



GASTRO-GUIDE



ATASKAITA

***GASTRO-GIDO PROFESINIO
STANDARTO IR
MOKYMO(SI) POREIKIŲ
NUSTATYMAS***

Ispanija, Italija, Graikija, Lietuva, Lenkija,
Bulgarija

Cámara
Teruel



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



Κοιν. Σ. Εν. ΣΥΛΛΟΓΙΚΗΣ &
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΡΟΦΕΛΕΙΑΣ
σὺν τοῖς ἄλλοις





Turinys

IVADAS.....	3
Dalyvaujančių šalių esamos situacijos kaimo vietovėse tyrimas (A1)	3
Kaimo vietovių srityje atliktos apklausos rezultatai (A2).....	8
Konsoliduota ataskaita (konsorciumo lygiu)	10
Šalies ataskaita – Ispanija	39
Šalies ataskaita - Graikija	63
Šalies ataskaita Bulgarija	86
Šalies ataskaita – Lenkija	102
Šalies ataskaita - Italija	120
Šalies ataskaita – Lietuva.....	141



ĮVADAS

Šis dokumentas parengtas įgyvendinant projektą GASTRO-GIDAS (GG): naujas profesinis standartas kaimo vietovių tvarumui skatinti, švietimo ir žemės ūkio maisto bei gastronomijos populiarinimui, Nr. 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772, finansuojamas Europos Komisijos Erasmus+ programos.

Šiame dokumente aprašomas pirmasis projekto rezultatas (PR1) ir apibendrinami Gastro-Guide profesinio standarto ir mokymo poreikių nustatymo proceso rezultatai, išvados ir įžvalgos.

Projekto kontekstas

Aukščiau minėtas projektas (trumpai vadinamas „Gastro-Gido“ projektu) yra skirtas esamų problemų, susijusių su kaimo plėtra, sprendimų, kurie peržengia atskirų Europos šalių nacionalines sienas, svarstymui. Regioninei plėtrai remti skirtos ES finansavimo priemonės – ypač taikomos ES valstybių kaimo vietovėms – yra labiau orientuotos į administracines ir infrastruktūrines investicijas bei jų gerinimą. Reikia papildomų pastangų, kai kalbama apie vietos bendruomenių vystymąsi ir gyventojų gerovės gerinimą šiose srityse. Tai suponuoja investicijas į švietimą ir mokymą, taip pat vietos gyventojų verslumo įgūdžių formavimą, kad jie galėtų rasti savo vietą darbo rinkoje. Štai kodėl Gastro-Gido projekte naudojami ištekliai, kurie jau yra šalių partnerių kaimo vietovėse, pavyzdžiui: kultūros, istorijos ir gastronomijos paveldas; turistiniai objektai ir gamtos dovanos; žemės ūkio ir maisto gamybos tradicijos; neurbanizuota žalia ir saugi aplinka ir t.t. Nors paprastai vietiniai gyventojai visas šias žinias ir tradicijas išsaugo ir jomis didžiuojasi, jos dažnai lieka nežinomos žmonėms už konkretaus regiono ribų. Atsižvelgiant į visa tai, Gastro-Gido projektas bus skirtas vietinių „ambasadorių“ paruošimui, kad jie galėtų bendrauti ir reklamuoti šiuos lobius pasauliui.

Žinoma, trumpiausias būdas pasinaudoti unikaliais vietiniais ištekliais yra juos viešinti. Šiuo požiūriu turizmo vaidmuo darniam kaimo vietovių ir visos vietos ekonomikos vystymuisi, ypač po pandemijos, yra neabejotinas. Turizmas suteikia daug darbo galimybių bedarbiams, norintiems sugrįžti į darbo rinką ir yra didžiausias jaunimo, žemos kvalifikacijos ar ne visą darbo dieną dirbančių darbuotojų bei moterų „darbdavys“. Tačiau tyrimai rodo, kad sėkmingai kaimo plėtrai trūksta verslumo dvasios, ypač tarp jaunesnių kartų, kurios mano, kad darbas turizmo sektoriuje yra nepatrauklus dėl mažų atlyginimų ir ribotų perspektyvų. Be to, vietos veikėjų keitimosi informacija ir koordinavimo stoka dažnai yra didelis trūkumas plėtojant kaimo turizmo iniciatyvas.

Siekiant įveikti šiuos verslo įgūdžių ir vidinio bei išorinio bendradarbiavimo trūkumus, prisidėti prie kaimo turizmo plėtros ir stiprinimo, 2022 m. vasario mėn. pradėtas įgyvendinti projektas Gastro-Gidas. Projekto konsorciumas vienija 9 partnerius – organizacijas iš Šiaurės, Pietų ir Vidurio Europos, iš 6 šalių **sukurti naują profesionalų mokymo organizatoriaus standartą, kuris Europos kaimo vietovėse padės žmonėms mokytis, kaip reklamuoti savo kaimą ir priimti lankytojus**. Konsorciumas vienija įvairių darbo patirtį kaimo plėtros, švietimo technologijų plėtros bei mokymo srityse. Komanda vienija profesinio mokymo centrus, kolegiją, mažas įmones, moterų asociaciją ir socialinius partnerius iš Ispanijos, Graikijos, Lenkijos, Italijos, Lietuvos ir Bulgarijos, vadovaujant Prekybos rūmams Teruelyje, Ispanijoje.

Projekto tikslas yra dvejopas: viena vertus, juo siekiama gerinti gyvenimo sąlygas kaimo bendruomenėse, propaguojant jų gamtos ir kultūros paveldą, taip didinant visuomenės susidomėjimą, kita vertus, suteikiant galimybę socialiai atskirtiems žmonėms įsiliesti į darbo rinką.

Gastro-Gido vaidmuo

Šios iniciatyvos tikslas – sukurti naują „Gastro-Gido“ profesionalų standartą ekspertui, kuris remis vietos bendruomenių vystymąsi ir prisidės prie kaimo tvarumo per švietimą ir žemės ūkio maisto bei gastronomijos populiarinimą. Veikla bus sutelkta į projekto partnerių kaimo vietoves, siekiant populiarinti autentišką kultūros paveldą kaimuose ir artimą gamtai gyvenimo būdą. Dėl to projekte pirmiausia dėmesys bus skiriamas **naujo Gastro-Gido profesinio standarto** kūrimui.



Ką Gastro-Gidai darys?

Mūsų Gastro-Gidai turės du pagrindinius vaidmenis:

- 1) jie teiks paramą vietiniams kaimo gyventojams, vykdant instruktorių (trenerių) vaidmenį, mokydami ir skatindami juos būti iniciatyviais, steigiant arba valdant nedidelį / šeimos verslą, kuris naudojasi vietos išteklių ir tuo pačiu yra naudingas bendruomenei. Gastro-gido užduotis bus šviesti vietinius gyventojus ir remti juos kuriant nedideles maisto produktų plantacijas, skatinti juos konservuoti augalus/maistą ir skatinti vietinių maisto produktų naudojimą restoranuose, siekiant išsaugoti kokybišką vietinę virtuvę. Be to, Gastro-gidas išmokys/skatins kaimynus renovuoti senus namus ir siūlyti svečiams nakvynę, būti kūrybiškais, daryti rankdarbius ir kt.
- 2) antra, Gastro-gidas veiks kaip turistų konsultantas, mokydamas lankytojus apie kaimo kultūrą, gastronomiją, vietinius maisto produktus, paveldą ir kt., siekdamas populiarinti kaimą ir didinti jo patrauklumą.

Literatūros apie kaimo turizmo kompetencijas ir įgūdžius yra nedaug ir ji yra fragmentiška. Tyrimai rodo, kad trūksta kompetencijų, reikalingų **kaimo turizmo vadybininkams**, kad jie galėtų tobulėti šiuolaikinėje konkurencingoje turizmo arenoje. Be to, turizmas yra labai sudėtinga sritis, apimanti daugybę žinių, įgūdžių ir požiūrių, kurių reikia norint plėtoti, stiprinti ir išlaikyti (kaimo) turizmo verslą.

Naujasis „**Gastro-Gido**“ **profesinis standartas** taisys šį trūkumą, mokydamas kaimo verslininkus ir kaimo bendruomenių žmones. Jis organizuos mokymosi užsiėmimus su pojūčiais, skoniais, aromatais, kulinarine praktika, atradimu kaip mokymosi pastiprinimu, padės kaimo gyventojams įsilieti į darbo rinką, daugiausia moterims, jaunimui ir bedarbiams. Taip pavers kaimus didaktinėmis erdvėmis, kurių pedagoginiai tikslai ir metodika paremta patirtimi ar realia asmenine praktika, vadinama „Gastro-gidu“.

Be to, įgyvendinant projektą bus parengtas **specializuotas mokymo kursas**, skirtas Gastro-gidų, kurie veiks savo regionuose, ruošimui. Mokymo programa, kuri bus parengta įgyvendinant projektą, apims 5 mokymo modulius, atitinkančius Gastro-Gido mokymo poreikius ir suteiks Gastro-Gido sertifikatą. Moduliai bus teikiami taikant mišrią metodiką, įskaitant teoriją apie koučingo metodus, įrankius ir procesus bei praktiką kaimo vietovės gastronomijos ir kultūros (paveldo, tradicijų, papročių) srityje. Interaktyvių e. mokymosi kursų teikiama teorija ir praktika bus tinkama kiekvienai kaimo vietai.

Galiausiai, projekto tikslas neapsiriboja vien Gastro-Gido profesinio standarto ir mokymo kurso kūrimu, bet juo siekiama oficialiai įkurti Europos Gastro-Gidų bendriją, sujungtą per interaktyvią interneto platformą Kaimo vietovių švietimo erdvę (REA) (*angl. Rural Educational Area*). REA pasitarnaus kaip neformaliojo mokymosi erdvė, kurioje esami ir potencialūs Gastro-Gidai galės konsultuotis vaizdo įrašų, pedagoginių išteklių, mokymų dėka ir kur besimokantieji, ekspertai, mokytojai galės diskutuoti įvairiomis temomis. Projekto partneriai taip pat supažindins su parengta mokymo programa daugybę valstybinių ir privačių profesinio mokymo sektoriaus institucijų, iš vienos pusės ji pasieks profesionalus, o iš kitos - sprendimus priimančius asmenis.

Rezultato tikslas

Kadangi vienas iš pagrindinių projekto „Gastro-Gidas“ tikslų yra **sukurti naują kaimo vietovių gastronomijos ir kultūrinio turizmo trenerių profesionalų standartą – „Gastro-Gidas“**, pirmiausia reikėjo atpažinti ir išanalizuoti specialiuosius poreikius ir kompetencijų lygį, reikalingus būsimiems Gastro-Gidams.

Tuo tikslu projekto konsorciumas inicijavo platų tyrimą, siekdamas **nustatyti naujojo standarto mokymo poreikius**, kurie nukreips tolesnę tobulinimosi veiklą ir sudarys pagrindą išsamiai mokymo programai parengti.



Šiuo tikslu **ataskaitoje** analizuojama esama padėtis partnerinėse šalyse ir, remiantis įžvalgomis bei išvadomis, išdėstomos pagrindinės „Gastro-Gido“ standarto kūrimo sąlygos ir prielaidos.

Tyrimo metodologija

Siekiant patvirtinti preliminaras tyrimo išvadas, nustatytas projekto rengimo etape, partneriai susivienijo apibrėžti tyrimo koncepciją ir tyrimo atlikimo bei šios ataskaitos rengimo metodiką.

➤ **Geografinė tyrimo imtis:**

Tyrimą atliko 9 organizacijos – projekto partneriai ir duomenys buvo surinkti bei išanalizuoti šioms 6 šalims:

- Ispanija
- Italija
- Graikija

- Lietuva
- Lenkija
- Bulgarija

Tyrimas buvo fokusuotas į kiekvienos tyrimo dalyvės šalies kaimo vietas.

➤ **Tikslinės grupės:**

Tyrimo dalyvavo pagrindinės projekto metu nustatytos tikslinės grupės: mikro-entrepreneriai, socialiniai entrepreneriai, ūkininkai, kulinarijos specialistai, moterys, bedarbiai, kultūros gidai ir kt.

➤ **Tyrimo etapai:**

„Gastro-gido“ profesinio standarto ir mokymo poreikių nustatymas buvo įgyvendintas 2022 m. balandžio – 2022 m. gegužės mėn. ir buvo organizuojamas 3 etapais:

- dalyvaujančių šalių esamos situacijos kaimo vietovėse tyrimas
- apklausa, naudojant prototipinius klausimynus
- visų partnerinių šalių ataskaitos parengimas.

Žemiau pateikiame išsamią informaciją apie kiekvieną tyrimo proceso etapą:

1 Etapas:

Dalyvaujančių šalių esamos situacijos kaimo vietovėse tyrimas

Pirmąjį etapą atliko projekto partnerių organizacijų paskirti ekspertai, kurie atliko dokumentų tyrimą apie esamą situaciją projekto šalyse. Dėl to Ispanijos, Italijos, Graikijos, Lietuvos, Lenkijos ir Bulgarijos tyrimų grupės parengė šalių ataskaitas. Surinkti duomenys ir išvados buvo suskirstyti į bendrą lyginamąją ataskaitą, atspindinčią esamą situaciją partnerinėse šalyse.

Ataskaita (A1) apima tokią informaciją:

1. Bendra informacija apie šalį

- Šalies informacija apie kaimo vietas ir turistinę pasiūlą: regionų ekonomika ir geografinė specifika; turistiniai duomenys ir tendencijos (įskaitant kaimo ir gastronomicinį turizmą), klientų elgsenos raidą ir kt.



- Kaimo ir gastrominio turizmo potencialas: populiarių vietovių, tinkamų kaimo ir gastrominio turizmui, apžvalga.
 - Potencialaus besimokančiojo profilis
 - Esama profesinio mokymo pasiūla GG švietimo (ir profesinio) standarto srityje
2. Literatūros apžvalga
- Literatūros apžvalga, pagrįsta turimos informacijos bibliografiniu tyrimu: straipsniai, knygos ir bendra literatūra trenerio / koučerio / mentoriaus švietimo srityje.

2 Etapas:

Apklausa kaimo vietovėse

Antrajame etape projekto partneriai atliko faktinę apklausą kaimo vietovėse, išplatindami iš anksto sutartą anketos šabloną, skirtą įvertinti situaciją kaimo vietovėse partnerinėse šalyse. Anketos buvo orientuotos į įprastą kaimo gyvenimą, įsidarbinimo galimybes ir nedarbą, vietines tradicijas ir maistą, vietinius produktus ir garsius vietinius patiekalus, ir kt.

Apklausos tikslinės grupės buvo mokytojai, vietos verslininkai, moterys, bedarbiai, jaunimas, gyvenantis kaime ir mėgstantis kaimo gyvenimą, vyresnio amžiaus žmonės, išmanantys gastronomijos tradicijas ir vietinę mitybą, vietovės istoriją, mitus ir papročius.

Apklausos metu surinktus rezultatus išanalizavo partneriai ir parengė šalių ataskaitas. **Anketos pavyzdį** anglų kalba, taip pat nacionalinėmis projekto partnerių kalbomis (ES, IT, LT, PL, EL, BG) galima rasti šios ataskaitos prieduose.

3 Etapas:

Tyrimo ataskaitos rengimas

Paskutinis 1-mo projekto rezultato kūrimo etapas buvo sutelktas į esamos situacijos ataskaitos rengimą, pagrįstą šalių ataskaitų palyginimu iš tyrimų ir apklausos pirmųjų dviejų etapų metu. Ataskaitą parengė Bulgarijos partneris CAHA (kaip rezultato kūrimo lyderis), joje pateikiamas partnerių pateiktų šalių ataskaitų rezultatų matavimai ir analizė bei pagrindinės išvagos ir išvados.

Svarbiausias tyrimo ir apklausos pasiekimas yra įgūdžių ir kompetencijų, kurios būtinos Gastro-Gidui kaip gidui/mokytojui/koučerui, nustatymas. Be to, ataskaitoje pabrėžiami vieningi būsimojo Gastro-Gido mokymo poreikiai, kurie bus pagrindas rengiant mokymo programą ir profesinį standartą kitose projekto veiklose.

Žemiau apibendrinti abiejų tyrimo etapų rezultatai.



Dalyvaujančių šalių esamos situacijos kaimo vietovėse tyrimas (A1)

Parengus šalies ataskaitas iš esamos situacijos dokumentinio tyrimo, rengiamas atskiras dokumentas, turintis lyginamosios analizės ataskaitos formą konsorciumo lygmeniu. Siekdami nedubliuoti ten jau pateiktos informacijos, ataskaitoje išskirsime tik pagrindinius partnerių radinius ir išvadas:

Stebėjimas:

- Partneriai priėjo prie išvados, kad kai kuriose šalyse sunku rasti oficialios patikimos informacijos ypač apie kaimo vietovių ekonominius ypatumus. Taigi, pateikta informacija buvo analizuojama sektoriniu ar nacionaliniu lygmeniu ir buvo lyginama su teritorine apimtimi tam, kad būtų galima palyginti duomenis;
- Demografinės kaimo vietovių gyventojų ypatybės įvairiose šalyse skiriasi, tačiau yra keletas bendrų bruožų, pvz:
 - didesnis vidutinis kaimo gyventojų amžius – lyginant su šalies/miesto lygiais;
 - mažesnis nedarbo lygis – lyginant su šalies/miesto lygiu;
 - žemesnis vidutinis vietinių gyventojų išsilavinimo lygis – lyginant su šalies/miesto lygiu.

Bendros išvados:

Šiuo atžvilgiu buvo atlikta keletas įdomių pastebėjimų, lyginant skirtingų rodiklių vidutinius lygius tarp šalių. Taigi, buvo rastas paaiškinimas, kaip aprašyta žemiau.

- Nedarbo lygis kaimo vietovėse partnerių šalyse skiriasi priklausomai nuo regiono, tačiau apskritai nedarbas kaimo vietovėse yra mažesnis dažnai dėl:
 - Dauguma kaimo vietovėse gyvenančių senjorų yra laikomi nepriklausančiais darbo jėgai;
 - Žemės ūkio veikla užsiimantys gyventojai;
 - Aktyviai darbo ieškantys žmonės gyvena kaimuose ir važinėja į didesnius miestus siekdami geresnių įsidarbinimo galimybių;
 - Daugelis kaime gyvenančių žmonių pasirinko kaimą ir artimą gamtai gyvenimo būdą ir, kadangi patys tenkina savo poreikius gamindami maistą, savęs nelaiko bedarbiais ar darbo ieškančiais.
- Žemės ūkis kaimo vietovėse yra vyraujantis užimtumo sektorius:
 - Sudaro 25–57 % BVP (skirtingose šalyse)
 - Užimtumo lygis žemės ūkyje kaimo vietovėse yra nuo 33 % iki 66 %, lyginant su šalies lygiu, kur vidutinis procentas svyruoja nuo 12 % iki 29 %
- Turizmas kaimo vietovėse nėra gerai išvystytas:
 - Sudaro nuo 3% iki 7% atvykstančių turistų (įvairiose šalyse) – lyginant su nacionaliniu lygiu, kur turizmas sudaro nuo 7% iki 21% BVP
 - Apgyvendinimas teikiamas (daugiausia) svečių namuose, o ne viešbučiuose
 - Maistas tiekiamas mažuose vietiniuose restoranuose, maitinimo įstaigose arba tiesiogiai ūkiuose
- Žmonės į kaimo vietoves traukia labiausiai dėl tokių galimybių kaip:
 - atsakingai mėgautis gamta (ekoturistai)
 - mėgautis vietinių įmonių produktais ir paslaugomis



- „pasinėrimas“ į vietos kultūrą ir bendravimas su vietos žmonėmis
- kaimo gyvenimo būdo patyrimo
- paragauti vietinio/tradicinio maisto ir paragauti vietinės virtuvės patiekalų
- aplankyti teminius renginius ir lankytinas vietas
- dalyvauti patyriminėje veikloje ir kt.

Iššūkiai

Be pagrindinių išvadų, susijusių su kaimo vietovėse gyvenančių gyventojų demografiniais ir socialiniais bei ekonominiais ypatumais, buvo nustatytos kai kurios pagrindinės intervencijos vietos, kurios laikomos iššūkiais nacionalinės ir regioninės politikos formuotojams. Tarp jų yra:

- Poreikis tobulinti infrastruktūrą (įskaitant turistinę infrastruktūrą)
- Žemas vietinių gyventojų išsilavinimo lygis
- Žemas (potencialių) lankytojų informuotumo lygis
- Ribota prieiga prie šiuolaikinių technologijų
- Ribotos galimybės įsidarbinti
- Nepakanka kelionių agentūrų, kurios specializuojasi tik kaimo arba gastronominiame turizme
- Augančios inovacijos, sparti modernizacija ir daug naujų iššūkių turizmo plėtrai, kuriam reikia aukštos kvalifikacijos darbo jėgos.
- Darni turizmo plėtra kaip tendencija/būtina ir kt.

Privalumai:

Vis dėlto yra erdvės kaimo vietovių plėtrai per žemės ūkio ir gastro-turizmą remiantis nustatytais teigiamais faktais, ištekliais ir duotybėmis, pavyzdžiui:

- Išsaugotas tradicijų išmanymas
- Arti gamtos gyvenimo būdas (švarus maistas ir aplinka)
- Rami ir atpalaiduojanti atmosfera
- Svetingi vietiniai žmonės
- Stipri vietos bendruomenė
- Lankytojams pritaikyta patirtis
- Padidėjęs lankytojų susidomėjimas tipiniais vietiniais produktais ir žmonėmis
- Naujos strategijos nacionaliniu ir (arba) vietos lygmeniu, skirtos skatinti agro- ir gastrominį turizmą kaimo vietovėse arba apskritai kaimo vietovių plėtrą ir kt.

Trūkumai:

Rengiant kaimo vietovių plėtros priemones taip pat reikėtų atsižvelgti į šiuos trūkumus:

- Kaimo vietovių gyventojų senėjimas
- Migracija į miestus
- Konkuravimas su laiku – rizika prarasti žinias
- Lėtas infrastruktūros (įskaitant IRT) modernizavimas kai kuriose šalyse kaimo regionuose ir kt.



Galimybės:

Kaip pagrindinę galimybę skatinti kaimo turizmo plėtrą ir gerinti vietos gyventojų gyvenimą, remiantis tyrimo rezultatais, partneriai nustatė galimybę perkurti tradicinę turistinę pasiūlą, kuriant pritaikytus turistinius paketus/paslaugas, pvz. :

- Kaimo veikla – lauko veikla, demonstracijos, ūkių/malūnų/vyno daryklų atidarymas lankytojams;
- Vietos gastronomijos tradicijų ir amatų atgaivinimas;
- Renginiai (maisto ir kultūros festivaliai, mugės, parodos, maisto gaminimo kursai/dirbtuvės, koncertai ir kt.);
- Patirtinių turistinių objektų siūlymas ir kt.

Yra daug maisto ir vyno lobių, trumpai žinomų „išoriniams“ ==> kaimo vietovėse yra daug kur tobulėti turizmui, susijusiam su kulinariu ir gastronominiu paveldu.

Kitas tyrimo aspektas buvo mėginimas įvertinti potencialius projekto rezultatų vartotojus. Įvertinę turimus resursus partneriai įvardino grupes arba individus, kurie galėtų naudotis projekto parengtais įrankiais ir medžiaga:

- profesinio mokymo kursų instruktoriai arba mokyklų mokytojai;
- vietos verslininkai;
- kaimo vietovių vietinių asociacijų arba vietos bendruomenių, jau užsiimančių reklamavimu, darbuotojai;
- kaimo vietovėse įsikūrę vietos valdžios institucijų darbuotojai;
- bedarbiai (ypač jaunuoliai), gyvenantys kaimo vietovėse, kurie nebėra švietimo sistemoje ir nedirba;
- žmonės galvoję apie persikėlimą iš miesto į kaimą su interesu, priemonėmis ir potencialiomis idėjomis plėtoti smulkųjį vietinį verslą;
- įvairaus amžiaus žmonės: nuo jaunų šeimų ar vienišų, iki senų žmonių, turinčių tradicinių žinių ir patirtis;
- vadovai ar kiti specialistai iš miestų, norintys pradėti veiklą ir mokytis naujo gyvenimo būdo kaimo vietovėse.

Žinoma, iš jų, be iš anksto projekte nustatytų tikslinių grupių, bus atsižvelgiama į tolesnę komunikacijos ir sklaidos veiklą, siekiant įtraukti juos į projektą, taip pat informuoti apie būsimas iniciatyvas ir galimybes.

Profesinio mokymo pasiūlymai šalyse partnerėse

Kadangi „Gastro-gido“ mokymo kursas yra skirtas profesionalų ugdymui, jį planuojama įkurti pagal profesinio mokymo (VET) sistemą šalyse partnerėse. Tam taip pat reikėjo preliminarai ištirti esamus profesinio mokymo pasiūlymus šalyse, atstovaujamose Gastro-gido konsorciame, taip pat surinkti žinias apie profesinio mokymo sistemų organizavimą ir veikimą apskritai. Šios tyrimo dalies priežastys buvo šios:

- išvengti Gastro-gido mokymo kurso struktūros ir turinio dubliavimo su kitomis esamomis švietimo/mokymo programomis;
- ieškoti gero mokymo kurso su panašaus turinio, besimokančiųjų ir/ar organizavimo pavyzdžio;
- suprasti šalių partnerių profesinio mokymo sistemas, kad būtų galima ieškoti tinkamos Gastro-gido



kurso „vietos“ (lygio ir (arba) formos), kad jis būtų pripažintas nacionaliniu / ES lygiu.

Be to, išanalizavus partnerių surinktą informaciją buvo padarytos šios išvados:

- Apskritai visose šalyse partnerėse yra profesinio mokymo kursų arba vidurinio ugdymo program, kur yra įgyjama Turizmo gido kvalifikacija (pavadinime yra keletas variantų, bet turinys panašus).
- Turizmo gido darbo profilis daugeliu atvejų yra reguliuojamas (sertifikavimas).
- Dažniausias turizmo vadovo profesinio rengimo lygis yra EQF1- 3 / EQF 4.
- Kai kuriose šalyse (pavyzdžiui, Ispanijoje ir Italijoje) gastronomijos švietimas ir mokymas yra gana pažengęs – yra daug įvairių kursų ir specializacijų profesinio mokymo sistemose ir už jos ribų, o kitose (pavyzdžiui, Bulgarijoje) gastronomia, arba kulinarinio profesinio mokymo pasiūlymai yra riboti ir yra atotrūkis tarp skirtingų kvalifikacijų lygių, o tai įtakoja mokymosi kelią.
- Yra keletas specializuotų kursų pagal aukštesnes EKS, bet nė vienas nėra skirtas Gastro-gidui.
- Gastro-gido mokymai gali būti siūlomi kaip specializuotas profesinio mokymo kursas (profesijos dalis arba pasirenkamojo mokymo modulis pagal pripažintas mokymo programas), arba kaip papildomas aukštojo mokslo kursas.

Paskutinėje tyrimo dalyje partneriai skyrė ypatingas pastangas, kad nustatytų pagrindinius parametrus, kurie nulems Gastro-gido mokymo programos ir mokymo kurso kūrimą pagrindą. Tai išvardyta žemiau:

Gastro-gido užduotys ir pareigos

- Teikiamų paslaugų administravimas
- Agroturizmo, vietinių produktų ir paslaugų skatinimas
- Bendradarbiavimas su regionų bendruomenėmis ir kitomis institucijomis
- Turistinių ir rekreacinių pasiūlymų taikymas įvairioms gavėjų grupėms
- Vietos turistinio prekės ženklo valdymas
- Įvairių renginių, festivalių, koncertų, konkursų, ritualų ir kt. organizavimas
- Kulinarinių, amatų ir kitų dirbtuvių organizavimas
- Konferencijų, seminarų ir mokymų, kaip gerosios praktikos, organizavimas
- Apgyvendinimo rezervavimo sistemos valdymas (neprivaloma)
- Vietinės kultūros tinklalapio / tinklaraščio valdymas (įskaitant apie produktus / paslaugas, taip pat kaimo vietovės / regiono gastronomiją) (neprivaloma)
- Savo verslo valdymas (neprivaloma).

Įgūdžiai ir kompetencijos, kurios būtinos Gastro-Gidui kaip gidui/instruktoriui/koučeriui

- Produkto valdymo žinios
- Gastronomijos pramonės išmanymas
- Puikūs bendravimo įgūdžiai (verbalinis ir neverbalinis)
- Rinkodaros ir reklamos principų išmanymas
- Derybų įgūdžiai
- Puikūs organizaciniai įgūdžiai



- Verslumo ir pardavimo metodų išmanymas
- Užsienio kalbų mokėjimas
- Žinios, kaip prižiūrėti svetainę, skelbti turinį socialiniuose tinkluose
- Vietos kultūros, folkloro, regionalizmo ir kt. pažinimas.

Specialūs gastro-gidų mokymo poreikiai (kaip nustatyta tyrimo metu)

- Vietos teritorijos kultūra ir istorija
- Vietos teritorijos tradicijos, įsk. vietiniai produktai, virtuvė, rankų darbo gaminiai, papročiai ir kt.
- Produktų ir teritorijos sąsaja (įskaitant istorinius aspektus)
- Teritorijos turtingumo apžvalga: bendri bruožai ir ypatumai. Kaip pasirinkti, kas gali būti išskirtas kaip vietovės unikalumas.



Kaimo vietovių srityje atliktos apklausos rezultatai (A2)

Kurdami apklausos formą, partneriai taip pat įtraukė projekto tikslų, veiklų ir laukiamų rezultatų santrauką, todėl respondentai ne tik pateikia nuomonę apie dominančias sritis, bet ir buvo informuoti apie projektą bei jo naudą. Formą sudarė 42 atviri ir uždari klausimai, taip pat keletas atviros vietos kitiems respondentų komentarams ir pasiūlymams. Uždari klausimai suteikė galimybę gavėjams pasirinkti iš anksto nustatytų atsakymų/variantų, o atviri klausimai surinko informaciją apie respondentų asmeninę kilmę, pageidavimus ir pasiūlymus.

Kiekviena šalis partnerė užtikrino, kad bent 50 respondentų užpildytų apklausą ir pateiktų savo atsakymus į užduotus klausimus. Konkretus gautų atsakymų pagal šalį skaičius pateikiamas yra toliau ataskaitose. Iš viso buvo surinkti ir išnagrinėti **342 klausimynai** iš 6 šalių.

Surinkę atsakymus Gastro-gido partneriai parengė **šalių ataskaitas** su gautų rezultatų santrauka ir analize. Tada buvo apibendrintos šalių ataskaitos, o bendri skaičiai ir pagrindinės išvados pateikiamos kaip konsoliduota ataskaita.

Pirmame skyriuje paaiškinamas kiekvieno klausimo tyrimo metodas ir pristatomi bei analizuojami **bendri rezultatai konsorciumo lygmeniu**.

Kituose skyriuose yra **šalių ataskaitos** su skaičiais ir išvadomis, kurias parengė partneriai 6 projekto šalyse.

Klausimyno
santrauka

Konsoliduoda
ataskaita





Konsoliduota ataskaita (konsorciumo lygiu)

Klausimyno modelis buvo suskirstytas į keletą skyrių – kiekvienas iš jų turėjo skirtingas užduotis rinkti tam tikrą informaciją, reikalingą tolesnei analizei. Todėl čia pateikiama kolektyvinė ataskaita, organizuota vadovaujantis formos skyreliais ir grupuojant klausimus pagal respondentams pateiktą informaciją, jų demografinę ir socialinę-ekonominę padėtį, kilmę, pageidavimus, nuomones, pasiūlymus ir kt.

Šiame skyriuje taip pat pateikiamos ir paaiškintos iš anksto nustatytos atsakymo parinktys.

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

Pirmoji anketos dalis buvo skirta respondentams, pateikiant jiems trumpą informaciją apie projektą ir jo tikslus, apklausos tikslą, taip pat konsorciumo iškeltas užduotis rengiant Projekto rezultatą nr.1. Taip pat buvo įtraukta daugiau informacijos apie atitinkamos šalies partnerių kontaktus, kad suinteresuoti respondentai galėtų susisiekti ir gauti papildomos informacijos apie projektą.

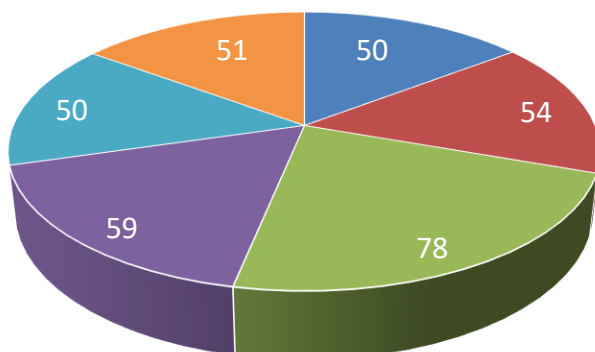
Bendra informacija

Skiltyje „**Bendra informacija**“ (klausimai Nr.1-3) respondentų buvo paprašyta nurodyti savo kontaktinius duomenis (jei jie nori), todėl galime palaikyti ryšį dėl tolimesnio bendravimo. Daugelis gavėjų, ypač atstovaujantys verslo subjektams, pasinaudojo šia galimybe ir paliko savo asmeninius ir/ar įmonių pavadinimus, pareigas, tačiau ne daug iš jų nurodė savo kontaktus. Suprantama, turint omenyje žmonių abejones dalinantis asmenine informacija, atsižvelgiant į galimą žalingų veiksmų riziką ar bent jau gauti nepageidaujamus pranešimus (per daug pateiktos informacijos dažnai laikoma brutualu).

Kitas klausimas (nr.4) buvo skirtas nustatyti, iš kurios šalies jie atsako, todėl galima sekti respondentų skaičių pagal jų gyvenamąją vietą. Kadangi anketa buvo išplatinta 6 šalyse partnerėse, galimi atsakymai į šį klausimą apsiribojo šiomis šalimis: Bulgarija, Graikija, Ispanija, Italija, Lietuva ir Lenkija. Buvo manoma, kad net jei respondento kilmės šalis nėra įtraukta į išvardintus, tai yra bent gyvenamoji šalis, kurioje respondentas gyvena/mokosi/dirba, todėl jis turi teisę pateikti pakankamai atsakymų į užduodamus klausimus.

Kaip minėta, projekto konsorciumas iš viso **surinko 342 anketas**. Žemiau pateikiamas jų dalies pasiskirstymas (skaičiais), atsižvelgiant į kiekvienos šalies indėlį.

Atsakymų skaičius partnerinėse šalyse



■ Bulgarija ■ Ispanija ■ Italija ■ Graikija ■ Lenkija ■ Lietuva



Kaip matyti diagramoje, visi partneriai sugebėjo įvykdyti minimalų respondentų skaičiaus tikslą ir užtikrinti ne mažiau kaip 50 užpildytų anketų, todėl tyrimo reprezentatyvumas yra įmanomas analizės ir ataskaitų teikimo tikslais.

Bazinė informacija

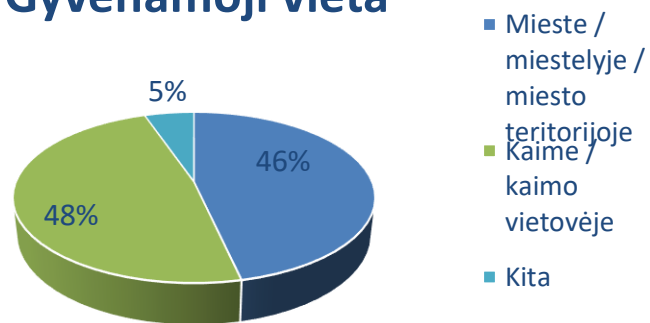
Kitas skyrius buvo skirtas respondentų profilio tyrimui ir nustatymui, atsižvelgiant į jų gyvenamąją vietą, ankstesnę patirtį ir išsilavinimą. Tam buvo suformuluoti šie klausimai:

5. Kur tu gyveni?

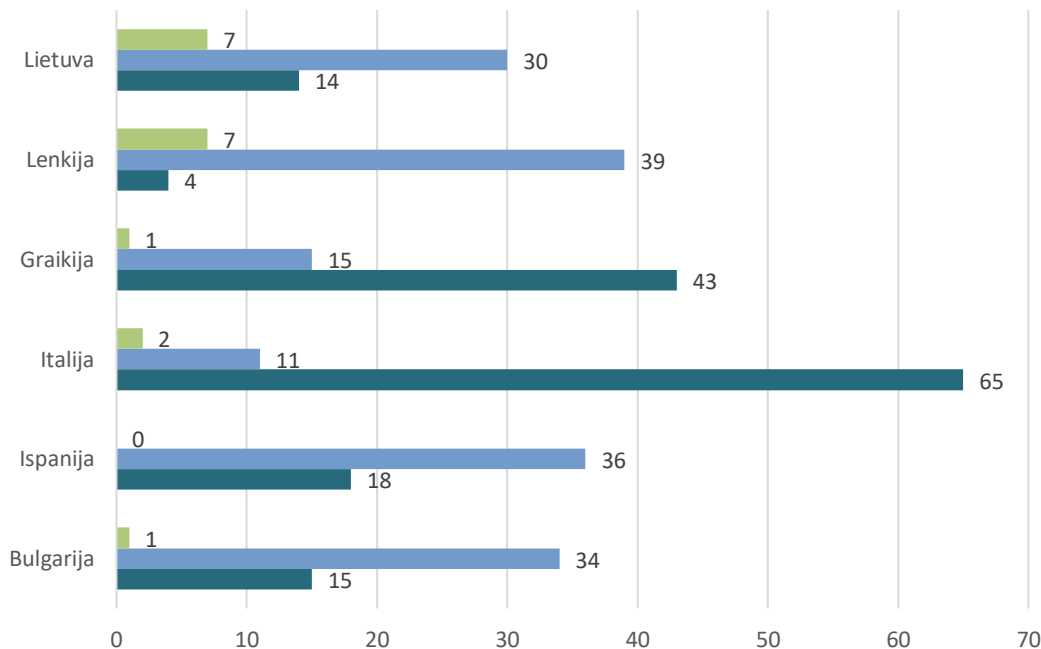
- *Mieste / miestelyje / miesto teritorijoje*
- *Kaime / kaimo vietovėje*
- *Kita*

Klausimas buvo suformuluotas siekiant ištirti respondentų gyvenamąją zoną ir nurodyti, kurios priklauso kaimo gyventojams. Viena vertus, tai galimi projekto ir jo rezultato naudos gavėjai – žmonės, kuriems reikia paramos savo verslui kurti/plėsti arba turinčius galimybę susirasti darbą kaimo vietovėje. Kita vertus, manoma, kad miesto gyventojai, į kuriuos kreipiamasi, galintys perduoti žinias ir patirtį į kaimus, taip pat potencialiai suinteresuoti ten persikelti/dirbti ar kitaip motyvuoti prisidėti prie kaimo plėtros.

Gyvenamoji vieta



Kur tu gyveni?



	Bulgarija	Ispanija	Italija	Graikija	Lenkija	Lietuva
Kita	1	0	2	1	7	7
Kaime / kaimo vietovėje	34	36	11	15	39	30
Mieste / miestelyje / miesto teritorijoje	15	18	65	43	4	14



Kaip matyti iš aukščiau pateiktos diagramos, nors anketos buvo skirtos kaimo vietovių gyventojams, daugelis respondentų savo gyvenamąją zoną pažymėjo kaip miesto (gyvenimą mieste ar miestelyje). Vienas iš galimų paaiškinimų yra tas, kad nemokamas anketų platinimas internete sukėlė gyventojų, gyvenančių mieste, tačiau dirbančių apylinkėse/kaimo vietovėje arba turinčių verslą (kaip paaiškėja iš tolimesni klausimai). Šiuo atveju nenuostabu, kad „miesto gyventojai“ dažniausiai yra tie, kurie taip pat nurodė, kad jie turi ar vykdo verslą kaimuose. Tai taip pat leidžia daryti išvadą, kad tarp kaimo gyventojų nėra pakankamai verslumo iniciatyvos – nors jie iš tikrųjų gyvena mažose gyvenvietėse/kaimuose, šalia visų dominančių išteklių (gamtos, kultūros, paveldo ir kt.), vis tiek yra „išoriniai“ žmonės, jie naudoja šį potencialą ir valdo turistines vietas.

Kitas įdomus pastebėjimas yra skirtumas tarp dviejų rodiklių (atsakančių kaimo/miesto gyventojų): nuo daugiausia kaimo gyventojų atsakiusių į apklausą Lenkijoje iki maždaug 1/3 miesto ir 2/3 kaimo gyventojų Lietuvoje, Ispanijoje ir Bulgarijoje, daugumai respondentų, gyvenančių miestuose – pavyzdžiui, Graikijoje ir Italijoje. Be aukščiau pateikto paaiškinimo, čia taip pat atsiranda bendras visoje Europoje jaunų (ir ne tik) žmonių migracijos į miestus modelis, siekiant geresnių įsidarbinimo galimybių ir apskritai kaimų bei kaimo vietovių ištuštėjimo.

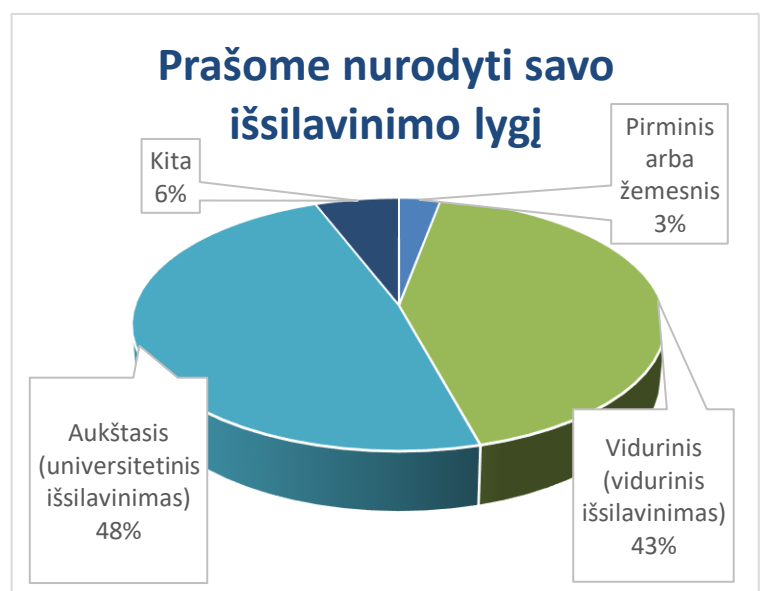
Kitais dviem klausimais buvo siekiama profiliuoti respondentus pagal jų išsilavinimą, ištirti dažniausiai pasitaikantį išsilavinimo lygį bei ugdymo sritis, kurioms jie buvo ruošiami. Tam klausimai Nr.6 ir Nr.7 buvo sudaryti taip:

6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:

- Pradinis arba žemesnis
- Vidurinis (vidurinis išsilavinimas)
- Aukštasis (universitetinis, koleginis išsilavinimas)
- Kita: (Prašome įrašyti)

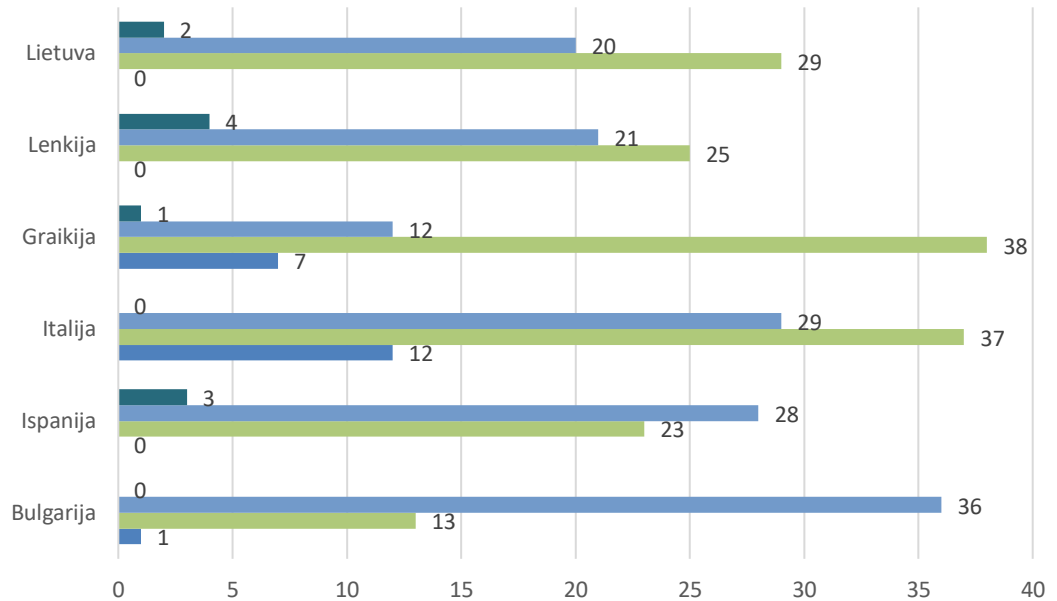
Klausimu buvo siekiama nustatyti bendrą šalių partnerių kaimo vietovėse gyvenančių gyventojų išsilavinimo lygį, kaip atskaitos tašką planuojant Gastro-Gido mokymo kurso plėtrą (kalbant apie galimą minimalų išsilavinimą ir/ arba mokymas kaip įstojo sąlyga besimokantiejiems), viena vertus, ir, kita vertus, – kaip padėties šalių partnerių kaimo vietovėse rodiklis. Kaip matyti iš bendrosios diagramos, dauguma respondentų turi vidurinį arba aukštąjį išsilavinimą, palyginti su nežymia dalimi deklaruosius pradinį ar žemesnį išsilavinimą. Iš pirmo žvilgsnio tai kelia painiavą, jei tyrinėjame kaimo vietovėse gyvenančius gyventojus, dažnai siejamus su žemesniu išsilavinimo lygiu, susijusiu su bendra kaimo gyventojų gerove ir socialine padėtimi, nutolusias vietas, kuriose jie gyvena, ir apsunkina galimybes gauti išsilavinimą (Visgi rezultatai, kaip minėta, pagrįsti visų respondentų, kurių beveik pusė yra ne kaimo, o miesto gyventojai, gautais atsakymais. Tai iš dalies paaiškina aukštą vidutinį išsilavinimo lygį, kurį rodo rezultatai. Kita hipotezė, kurią verta išnagrinėti, yra ta, kad jauni gerai išsilavinę žmonės grįžta į kaimo gyvenimą ir ieško sveiko ir ramaus gyvenimo būdo. Be to, tai būtų viena iš puikių tikslinių grupių, kurios būtų įtrauktos į gastro-gidų mokymus, nes vietos paveldą, kultūrą ir virtuvę vertina kaip lobius ir gali įvertinti jų pridėtinę vertę lankytojo požiūriu.

Atsakymų pasiskirstymas pagal šalis pateiktas žemiau esančioje lentelėje:





Respondentų išsilavinimo lygis šalyse:



	Bulgarija	Ispanija	Italija	Graikija	Lenkija	Lietuva
■ Pirminis arba žemesnis	0	3	0	1	4	2
■ Vidurinis (vidurinis išsilavinimas)	36	28	29	12	21	20
■ Aukštasis (universitetinis išsilavinimas)	13	23	37	38	25	29
■ Kita	1	0	12	7	0	0

Aštuntas klausimas detalizuoja ankstesnį atsakymą, įvertinant respondentų išsilavinimo sritį. Tai suteikia supratimą apie vietos gyventojų pajėgumą, atsižvelgiant į potencialų susidomėjimą plėtoti savo verslą tam tikrame ekonomikos sektoriuje, remiantis ankstesniu išsilavinimu ir (arba) mokymu toje srityje. Atsakymas buvo iš anksto apibrėžtas pagal ISCED nustatytas švietimo ir mokymo sritis, todėl pateiktus atsakymus lengviau apdoroti ir interpretuoti. Štai kaip buvo pateiktas klausimas:

7. Nurodykite savo išsilavinimo ir (arba) mokymo sritį:

- Menai ir humanitariniai mokslai
- Socialiniai mokslai, žurnalistika ir informacija
- Verslas, administravimas ir teisė
- Informacinės ir ryšių technologijos
- Gamtos mokslai, matematika ir statistika
- Inžinerija, gamyba ir statyba
- Žemės ūkis, miškininkystė, žuvininkystė ir veterinarija
- Sveikata ir gerovė
- Paslaugos, įskaitant keliones, turizmą ir laisvalaikį
- Kita: (Prašome įrašyti)

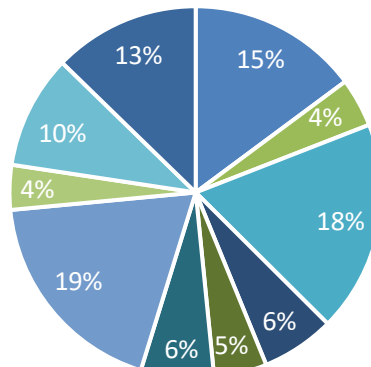


Rezultatai, gauti šiuo klausimu apskritai (konsorciumo lygiu), pateikti diagramoje dešinėje. Yra kelios sritys, kurios išsiskiria iš kitų, tarp kurių didžiausia dalis tenka „Verslui, administravimui ir teisei“ (19 proc.), o toliau rikiuojasi žemės ūkis, miškininkystė, žuvininkystė ir veterinarija su 18 proc. Pastarasis rezultatas yra labai viliojantis, nes kaimo vietovėse gyvena pakankamai išsilavinusių žmonių, turinčių žinių ir patirties valdyti ūkį (beveik 1/5 respondentų), o tai yra viena iš pagrindinių prielaidų plėtojant ūkį kaimo vietovėse, įskaitant maisto gamybą, tvarios ekonomikos valdymą, kaimo patirties teikimą lankytojams lauke ir kt.

Dar viena reikšminga dalis, kuri prisidėtų prie vietos plėtros kaimo vietovėse ir galėtų būti panaudota rengiant Gastro-Gidus pagal projektą, yra žmonių, turinčių išsilavinimą ir (arba) išsilavinimą paslaugų srityje, įskaitant keliones, turizmą ir poilsį (13 proc.). Tai potencialūs tiesioginiai mokymo kurso naudotojai, kuriems turizmo srityje turizmo srityje turbūt labiausiai būtų naudinga Gastro-Gido specializacija.

Projekto partneriai turėtų dėti ypatingas pastangas įtraukdami šias kelias žmonių grupes, kad aktyviau jas įtrauktų į projekto veiklą.

Išsilavinimo sritis

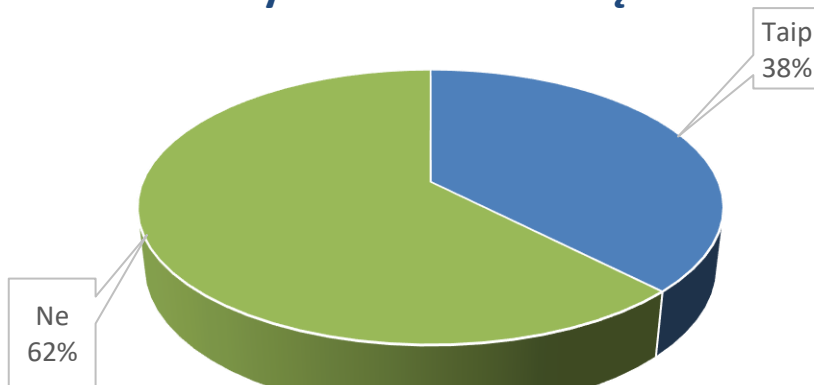


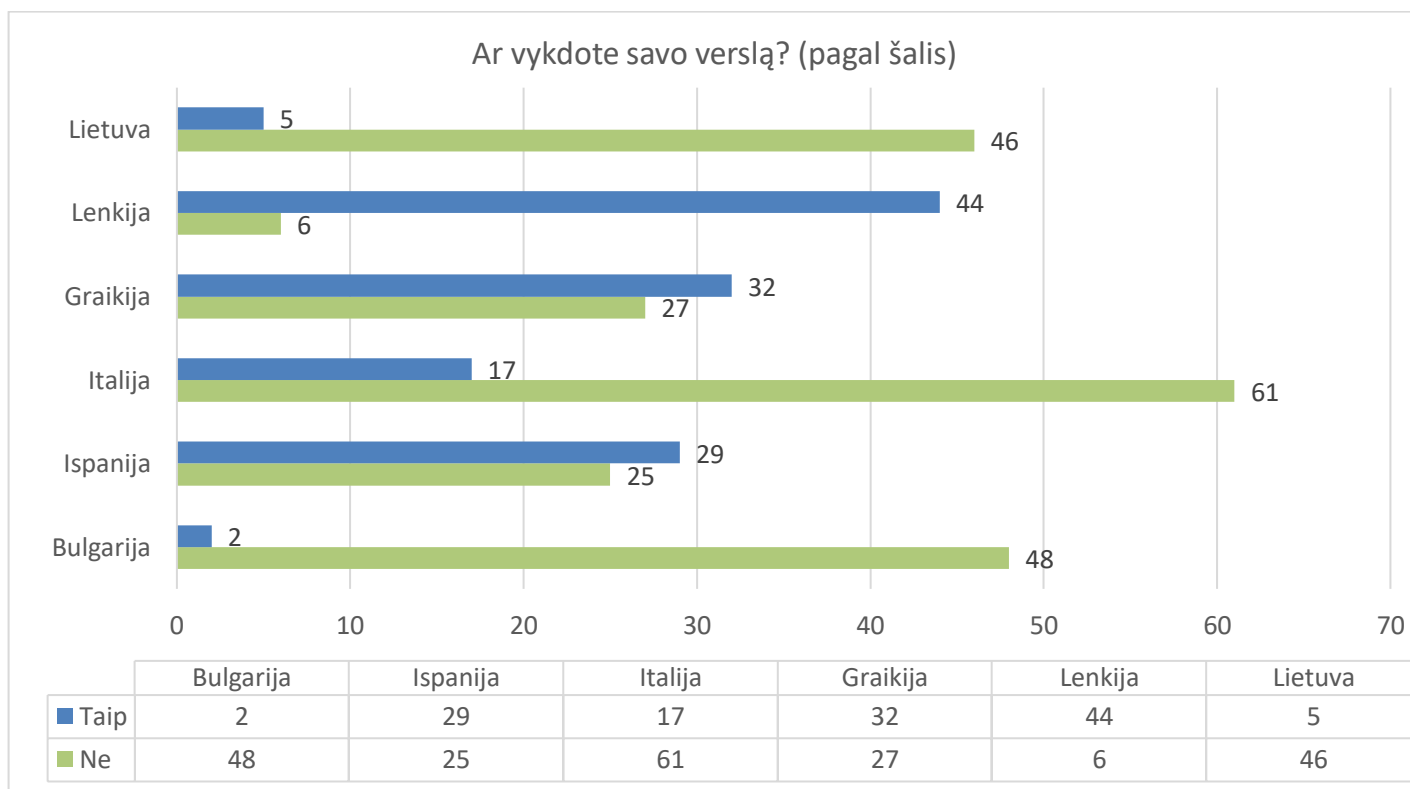
- Menai ir humanitariniai mokslai
- Socialiniai mokslai, žurnalistika ir informacija
- Verslas, administravimas ir teisė
- Informacinės ir ryšių technologijos
- Gamtos mokslai, matematika ir statistika
- Inžinerija, gamyba ir statyba
- Žemės ūkis, miškininkystė, žuvininkystė ir veterinarija
- Sveikata ir gerovė
- Paslaugos, įskaitant keliones, turizmą ir laisvalaikį
- Kita

8. Paskutinis šios dalies klausimas buvo skirtas suskirstyti respondentus pagal jų įsitraukimą į verslo veiklą. Užduotas klausimas buvo „**Ar vykdate savo verslą?**“ ir pasirinkus vieną iš pateiktų variantų Taip/Ne, respondentai neformaliai buvo skirstomi į „Verslo savininkus/atstovus“ ir „Rezidentus“ (įskaitant darbuotojus, bedarbius, neaktyvius darbo rinkoje dėl kitų priežasčių, pavyzdžiui, motinystės atostogų, ir tt – ir apskritai tai buvo NE verslo savininkai).

Šis skirstymas buvo svarbus kaimo vietovių užimtumo ir potencialo tyrimo požiūriu. Atitinkamai, sekantys klausimai buvo išdėstyti savaip, todėl subkategorija atsižvelgia į pasirinktą paskutinio klausimo atsakymą ir, apibrėžusi respondentų priklausomybę, nukreipia juos toliau prie konkrečiai tikslinei grupei taikomų klausimų. Taigi, respondentai kitoje skiltyje gavo skirtingas klausimų versijas, todėl gali tinkamai atsakyti pagal savo poziciją.

Ar vykdate savo verslą?





Čia gauti rezultatai aiškiai rodo, kad jau dabar yra gana nemaža dalis kaimo vietovėse įsisteigusių darbdavių/verslo savininkų, į kuriuos kreipiasi partnerystė. Procentas įvairiose šalyse partnerėse skiriasi, kaip matyti iš aukščiau esančios diagramos, daugiausia dėl skirtingo požiūrio ir kontaktinių duomenų bazių, kurias partneriai naudoja platindami klausimynus. Be to, rezultatai taip pat gali būti interpretuojami kaip liudijantys verslo infrastruktūros išsivystymo lygį kaimo vietovėse įvairiose šalyse. Taigi, pavyzdžiui, Lenkijoje kaimo vietovėse veikiančios įmonės yra gana paplitusios verslo veiklos valdymo požiūriu, steigiant organizuotas įmones, o Bulgarijoje tai nėra pageidautinas veiklos būdas, paprastai įmonių vadovybė yra susijusi su specializuotų turizmo agentų (iš miestų) rinka ir vietiniai gyventojai kaimuose – nors ir tiesiogiai teikia paslaugas vietoje – nesijaučia pasiruošę valdyti savo įmonę.

Kaip minėta, nuo šio momento respondentai šioje analizėje buvo suskirstyti į dvi grupes, kurios preliminariai pavadintos „Verslo savininkai“ ir „Gyventojai“.

„Verslo savininkai“ atsakymų apžvalga

Pirmiausia apžvelgsime toliau pateiktus „Verslo savininkų“, kaip žmonių, atstovaujančių kaimo vietovėse veikiančias įmones/subjektus, atsakymus. Iš viso 129 (iš 342) respondentai save įvardijo kaip verslo savininkus kaimo vietovėse. Kiti klausimai, į kuriuos jie turėjo atsakyti, buvo susiję su jų vykdomo verslo įsteigimu, apimtimi ir sritimi. Išsami informacija, gauta iš atsakymų, padės partnerystei giliau suprasti verslo aplinką, struktūrą ir veiklos apimtį, kurią apima įmonės ir mažos įmonės, veikiančios kaimo vietovėse visose šalyse partneriuose.

Pateikiame visų konsorciavimo lygio respondentų gautus atsakymus:

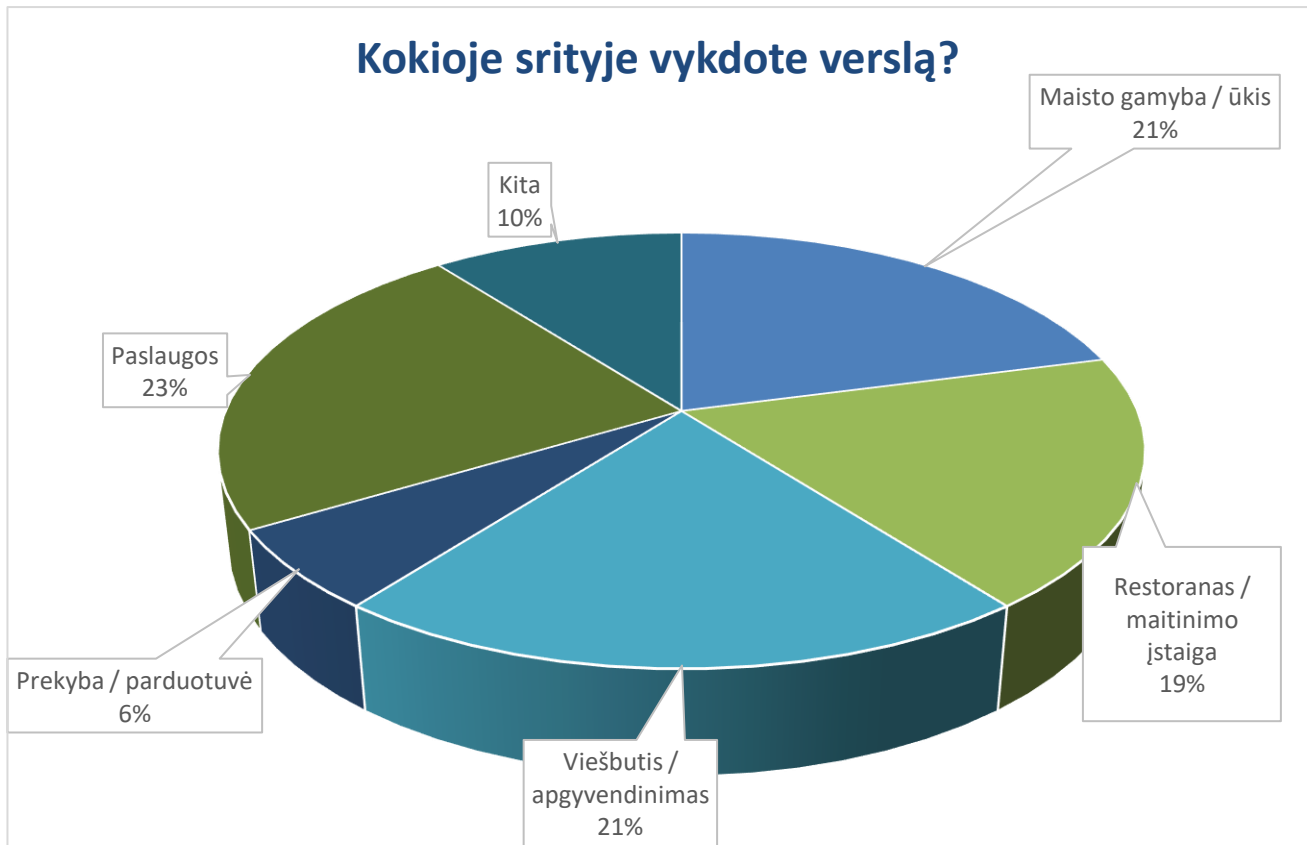
9. Kokio tipo verslą vykdomė?

