

FOND MIKROPROJEKTŮ

Strategický dokument doporučení

Predtým, než sme začali s p. Gondášom plánovať náš projekt, bolo dôležité, čo prinesie pre naše krajiny. Vychádzali sme z toho, že sme si jazykovo blízki, nemáme preto jazykové bariéry, projekt bol osvedčený v neďalekom Rakúsku a navyše naše vzťahy sú niekoľkoročné. Pravidelne sa prezentujeme v Brne na výstavách cestovného ruchu, čo bol prirodzený predpoklad na to, aby sme spoločne realizovali tento zaujímavý projekt, ktorý prirodzene vyvrcholil v konkrétnom stretnutí ľudí, ktorí sa pravidelne stretávajú vďaka vínu aj vďaka nevinným produktom

Pri analýze východiskovej situácie môžeme vychádzať z už existujúcich analýz, štúdií a informácií, ale môžeme pripraviť aj nové analýzy.

Analýza východiskovej situácie zahŕňa nasledovné kroky:

- Analýza projektového nápadu z hľadiska stratégie organizácie. Ako náš projekt podporí stratégiu našej organizácie?
- Analýza vnútorného prostredia našej účasti. Analýza vedomostí, skúseností, vzťahov a metód, ktoré sa nachádzajú v našej organizácii, a ktoré pozitívne alebo negatívne ovplyvnia náš projekt. Čo máme v organizácii, čo nám v projekte pomôže? Čo by mohlo byť v našej organizácii prekážkou počas realizácie projektu?
 - To bolo mimoriadne pre nás pozitívne. Stretli sme sa z našej strany s pochvalou voči nositeľovi projektu. Nápaditosť, spestrenie ponuky voči vínam, ponuka želé, marmelád, koláčikov, čokolád s príchuťou vína sa na tohtoročných pivniciach (Deň otvorených pivníc 2013 – 14 rokov) osvedčil minimálne zo 160 v 100vke)
 - Určite budeme radi, ak bude možné podobný projekt realizovať ďalších rokoch. Bolo veľmi príjemné u v všetkých účastníkoch projektu ochutnať nevinné produkty, ktoré vďaka projektu vyrobili
- Analýza vonkajšieho prostredia
 - Vonkajšie prostredie bolo milo prekvapené nevinnými produktmi. Ešte nikdy sme pri návštevnosti 7000 účastníkov nezaznamenali také pozitívne reakcie, ako v tomto roku, predpokladáme, že aj vďaka vopred realizovanému projektu.

FOND MIKROPROJEKTŮ

Samotní vináři zjistili, že ponúkať nevínny(vínny produkt), je pridanou hodnotou.

Pri analýze východiskovej situácie projektu :Z nášho hľadiska, projekt nemal žiadne slabé stránky, bol mimoriadne prínosným pre všetkých účastníkov, stretli sa tu ľudia, ktorí si potrebovali vyrozprávať svoje problémy pri rozvoji firiem. Dôležité je, že aj vďaka realizovanému projektu vznikajú rodinné vinárstva, ktoré vytvárajú pracovné miesta pre svoje deti. Spopularizovala sa profesia vinohradníka a vinára. Oživilo sa povolanie, štúdium vinohradníka a vinára, a najdôležitejšie je, že Vnohradnícko.- ovocinárska škola má a bude mať nových žiakovo aj v ďalšom roku.

SWOT analýza je metoda, jejž pomocí je možno identifikovať silné (ang: Strengths) a slabé (ang: Weaknesses) stránky, príležitosti (ang: Opportunities) a hrozby (ang: Threats), spojené s určitým projektem, typem podnikání, podnikateľským záměrem, politikou (ve smyslu opatření) apod. Jedná se o metodu analýzy užívanou především v marketingu, ale také např. při analýze a tvorbě politik (policy analysis). Díky tomu je možné komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti.

(zdroj: www.wikipedie.cz)

SWOT analýza moravsko-vinařského příhraničí od slovenských vinařů.

Silné stránky

Podpora státu - dotace z Vinařského fondu na rozvoj vinařství a vinařské turistiky v ČR, podpora soutěží vín, košťů, otevřených sklepů a dalších vinařských akcí. Více turistů

V současné době již velmi kvalitní přírodní a životní prostředí - nabídka produktů z integrované produkce a bioproduktů, širší nabídka produktů

Dlouhodobá poptávka po vinařských produktech domácími návštěvníky

FOND MIKROPROJEKTŮ

Kvalitní prolínání se doplňkových služeb (ubytování, infrastruktura, vinařské stezky, vinařská turistika atd.)

