

Případová studie: **Pasieka Gucio (včelín Gucio)**

Med a apiterapie přinášející obohacující zážitek

MENDELU
Faculty of Regional
Development and
International Studies

Visegrad Fund

Pasieka Gucio (včelín Gucio)
Med a apiterapie přinášející obohacující zážitek

Michał Borychowski
Poznań University of Economics and Business, Department of Macroeconomics and Agricultural Economics
E-mail: michal.borychowski@ue.poznan.pl

Stát	Polsko
Region	Kujavsko-pomořské vojvodství
Zemědělec	Romuald
Věk	54 let
Pohlaví	muž
Zemědělské vzdělání	bez zemědělského vzdělání, elektrikář
Zkušenosti se zemědělstvím	17 let
Zaměření zemědělské činnosti	včelaření
Počet členů domácnosti	6

Popis regionu

Farma Gucio Pasieka se nachází v malé vesnici Podgórzyn v Kujavsko-pomořském vojvodství v severocentrální části Polska. Samotná vesnice má jen několik stovek obyvatel, nicméně se nachází v blízkém sousedství města Żnin, které je regionálním centrem a žije v něm přibližně 14 tisíc obyvatel. Komunita v blízkém okolí farmy má tedy městsko-venkovský charakter a rozlohu kolem 250 km². Zemědělsky využívaná půda tvoří asi 80 % celkové plochy území a lesy mají podíl kolem 6 %. Jedná se o turisticky atraktivní region se 130 jezery a lesy a poli s rostlinami bohatými na nektar, například řepkou. Hned vedle Żninu se nachází rychlostní silnice S5, která vede směrem na sever do Bydhošti a směrem na jih do Hnězdna, resp. dále na jihozápad do Poznaně. Region tak má relativně dobrou dopravní infrastrukturu. V sousední obci jménem Gąsawa se nachází světoznámá lužická pevnost a osada Biskupin. Místní obyvatelé se pravděpodobně podíleli na obchodu spojeném se slavnou „jantarovou stezkou“, která vedla z Jaderského moře do Baltského moře. Obchod se solí a jantarem tak představoval důležitý faktor rozvoje regionu a dnes představuje zajímavý historický odkaz. Krásná příroda a bohaté kulturní dědictví v kombinaci s rozvinutou infrastrukturou jsou důležitými lákadly obce a regionu kolem Żnin a činí z nich zajímavou turistickou atrakci.
Léta bývají v regionu kolem Żnin příjemná, ale zimy jsou spíše chladné, zasněžené a větrné. Během roku se teploty pohybují od −4 °C do 24 °C a zřídka klesají pod 13 °C nebo překračují 30 °C. V létě se denní maximální teploty pohybují kolem 22 °C, v rozmezí od 14 °C do 30 °C. Denní minimální teploty jsou obvykle 12 °C, v rozmezí od 5 °C do 18 °C. Intenzivnější srážky

trvají něco málo přes tři a půl měsíce, od poloviny května do začátku září. Nejnižší srážky jsou typicky v dubnu. Průměrné srážky zůstávají po celé léto poměrně podobné a dosahují kolem 50 mm, obvykle v rozmezí od 14 mm do 107 mm. Nejvydatnější srážky jsou v rámci ročního srovnání zaznamenávány v červenci. Vegetační doba trvá asi 175 dní, začíná na konci dubna a končí v polovině října. Zemědělská produkce je typická převážně pěstováním obilovin (pšenice a ječmen), cukrové řepy a brambor. Živočišná výroba se v tomto regionu zaměřuje hlavně na prasata a drůbež. Průměrná velikost farmy je kolem 20 hektarů.