- Maisto gamyba / ūkis
- Restoranas / maitinimo įstaiga
- Viešbutis / apgyvendinimas
- Prekyba / parduotuvė



•Paslaugos

•Kita: (Prašome įrašyti)

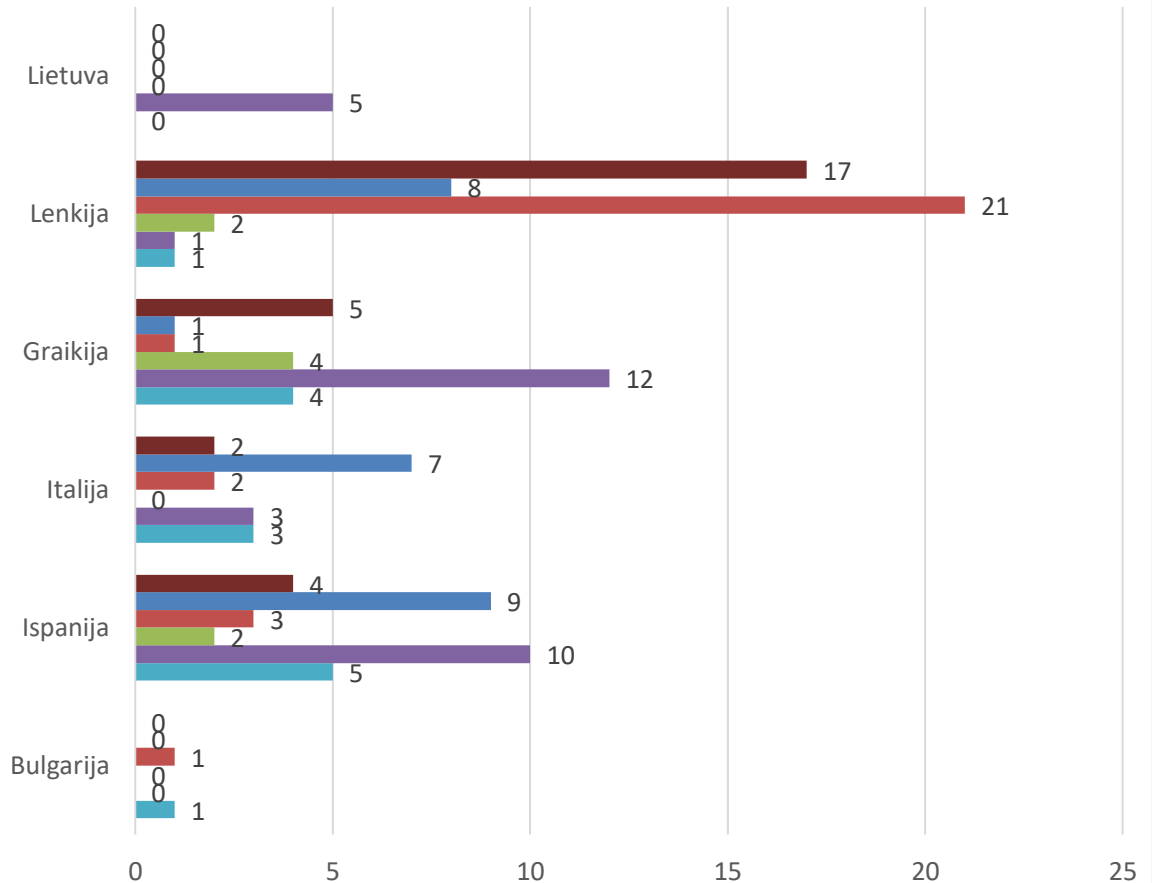


Po klausimo buvo pateikti iš anksto nustatyti atsakymai, kurie buvo orientuoti į tradiciškai su kaimo vietovėmis susijusias sritis, taip pat į projekto interesų sritis – susijusias su žemės ūkio ir gastroturizmu. Kaip ir tikėtasi, dauguma atsakymų patenka į šiuos sektorius – nemaža dalis viešbučių / apgyvendinimo paslaugų (21%) ir maisto gamybos įmonių / ūkių (21%), taip pat nemaža dalis restoranų / maitinimo įstaigų (19%). Iš gautų rezultatų galima daryti išvadą, kad kaimo vietovėse yra gerai išvystyta turizmo infrastruktūra, turinti didelį potencialą teikti visą su agro ir gastro-turizmu susijusių pramogų ir paslaugų paketą. Žinoma, kai kuriose tradiciškai turistinėse šalyse, populiariose dėl vietinio maisto, kaimo kraštovaizdžių ir kultūros/paveldo lankytinų vietų, pavyzdžiui, Italijoje ir Ispanijoje, jos yra kur kas labiau įsitvirtinusios ir atpažįstamos, o kitose, pavyzdžiui, Bulgarijoje ir Lietuvoje, tokios rūšys turizmo sektorius vis dar vystomas.

Šių įdomių ryšių galima pastebėti kitoje diagramoje, parodančioje koreliaciją tarp skaičių įvairiose projekto šalyse.



Kokioje srityje vykdoma verslą?

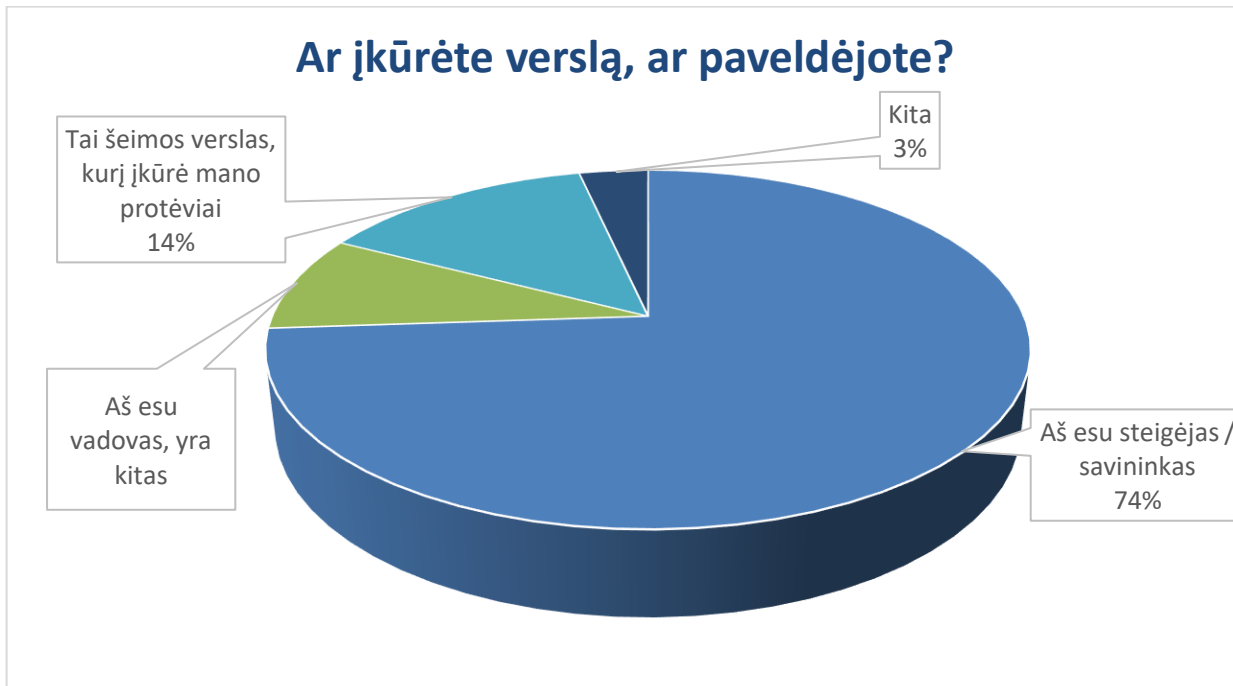


	Bulgarija	Ispanija	Italija	Graikija	Lenkija	Lietuva
■ Maisto gamyba / ūkis	0	4	2	5	17	0
■ Restoranas / maitinimo įstaiga	0	9	7	1	8	0
■ Viešbutis / apgyvendinimas	1	3	2	1	21	0
■ Prekyba / parduotuvė	0	2	0	4	2	0
■ Paslaugos	0	10	3	12	1	5
■ Kita	1	5	3	4	1	0

Kiti 3 klausimai, skirti verslo atstovams, atsakiusiems į anketą, buvo susieti su verslo tvarumu. Atitinkamai buvo prašoma nurodyti verslo įmonės įkūrėją, veiklos laikotarpį rinkoje bei įmonėje dirbančių darbuotojų skaičių. Čia pateikiame klausimų sąrašą ir gautų rezultatų santrauką:

10. Ar įkūrėte jį (verslą, kurį vykdomate), ar paveldėjote?

- Aš esu steigėjas / savininkas
- Aš esu vadovas, yra kitas savininkas
- Tai šeimos verslas, kurį įkūrė mano protėviai
- Kita: (Prašome įrašyti)



Čia pateikti rezultatai parodo respondentų verslumo požiūrį, beveik ¾ iš jų yra savo įmonių steigėjai. Tai gana daug žadanti situacija, kai ši populiacija yra aktyvi ir užsiima savo įmonių plėtra. Pridėjus 14% įpėdinių šeimos verslui kaimo vietovėse, užbaigti beveik 90% verslo atstovų, motyvuotų prisidėti prie vietos plėtros savo vietovėje, o tai būtų naudinga ir jų pajamoms bei gerovei. Žmonių, pažymėtų kaip vadovai ar vadovaujantys kito asmens verslui, skaičius yra palyginti mažas (9%), todėl galima daryti išvadą, kad kaimo vietovėse įsteigtų įmonių valdymas dažniausiai yra patikėtas steigėjų/savininkų šeimai.

Dėl kitų dviejų klausimų: **11. „Kiek laiko vykdote šį verslą?“** ir **12. „Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje?“** atsakymai įvairiose šalyse buvo gana skirtingi – atsakė beveik 100 asmenų (iš 129 verslo savininkų), o išsamiau aprašyti šalių ataskaitose, kuriose atitinkami partneriai padarė išvadas.

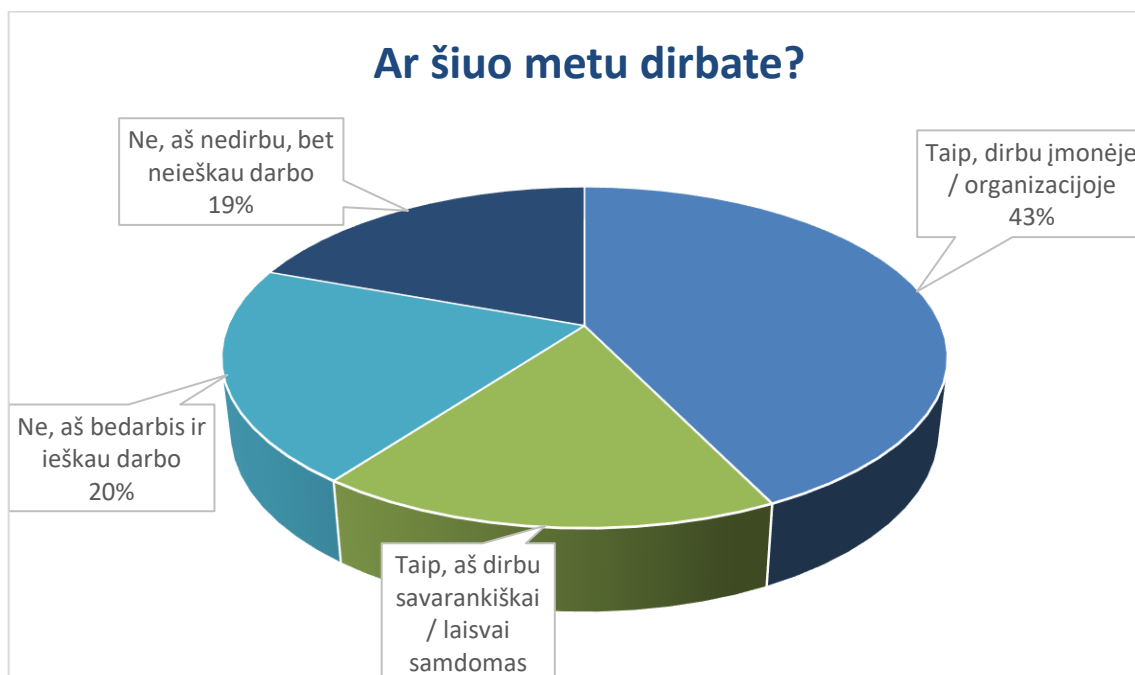
„Gyventojai“ atsakymų apžvalga

Kaip minėta, antroji didelė respondentų grupė buvo nurodyta kaip „Gyventojai“, turinti reikšmę, kad žmonės savęs neidentifikuoja kaip verslo savininkai. Iš viso šį variantą („Ne“) 8 klausime pažymėjo 129 respondentai (iš 342 respondentų). Šie asmenys turėtų kartu atstovauti dirbančiųjų, bedarbių ir neaktyvių darbo rinkoje asmenų (studentų, senjorų ir kt.) grupes.

Kitu klausimu Nr.13 šie respondentai buvo suskirstyti taip:

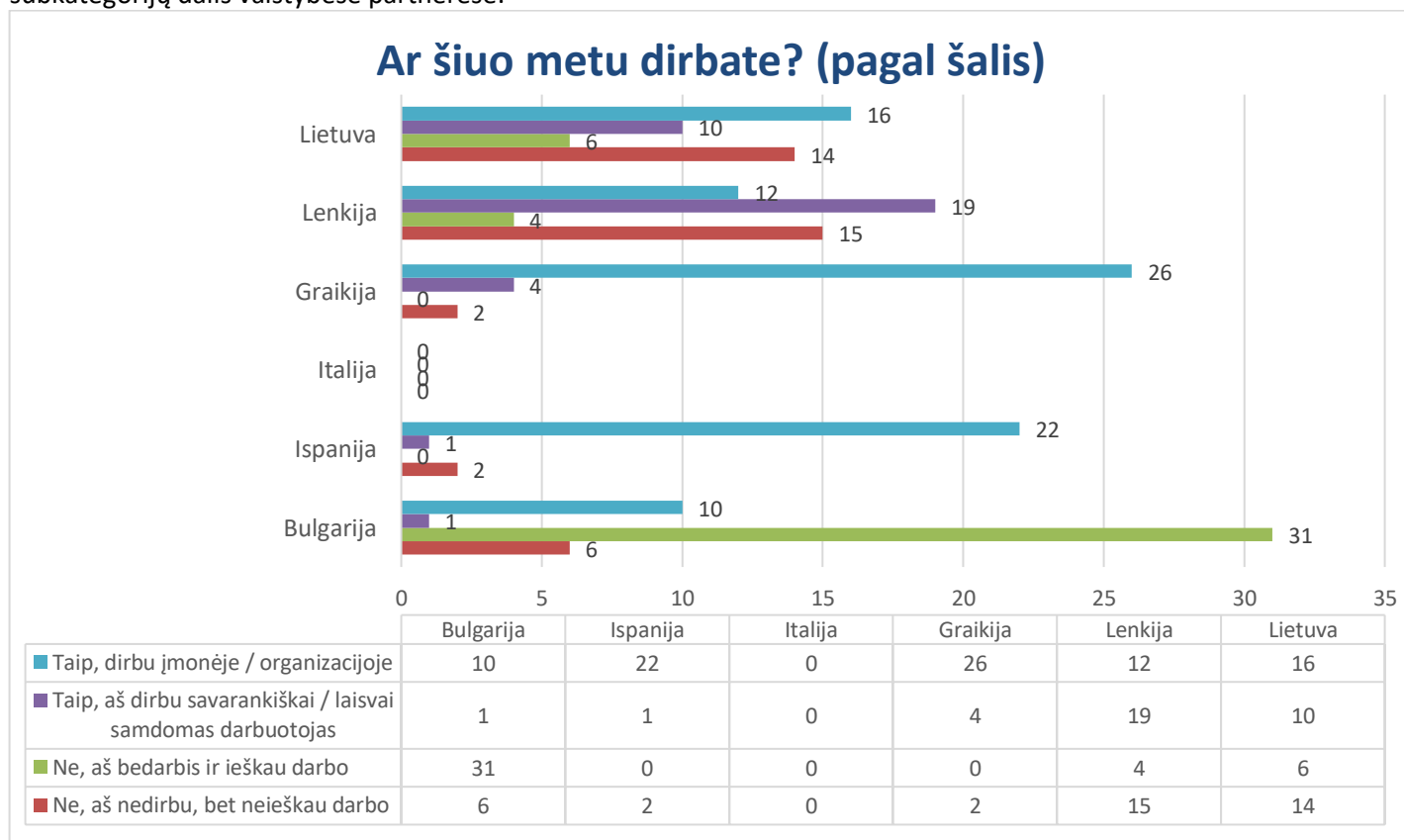
13. Ar šiuo metu dirbate?

- Taip, dirbu įmonėje / organizacijoje
- Taip, aš dirbu savarankiškai / laisvai samdomas darbuotojas
- Ne, aš bedarbis ir ieškau darbo
- Ne, aš nedirbu, bet neieškau darbo



Aukščiau esančioje diagramoje pateikiami atsakymai, gauti į klausimą Nr. 13, pateikiant vaizdą apie 61% aktyvių darbo rinkoje respondentų, 20% bedarbių, ieškančių darbo ir 19% neaktyvių gyventojų. Rezultatai pateikiami konsorciumo lygiu ir atspindi bendrą visų šalių partnerių atsakymų skaičių.

Kita įdomi statistika pateikta kitoje diagramoje, kurioje jau apžvelgiami atsakymai pagal šalis, kur matoma skirtingų subkategorijų dalis valstybėse partnerėse:



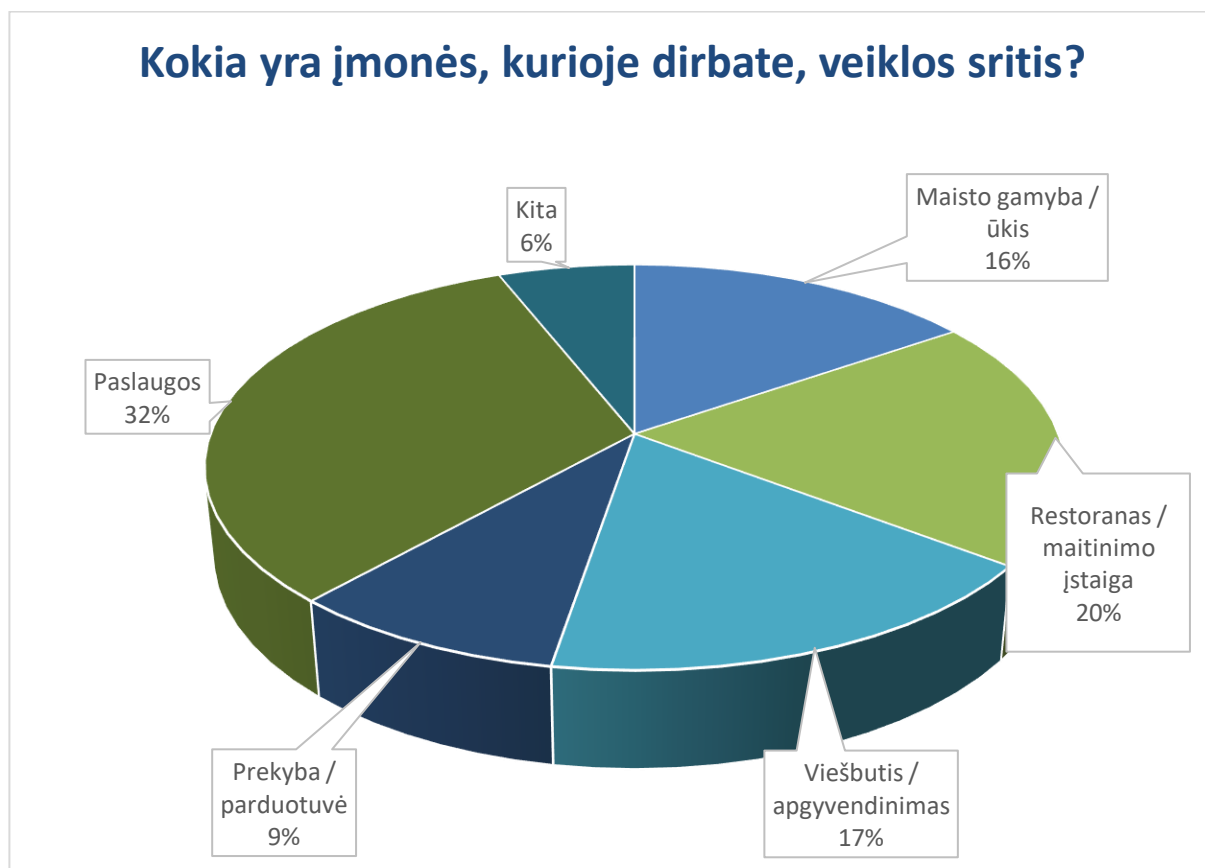


Išvadose, kurias būtų galima padaryti čia, Graikija ir Ispanija apibrėžiamos kaip šalys, kuriose vietiniai gyventojai kaimo vietovėse yra įsitraukę į darbo rinką savo gyvenamojoje vietoje, o Lenkija akcentuojama kaip dauguma gyventojų savarankiškai dirbantys asmenys. subalansuotas respondentų pasiskirstymas iš anksto nustatytoje gyventojų grupėje ir galiausiai Bulgarija, kurioje dominuoja bedarbių grupė. Apie Italiją šiuo klausimu duomenų nebuvo gauta.

Be to, respondentai, pažymėję, kad dirba, taip pat buvo paprašyti pasirinkti įmonės, kurioje dirba, veiklos sritį, todėl atliekamas auditorijos profiliavimas. Čia pateikiami atsakymai, kuriuos iš viso gavo 121 asmuo, atsakęs į šį klausimą.

14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?

- Maisto gamyba / ūkis
- Restoranas / maitinimo įstaiga
- Viešbutis / apgyvendinimas
- Prekyba / parduotuvė
- Paslaugos
- Kita: (Prašome įrašyti)



Apskritai konsorciumo lygiu kaimo vietovių darbuotojų atsakymų pasiskirstymas apie sritis, kuriose dirba įmonė, kurioje jie dirba, yra labai panašus į rezultatus, gautus iš įmonių savininkų apie sektorių, kuriame jie veikia. Vėl gi, nemaža dalis tenka viešbučių/apgyvendinimo ir restoranų/valgybos įstaigoms, o paslaugos aplenkia daugiau nei 30 proc. dėl mažesnio maisto produktų gamybos/ūkių atstovavimo. Pastaroji nėra netikėta, nes žemės ūkio gamyba dažniausiai įgyvendinama šeimos ūkiuose, kuriuose, be šeimos narių, neįdarbinama tiek daug darbuotojų, o paslaugų teikimo srityje dažnai tokios užduotys kaip pardavimas, rinkodara, talpinimas ir pan. Prekyba taip pat atstovaujama kaip sektorius, kuris sudaro 9%



užimtumo šalių partnerių kaimo vietovėse. Pramonė, švietimas, socialinės ir administracinės sistemos yra tarp kitų paminėtų sričių, kuriose dirba tik 6% respondentų.

Išsamią informaciją apie tolesnį atsakymų paskirstymą kiekvienoje šalyje, taip pat apie išvadas po klausimų darbuotojams dėl jų dabartinės profesijos ir pareigų (*klausimai nr. 15, 16 ir 17*) yra pateikiamos toliau pateiktose atitinkamose ataskaitose pagal šalį.

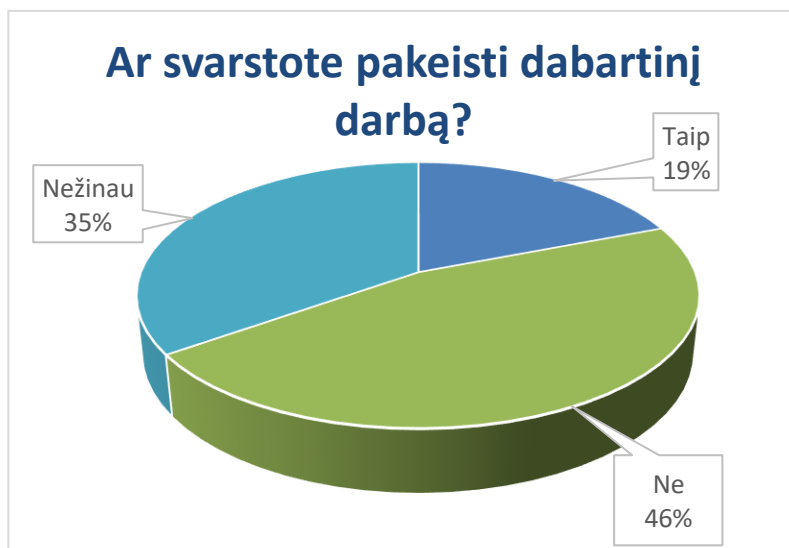
Šioje ataskaitoje įdomu paminėti ir klausimą, susijusį su respondentų, laikomų darbuotojais, ketinimais, kurių buvo prašoma pareikšti, ar jie svarsto pakeisti esamą darbą. Šio klausimo tikslas buvo nustatyti kaimo vietovių darbuotojų pasitenkinimo esama profesija ir darbo sąlygomis lygį, taip pat nustatyti tuos, kurie norėtų pakeisti savo esamą statusą – kaip potencialius suinteresuotus asmenis. Kita vertus, dalyvauti Gastro-gido mokymuose ir projekte apskritai. Taigi, kitas klausimas iliustruoja gautus atsakymus:

18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?

- Taip
- Ne
- Nežinau

Iš 115 žmonių, atsakiusių į šį klausimą, 22 iš tikrųjų yra „nepatenkinti“ (pažymėti „Taip“) savo dabartine padėtimi, o dar 40 nėra orientuoti / užtikrinti dėl savo ketinimų. Skaičiai atitinkamai skiriasi įvairiose šalyse, juos toliau analizuoja ir į juos atsižvelgia savo šalių ataskaitose.

Labai naudingos informacijos respondentai pateikė atsakydami į kitą klausimą:



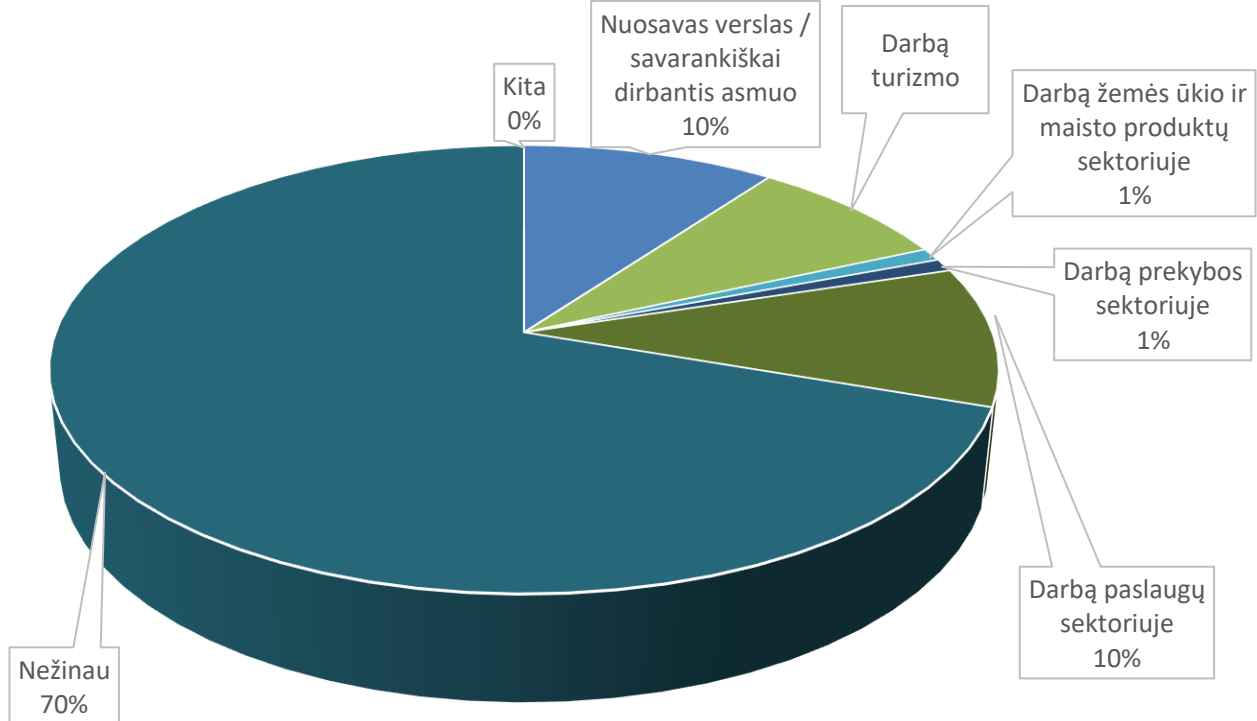
19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kurį darbą norėtumėte dirbti labiausiai?

- Nuosavas verslas / savarankiškai dirbantis asmuo
- Darbą turizmo sektoriuje
- Darbą žemės ūkio ir maisto produktų sektoriuje
- Darbą prekybos sektoriuje
- Darbą paslaugų sektoriuje
- Nežinau
- Kita: (Prašome įrašyti)

Kaip matyti iš atsakymų santraukos, 70% iš 109 asmenų, atsakiusių į šį klausimą, yra „dar nežinomi“, todėl į juos galima kreiptis kaip į potencialius „Gastro-gidus“ veiklos ir ypač mokymų dalyvius. Iš besiorientuojančių, ką darytų/dirbtų toliau, labiausiai pageidaujamos profesijos – nuosavas verslas/savarankiška veikla ir darbas paslaugų sektoriuje (10 proc.), po to seka darbas turizmo sektoriuje (8 proc.). Tai patvirtina kaimo vietovių, kaip žemės ūkio ar gastro-turizmo verslo kūrimo srities, potencialą.



Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kurį darbą norėtumėte dirbti labiausiai?



Gastro-Gido standartas

Kitos pagrindinės anketos dalies tikslas buvo ištirti respondentų nuomonę apie pagrindinius mokymo poreikius ir įgūdžius, kuriuos turi įgyti Gastro-gidai, kad galėtų sėkmingai dirbti. Tam respondentai pirmiausia buvo supažindinti su Gastro-gidų, kaip profesionalų, vaidmeniu. Žinant, kad Gastro-gidai bus profesionalai, iš kurių tikimasi:

- Remti vietos gyventojus kaimo vietovėse steigiant ir vykdant savo mažas įmones, palaikant ir stiprinant jų gerovę ir vietos bendruomenės plėtrą.
- Reklamuoti regioną ir didinti jo patrauklumą, teikiant informaciją apie jo unikalius bruožus ir vietos kultūrą bei paveldą.

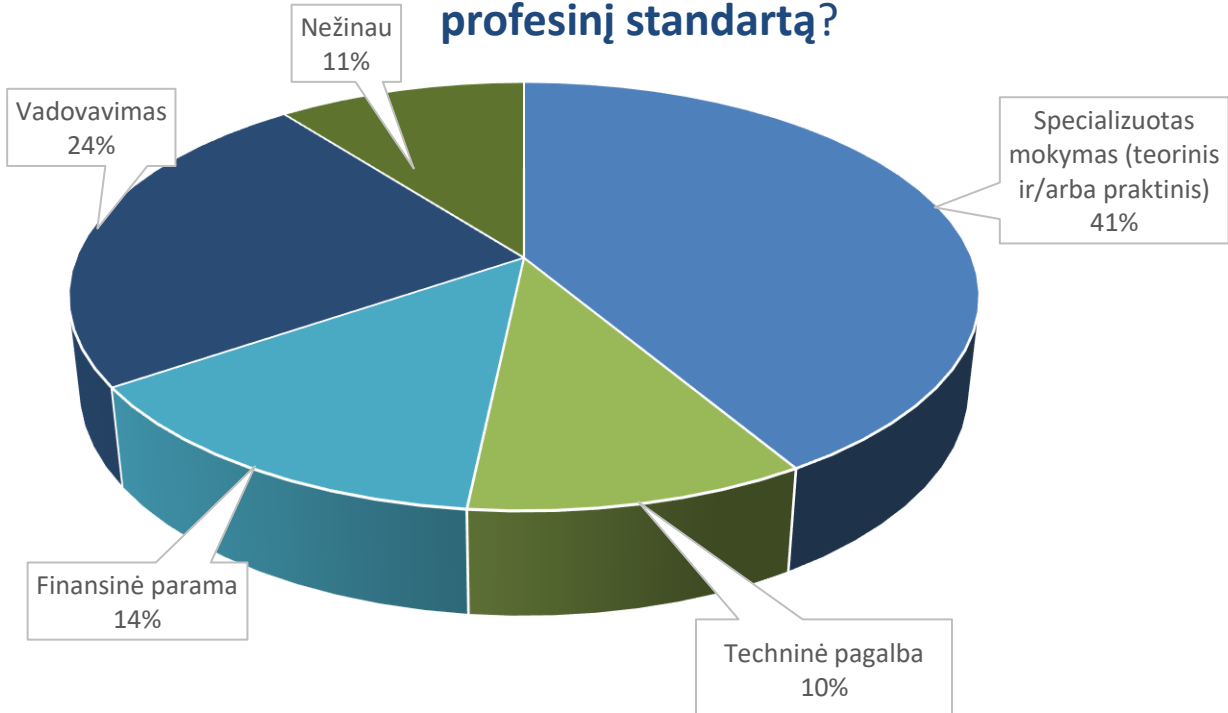
Respondentų buvo paprašyta padėti projekto komandai formuoti Gastro-gido profilį, atsakant į šiuos klausimus:

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių gastro gidų poreikiai, norint užbaigti mokymus pagal profesinį standartą?

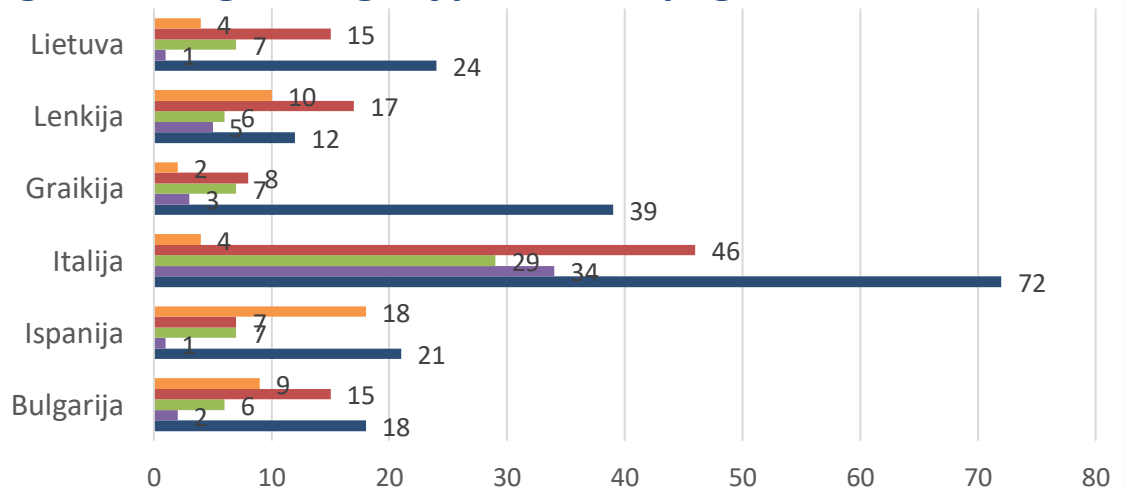
- Specializuotas mokymas (teorinis ir/arba praktinis)
- Techninė pagalba
- Finansinė parama
- Vadovavimas
- Nežinau
- Kita: (Prašome įrašyti)



Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių gastro gidų poreikiai, norint užbaigti mokymus pagal profesinį standartą?



Pagrindiniai gastro-gidų poreikiai - pagal šalis



	Bulgarija	Ispanija	Italija	Graikija	Lenkija	Lietuva
Nežinau	9	18	4	2	10	4
Vadovavimas	15	7	46	8	17	15
Finansinė parama	6	7	29	7	6	7
Techninė pagalba	2	1	34	3	5	1
Specializuotas mokymas (teorinis ir/arba praktinis)	18	21	72	39	12	24



Aukščiau pateiktos diagramos iliustruoja konsorciumo lygmeniu surinktus atsakymus, kurie patvirtina Gastro-gido projekto, planuojančio surengti specializuotą mokymo kursą, skirtą Gastro-Gidų rengimui, vaidmenį (41 % atsakymų pateikiami dėl papildomų reikalingų teorinių žinių) ir/ar praktinio švietimo/mokymosi), taip pat būsimų specialistų orientavimo poreikis (pažymėtas 24 proc.), kuris bus užtikrintas per projekto interaktyvią interneto platformą ir kaimo edukacinę erdvę (REA).

Kitas svarbus Gastro-gido standarto aspektas, kuris buvo ištirtas per apklausą, buvo respondentų lūkesčiai ir požiūris į pagrindines gastro-gido kompetencijas. Kitas klausimas auditorijai buvo pateiktas kaip tinklėlis, kuriame respondentų buvo paprašyta pažymėti kiekvienos iš anksto apibrėžtos kompetencijos svarbos lygį (remiantis preliminarium partnerių atliktu situacijos partnerio tyrimo stalo tyrimu). Šalys) ir taip pareikšti savo nuomonę apie tai, ką Gastro-gidas turėtų žinoti/galėti daryti.

21. Kokios, Jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?

(Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu.)

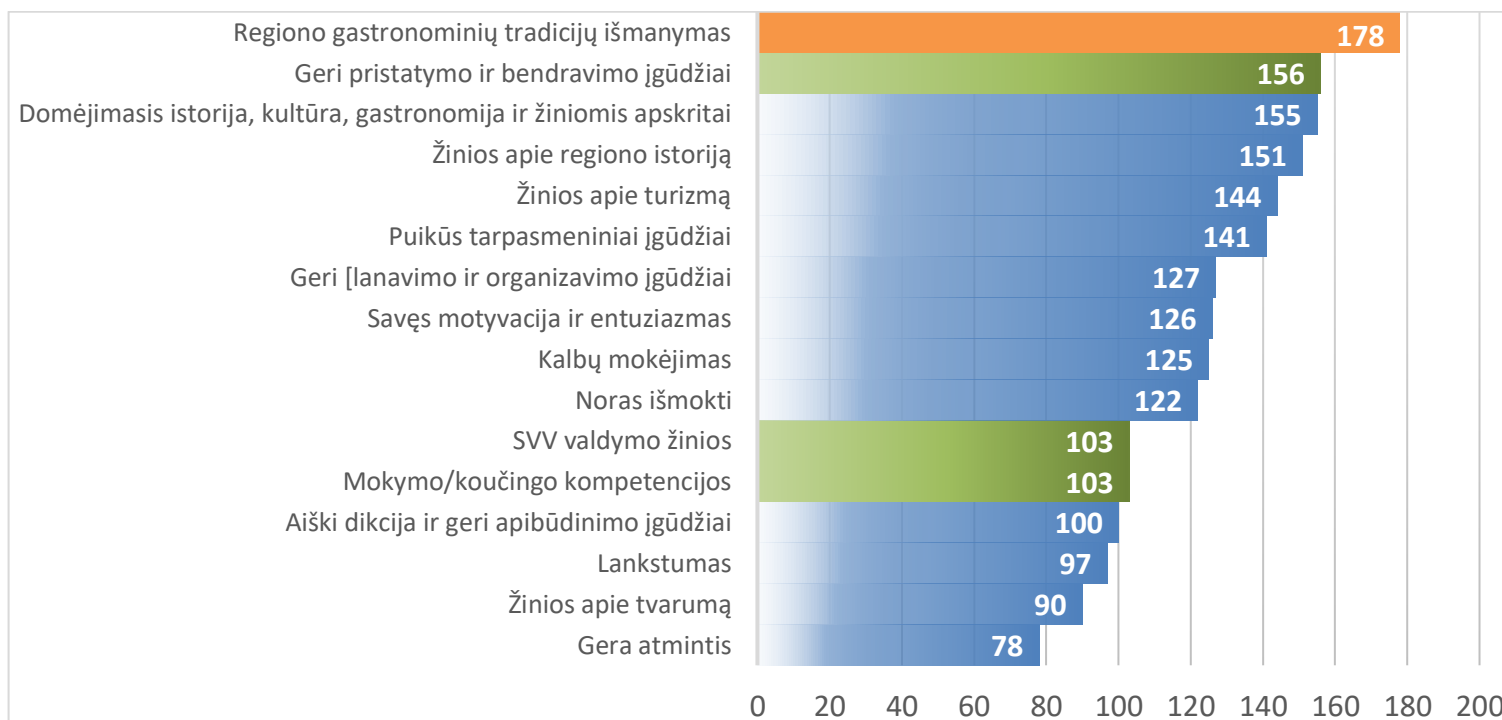
Gastro-Gidų kompetencijų svarba	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai					
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai					
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai					
Mokymo/koučingo kompetencijos					
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai					
SVV valdymo išmanymas					
Krašto istorijos išmanymas					
Regiono gastronomicinės tradicijos išmanymas					
Žinios apie turizmą					
Žinios apie tvarumą					
Kalbų mokėjimas					
Asmeninė motyvacija ir entuziazmas					
Aiški diktacija ir geri apibūdinimo įgūdžiai					
Noras mokytis					
Geras prisiminimas					
Lankstumas					

Čia buvo gauti labai įdomūs rezultatai, pateikti žemiau kaip gautų atsakymų pagal kiekvieną iš išvardytų siūlomų kompetencijų skaičiaus lentelė, taip pat su grafiniu labiausiai pageidaujamų variantų pristatymu:



1=nesvarbu ir 5=labai svarbu	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai	8	14	79	79	128
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai	5	14	68	97	156
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	5	12	86	93	142
Mokymo/koučingo kompetencijos	9	18	92	92	104
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai	5	16	74	74	157
SVV valdymo išmanymas	6	20	113	87	103
Krašto istorijos išmanymas	2	18	80	77	151
Regiono gastrominės tradicijos išmanymas	4	14	66	66	188
Žinios apie turizmą	3	17	88	90	137
Žinios apie tvarumą	4	18	99	93	87
Kalbų mokėjimas	6	19	89	103	126
Asmeninė motyvacija ir entuziazmas	5	13	94	85	148
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai	5	25	86	97	99
Noras mokytis	5	20	81	76	126
Geras prisiminimas	8	35	105	82	75
Lankstumas	7	28	92	77	101
Kita* (respondentų pateikti atsakymai čia nėra išvardyti, bet yra dalijami atitinkamų partnerių šalių ataskaitose)					

Aukščiau esančioje lentelėje žalia spalva pažymėtos eilutės yra ryškiausi respondentų atsakymai, visi jie surinko daugiau nei 150 balsų už „labai svarbią“ kompetenciją. Apskritai, tai atitinka projekto komandos lūkesčius, o partneriai, kurdami mokymo programą ir mokymo kursą, toliau sutelks dėmesį į išryškintas kompetencijas, taip geriausiai atliepdami į tikslinės grupės poreikius ir lūkesčius, čia vėl pateikiami pagal svarbą:





Gastro – gido mokymo kursas

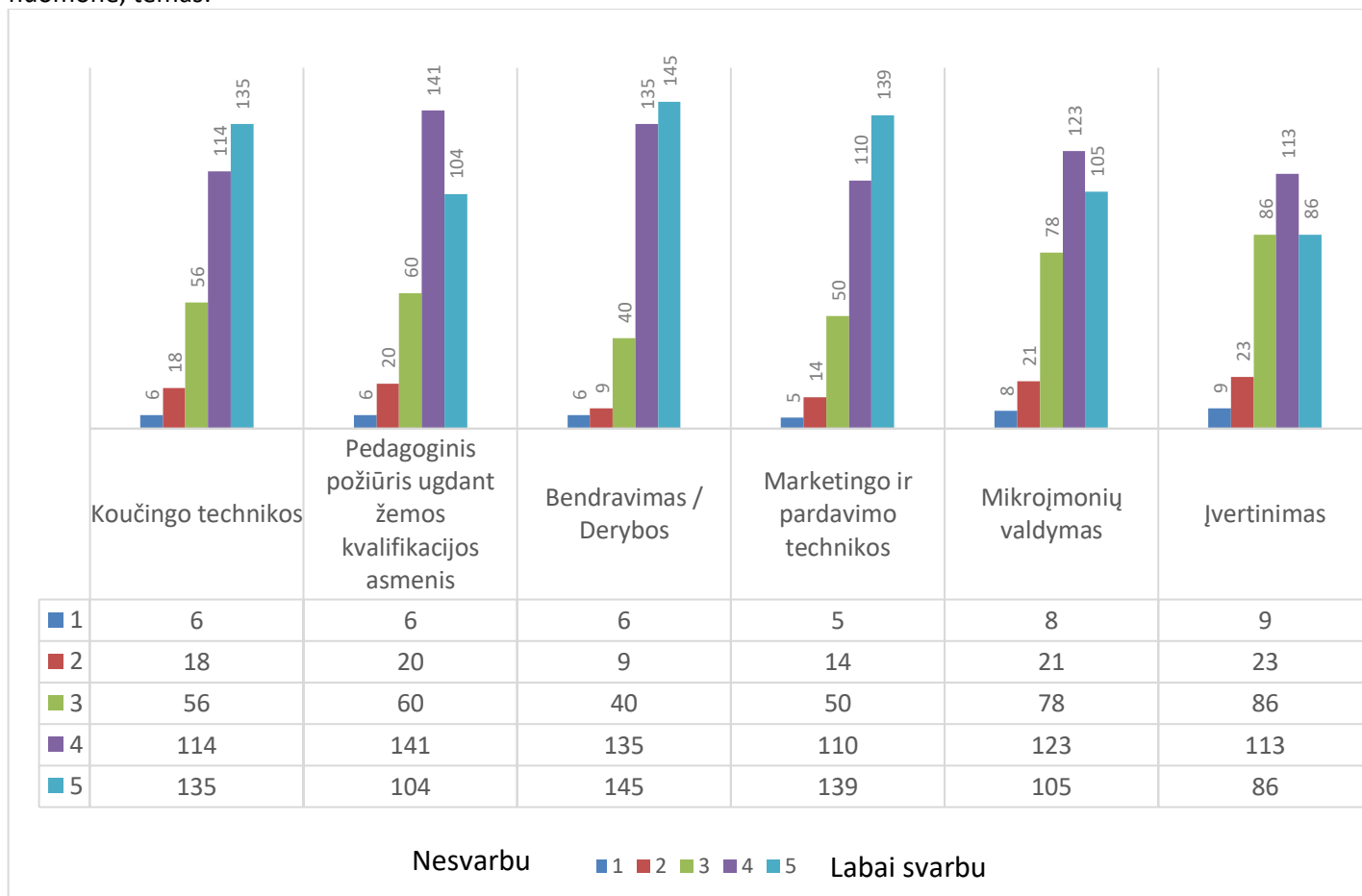
Kita anketos dalis buvo skirta tobulinti rengiamo Gastro-gido mokymo kurso turinį. Konsorciumas pristatė kurso struktūrą, kaip ji buvo įvertinta projekto paraiškos formoje, ir ištyrė potencialių suinteresuotųjų šalių nuomonę apie siūlomų mokymo modulių pagrįstumą ir naudingumą. Respondentų dar kartą buvo paprašyta įvertinti iš anksto nustatytų numatomų mokymo modulių, kurie turi būti įtraukti į mokymo programą, svarbą:

22. Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro-gidus?

(Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu.)

1. Koučingo technikos
2. Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis
3. Bendravimas / Derybos
4. Marketingo ir pardavimo technikos
5. Mikroįmonių valdymas
6. Įvertinimas

Pateikiame grafinį rezultatų pristatymą, kur šviesiai mėlynos spalvos stulpeliai atspindi svarbiausias, respondentų nuomone, temas:



Be to, klausime **Nr.23** respondentai buvo kviečiami pasidalyti **kitais mokymo moduliais**, kurie, jų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-Gidams. Čia buvo gauti 95 atsakymai (iš 342 anketų), detalai išvardyti šalių ataskaitose.



Respondentų nuomone, buvo siūlomi ir kiti naudingi mokymo moduliai

- Regioninių maisto produktų ir produktų išmanymas (26 proc.)
- Regiono istorija ir paveldas (20 %)
- Kalbos (17 %)
- Skaitmeninės kompetencijos (11 proc.)
- Finansinės žinios (9 proc.)
- Verslo komunikacija (7 proc.)
- Vietinių produktų reklamos ir skatinimo priemonės, skaitmeninės ir socialinės žiniasklaidos naudojimas kaip reklamos priemonė
- Ekologiška virtuvė / ekologiški vietiniai produktai, aplinkosauginės žinios
- Teisiniai agroturizmo, verslo steigimo ir verslumo klausimai
- Klientų aptarnavimas ir paslaugų valdymas, santykiai su klientais ir elgesys
- Inovacijos, kūrybiškumas, projektų valdymas, problemų sprendimas, istorijų pasakojimas ir kt.

Kitos galimos mokymo programos, (pagrindinėms ar išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis Gastro-Gidams. Šiame **klausime Nr. 24** iš viso gauta 40 teigiamų atsakymų ir paminėti 22 konkretūs gerų pavyzdžių pasiūlymai, susiję su esamais kursais ar programomis. Toliau pateikiama respondentų parengtų atsakymų santrauka:

Vyno turizmo kursai, kuriuos teikia DO Aragorne (ES)	Geresnis vadovas vadove (ES)	Informacija ir pagalba turistams (ES)	Vyriausiasis turizmo informacijos ir rinkodaros technikas (ES)	Jolos profesinės mokyklos mokymo programa: „Kulinarijos menas“ (LT)
„InnoDairyEdu“ (EL)	Kulinarijos ir konditerijos vadininkystės išmanymas (EL)	Seminarai kooperatyvuose gamintojams (EL)	Nacionalinė mokyklų programa gastro turizmo plėtrai (EL)	IFOA kursai (IT)
Gastronomijos mokslų universitetas, gastronomijos magistras, maisto istorijos kursai (IT)	GAE aplinkosaugos žygių vadovas (IT)	IFTS maisto ir vyno (IT) kursai	JO TECHNIKŲ IR MAISTO KURSAI (IT)	Agroturizmo specialistų kursai (PL)
Agroturizmas – verslumas kaimo vietovėse (PL)	AGRITURIZMO VERSLAS (PL)	Jungtinė profesinio mokymo kvalifikacija virėjo CULINART projekte (BG)	Nacionalinis išsilavinimo standartas ir profesinio mokymo kursai turistų gidams (BG)	

Remdamiesi pagrindinėmis išvadomis ir bendromis išvadomis iš šio tyrimo anketų skyriaus, partneriai toliau plėtojo mokymo kurso turinį ir kartu modifikavo iš anksto nustatytus mokymo modulius, kad jie geriau atitiktų potencialių vartotojų lūkesčius ir poreikius. Gastro-gido kursas yra toks:



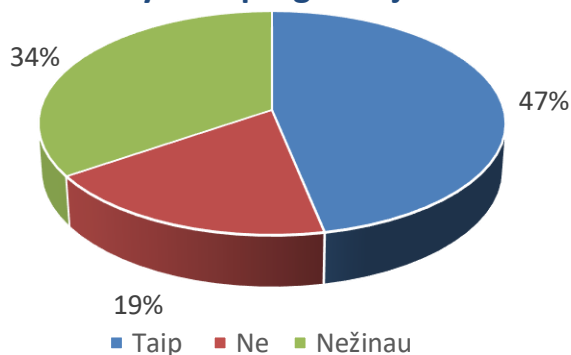
Paraiškoje numatyti mokymo moduliai	Parengti modulius pagal tyrimo rezultatus
Koučingo technikos	Turizmo ir svetingumo pagrindai
Pedagoginis požiūris ugdamas žemos kvalifikacijos asmenis	Kultūrinis sąmoningumas
Bendravimas – derybos	Verslumas agro ir gastro turizmo srityje
Marketingo ir pardavimo technikos	Pristatymo ir bendravimo įgūdžiai
Mikroįmonių valdymas	Koučingas, mentorystės technikos
Įvertinimas	* Vertinimas bus įtrauktas į kiekvieną mokymo modulį

Potencialūs Gastro-Gidai

Ši dalis buvo skirta tiesiogiai asmenims, besidomintiems Gastro-gido mokymais, o visų respondentų pirmiausia buvo klausiama, ar jie nori dalyvauti kursuose.

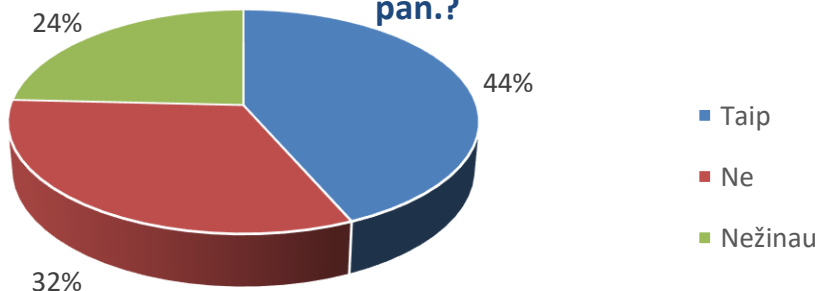
47% respondentų (160 asmenų) norintys dalyvauti mokymuose, o 35% yra apsisprendę (118 asmenų), konsorciūmas šiuos atstovus laikė tiesiogine tiksline grupe, kuriai turėtų būti artima galimybė pasinaudoti kursais.

Ar jus domina dalyvavimas gastro gidų mokymosi programoje?



Grupė buvo toliau profiliuojama ([klausimas Nr. 27](#)), tiriant ankstesnes žinias ir (arba) patirtį, kuri galėtų būti naudinga Gastro-Guide profiliui ir leidžia įgyti Gastro-Gidui potencialiai naudingų kompetencijų profilis – pvz. bendravimo įgūdžių, organizacinių įgūdžių, mokymo įgūdžių ir pan., o dar 24% nebuvo užtikrinti, o 32% teigė, kad neturi ankstesnės patirties ir (arba) mokymo šiuo klausimu.

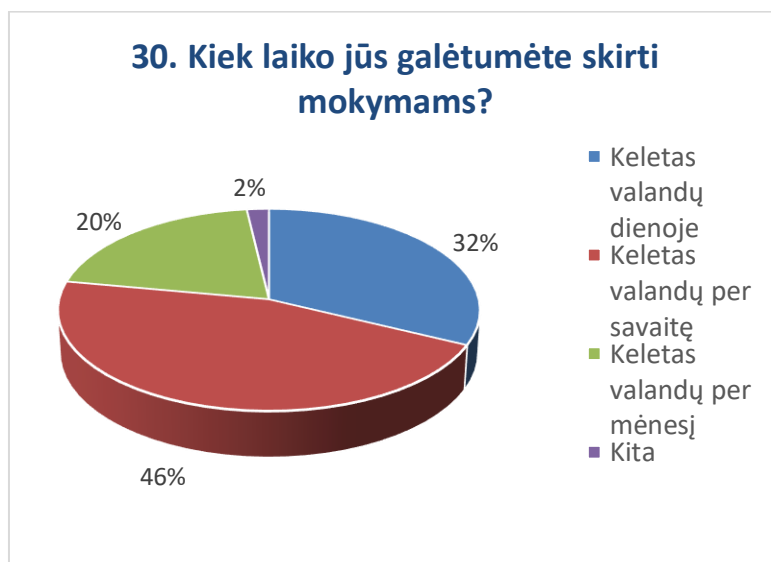
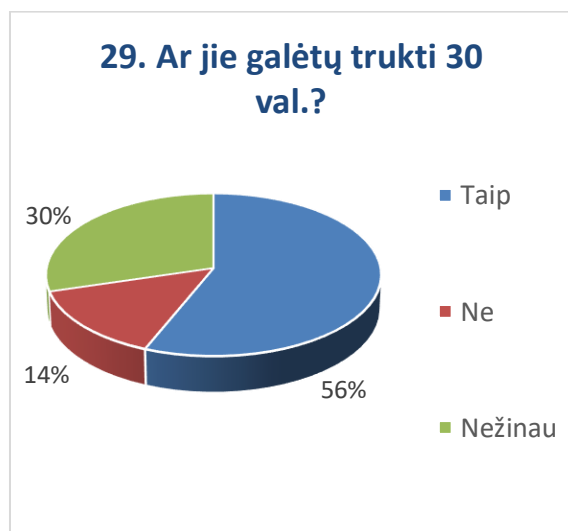
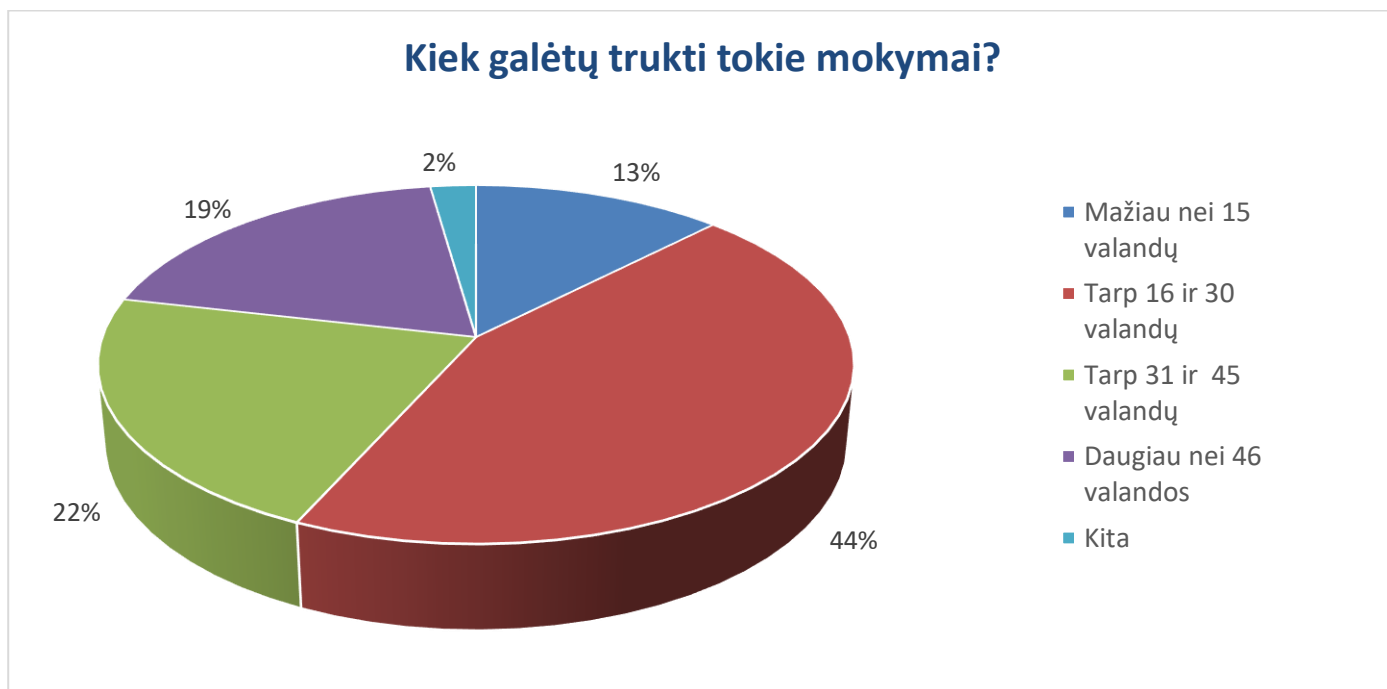
Ar esate dalyvavę kokiuose nors mokymuose, kur įgytos kompetencijos būtų naudingos Gastro gidų kvalifikacijai, pvz. bendravimo, organizavimo ir pan.?





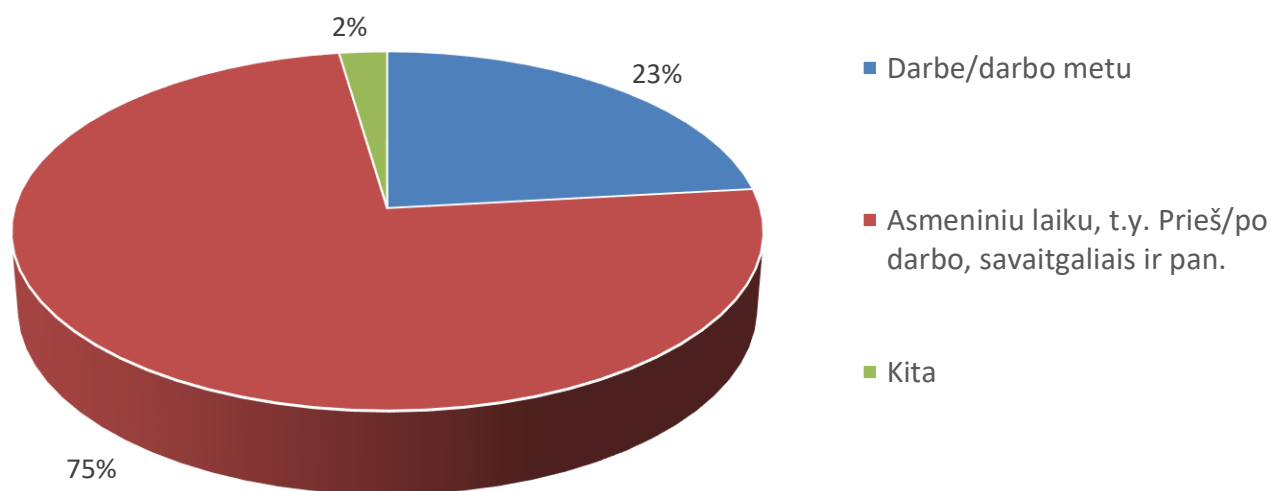
Kiti klausimai buvo sukurti taip, kad juose būtų tiriami potencialių besimokančiųjų Gastro-gidų kurso lūkesčiai ir požiūris į kurso trukmę/darbo krūvį, tinkamiausius pristatymo būdus ir t.t. Pateikti atsakymai šiame skyriuje padėjo partnerystei kurti mokymo programą ir mokymo/si metodikas. Štai šios klausimų grupės su grafiniu pristatymu, rezultatai:

28. Pageidautina mokymų trukmė:





31. Kaip ir kur jums bus patogiausia naudotis Gastro-gido mokymosi medžiaga?

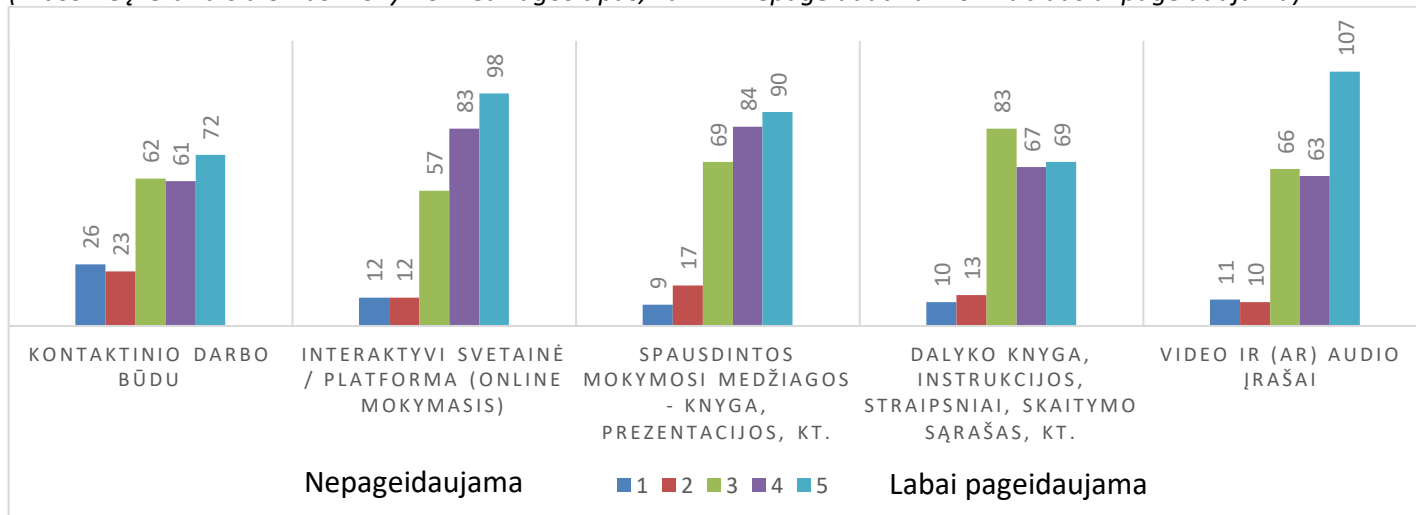


Bendrosios išvados iš šios apklausos dalies, kurias būtų galima padaryti, yra orientuotos į lankstų Gastro-gidų mokymų pristatymo ir vykdymo būdą, atsižvelgiant į besimokančiųjų prieinamumą. Konsorciumo pasirinkta 30 mokymosi valandų trukmė / darbo krūvis yra įmanomas, ypač kai jis derinamas su mokymosi intensyvumu besimokantiesiems asmeniniu laiku. Potencialūs besimokantys asmenys, kurie labiausiai nori skirti mokymui keletą valandų per savaitę, nepageidauja mokymosi darbo metu.