Významné kulturní akce mezinárodního významu čítající více než několik tisíc návštěvníků (Pálavké vinobraní, Mikulovské vinobraní atd.)

Slabé stránky

Značná letní sezónnost málo příležitostí pro zimní vinařskou turistiku a možnosti produkce vinných i (ne)vinných produktů.

Nedostatek příchozích organizátorů aktivního zahraničního cestovního ruchu. Produkty jsou málo objevené. Bez předchozí návštěvy při realizaci projektu se s produkty na jižní Moravě nesetkali.

Často se objevující skandály s falšováním či dovozem zahraničních vín, která jsou pak prodávána jako moravská. Týká se i produkce produktů.

Vzdálenost od hlavního města - nejvíce navštěvovaného místa cestovního ruchu v ČR, i když je jižní Morava na druhém místě v návštěvnosti ČR.

V menších obcích absence fungujících míst prodejných či provozních, které fungují bez objednávky.

Příležitosti

Moderní trendy ve stravovacích návycích (postupně se zvyšující spotřeba vína na úkor piva a jiných lihovin). Hroznový cukr = zdraví životní styl.

Tlak na společenský statut a postavení - úspěšní lidé pijí víno, pití vína dělá lidi úspěšnými a s tím související nabídka produktů.

FOND MIKROPROJEKTŮ

Rozvoj přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu

Pomoc evropských fondů při rozvoji cestovního ruchu

Sjednocení informačních systémů o cestovním ruchu v regionech

Nedávná ekonomická recese - přiměla návštěvníky více navštěvovat domácí destinace a často mění dovolenou v zahraničí za pobyt na jižní Moravě

Ohrožení

Podcenění významu cestovního ruchu - některé obce se do aktivit vinařů nezapojují nebo jejich produkty nenabízí.

Roztříštěnost aktivit jednotlivých subjektů, které se angažují v produkci specifického zboží. Mnohdy neví jeden vinař, co dělá druhý. Spousta práce se překrývá a dvojí. Vznikají několikrát podobné či shodné propagační materiály.

Nedostatečné čerpání financí z evropských grantů kvůli nadměrnému administrativnímu zatížení. Malé projekty do 1 mil. Kč se kvůli nadměrné administraci s řízením a následným vyúčtováním téměř nevyplatí. Zejména malé vinaři zatížené další prací jsou neochotny z tohoto důvodu čerpat evropské dotace.

Rostoucí konkurence v cestovním ruchu nabízející jinou alternativu než víno a vinařské produkty. Stále se nabízí i pije málo vína na akcích, které nejsou výhradně vinařské. Hudební koncerty atd. Zde stále převažuje potřeba piva či jiných destilátů na úkor vína.

Přírodní podmínky - rok 2009 - 2012 došlo vždy ke snížení výnosů z vinohradů v průměru až o 20 %, hlavně malým vinařům docházejí zásoby, zvyšuje se cena vína, která pak špatně konkuruje ceně

FOND MIKROPROJEKTŮ

zahraničních vín. A nezbyvá na produkci (ne)vinných produktů.

Účastníci se shodli a vytýčili jednotlivé stránky SWOT analýzy, žádný konkrétní závěr či doporučení z debaty nevyplýnul. Dá se říci, že pozitiva tedy silné stránky a příležitosti svým významem převyšují slabé stránky a ohrožení na poli vinařské turistiky v moravském vinařsko-turistickém příhraničí.

SWOT analýza vinařství na slovenském vinařském příhraničí od moravských vinařů.

Silné stránky

Vinařský region blízko metropole. Snadné zajištění odbytu produktů.

Moderní technologie - řízené kvašení, malolaktická fermentace, filtrace, šetrné lisování atd.

Výborné polohy některých viničních tratí, výborné vyžívání hroznů, víno vysoké kvality s tím související Tokajská vína jako světový fenomén.

Existence sdružení Malokarpatská vinná cesta, která zajišťuje společný marketing v příhraniční vinařské oblasti a distribuční kanál veškeré nabídky ve sdružených vinařstvích.