Historie, zdroje, technologie a produkce farmy

Farma je včelín s historií trvající více než 80 let. Prvních 19 úlů varšavského typu koupil Romualdův otec v roce 1951. V následujících letech měl včelín 20 až 40 úlů. Dnes včelín Gucio provozují Romuald a jeho žena Beata s podporou svých dětí. Romuald na počátku nebyl zcela přesvědčený, že se vydá ve šlépějích svého otce a pustí se do včelaření. Postupem času však ve včelaření našel zálibu, která se později stala i jeho vášní. Spolu s Beatou si nejprve pořídili deset včelstev, z nichž dvě včelstva bohužel uhynula. Zbývajících osm včelstev si však vedlo dobře a stalo se základem k dalšímu rozvoji včelínu. V současné době je na farmě 79 včelích úlů. Samotná farma se rozkládá na dvouhektarovém pozemku, který je zatravněný rostlinami pro opylující hmyz. Farma je zobrazená na následujících obrázcích (obr. 1 a 2).

Obr. 1 – Pasieka Gucio 1
Zdroj: Pasieka Gucio



Obr. 2 – Pasieka Gucio 2
Zdroj: Pasieka Gucio



Farma je dobře řízená a při rozhodování rodina využívá své kompetence, zkušenosti a sociální kapitál získaný v jiných oblastech. Romuald je členem Polského včelařského svazu a Beata je členkou Asociace venkovských hospodyněk. Romuald sleduje nejnovější trendy v oboru v oborovém časopisu „Pasieka“. V regionu existuje řada dalších výrobců medu, kteří si navzájem konkurují. Rodina tak neustále zkouší nové, zajímavé a inovativní nápady, které by ji odlišily od ostatních producentů. Následující zdroje farmář vnímá jako ty nejdůležitější k udržení současného obchodního modelu: 1) vlastní práce (majitele a jeho manželky) a dovednosti, 2) jedinečné zkušenosti a kompetence získané v průběhu let i v jiných oborech, 3) speciální druh včely medonosné Buckfast (domácí kříženec Apis mellifera subspp.), což je kříženec sedmi evropských a afrických plemen včel, který má řadu dobrých vlastností, jako je vysoký výnos medu a pylu, mírnost, odolnost vůči chorobám a dobré zimování, 4) technická infrastruktura a dobře organizované výrobní procesy a 5) finanční zdroje.

Užití těchto klíčových zdrojů je doprovázeno promyšlenými agrotechnickými rozhodnutími týkajícími se rostlin, které jsou přímo určené k opylování včelami. Za zdůraznění stojí také to, že za účelem získání netradičních medů (pampeliška, akát, pohanka) farmář přepravuje včely na jiná místa. Přeprava včel vyžaduje dobré plánování a koordinaci, a to jak z hlediska sezónního harmonogramu umístění úlů v konkrétní lokalitě, tak organizace práce v době sběru medu. Dovednosti a kompetence k provádění zmíněných činností však umožňují farmě nabízet rozmanité portfolio včelařských produktů. Farma se specializuje a zaměřuje pouze na med a produkty z medu. Specializace je vědomou strategií v reakci na intenzivní konkurenci na trhu s medem v Polsku a okolí. Farma využívá svůj potenciál téměř naplno a majitelé ji nemají v plánu zvětšovat (navíc výrobci do 80 úlů podléhají zjednodušeným administrativním předpisům), a proto je další rozvoj v podstatě spojený s kvalitou a rozmanitostí nabídky farmy. Tyto podmínky vedly farmu Pasieka Gucio k zaměření na vysoce kvalitní med a související produkty, které lze prodávat za vyšší cenu než ty, které jsou k dostání v běžné distribuční síti s potravinami. Získávání a udržování zákazníků zůstává klíčovou výzvou, kterou výrazně pomáhá plnit široká škála produktů, které farma nabízí.

Portfolio produktů farmy se skládá z různých druhů medu a produktů z medu – včelí chléb, včelí pyl, propolis (obr. 3, 4 a 5). Pokud jde o nabídku medu, je třeba zdůraznit, že je skutečně mimořádně bohatá – včelín má medy v prodeji téměř kdykoli: 1) akátový (světlý, jemný med, který zůstává dlouho v tekuté formě), 2) pohankový (s charakteristickou tmavou barvou a intenzivní chutí), 3) lipový (výjimečná chuť a vůně, která se dokonale snoubí s vůní kvetoucí lípy v létě), 4) pampeliškový (jedinečný a vzácný druh medu, který je plodem práce včel na květech pampelišky na začátku jara), 5) řepkový (charakteristický, krémový a jemný med, velmi oblíbený díky velké úrodě řepky v Polsku), 6) medovicový (vyrobený z medovice sbírané včelami, nikoli z květového nektaru) a 7) vícekvětý (nabízející různé fúze chutí a vůní).