Kitas klausimas buvo skirtas įvertinti respondentų labiausiai pageidaujamus pristatymo būdus. Rezultatai aiškiai parodo, kad kai kurie naujoviški metodai, pavyzdžiui, vaizdo medžiagos naudojimas mokymo turiniui pristatyti, yra gana populiarūs, palyginti su tradicinėmis paskaitomis ir knygų skaitymu.

32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis?

(Prašome įvertinti siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidaujama)





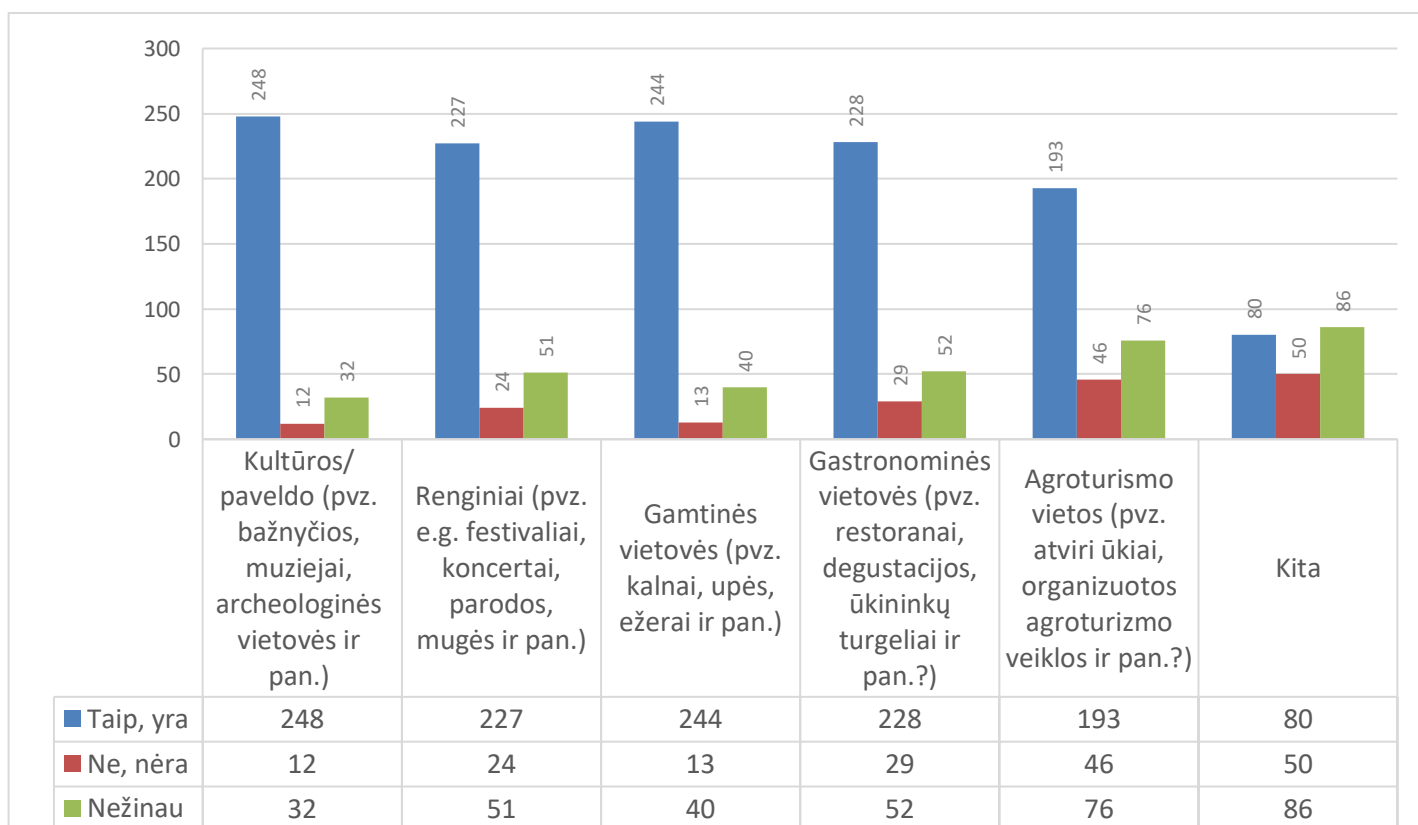
Projekto partneriai į rezultatus atsižvelgs kurdami mokymo programą ir mokymo medžiagą, todėl labai geras atspirties taškas yra tai, kad Gastro-Gidų vaizdo pristatymai projekte jau yra numatyti kaip virtuali išteklių biblioteka.

Vietos žinios ir potencialas

Paskutine apklausos dalimi buvo siekiama ištirti šalių partnerių kaimo vietovių potencialą, realiai aprūpinti ištekliais ir pajėgumais agro- ir gastro-turizmo plėtrai bei sudaryti sąlygas Gastro-Gidų darbui. Kitas aspektas, kurio buvo siekiama, buvo suprasti, kaip regione ir įvairioms kartoms perduoti vietos žinias, ir ištirti respondentų pasirengimą nustatyti ir įvertinti konkrečias vietas / lankytinas vietas, kurios gali būti transformuojamos (padedant Gastro-gidais) į vietinius lobius, kurie bus pristatyti ir reklamuojami pasaulyje.

Toliau pateikiame pagrindinius rezultatus ir išvadas, atsižvelgiant į respondentų informuotumą apie esamas įdomias lankytinas vietas, kurias būtų galima aplankyti jų regione/kaime:

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime? Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje:



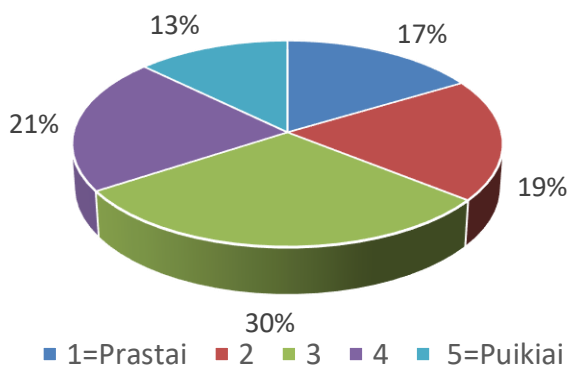
Turint omenyje, kad apklausos formas iš viso yra užpildę 342 asmenys, todėl daugiau nei 200 teigiamų atsakymų į kiekvieną iš išvardytų galimų turistinių objektų (nuo 193 iki 248 asmenų) yra daug žadanti patirtis.

Kitu klausimu (nr. 34) buvo kviečiama respondentus pasidalinti **patraukliausiomis vietomis ar renginiais**, kuriuos, jų nuomone, verta aplankyti jų kaime (jei yra). Iš viso gauti 122 atsakymai (ty daugiau nei 35% respondentų), o tai yra daugiau nei tikėtasi ir rodo labai aukštą motyvaciją propaguoti vietines duotybes lygi. Jau dabar vietos žmonėms pasisekė, kad šios vietos/įvykiai yra identifikuojami, žinomi ir laikomi potencialiais lankytiniais objektais.

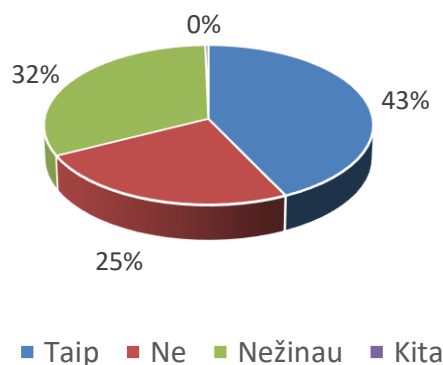


Kitas apklausos metu tirtas vietos žinių aspektas buvo **respondentų informuotumas apie vietos skatinimo veiklą** jų regionuose. Deja, **35 ir 36 klausimų** rezultatai (kaip matyti iš diagramų) nėra labai teigiami kaimo vietovių populiarinimo pastangų atžvilgiu.

36. Kaip jūs vertinate veiksmus vietiniame lygmenyje, skatinančius agro/gastro turizmo produktus/paslaugas?

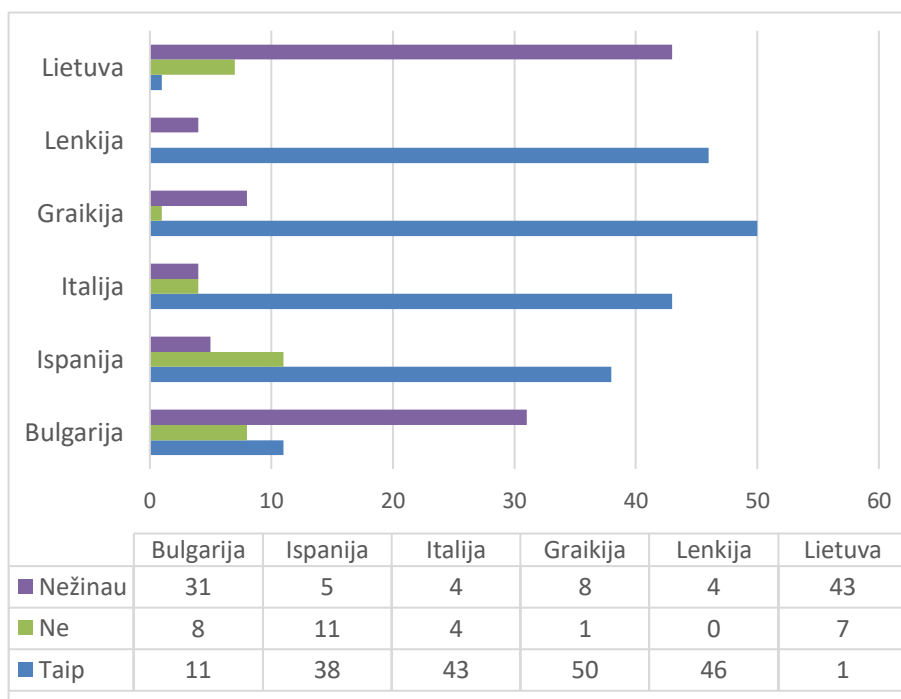


35. Ar jums yra žinomos priemonės, kurios padėtų pritraukti lankytojus į jūsų rajoną/kaimą?

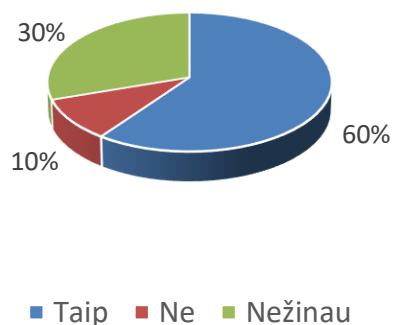


Taigi, kiti du klausimai teikia vilties, kad kaimo vietiniai gyventojai nori prisidėti prie šios reklaminės veiklos tobulinimo ir noriai dalijasi žiniomis.

Pagal šalis:



37. Ar turite regioninius (maistą, amatus ir kt.), kurie pritrauktų lankytojus į jūsų kaimą?



*Iš viso **78 iš 342** respondentų pateikė konkretų atsakymą į šį klausimą, pasidalindami konkrečiais produktais, kurie gali tapti turistų traukos objektu.*



Siūlomi vietiniai produktai ir pramogos

Atsižvelgdami į praktinį šios apklausos aspektą ir siekdami sklaidos visuose projekto etapuose, čia pateikiame kai kuriuos respondentų pateiktus (apibendrintus) atsakymus kaip pasiūlymus dėl lankytinų ir „patirtinių“ vietų/įvykių jų gyvenamojoje vietovėje. Detalesnė informacija pateikiama partnerių parengtose šalių ataskaitose.

Ispanija

- Triufelis, šafranas, Teruelio kumpis ir kt.
- Istoriniai paminklai, vietiniai vienuolynai, bažnyčios ir pilys
- Festivaliai ir renginiai
- Vėjo malūnai ir aliejaus gamyba iš Royal veislės
- Amatininkų maistas, amatininkų duona
- Kaimo paveldas ir kaimai
- Botaninis maršrutas ir kt.



Italija



- Istoriniai paminklai
- Vietiniai vienuolynai, bažnyčios ir pilys
- Festivaliai, skirti įvairių rūšių tradiciniam vietiniam maistui
- Kaimo šventės apie tipiškus produktus ir gastronomines vietas
- Spergola, kalnų cukrus ir kt.
- Prosciutto, saliamio ir kumpio gamyba
- Balzamiko actas ir kiti acto produktai
- Vyno gamyba ir degustacija, rūšių lankymas
- Alyvos fabrikai, kepyklos, tavernos ir kt.

Graikija

- Alyvuogių ir migdolų aliejus
- Medus, tradiciniai pyragaičiai iš vietinių ingredientų
- Vynas, lubinai, juodasis česnakas ir kt.
- Figų apdorojimas keliems produktams
- Tradiciniai sūriai (pvz., Fetta, Pelion ir kt.)
- Šilko gamyba





Lietuva



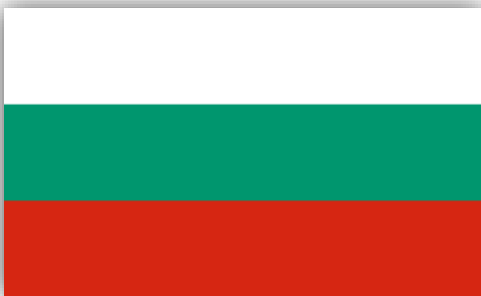
- Vietinės šventės
- Tradiciniai vietiniai patiekalai, regioninė virtuvė
- Įvairių rūšių sūriai ir pieno produktai
- Amatininkų maistas, amatininkų duona
- Lietuviškai sertifikuoti patiekalai su daugiau nei 100 metų receptais
- Edukacinės programos ir degustacijos seminarai
- Medžio drožybos, muilo gaminimo ir vilnos vėlimo amatai
- Etnografiniai rinkiniai ir kt.

Lenkija

- Sūris Oscypek, Pierekaczewnik,
- Tradiciniai gėrimai: Póltorak, Dwójniak ir kt.
- Vietiniai festivaliai ir turistiniai maršrutai (Regionų mugė Chorzów mieste, kelių dienų kelionė baidarėmis Regos upe)
- Ekologinis agroturizmas su gyvūnais ir laukinės gamtos prieglobsčiais
- Etno kaimeliai (Glamping palapinės su sūkurine vonia ir sauna – Bieszczadzka Osada Saunowisko)
- Miškai, ežerai, draustiniai
- istoriniai paminklai, bažnyčios ir vienuolynai (įskaitant senovinių pastatų griuvėsius) ir kt.



Bulgarija



- Vietinis baltas sūris ir jogurtas
- Daugiau nei 50 tradicinių duonos ruošimo receptų įvairioms progoms
- Regioninė vyno gamyba, vietinės vynuogių veislės ir vyno degustacija
- Vietinės šventės ir renginiai, tokie kaip duonos, slyvų, vyšnių, tipiškų vietinių rūšių džiovintos mėsos ir dešrų šventės ir kt.
- Pajūrio kurorto restoranai, tiekiantys tradicinę žuvies sriubą ir patiekalus
- Istorinis kompleksas Balčiike ir kitos lankytinos vietos.

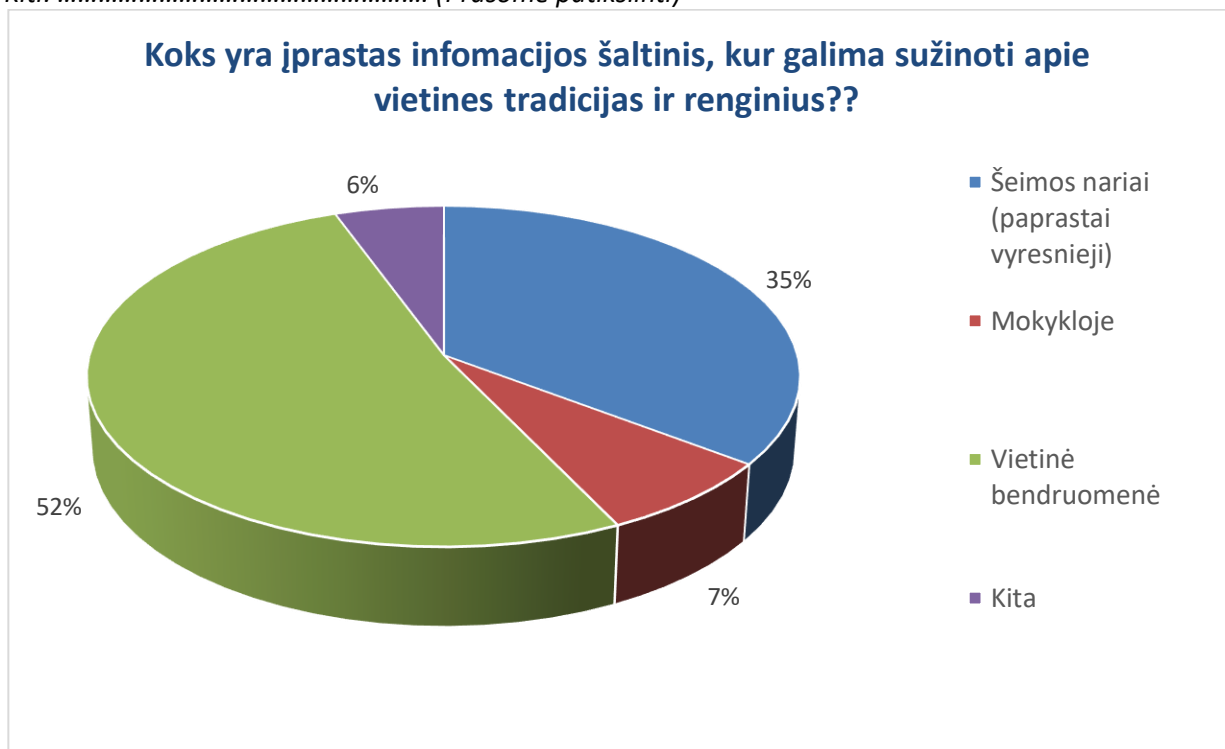


Vietinių žinių šaltiniai

Kitas aspektas, be informuotumo apie vietinius išteklius, galinčius tapti turistų traukos objektais, buvo ištirtas vietos žinių šaltinis. Partnerystės vertinimu, tradicijų, papročių ir bendrų regiono pažinimo šaknys daugiausia yra šeimoje, ypač mažuose kaimuose. Kitu klausimu partnerystė siekė išplėsti šią hipotezę, nustatydama kitus atpažįstamus vietos gyventojų žinių ir žinojimo sklaidos šaltinius.

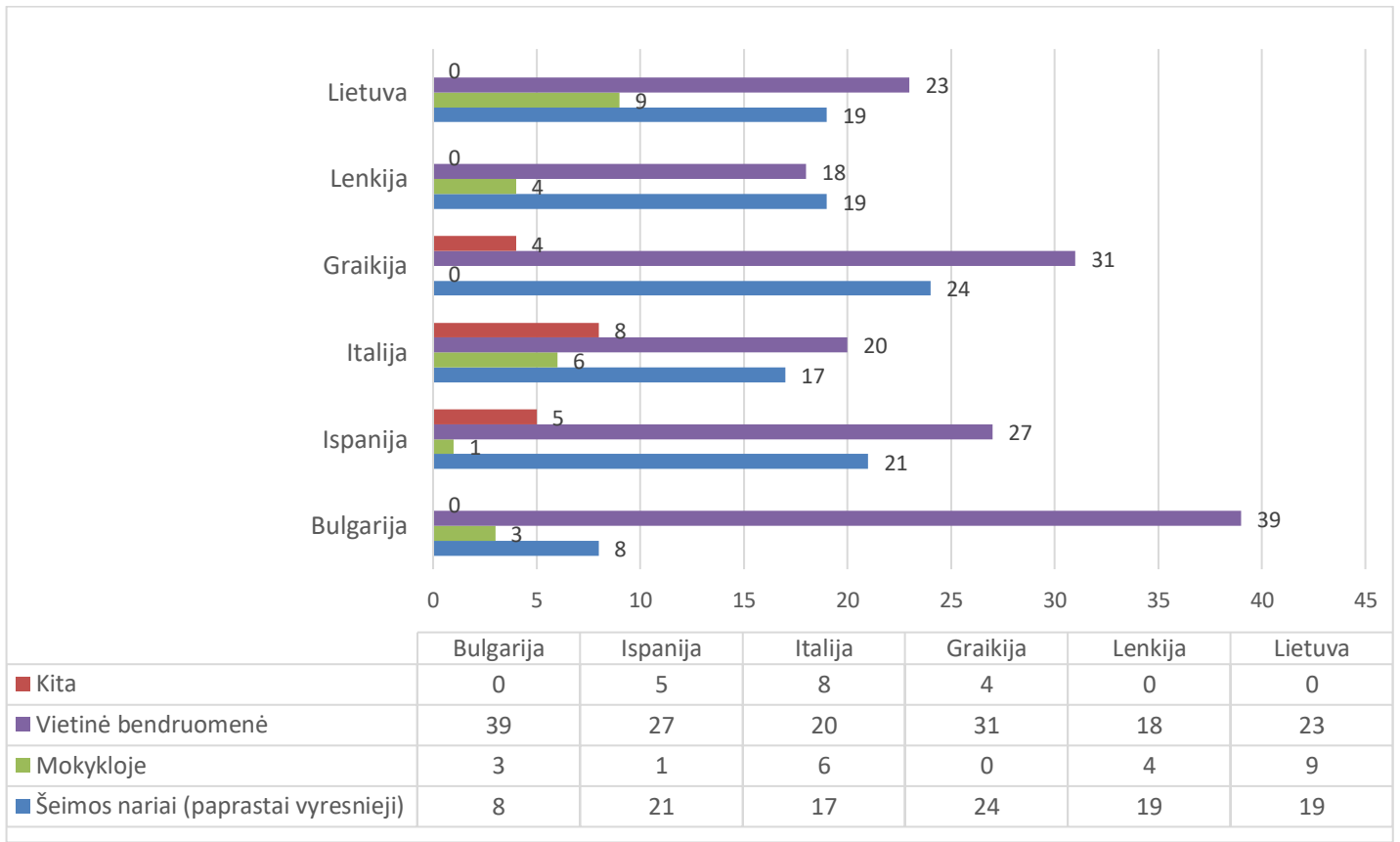
39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?

- Iš šeimos narių (dažniausiai vyresnių giminių)
- Mokykloje (pradinis ir vidurinis išsilavinimas)
- Vietinė bendruomenė
- Kiti: (Prašome patikslinti)



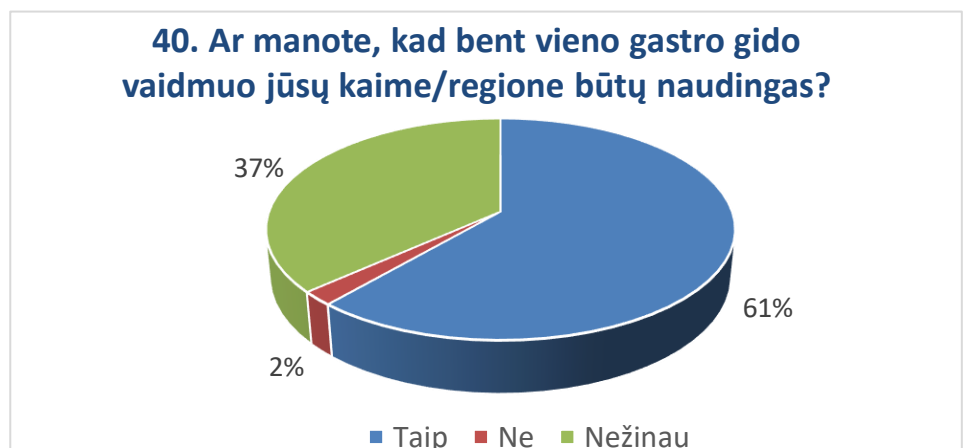
Kaip ir tikėtasi, vyresnieji šeimos nariai buvo vieni iš pagrindinių kaimo vietovių gyventojų pripažintų neformalių savo paveldo „mokytojų“, tačiau vietos bendruomenės akivaizdoje išsiskyrė ir kitas patikimas šaltinis. Tai taip pat suteikė partneriams vertingos informacijos, nes atkreipė dėmesį į kitas tikslines grupes, su kuriomis reikia kovoti ir kurios turi būti įtrauktos į projekto veiklą. Partneriai stengsis pasiekti ir vietos bendruomenės atstovus, kreipdamiesi į vietos valdžios atstovus, NVO ir kitas formalias bei neformalias organizacijas, įtraukias vietos gyventojus ir/ar atstovaujančias jų interesams.

Taip pat įdomu stebėti šiuos atsakymus pagal šalį, kaip pateikta toliau:



Galiausiai konsorciumas norėjo ištirti kaimo vietovių gyventojų požiūrį į projekto Gastro-gidas galimybes ir naudą. Būtų įdomu šią informaciją surinkti pradiniam projekto etape (kadangi ši apklausa buvo pirmas kartas, kai partneriai kreipėsi į suinteresuotąsias šalis) ir palyginti ją su respondentų lūkesčiais ir pasitenkinimu projekto pabaigoje.

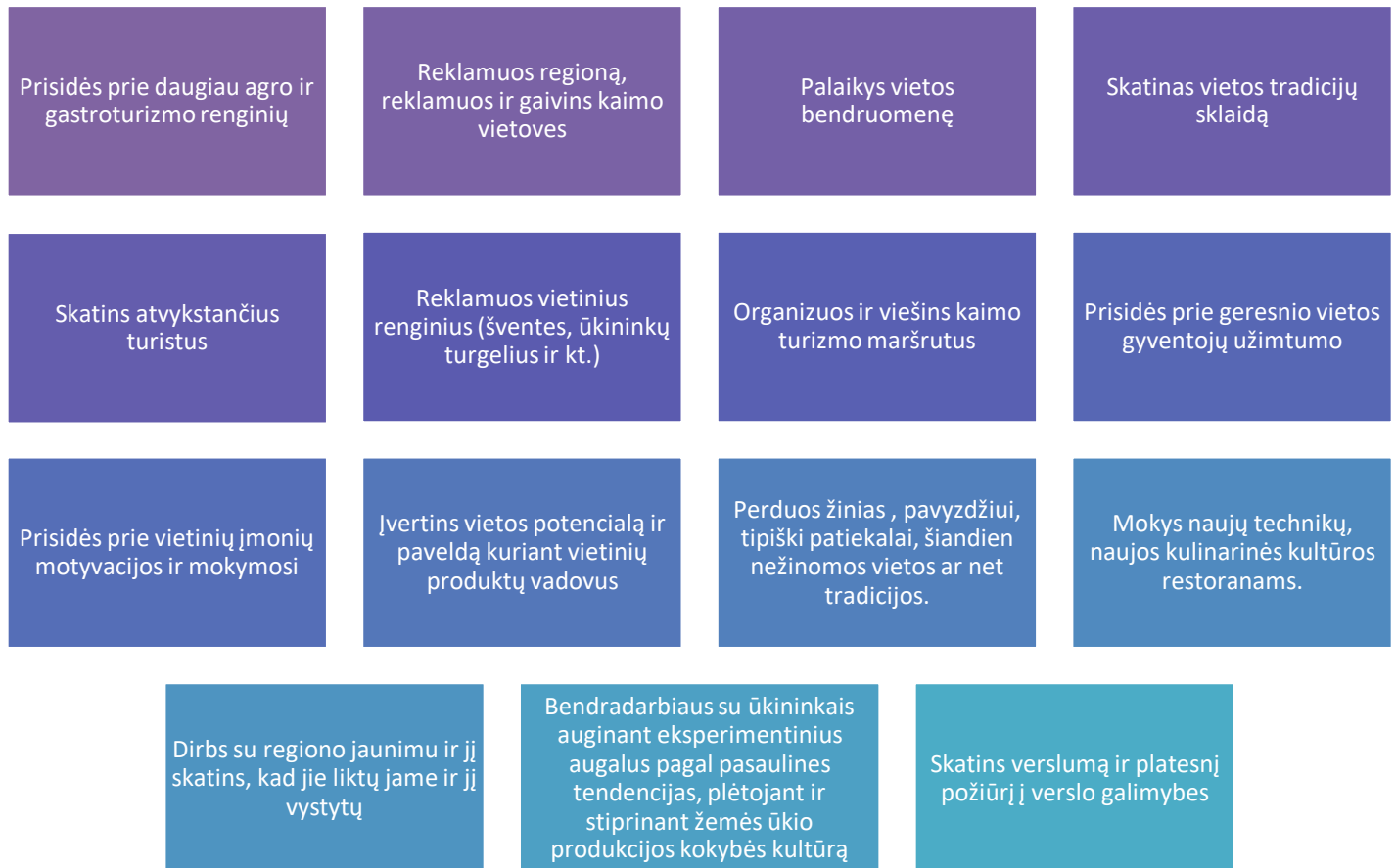
Kitas klausimas atspindi respondentų lūkesčius būsimų kelionių vadovų atžvilgiu. 181 teigiamas („Taip“) ir 108 „Galbūt atsakymas nustato labai aukštus lūkesčius, kuriuos partneriai stengsis pateisinti.“



Paklausti, kuo konkrečiai galėtų prisidėti Gastro-gido, respondentai vienija šiuos pasiūlymus (apibendrintas konsorciumo lygiu):



41. Kaip manote, koku būdu Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?



Apibendrinant galima teigti, kad įgyvendindama visus esamos padėties šalyse partnerėse tyrimo etapus, projekto partnerystė įgijo vertingų žinių apie tiriamų regionų ypatumus, tiesioginių projekto suinteresuotųjų šalių lūkesčius ir poreikius, kuriuos reikia spręsti. Visos šios ataskaitos išvados ir išvados bus toliau įtrauktos kuriant mokymo programą ir mokymo kursą tokiu būdu, kad būtumi Gastro-Gidai galėtų geriausiu būdu paremti ir plėtoti savo vietos bendruomenes.

Žemiau pateikiamos projekto partnerių pateiktos visos šalių ataskaitos su išsamia anketų būdu atliktos apklausos informacija.

Anketų santrauka

Šalies ataskaita Ispanija

Partneriai:

Cámara Oficial de Comercio e Industria de
Teruel

FORMACION Y ASESORES EN
SELECCION Y EMPLEO, SL (FASE)



Šalies ataskaita – Ispanija

IVADAS

Atsižvelgiant į projekto poreikius ir „Gastro-gido“ mokymų ypatumus, apklausa buvo išplatinta daugiausia tarp žemės ūkio maisto, svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojų ir verslininkų, taip pat žmonių, kurie gyvena ar yra susiję su kaimu, srityse.

Į apklausą atsakė 54 skirtingi žmonės iš Ispanijos.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

Bendra informacija

Šioje skiltyje respondentus pakvietėme nurodyti kontaktinius duomenis, kad galėtume palaikyti ryšį ir toliau bendrauti. Dėl to iš 54 atsakytų anketų iš viso 29 žmonės mums pateikė savo įmonės pavadinimą.

Be to, norėdami geriau suprasti respondentų pasiskirstymą visoje šalyje, paklausėme apie vietą, o rezultatai susumuojami iki 53 žmonių, kurie mums nurodė savo buvimo vietą, pasiskirstę 29 miestuose/kaimuose. Dauguma respondentų yra iš mažų Aragono savivaldybių, o tai suprantama turint omenyje, kad tai yra dviejų Ispanijos partnerių organizacijų veiklos sritis.

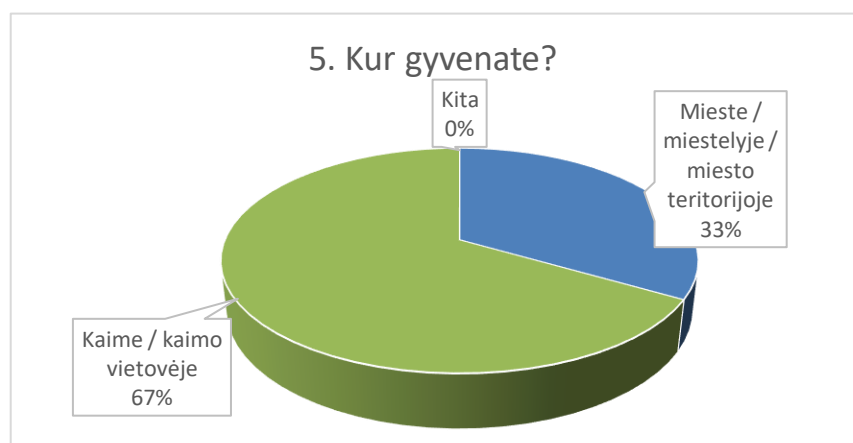
Toliau respondentų buvo paprašyta (jei jie nori) nurodyti savo poziciją (atsižvelgiant į įmonės nuosavybę) ir iš viso į šį klausimą atsakė **29 asmenys**. Analizė rodo, kad dauguma apklaustųjų yra verslo savininkai arba užima vadovaujančias pareigas, o likusieji yra pasiskirstę įvairiose profesijose ir pareigose, daugiausia su maistu susijusiose pramonės šakose, taip pat administravimo ir paslaugų srityse.

Ižanga

5. Kur gyvenate?

Nuolatinė gyvenamoji vieta suprantama kaip vieta, kurioje asmuo gyvena surašymo metu, kur jis kurį laiką buvo ir ketina apsistoti. Iš viso į šį klausimą atsakė **54 žmonės**.

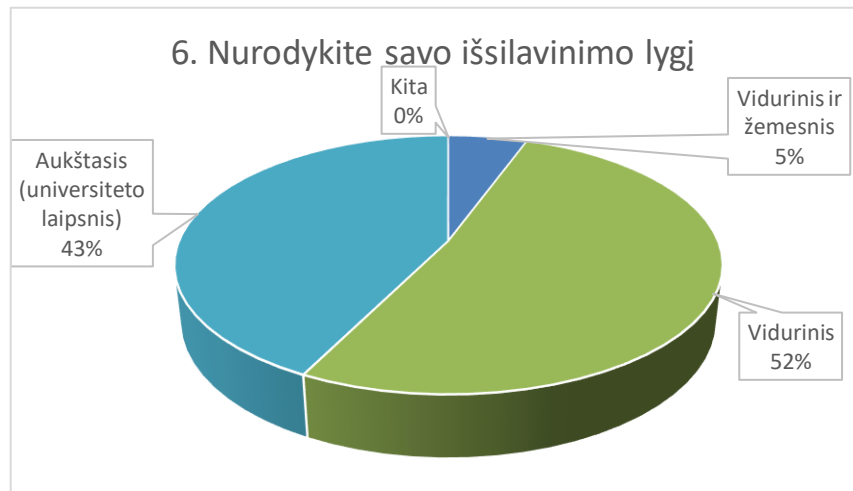
Dauguma, **66,7%** gyvena kaimo vietovėje, o likę **33,3%** gyvena mieste. Tai atitinka projekto tikslus. Be miesto vietovėms priklausančių žmonių, dideliame miestui priklauso tik Saragosos gyventojai.



6. Išsilavinimo lygis

Asmens išsilavinimo lygis nustatomas pagal eilę švietimo programų, sugrupuotų pagal mokymosi patirties, žinių, įgūdžių ir kompetencijų, kurias suteikia kiekviena iš šių programų, laipsnį. Iš viso į šį klausimą atsakė 54 žmonės.

Dauguma, 51,9 %, turi aukštąjį išsilavinimą, tai yra asmenys, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą, 42,4 % – vidurinį išsilavinimą, o 5,6 %, ty mažuma – pradinį arba žemesnį.



7. Švietimo / mokymo sritis

Iš viso į šį klausimą atsakė 54 žmonės; didžioji dalis apklaustųjų dirba verslo, administravimo ir teisės srityse – 28,8 proc.; 13,5 % dirba paslaugų ir dar 13,5 % sveikatos ir gerovės srityse.

Pridedame tikslius kiekvienos kategorijos procentus:

3,7% Menai ir humanitariniai mokslai	5,8% Socialiniai mokslai, žurnalistika ir informacija
28,8% Verslas, administravimas ir teisė	5,8% informacijos ir ryšių technologijos
3,7% gamtos mokslai, matematika ir statistika	5,8% Inžinerija, gamyba ir statyba
5,8% žemės ūkis, miškininkystė, žuvininkystė ir veterinarija	13,5% Sveikata ir gerovė
13,5% Paslaugos, įskaitant keliones, turizmą ir poilsį	

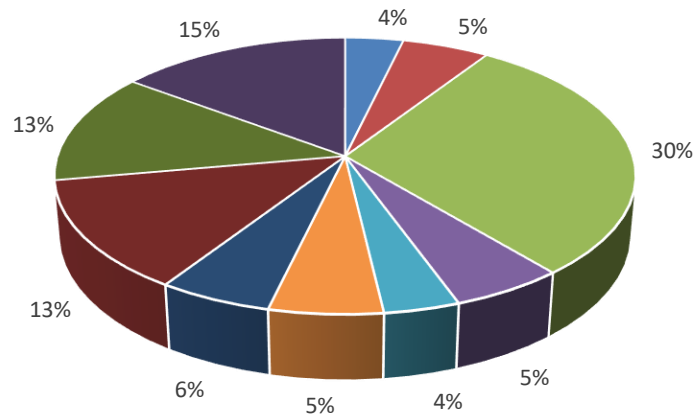
Tarp kitų, kuriuos respondentai išvardijo turėdami galimybę pateikti savo atsakymą, buvo:

- Turizmas
- Vynų gamyba ir perdirbimas
- Kosmetika ir grožis

Visos jos taip pat patenka į Paslaugų kategoriją, įskaitant kelionių, turizmo ir laisvalaikio kategoriją.

Švietimo/ mokymo sritis

- Menai ir humanitariniai mokslai
- Socialiniai mokslai, žurnalistika ir informacija
- Verslas, administravimas ir teisė
- Informacinės ir ryšių technologijos
- Gamtos mokslai, matematika ir statistika
- Inžinerija, gamyba ir statyba
- Žemės ūkis, miškininkystė, žuvininkystė ir veterinarija
- Sveikata ir gerovė
- Paslaugos, įskaitant keliones, turizmą ir laisvalaikį
- Kita



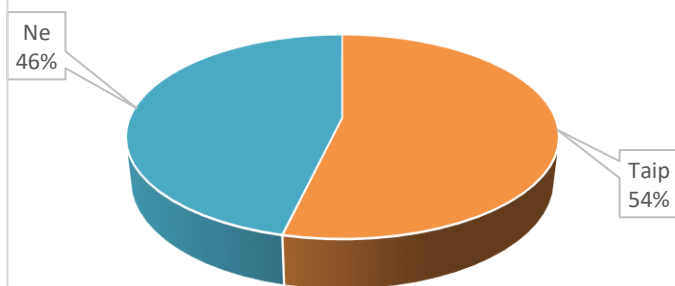
Verslo atstovai

8. Ar vykdyte savo verslą?

Verslas – tai ekonominė veikla, kuria siekiama gauti pelno daugiausia parduodant arba keičiant prekes ar paslaugas, tenkinančias klientų poreikius. Tai gali apimti vieną ar kelis gamybos grandinės etapus, tokius kaip: gamtos išteklių gavyba, gamyba, platinimas, saugojimas, pardavimas ar perpardavimas. Iš viso į šį klausimą atsakė **54 žmonės**.

Beveik pusė apklaustųjų vykdo savo verslą (53,7 proc.), kita pusė savo verslo nevykdo (46,3 proc.).

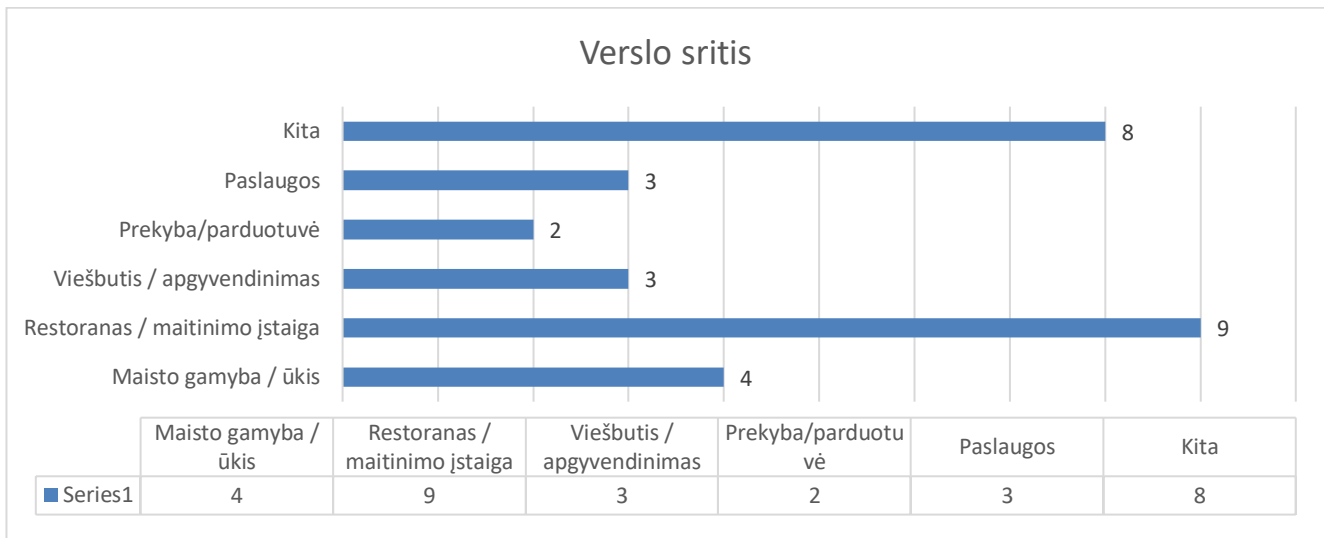
Ar vykdyte savo verslą?



9. Kokios srities verslą vykdyte?

Verslo rūšių yra daug ir jų klasifikavimo būdų yra daug, nors labiausiai paplitęs yra verslo rūšių diferencijavimas pagal vykdomą ekonominę veiklą, juridinį asmenį ar įmonės dydį.

Šiuo atveju respondentai, kurie teigė, kad vykdo savo verslą (**29 žmonės**), atsakė į šį klausimą. Dauguma – **31%** – turi **restoranų verslą**, **13,8%** dirba su **maisto gamyba/ūkiu** susijusiame versle, o **10,3%** apklaustųjų taip pat turi **viešbučių ar paslaugų verslą**.

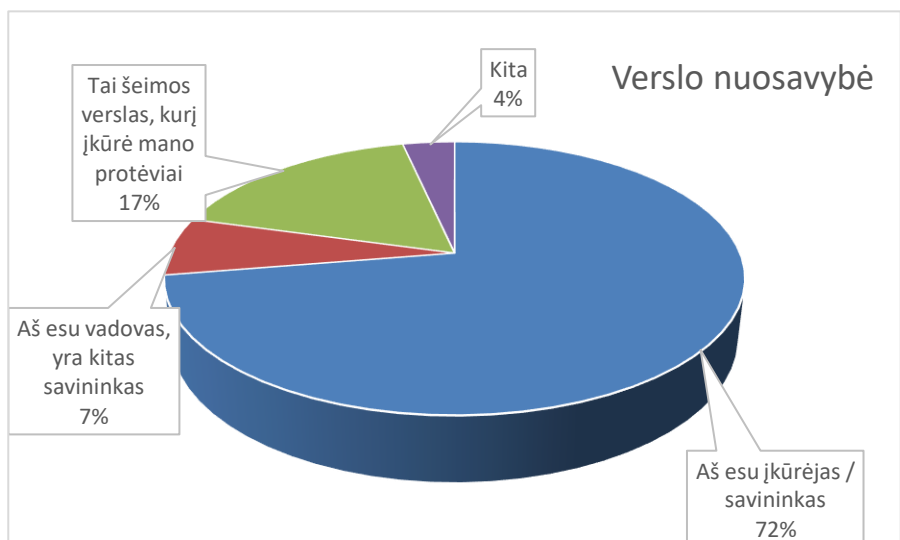


10. Ar verslas įkurtas, ar paveldėtas?

Kiekvienas verslo projektas kuriamas pagal idėją, kuri kyla aptikus verslo galimybę. Idėjos kurti įmonę atsiradimas skiriasi priklausomai nuo kiekvieno žmogaus/-ų aplinkybių. Yra daug veiksmų, galinčių paskatinti žmogų palinkti konkretaus verslo link.

Kita vertus, kai kas nors paveldi verslą, jis pagal įstatymą arba testamentą gauna turtą, kurį žmogus palieka mirdamas, kad su juo nedingtų jo turtas ir teisės.

Didžioji dalis apklausoje dalyvavusių žmonių, valdančių savo verslą, yra verslo **steigėjai (72,4 %)**. **17,2 %** turi verslą, kurį įkūrė jų **protėviai**. **6,9%** apklaustųjų yra **vadovai**, tačiau verslas nėra jų, o **3,4%** apklaustųjų turi **kitokią** situaciją.



11. Kiek laiko vykdo savo verslą? (Skaičius metais)

Vienas iš svarbiausių ramsčių, lemiančių jūsų verslo sėkmę, yra geras laiko valdymas. Pats laikas nėra išteklis ir, deja, jo nenusipirksi, tačiau visi ištekliai priklauso nuo gero valdymo.

Šioje skiltyje rodomi metai, kai apklausoje dalyvavę žmonės vykdo savo verslą.

Šiame klausime pastebime, kad atsakymų į 29 žmones, kurie vadovauja verslui, yra daug įvairių. Yra keletas žmonių, kurie neseniai atidarė verslą, o daugelis kitų užsiima verslu ilgą laiką. Daugiau nei pusė apklaustųjų, užsiimančių verslu, tuo užsiima 10 ar mažiau metų. Pridedame sąrašą su žmonių skaičiumi ir metų, kuriais jie vykdo savo verslą, skaičiumi.



1 asmuo, 50 metų
 2 žmonės, 35 metai
 1 asmuo, 25 metai
 1 asmuo, 18 metų
 1 asmuo, 11 metų
 2 žmonės, 10 metų
 1 asmuo, 8 metai

1 asmuo, 7 metai
 2 žmonės, 6 metai
 1 asmuo, 5 metai
 3 žmonės, 4 metai
 2 žmonės, 3 metai
 2 žmonės, 2 metai
 3 žmonės, 1 metai

12. Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje? (Prašome užpildyti samdomų žmonių skaičių)

Darbuotojai – tai žmonės, turintys savybių atlikti tam tikrą darbą, atliekantys konkrečias užduotis įmonėje. Tai fizinio arba juridinio asmens pasamdytas asmuo, kuris vykdo kvalifikuotą veiklą ir dėl to gaus ekonominį atlygį.

Iš viso į apklausą atsakė **29 žmonės** ir mes, kaip ir ankstesniame atsakyme, pastebėjome atsakymų įvairovę. Visos jos yra mažos įmonės, dažniausiai savarankiškai dirbančios įmonės, kuriose jie yra vieninteliai darbuotojai, ir nė vienoje įmonėje nėra daugiau nei 10 darbuotojų.

Daugumoje jų nėra daug dirbančių žmonių. Pridedame sąrašą su žmonių skaičiumi ir jų turimų darbuotojų skaičiumi.

11 žmonių 1 darbuotojas
 5 žmonės 2 darbuotojai
 4 žmonės 1 darbuotojas
 4 žmonės 0 darbuotojų

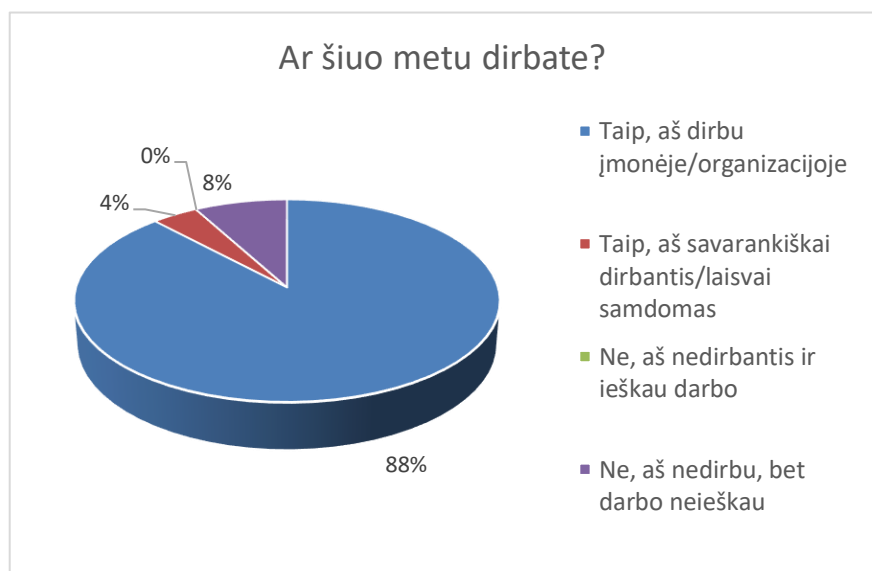
3 žmonės 3 darbuotojai
 1 žmogus 5 darbuotojai
 1 žmogus 10 darbuotojų

Gyventojai:

Darbu vadiname visumą veiklą, kurios atliekamos siekiant tikslo, išspręsti problemą arba gaminti prekes ir paslaugas žmogaus poreikiams tenkinti.

13. Ar šiuo metu dirbate?

Iš viso į šį klausimą atsakė **25 asmenys**, o tai atitinka bendrą verslo nevadovaujančių respondentų skaičių. Didžioji dauguma šio klausimo respondentų dirba įmonėje ar organizacijoje (**88% iš viso**). **8%** yra bedarbiai, bet neieško darbo ir **tik 4%** iš visų yra laisvai samdomi darbuotojai.



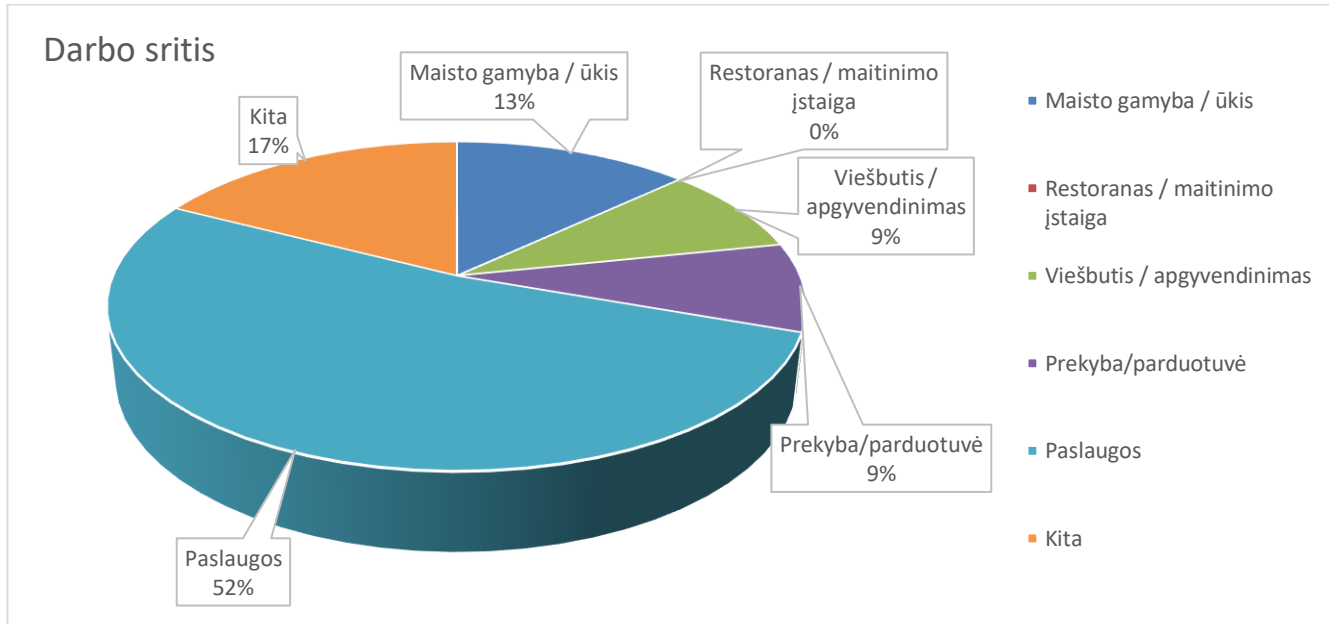


Dirbantieji:

14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?

Įmonės veiklos sritys – tai visi padaliniai, į kuriuos įmonė suskirstyta, kad galėtų efektyviai dirbti. Svarbu atsižvelgti į tai, kad kiekviena sritis ar skyrius plėtoja specifines funkcijas.

Didžioji dalis – 52,2 % apklaustųjų – dirba paslaugų srityje, 13 % – maisto gamyboje/ūkyje, 8,7 % – restorane ir tie patys žmonės – prekyboje/parduotuvėje.



15. Koks jūsų dabartinis užsiėmimas?

Žodis užimtumas reiškia darbą, profesiją arba prekybą. Tačiau labiausiai paplitęs užimtumo panaudojimas yra tas, kuris nurodo visą tą veiklą, kai asmuo samdomas atlikti eilę konkrečių užduočių, už kurias gauna finansinį atlygį.

Šiuo atveju į apklausą atsakė **37 žmonės**, kurie detalizavo savo dabartinį užsiėmimą. Išsamiai pateikiame dalyvių sąrašą su daugybe atsakymų:

2. Technikas

1. Monitorius

1. Radijo diagnostikos technikos specialistas

1. Slaugytoja

1. Statybos darbuotojas

1. Sekretorius

1. Budintis vadovas

1. Kelionės vadovas

1. Pagalbos verslininkams technikas

1. Kaimo daugiafunkcė paslauga

1. Tarnybinis administracinis

1. Parduotuvės darbuotojas

1. Technikas ir komercijos tarpininkas

1. Maisto reklamos agentas

1. Valstybės tarnautojas

1. Virėjo stažuotojas



16. Kokia jūsų padėtis įmonėje?

Visos įmonės, įmonės ir subjektai, kad galėtų normaliai funkcionuoti, turi turėti žmonių, dirbančių įvairias pareigas ar pareigas, tačiau kas yra pareigos? Tai yra asmens funkcija, kai jis yra atsakingas už užduočių vykdymą, vadovaudamasis visomis organizacijos strategijomis ir vertybėmis.

Iš viso į apklausą atsakė **17 žmonių** ir atsakymų yra labai daug. Pridedame kiekvieno žmogaus sąrašą su jų pareigomis įmonėje.

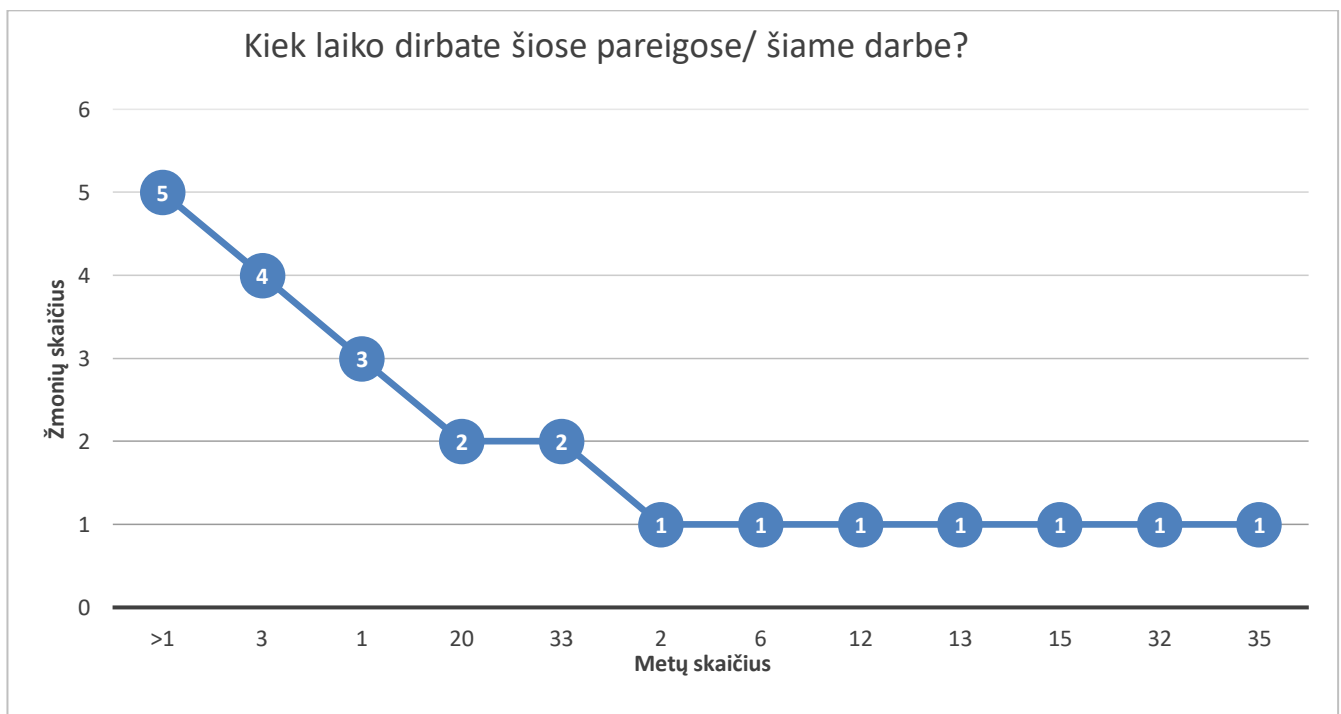
2. Technikas	1. Pagalbos verslininkams technikas
1. Monitorius	1. Kaimo daugiafunkcė paslauga
1. Radijo diagnostikos technikos specialistas	1. Tarnybinis administracinis
1. Slaugytoja	1. Parduotuvės darbuotojas
1. Statybos darbuotojas	1. Technikas ir komercijos tarpininkas
1. Sekretorius	1. Maisto reklamos agentas
1. Budintis vadovas	1. Valstybės tarnautojas
1. Kelionės vadovas	1. Virėjo stažuotojas

17. Kiek laiko dirbate šiose pareigose / šiame darbe (Prašome įrašyti metų skaičių)?

Darbo patirtis – tai įgūdžių ir žinių visuma, kurią asmuo ar grupė įgijo dirbdamas tam tikrą darbą arba per tam tikrą laikotarpį.

Kitaip tariant, darbo patirtis reiškia ne tik patį darbą, bet ir tai, ko iš jo išmoksti.

Apklausoje **23 žmonės** mums nurodė, kiek metų dirba dabartiniame darbe. Matome, kad atsakymų yra labai daug. Pridedame grafiką su metais, kai apklausoje dalyvavę žmonės dirbo šiose pareigose.



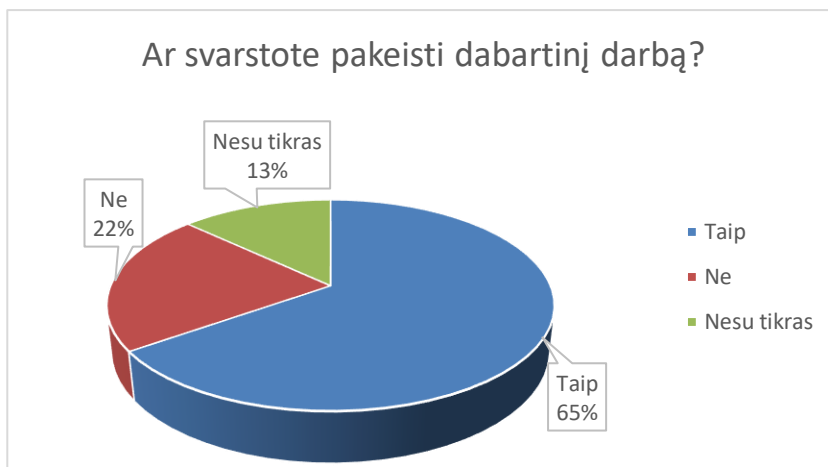


Darbo keitimas

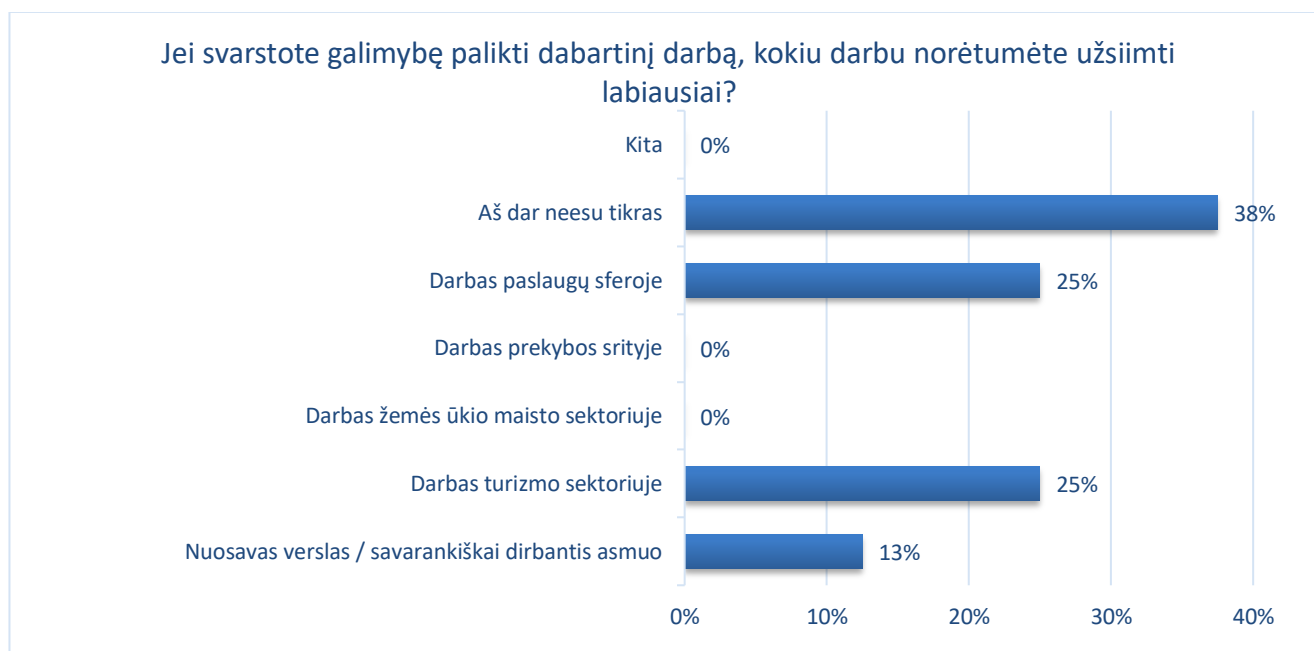
18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?

Darbo keitimas yra situacija, apie kurią ne visi drįsta svarstyti. Priežasčių gali būti daug, pavyzdžiui, darbo krūvis, santykiai su kolegomis ir viršininku... Nors dažnai būtent ekonominiai poreikiai verčia likti dirbti toje vietoje, kur tau nepatinka.

