vključuje zemljevid z lokacijo, da ga stranke zlahka najdejo. Izdelana je iz recikliranega papirja. Imajo tudi drugo zloženko, v kateri predstavijo kmetijo, vinsko klet in nekatere dejavnosti, ki jih ponujajo (vinogradniška pot, hop on – hop off avtobus). Ta letak je na voljo v hrvaškem in angleškem jeziku.

O začetku poslovanja

Kmetijo sta odprla zakonca Hažič v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko sta se po nekaj letih dela v Sloveniji vrnila domov in začela pridelovati jabolka in vino. Podala sta se tudi v čebelarstvo, vendar sta ga nazadnje morala opustiti, ker jima je bilo pretežno opravljati tri različne dejavnosti hkrati. Leta 2016 sta začela pridelovati tudi sok. Pred tem, leta 2012, so na kmetiji začeli izvajati degustacije vin za zunanje goste.

Kmetija Hažič je bila ena od pionirjev vključevanja v agroturizem na območju Međimurja. Ker se nahaja v bližini termalnega zdravilišča, je družina zaznala vse večji tok turistov, ki bi se lahko zanimali za nakup proizvodov, ki jih pridelujejo. Od leta 2012 je kmetija začela izvajati tedensko degustacijo vin za goste, ki prihajajo v terme, ki je potekala vsako soboto. To je bil program sodelovanja med zdraviliščem in kmetijo, s katerim je prva vključila degustacijo med storitve, ki jih je ponujala svojim obiskovalcem. Družina Hažič je v cvetočem povpraševanju po lokalnih in domačih proizvodih opazila tudi priložnost.

O spletni strani komercializacija

Spletna stran kmetije je vključevala sistem rezervacij, s katerim so gostje lahko rezervirali nastanitev, vendar so ga zaradi visokih stroškov ukiniteli. Mobilne hišice so komercializirane na portalu Booking.com. Kamp se oglašuje na različnih nacionalnih in mednarodnih spletnih mestih in platformah, kot so Road Surfer, PitchUp, Campercontact, Pincamp, park4night itd.

Lokalno turistično združenje jih je podprlo z objavo oglasov o regiji na slovenskih turističnih portalih. To je razlog, da so letos sprejeli več gostov iz Slovenije. Kljub temu so rezultati glede števila turistov izjemni le, če so kampanje namenjene zelo specifičnim ciljnim skupinam.

Imajo tudi dva različna profila v Google Business, enega za vinsko klet in drugega za vinski kamp. Družina Hažič zdaj razmišlja, da bi ustvarila tretjega za trgovino z izdelki, saj sta prikazana kot edino podjetje, čeprav imata različen delovni čas. To so profili:

Vinska klet: <http://tinyurl.com/4pys3smd>

Kamp: <http://tinyurl.com/3mmxrt6c>

Nastanitev lahko rezervirate tudi prek družbenih medijev kmetije, aplikacij za takojšnje sporočanje (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger) in tudi tako, da neposredno pokličete na njihovo telefonsko številko ali jim pošljete e-pošto.



Par turistov, ki se sproščajo pred svojo prikolico v kampu (foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)



Hiša vina (foto: Tatjana Hažič e Iris Buhin)

V zadnjih nekaj letih so okoli termalnega zdravilišča in v njegovi bližini zgradili nove nastanitvene objekte, kar je na kmetijo pripeljalo nove stranke. Družina si je zamislila, da bi kmetijo razlikovala tako, da ne bi promovirala le izdelkov, ki jih sama proizvaja, temveč tudi naravno okolje, ki jih obdaja, in ponudila vrsto dejavnosti, ki so spoštljivo vpete v naravo. Takrat so se odločili, da bodo ponudili nastanitev, najprej s kampom, pozneje pa z gradnjo mobilnih hišic.

Podjetje se je razvijalo korak za korakom, segment za segmentom, po analizi trendov na trgu in med strankami. Da sta se sestri pridružili staršem, je bila skoraj povsem naravna pot, saj je Valentina študirala kmetijstvo, Tatjana pa turizem. Pred odprtjem kleti sta zakonca Hažič hčerki vprašala, ali sta pripravljene delati v družinskem podjetju, saj se sicer ne bi ukvarjali z agroturizmom.

Pomembna ovira, na katero sta naletela, je bil izziv iskanja usposobljenih mladih posameznikov, željnih dela na podeželju. Zato sta začela iskati programe, ki bi lahko racionalizirali njune dejavnosti, s ciljem povečati učinkovitost in produktivnost ter hkrati zmanjšati število delovne sile, potrebne za njune dejavnosti na teh podeželskih območjih.