Obr. 3 – Produkty z faremní nabídky 1
Zdroj: Pasieka Gucio



Jak už bylo zmíněno, farma nabízí i další produkty z medu jako včelí chléb a propolis a také vícekvěté medy s přísadami. Farmář při prodeji zákazníkům zdůrazňuje, že z lidského hlediska se jedná o cenné produkty, protože obsahují vitamíny, minerály a bílkoviny a mají také antibakteriální, protiplísňové, protizánětlivé a antioxidační účinky.
Včelí chléb, který vzniká sběrem a zpracováním květového pylu, je bohatým zdrojem bílkovin, obsahuje mnoho vitamínů a minerálů, mastných kyselin a trávicích enzymů. Propolis je potom viskózní látka, kterou včely produkují z rostlinné pryskyřice, a jak název napovídá, včely jej používají k ochraně a utěsnění úlu před vnějšími faktory (mikroorganismy, které ohrožují jejich zdraví a život). Je to cenný přírodní produkt i pro člověka, protože má protizánětlivé a antibakteriální účinky, podporuje tělo v boji s infekcemi, podporuje imunitní systém a zklidňuje záněty a urychluje procesy hojení ran.

Obr. 4 – Produkty z faremní nabídky 2
Zdroj: Pasieka Gucio



Dalším oblíbeným produktem u zákazníků je vícekvětý pastovaný med. Ten je lahodný a kombinuje bohatství chutí a vůní různých květin. Proces pastování činí med mimořádně jemným a snadno roztíratelným, takže představuje ideální doplněk každodenních jídel. Tento med se vyznačuje jemnou květinovou chutí s ovocným nádechem.

Všechny uvedené medové produkty jsou obecně známé svým blahodárným účinkem na lidský organismus. Farma tento potenciál dobře rozpoznala a díky široké škále produktů uspokojuje rozmanité potřeby a preference spotřebitelů.

Obr. 5 – Produkty z faremní nabídky – akátový med (vlevo), pampeliškový med (uprostřed), med s citronem a zázvorem (vpravo)
Zdroj: Pasieka Gucio



Kromě toho farma nabízí svým zákazníkům jedinečnou příležitost vyzkoušet si speciální terapii – apiterapii (obr. 5). Tato netradiční služba je pro zákazníky farmy zcela zdarma a těší se velkému zájmu, přestože tato forma terapie není momentálně v Polsku až tak známá. Na farmě se nachází dřevěný domeček, kde si může klient lehnout a užívat si teplého vzduchu, vůni medu a propolisu, mikro vibrací, akustických efektů a biopole vytvářeného včelami, jejichž úly jsou umístěny těsně pod lavicí (vhodně zajištěny kvůli bezpečnosti zákazníka). Farmář zákazníkům zdůrazňuje relaxační a terapeutické účinky terapie. Podle některých studií umožňuje léčit některá onemocnění, jako jsou onemocnění kardiovaskulárního, dýchacího, pohybového a nervového systému, onemocnění způsobená sníženou imunitou, metabolická a hormonální onemocnění i onemocnění psychické původu.

Důkazem zajímavé a bohaté faremní nabídky je ocenění, které v roce 2018 farma získala. Jednalo se o Pohár předsedy městské rady v Žninu za nejzajímavější včelařskou nabídku prezentovanou na XXII. zemědělském veletrhu v Pałukách (25.–26. 8. 2018).