Iš visų apklaustųjų didžioji dalis, tai yra **65,2 %**, **svarsto galimybę keisti esamą darbą**, **21,7 %** yra patenkinti ir nenori keisti esamo darbo, o **13 %** nėra apsisprendę.



19. Jei svarstote galimybę palikti dabartinį darbą, kurį darbą norėtumėte užimti labiausiai?



Tarp žmonių, kurie norėtų keisti darbą (8 žmonės), 25% nori dirbti turizmo, dar 25% paslaugų sektoriuje, 37,5% dar nežino, ką nori dirbti, o likusieji nori tvarkytis patys. Pridedame grafiką su labiausiai pageidaujamos kitos profesijos procentais.

Gastro-Gido standartas

Būti gastro-gidu bus vienas iš naudingiausių darbų. Jūs užsidirbate pragyvenimui tuo, ką daro kiti per atostogas: susitinkate su mielais žmonėmis iš viso pasaulio ir kasdien stebitės geriausiomis šio pasaulio vietomis.

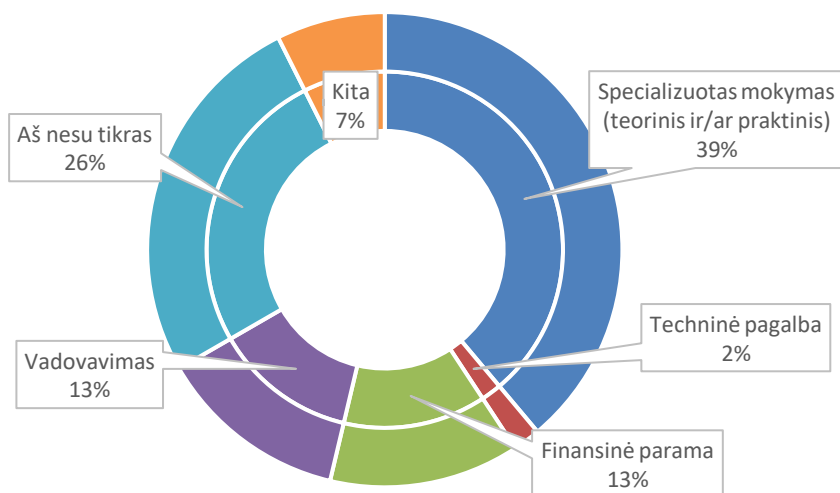


20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių gastro-gidų poreikiai, norint užbaigti mokymus pagal savo profesinį standartą?

Būti gastro-gidu yra iššūkis ir ne visi gali tai padaryti. Čia pateikiamos pagrindinės savybės, kurios, pasak apklaustų žmonių, gali būti geriausiu gastro-gidu.

38,9% mano, kad gastronomijos vadovui reikės specializuoto išsilavinimo / mokymo (teorinio ir (arba) praktinio), **13%** mano, kad tai bus svarbi finansinė parama, **13%** konsultacijos, o mažuma (**1,9%**) mano, kad techninė pagalba yra svarbu.

Kokie jūsų nuomone yra pagrindiniai gastro-gidų poreikiai?



21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtumėte sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį? (Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu)

Gastro-gidams svarbios kompetencijos suprantamos kaip žinių, įgūdžių ir požiūrių visuma, kurią Gastro-gidai turi įgyti baigę pagrindinį išsilavinimą, kad pasiektų savo pilnatvę ir asmeninį tobulėjimą, kad sėkmingai įgyvendintų savo vaidmenį.

Pirmiausia turime lentelę, kurioje 1 yra „nesvarbu“, o 5 yra „labai svarbu“; o lentelėje – už ką balsavusių žmonių skaičius.

Gastro-Gidų kompetencijų svarba	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai	3	3	10	11	28
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai	2	4	6	12	30
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	2	4	11	15	22
Mokymo/koučingo kompetencijos	4	6	13	18	14



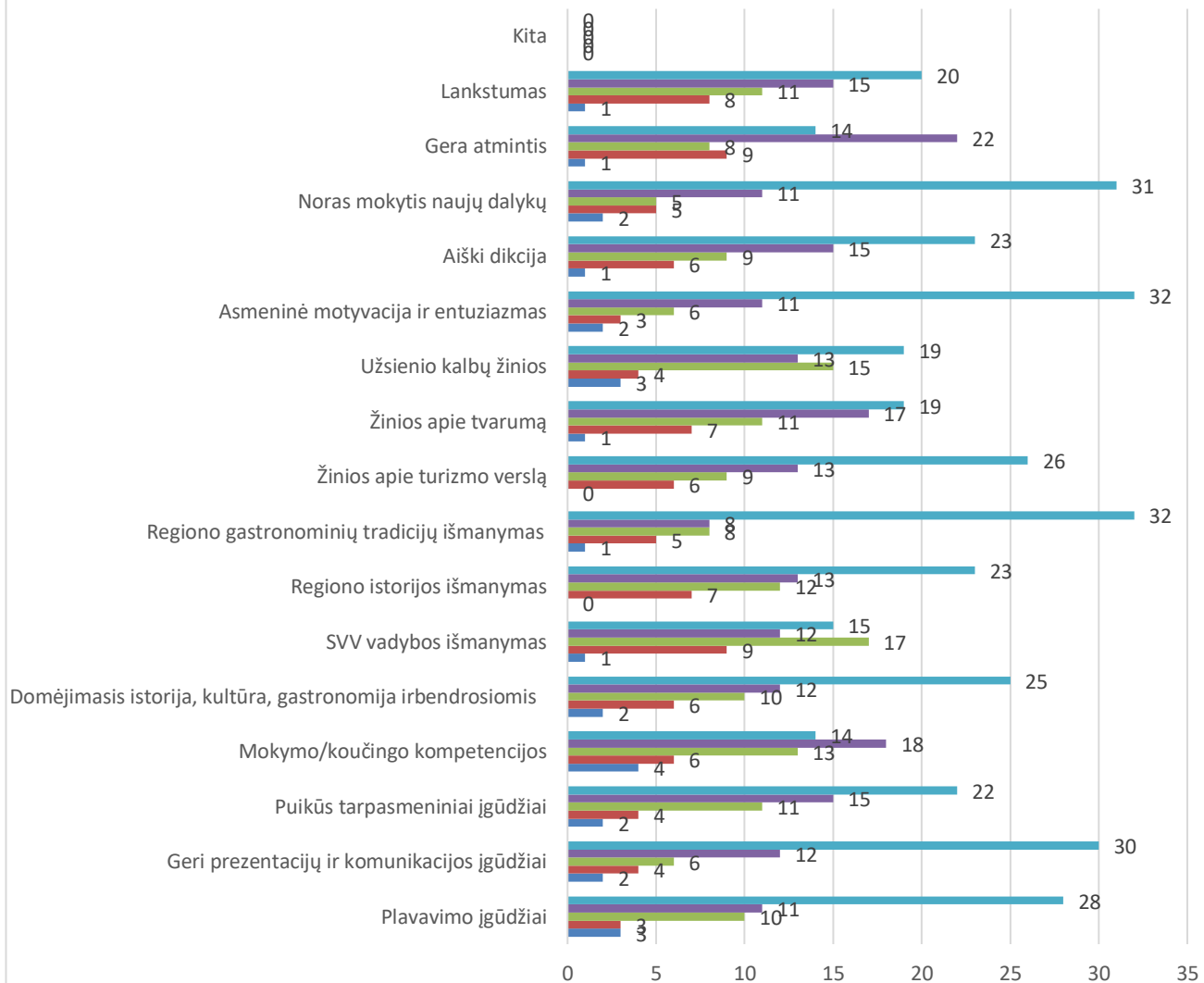
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai	2	6	10	12	25
SVV valdymo išmanymas	1	9	17	12	15
Krašto istorijos išmanymas	0	7	12	13	23
Regiono gastronominės tradicijos išmanymas	1	5	8	8	32
Žinios apie turizmą	0	6	9	13	26
Žinios apie tvarumą	1	7	11	17	19
Kalbų mokėjimas	3	4	15	13	19
Savęs motyvacija ir entuziazmas	2	3	6	11	32
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai	1	6	9	15	23
Noras mokytis	2	5	5	11	31
Geras prisiminimas	1	9	8	22	14
Lankstumas	1	8	11	15	20

Suprantame, kad pagal apklausos atsakymus **svarbiausios kompetencijos**, kurias turi turėti Gastro-gidas yra:

- 1) Regiono gastronominių tradicijų išmanymas
- 2) Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai
- 3) Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai
- 4) Savęs motyvacija ir entuziazmas
- 5) Noras mokytis.



Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios gastro-digų kompetencijos,
kad sėkmingai vykdytų savo veiklą?



	Plavavi mo įgūdžiai	Geri prezen tacijų ir komun ikacijos įgūdžiai	Puikūs tarpas meniniai įgūdžiai	Moky mo/ko učingo kompe tencijos	Domėji masis istorija , kultūra , gastro nomija ir bendr osiomis	SVV vadybo s išmany mas	Region o istorijo s išmany mas	Region o gastro nomini ų tradicij ų išmany mas	Žinios apie turizm o verslą	Žinios apie tvarum ą	Užsieni o kalbų žinios	Asmen inė motyv acija ir entuzia zmas	Aiški dikcija	Noras mokytis naujų dalykų	Gera atmintis	Lankst umas	Kita
5	28	30	22	14	25	15	23	32	26	19	19	32	23	31	14	20	0
4	11	12	15	18	12	12	13	8	13	17	13	11	15	11	22	15	0
3	10	6	11	13	10	17	12	8	9	11	15	6	9	5	8	11	0
2	3	4	4	6	6	9	7	5	6	7	4	3	6	5	9	8	0
1	3	2	2	4	2	1	0	1	0	1	3	2	1	2	1	1	0



Gastro-Gido mokymo kursas

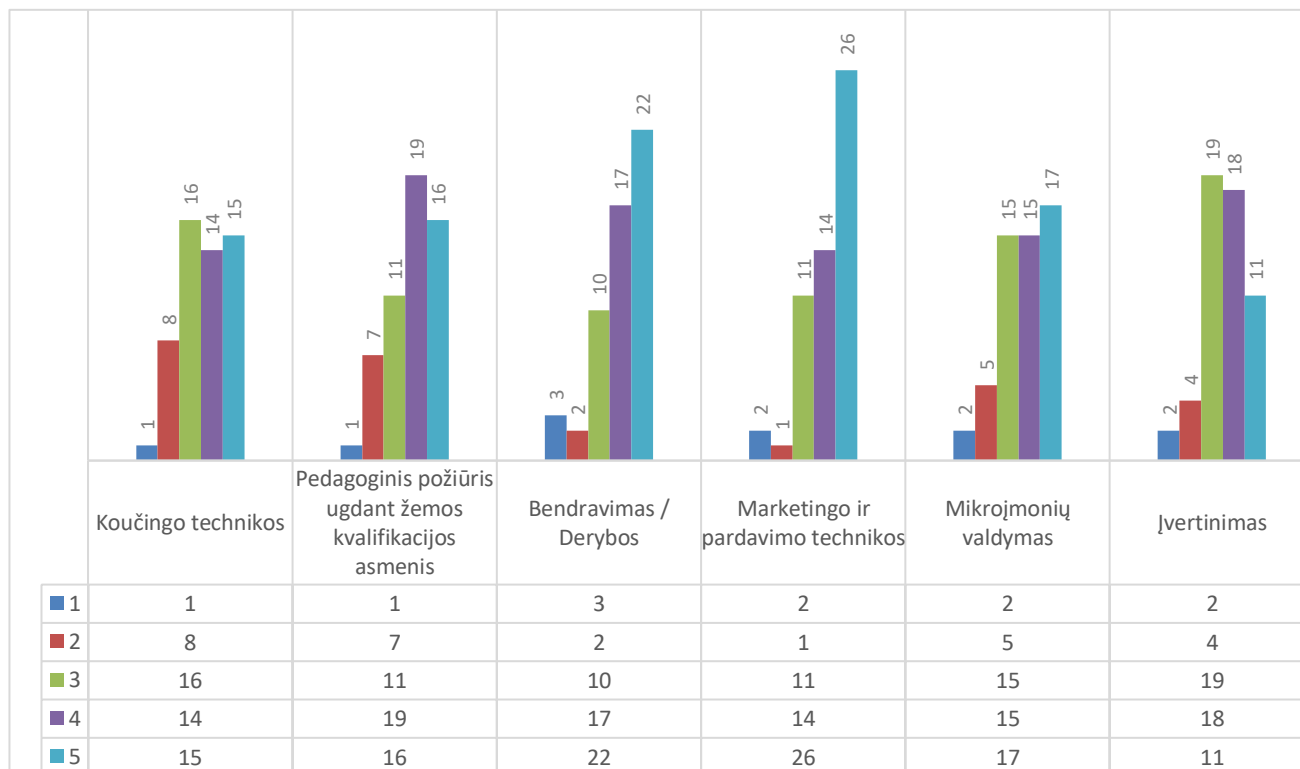
22. Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro-gidus?

Mokymo modulis yra mokymosi vadovas, pirmiausia naudojamas mokant ir mokantis žingsnis po žingsnio. Mokymo moduliai taip pat gali būti naudojami norint pateikti daugiau faktinės informacijos. Nors dauguma mokymų yra atliekami siekiant lavinti įgūdžius, praktinė patirtis rodo, kad darbuotojams taip pat reikia būdo dokumentuoti faktus, sąvokas, procesus ir principus.

Svarbiausi moduliai, anot respondentų, yra išdėstyti prioritetine tvarka pagal respondentus:

- 1) Rinkodaros ir pardavimo metodai
- 2) Bendravimoas / Derybos
- 3) Mikro įmonių valdymas

Mokymo modulių svarba ir naudingumas	1	2	3	4	5
Koučingo technikos	1	8	16	14	15
Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis	1	7	11	19	16
Bendravimas / Derybos	3	2	10	17	22
Marketingo ir pardavimo technikos	2	1	11	14	26
Mikroįmonių valdymas	2	5	15	15	17
Įvertinimas	2	4	19	18	11





23. Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-gidams? (Prašome išvardinti savo pasiūlymus)

Respondentų atsakymus pateikiame taip, kaip buvo nurodyta anketose:

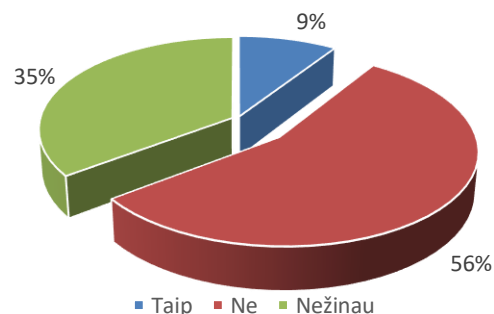
- Maisto savybės
- Turizmas
- Provincijos istorija
- Provincijos gastronomija
- Vietinių produktų reklamos ir skatinimo priemonės
- Maisto istorija, kulinarijos pagrindai, botanika
- Empatija ir optimalūs socialiniai santykiai
- Istorija, paveldas, vietinė gastronomija...
- Manau, kad labai svarbu, kad gastro-gidai iš pirmų lūpų žinotų, kokius produktus naudosime restoranuose – nuo trumų ciklo ir surinkimo iki skirtumo tarp kiaulių fermos, turinčios „kiaulės iš Teruelio“ kvalifikaciją ir tų, kurių yra daug šioje provincijoje.
- Ir, žinoma, jie turėtų ateiti į mūsų restoranus ir parduotuves, o mes iš pirmų lūpų paaiškinsime, ką darome, kad galėtume geriau rekomenduoti juos savo lankytojams.

24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms ar išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis kelionių vadovams?

Tai mokymų veikla, skirta žmonėms, norintiems pradėti dirbti pagal profesiją arba kurie, jau pradėję, yra pirmajame profesinio tobulėjimo etape. Todėl rekomenduojama žmonėms, neturintiems patirties arba turintiems mažai mokymo patirties.

Didžioji dalis dalyvių (55,6 %) nežino kitų mokymo formų, kurios gali padėti sukurti mokymo modulius.

Ar jums yra žinomos kitos mokymosi programos, naudingos būsimiems gastro- gidams?



25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-gidus, pvz. edukacinės programos, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.

- Kalbų mokymas
- Neformalūs kursai
- Vyno DO Aragone vykdo internetinius vyno turizmo kursus; tai gali būti geras treniruočių papildymas.
- <https://aprendergratis.es/cursos-online/cursos-gratuitos-de-cocina>
- Aukščiausias gido, informacijos ir pagalbos turistams specialistas.
- Vyriausiasis turizmo informacijos ir rinkodaros specialistas.



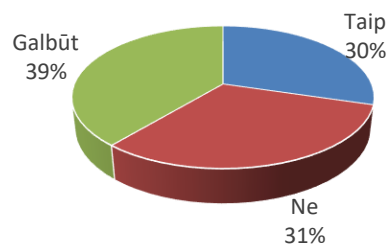
Potencialūs Gastro-gidai

26. Ar norėtumėte dalyvauti gastro-gido mokymuose?

Naujasis „Gastro-gido“ profesinis standartas suteiks reikiamas kompetencijas, mokant kaimo verslininkus ir kaimo bendruomenių žmones.

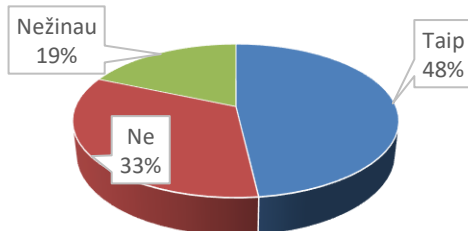
Didžioji dalis apklaustųjų **domėtusi**, arba **galėtų susidomėti** gastro gido kursu (**58,5 %**), ir tik **31,5 %** juo nesidomėtų.

Ar jus domina dalyvavimas gastro-gidų mokymuose?



27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/neformaliuose mokymuose, kurių metu įgyjate kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido standartui, pvz. bendravimo įgūdžiai, organizaciniai įgūdžiai, mokymo įgūdžiai ir kt.?

Ar esate dalyvavęs kokiuose nors formaliuose/ neformaliuose mokymuose?



Ankstesni mokymai suprantami kaip visi akademiniai ir profesiniai mokymai, kuriuos studentas akredituoja ir kuriuos jis baigė prieš pradėdamas dalyvauti oficialioje antrosios pakopos studijų programoje.

Iš **54 žmonių**, atsakiusių į apklausą, **48,6% dalyvavo mokymuose**, susijusiuose su projektu, **32,4%** nebuvo su programa susijusių mokymų ir **18,9%** nėra tikri.

28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkama trukmė tokiems mokymams? (Prašome nurodyti priimtina mokymo valandų skaičių, atsižvelgiant į jūsų nuomonę)

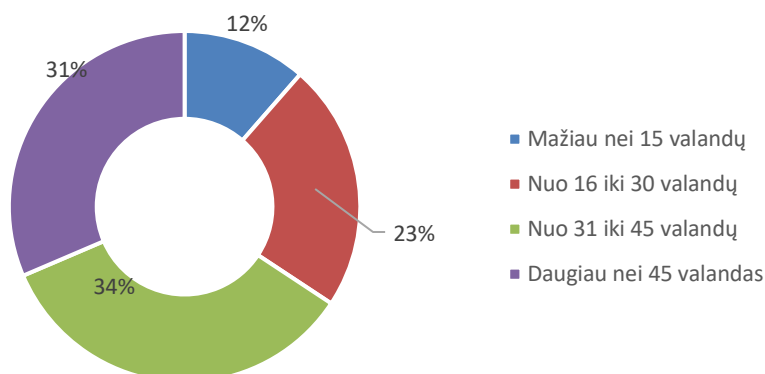
Labai svarbu, kad kursas būtų tinkamos trukmės, nes tai užtikrina, kad dalyviai mokymą baigs patenkinti, nejausdami nuobodulio ar jausmo, kad jiems trūksta informacijos.

Turėdami motyvuotų dalyvių, didėja tikimybė, kad jie norės lankyti daugiau kursų su jūsų prekės ženklu.

Pirmoje pozicijoje esantys **32,4 %** mano, kad tokio stiliaus kursui tinkamas laikas yra **nuo 31 iki 45 valandų**. Antroje pozicijoje, **29,7%** mano, kad tinkamas laikas šiam mokymui yra **daugiau nei 45 val.**



Kiek galėtų trukti tokie mokymai?

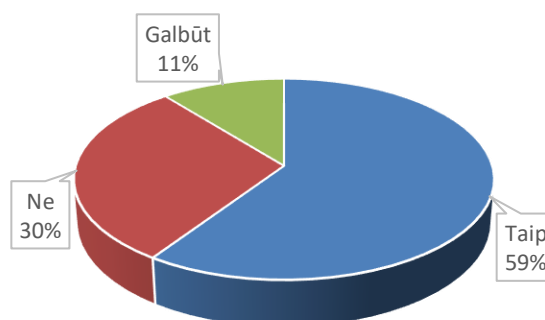


29. Ar jūsų turimo laiko pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-gido mokymo kursuose?

Kasdiniame gyvenime laikas matuojamas laikrodžiu. Kitas būdas vartoti terminą laikas žmogaus gyvenime yra kalbant apie laisvalaikį.

Dauguma (daugiau nei 50%) mano, kad jie skirtų iš viso i apie 30 valandų savo laiko.

Ar mokymai galėtų trukti 30 val.?



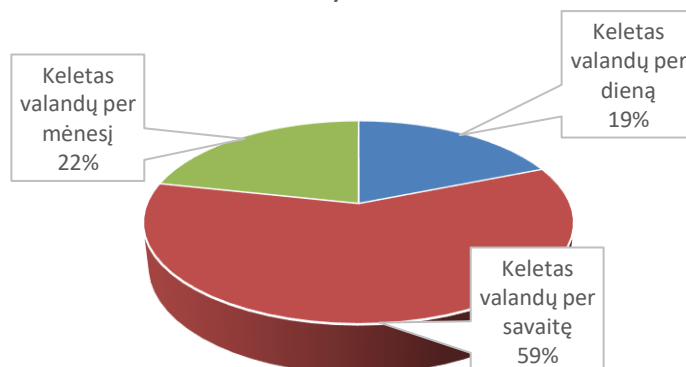
30. Kiek laiko norite (ir galite) skirti tokiems mokymams?

Šis mokymas gali būti labai naudinga veikla. Tačiau norint atvykti į gerą uostą, būtina gerai planuoti laiką.

Norint užtikrinti, kad internetinio kurso trukmė būtų tinkama, būtina pagalvoti apie įvairius formatus, kuriais turinys bus pateikiamas dalyviams. Dėmesio lygis mokymuose tiesiogiai priklausys nuo pateikto formato.

Tokiu atveju daugiau nei dauguma dalyvių galėtų tam skirti **kelias valandas per savaitę**, o likusias – kelias valandas per mėnesį ar dieną.

Kiek laiko norite (ir galite) skirti tokiems mokymams?

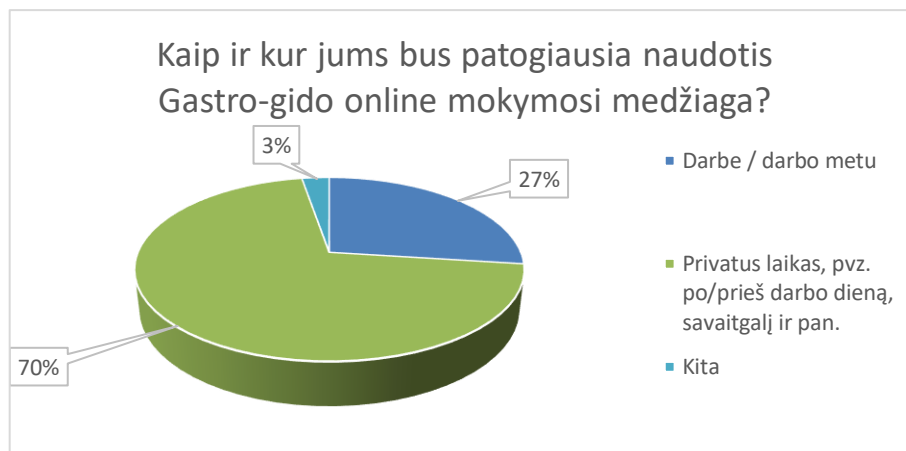




31. Kurioje aplinkoje galėsite efektyviausiai naudotis Gastro-gido mokymosi medžiaga (internetu)?

Atsižvelgiant į mokymosi tikslus ir mokymo programos trukmę, mokymo medžiaga gali būti darbo knygelės, mokymo vadovai, kompiuterinės pamokos ir garso ir vaizdo priemonės.

Dauguma jų naudosis **savo asmeniniu laiku**.



32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Įvertinkite siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidaujama)

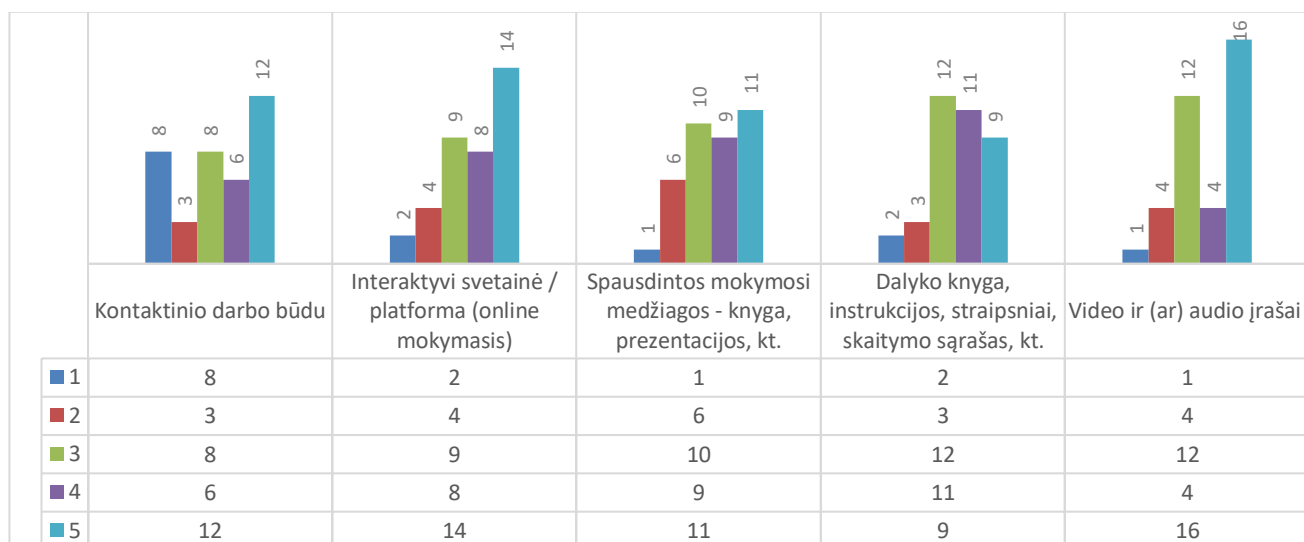
Keičiasi vartotojų elgsena, o vartotojai vis labiau domisi vaizdiniu turiniu. Keičiasi ir tai, kur jie pasiekia turinį, nes pirmenybė teikiama socialinės žiniasklaidos platformoms, o ne tradiciniams būdams.

Žiniasklaida, pvz., svetainė ir vaizdo įrašai, nes laikui bėgant šioms turinio platformoms ir toliau reikės vertės.

Mokymo medžiagų tipų pageidavimai	1	2	3	4	5
Kontaktiniai mokymai	8	3	8	6	12
Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai internetu)	2	4	9	8	14
Rašytinė mokymo medžiaga, pvz.: vadovas, vadovai, pristatymai ir kt.	1	6	10	9	11
Modulio knygos, instrukcijos, gairės, straipsniai, skaitinių sąrašas ir kt.	2	3	12	11	9
Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga	1	4	12	4	16

Respondentų duomenimis, pridedame grafikus ir atsakymus, kaip jie norėtų gauti informaciją:

- 1) Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga
- 2) Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai internetu)
- 3) Tiesioginiai praktiniai užsiėmimai



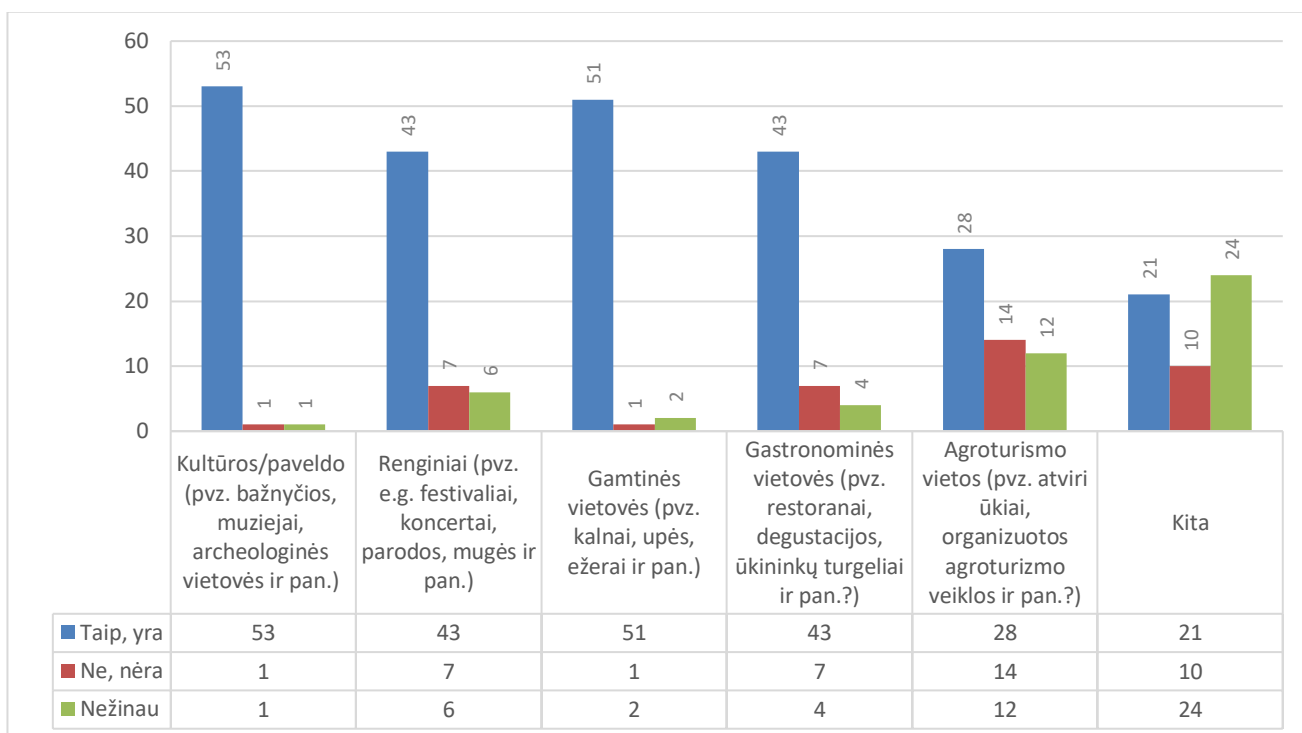
1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidautina

Vietos žinojimas ir potencialas

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime? Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje.

Turistų traukos objektas – tai lankytina vieta, kurią turistai lanko dėl jai būdingos ar eksponuojamos gamtos ar kultūros vertybės, istorinės reikšmės, gamtos ar užstatymo grožio, siūlanti laisvalaikį ir pramogas.

Atrakcijos	Taip, yra	Ne, nėra	Nesu tikras
Kultūros / paveldo objektai (pvz., bažnyčios, muziejai, archeologinės vietos ir kt.)	53	1	1
Renginiai (pvz., festivaliai, koncertai, parodos, mugės ir kt.)	43	7	6
Gamtos vietos (pvz., kalnai, reversai, ežerai ir kt.)	51	1	2
Gastronominės vietos (pvz., restoranai, degustacijos, ūkininkų turgeliai ir kt.)	43	7	4
Agroturizmo objektai (pvz., atviri ūkiai, organizuota agroturizmo veikla ir kt.)	28	14	12
Kita	21	10	24



34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

Pridedame vietų, kurias mums pateikė apklausoje dalyvavę žmonės, sąrašą:

- Akmeninis vienuolynas Nevaloje (Monasterio de Piedra)
- Ermitažas, bažnyčios bokštas, rūmai
- Lagūna Gallocanta
- Peracense pilis
- Bea botaninis maršrutas
- Peña Modorra, paleozojaus muziejus
- Šafrano plantacija
- Vėjo malūnas
- Salvadoro pergalės muziejus
- Ruffle laukai ir mugės
- Muziejai, Santa María bažnyčia
- Viduramžiai, Teruelis
- Pirėnai
- Albarracín kaimas
- Uostas ir katedra Valencijoje
- Bulių arena
- Nekaltųjų aikštė
- Paplūdimiai
- Įsimylėjėlių panorama
- Istorinių paminklų festivaliai
- Gamtos išteklių, malūnas su vietine karališkųjų alyvuogių įvairove iš Alozos, gastronominiai užsiėmimai apie karališkąją įvairovę
- Olivaro vienuolynas, Codoñera pušyno maršrutai, bažnyčios, fontanai, kaimo paveldas apskritai
- Santa Justa bažnyčia Maluendoje
- Jarabos Mergelės ermitažas
- Campillo de Aragón bažnyčia su Šventosios drobės kopija
- Piliaro bazilika
- Alfonsadas iš Calatayud
- Botanikos maršrutas
- Maestrazgo
- Matarraña, Teruelis
- Javalambre, Teruelis
- Motorland

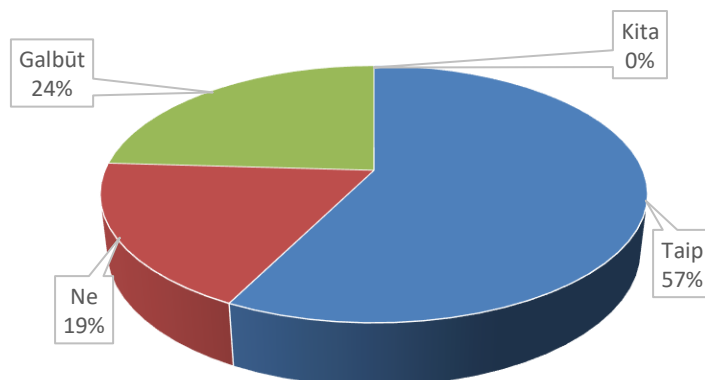


35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurias vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?

Reklaminė veikla – tai veikla arba pranešimai, vykdomi emitento arba jo vardu, kurie skatina arba pagrįstai galima tikėtis, kad paskatins emitento vertybinių popierių pirkimą ar pardavimą.

Apklaustieji žmonės žino apie lankytinas vietas, kurias galite atrasti kitose netoliese esančiose turistinėse išvykose. Didžioji **dauguma** žino veiklą, kuria siekiama pritraukti daugiau žmonių į regioną (**56,6%**).

Ar jums yra žinomos priemonės, kurios padėtų pritraukti lankytojus į jūsų rajoną/kaimą?



36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? (Atsakymą nurodykite naudodami skalę, kurioje 1 = prastai ir 5 = puikiai)

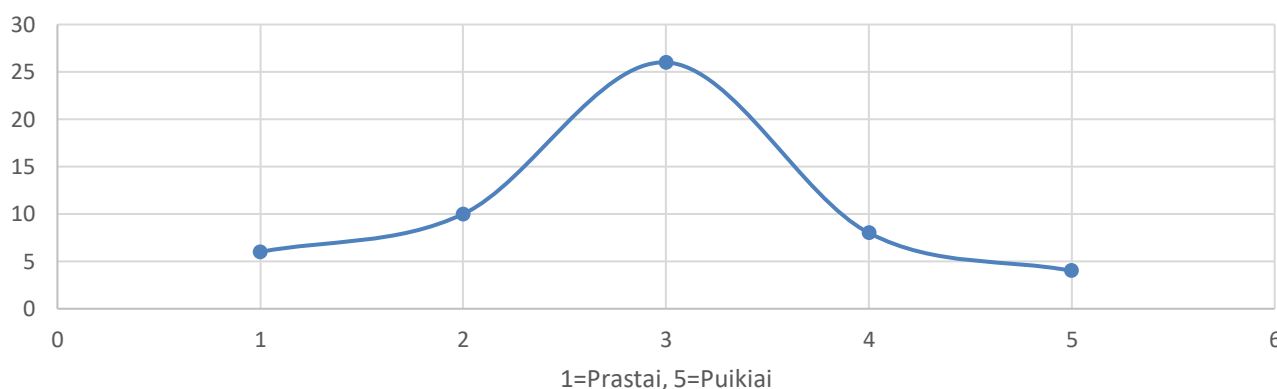
Skalė yra sąrašas, kuriame nustatoma kiekvieno asmens nustatytų vertybių svarbos tvarka. Dauguma apklaustųjų (**48,1 %**) mano, kad įvertinimas **yra 3**, tai yra, nei prastas, nei puikiai.

Mes radome svarstyklės **viduryje**.



Skalė	1 <i>Mažai</i>	2	3	4	5 <i>Daugiausiai</i>
Atsakymai	6	10	26	8	4
Procentai	11,1%	18,5%	48,1%	14,8%	7,4%

Kaip jūs vertinate veiksmus vietiniame lygmenyje, kurie skatintų agro-gastro turizmo produktus/paslaugas?

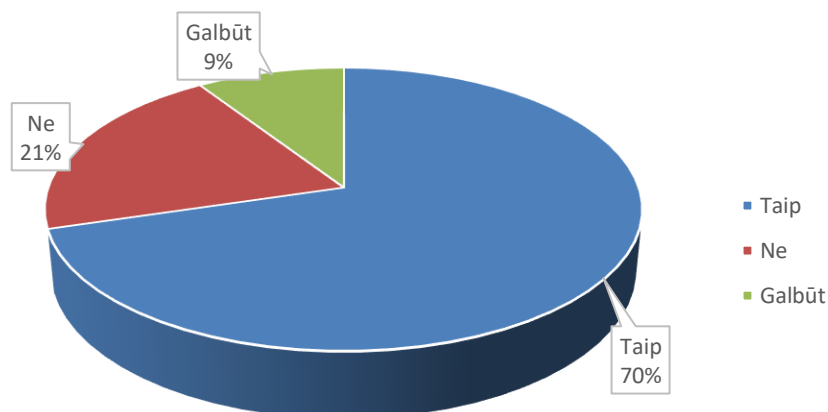


37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų ...) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?

A Produktas yra materialių ir nematerialių elementų, tokių kaip gamtos, kultūros ir antropogeniniai išteklių, taip pat turistinių objektų, įrenginių, paslaugų ir veiklos, susijusios su konkrečiu dominančiu elementu, derinys, atspindintis paskirties vietos ir rinkodaros plano esmę. potencialiems lankytojams sukuria visapusišką turistinę patirtį su emociniais elementais.

Dauguma mano, kad **taip**, yra keletas regioninių produktų, kurie pritraukia lankytojus.

Ar turite regioninius (maistas, amatai, kt.) produktus, kurie pritrauktų lankytojus į jūsų kaimą?





38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

Išvardijame apklaustų žmonių gaminius:

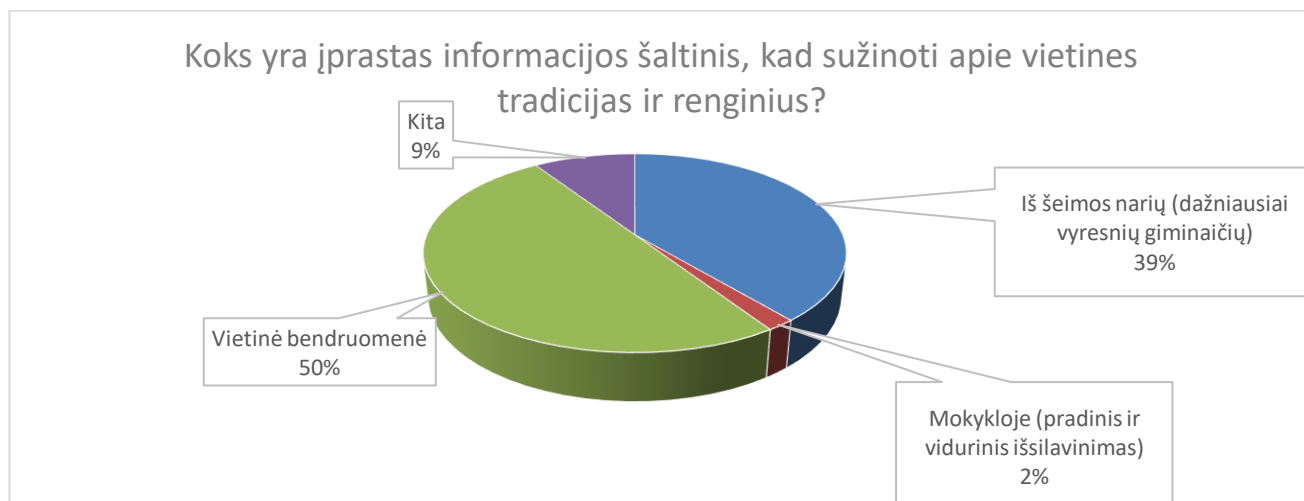
- Vaisiai
- Triufelis
- Šafranas ir gaminiai su šafranu
- Triufeliai, sūriai, ėriena ar veršiena, eršketas.
- Teruelis kumpis
- Horchata
- Vynai, vaisiai, aliejai, sūriai...
- Vietinė Royal de Alloza alyvuogių įvairovė
- Agurklės Aragone
- Fardels
- Sūris
- Agurklės, Aragono vaisiai
- Ėriena iš Aragono
- Vairai
- Teruel kumpis, Aragon ėriena, triufeliai
- Kumpis, persikas, žygiai, triufeliai, Cava, vynos, sveikatingumo turizmas
- Kumpis, persikas, triufelis
- Kumpis, sūris, uogienė
- Aliejus, persikas
- Šimtmečio Grenache druska
- Garnachico, Agurklės sūriai
- Amatininkų medus



39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?

Turizmas yra pagrindinis gamtos ir kultūros paveldo išsaugojimo ramstis, ir kiekvienas iš jų išmoko skirtingai.

Pusė (50%) mokėsi iš vietos bendruomenės, 38,9% mokėsi iš šeimos narių, dažniausiai vyresnių giminaičių.



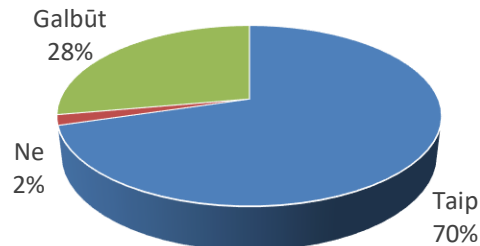


40. Ar manote, kad Gastro-gido vaidmuo bus naudingas, jei jūsų kaime/regione būtų bent vienas?

Vietiniai gastro-gidai pagrindiniuose miestuose padės, nes jie pažįsta vietą kaip savo penkis pirštus, iki smulkmenų ir yra atsakingi už įtrauktų vizitų vykdymą.

Didžioji dauguma apklaustųjų – **70,4 %** – mano, kad **gastro gidą turėti savo mieste ar regione būtų labai naudinga**, o **27,8 %** mano, kad galbūt tai būtų naudinga. Tik didžioji mažuma – **1,9 %** – mano, kad tai nebūtų naudinga.

Ar manote, kad bent vieno Gastro-gido jūsų kaime/regione vaidmuo būtų naudingas?



41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

Šiame kontekste gastroturizmas siūlo „patirtis“ kaimo aplinkoje su galimybe išsiskirti, leidžiančios pozityvios sąveikos su miesto lankytojais situacijas pasėti juose rūpinimosi natūralia aplinka ir pagarbos vietiniam gyvenimo būdai dviasią.

- Motyvacijos-mokymo įmonės.
- Mūsų žaliavų vertės didinimas.
- Reklamuoti ir gaivinti kaimo pasaulį
- Iniciatyvos ir veiklos.
- Keisti užimtumą ir tai galėtų būti išeitis formuojant svetingumo ir turizmo ciklus.
- Kiekvieno miestelio ir kampelio tradicijų sklaida
- Reklamuoti turizmą rajone.
- Reklamuojant km 0 gaminį ir sureikšminant kūrimo procesą.
- Vietinių produktų vadovų kūrimas.
- Prarandamų žinių perdavimas, pavyzdžiui, tipiški patiekalai, šiandien nežinomos vietos ar net tradicijos.
- Lankstumas ir dėmesys keliose populiacijose.
- Vertinkite paveldą (specialybės, receptai...) ir tuos, kurie jį gamina rankomis.
- Mūsų turizmo-gastronomijos naudos skleidėjas ir ambasadorius.
- Mokyti naujų technikų, naujos kulinarinės kultūros restoranams.
- Tai galios ir teritorijos žinojimo būdas.
- Organizatorius, vykdytojas ir informatorius.
- Kultūros turtas.
- Tai pritrauktų kvalifikuotus darbuotojus.
- Kokybiška informacija.
- Su informacija apie istoriją ir tradicijas.
- Sugeneruoti daugiau kokybiškų lankytojų.
- Tai padėtų lankytojams daugiau sužinoti apie mūsų papročius ir mūsų teritoriją.



42. Jei dar kuo nors norėtumėte pasidalinti su mumis, naudokite toliau pateiktą vietą:

- Vietiniai žmonės mokėsi ir mokėjo, kad galėtų perduoti tai, ką turime.
- Sveikinu su iniciatyva, labai gerai atrodo.
- Labai norėčiau dalyvauti šioje programoje, mano specialybė – gastronomicinis bendravimas.
- Geras darbas! Manau, kad iš šio projekto atsiras įdomių dalykų.

Anketų santrauka

Šalies ataskaita Graikija

Partneriai:

KINONIKH SYNETERISTIKH EPIHIRISI
SYLLOGIKHS KAI KOINONIKIS OFELEIAS
SYN TIS ALLIS
Karaiskou Eleni & Sia O.E.



Šalies ataskaita - Graikija

ĮVADAS

Graikijoje tyrimas taip pat buvo atliktas pagal iš anksto sutartą metodiką ir šablonus, todėl tikslinėms grupėms buvo išdalintos internetinės anketos. Iš viso apklausos metu buvo užpildytos 59 anketos.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

Bendra informacija

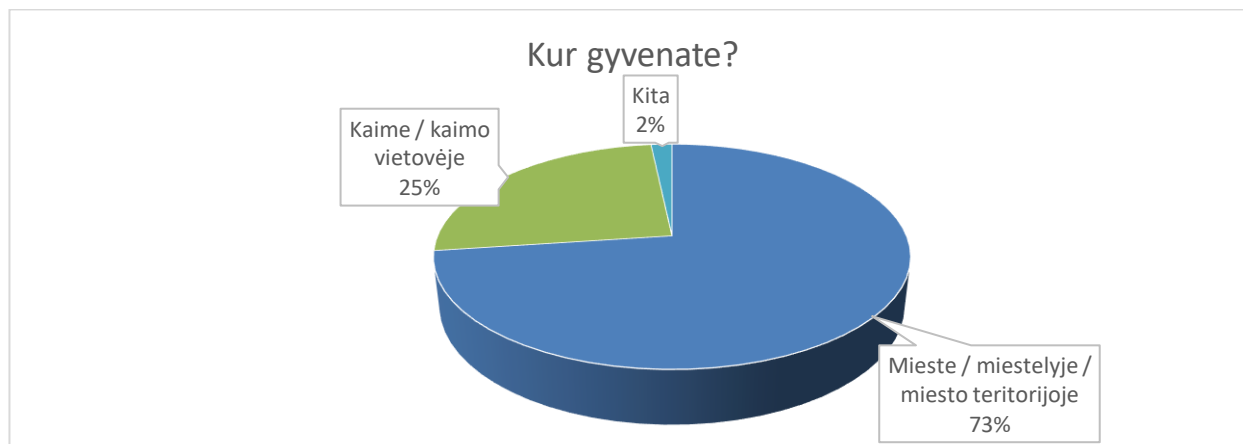
Klausimais Nr. 1-3 buvo siekiama gauti iš respondentų kontaktinę informaciją ir buvo paprašyta nurodyti savo įmonės pavadinimą (jei toks yra): pateikta 19 atsakymų.

Paprašius nurodyti savo vietą, įvertinant respondentų kilmės regionus (klausimas Nr. 4), atsakymai daugiausia buvo Voloso regione, kai kurie aplink sostinę – Atėnus ir kitose Graikijos dalyse, pvz. kaip Rijadas, Portaria ir kt.

Įžanga:

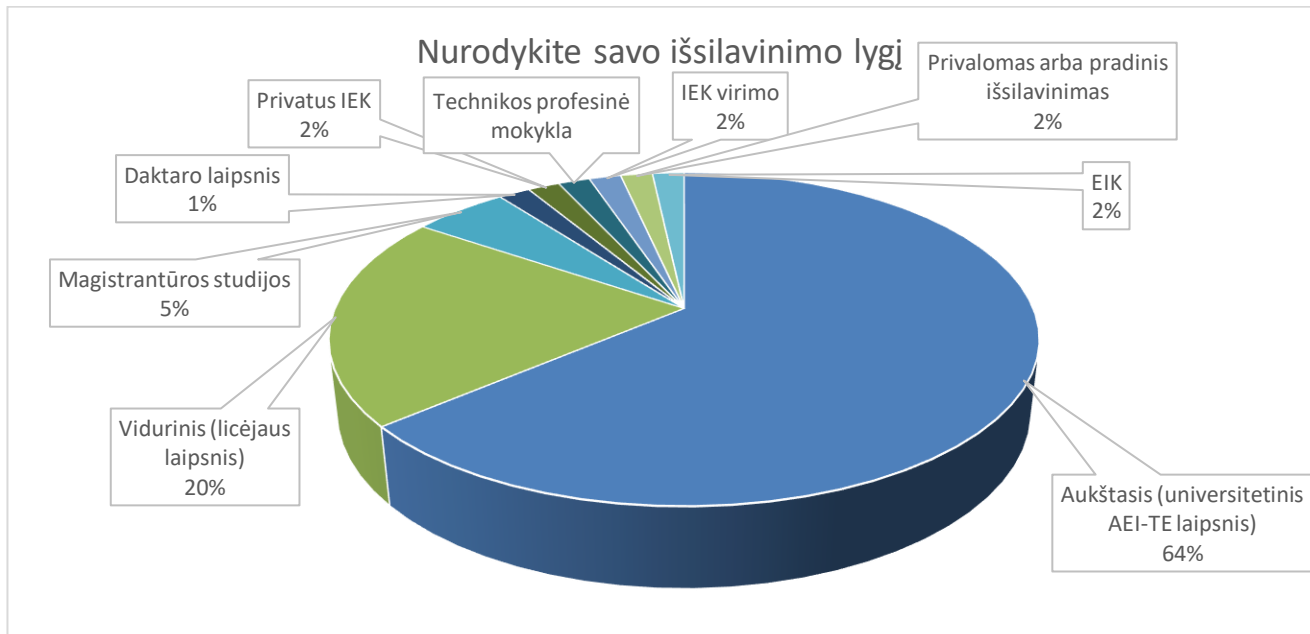
Toliau buvo gauti šie rezultatai, pateikti grafiniu formatu:

5. Kur gyvenate?

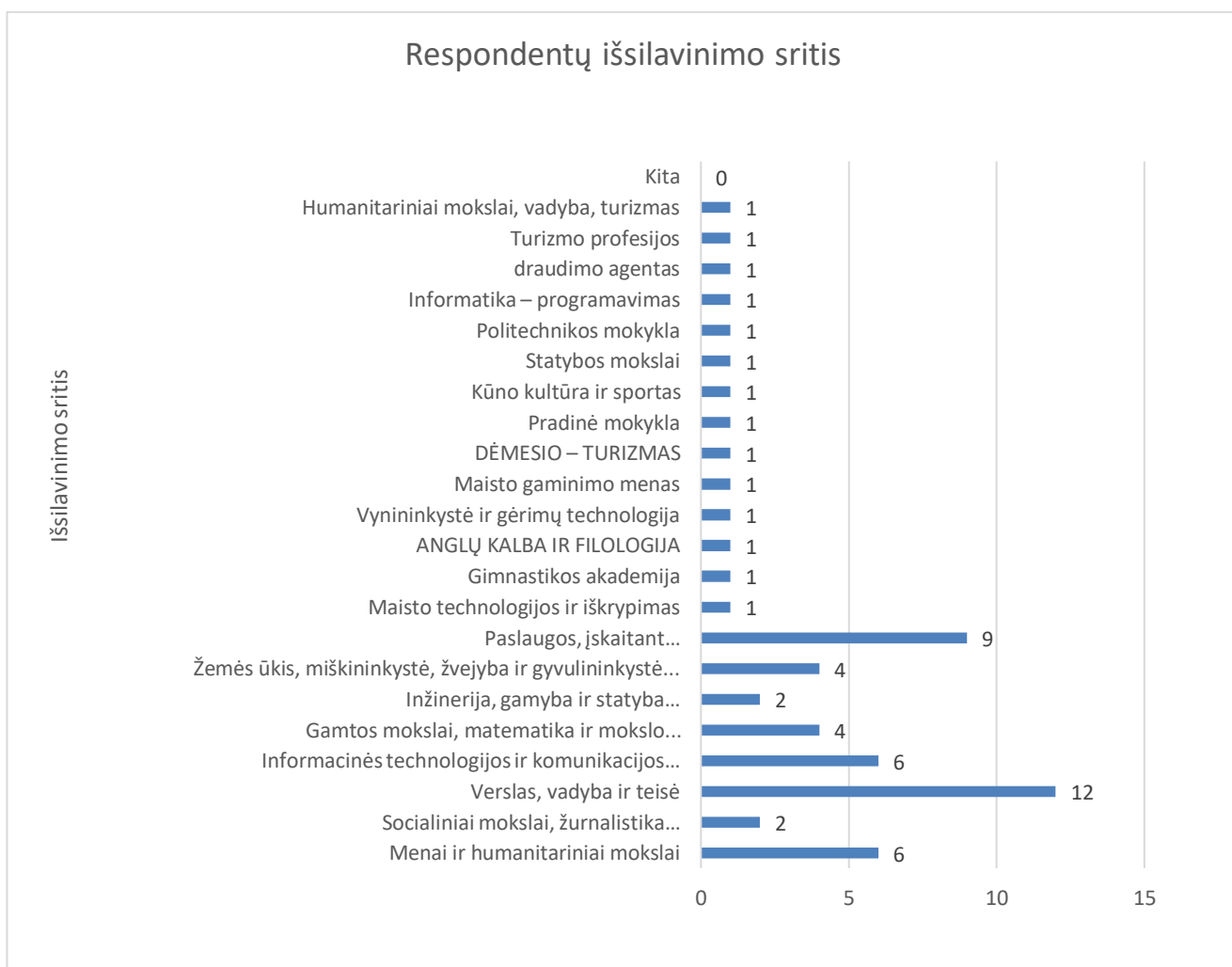




6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:



7. Nurodykite savo išsilavinimo ir (arba) mokymo sritį:

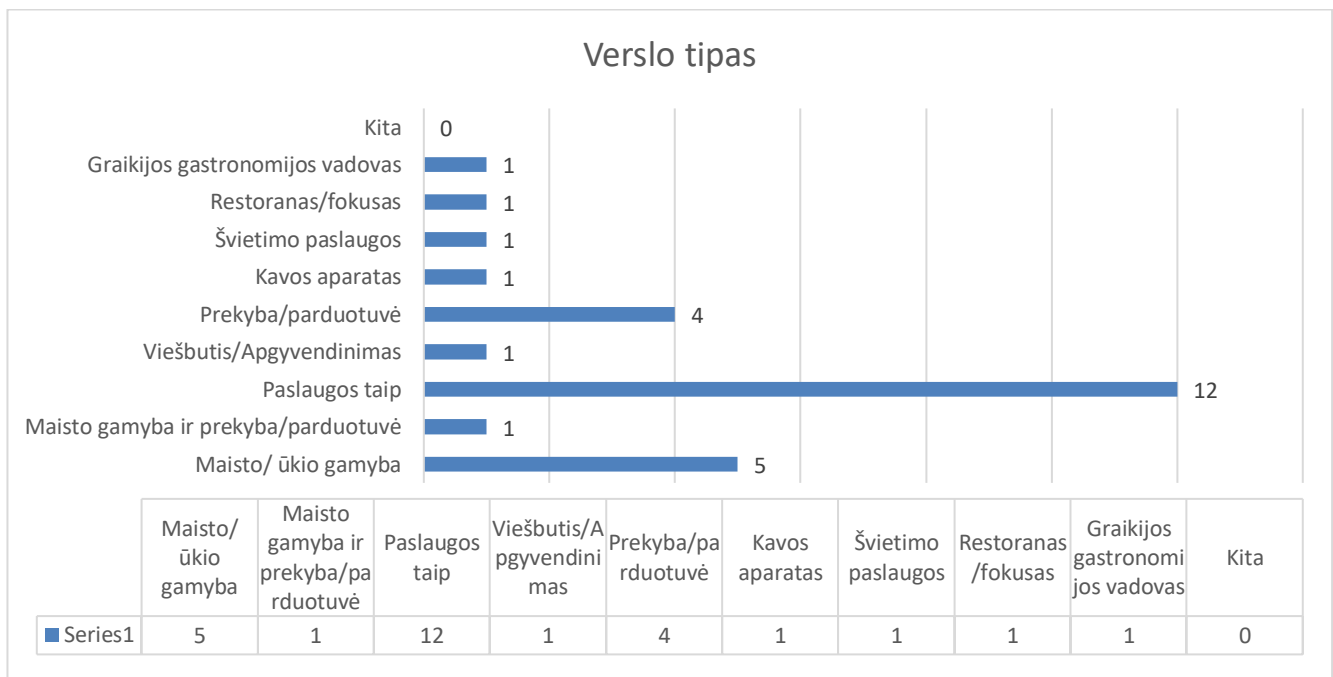




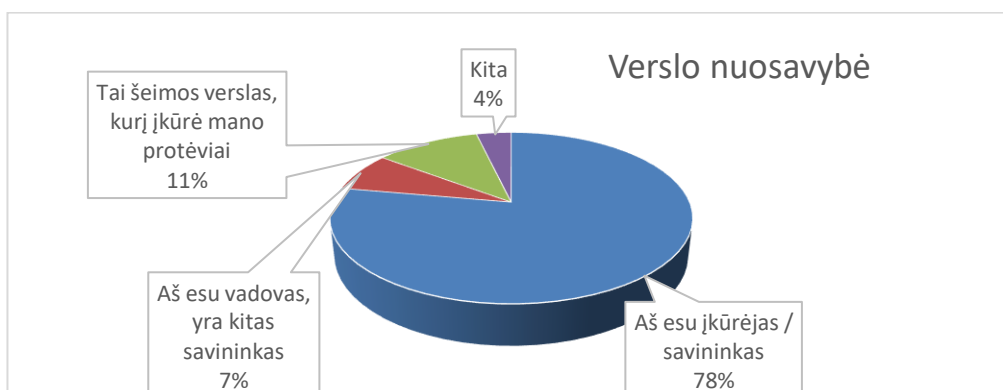
8. Ar vykdytė savo verslą?



9. Kokios srities verslą vykdytė?



10. Ar įkūrėte verslą, ar paveldėjote?





11. Kiek laiko vykdote šį verslą? (Prašome užpildyti tuščią laukelį metų skaičiumi)

Metai	15
Metai	7
Metai	8
Metai	21
Metai	11
Metai	2
Metai	3
Metai	14
Metai	5

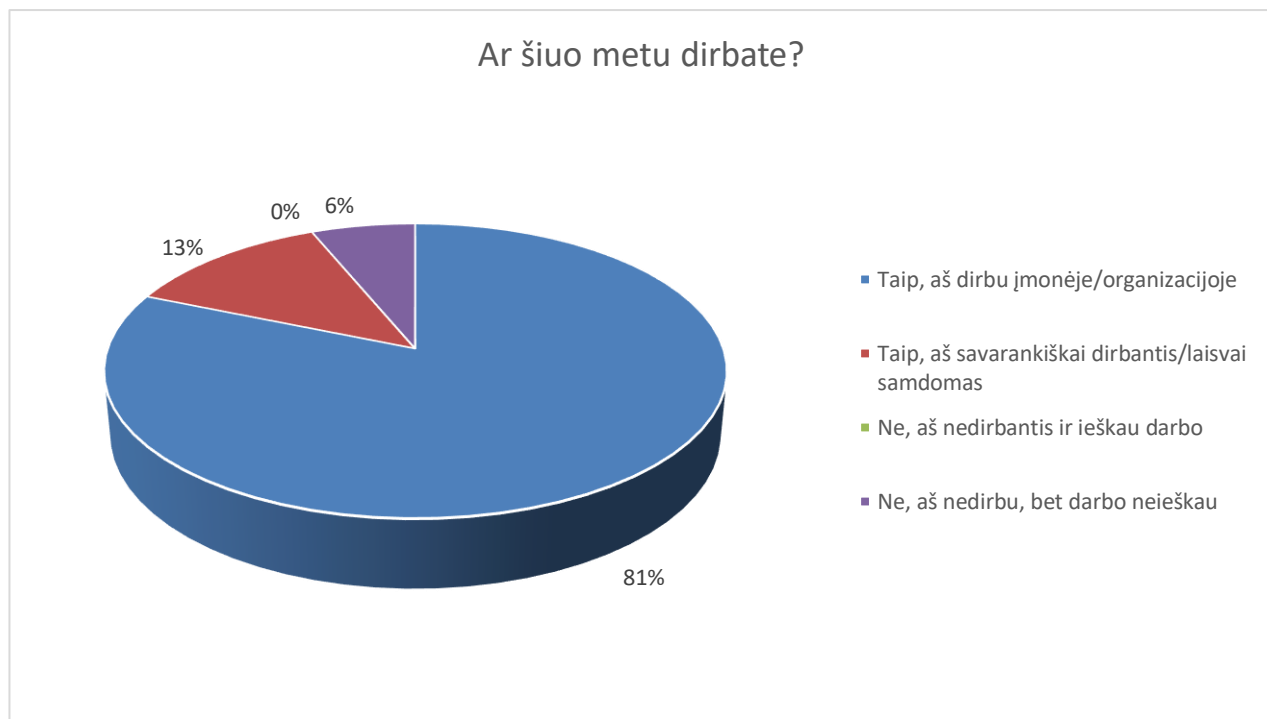
Metai	1
Metai	42
Metai	25
Neseniai įkurta	1
Metai	22
Metai	13
Metai	6
Metai	18
Metai	4

12. Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje? (Prašome užpildyti jūsų įmonėje samdomų žmonių skaičių)

Darbuotojų skaičius	9
Darbuotojų skaičius	1
Darbuotojų skaičius	27
Darbuotojų skaičius	7
Darbuotojų skaičius	5
Darbuotojų skaičius	2
Darbuotojų skaičius	3

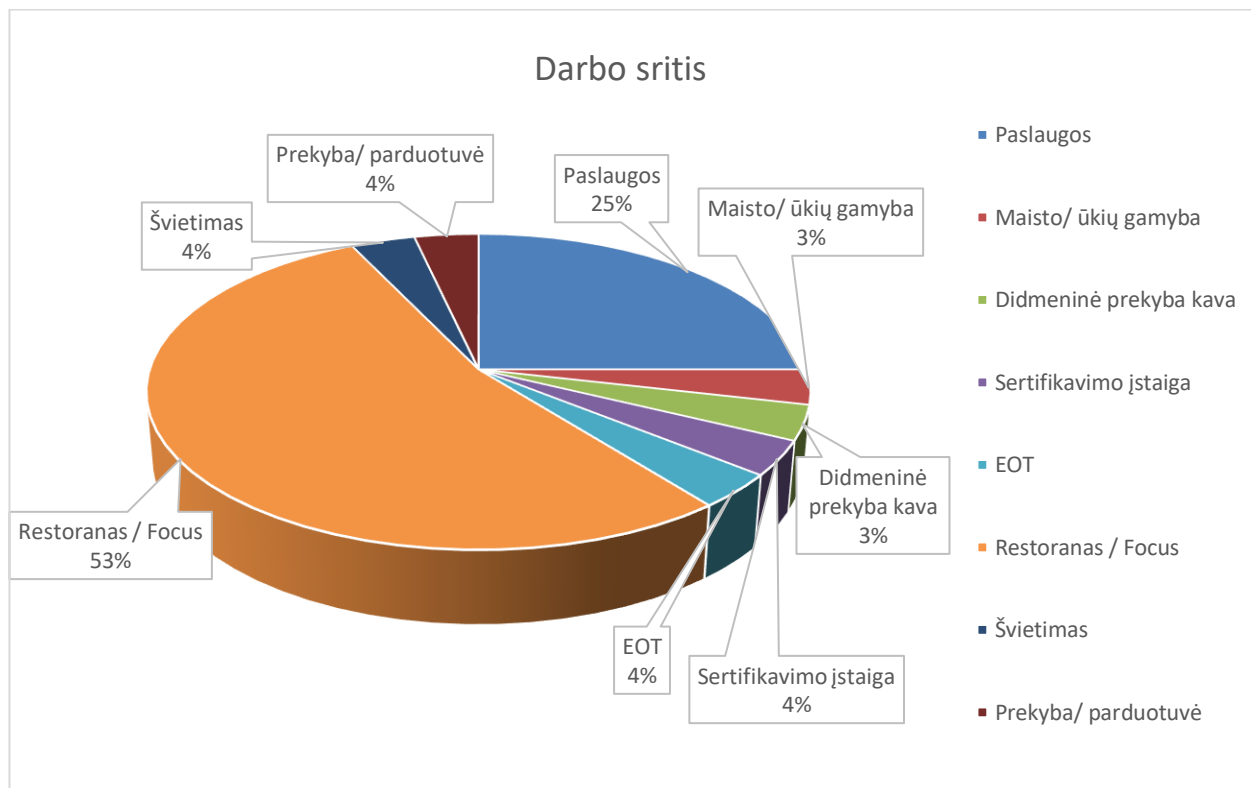
Darbuotojų skaičius	10
Darbuotojų skaičius	12
Darbuotojų skaičius	6
Darbuotojų skaičius	8
Darbuotojų skaičius	0
Darbuotojų skaičius	130

13. Ar šiuo metu dirbate?





14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?