Slovenští konzumenti preferují domácí vína i produkty. Silný patriotismus.

Slabé stránky

Absence vinařského fondu Slovenské republiky, malá podpora vinařského marketingu.

Absence Národního vinařského centra, které by zajišťovalo jednotný marketing slovenských vín. Více organizací. Nejednotnost.

Úbytek vinic a zanedbané vinice, spousta neobhospodařených. Málo suroviny na výrobu sekundárních produktů

Nedostatek malých vinařů, vše jsou to velké vinařské firmy a chybí vinařství rodinného typu.

Malé povědomí o vinařství všeobecně v evropském či světovém měřítku.

Příležitosti

Fondy EU - modernizace, rozšiřování, zavádění nových technologií.

Přeshraniční spolupráce - nové nápady, inspirování se tím, co jinde dobře funguje.

Všeobecné zvyšování konzumace vína na úkor ostatního alkoholu (pivo, destiláty). Zabrat větší segment trhu ve spotřebě alkoholických nápojů i

FOND MIKROPROJEKTŮ

ve spotřebě sekundárních produktů při degustacích.

Přeshraniční vzdělávání a stáže - nové technologie nové postupy.

Zvýšený zájem o vinařsko-kulturní akce.

Ohrožení

Hrozba zavedení spotřební daně a tím pádem snížení konkurenceschopnosti mezi ostatními vinařskými regiony.

Neexistence jednotného svazu vinařů. Na Slovensku existuje více svazu vinařů a tím pádem se prezentuje na různých akcích rozlišně jedno slovenské vinařství.

Nadměrná administrativní zatížení při čerpání fondů z EU.

Přírodní podmínky dva minulé ročníky byly velmi slabé na sklizeň, což ohrožuje všeobecně všechny vinaře v severských vinařských oblastech. I jejich produkci a nabídku produktů

Konkurenční vinařské regiony ČR, Maďarsko, které se snaží dostat na slovenský trh s vínem. Právě formou tokajských z Maďarska nebo např. Svatomartinských vín z ČR.

Účastníci se shodli a vytýčili jednotlivé stránky SWOT analýzy, žádný konkrétní závěr či doporučení z debaty nevyplýval. Dá se říci, že pozitiva tedy silné stránky a příležitosti svým významem převyšují slabé stránky a ohrožení na poli vinařské turistiky v slovenském vinařsko-turistickém příhraničí.

Projekt bol určitým návodom pre realizáciu ďalších projektov, aby nemuseli umelo kopírovať oprávnených žiadateľov, ale aby vychádzal z prirodzených regiónov, čo znamená, že demokraticky osloví všetkých, ktorí v danom regióne pôsobia, lebo tí sú výrobcovia, producenti a nakoniec aj účastníci.

Každá zainteresovaná strana má svoje vlastné ciele, možnosti, vedomosti, kapacity a záujmy. Tieto musíme počas plánovania projektu vymenovať, analyzovať, pochopiť a zvažovať, aby nás neprekvapili počas realizácie projektu.

Pri analýze zainteresovaných strán postupujeme nasledovne:

1. Identifikovali sme každého, kto by mohol ovplyvniť náš projekt alebo má záujem na projekte
2. U každého nového člena sme vymenovali, čo očakávame od projektu, aká je jeho vôľa a aké sú jeho možnosti na ovplyvňovanie projektu

FOND MIKROPROJEKTŮ

3. Predpokladám, že projekt sa bude ďalej rozvíjať aj vďaka záujmu a pozitívnym ohlasom zo strany účastníkov projektu. Mimoriadne ich oslovil a najviac zapojil do projektu aj manželky a priateľky
4. Predpokladáme, že budeme pokračovať v ďalších projektoch, ktoré budú v prospech rozvoja cezhraničnej spolupráce, budú mať trvalú udržateľnosť, budú vytvárať nové partnerstvá, budú vzájomne inšpiratívne a hlavne zmysluplné. Tento projekt bol prirodzeným pokračovaním vzájomnej a dlhodobej spolupráce medzi našimi vinohradníkmi a vinármi

PhDr. Anna Píchová, projektová manažerka Slovensko

Ing. Petr Gondáš, projektový manažer Česká republika

a kolektiv moravských a slovenských vinařů