Výroba portfolia včelích produktů je časově náročná a vyžaduje práci v náročných pracovních podmínkách. Farma se proto snaží rozvíjet svou technickou infrastrukturu, stroje a zařízení

a v posledních letech také zvýšila investice do obnovitelných zdrojů energie (fotovoltaické panely a tepelné čerpadlo). Jak říká majitel, včelaření je příjemné a obohacující povolání, i když s sebou nese i mnoho výzev. Skutečnost, že majitelé plánují koupit více pozemků a investovat do infrastruktury pro produkci medu (včetně medometu), je jasným vyjádřením úspěchu a touhy farmu rozvíjet.

Důvody k zapojení do krátkého potravinového řetězce

Med je v Polsku ve velkých obchodech (například supermarketech, kde mnoho spotřebitelů pravidelně nakupuje) k dostání za nízkou cenu kolem 20–25 PLN (5,5–7 USD) za velkou sklenici (asi 1 kg nebo 1 litr). Tento med se často vyrábí jako směs medu z EU a zemí mimo EU. V zemích mimo EU je obvyklé, že neexistuje povinnost dodržovat přísné hygienické nebo veterinární normy, které jsou pro včelaře v EU povinné. Pro polské producenty medu jsou pak levné medy v supermarketech velkou konkurencí, obzvláště v situaci, kdy je zákazník citlivý na cenu. Menší výrobci medu obtížně konkurují cenám velkých producentů a dovozcům ze zemí mimo EU. Za zmínku stojí, že velkoobchodníci s medem působí v zemích EU, ale producentům medu nabízejí velmi nízké ceny. Obvykle se pohybují v rozmezí 10–20 PLN (2,8–5,6 USD) za 1 kg medu (cena platí i pro vysoce kvalitní med). V této souvislosti je třeba zdůraznit, že v Polsku působí mnoho včelařů. Trh s medem je velmi fragmentovaný a vysoce konkurenční a jeden včelař nemá na ceny žádný vliv.

Med má dlouhou tradici přímého prodeje od farmáře ke spotřebiteli a tato forma prodeje se k produktu, jako je med, velmi dobře hodí. Většina spotřebitelů si pravděpodobně alespoň jednou koupila nebo obdržela med přímo od včelaře. Prodej medu přes dlouhý řetězec je také možný a obvykle probíhá formou dodání medu farmářem na sběrné místo, ale za nízkou cenu, která často nepokrývá ani výrobní náklady. Proto je velmi běžné, že se včelaři účastní krátkých dodavatelských řetězců, zejména pak implementují strategii přímého prodeje. Analyzovaná farma se do krátkých potravinových řetězců zapojila hned z několika důvodů:

- zájem zákazníků o vysoce kvalitní med od důvěryhodného včelaře,
- spotřebitelé vyhledávající široký sortiment medů a souvisejících produktů, jejichž dostupnost ve velkoobchodech je obvykle velmi omezená (obvykle 1 druh medu),
- možnost získat vyšší cenu za med, a tedy vyšší příjmy (a to i s ohledem na vyšší výrobní náklady),
- možnost zapojení členů rodiny do činnosti farmy.

Obr. 6 – Příbytek, ve kterém probíhá terapie
Zdroj: Pasieka Gucio



Specifický způsob, jakým se farma zapojuje do krátkého potravinového dodavatelského řetězce: zákaznické segmenty, kanály a vztahy se zákazníky

Jak již bylo zmíněno v této případové studii, med je produkt, který se vždy prodával přímo od farmáře. Farma také využívá přímý prodej ze dvora a zákazníci jsou obvykle členové širší rodiny, přátelé, sousedé nebo turisté. Přímý prodej ze dvora však nebyl schopen zajistit prodej veškeré produkce farmy. Proto farma zvolila i další distribuční kanály pro své produkty. Farma se rozhodla i pro systém distribuce přímo do domácností (nebo skupinám spotřebitelů). Kromě přímého prodeje a těchto přímých dodávek prodává farma významnou část svého medu během veletrhů, festivalů a různých společenských akcí. Při prodeji a distribuci medu a dalších produktů využívá farma také podporu příbuzných z širší rodiny, kteří žijí ve velkých městech (Varšava, Poznaň) nebo i v menších okresních městech. v těchto městech jsou mnohem větší trhy a více potenciálních spotřebitelů s vyšší kupní silou ve srovnání s vesnicemi a městy v blízkosti farmy. Farma se proto snaží těžit z přístupu k těmto větším trhům. v neposlední řadě farma propaguje a prodává své produkty prostřednictvím moderních marketingových kanálů, jako jsou platformy „Wiejska e-skrzynka“ („venkovský e-box“) a „Polski e-bazarek“ („polský e-bazar“).