15. Koks jūsų dabartinis užsiėmimas?

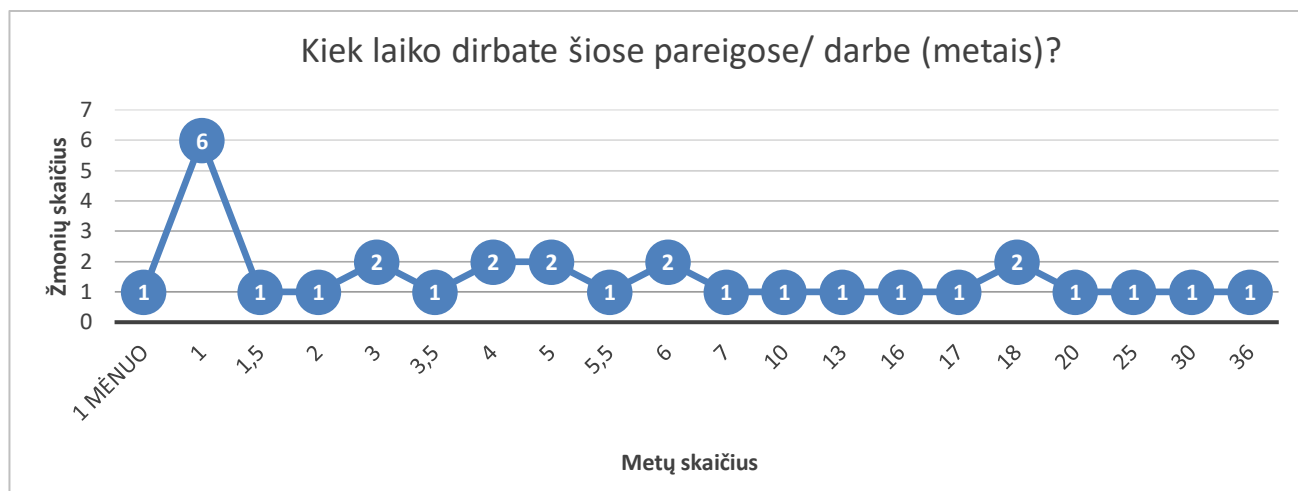
Programuotojas	Ūkininkas	Turistas
Vidinė kokybė	Padavėjas	Laisvai samdomas darbuotojas
Didmeninė prekyba	Barista	Informatikas
Vyriausiasis inspektorius	Virėjas	Profesionalus
Inspektorius	Ekonomistas	Barmenas
Taurės nešėjas	Pardavėjas	Privatus darbuotojas
Anglų kalbos mokytojas	Technologas	Finansininkas

16. Kokia jūsų pareigybė įmonėje?

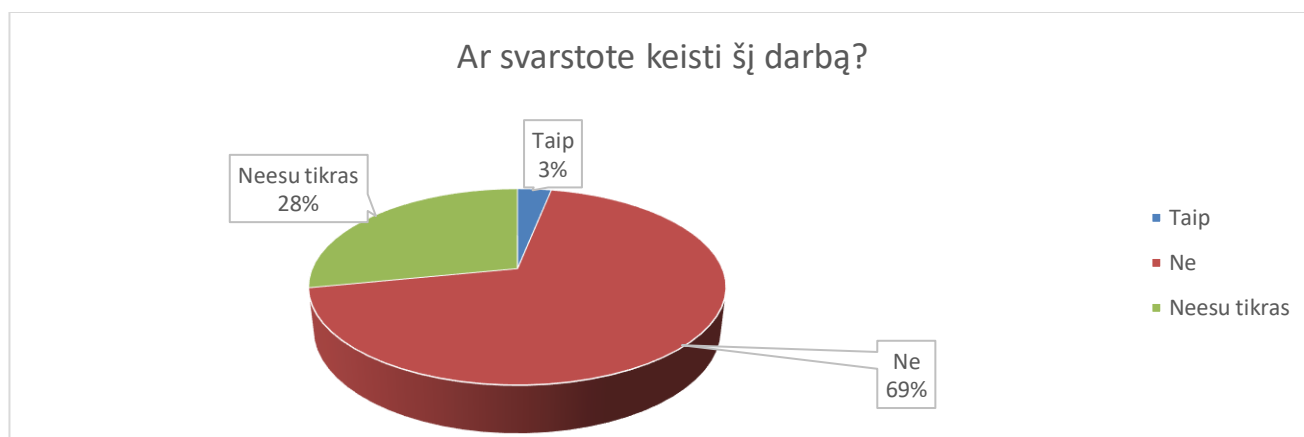
Technikas	Vadovas	Steigėjas
Vidurinės grandies valdybininkas	Virėjas	Vadovas
Pardavimų valdybininkas	Klientas	Barmenas
Vyriausiasis inspektorius	Pardavėjas	Projektų valdybininkas
Darbuotojas	Aptarnavimo specialistas	Ergasomenos
Anglų kalbos mokytojas	Organizatorius	Tyrėjas
Verslininkas	Padavėjas	



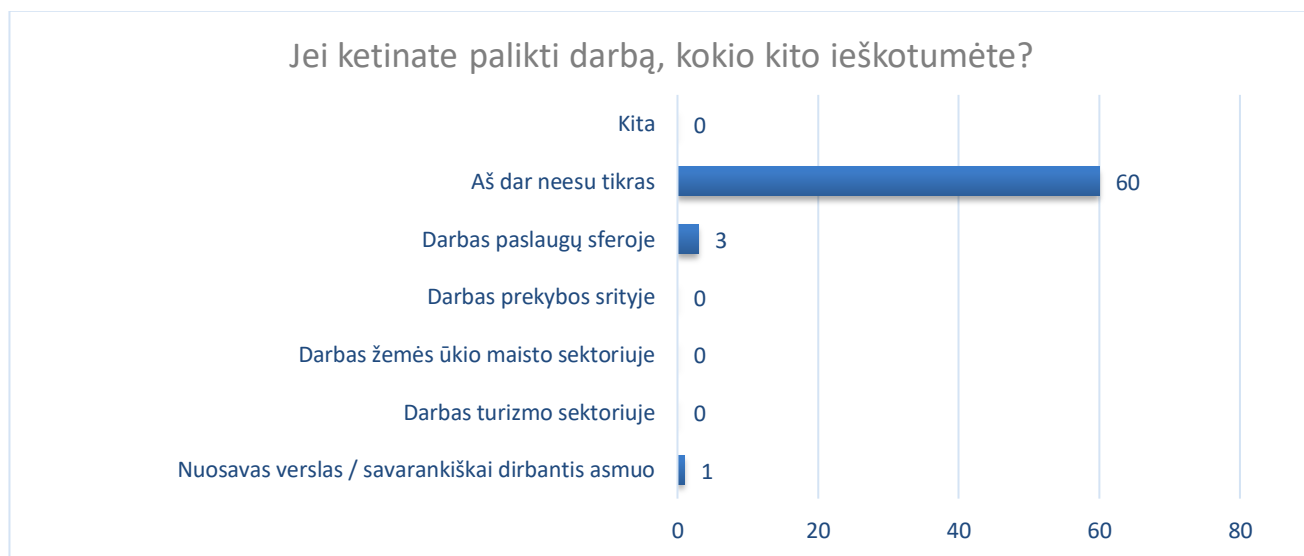
17. Kiek laiko dirbate šias pareigas / darbą (Prašome užpildyti tuščią laukelį skaičiais metais)?



18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?



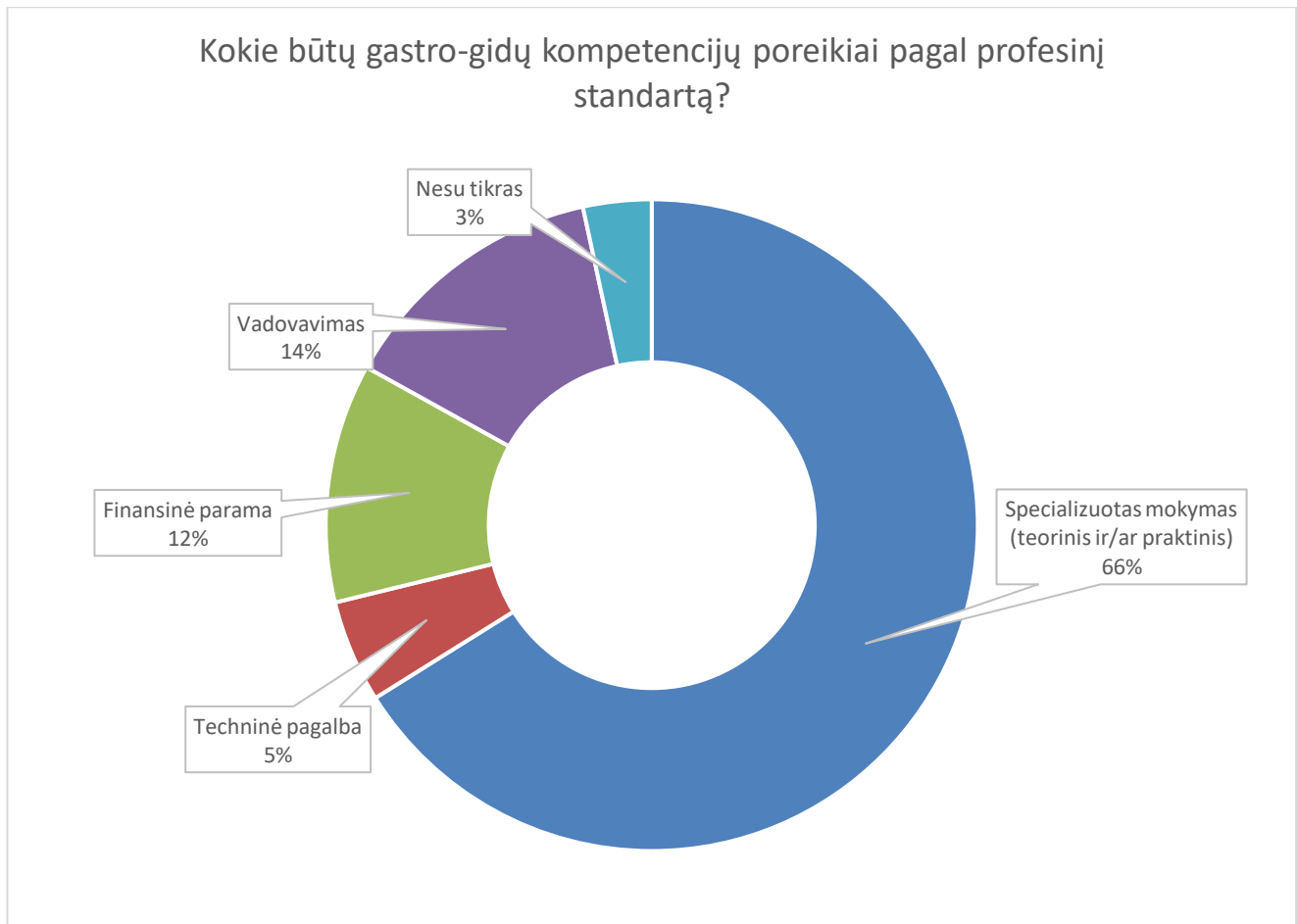
19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kuris yra labiausiai pageidaujamas darbas, kurio norėtumėte dirbti kitą kartą?





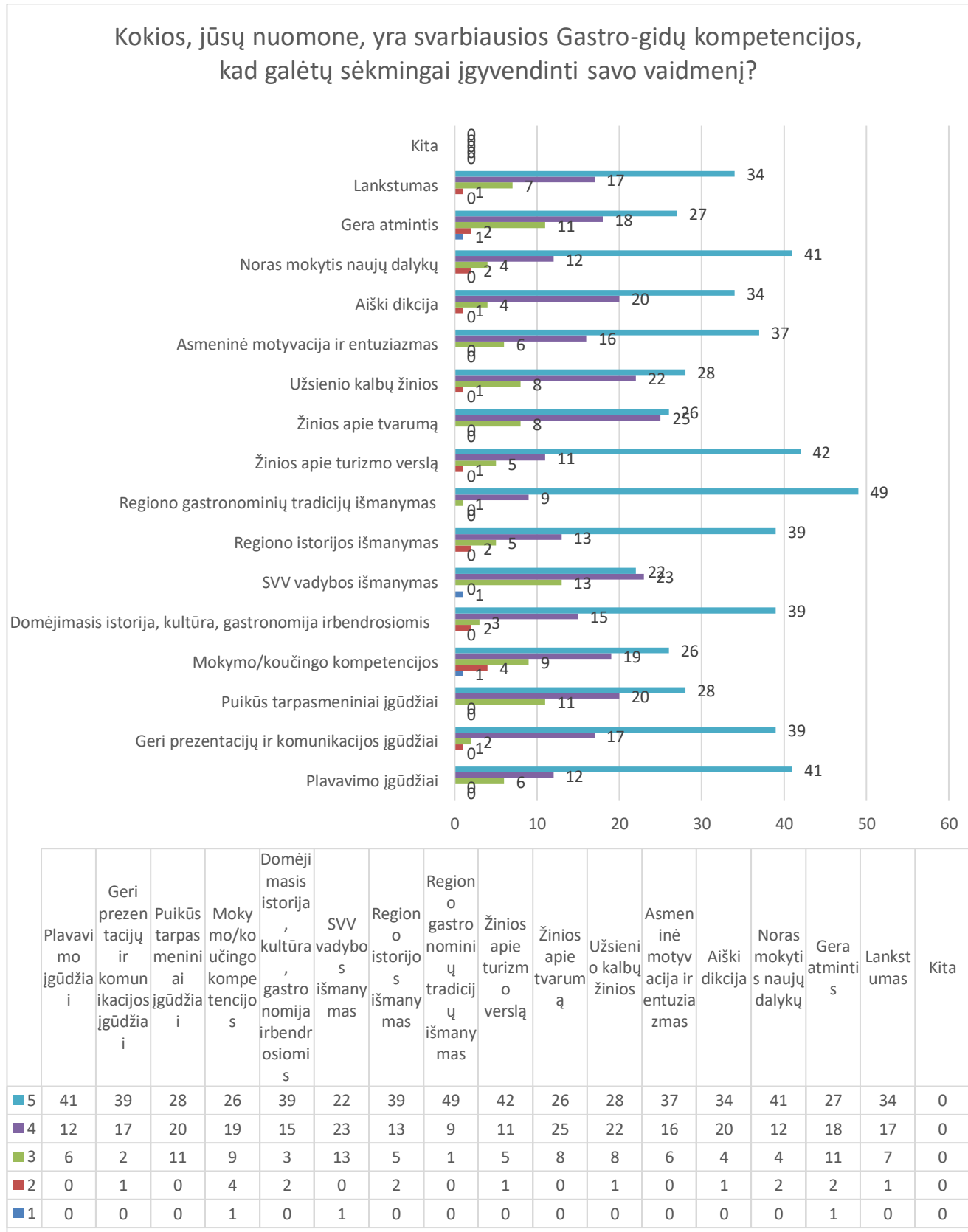
Gastro-gido standartas

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių Gastro-gidų poreikiai, norint užbaigti mokymus pagal savo profesinį standartą?





21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį? (Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu.)





Gastro-gido mokymosi kursai

22. Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro-gidus?

(Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu)

	Koučingo technikos	Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis	Bendravimas / Derybos	Marketingo ir pardavimo technikos	Mikroįmonių valdymas	Įvertinimas
1	0	0	0	0	0	0
2	1	1	0	3	4	1
3	5	10	7	7	10	8
4	17	23	20	16	29	19
5	36	25	32	33	16	31

23. Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-gidams?

Dažniausiai pateikti pasiūlymai buvo šie:

- Šiuolaikinė novatoriškų produktų, pagrįstų vietine gamybine gerove, gamybos praktika
- Konkuruojančių vidaus ir užsienio turizmo plėtros sričių išmanymas
- Aplinkosaugos žinios
- Perdirbimo ir produktų reklamavimo būdai
- Finansinės priemonės ir saugumo klausimai
- Geras skaitmeninės žiniasklaidos išmanymas
- Mokymo moduliai, siekiant įgyti įgūdžių kokybiškai patirti su teikiamomis paslaugomis

24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms arba išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis gastro-gidams?



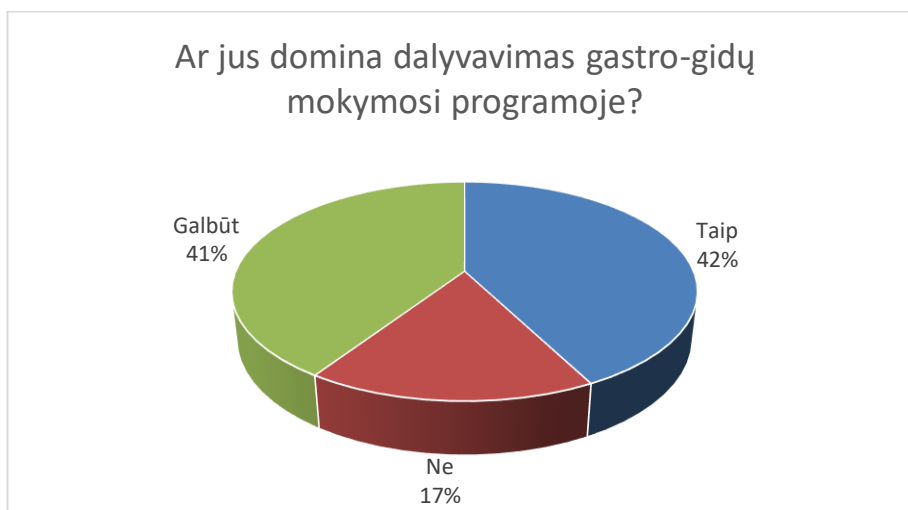


25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-gidus, pvz. edukacinės programos, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.

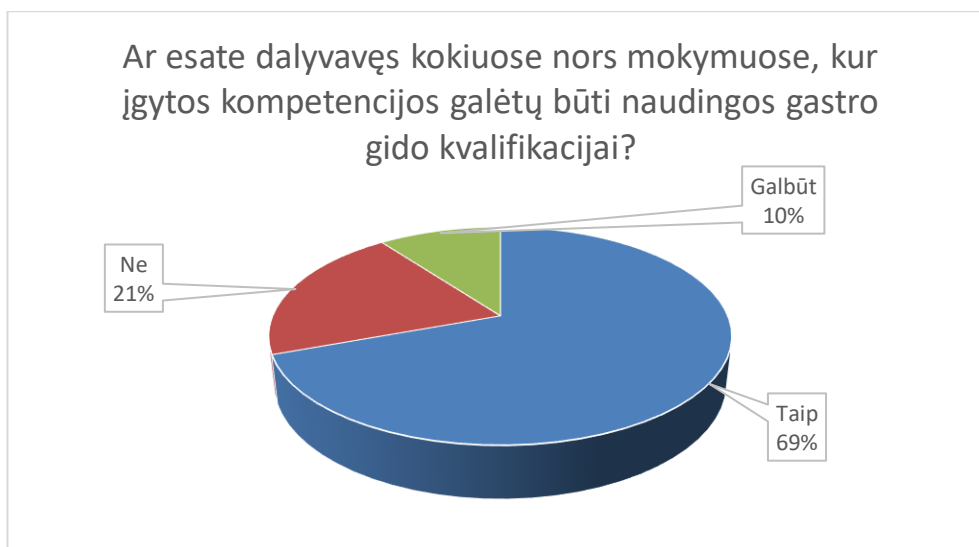
- InnoDairyEdu
- Kulinarijos ir konditerijos vynininkystės išmanymas
- Seminarai kooperatyvuose gamintojams
- Nacionalinė mokyklų programa gastro turizmo plėtrai
- Vietinė kokybė (ne mokymo programa, o kolektyvinės pastangos, kurios tvarko kiekvienos srities reputaciją, istoriją ir aplinką)

Potencialūs Gastro-gidai

26. Ar norėtumėte dalyvauti Gastro-gido mokymuose?

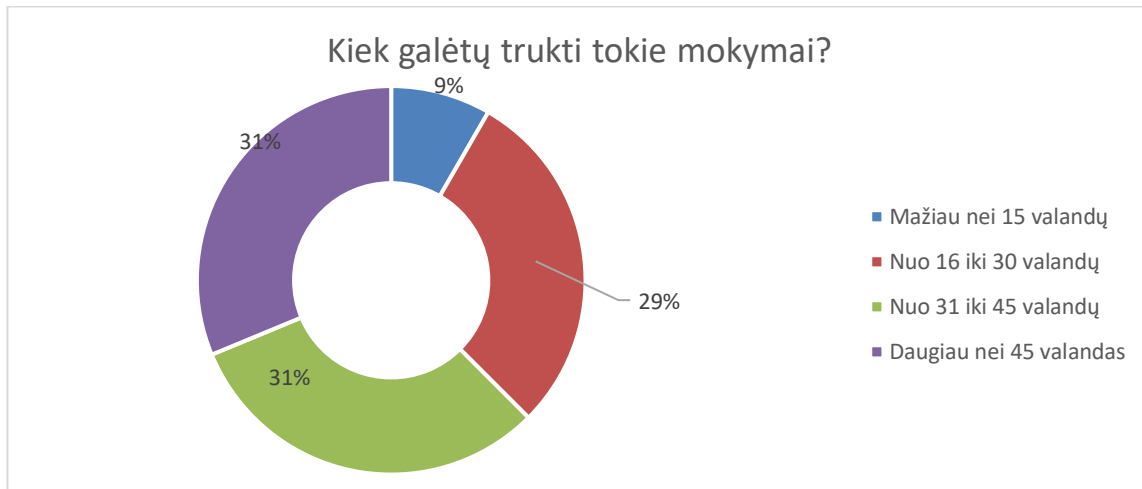


27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/neformaliuose mokymuose, kurių metu įgyjate kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido kvalifikacijai, pvz. bendravimo įgūdžiai, organizaciniai įgūdžiai, mokymo įgūdžiai ir kt.?

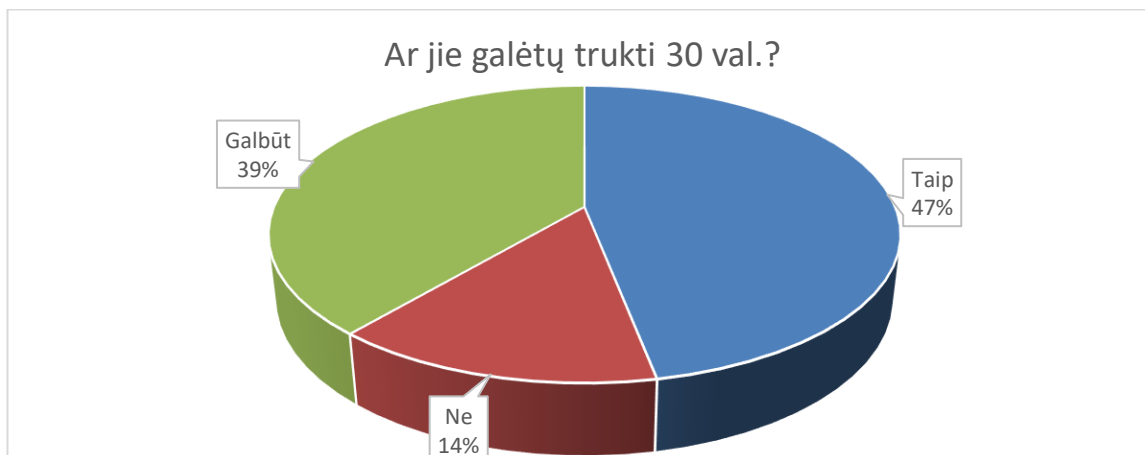




28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkamas laikas tokiems mokymams?



29. Ar jūsų turimo laiko pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-gido mokymo kursuose?

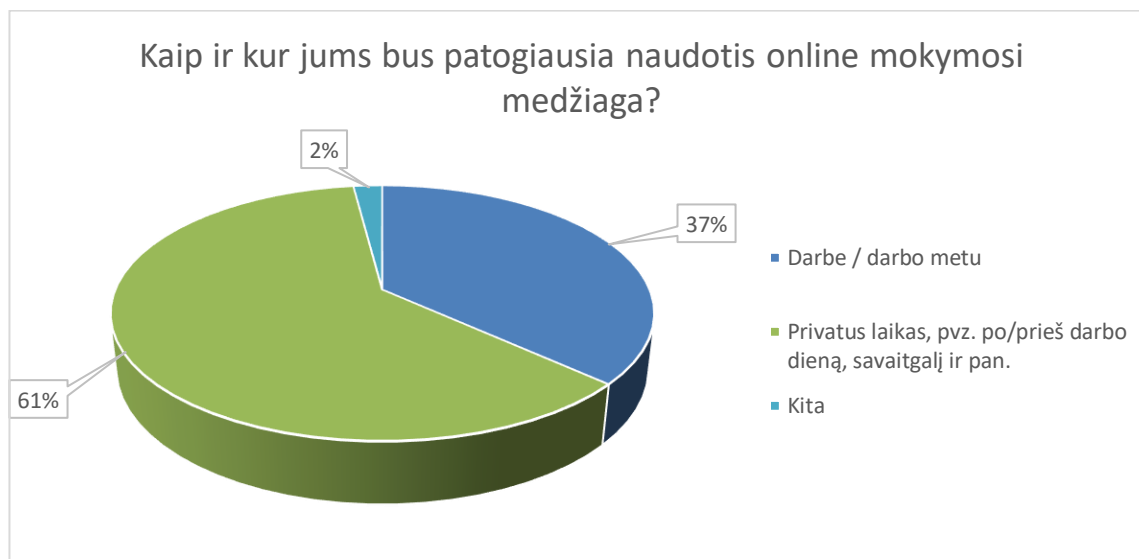


30. Kiek laiko nori (ir gali) skirti tokiems mokymams?

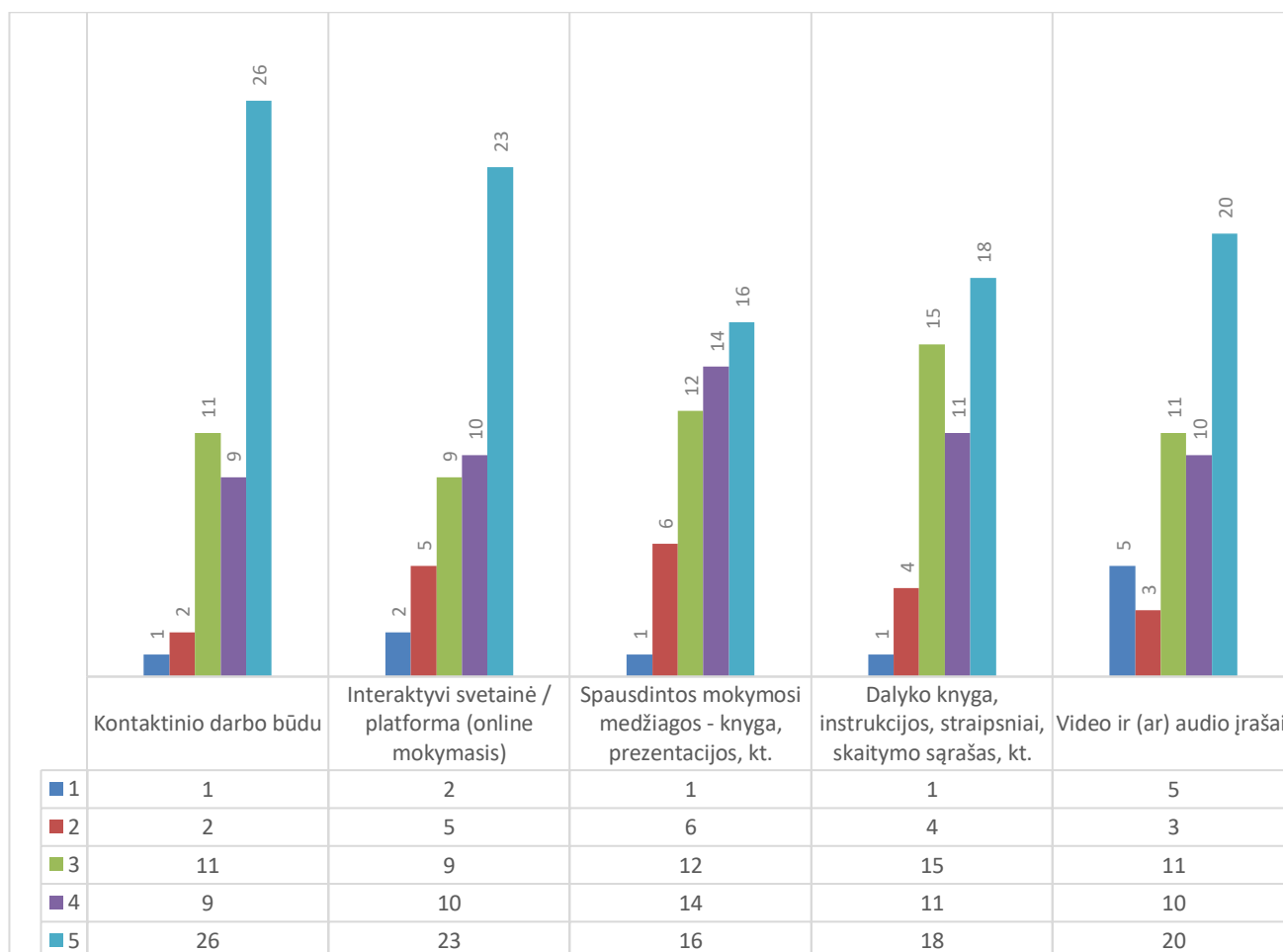




31. Kurioje aplinkoje galėsite efektyviausiai naudotis GASTRO-GIDO mokymo medžiaga (internetu)?



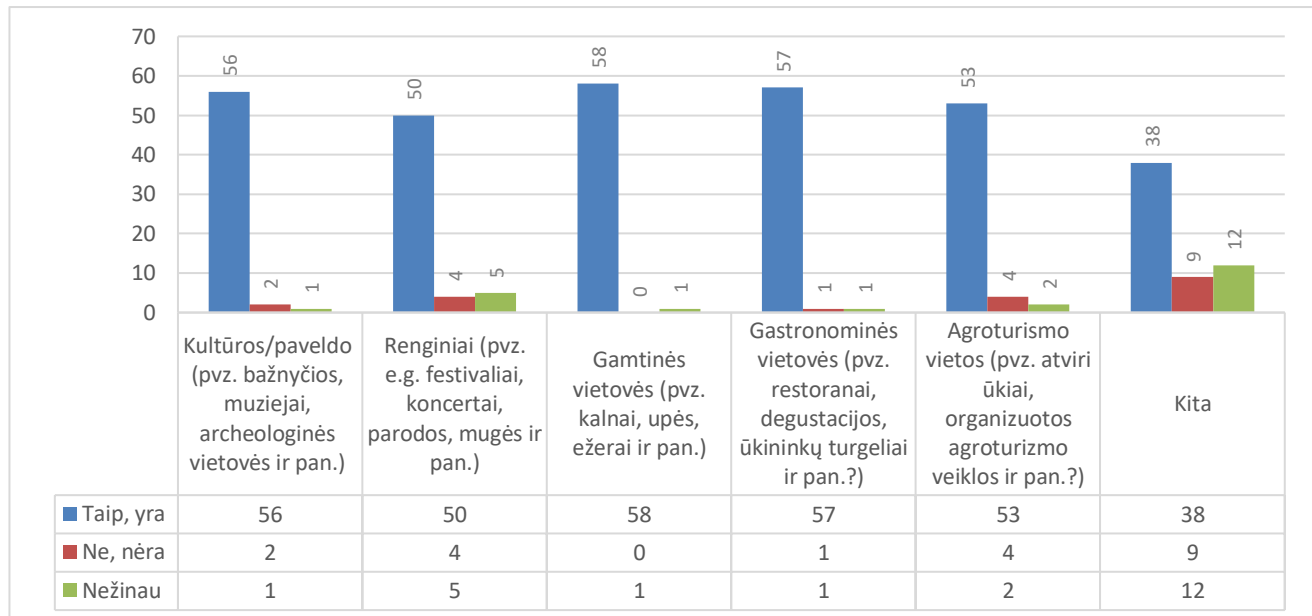
32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Prašome įvertinti siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidaujama)





Vietos žinios ir potencialas

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime? Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje:

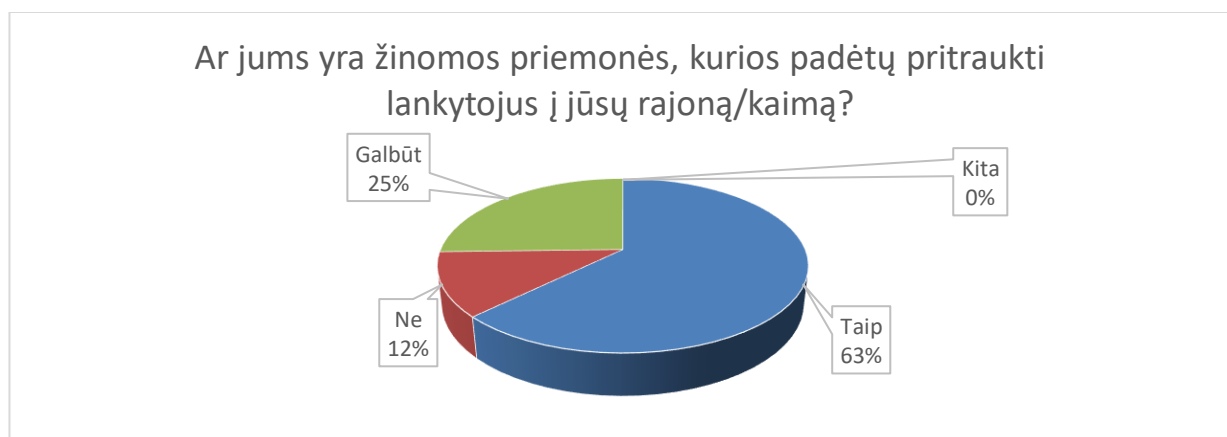


34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

Atsakymai pateikti nuo populiariausių iki rečiausiai paminėtų atsakymų:

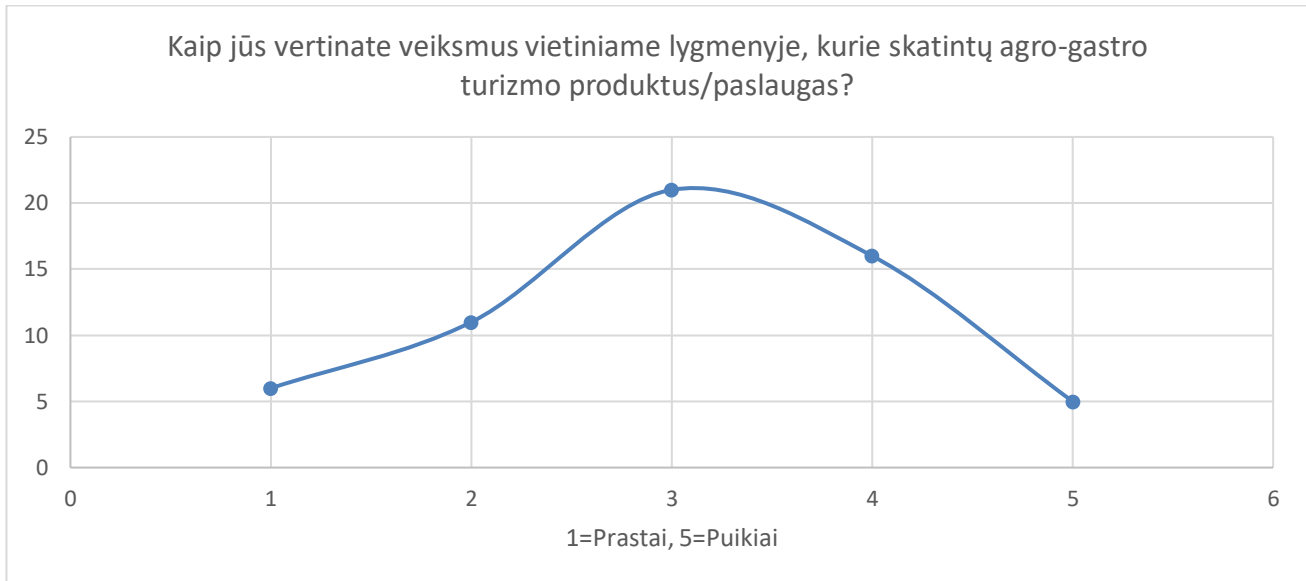
1. Karaiskos ūkis
2. Kentaurų takas
3. Tradiciniai kaimai su unikalia architektūra ir gamtos grožiu, pavyzdžiui, Portaria, Makrynitsa, Argalasti, Lefokastro ir kt.
4. Peliono gastronomijos festivalis
5. Tradicinių Peliono vestuvių vaizdavimas
6. Peliono triufelių festivalis (pietų Pelionas)
7. Vyno darykla "Patistis"

35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurios vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?

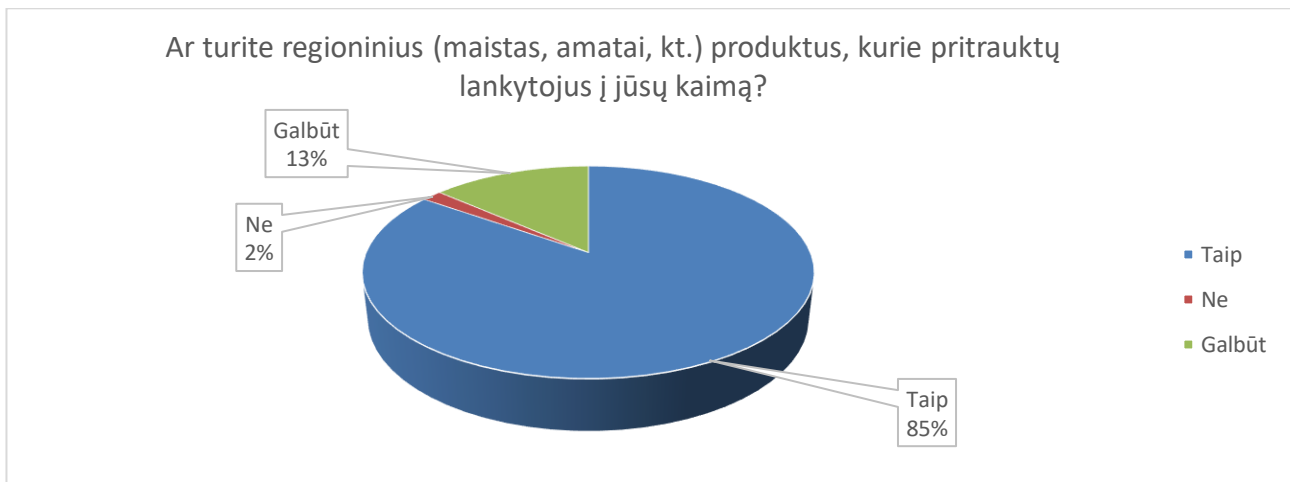




36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? (Atsakymą nurodykite naudodami skalę, kurioje 1 = prastai ir 5 = puikiai)



37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų ir kt.) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?



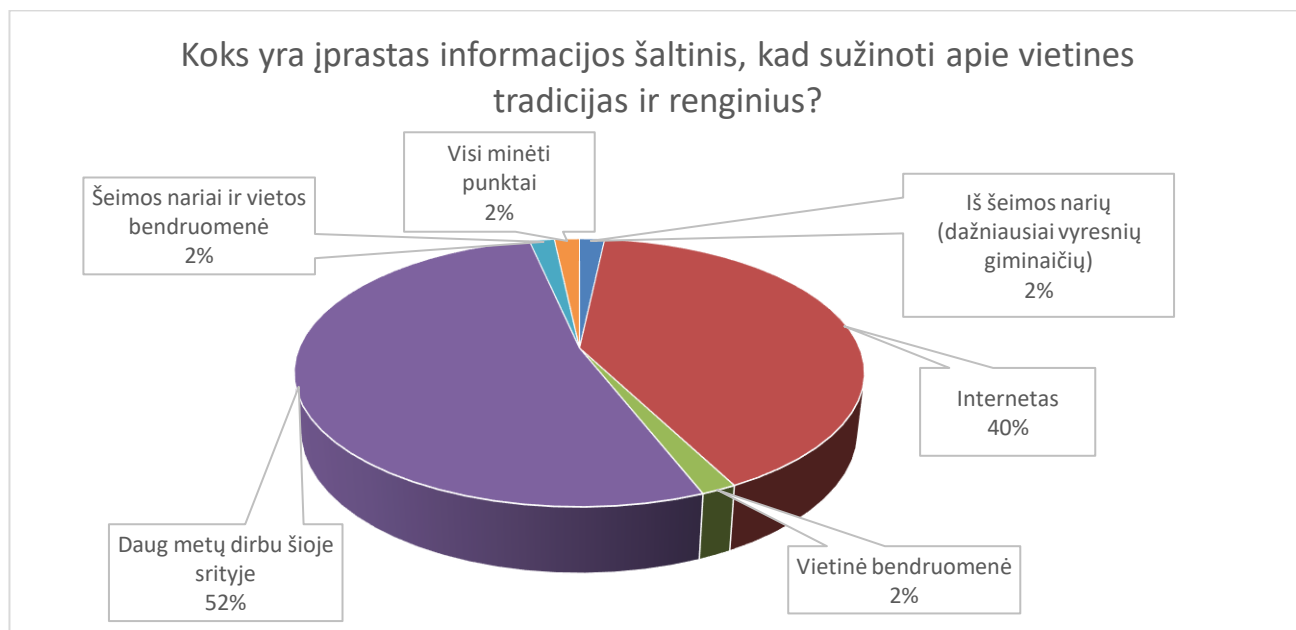
38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

Buvo pateikta daug produktų, dažniausiai atsakymai buvo tokie:

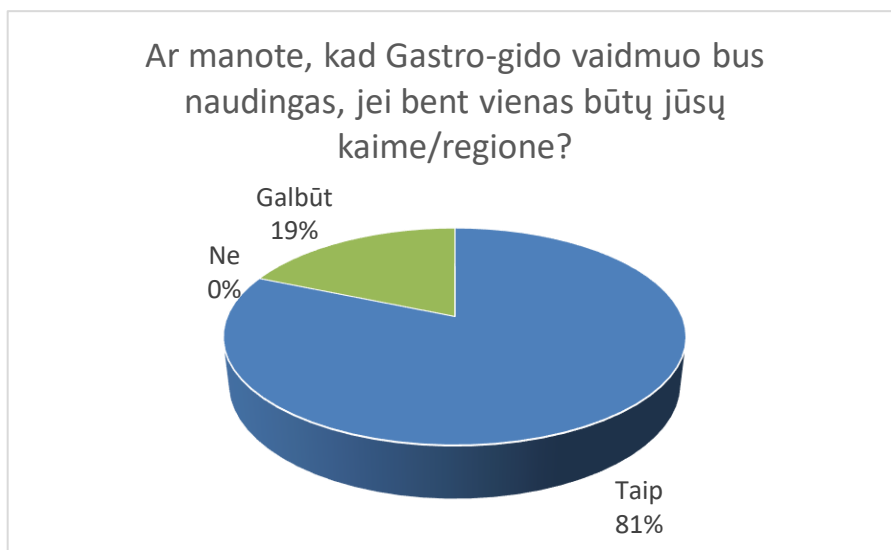
- Vynai
- Alyvuogių aliejus
- Juodasis česnakas
- Medus
- Tradiciniai pyragaičiai iš vietinių ingredientų
- Migdolų aliejus
- Lubinai
- Figų perdirbimas keliems produktams (pvz., šaukštas saldinių arba medus iš figų)
- Pelion tradicinis sūris
- Šilkas



39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?



40. Ar manote, kad Gastro-gido vaidmuo bus naudingas, jei bent vienas būtų jūsų kaime/regione?



41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

- Vadovauti ūkininkams eksperimentinių augalų auginimo srityje, remiantis pasauline tendencija, plėtoti ir stiprinti žemės ūkio produkcijos kokybės kultūrą
- Daugiausia regiono jaunimo informavimas, kad jie liktų jame ir jį vystytų
- Kasmėnesiniai seminarai su regiono profesionalais apie naujas turizmo ir gastronomijos tendencijas
- Nurodyti tinkamus auginimo, produktų ir maisto produktų skatinimo būdus pas atitinkamus regiono specialistus
- Visuomenės skatinimas



Trumpa apklausos analizė

Iš viso apklausoje dalyvavo 72 respondentai. Galiausiai buvo atrinkti 57 klausimynai, likusieji buvo įvertinti kaip neišsamūs ir be esminio indėlio į tyrimo tikslus. Šiuos rezultatus pateikiame kartu su trumpa analize, kuria siekiama paaiškinti rezultatus, susijusius su regiono ir mūsų šalies ypatumais.

1. Pirmoje dalyje (1-4 klausimai) ieškoma bendros informacijos apie apklausoje dalyvavusių respondentų tapatybę. Ši informacija apima vardą, pavardę, namų / darbo adresą, gyvenamąją šalį ir kontaktinius duomenis.

2. Antroje skiltyje (5-8 klausimai) ieškome informacijos apie respondentų gyvenamąją vietą, išsilavinimą ir darbą.

- Dauguma jų (73,7%) gyvena mieste ir priemiesčiuose. Dėl nedidelių atstumų įprasta dirbti gretimuose kaimuose ir spręsti vietos bendruomenės bei jų problemas.
- Didelė dalis turi universitetinį išsilavinimą (63,2%). Pagrindinės užimtumo sritys yra šios: Paslaugos, įskaitant keliones, turizmą ir laisvalaikį bei verslo administravimą apskritai. Profesijos minimos ir tokiuose sektoriuose kaip Informacinės ir ryšių technologijos, Džordžija-Miškininkystė, Žuvininkystė-Veterinarija, Menai-Humanitariniai mokslai.
- Apie pusę respondentų (45 %) yra savo verslo steigėjai ir savininkai.

3. Trečioje skiltyje (9-12 klausimai) ieškome informacijos apie tuos, kurie vykdo savo verslą. Išsamiau respondentai daugiausia užsiima Paslaugomis (42 %) ir maisto gamyba / ūkiu, restoranu / maitinimo įstaiga, prekyba / parduotuve,

Didžiausias procentas pagal verslo įkūrimo būdą priklauso steigėjams/savininkams – 45 proc., o šeimos verslui – 35 %.

Atitinkamai verslo valdymo metai skirstomi į vyresnius nei 12 metų ir iki 8 metų.

Įdarbinti darbuotojai paprastai yra nuo 1 iki 3 labai dideliu procentu. Taip nutinka todėl, kad yra daug šeimos įmonių ir visi šeimos nariai dirba neoficialiai.

4. Ketvirtajame skyriuje (13-19 klausimai) nurodomi samdomieji darbuotojai ir pateikiamas didžiausias procentas dirbančiųjų įmonėse/organizacijose. Nedidelis procentas rodo nedarbą (oficialus nedarbas Graikijoje siekia 13 %, o jaunimo jis daug didesnis).

Užimtumo sektoriai yra išdėstyti pagal dydį: maitinimas / maistas 48% ir paslaugos 24%.

Pagrindinė veikla: padavėjas, baristas, virėja.

Darbo metai svyruoja nuo 1 iki 30, tuo tarpu dauguma respondentų nenori keisti darbo (67,7 %), o jei taip atsitiktų, jie nėra tikri, kokį darbą rinksis iš karto (60 %). Tačiau norintys keisti darbą renkasi pareigas Paslaugų sektoriuje (30 %).

5. Penktoje dalyje (20–24 klausimai) kalbama apie skrandžio vairuotojo profilį ir kvalifikaciją, kurią, respondentų nuomone, jis turėtų įgyti.

Populiariausias atsakymas yra: specializuotas išsilavinimas / mokymas (teorinis ir (arba) praktinis su 68,4% rodikliu, o atsakymas yra „Nesu tikras“ (14%).

23 klausimas „Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų manymu, būtų naudingi ruošiantis Gastro-Gidams? daugiausia (66,7 %) atsakė: „nežinome“, o 2-as atsakymas yra: „Nesu tikras“.

6. Šeštoje dalyje ir 25 klausime prašoma paminėti gastroenterologų edukacinių programų žinias.



Pagrindinės nurodytos programos:

- InnoDairyEdu
- Kulinarijos ir konditerijos vėdininkystės išmanymas
- Seminarai gamintojams kooperatyvuose
- Nacionalinė mokyklų programa dujų turizmo plėtrai
- Vietos kokybė (ne mokymo programa, o kolektyvinės pastangos, kurios valdo kiekvienos srities reputaciją, istoriją ir aplinką)

7. Septintoje dalyje (26-32 klausimai) analizuojamas respondentų susidomėjimas švietimu ir užimtumu, kaip gastronominiu vadovu vietos bendruomenėse. Reikalinga išsami informacija apie potencialių stažuotojų prieinamumą ir norą, taip pat techninės informacijos apie mokymą, kurį jie gaus.

42,1% respondentų atsakė, kad nori dalyvauti Gastro-Gido mokymuose, o 40,4% respondentų atsakė „galbūt“.

68,1% respondentų atsakė, kad turi treniruočių įgūdžių, nori gauti papildomų mokymų daugiau nei 45 valandas per savaitę (42,9), jiems užtenka laiko 30 valandų mokymo programai (50%), pageidauja skirti keletą valandų per savaitę (72,3 proc.) nuo privataus laiko (61,7 proc.).

Du didžiausi procentai skirti mokymams akis į akį ir vaizdo / įrašymo medžiagos mokymams.

8. Aštuntoje dalyje (33–39 klausimai) pateikiama informacija apie vietos kultūrinę ir tradicinę kultūrą, taip pat bendra informacija apie pastangas padidinti svetainės lankomumą ir galimybes atpažinti vietą kaip gastrominę ir kultūrinę vietą.

Bažnyčios
Peliono santuoka
Muzikinis Agios Lavrentios kaimas
Zagros biblioteka nuo XVI a
Agora 1955 m
Dvigubas kelias
Išpardavimas parduotuvės su vietiniais produktais
George'o Papanikolaou namas (Pap testas)
Volos miesto muziejus
Tautosakos papročiai
Muziejai – parodos
Popiežiaus malūno meno festivalis
Richtas
Voloso archeologijos muziejus
Takai su vaizdais
Tsipouro šventė
Vyninės, 10 tavernos, 8 vienuolynai, 5 festivaliai Parose.
Populiariausi turgūs – Voloso žuvies turgus
Argalasis lankosi vyninėje
Visi Pelion kiekvienas kaimas dėl savo priežasčių. Volos miestas kiekvieną sezoną. Su savo aukščiausia vieta Anavros paplūdimyje ir Plaques, kur renkasi žiemos vasara, žiemos ir miesto plaukikai. Tai miestas, turintis antrąją vietą po testavimo baseino mokyklos Graikijoje.
Beveik visuose dideliuose Pelion kaimuose yra ką pamatyti, nes kiekvienas kaimas yra ypatingas. Jūs aplankote.
Argalasti, Lefokastro, Theotokou paplūdimys, Lyris, Troufas N. Piliou festivalis, Patistis Winery
Kentaurų takas, Agios Nikolaos bažnyčia, Panagia Portareas bažnyčia, Kritsa restoranas
Kentaurų takas, Peliono vedybos
Renginiai



Voloso mieste yra turtingas kultūrinis rezervatas, viešieji ir privatūs muziejai, gastronominės tradicijos, gamtos turtai ir daugybė organizuotų akcijos gamtoje (netoli Peliono) sportinių ir pramoginių pomėgių.
Karaiskos Agroturizmas
Karaiskou ūkis
MAKRINITSA - TSAGARADA - MILLES - PORTARIA
Kalnas
Muzikos festivalis, Village Ψ, festivaliai,
Organizuotas kempingas gamtoje ir nuostabiuose paplūdimiuose.
Portaria – Makrinitsa
Portaria dviejų mėnesių Stagans
Restoranai su tradiciniais patiekalais iš kalnų kelionių po Kentaurų kalną, lenktyninio automobilio reprezentacija, sporto varžybos, sporto renginiai, vyndarystės seansai per festivalius.
Trikeriotiki vestuvės
Kaimo aikštė

9. Galiausiai 40–42 klausimais prašoma šiek tiek bendros informacijos apie Gastro-gido naudingumą vietos bendruomenėms ir kitų pastabų ar pastabų.

BENDROSIOS KLAUSIMYNO ANALIZĖS IŠVADOS:

Anketų analizė rodo, kad galime sutelkti dėmesį į kai kurias labai konkrečias išvadas.

1. Daugelis žmonių, gyvenančių mažuose provincijos miesteliuose ir priemiesčiuose, palaiko ryšius su kaimo vietoviais, nes jiems priklauso nekilnojamas turtas, dažnai juos lanko, dažnai dirba (restoranas, turizmas, ūkiai ir kt.). domisi gyvenimu šiose srityse ir aktyviai dalyvauja kasdieniame gyvenime bei įprastose vietovės problemose.
2. Didelė dalis žmonių priklauso labai mažų ir mažų žmonių kategorijai ir apie pusę jų iš pradžių steigia gyventojai arba jos yra šeimos įmonės. Daugelyje šių vietinių žmonių dirba 1–3 darbuotojai. Daugelis darbuotojų šiose įmonėse dirba ilgą laiką. Daugelis šeimų narių, kuriems priklauso įmonės, taip pat dirba.
3. Šių piliečių išsilavinimo lygis yra aukštas ir dauguma jų yra išmokyti su jų darbu ir interesais susijusių įgūdžių.
4. Gastro-gido profesija / užsiėmimas nėra nei žinomas, nei įprastas. Profesionalūs poreikiai informacijai ir pagalbai, kurių reikia ir gali suteikti Gastro-Gidui, iki šiol tenkinami retkarčiais ir be programos bei organizavimo visų rajono gyventojų ir verslininkų.
5. Didelė dalis respondentų atsakė, kad norėtų dalyvauti Gastro-gido mokymuose ir galėtų skirti laiko iš darbo ar kasdieninio gyvenimo, kad dalyvautų panašiam procese. Daugelis jų mano, kad Gastro-Gidas turėtų būti apmokytas įvairiose srityse, ypač gyvenimo būdo, kultūros tradicijų, vietovės įžymybių, taip pat žmonių elgesio ir viešųjų ryšių klausimais.
6. Atrodo, kad tirtų vietovių gyventojai išmano savo vietą, puikiai išmano savo tradicijas ir mano, kad yra daug pramogų, renginių ir tradicijų, daugiausia žemės ūkio maisto ir maitinimo / priėmimo / apgyvendinimo srityje, kurios gali stovėti ir pasiūlyti malonią aplinką visų rūšių lankytojams.

Anketų santrauka

Šalies ataskaita Bulgarija

Partneris:

Culinary Arts and Hospitality Association
(CAHA)



Šalies ataskaita Bulgarija

IVADAS

Apklausa įgyvendinta išdalijus anketas projekto tikslinių grupių atstovams, daugiausia tarp žemės ūkio maisto, svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojų ir verslininkų, taip pat kaimo vietovių gyvenantiems ar su jomis susijusiems žmonėms.

Į apklausą atsakė 50 skirtingų Bulgarijos žmonių, kurių dauguma gyvena kaimo vietovėse, taip pat keleto verslo subjektų, veikiančių ar susijusių su regionais, atstovai.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

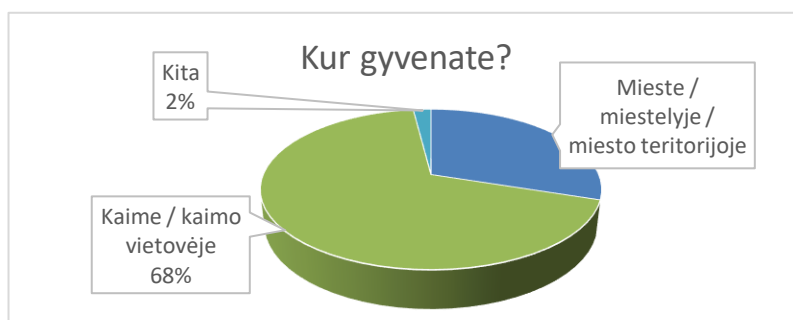
Bendra informacija

Pirmoji anketos dalis buvo skirta rinkti bendrai informacijai apie respondentus ir galbūt jų kontaktus, todėl projekto komanda gali su jais susisiekti ir toliau. Tik 3 žmonių atstovai nusprendė teikti mums savo verslą, o tarp respondentų išvardintų pareigybių buvo paminėta viešbučių administracija ir vadyba bei ūkininkai.

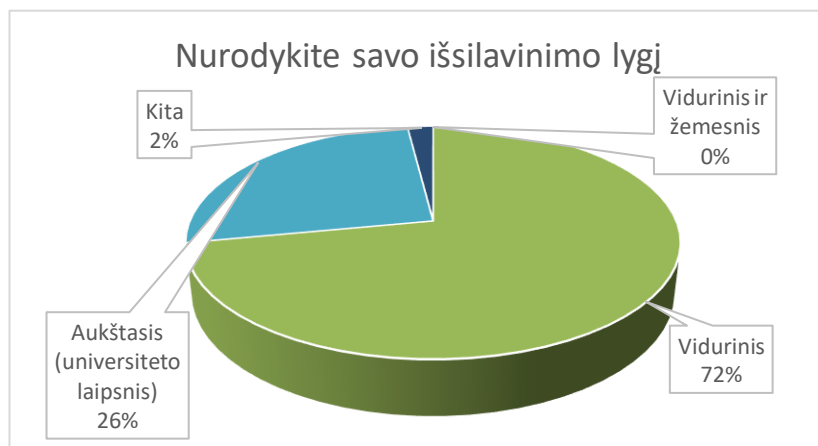
Ižanga

5. Kur tu gyveni?

Gauta 50 atsakymų, kuriuose dauguma žmonių buvo Bulgarijos kaimo vietovių gyventojai.