Za razširitev in okrepitev svojega kmetijsko-turističnega podjetja je kmetija pridobila finančno podporo Evropske unije prek Hrvaške agencije za kmetijstvo, ribištvo in razvoj podeželja. Poleg tega so pridobili dodatna sredstva iz nacionalnih in regionalnih virov, pri čemer so se sprva zanašali predvsem na nacionalna sredstva, saj so v začetnih fazah razvoja zagotavljala višji odstotek kritja stroškov. Za iskanje in izvajanje teh sredstev je bila odgovorna Valentina, ki je od takrat postala svetovalka, ki pomaga novim kmetijskim in podeželskim podjetjem pri iskanju najboljših možnosti financiranja, prilagojenih njihovim potrebam.



Parkirišče za prikolice (fotografijo sta posredovali Tatjana Hažič in Iris Buhin)

O vodenju agroturističnega podjetja

Poleg družine Hažić (staršev, Tatjane in Valentine) je na kmetiji zaposlenih še nekaj drugih delavcev s krajšim delovnim časom. Mlada študentka jima pomaga pri trženju, odnosih z javnostmi in upravljanju turistične strani kmetije (vinska hiša, kamp in mobilne hišice). Drugi delavec je zadolžen za pomoč pri proizvodnji in čiščenju prostorov. Kmetija zaposluje tudi od osem do deset sezonskih delavcev, ki so potrebni za obiranje grozdja in jabolk.

Družina meni, da je vodenje kmečkega turizma, ki kot dvotirno podjetje vključuje kmetijo in nastanitev, stresno. Kljub temu se, ker se njihov posel šele začena in raste, zavedajo razlike med letnimi časi. V slabših sezonah skoraj nikoli niso polno zasedeni, kar jim omogoča, da se osredotočijo na kmetijske dejavnosti. Pozimi kamp ni na voljo, vendar so mobilne hišice, ki so običajno rezervirane za vikende, še vedno dostopne.

Vinska klet je odprta izključno na zahtevo, zato se degustacije načrtujejo vnaprej. Trgovina je odprta od ponedeljka do petka od 8. do 18. ure, ob sobotah od 10. do 19. ure in ob nedeljah do 13. ure.

Kadar je turistov manj ali jih sploh ni, lahko Tatjana, ki skrbi za agroturistični del poslovanja, opravlja druge naloge, na primer obdeluje vinograde ali dostavlja sokove, ki jih proizvajajo, v bare in restavracije ali celo zasebnikom, ki živijo vse do Zagreba.

Tatjana ocenjuje, da približno 80 % družinskega dohodka izhaja iz primarne proizvodnje, torej iz dejavnosti kmetovanja in predelave. To vključuje tudi neposredno prodajo izdelkov. Manjkajočih 20 % pa je iz agroturistične dejavnosti, ki jo razvijajo. Na kmetiji letno pridelajo 20 000 steklenic vina.

Družina razmišlja, da bi razširila ponudbo jedi ne le za svoje goste, temveč tudi za goste, ki prihajajo iz drugih nastanitvenih obratov. Njihova glavna predpostavka je, da bi kupovali proizvode od regionalnih proizvajalcev in tako okrepili sodelovanje med lokalnimi podjetji.

Načrti za bližnjo prihodnost vključujejo zaposlitev nove osebe, mladega fanta, ki naj bi nadomestil gospoda in gospo Hažić, saj se starata in zdaj razmišljata o upokojitvi. Prav tako želita hišo vin popeljati v večji obseg z več degustacijami. Poleg vsega tega želi družina razširiti ponudbo izdelkov, da bi presenetila in pritegnila nove goste in potencialne stranke. Želijo tudi sodelovati v več programih, ki bi jim omogočili izboljšanje energetske učinkovitosti kmetije.

Kar zadeva nastanitvene zmogljivosti, namerava družina Hažić v naslednjih letih zgraditi šest novih mobilnih hišic, skupaj torej osem. Za nadaljnji razvoj nameravajo zaprositi za podporo iz nacionalnih skladov, kar bi jim omogočilo pospešeno širitev dejavnosti.



Mama in njena hči se zabavata na igrišču, tik pred pred mobilnimi hišicami. (foto: Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Nasveti za nove podjetnike

"Najpomembnejši nasvet, ki ga lahko damo vsakomur, ki razmišlja o vključitvi v sektor agroturizma, je delo, delo in delo. Trdo delo bo sčasoma obrodilo sadove. Gospod Hažič dela na kmetiji že več kot trideset let in vztraja, da morajo novinci pustiti strahove in dvome za seboj ter biti močni. Ne obupajte, saj ni lahko in zahteva veliko energije, vendar ste edini odgovorni za svoj uspeh."



Bližnji panoramski pogled na kamp in mobilni
(foto: Tatjana Hažič in Iris Buhin)

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

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.



Co-funded by
the European Union