Pokud jde o propagační aktivity, pro farmu jsou stále velmi důležitá doporučení od spokojených zákazníků a šíření těchto dobrých referencí mezi potenciální zákazníky. Farma také ale propaguje své produkty na veletrzích, festivalech a akcích, v tradičních médiích, jako je rádio, a v současné době také na sociálních sítích, jako je Facebook a prostřednictvím profilů na různých webových stránkách. Farma ve virtuálním světě komunikuje mimo jiné prostřednictvím:

- Facebook: https://www.facebook.com/PasiekaGucioPodgorzyn?locale=pl_PL
- Venkovský e-box: https://wiejskaeskrzynka.pl/Pasieka-Gucio
- Polský e-bazar: https://polskiebazarek.pl/author/romualdrabkowski/

Zejména „Polský e-bazar“ a „venkovský e-box“ jsou nové elektronické marketingové kanály, které zkracují vzdálenost mezi farmáři a spotřebiteli.

Platforma „Polský e-bazar“ umožňuje zemědělským producentům bezplatně zveřejňovat nabídky produktů vyrobených na farmách. Cílem této iniciativy je usnadnit prodej a nákup produktů od místních producentů, propagovat krátké dodavatelské řetězce a podporovat zemědělské producenty v prodeji nezpracovaných i zpracovaných produktů. Polská platforma e-bazar funguje pod záštitou Ministerstva zemědělství a rozvoje venkova. Organizaci iniciativy zajišťují provinční zemědělská poradenská centra, takže má celostátní rozměr a zákazníci zde mohou najít velmi širokou škálu zemědělských produktů a služeb v Polsku.

„Venkovský e-box“ je další inovativní nástroj. Jedná se o elektronickou nákupní platformu určenou pro přímý kontakt mezi spotřebiteli a producenty. Nejedná se o typický e-shop, který prodává produkty a hledá kupce. Venkovský e-box reaguje na potřeby a zájem spotřebitelů o vysoce kvalitní lokální potraviny. Platforma vznikla za účasti fondů Evropské unie v důsledku

většího projektu s názvem „Inovativní model spolupráce zemědělských výrobců v rámci krátkých dodavatelských řetězců“. Iniciátorem bylo Kujavsko-pomořské zemědělské poradenské centrum v Minikowu, instituce poskytující podporu zemědělcům. Cílem tohoto projektu bylo zkrátit dodavatelské řetězce potravin a oslovit přímo konečné spotřebitele. Důležitým aspektem této iniciativy je myšlenka kolektivní akce k dosažení synergických efektů a rozsahu, které by přinesly výhody jak zemědělcům, tak spotřebitelům. v současné době Venkovský e-box integruje 22 farem, jednou z nich je naše analyzovaná farma. Venkovský e-box nabízí rozmanitý sortiment a spotřebitel si zde může koupit různé potravinářské výrobky, např. med z Pasieka Gucio, zeleninu, čerstvé a zpracované ovoce, mléčné výrobky, vejce, syrové a zpracované maso (šunky, klobásy), různé netradiční obiloviny, domácí koláče, hořčice, bylinky, houby a dokonce i levandulové výrobky. Venkovský e-box poskytuje zákazníkům možnost vytvářet speciální nákupní skupiny. To sdružuje lidi s podobným postojem k výživě a očekáváními ohledně potravinářských výrobků. Venkovský e-box se stává důležitou platformou, která spojuje farmáře se spotřebitelem bez zprostředkovatelů a poskytuje snadný přístup k široké škále produktů se zárukou kvality a vysokých výrobních standardů (na základě testů produktů) a příznivých cen za vysoce kvalitní produkty.