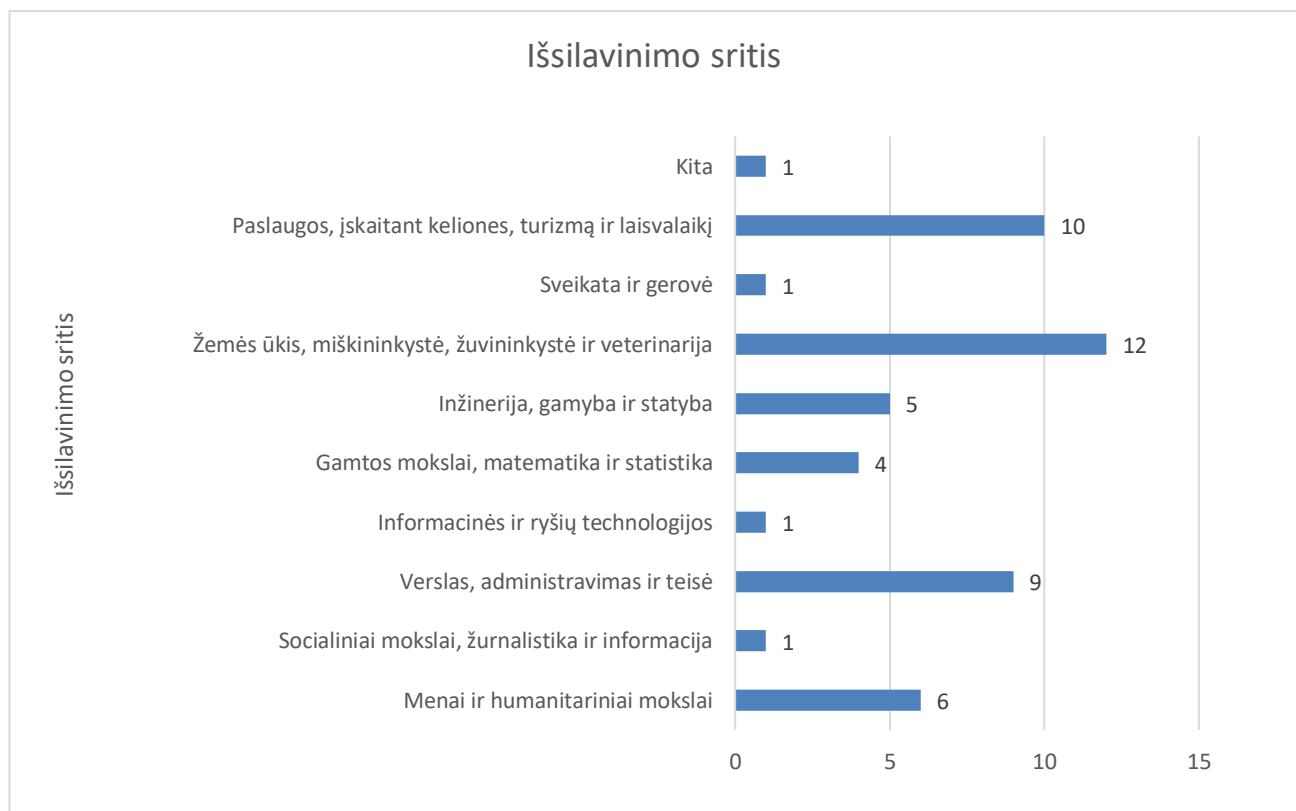
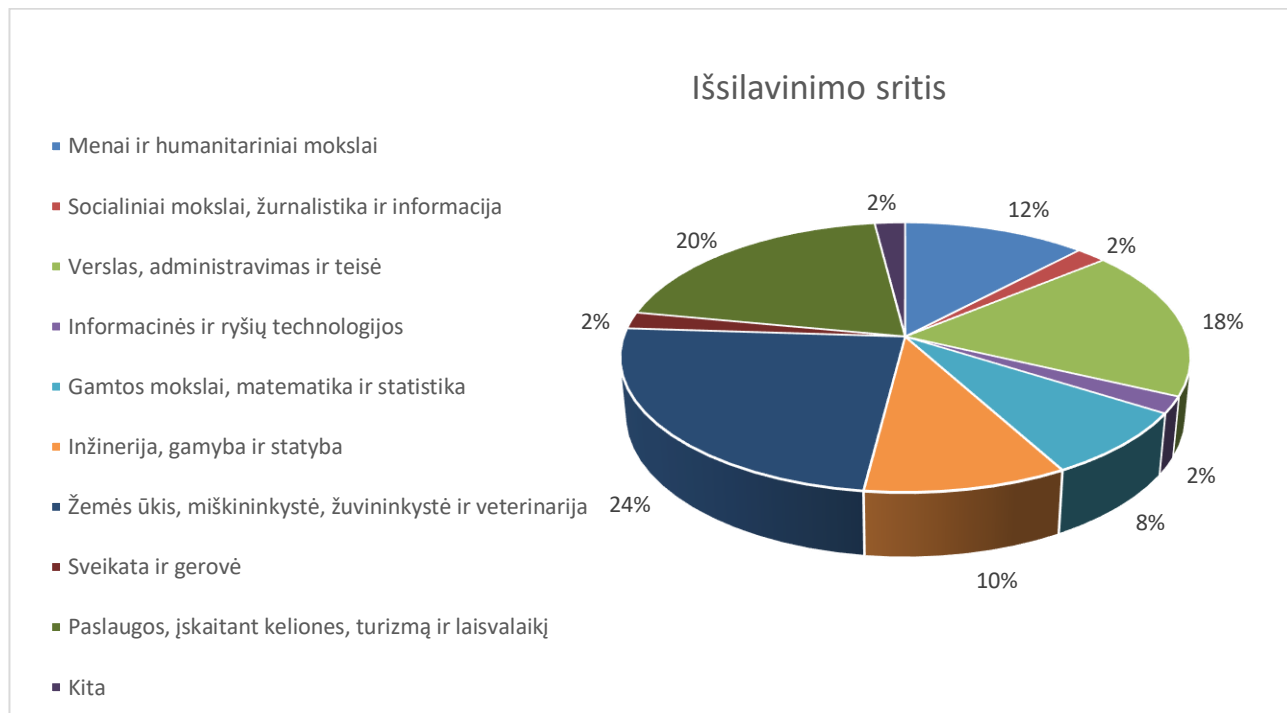
6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:



Respondentų pažymėtas skirtingų išsilavinimo lygių santykis atspindi šalies vidurkį, todėl pradinis ir žemesnysis išsilavinimas nebuvo paminėtas, tačiau tai paaiškinama tuo, kad apklausa buvo atlikta naudojant internetinę anketą, o žemas. Kaimuose gyvenantys išsilavinę žmonės neturi tiek daug prieigos ir neaktyviai naudojami internetu kasdieniame gyvenime.



7. Nurodykite savo išsilavinimo ir (arba) mokymo sritį:



Aiškūs pranašumas respondentų švietimo / kvalifikacijos srityse yra suteiktas dviem tradiciniams Bulgarijos kaimo vietovių ekonomikos sektoriams, ty žemės ūkiui (24 %) ir paslaugoms, įskaitant keliones ir turizmą (20 %). Vadinas, atsakymai apskritai parodo respondentų išsilavinimo įvairovę, o tai yra geras ženklas, kad yra kintamos kvalifikacijos žmonių, susijusių su kaimo regionais.



8. Ar vykdomė savo verslą?

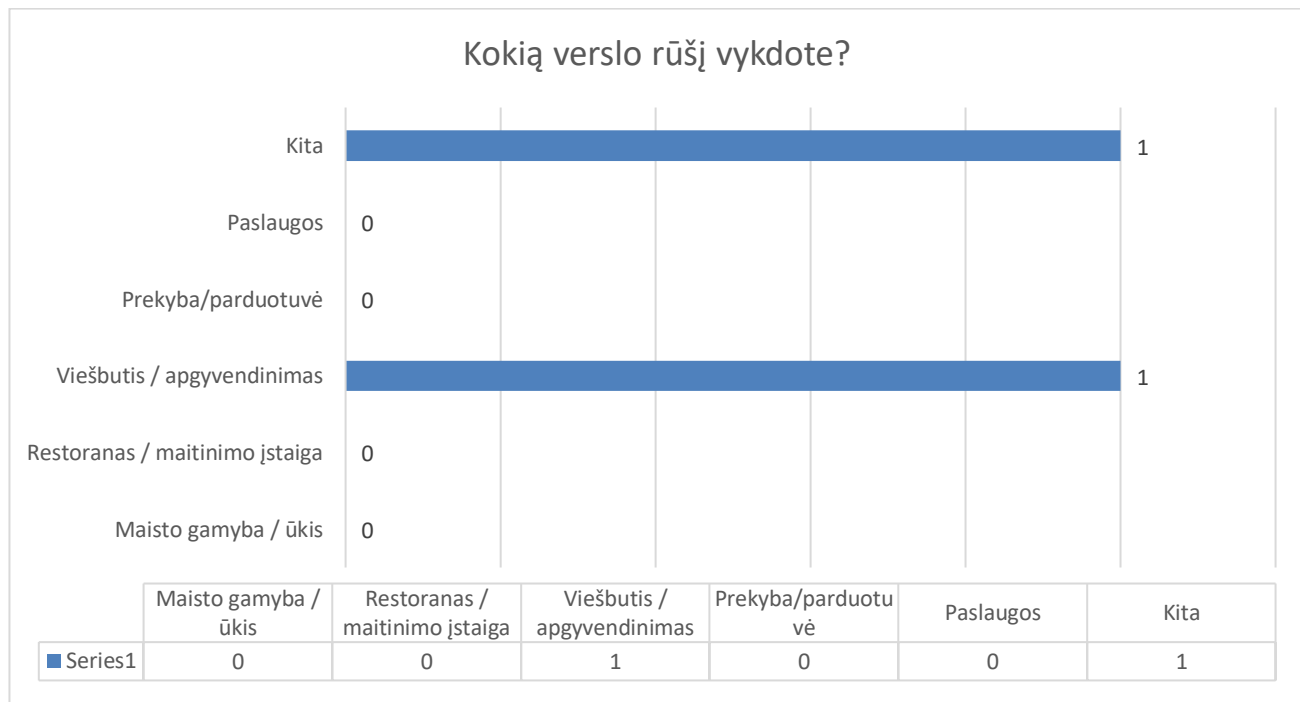
Šis klausimas buvo įdomus, nes tik 2 žmonės pažymėjo teigiamus atsakymus, o tai reiškia, kad verslo infrastruktūra Bulgarijos kaimo vietovėse nėra gerai išvystyta. Dauguma gyventojų yra samdomi darbuotojai arba bedarbiai, todėl vietos verslininkų ir įmonių savininkų dalis yra nereikšminga.



Verslo atstovai:

9. Kokios srities verslą vykdomė?

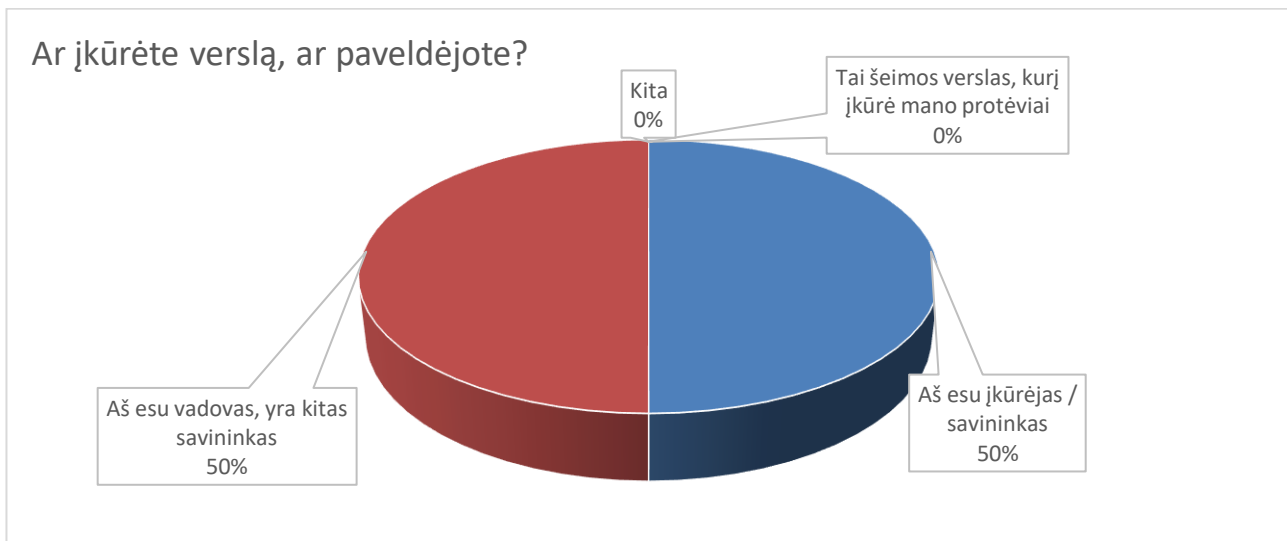
Iš 2 gautų atsakymų 1 yra turizmo sektoriuje (viešbutyje), 1 pažymėtas kaip kitas.



Kalbant apie verslo atsakymų trūkumą restoranuose ar prekyboje, tai nesunkiai paaiškinama, nes kaimuose maitinimo ir pardavimo paslaugos yra labai menkai atstovaujamos, net anksčiau buvo keletas bistro ar mažų parduotuvių (paprastai po 1 kaime). po pandemijos dauguma jų buvo uždarytos, nes juos valdančios šeimos susidūrė su dideliais apribojimais, o šiuo metu didžiąją dalį prekių tiekimo organizuoja patys žmonės, keliaudami į artimiausią didmiestį. Čia netikėta buvo tai, kad maisto gamybos sektoriuje nebuvo pažymėtų atsakymų. Dažniausiai dauguma kaimo gyventojų augina vaisius, daržoves, riešutus, o kiaušinius, mėsą gamina iš naminių gyvulių, tačiau produkcijos apimtis yra ribota ir dažnai ją naudoja savo reikmėms, o kartais parduoda kitiems. Visgi toks maisto gamybos organizavimas nelaikomas reikšmingu: nors kartais šeimoms atneša papildomų pajamų, vietinių tai tikrai nesuvokiama kaip verslas.



10. Ar verslą sukūrėte, ar paveldėjote?



Atitinkamai, atsižvelgiant į ribotą atsakymų skaičių verslo atstovų kategorijai, čia gauti rezultatai negali būti laikomi orientaciniais situacijai šalyje.

11. Kiek laiko vykdote šį verslą? (Prašome įrašyti skaičių metais)

Iš dviejų pažymėtų atsakymų vienas iš subjektų įkurtas prieš 3 metus, o kitas – tradicinė įmonė, veikianti 20 metų.

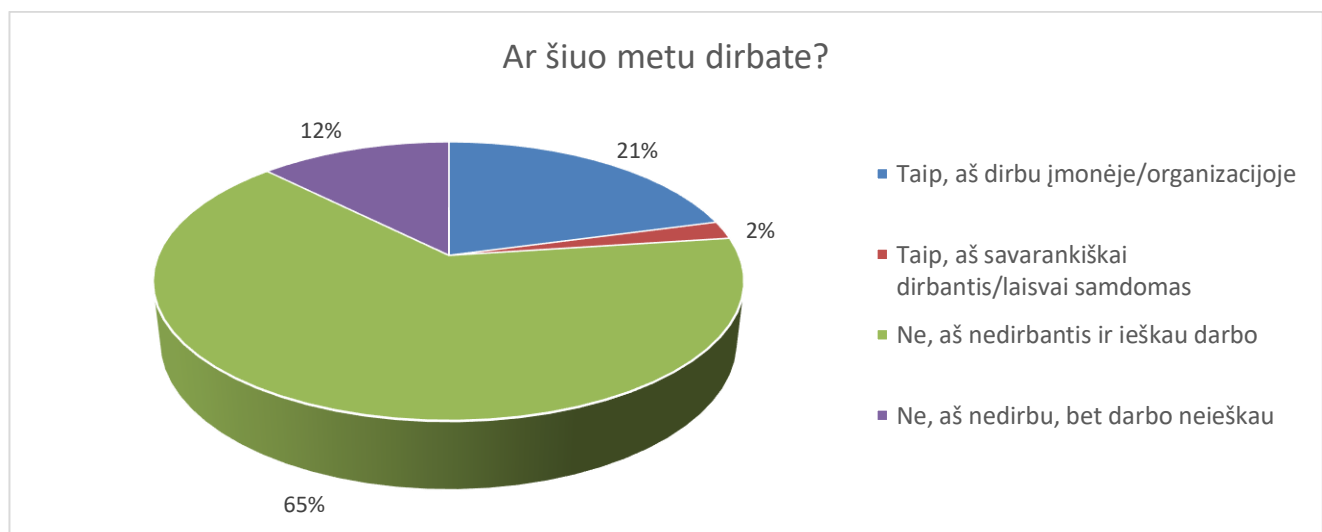
12. Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje? (Prašome užpildyti jūsų įmonėje pasamdytų žmonių skaičių)

The results here are as follows: 1 is marked with 2 employees (small business) and the other has 20 working in the company.

Gyventojai:

13. Ar šiuo metu dirbate?

Iš viso į šį klausimą buvo pateikti 48 atsakymai (neįskaitant įmonių savininkų):

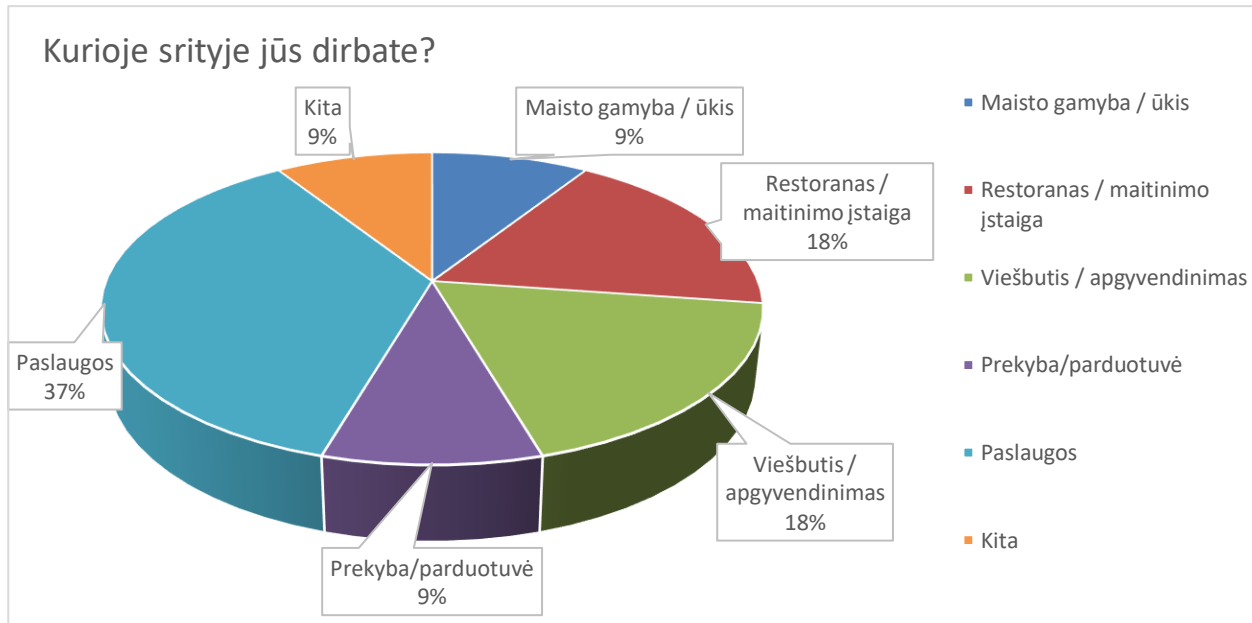




Įdarbinti:

Toliau klausdami respondentų, kurie pažymėjo, kad dirba (iš viso 23 proc. iš visų gyventojų) apie įmonės, kurioje dirba, veiklos sritį, jie pateikia tokius atsakymus:

14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?



Kiti du klausimai yra susiję su darbuotojų išvardintomis profesijomis ir pareigomis:

15. Koks jūsų dabartinis užsiėmimas?

- Padavėjas
- Turizmo specialistas
- Administratorius
- Kasininkė
- Darbuotojas
- Architektas
- Kurjerių įmonė
- Agronomija
- Svetingumas
- Administracija
- Naftos gavyba

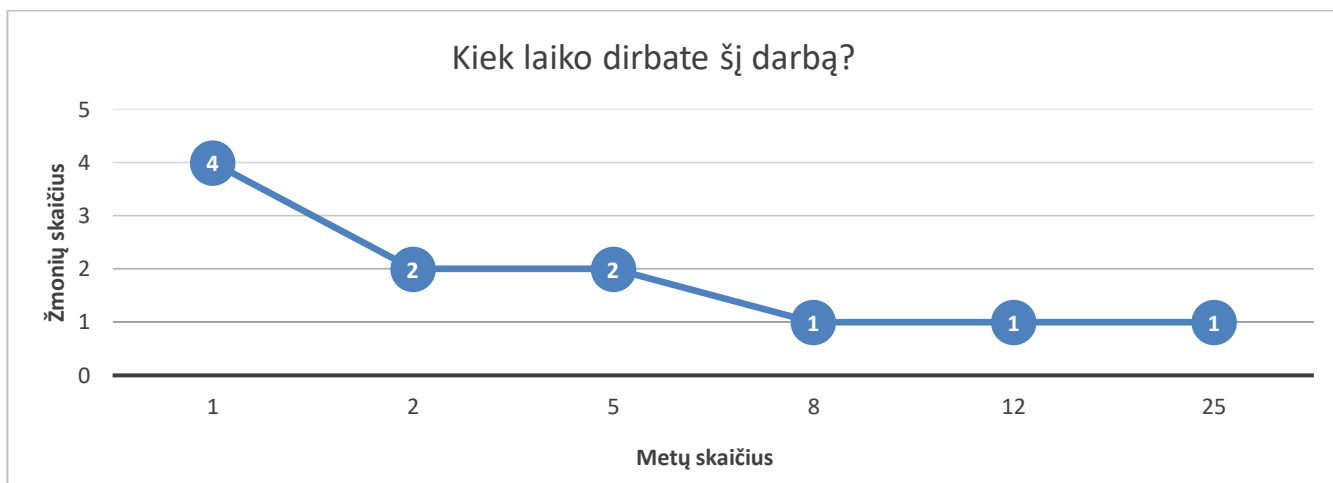
16. Kokios jūsų pareigos įmonėje?

- Padavėjas
- Registratorė
- Administratorius
- Kasininkė
- Vadovas
- Dizaineris
- Kurjeris biure
- Agronomas
- Rektifikatorius
- Vyresnysis ekspertas
- Laboratorijos vadovas



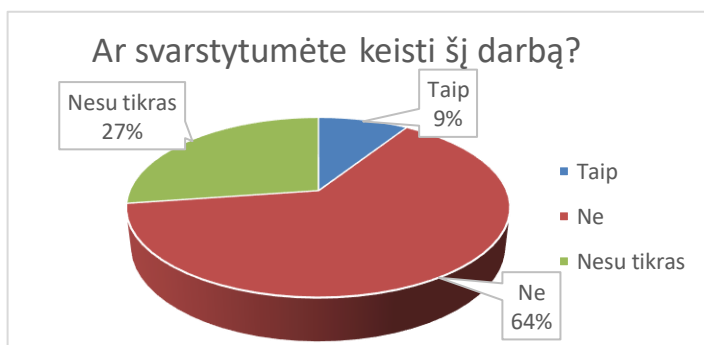
17. Kiek laiko dirbate šias pareigas/darbą (įrašykite metų skaičių)?

Buvo gauta tokių 11 atsakymų:



18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?

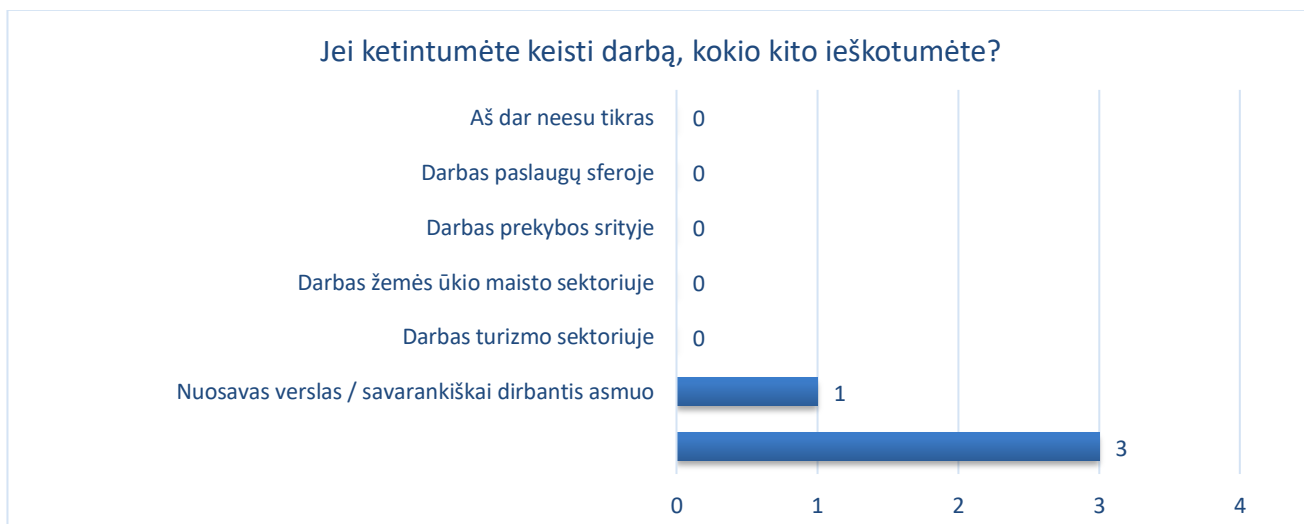
Iš 11 į šį klausimą pateiktų atsakymų tik keli (pvz., 4 asmenys) potencialiai ieško kito darbo.



Darbo keitimas

19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kuris yra labiausiai pageidaujamas darbas, kurį norėtumėte dirbti kitą kartą?

O po 4 apie naują profesiją/darbą svarstančiųjų atsakymus 3 norėtų pradėti savo verslą, o tik vienas būtų orientuotas į įsidarbinimą turizmo sektoriuje.



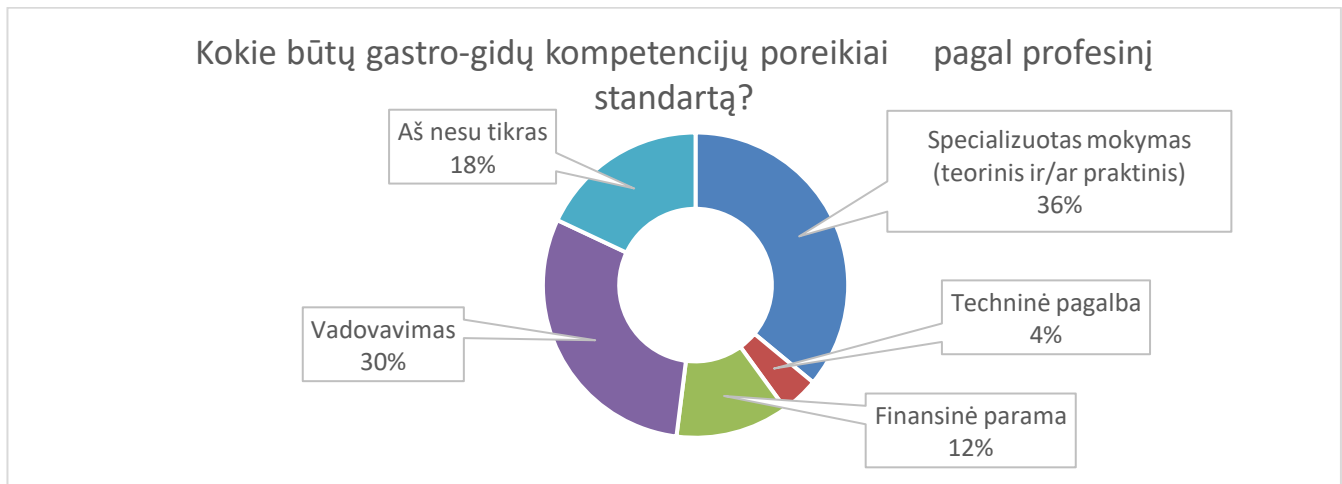


Gastro-Gido standartas

Kita klausimų grupė buvo skirta visiems 50 respondentų, o rezultatai buvo tokie:

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių kelionių gidų poreikiai, susiję su jų profesinio profilio užbaigimu?

50 gautų atsakymų:

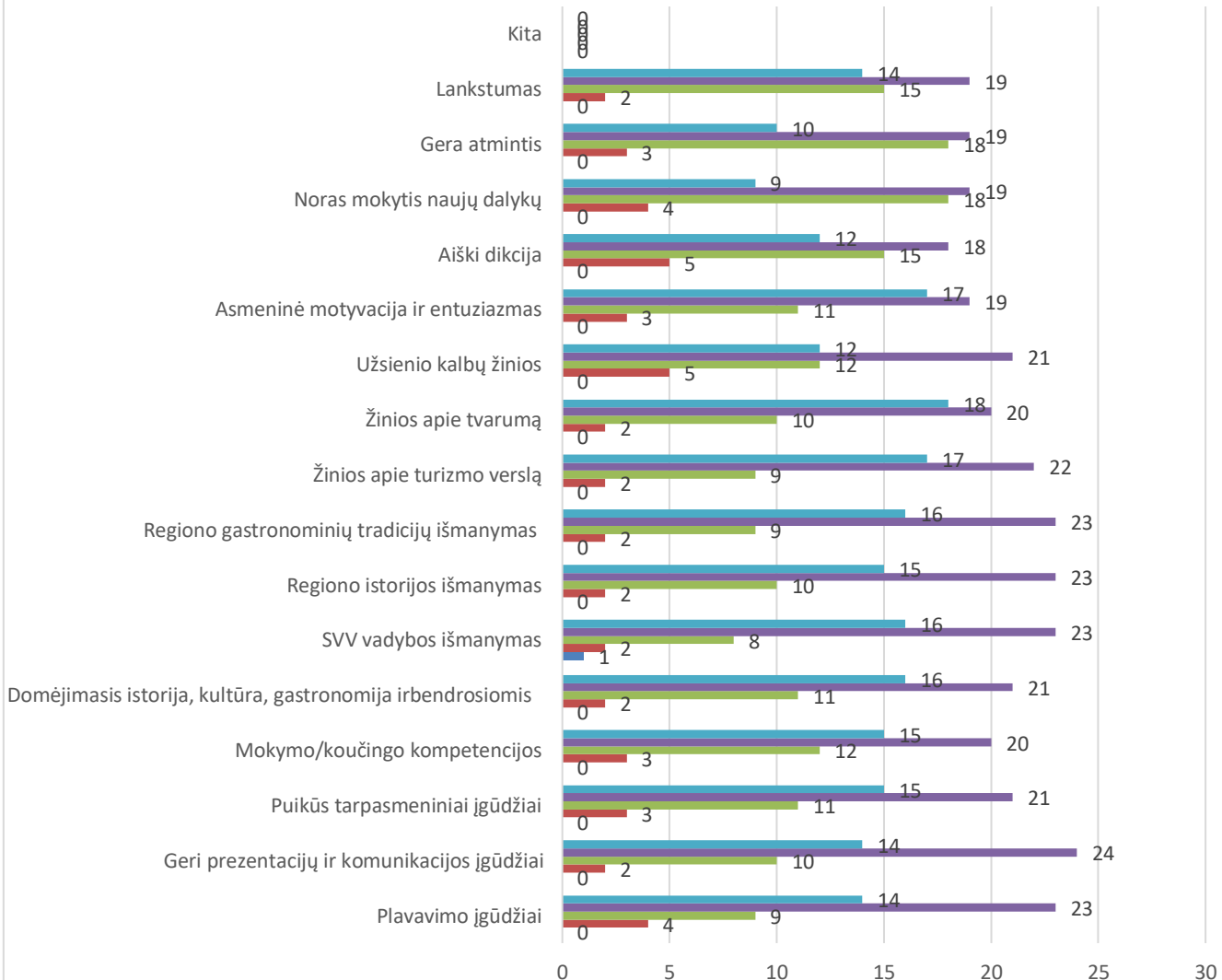


21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį? (Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu)

Kompetencijos 1 = nesvarbu ir 5 = labai svarbu	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai	0	4	9	23	14
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai	0	2	10	24	14
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	0	3	11	21	15
Mokymo/koučingo kompetencijos	0	3	12	20	15
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai	0	2	11	21	16
SVV valdymo išmanymas	1	2	8	23	16
Krašto istorijos išmanymas	0	2	10	23	15
Regiono gastrominės tradicijos išmanymas	0	2	9	23	16
Žinios apie turizmą	0	2	9	22	17
Žinios apie tvarumą	0	2	10	20	18
Kalbų mokėjimas	0	5	12	21	12
Savęs motyvacija ir entuziazmas	0	3	11	19	17
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai	0	5	15	18	12
Noras mokytis	0	4	18	19	9
Geras prisiminimas	0	3	18	19	10
Lankstumas	0	2	15	19	14
Kita	30	1	6	7	6



Kokia, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos,
kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?



	Plavav mo įgūdžiai	Gerai prezentacijų ir komunikacijos įgūdžiai	Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	Mokymo/koučingo kompetencijos	Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir bendrosiomis	SVV vadybos išmanymas	Regiono istorijos išmanymas	Regiono gastronominių tradicijų išmanymas	Žinios apie turizmo verslą	Žinios apie tvarumą	Užsienio kalbų žinios	Asmeninė motyvacija ir entuziazmas	Aiški dikcija	Noras mokytis naujų dalykų	Gera atmintis	Lankstumas	Kita
5	14	14	15	15	16	16	15	16	17	18	12	17	12	9	10	14	0
4	23	24	21	20	21	23	23	23	22	20	21	19	18	19	19	19	0
3	9	10	11	12	11	8	10	9	9	10	12	11	15	18	18	15	0
2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	5	3	5	4	3	2	0
1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



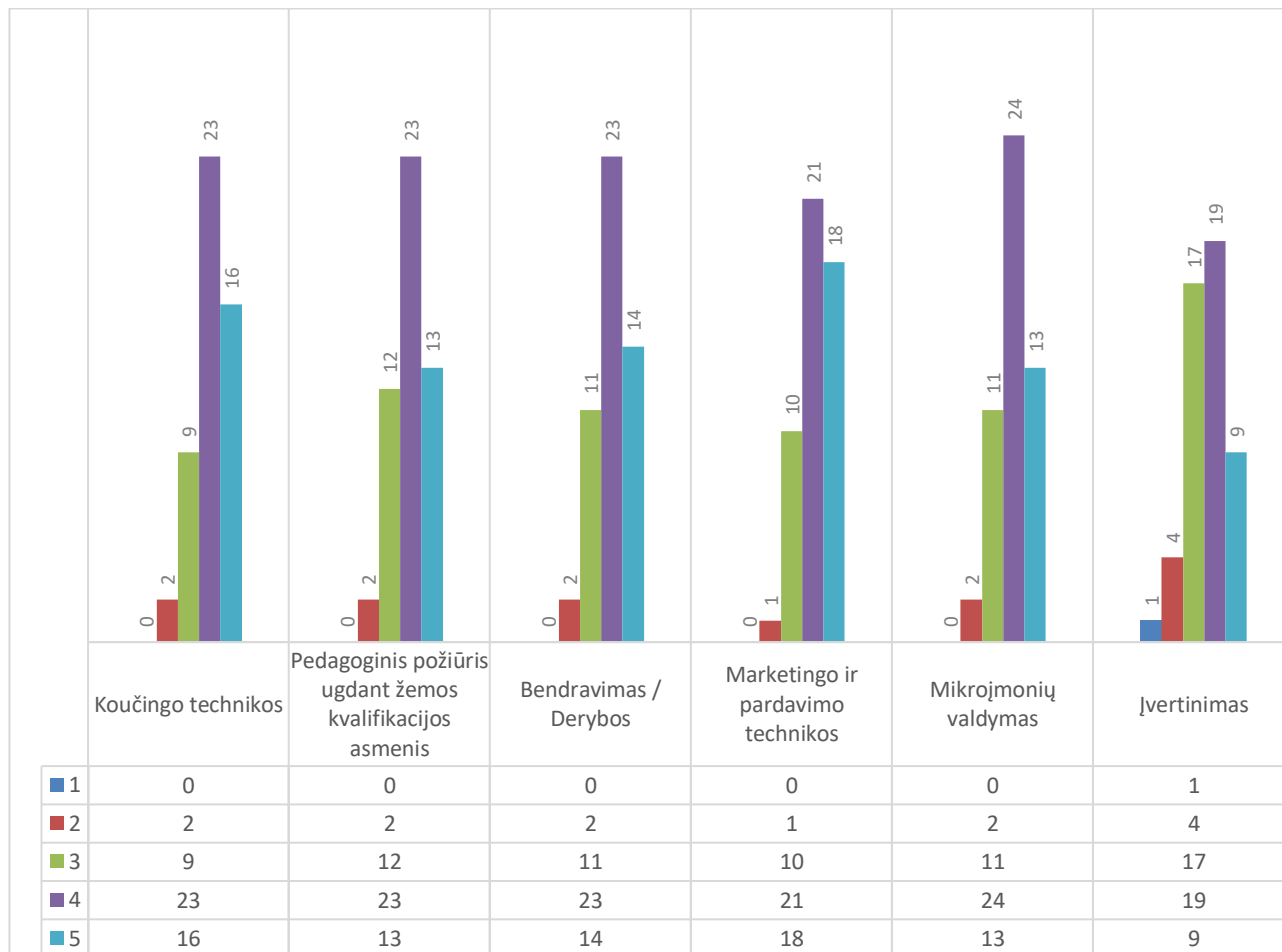
Gastro-Gido mokymosi kursas

22. *Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro-gidus? (1-nėra svarbus / naudingas ir 5-yra labai svarbus / naudingas)*

Gauta 50 atsakymų:

Siūlomi mokymo moduliai 1=nesvarbu/naudinga ir 5=labai svarbu/naudinga	1	2	3	4	5
Koučingo technikos	0	2	9	23	16
Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis	0	2	12	23	13
Bendravimas / Derybos	0	2	11	23	14
Marketingo ir pardavimo technikos	0	1	10	21	18
Mikroįmonių valdymas	0	2	11	24	13
Įvertinimas	1	4	17	19	9

O štai grafinis rezultatų pateikimas:





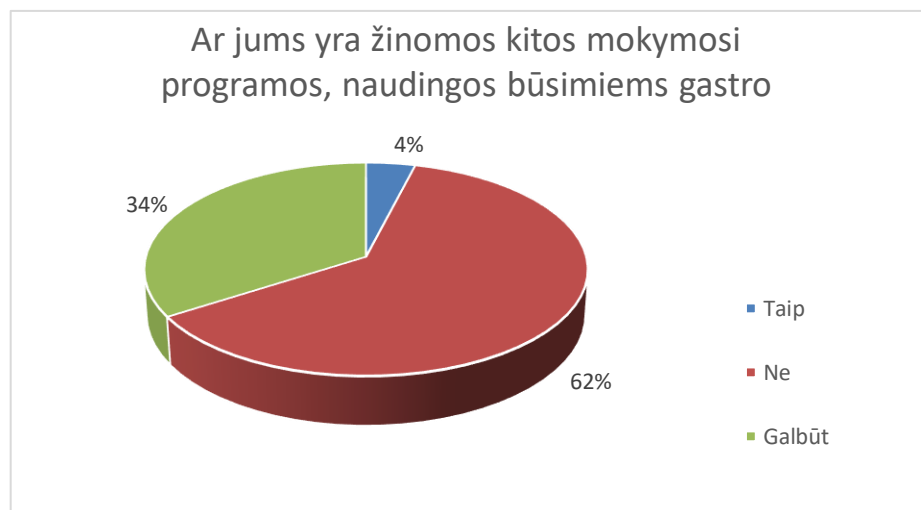
23. Ar yra kokių nors kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-Gidams? (Prašome išvardinti savo pasiūlymus)

Pateikti atsakymai buvo išvardyti taip:

- Išorinių veiksnių įtaka gastro-skoniui
- Skaitmeninės kompetencijos
- Aš nesu tikras
- Aš nežinau
- Praktika
- Nėra /4 atsakymai/

24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms ar išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis gastro-gidams?

50 atsakymų



Esamos mokymo schemas:

25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-Gidus, pvz. edukacinės programos, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.

Buvo pateikti tik du atsakymai:

- Ne
- Skaitmeninės kompetencijos

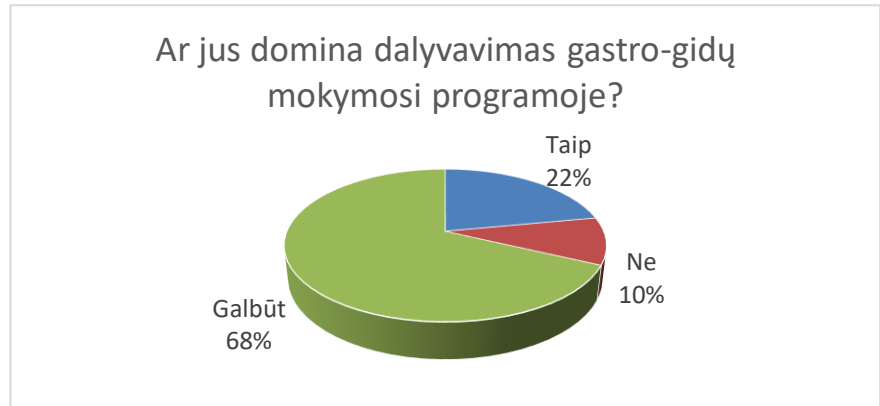


Potencialūs Gastro-gidai

Tikslas buvo įvertinti potencialius Gastro-gidus mokymuose ir projektu besidominčius žmones.

26. Ar norėtumėte dalyvauti Gastro-gidų mokymuose?

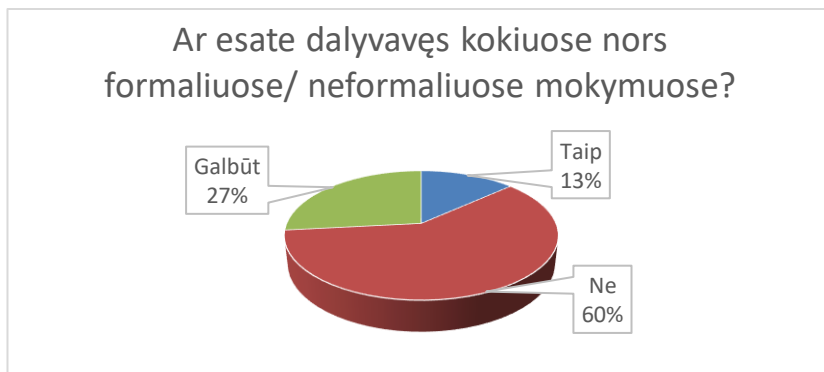
50 atsakymų



Ankstesnis išsilavinimas/mokymas ir pageidavimai, susiję su Gastro-gido mokymais:

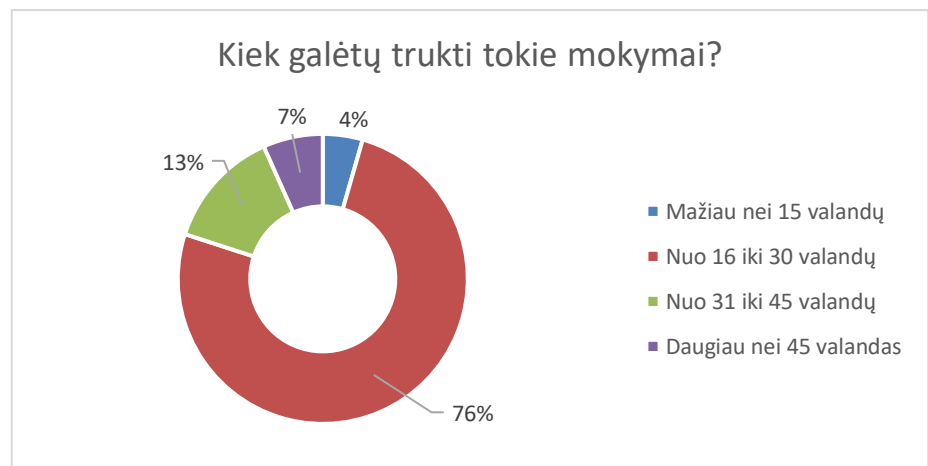
27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/neformaliuose mokymuose, kurių metu įgyjate kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido standartui – pvz. bendravimo įgūdžiai, organizaciniai įgūdžiai, mokymo įgūdžiai ir pan.?

45 atsakymai



28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkamas laikas tokiems mokymams? (Prašome nurodyti priimtina mokymo valandų skaičių, atsižvelgiant į jūsų nuomonę)

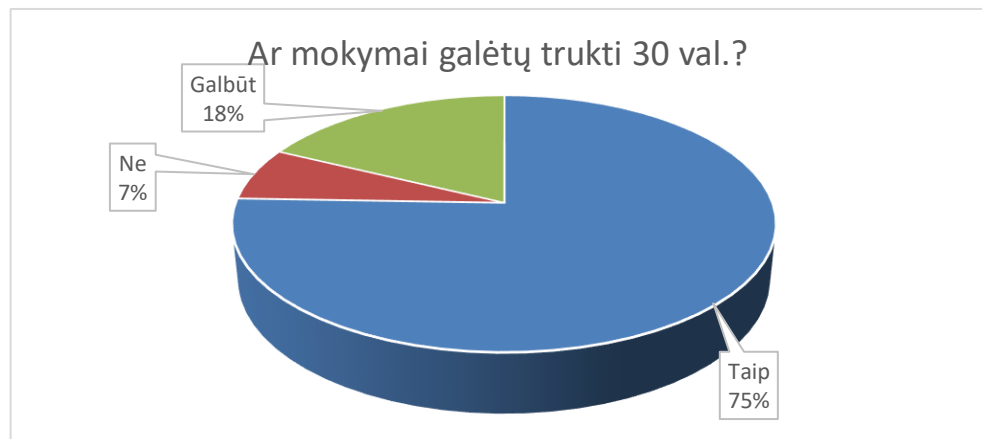
45 atsakymai





29. Ar jūsų turimo laiko pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-gido mokymo kursuose?

45 atsakymai



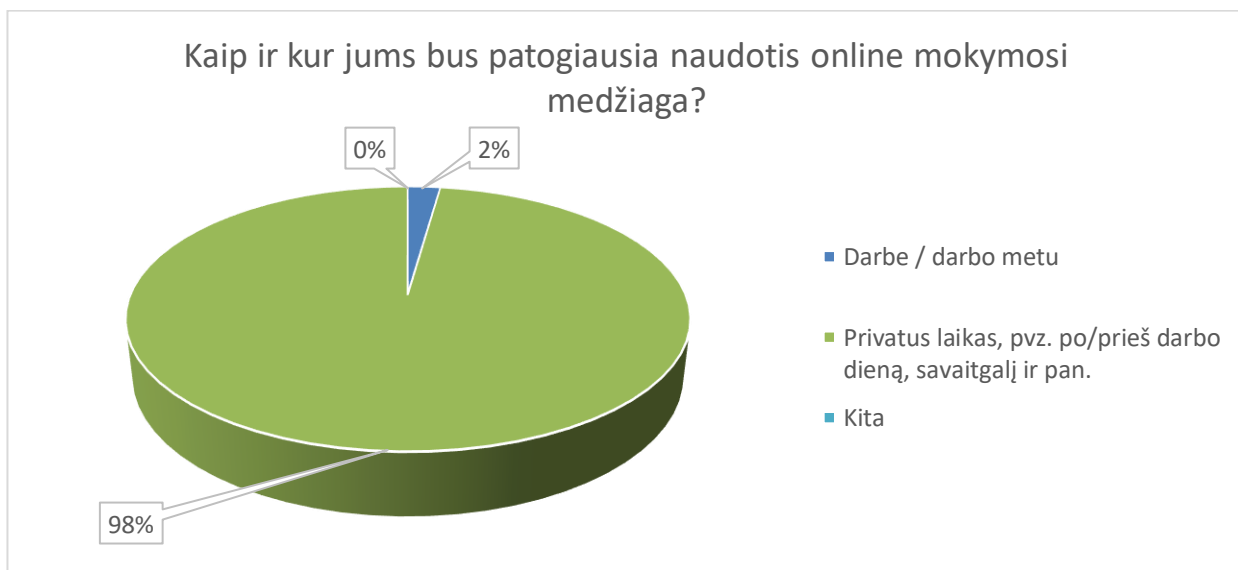
30. Kiek laiko nori (ir gali) skirti tokiems mokymams?

45 atsakymai



31. Kurioje aplinkoje galėsite efektyviausiai naudotis gastro-gido mokymo medžiaga (internetu)?

45 atsakymai

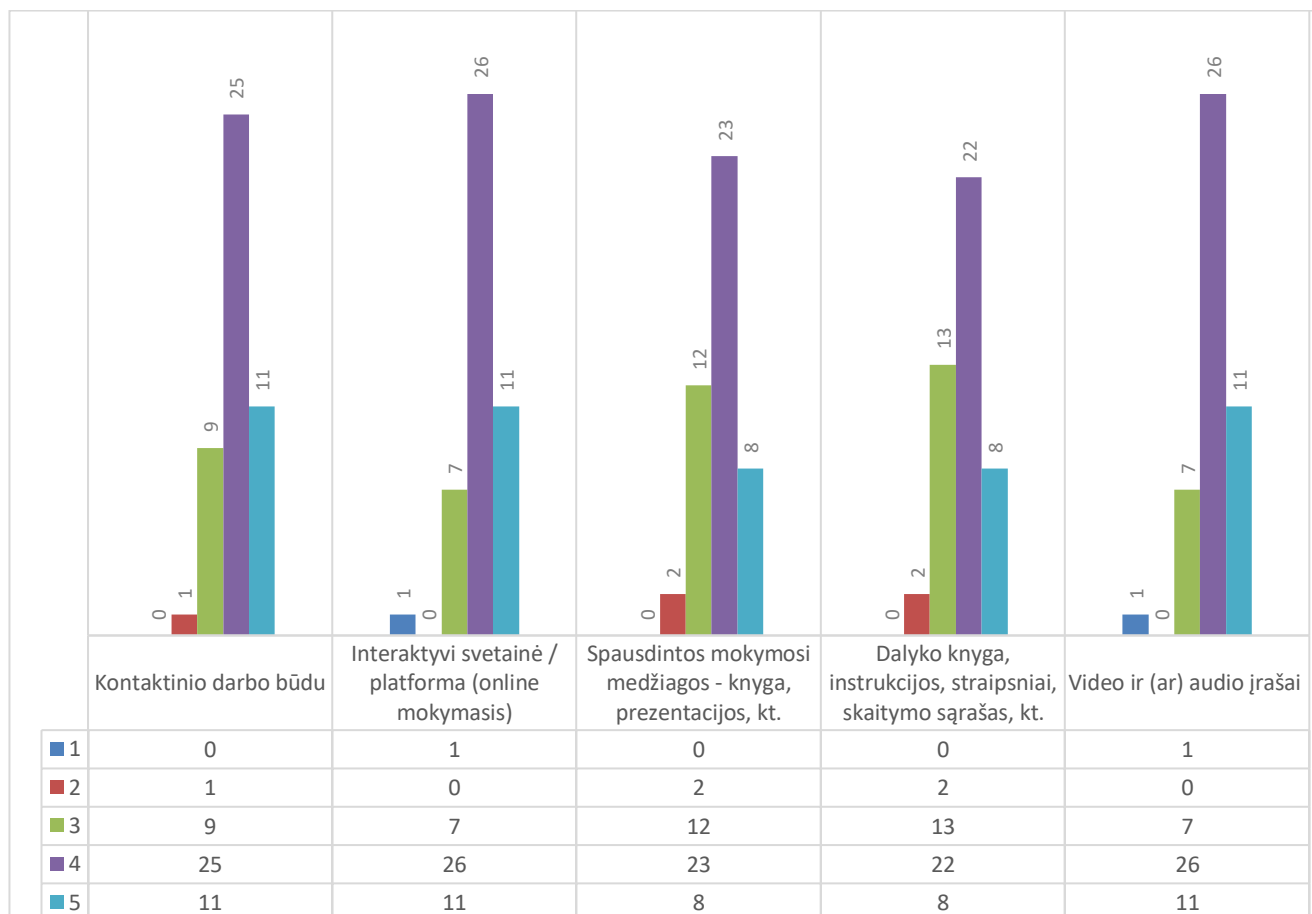




32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Prašome įvertinti siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidaujama)

46 atsakymai

Mokymosi būdai 1= nepageidautina ir 5= labiausiai pageidaujama	1	2	3	4	5
Mokymai akis į akį	0	1	9	25	11
Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai)	1	0	7	26	11
Rašytinė mokymo medžiaga, pvz.: vadovas, vadovai, pristatymai ir kt.	0	2	12	23	8
Modulio knygos, instrukcijos, gairės, straipsniai, skaitinių sąrašas ir kt.	0	2	13	22	8
Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga	1	0	7	26	11



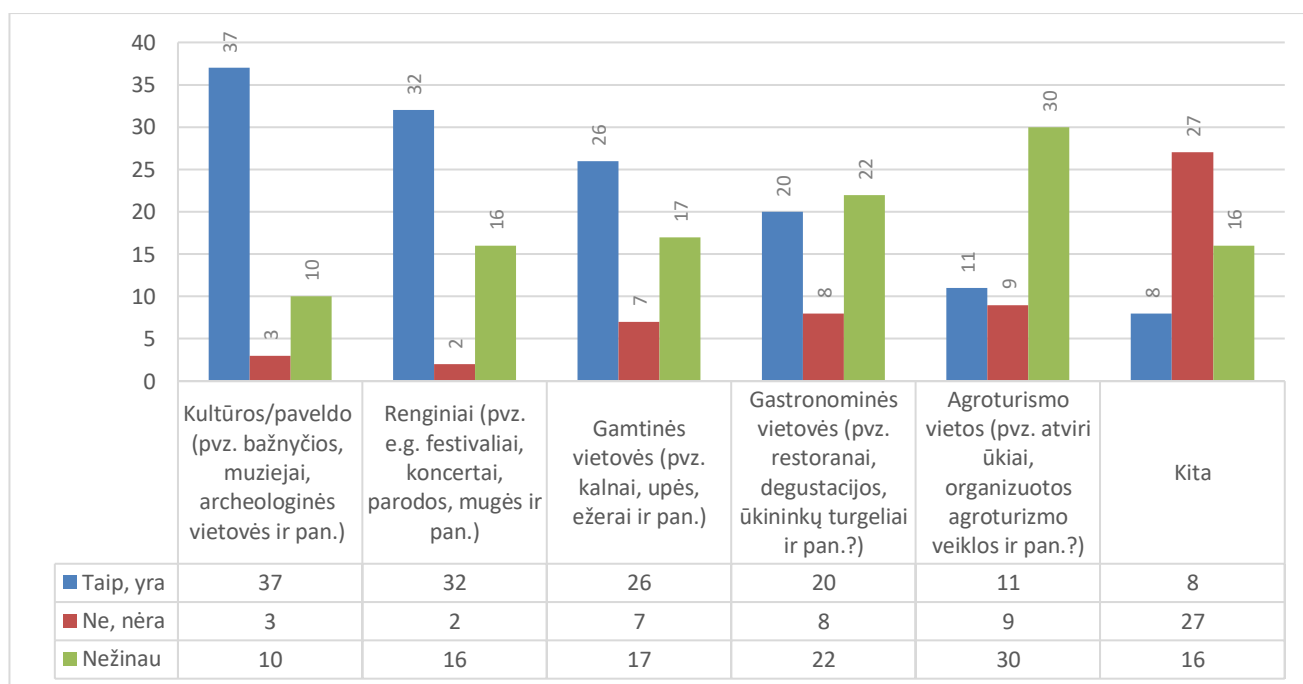


Vietos žinios ir potencialas

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime?
Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje.

50 atsakymų

Patrauklios lankytinos vietos <i>1 = nepageidautina ir 5 = labai pageidautina</i>	Taip, yra	Ne, nėra	Nežinau
Kultūros / paveldo objektai (pvz., bažnyčios, muziejai, archeologinės vietos ir kt.)	37	3	10
Renginiai (pvz., festivaliai, koncertai, parodos, mugės ir kt.)	32	2	16
Gamtos vietos (pvz., kalnai, reversai, ežerai ir kt.)	26	7	17
Gastronominės vietos (pvz., restoranai, degustacijos, ūkininkų turgeliai ir kt.)	20	8	22
Agroturizmo objektai (pvz., atviri ūkiai, organizuota agroturizmo veikla ir kt.)	11	9	30
Kita	8	27	16



34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

Štai respondentų laisvu tekstu pateikti atsakymai:

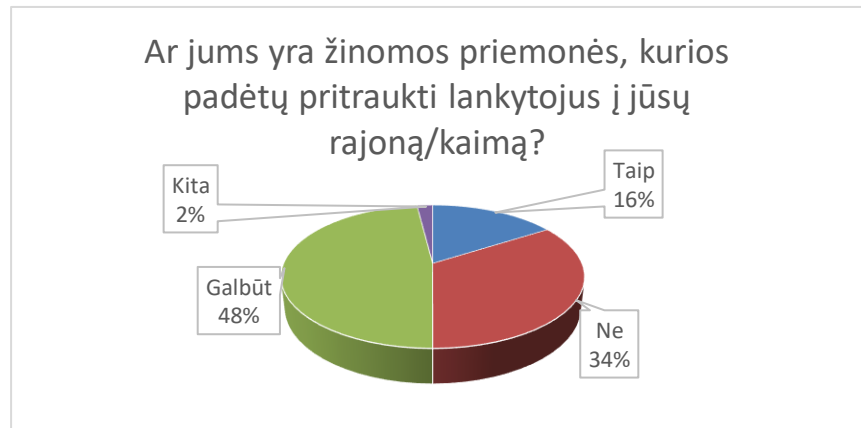
- Nesu tikras
- Paplūdimiai, jūros gėrybių restoranai
- Nėra
- Naujas žemėje gyvenantis kaimas, kaime skaniau
- Balčikas, Albena, Balčiko rūmai, Šiaurinė Juodosios jūros pakrantė, Teke, Obrochishte kaimas ir kt.
- Muziejai



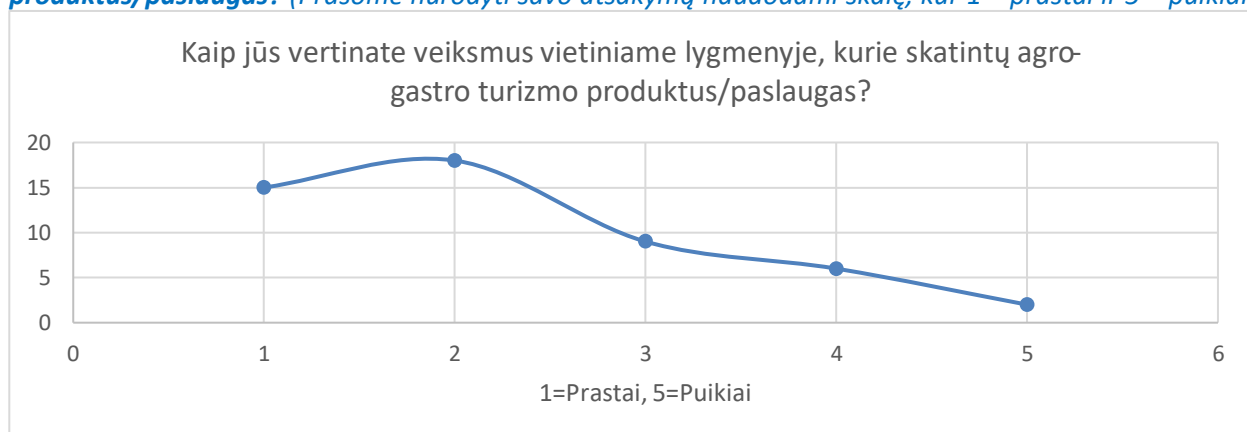
- Užtvanka
- Nežinau
- Rūmai – Balčikas
- Tiksliai nepamenu

35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurios vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?

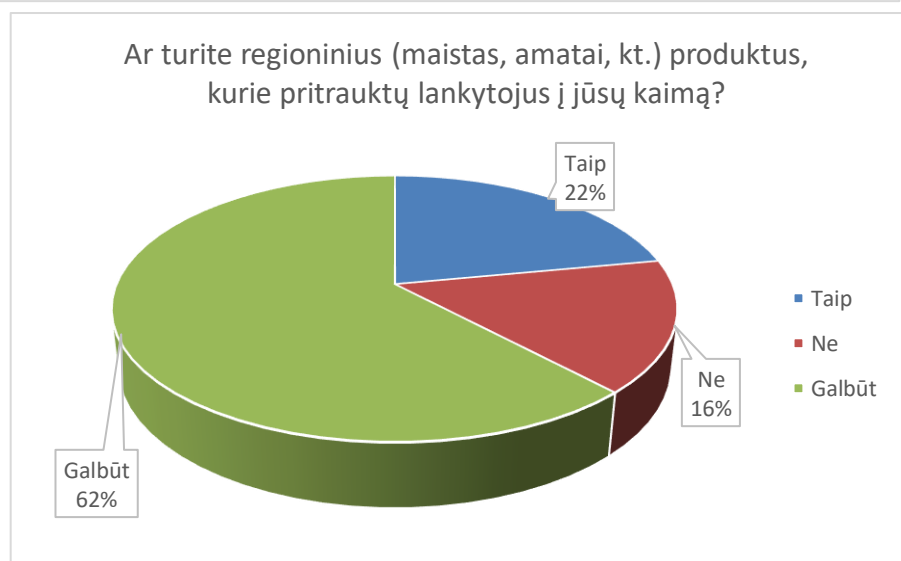
50 atsakymų



36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? (Prašome nurodyti savo atsakymą naudodami skalę, kur 1 = prastai ir 5 = puikiai)



37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų, kt.) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?



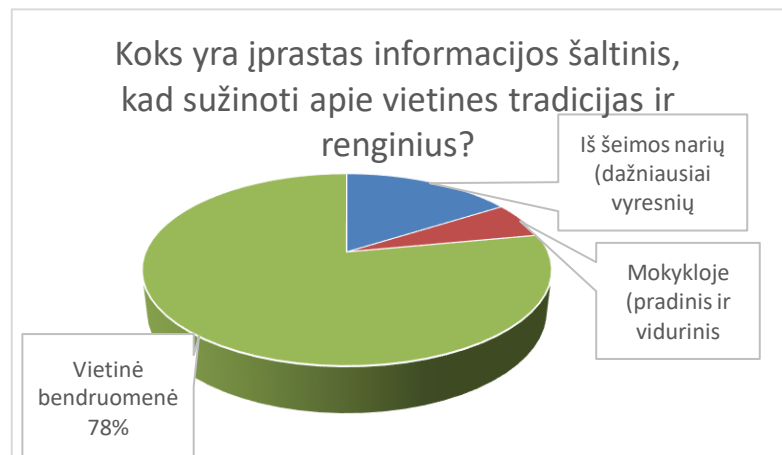


38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

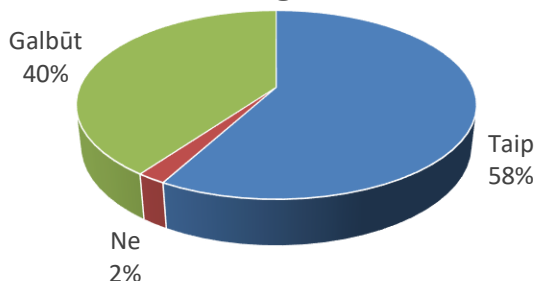
- Vietinės vyninės, vietiniai ūkiai
- Žvejyba
- Kronšteinai
- Duona, sūris

39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?

50 atsakymų



Ar manote, kad bent vienas Gastro-gidas jūsų kaime/regione būtų naudingas?



40. Ar manote, kad Gastro-Gido vaidmuo bus naudingas, jei bent vienas būtų jūsų kaime/regione?

50 atsakymų

41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

- Skatinti ir organizuoti kaimo turizmą.
- Organizuoti renginius, siekiant sulaukti pašalinių asmenų susidomėjimo
- Nežinau
- Su renginiais

42. Jei dar kuo nors norėtumėte su mumis pasidalinti, naudokite toliau pateiktą vietą:

- Svarbu skirti ypatingą dėmesį ir skatinti vietos ūkininkavimo rinkas
- Ne
- Sėkmės! Netrukus laukiame Gastro-gidų!

Anketų santrauka

Šalies ataskaita Lenkija

Partneris:
VIVA FEMINA



Šalies ataskaita – Lenkija

IVADAS

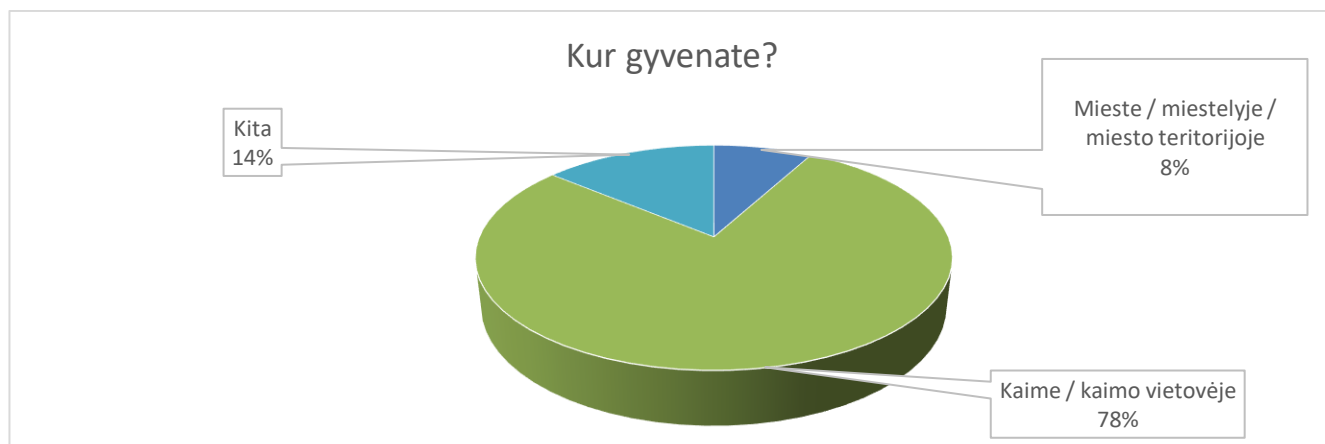
Anketų pagrindu atliktas tyrimas buvo atliktas Lenkijoje 2022 m. gegužę ir pirmas dvi birželio savaites. Prieš tyrimą sudarėme 50 agroturizmo ūkių sąrašą. Kadangi agroturizmas įvairiomis formomis yra labai populiarus turizmo rūšis Lenkijoje, atsižvelgėme į visą šalį. Mūsų agroturizmo ūkių, viešbučių ir restoranų sąrašą sudaro 25 objektai, esantys žemiau Varšuvos, daugiausia kalnų vietovėse, ir 25 objektai virš Varšuvos, esantys ežerų zonose ir Baltijos jūros.

Taip norėjome išanalizuoti visus Lenkijos regionus ir įvairaus tipo įstaigas. Anketa buvo platinama internetu, telefonu ir el.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

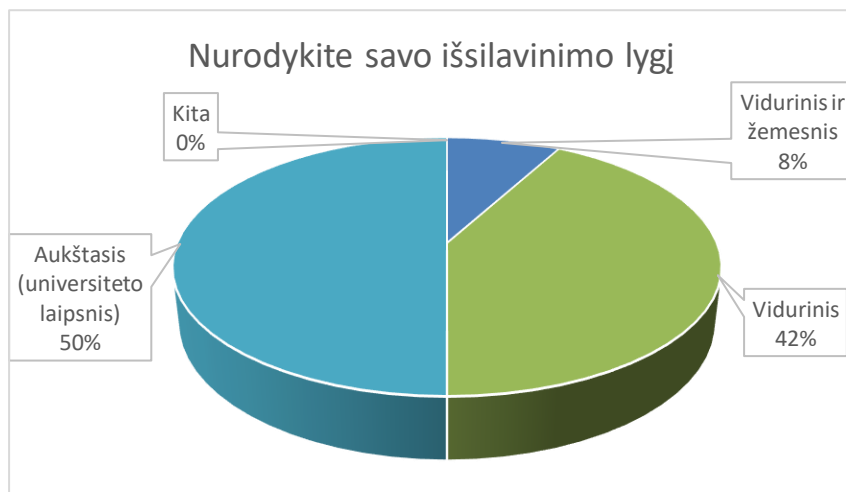
5. Kur gyvenate? (miestas, miestelis, kaimas, miesto zona, kaimo vietovė ir kt.)



Dauguma respondentų gyvena kaime ir kaimuose (39 žmonės), 4 gyvena miestuose ar miesteliuose ir 7 gyvena kitose vietovėse.

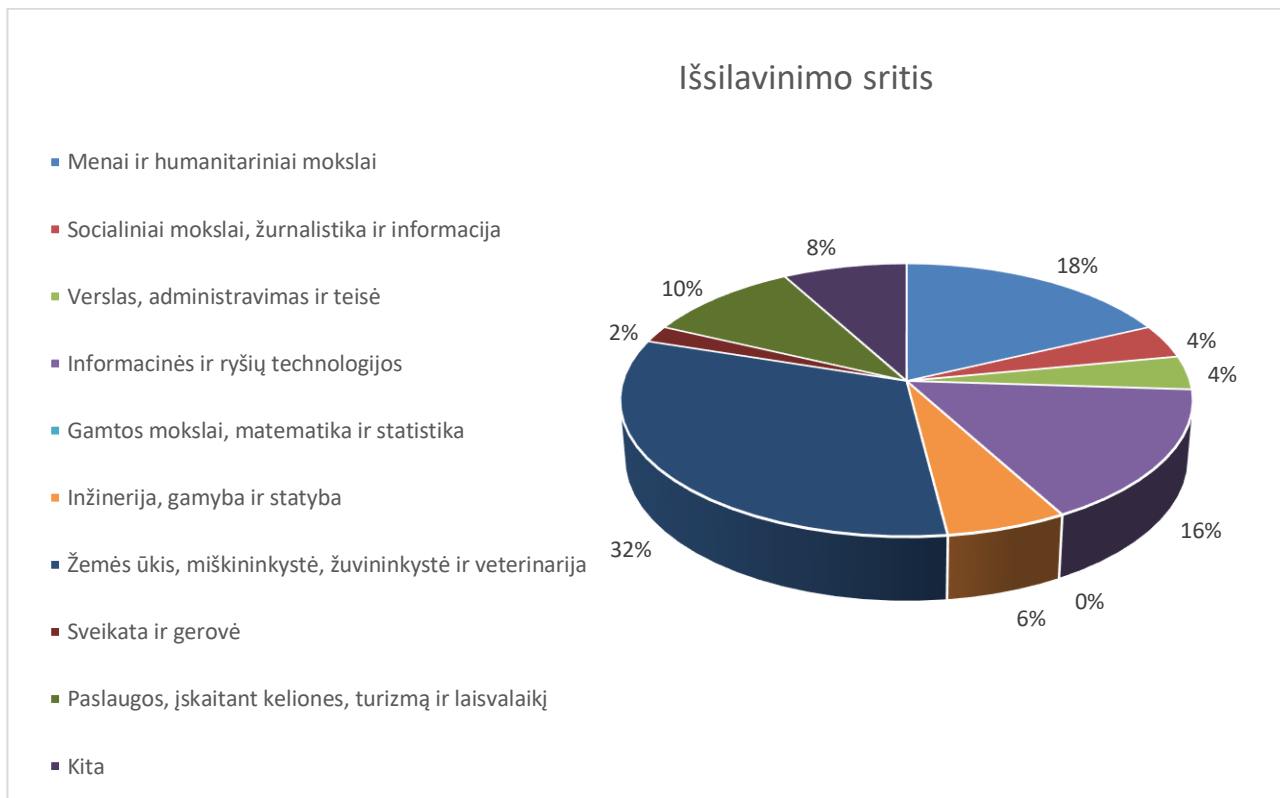
6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:

Dauguma respondentų turi aukštąjį išsilavinimą (25 respondentai), 21 respondentas įgijo vidurinį išsilavinimą ir tik 4 turi pradinį arba žemesnį išsilavinimą.





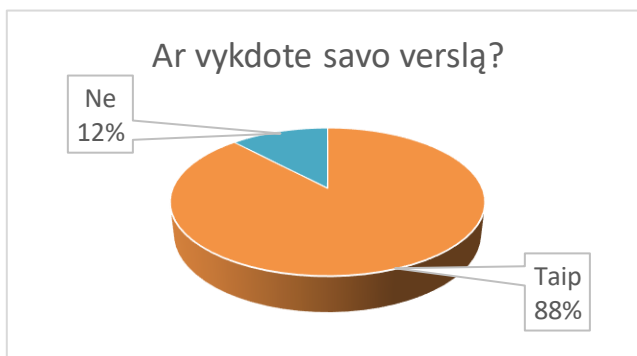
7. Nurodykite savo išsilavinimo ir (arba) mokymo sritį:



Kaip matome, agroturizmo ūkių savininkai turi platų išsilavinimą, nors dauguma turi žemės ūkio išsilavinimą.

8. Ar vykdyte savo verslą?

Dauguma respondentų atsakė „TAIP“, o tai reiškia, kad jie asmeniškai vykdo savo verslą.



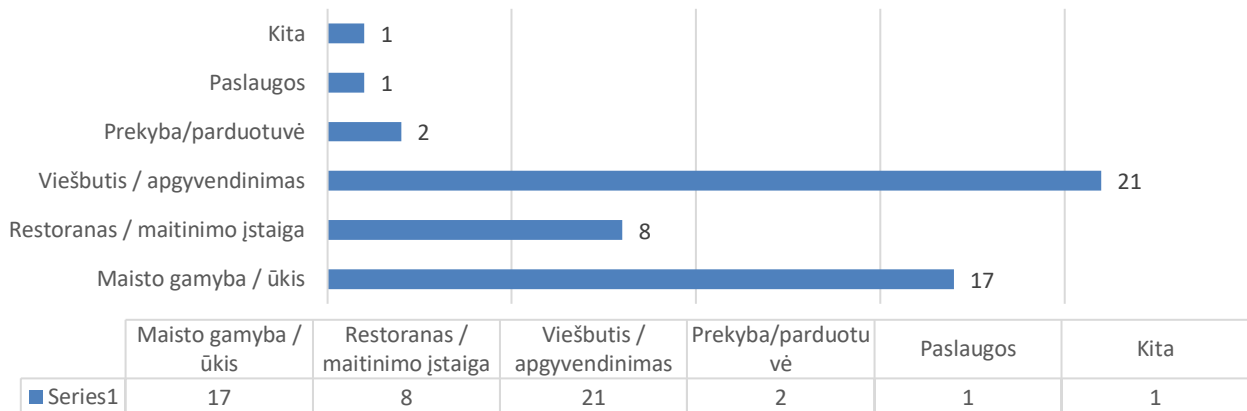
Verslo atstovai:

9. Kokios srities verslą vykdyte?

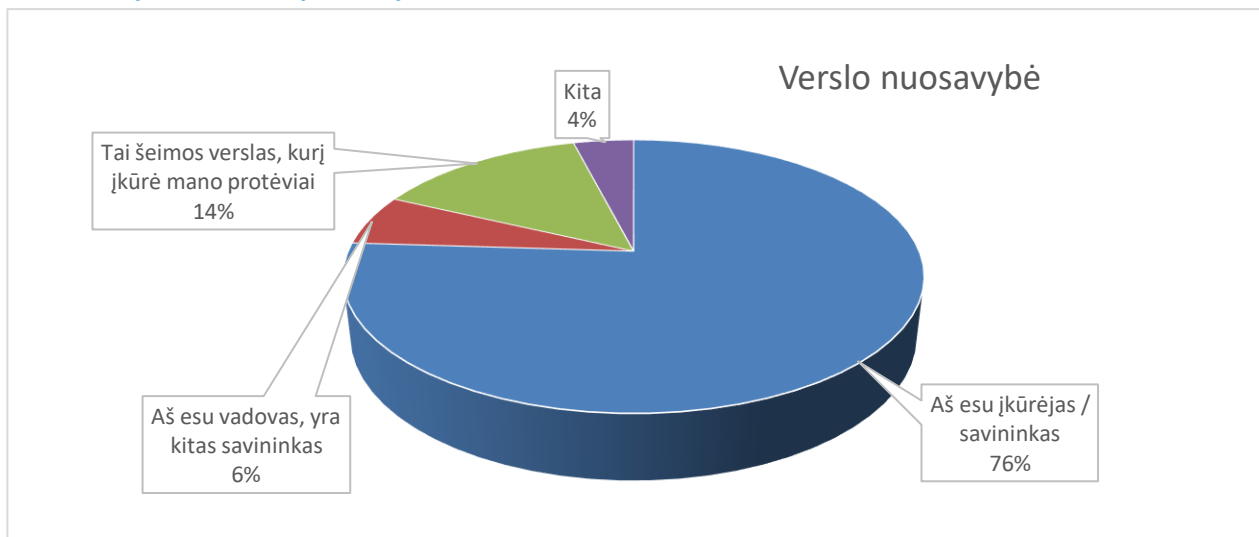
Atsakymai	Atsakymų skaičius	Procentai
Maisto gamyba / ūkis	2	12%
Restoranas / maitinimo įstaiga	7	41%
Viešbutis / apgyvendinimas	2	12%
Prekyba/parduotuvė	0	0%
Paslaugos	3	18%
Kita	3	18%
Iš viso atsakymų:	17	100%



Verslo sritis



10. Ar verslą sukūrėte, ar paveldėjote?



Dauguma respondentų yra savo įstaigų savininkai.

11. Kiek laiko vykdote šį verslą?

<5 metų	19
>5 metai	24
5-10 metų	3
>10 metų	4

Dauguma respondentų verslui vadovauja ilgiau nei 5 metus ir mažiau nei 5 metus.

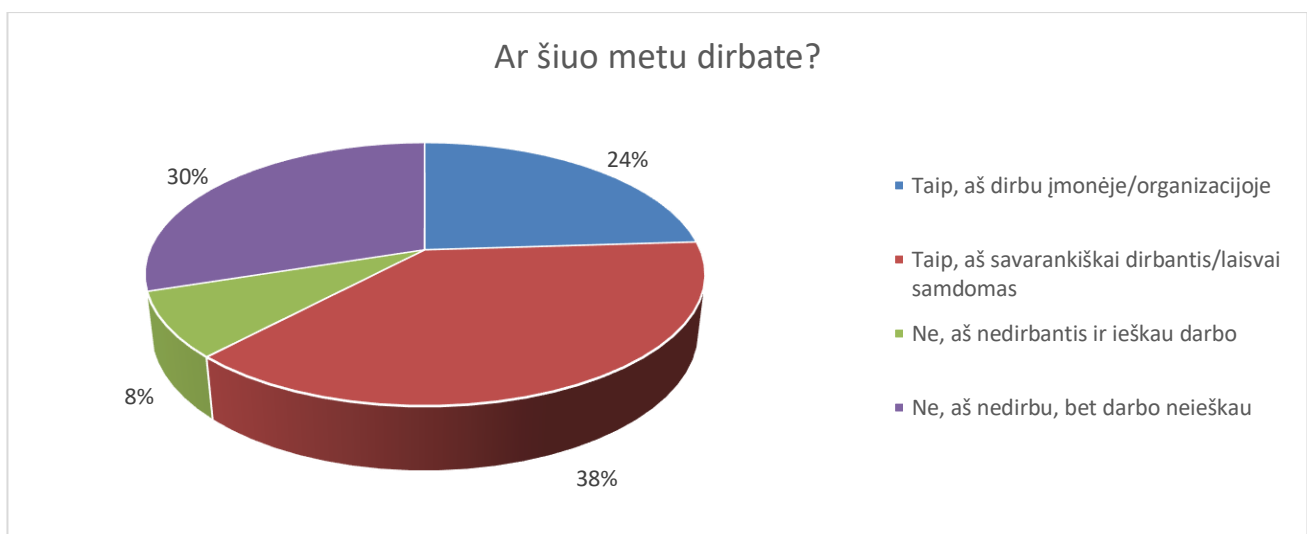


12. Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje? (Prašome užpildyti jūsų įmonėje samdomų žmonių skaičių).

Darbuotojų skaičius	Atsakymų skaičius
Tik įkūrėjas/savininkas	11
1 to 5	23
5 to 10	9
>10	7

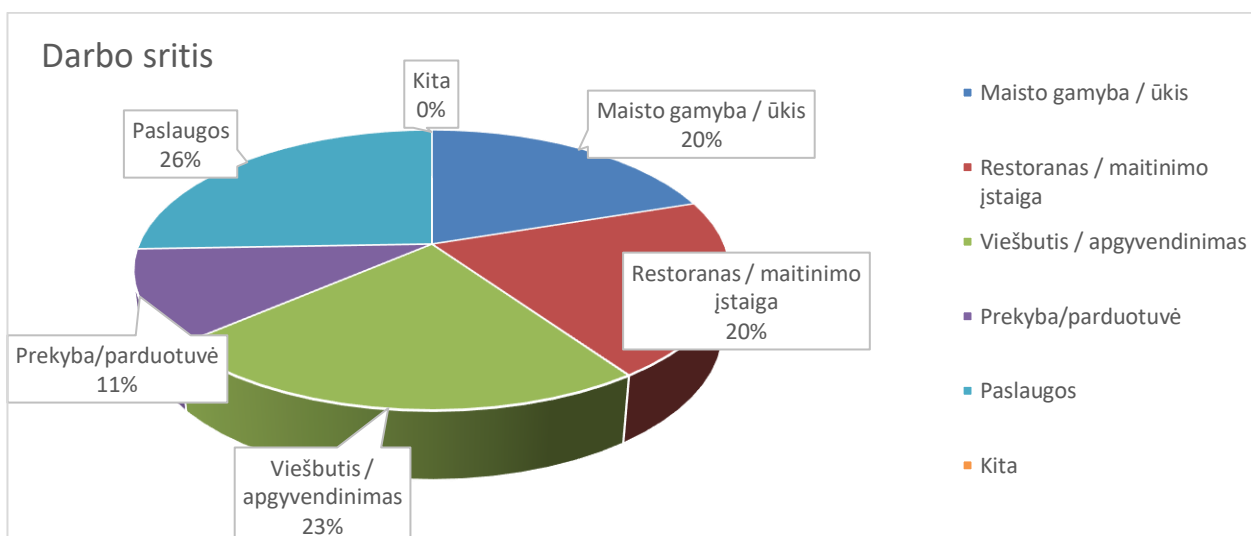
Gyventojai:

13. Ar šiuo metu dirbate?



Įdarbinti:

14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?



Dauguma respondentų, su kuriais susisiekėme, siūlo keletą skirtingų paslaugų, tokių kaip apgyvendinimas, restoranas ir regioninių produktų pardavimas.



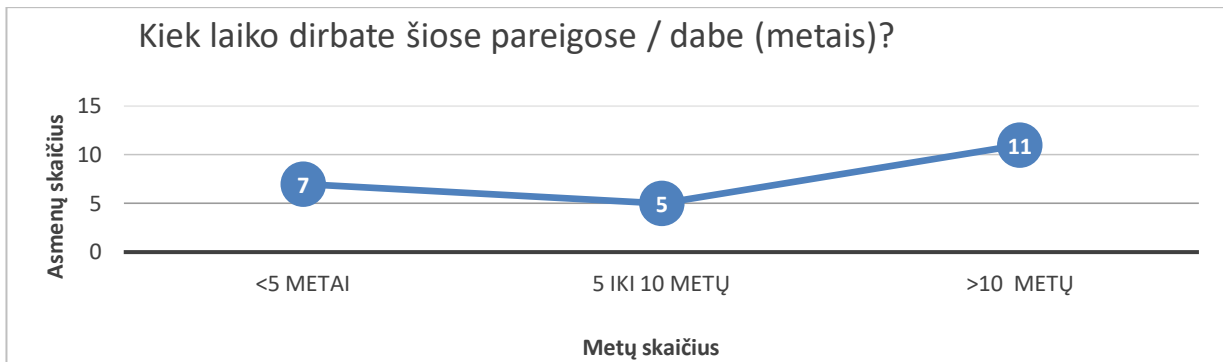
15. Koks jūsų dabartinis užsiėmimas?

- Ūkio savininkas
- Viešbučio savininkas
- Agroturizmo savininkas
- Jogos instruktorius
- Virėjas
- Žmogiškųjų išteklių vadovas
- Dainininkas.

16. Kokia jūsų padėtis įmonėje?

- ✓ Savininkas - 44
- ✓ Vadovas - 6

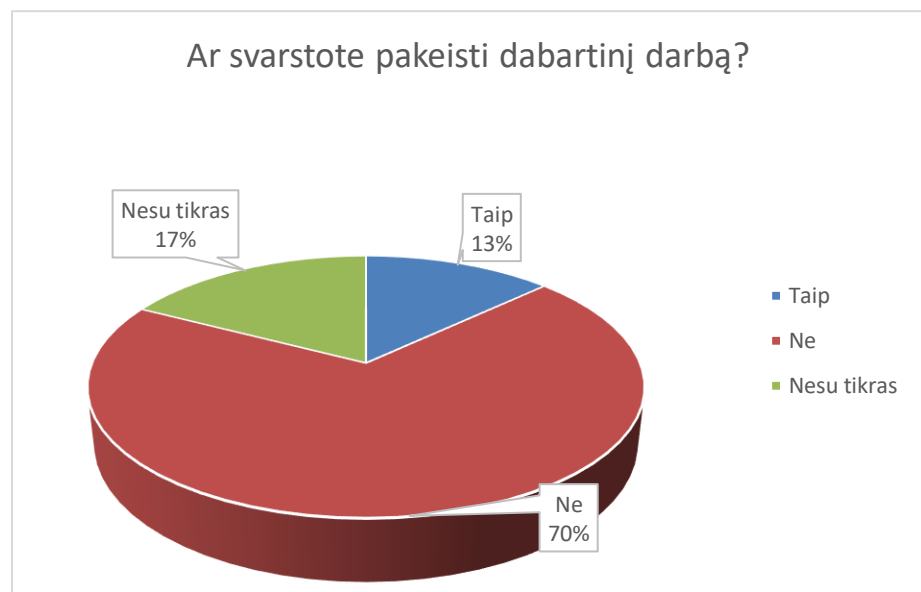
17. Kiek laiko dirbate šias pareigas/darbą (prašome įrašyti skaičių metais)?



Dauguma respondentų savo verslą valdo daugiau nei 10 metų.

18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?

Dauguma respondentų nesvarsto keisti darbo.





Darbo keitimas:

19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kuris yra labiausiai pageidaujamas darbas, kurio norėtumėte dirbti kitą kartą?

Iš anksčiau nustatytų sektorių:

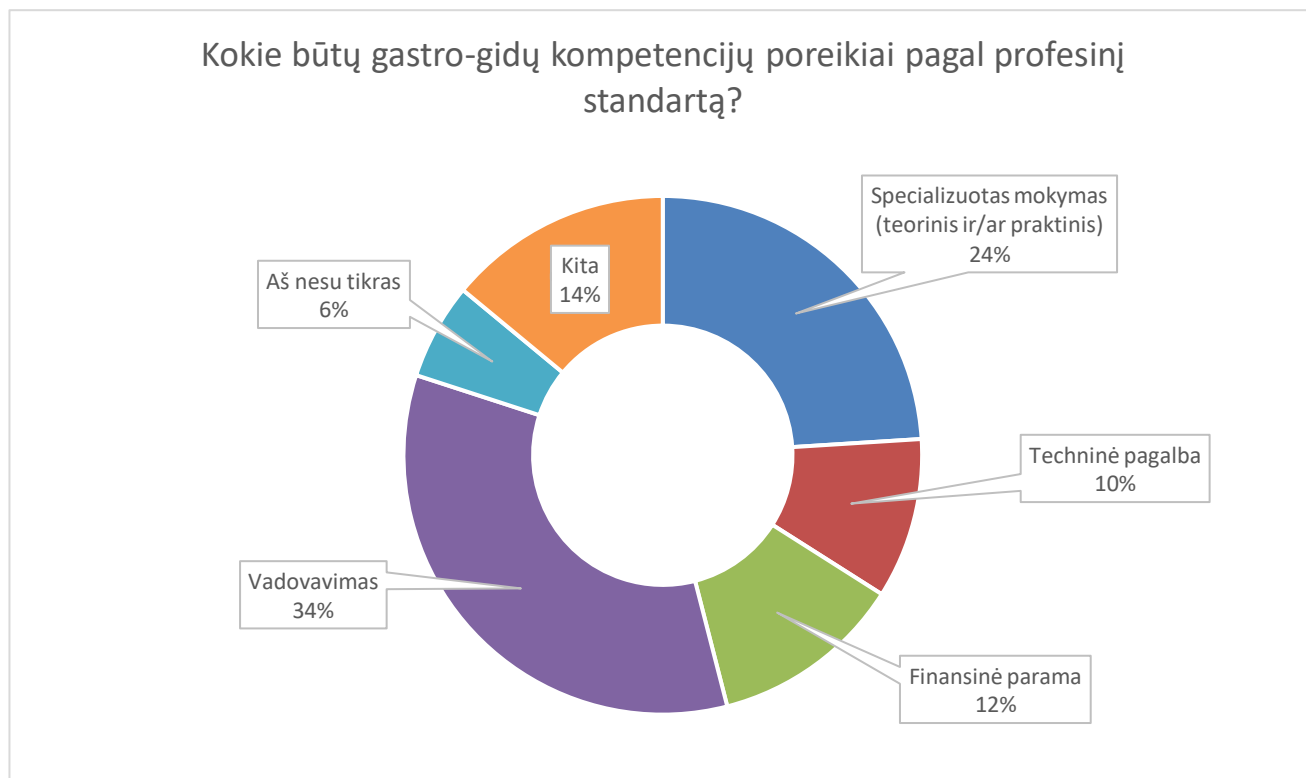
- Nuosavas verslas / savarankiškai dirbantis asmuo
- Darbą turizmo sektoriuje
- Darbą žemės ūkio ir maisto produktų sektoriuje
- Darbą prekybos sektoriuje
- Darbą paslaugų sektoriuje
- Aš dar nesu tikras.

Šie 3 išsiskiria tuo, kad gavo daugumą atsakymų:

- ✓ Žemės ūkio ir maisto produktų sektorius
- ✓ Paslaugų sektorius
- ✓ Turizmo sektorius

Gastro-gido standartas

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių kelionių gidų poreikiai, norint užbaigti savo profesinį profilį?



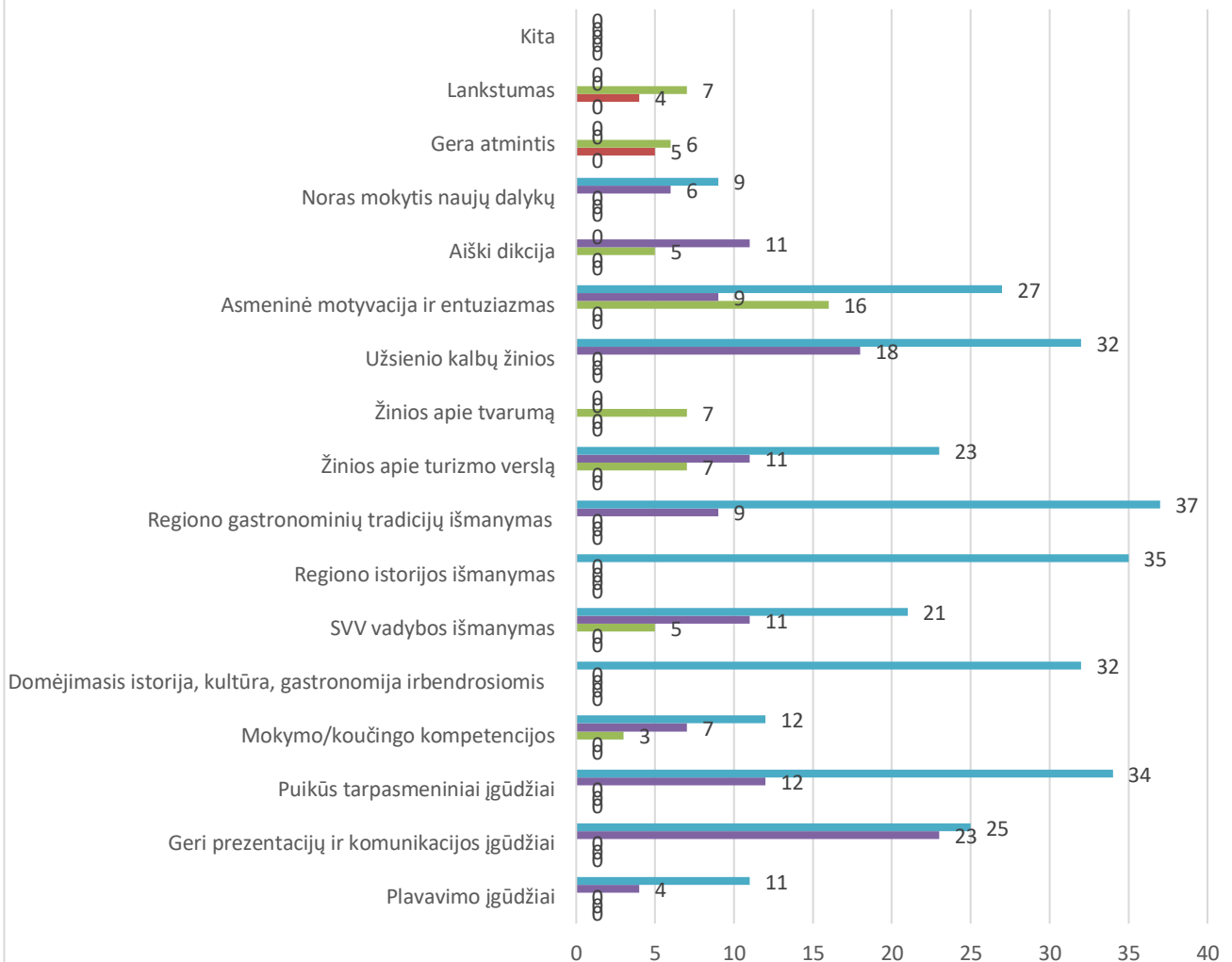


21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį? (Prašome pažymėti savo pasirinkimą lentelėje, kur 1- nėra svarbus, o 5- yra labai svarbus)

Iš anksto nustatytos gastro-gidų kompetencijos	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai				4	11
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai				23	25
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai				12	34
Mokymo/koučingo kompetencijos			3	7	12
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai					32
SVV valdymo išmanymas			5	11	21
Krašto istorijos išmanymas.					35
Regiono gastracinės tradicijos išmanymas				9	37
Žinios apie turizmą			7	11	23
Žinios apie tvarumą			7		
Kalbų mokėjimas				18	32
Savęs motyvacija ir entuziazmas			16	9	27
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai			5	11	
Noras mokytis				6	9
Geras prisiminimas		5	6		
Lankstumas		4	7		



Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios gastro-gidų kompetencijos,
kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?



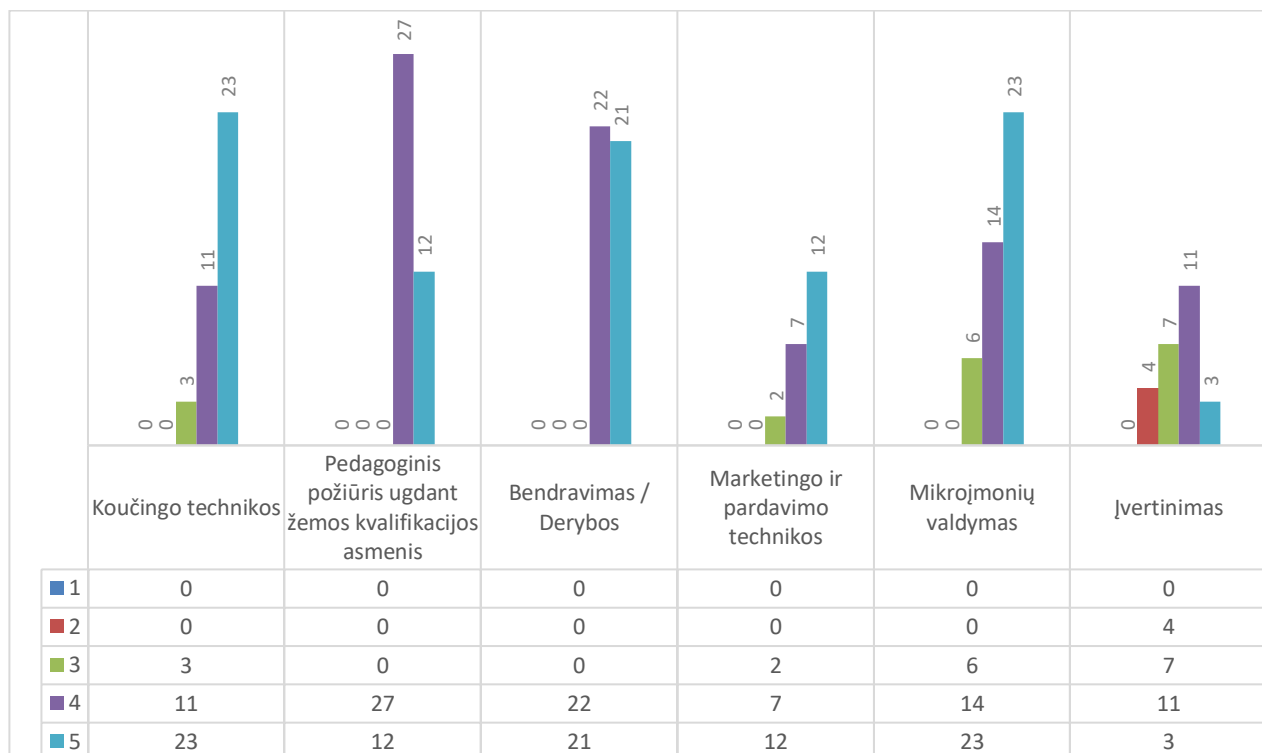
	Plavavi mo įgūdžiai	Geri prezen tacijų ir komun ikacijos įgūdžiai	Puikūs tarpas menini ai įgūdžiai	Moky mo/kou čingo kompe tencijos	Domėj imasis istorija , kultūra , gastro nomija ir bendr osiomis	SVV vadybo s išmany mas	Region o istorijo s išmany mas	Region o gastro nomini ų tradici jų išmany mas	Žinios apie turizm o verslą	Žinios apie tvarum ą	Užsieni o kalbų žinios	Asmen inė motyv acija ir entuzia zmas	Aiški diktacija	Noras mokytis naujų dalykų	Gera atmintis	Lankst umas	Kita
5	11	25	34	12	32	21	35	37	23	0	32	27	0	9	0	0	0
4	4	23	12	7	0	11	0	9	11	0	18	9	11	6	0	0	0
3	0	0	0	3	0	5	0	0	7	7	0	16	5	0	6	7	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	4	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



Gastro-gido mokymo programa

22. *Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro vadovus? (1-nėra svarbus / naudingas ir 5-yra labai svarbus / naudingas)*

Gastro-gido mokymo moduliai	1	2	3	4	5
Koučingo technikos			3	11	23
Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis				27	12
Bendravimas / Derybos				22	21
Marketingo ir pardavimo technikos			2	7	12
Mikroįmonių valdymas			6	14	23
Įvertinimas		4	7	11	3

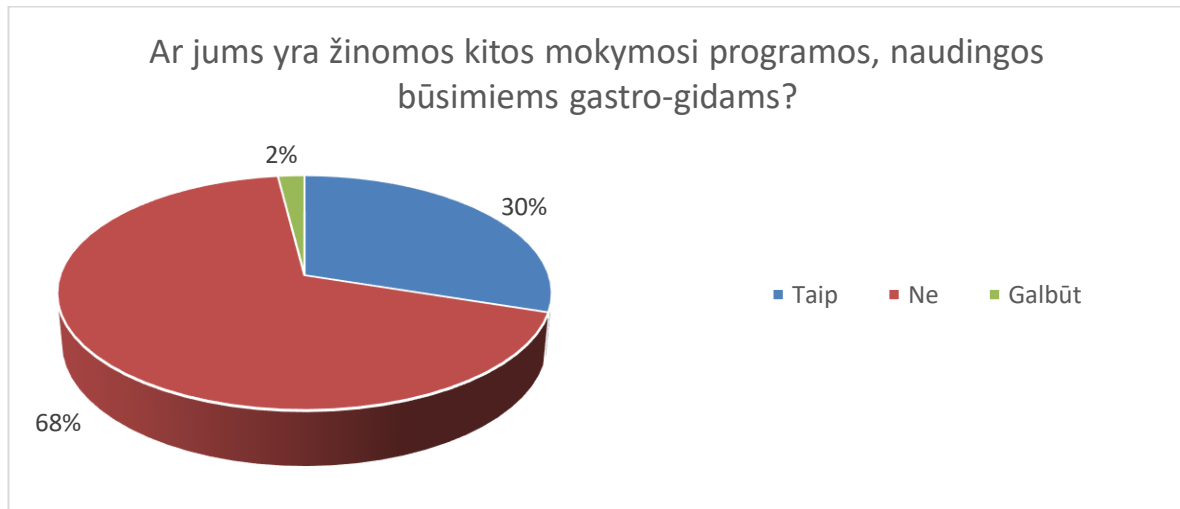


23. *Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-gidams? (Prašome išvardinti savo pasiūlymus)*

- Ekologija virtuvėje
- Ekologiški regioniniai produktai
- Teisiniai agroturizmo klausimai



24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms ar išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis gastro-gidams?



25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-gidus, pvz. edukacinės programos, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.

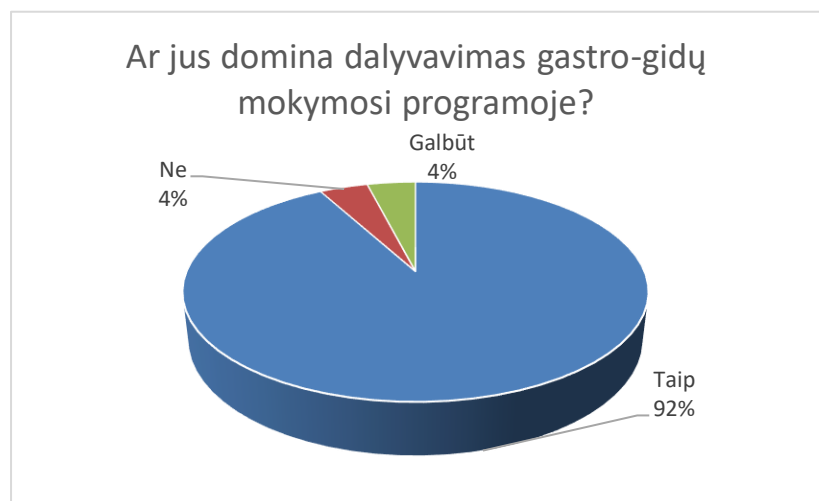
Agroturizmas – verslumas kaimo vietovėse – Kursas skirtas tiems, kurie planuoja atidaryti savo agroturizmo ūkį arba yra tokio ūkio savininkai ar valdytojai. Prieinamu būdu aprašomi agroturizmo ūkio kūrimo etapai – nuo idėjos iki konkrečių veiksmų. Kurso metu studentas įgis reikalingų žinių, reikalingų agroturizmo verslui vykdyti. Nuoroda: <https://www.kadra-kurs.pl/kursy-dla-przedsiębiorczych/agroturystyka-przedsiębiorczosc-na-wsi/>

Agroturizmo specialistų kursai – <https://szkolenia-kargroup.eu/kurs-agroturystyki-online/>

AGRITURIZMO VERSLO VYKDYMAS – Kurse suprantamai aprašomi agroturizmo ūkio kūrimo etapai – nuo idėjų ir koncepcijų vedama iki konkrečios veiklos vykdymo. Nuoroda: <https://college-med.pl/kurs-prowadzenie-dzialalnosci-agroturystycznej>

Potencialūs Gastro-gidai

26. Ar norėtumėte dalyvauti Gastro-gido mokymuose?

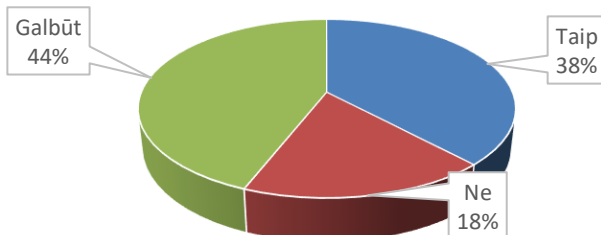




Ankstesnis išsilavinimas/mokymas ir pageidavimai, susiję su Gastro-Gido mokymais

- Kaip valdyti agroturizmą
- Vietinių/ekologiškų produktų gamyba
- Rinkodara agroturizmo srityje

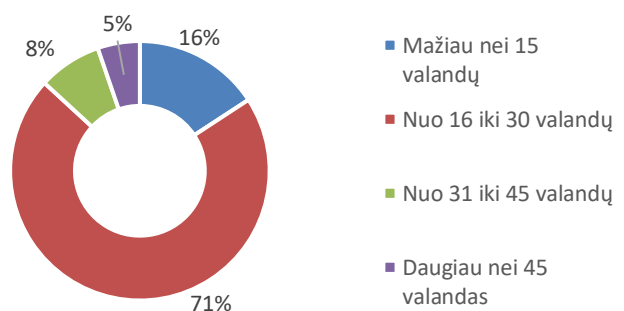
Ar turite kokį nors formalų/ neformalų išsilavinimą?



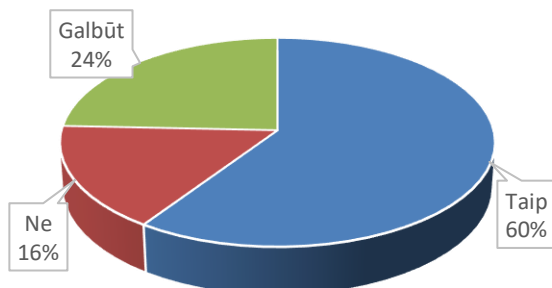
27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/neformaliuose mokymuose, kurių metu įgyjate kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido standartui, pvz. bendravimo įgūdžiai, organizaciniai įgūdžiai, mokymo įgūdžiai ir kt.?

28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkamas laikas tokiems mokymams? (Prašome nurodyti priimtina mokymo valandų skaičių, atsižvelgiant į jūsų nuomonę)

Kiek galėtų trukti tokie mokymai?



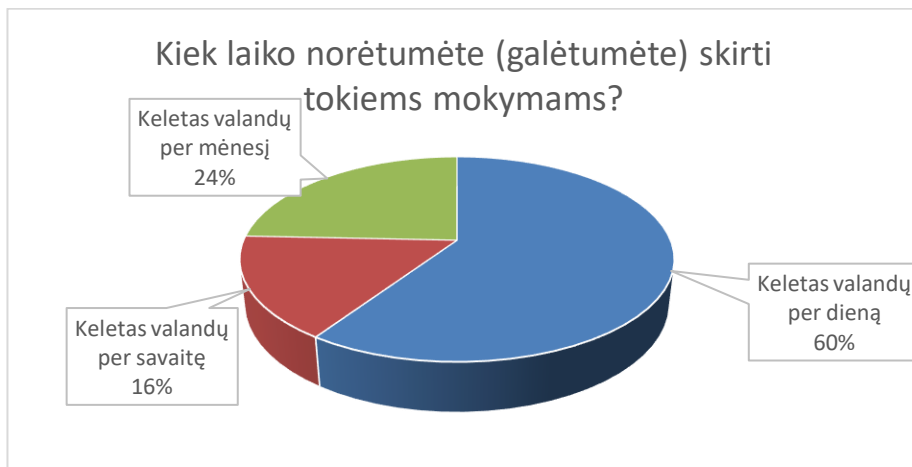
Ar jie galėtų trukti 30 val.?



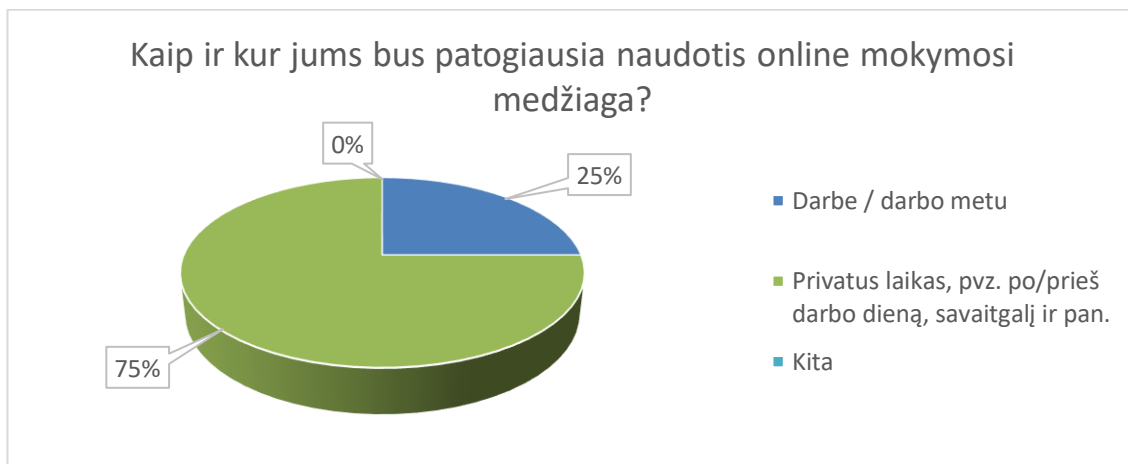
29. Ar jūsų turimo laiko pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-Gido mokymo kursuose?



30. Kiek laiko nori (ir gali) skirti tokiems mokymams?



31. Kurioje aplinkoje galėsite naudotis Gastro-gido mokymo medžiaga (internetu)?



32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Prašome įvertinti siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1-nepageidaujama, o 5-yra labiausiai pageidaujama)

	Kontaktinio darbo būdų	Interaktyvi svetainė / platforma (online mokymasis)	Spausdintos mokymosi medžiagos - knyga, prezentacijos, kt.	Dalyko knyga, instrukcijos, straipsniai, skaitymo sąrašas, kt.	Video ir (ar) audio įrašai
1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0
3	3	0	3	3	3
4	8	21	19	6	7
5	2	11	17	3	17

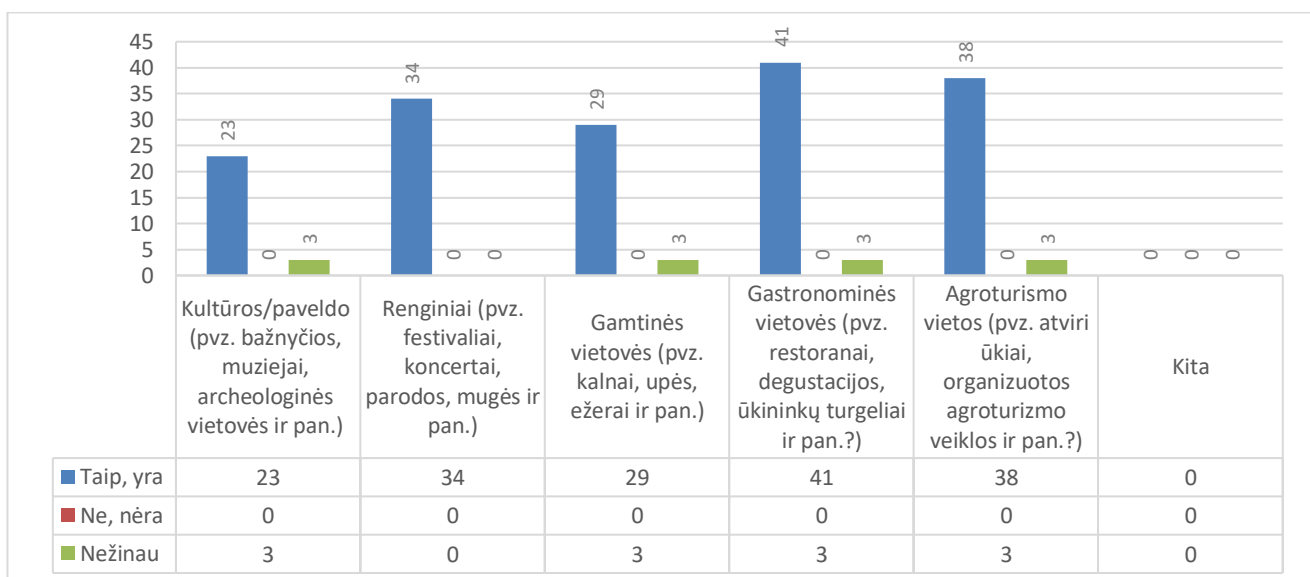


	1	2	3	4	5
Mokymai akis į akį			3	8	2
Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai internetu)				21	11
Rašytinė mokymo medžiaga, pvz.: vadovas, vadovai, pristatymai ir kt.			3	19	17
Modulio knygos, instrukcijos, gairės, straipsniai, skaitinių sąrašas ir kt.			3	6	3
Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga			3	7	17

Vietos žinios ir potencialas

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime?
Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje.

	Taip, yra	Ne, nėra	Nežinau
Kultūros / paveldo objektai (pvz., bažnyčios, muziejai, archeologinės vietos ir kt.)	23		3
Renginiai (pvz., festivaliai, koncertai, parodos, mugės ir kt.)	34		0
Gamtos vietos (pvz., kalnai, upės, ežerai ir kt.)	29		3
Gastronominės vietos (pvz., restoranai, degustacijos, ūkininkų turgeliai ir kt.)	41		3
Agroturizmo objektai (pvz., atviri ūkiai, organizuota agroturizmo veikla ir kt.)	38		3
Kita			

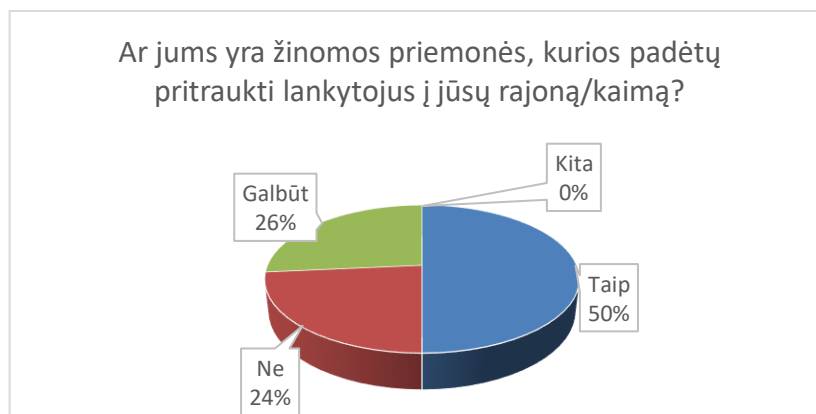




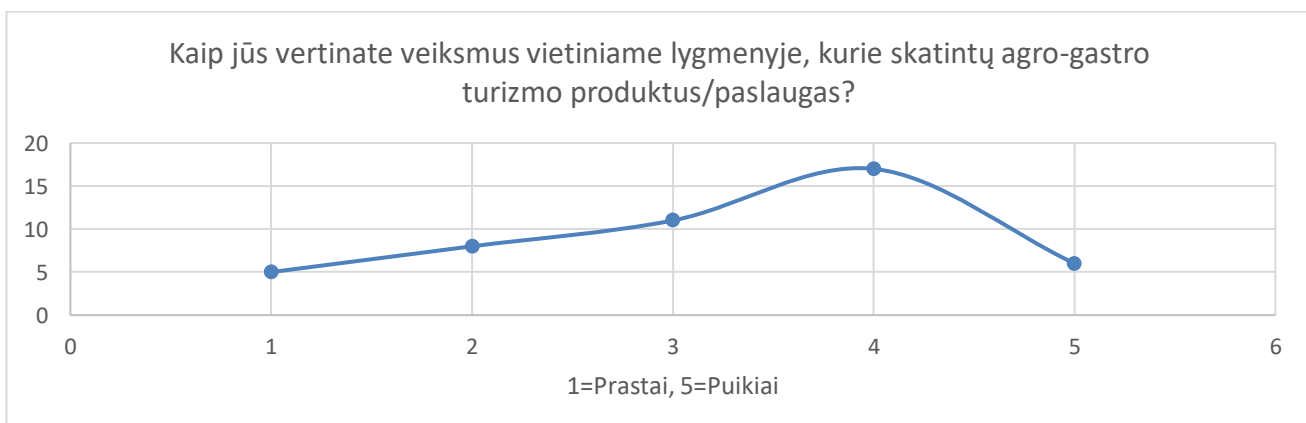
34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

- Regionų mugės lankytinos vietos Čoržove
- Daugiadienis žygis baidarėmis Regos upe
- Užgesusių ugnikalnių žemė prie Zlotoryjos
- Toskanos Kociwska Eco Agro Turizmas su gyvūnais
- Fort Wapiti indėnų kaimas
- Glamping palapinės su sūkurine vonia ir sauna – Bieszczadzka Osada Saunowisko
- Dangaus glamping
- Jurta – Užburtas miškas
- Ropienka Chata stotelė
- Ferenstain žirgynas Galkove
- Stačiatikių bažnyčia Šv. Arkangelas Mykolas Smolnike
- Zagórz ir monumentalūs nudegusių karmelitų bažnyčios ir vienuolyno griuvėsiai
- Solinos ežeras
- Europos bizonų laukinės gamtos prieglobstis
- Paukščių rojaus gamtos rezervatas Górki Wschodnie
- Žvaigždžių alėja Międzyzdroje
- Westerplatte Gdanske
- Judančios kopos Słowiński nacionaliniame parke
- Hortulus teminiai sodai Dobrzycoje
- V3 raketų paleidimo įrenginys – Volino sala
- Sealariumas – Hel.

35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurias vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?

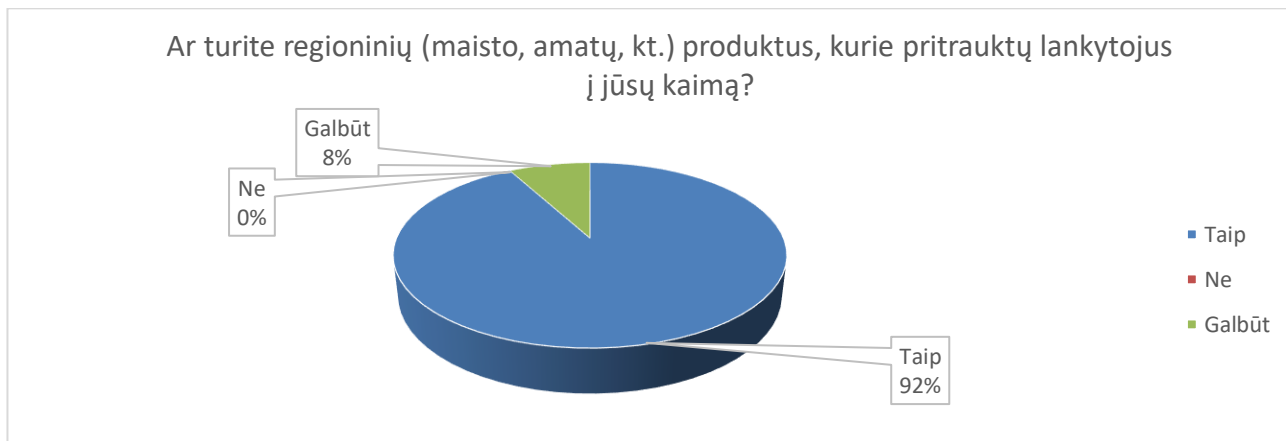


36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? (Prašome nurodyti savo atsakymą naudodami skalę, kurioje 1- yra prastas, o 5- yra puikus)





37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų, kt.) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?



Dauguma respondentų žino regioninius produktus.

38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

Regioninis maistas:

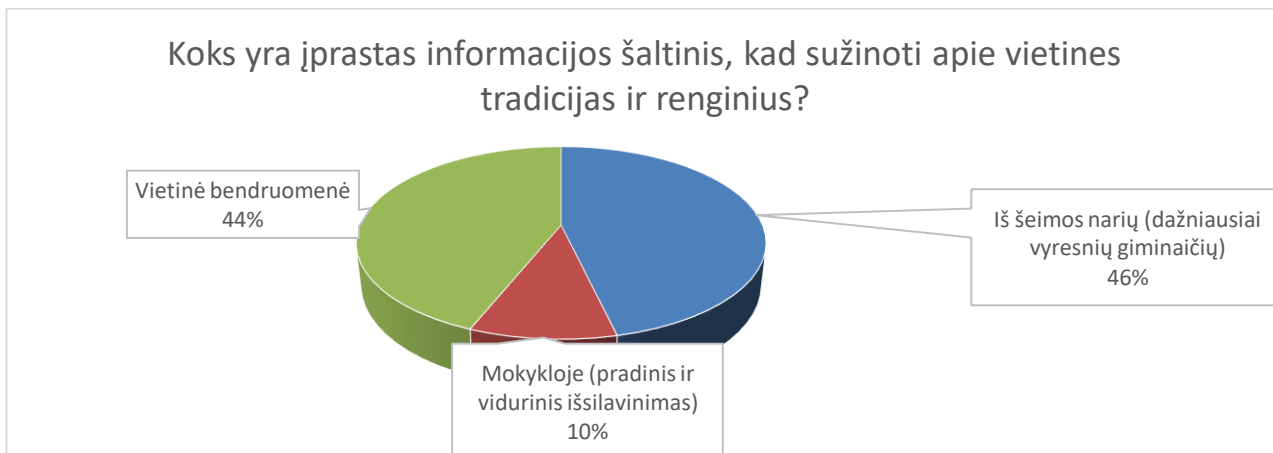
- Sūris Oscypek
- Pierekaczownik – tai savotiškas didelis koldūnas iš daugybės tešlos sluoksnių, įdarytų mėsa ar vaisiais. Į lenkų virtuvę jis atėjo dėka totorių mažumos Viržių midaus iš Bory Dolnośląskie – medaus, kurį bitės gamina iš viržių žiedadulkių (iki 80%).
- Midus: Póltorak, Dwójniak, Trójniak, Czwórniak - iš fermentuoto medaus gaminamas gėrimas, žinomas nuo ikislaviškų laikų Lenkijoje ir Lietuvoje. Konkrečių veislių pavadinimai siejami su medaus praskiedimo vandeniu laipsniu.
- Rogal świętomarciński – tradiciškai kepamas Poznanėje lapkričio 11 d., gaminamas iš pusfrancinės tešlos su baltųjų aguonų, vanilės, maltų datulių arba figų, cukraus, grietinėlės, razinų, sviesto ir apelsino žievelių įdaru.
- Wielkopolska keptas sūris
- Andruty Kaliskie – Kališe kepti labai ploni vafLIAI.
- Malonumo aukso aliejus – gaunamas iš malonumo aukso augalo, vadinamo aukso malonumo, Lenkijoje auginto jau priešistoriniais laikais. Toks aliejus pasižymi labai aukštomis sveikatos savybėmis.

Regioniniai amatai:

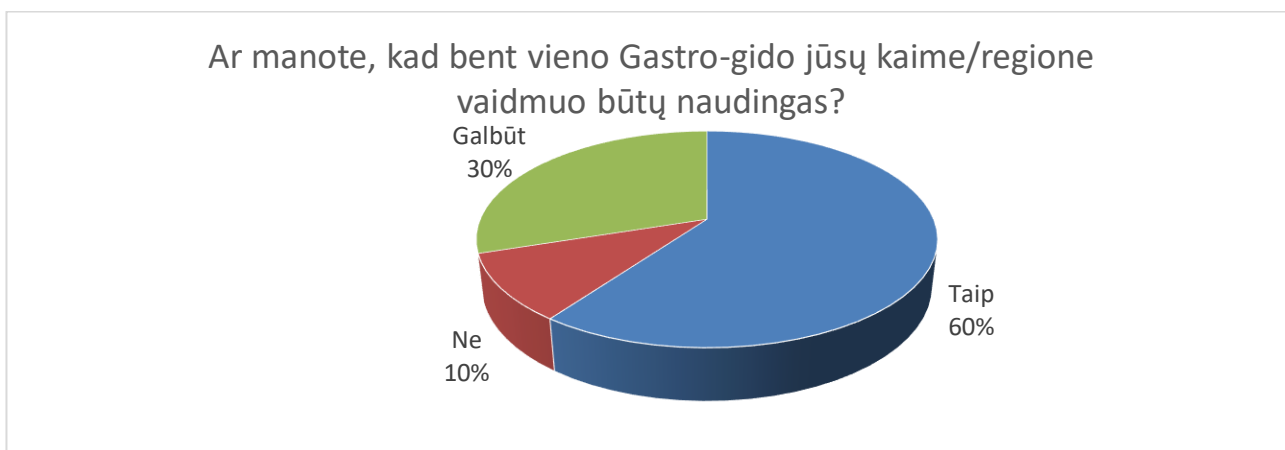
- Pinti gaminiai
- Krywulka yra savotiškas tradicinis Lemko ornamentas. Jis pagamintas iš mažų stiklo karoliukų, kurių skersmuo iki 2 mm, sriegiais suformuoja ažūrinę, įmantrią visumą.
- keramika
- Kooperazas yra viena iš nykstančių profesijų. Tai medinių indų ir kitų naudingų daiktų gamybos rankomis technika.
- Bitininkystė



39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir renginius?



40. Ar manote, kad Gastro-Gido vaidmuo bus naudingas, jei jūsų kaime/regione būtų bent vienas?



41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastr-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

- Dalinkitės žiniomis apie vietines tradicijas ir maistą
- Regioninio agroturizmo skatinimo veikla
- Rinkodara
- Vietinį agroturizmą skatinančių renginių organizavimas

Trumpa apklausos analizė

Dauguma mūsų respondentų yra suinteresuoti dalyvauti Gastro-gido mokymuose. Dalis jų jau dalyvavo mokymuose, susijusiuose su agroturizmo verslu.

Dauguma respondentų mano, kad mokymai turėtų trukti 16-30 valandų. 22 respondentai norėtų dalyvauti Gastro-gido mokymuose ir per dieną turėtų skirti keletą valandų šiems mokymams. Dauguma respondentų pageidauja, kad mokymo kursai būtų e. mokymosi platformoje ir vadove.

Anketų santrauka

Šalies ataskaita

Italija

Partneriai:

ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI
AZIENDALI (IFOA)

Unione regionale delle Camere di commercio
dell'Emilia-Romagna



Šalies ataskaita - Italija

IVADAS

Italijoje buvo surinkti 78 užpildyti klausimynai ir išanalizuoti šioje šalies ataskaitoje.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

Bendra informacija

Iš visų anketos respondentų tik vienas išlaikė anonimiškumą. Visi kiti visiškai pasidalijo savo tapatybe, nurodę savo vardą ir pavardę. 60% respondentų buvo vyrai, 40% moterys.

3. Kokia jūsų pozicija?

75% respondentų nurodė savo profesinį statusą. Suskaičiavus 100 iš atsakiusių, paaiškėjo, kad 77% dirba apmokamą darbą, o likę 23% yra studentai arba praktikantai (visi studijų kursuose, susijusiuose su objekto dalyku).

Apmokamas darbas - 18

Studentai arba praktikantai – 60

4. Kokia jūsų šalis?

Visi respondentai yra italai, išskyrus vieną Moldovos pilietį, kuris yra mūsų šalyje.