Po letech působení v krátkých potravinových řetězcích získala farma Pasieka Gucio s tímto typem marketingové strategie pozitivní zkušenosti a chce tuto strategii ještě intenzivněji využívat pro svůj růst a rozvoj.

Tabulka 1 – Business Model Canvas
Zdroj: Autor na základě dat z rozhovoru s farmářem a jeho rodinou

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Klíčoví partneři

Polský včelařský svaz,

Platforma e-foodbox,

Platforma polských elektronických bazarů,

Sdružení venkovských hospodyněk</td>
<td>Klíčové aktivity

Včelařství
Výroba medu (velmi široká škála druhů)
Výroba medu s přísadami (ovoce, bylinky, propolis)
Výroba řady produktů z medu – včelí chléb, včelí pyl, propolis
Marketingové a prodejní aktivity
Pro zákazníky Pasieky (včelína) Gucio – dům pro terapii včelím úlem.</td>
<td rowspan="2">Nabízená hodnota

Farma nabízí svým zákazníkům jedinečné a vysoce kvalitní produkty a zážitky, které jdou nad rámec vnímání medu jako pouhé komodity.

Farma nabízí široký sortiment medu a souvisejících produktů a také jedinečnou příležitost využít nabízenou terapii.</td>
<td>Vztahy se zákazníky

Přímý kontakt se zákazníky navštěvujícími farmu – sousedy, příbuznými, turisty i dalšími zákazníky.

Virtuální kontakt a interakce se zákazníky z měst – komunikace prostřednictvím webových stránek, oborových portálů a Facebooku.</td>
<td rowspan="2">Zákaznické segmenty

Zákazníci se zájmem o vysoce kvalitní med a unikátní produkty z medu

Zákazníci kupující pyl, včelí chléb a propolis – spotřebitelé, kteří si více uvědomují jejich zdraví prospěšné vlastnosti, lidé, kteří jsou nemocní nebo užívají profylaxi v podzimně-zimním období.

Zákazníci z regionu

Zákazníci z měst</td>
</tr>
<tr>
<td>Klíčové zdroje

Vlastní pracovní zdroje (majitel a jeho manželka),
Unikátní zkušenosti a dovednosti nashromážděné v průběhu let
Speciální plemeno včely (Buckfast)
Technická infrastruktura
Finanční zdroje.</td>
<td>Marketingové kanály
Veletrhy, festivaly, akce: 60 %; Přímý prodej: 30 %; Dodávky do domácností: 10 %.

Ústní propagace
Tradiční a sociální média¨
Nové typy elektronických platforem
Síť osobních kontaktů</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Náklady

Výdaje na palivo a energii,
Nákup cukru,
Sklenice a víčka,
Včelí královny,
Rámky, těla včel,
Veterinář,
Pracovní oděvy a další variabilní výdaje,
Poplatky za přístup na trhy a bazary.</td>
<td colspan="2">Zdroje příjmů

Prodej medu: 82 %;
Prodej pylu, včelího chleba a propolisu: 15 %;
Dotace a další podpora: 3 %.</td>
</tr>
</table>

Seznam obrázků

Obr. 1 - Pasieka Gucio 1 Zdroj: Pasieka Gucio 2
Obr. 2 - Pasieka Gucio 2 Zdroj: Pasieka Gucio 3
Obr 3. – Produkty nabízené farmou 1 5
Obr. 4 - Produkty nabízené farmou 2 5
Obr. 5 – Produkty nabízené farmou – akátový med (vlevo), pampeliškový med (uprostřed), med s citronem a zázvorem (vpravo) 6
Obr. 6 - Příbytek, ve kterém probíhá terapie 8

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Business Model Canvas Zdroj: Autor na základě dat z rozhovoru s farmářem a jeho rodinou 11