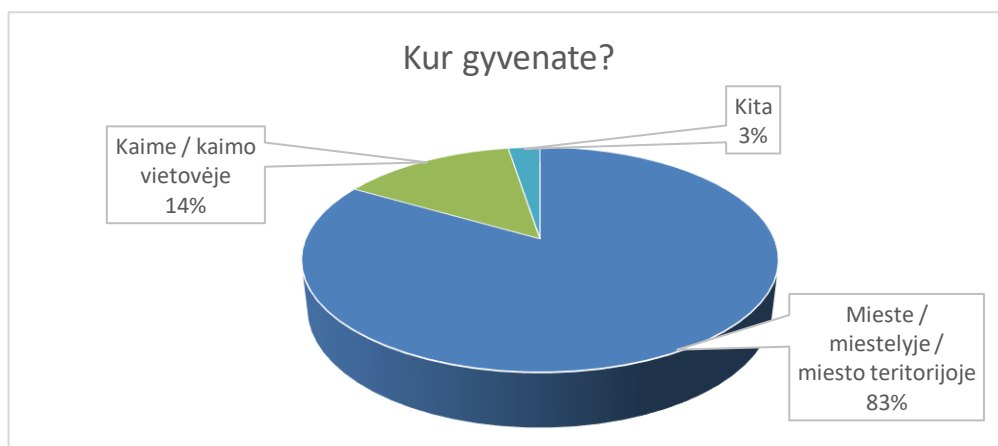
Italija – 77

Kita – 1

Ižanga

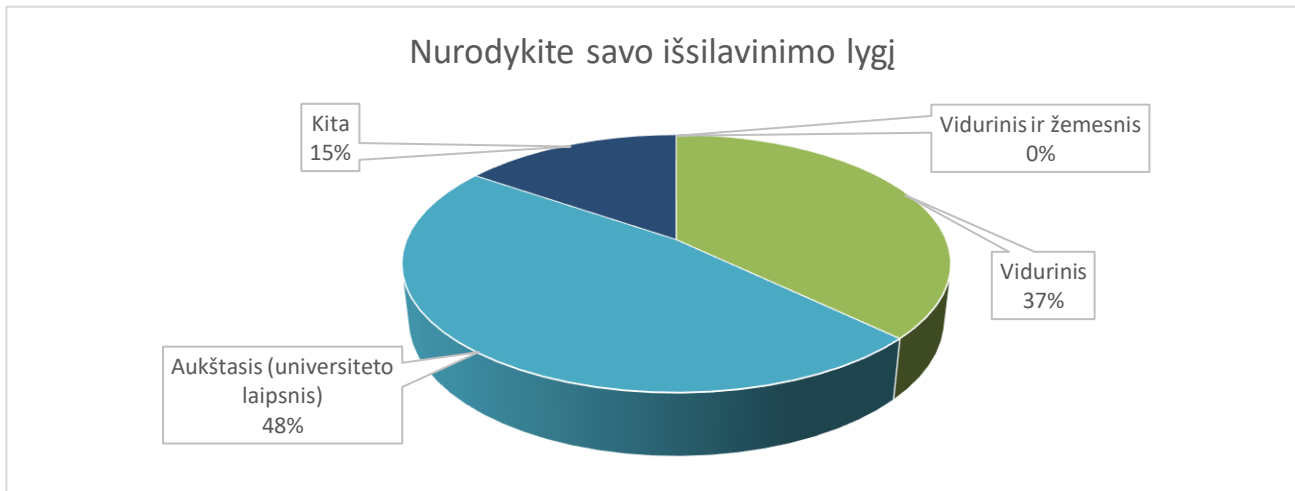
5. Kur gyvenate?

Beveik 83% respondentų gyvena mieste ar priemiestyje, o 15% gyvena kaime ar kaimo vietovėje. Tik vienas respondentas gyvena atviraime kaime.



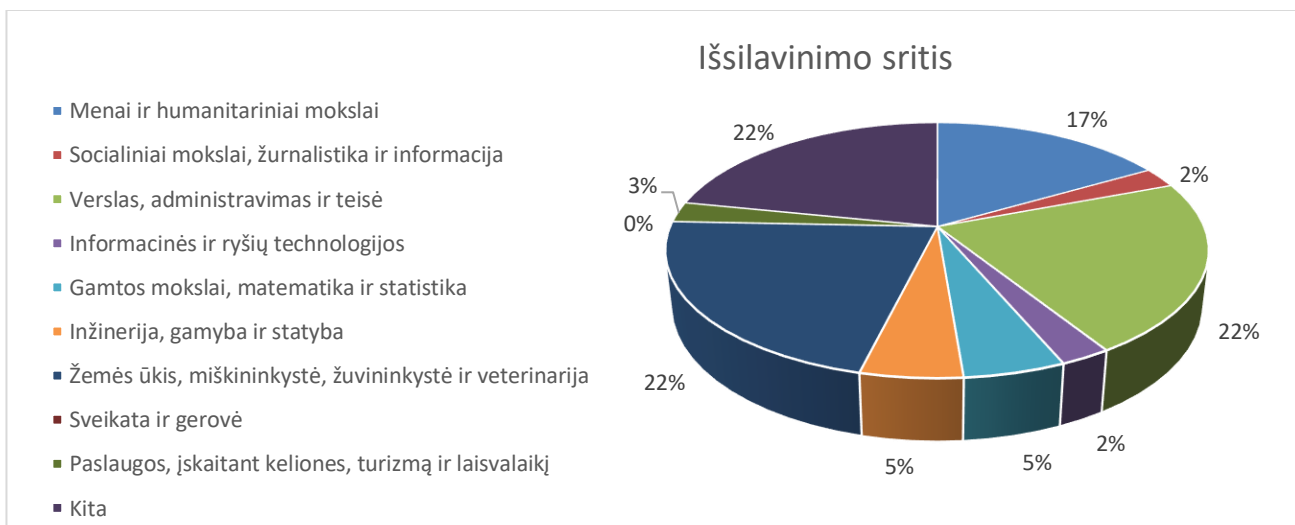


6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:



Kalbant apie respondentų išsilavinimo lygį, nė vienas iš jų neturi pradinio ar žemesnio lygio. Dauguma respondentų (47,5 %) turi aukštąjį (universitetinį) išsilavinimą, 37,5 % – aukštąjį išsilavinimą. 15% respondentų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą. Visų pirma, du yra baigę ITS, technologijų ir maisto šaką, o du turi daktaro laipsnį (iš tikrųjų apklausoje dalyvavo ir G. G. gretutinių skaičių mokymo kurso mokytojai).

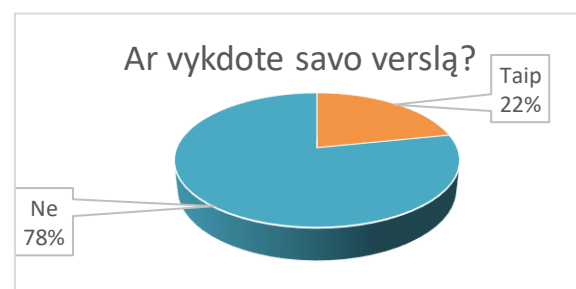
7. Nurodykite savo išsilavinimo ir/ar mokymosi sritį:



Dažniausios specializacijos sritys tarp respondentų yra ekonomikos ir teisės studijos, aplinkos ir miškininkystės studijos bei gastronomija, maistas, žemės ūkio maisto produktų rinkodara ir vadyba (pastarosios dvi, griežtai kalbant, patektų į ekonominę-teisinę sritį).

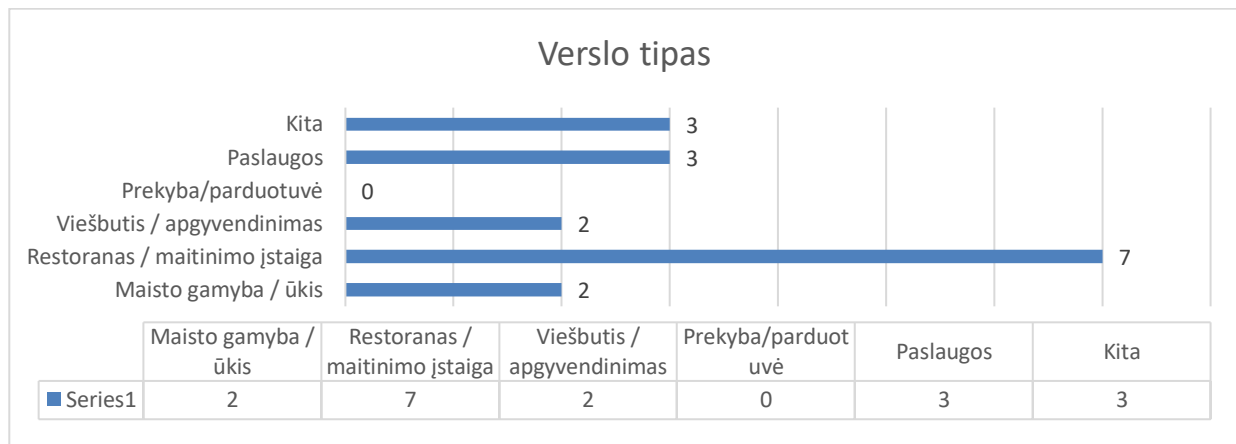
8. Ar vykdyte savo verslą?

Klausimas Nr. 8 buvo siekiama nustatyti asmenis, kurie vykdo verslą. 22% apklaustųjų vykdo verslą. Tie, kurie vykdo verslą, buvo paklausti apie atitinkamą sektorių (klausimas Nr. 9). Rezultatas toks, kad dauguma jų veikia maitinimo ar su juo susijusių konsultacijų sektoriuose.



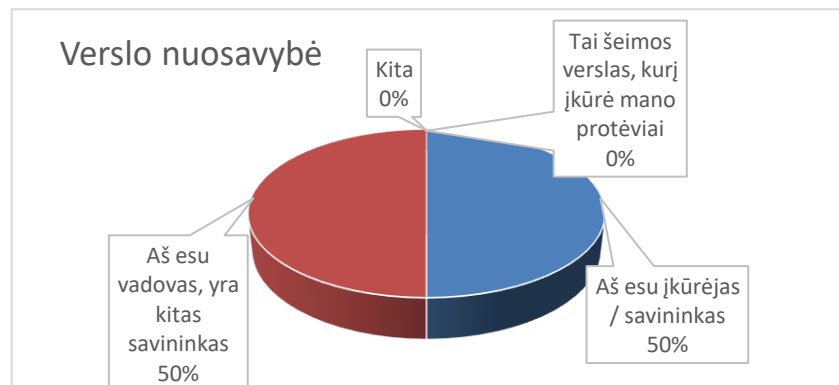


9. Kokio tipo verslą vykdytė?

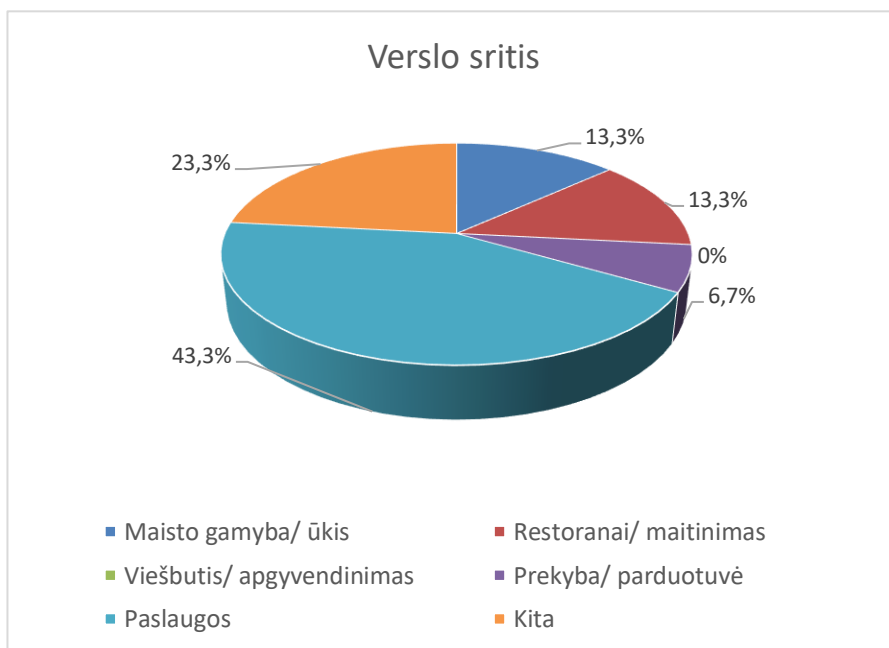


10. Ar sukūrėte verslą, ar paveldėjote?

50% užsiimančių verslu šį verslą pradėjo vieni arba su kitais, o 20% – šeimos verslas. Likę 30 % valdo verslą, kurio savininkas yra kitas.



14. Kokia yra įmonės/organizacijos, kurioje dirbate, veiklos sritis?



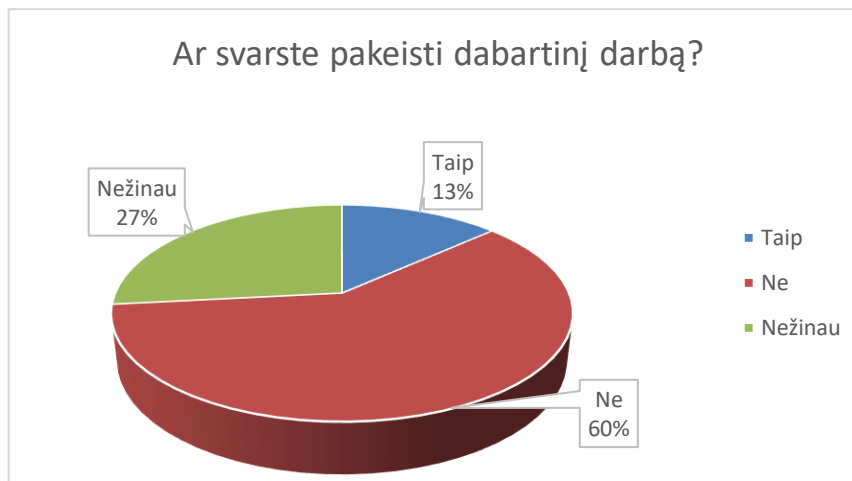
Tas pats klausimas, kuris buvo užduotas tiems, kurie valdo verslą, buvo užduotas visiems dirbantiems. Daugiausiai atsakymų gauta paslaugų sektoriuje (tačiau į jį taip pat įtraukta tarpininkavimo ir konsultavimo veikla maisto pramonėje). Po to seka maisto gamyba (kartu su pirminio sektoriaus verslu) ir restoranai.



16. Kokios jūsų pareigos įmonėje?

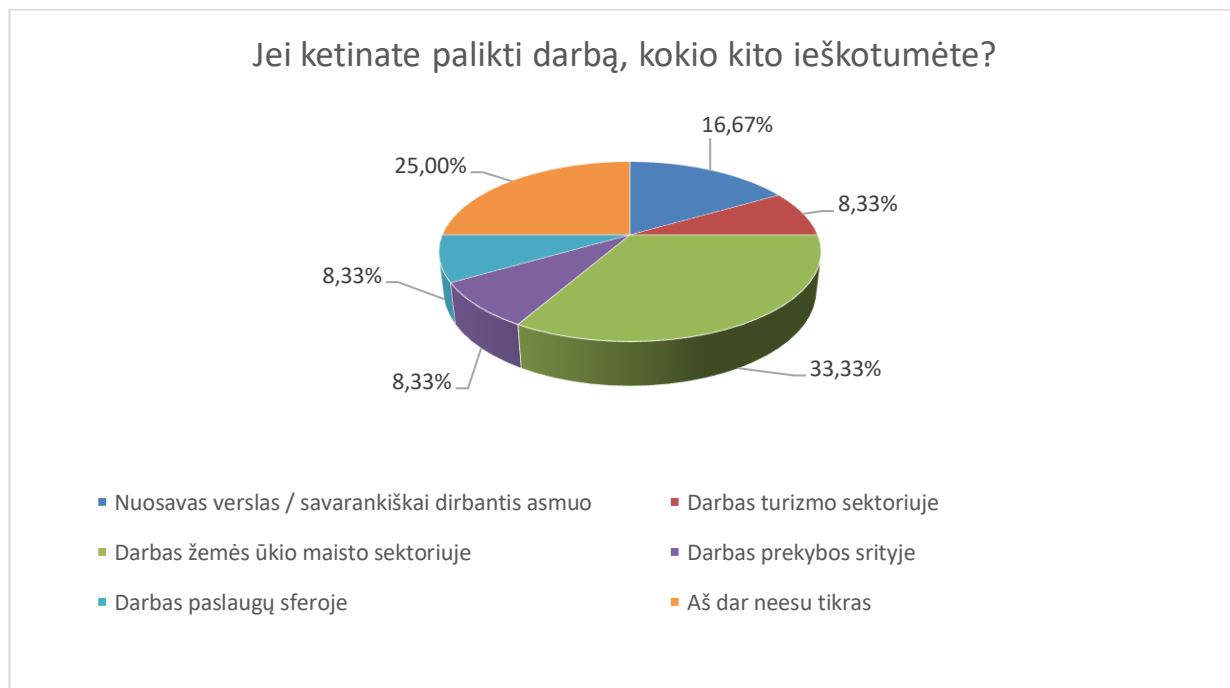
Anketos respondentai dirba labai įvairiose profesijose, tačiau dažniausiai tai yra su maisto pasauliu susijusios profesijos (nuo patiekalų meistro iki vyno vadybininko, virėjo, gamybos įmonių rinkodaros vadovo, agento) ir turizmo pasauliui. Taip pat yra mokytojų kvota specializuotuose maisto ir turizmo pasaulio kursuose, taip pat aplinkosaugos gidų atstovybė.

18. Ar svarstote pakeisti dabartinį darbą?



19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kuris yra labiausiai pageidaujamas darbas, kurio norėtumėte dirbti kitą kartą?

Tik 13% respondentų galvoja apie darbo keitimą, o trečdalis jų, jei tai padarytų, eitų į žemės ūkio maisto sektorių.





Gastro-gido standartas

Siekiant kuo naudingiau išnaudoti skaitytojo dėmesį, anketa rengiama numatant klausimų, susijusių su būsimų Gastro-Gidų charakteristikomis, analizę ir su juo susijusią mokymo kursą, atsižvelgiant į anketos respondentų profiliavimo klausimus.

Apklausoje neabejotinai daugiausia dėmesio skiriama 20, 21, 22 ir 23 klausimams, t. y. tiems, kurie susiję su žiniomis, naudingomis būsimam Gastro-Gidui, ir įgūdžiais, kuriuos jis turėtų turėti. Todėl pirmiausia atliekama šių klausimų analizė.

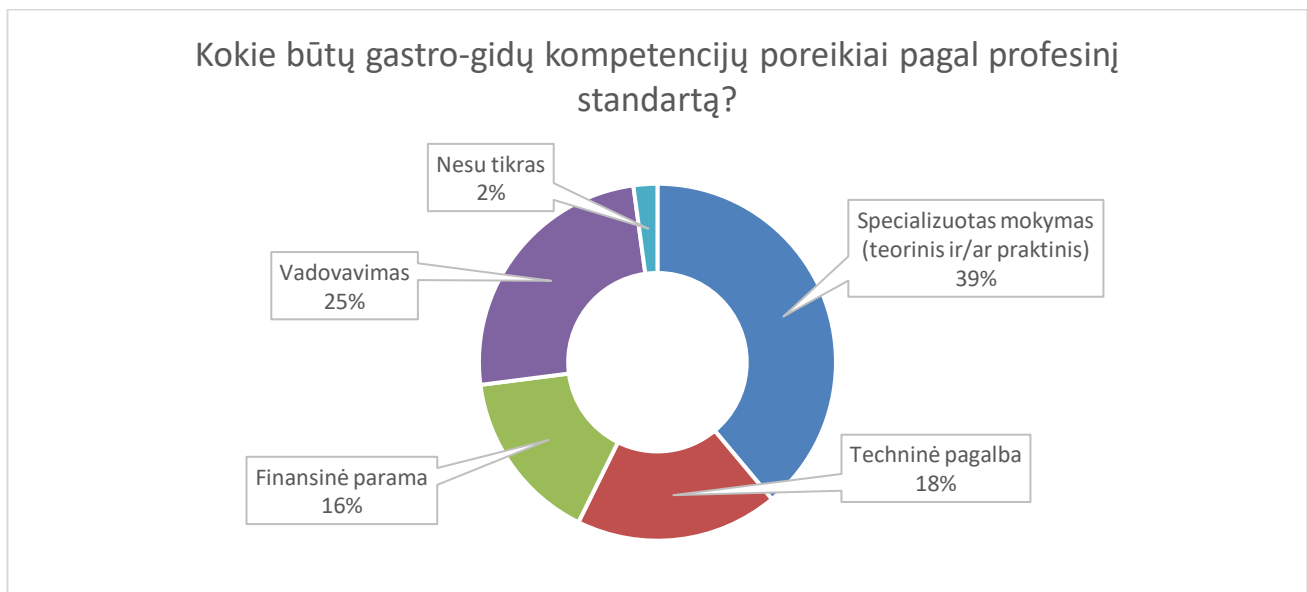
Klausimo Nr. 20 buvo nustatyti, kokie buvo pagrindiniai potencialių gastro-gidų poreikiai. Kiekvienas respondentas galėjo nurodyti daugiausia 3.

Respondentų nuomone, pagrindinis būsimąjo Gastro-gido poreikis yra specializuoto išsilavinimo ir mokymo (teorinio ir praktinio) poreikis, kurį įvardijo beveik 93 %. Tada ateina konsultavimo (paminėjo beveik 59% respondentų) ir techninės pagalbos (paminėjo beveik 44%) poreikis.

Taip pat verta paminėti, kad visi respondentai užpildė šį klausimą, o tai rodo jų susidomėjimą tema.

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių kelionių gidų poreikiai, norint užbaigti savo profesinį profilį?

Dažniausiai pateikiami tokie atsakymai:



21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?

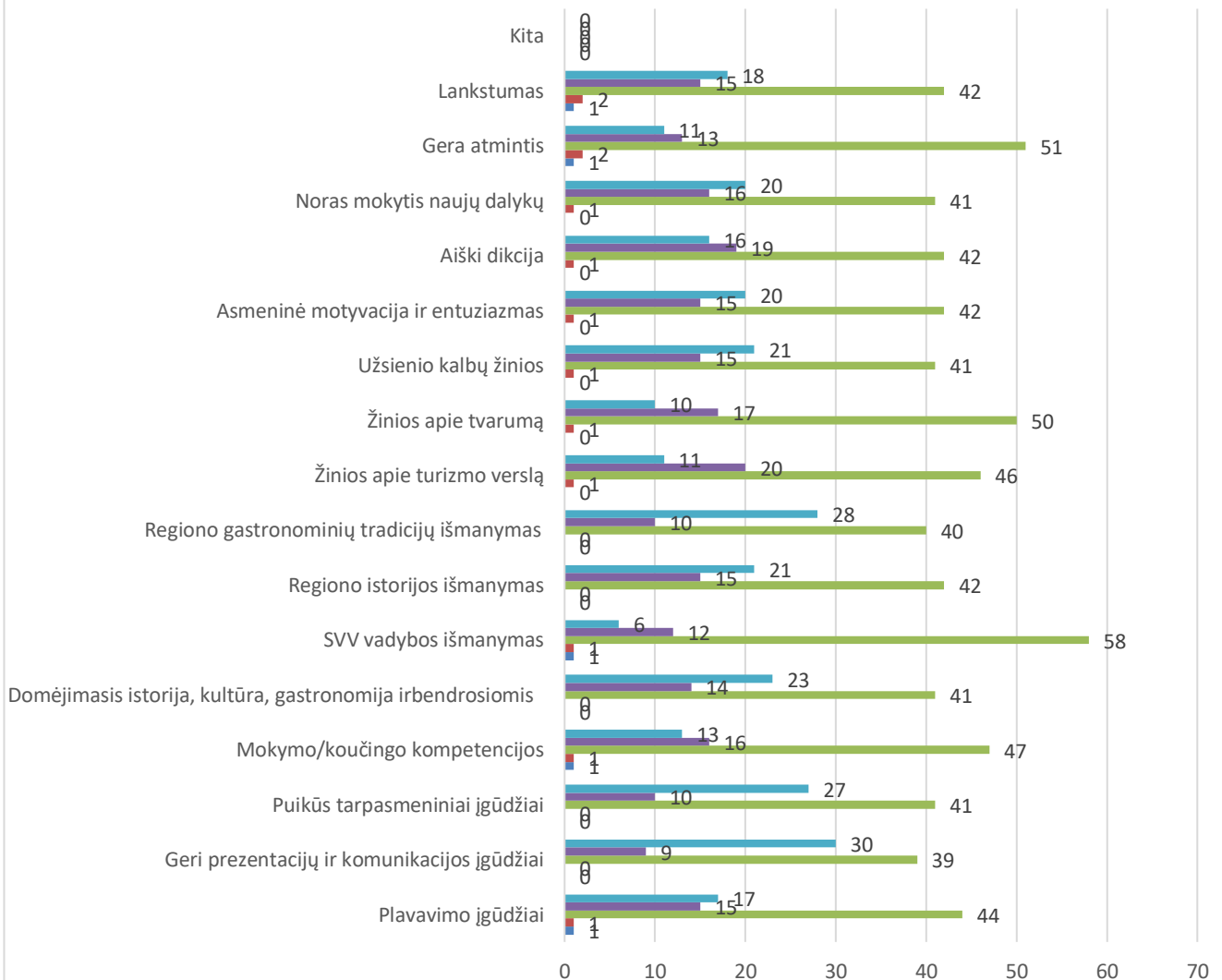
Klausimas Nr. 16 buvo siekiama nustatyti svarbiausias GG kompetencijas. Kiekvieno respondento buvo paprašyta priskirti įvertinimą nuo 1 iki 5 kiekvienai darbo grupės nustatytai kompetencijai. Daugiausiai aukštų balų surinkusios kompetencijos gali būti suskirstytos į įgūdžius, atitinkančius profilio asmenybę; kandidato požiūrį (geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai, noras mokytis, savimotyvacija ir entuziazmas bei domėjimasis istorija, kultūra ir gastronomija); ir gebėjimai, kuriuos galima apibrėžti kaip įgytus (regiono gastronomijos žinios, regiono istorijos žinios ir kalbų mokėjimas). Priešingai, mažesnė reikšmė teikiama MVĮ valdymo žinioms ir gerai atminčiai. Tvarumas respondentams taip pat nėra svarbiausias dalykas.



Atsakymų pasirinkimai	Atvejų skaičius			
	Svarba 4	Svarba 5	Svarba 5 arba 4	Svarba 1 arba 2
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai	15	17	32	2
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai	9	30	39	0
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	10	27	37	0
Mokymo/koučingo kompetencijos	16	13	29	2
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai	14	23	37	0
SVV valdymo išmanymas	12	6	18	2
Krašto istorijos išmanymas	15	21	36	0
Regiono gastronominės tradicijos išmanymas	10	28	38	0
Žinios apie turizmą	20	11	31	1
Žinios apie tvarumą	17	10	27	1
Kalbų mokėjimas	15	21	36	1
Savęs motyvacija ir entuziazmas	15	20	35	1
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai	19	16	35	1
Noras mokytis	16	20	36	1
Geras prisiminimas	13	11	24	3
Lankstumas	15	18	33	2



Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?



	Plavavimo įgūdžiai	Gerai prezentacijų ir komunikacijos įgūdžiai	Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	Mokymo/koučingo kompetencijos	Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir bendrosiomis	SVV vadybos išmanymas	Regiono istorijos išmanymas	Regiono gastronominių tradicijų išmanymas	Žinios apie turizmo verslą	Žinios apie tvarumą	Užsienio kalbų žinios	Asmeninė motyvacija ir entuziazmas	Aiški dikcija	Noras mokytis naujų dalykų	Gera atmintis	Lankstumas	Kita
5	17	30	27	13	23	6	21	28	11	10	21	20	16	20	11	18	0
4	15	9	10	16	14	12	15	10	20	17	15	15	19	16	13	15	0
3	44	39	41	47	41	58	42	40	46	50	41	42	42	41	51	42	0
2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	0
1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0



Atsižvelgiant į kompetencijas, kurios gavo aukščiausią įvertinimą (5 lygis), svarbiausių reitingas iš esmės sutampa su aukščiau pateiktu.

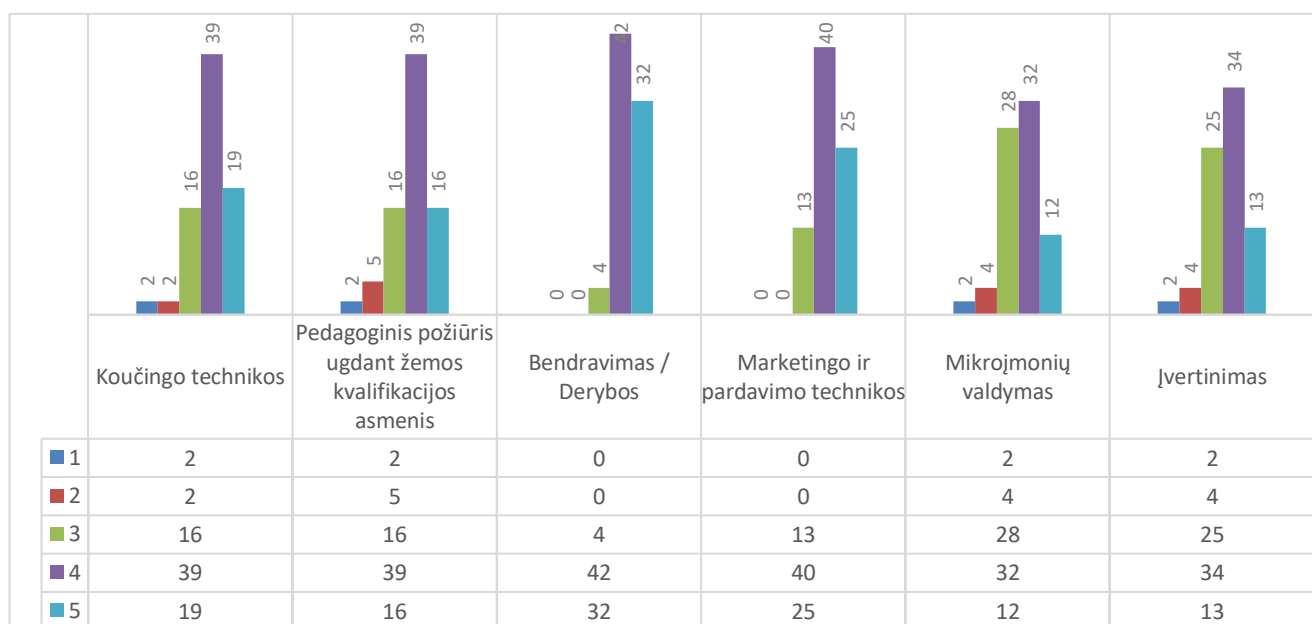
„Antrųjų geriausių“ kompetencijų, t. y. tų, kurios surinko antrą aukščiausią balą - 4, reitingas išryškina dar dvi kompetencijas, kurių nereikėtų pamiršti: žinios apie turizmą (ekonomiką) ir aiškus žodynas su gerais aprašomaisiais įgūdžiais.

Gastro-gidų mokymo programa

22. Pašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro-gidus?

Klausimas Nr. 17 buvo siekiama nustatyti svarbiausius GG mokymo modulius. Du daugiausiai aukštų įvertinimų surinkę moduliai yra komunikacijos ir derybų bei rinkodaros ir pardavimo metodų moduliai, po kurių seka koučingo metodai. Tačiau visi tarptautinės darbo grupės nustatyti mokymo moduliai buvo įvertinti puikiai pagal 4 balus, o tai rodo, kad darbo grupė juos teisingai nustatė.

Atsakymų pasirinkimai	Atvejų skaičius			
	Svarba 4	Svarba 5	Svarba 5 arba 4	Svarba 1 arba 2
Coaching techniques	20	10	30	2
Pedagogical approach in coaching low skilled persons	20	8	28	4
Communication / Negotiation	22	17	39	0
Marketing and sales techniques	21	13	34	0
Management of micro enterprises	17	6	23	3
Evaluation	18	8	26	3





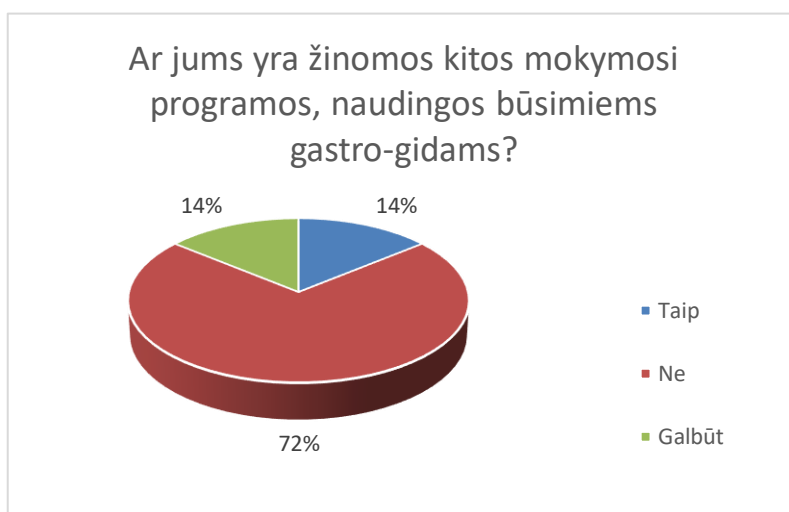
23. Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-gidams? (Prašome išvardinti savo pasiūlymus)

Klausimas Nr. 18 liko vietos kitiems mokymo moduliams siūlyti. Labai įdomu tai, kad daugiau nei 40 % respondentų pasinaudojo galimybe siūlyti modulius (16/39). Iš 17 pasiūlytų modulių 9 buvo susiję su puikių regioninių maisto ir vyno produktų žiniomis, jų istorija, gamybos procesais ir derinimu (įskaitant apsilankymus juos gaminančiose įmonėse), o tai reiškia, kad šis mokymo modulis turi būti įtrauktas į GG mokymo kursą. Kitas modulis, kurį pasiūlė ne vienas respondentas, yra užsienio kalbos, kurios, be abejo, yra labai svarbios. Taip pat paminėtas istorijų pasakojimas, socialinės žiniasklaidos kaip reklamos/įtraukimo priemonių naudojimas ir pasakojimai, susiję su vietos istorija ir geografija.

Atsakymai	Atsakymų skaičius
Tipiški ir kokybiški produktai	9
Kalbos	2
Lankymasis įmonėse, gaminančiose SKVN, PDG ir DOC produktus	1
Pasakojimas	1
Istorija/Paveldas	1
Vietinė geografija	1
"Maisto derinimas"	1
Socialinių tinklų naudojimas	1

24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms arba išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiant gastro-gidus?

24 klausimu buvo siekiama patikrinti, ar yra kitų mokymo kursų, kurie gali būti naudingi būsimiems GG. Dauguma respondentų (70 %) teigė, kad nieko nežinojo, o beveik 15 % pateikė siūlymus.





25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-gidus, pvz. švietimo programas, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.

Atsižvelgiant į tai, kad svarbu žinoti apie išorines mokymo kurso galimybes, atsakymai į vėlesnį klausimą Nr. 25, kuriame buvo prašoma išvardyti šiuos mokymo kursus, pateikiami toliau:

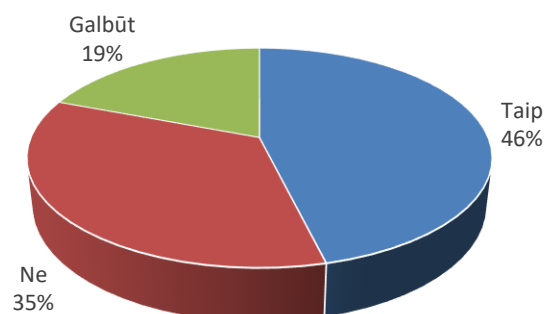
Gastronomijos mokslų universitetas, gastronomijos magistras, maisto istorijos kursai
GAE aplinkosaugos žygių vadovas
IFTS maisto ir vyno kursai
JOS TECHNIKA IR MAISTAS
JOS TECHNIKŲ IR MAISTO KURSAI
IFOA kursas

Potencialūs Gastro-gidai

26. Ar norėtumėte dalyvauti Gastro-gidų mokymuose?

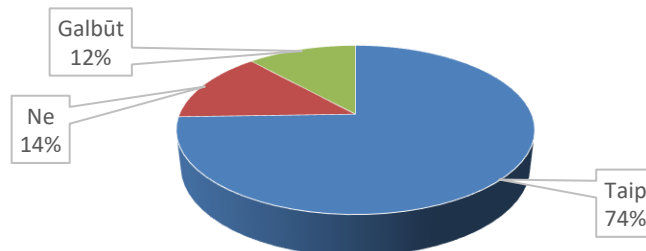
Įdomu ir tai, kad tik trečdalis respondentų teigė, kad jų nedomina GG kursai. Šis skaičius yra labai didelis, turint omenyje, kad tyrime dalyvavo ir daug respondentų, kurie jau turi kompetenciją, susijusią su GG iškelta hipoteze (įgijo ją laikui bėgant, pavyzdžiui, dirbdami). Priešingai, 46 % pranešė, kad šiuo metu domisi kursu, o likę 20 % to neatmetė ir teigė neapsisprendę.

Ar jus domina dalyvavimas gastro-gidų mokymosi programoje?



27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose / neformaliuose mokymuose, kurie leido įgyti įgūdžių, kurie gali būti naudingi gastro-gido standartui, pvz., bendravimo įgūdžių, organizacinių įgūdžių, mokymo įgūdžių ir kt.?

Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/ neformaliuose mokymuose?

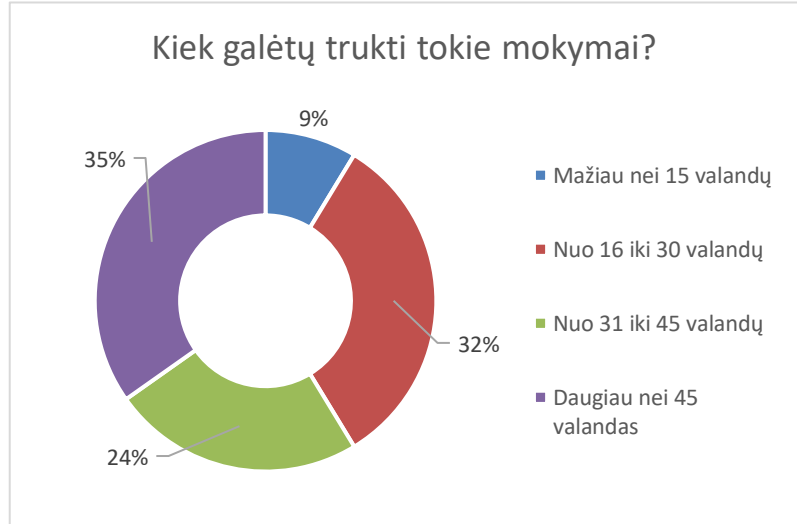




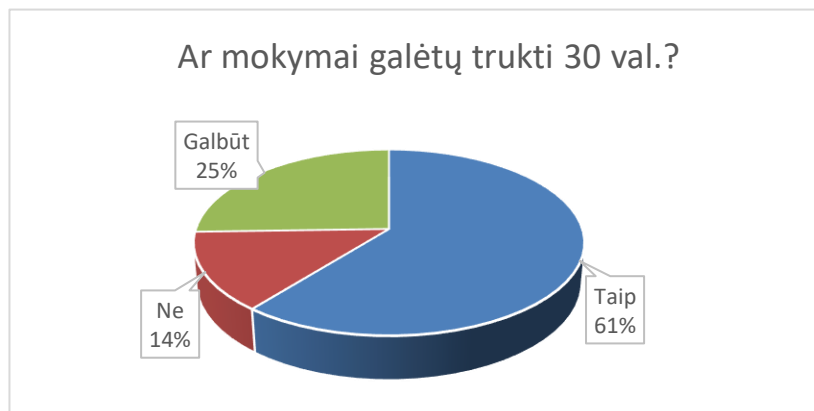
Kol kas į visus klausimus atsakė visi pašnekovai. Nuo šiol taip nėra, nes ne visi klausimyno dalyviai turėjo galimybę pareikšti nuomonę sudėtingomis temomis, tokiomis kaip mokymo kurso trukmė.

28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkamas laikas tokiems mokymams? (Prašome nurodyti priimtą mokymo valandų skaičių, atsižvelgiant į jūsų nuomonę):

Klausimu Nr. 28 buvo siekiama išsiaiškinti idealią GG mokymo kurso trukmę. 50% respondentų mano, kad 16–44 valandų trukmė yra ideali, o beveik trečdalis respondentų pasisako už ilgesnį nei 45 valandų kursą. Trumpesnės trukmės yra labai mažos (7%), o 10% siūlančių alternatyvią trukmę apima pasiūlymus dėl 2 mėnesių trukmės dieninio kurso, metų trukmės kurso ir 96 valandų kurso, iš kurių pusė turi būti vizitai. Reikėtų pažymėti, kad vizitų su gidu svarba buvo priskirta tiems, kurie užsiima regionine ir gastronomicine reklama.



29. Ar turite pakankamai laiko lankyti 30 valandų gastro-gido mokymo kursus?



30. Kiek laiko norite (ir galite) skirti tokiems mokymams?

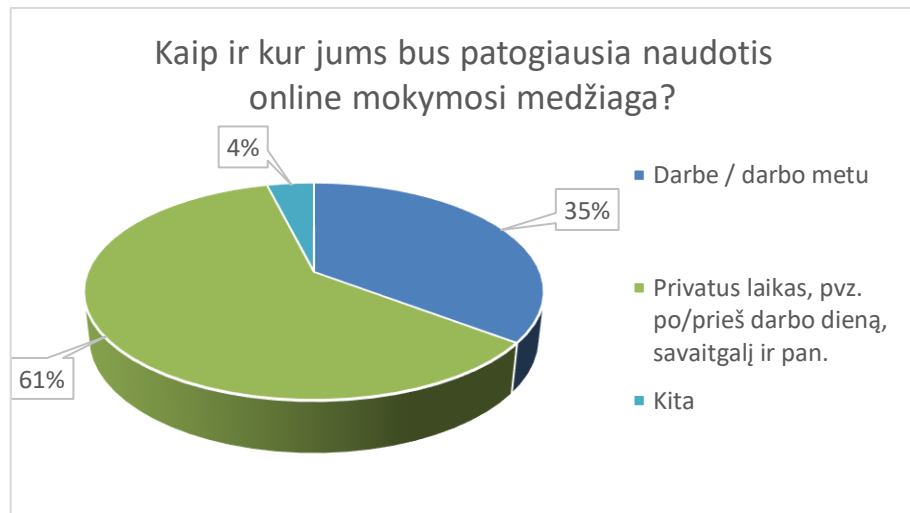
Klausimas Nr. 30 siekė pereiti nuo teorijos prie praktikos, klausdamas respondentų, kiek laiko jie galėtų skirti GG tobulinimo mokymo kursui. Didžioji dauguma galėtų skirti kelias valandas per dieną arba kelias valandas per savaitę (85%).





31. Kurioje aplinkoje galėsite efektyviausiai naudotis GASTRO-GIDO mokymo medžiaga (internetu)?

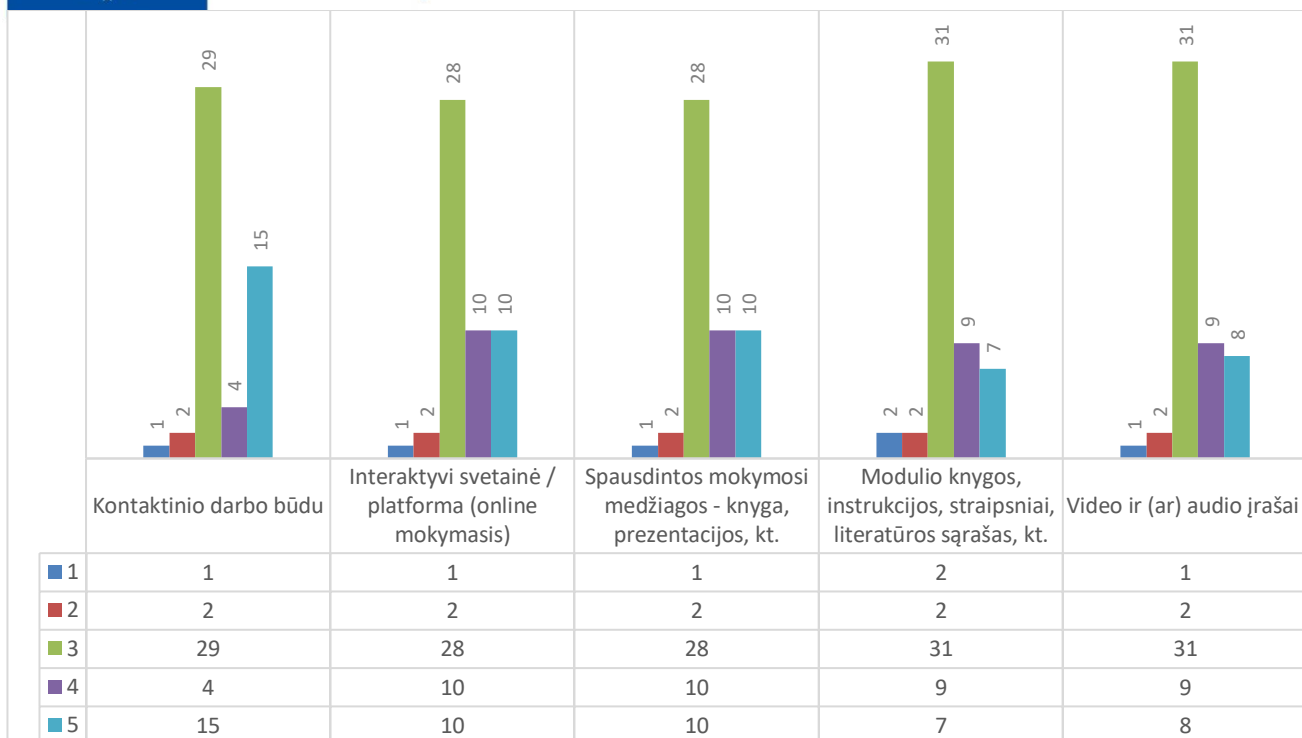
Klausimu Nr. 31 buvo siekiama patikrinti, kurioje aplinkoje GG mokymo medžiaga profesiniam tobulėjimui būtų naudojama efektyviausiai. Beveik 2 iš 3 respondentų teigė, kad efektyviausias medžiagų naudojimas būtų asmeniniu metu, o likęs trečdalis mano, kad naudojimas darbo metu yra efektyviausias.



32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Įvertinkite siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1 = nepageidautina ir 5 = labiausiai pageidaujama)

Klausimu Nr. 32 siekiama ištirti, kaip pasirenkamas mokymas. Respondentų pasirinktas būdas buvo tiesioginis susitikimas. Atidžiau pažvelgus į respondentus, matyti, kad šį metodą daugiausia renka sektoriaus profesionalai. Po to atsiranda interaktyvios svetainės ir rašytinė medžiaga.

Atsakymų pasirinkimai	Atvejų skaičius			
	Lygis 4	Lygis 5	Lygis 5 arba 4	Lygis 1 arba 2
Kontaktinio darbo būdu	4	15	19	3
Interaktyvi svetainė / platforma (online mokymasis)	10	10	20	3
Spausdintos mokymosi medžiagos - knyga, prezentacijos, kt.	10	10	20	3
Modulio knygos, instrukcijos, straipsniai, literatūros sąrašas, kt.	9	7	16	4
Video ir (ar) audio įrašai	9	8	17	3

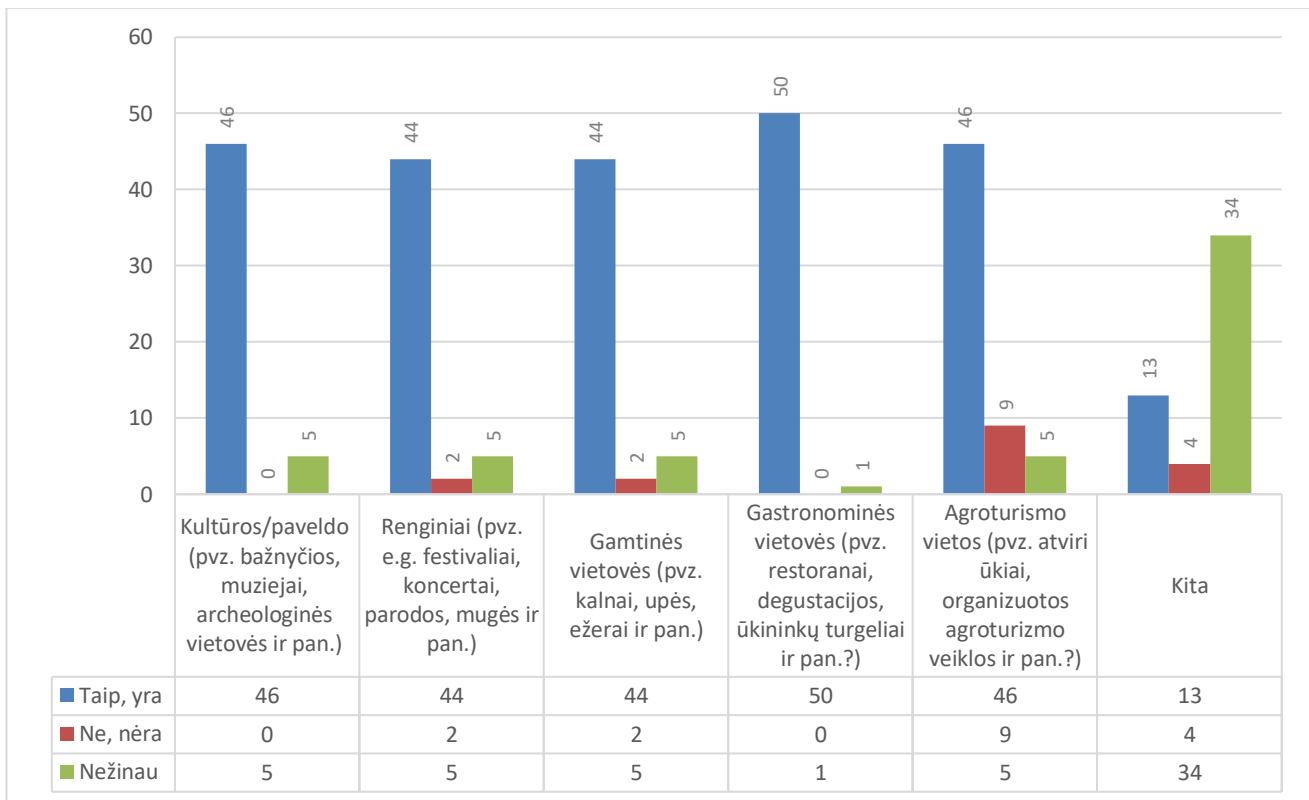


Vietos žinios ir potencialas

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime? Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje.

Klausimu Nr. 33 siekiama patikrinti, ar respondentų vietovėje yra lankytinų vietų. Atsakymai pabrėžia vietinių lankytinų vietų gausą, kalbant apie vietas, kurias gali pritraukti turistus. Trumpai tariant, respondentų, teigiančių, kad jiems trūksta tam tikros traukos, yra labai mažai. Tai daugiausia renginiai ir gamtos objektai (kiekvieną atvejų 5 proc. respondentų). Tie, kurie praneša apie kitų lankytinų vietų egzistavimą, minimos šios vietos: vyno ir maisto maršrutai, fermos ir UNESCO MAB (žmogus ir biosfera) zonos.

Atsakymų pasirinkimai	Taip, yra %	Ne, nėra %	Aš nesu tikras %
Kultūros / paveldo objektai (pvz., bažnyčios, muziejai, archeologinės vietos ir kt.)	90,00%	0,00%	10,00%
Renginiai (pvz., festivaliai, koncertai, parodos, mugės ir kt.)	84,62%	5,13%	10,26%
Gamtos vietos (pvz., kalnai, reversai, ežerai ir kt.)	85,00%	5,00%	10,00%
Gastronominės vietos (pvz., restoranai, degustacijos, ūkininkų turgeliai ir kt.)	97,44%	0,00%	2,56%
Agroturizmo objektai (pvz., atviri ūkiai, organizuota agroturizmo veikla ir kt.)	90,00%	0,00%	10,00%
Kita (nurodykite)	25,00%	8,33%	66,67%



34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

Klausimas Nr. 34 leido apklausos dalyviams dalytis savo vietovėje dominančiomis vietomis ar renginiais. Buvo paminėta daug tipišκών vietinių produktų ir susijusių renginių, taip pat daug natūralistinių, aplinkosauginių ir kultūrinių vietų, parodančių tikrą glaudų ryšį tarp maisto ir vyno turizmo produkto ir aplinkosaugos bei kultūrinio turizmo produktų.

Toliau pateiktoje lentelėje pateikti atsakymai, parodantys teritorijos įvairovę ir turtingumą.

Sodybos, pieninės, vyno rūšiai
Basilica della Ghiara, Piccola Piedigrotta picerija, San Prospero bokštas, Loggiato Sotto Broletto
Pietra di Bismantova, Švieži įdaryti makaronai
Castellarquato, Torrechiara, Salvarano di Quattro Castella, Pavullo nel Frignano, Rocchetta Mattei, Castel del Rio, Brisighella, Castrocara Terra del Sole, Villa Verucchio, Comacchio, Salami gamyklos, kumpio gamyklos, pieninės, acto gamyklos, rūšiai, krosnys, aliejaus malūnai vaisių ir daržovių sandėliai, bažnyčios, krikštynos, pilys, automobilių trasos, paplūdimiai, įspūdingi Grand Hotels ir kt.
Acetaia Giuseppe Giusti; Osteria Franciscana; Albinelli turgus; Cibusas
Aplankykite kalną ir jo apylinkę
Virtos mėsos šventė



Centomani, Arrogant Sour Fest, Emilia Sur Lì, Vini di Vignaioli, FIVI, Vignaioli Contrari, Fermento Emilia, La Bonissima, Lambrusco di Castelvetro festivalis, Vyšnių žiedų festivalis, Most Cot
Matildų žemės ir Apeninų kaimai. Via Matildica of the Holy Face
Tai būtų labai ilgas sąrašas
COLLI EUGANEI SCROVEGNI CASILICA SANTO PRATO DELLA VALLE ABANO TERMESALONE koplyčia
DEI SAPORI (PO HALĖ) – PALAZZO DELLA RAGIONE
Giusti Acetaia, Paltrinieri Cellars, 4Madonne Dairy
Takai, dviračių takai, pilys
Renato Brozzi muziejus ir Bella Ripa agroturizmas
Aukštieji Modeneso Apeninų kalnai siūlo daugybę vasaros užsiėmimų – nuo kaimo švenčių, kuriose ruošiami tipiški produktai, iki gastronominių vietų, iki istorinių praeities pėdsakų, kurie išliko neužterštos ir paslėpti kalnuose ir miškuose, supančiais turtingą vietovę. tradicija.
Įvairios pieninės Modenos apylinkėse. Įdarytų makaronų, tokių kaip tortellini, cappellacci, ravioliai, festivaliai.
FATTORIA ROSSI ŪKIS MONTEBADUCCO
Po upė su netoliese esančiais restoranais, Colli Bolognesi su aperityvais vynuogynuose, kt.
Dešrelių fabrikai, pieninės, vyno rūšiai
Labirintas della masone, Festival Verdi, Parco 100 laghi, Antica Corte Pallavicina, Cantina il Poggio

Po to sekė du **klausimai Nr. 35 ir 36**, kuriais buvo siekiama ištirti žinias ir pasitenkinimo lygį dėl vykdomų reklaminių veiksmų, siekiant pritraukti daugiau lankytojų į atitinkamą teritoriją ir apskritai į mūsų regioną.

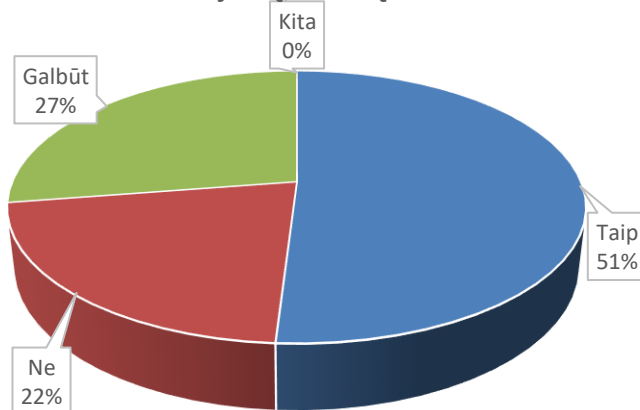
Kalbant apie žinių lygį, pažymėtina, kad nuomonės nepareiškė tik du respondentai. 20 procentų respondentų teigė, kad jie nežinojo apie aptariamą skatinimo iniciatyvą, 28% nebuvo tikri dėl temos ir 58% žinojo apie ją.



35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurios vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?

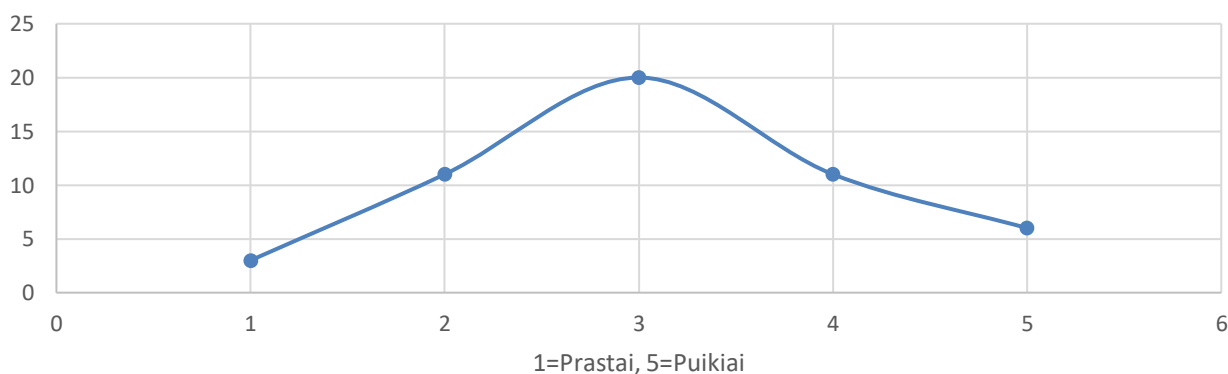
Kalbant apie pasitenkinimo šiomis reklamėmis iniciatyvomis lygį, pirmiausia reikia atsižvelgti į tai, kad visi respondentai išreiškė susidomėjimą šia tema. Pasitenkinimo lygis gali būti išreikštas įprastai naudojant penkių reikšmių skalę (kur 1 yra nepakankamas, o 5 – puikiai). Respondentų išreikštas įvertinimo vidurkis yra 3,15, taigi, vidutinis įvertinimas, visiškai pakankamas. Išreikšti vertinimai yra išdėstyti kaip Gauso kreivė aplink vidurkį, o tai yra faktinio įvertinimo, kuris yra pakankamas bendrai ir nėra sudarytas iš nuokrypių, ženklas. Iš tiesų, norint būti visiškai griežtai, geri ir puikūs įvertinimai (4 ir 5) yra dažnesni (34,2 %) nei nepakankami įvertinimai (1 ir 2), kurie baigiasi ties 26,8%.

Ar jums yra žinomos priemonės, kurios padėtų pritraukti lankytojus į jūsų rajoną/kaimą?



36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? (Prašome nurodyti savo atsakymą naudodami skalę, kur 1 = prastai ir 5 = puikiai)

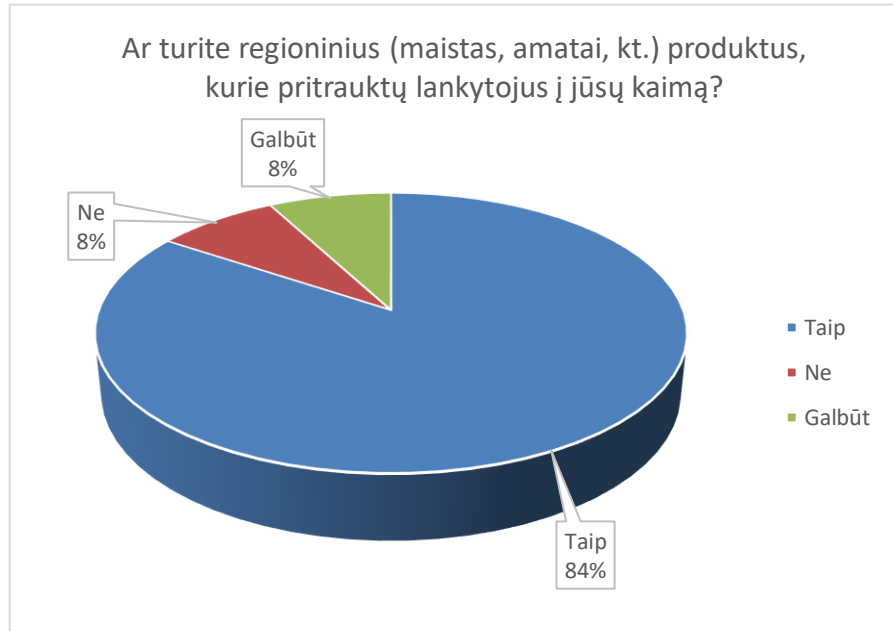
Kaip jūs vertinate veiksmus vietiniame lygmenyje, kurie skatintų agro-gastro turizmo produktus/paslaugas?





37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų, kt.) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?

Taip pat buvo įdomus klausimas Nr. 37, kuriuo buvo siekiama patikrinti respondentų informuotumą apie vietinių produktų (maisto, rankdarbių ir kt.), kurie galėtų pritraukti lankytojus į vietovę, buvimą. Tik 3 respondentai neigė tokių produktų egzistavimą. Nors daugiau nei 85% respondentų teigė esantys tikri, kad šie produktai egzistuoja. Tai ženklas, kad plačiai žinomas gastrominio ir amatų (bet ypač gastrominio) paveldo turtingumas.



38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

Kitu klausimu Nr. 38 buvo siekiama gauti pasiūlymus dėl šių produktų. Respondentai savo atsakymus apibūdino pagal savo kilmės teritorijas. Apskritai tai buvo kokybiški produktai, pagaminti iš SKVN (Saugoma kilmės vietos nuoroda) ir SGN (Saugoma geografinė nuoroda) produktų, tradiciniai produktai, Slow Food prezidiumai, kokybiški produktai, bet ir tradiciniai receptai. Buvo pasiūlyta daugiau nei 70 produktų ar receptų, pradedant nuo produktų, kurie jau gerai žinomi net užsienyje (tik du: Parmigiano Reggiano ir Prosciutto di Parma), iki produktų, kurie yra labiau vietiniai, bet turi didelį potencialą.

Kad būtų galima pasinaudoti šia gausia informacijos gausa, toliau pateikiama suvestinė pasiūlyimų lentelė:

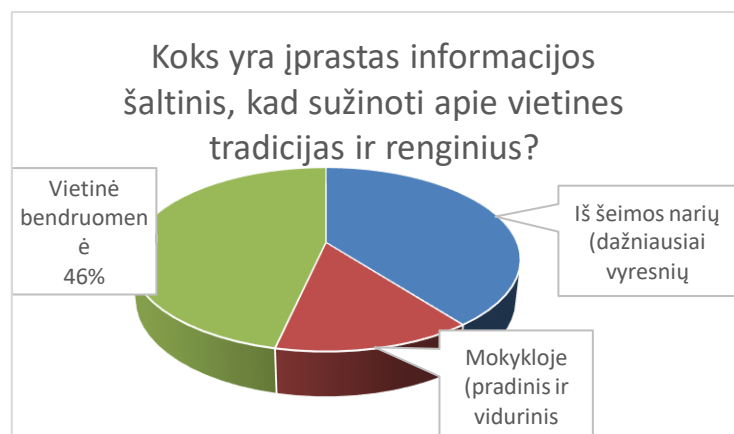
Erbazzone, Spergola, Reggiano likeris
Visi tradiciniai gaminiai. Visi tradiciniai receptai
19 SKVN produktų, 25 SGN produktų, 440 PAT produktų, 20 Slow food Prezidium produktų, 25 DE.CO. Produktai.
Kalnų cukrus
Modenos balzamiko actas; Brusche Amarene di Modena Igp; Vignola vyšnių IGP; Cotechino Modena IGP; Mortadella Bologna Igp; Culatello di Zibello DOP; Modenos kumpis SKVN.
PARMESAN SŪRIS, PECORINO SŪRIS, GRYBAI.
Coppa di parma ir coppa piacentina
Moretta vyšnia, Barozzi pyragas, Amaretti di Modena



Parmigiano Reggiano teritorija
Squacquerone
Moretta
ASIAGO SŪRIS, PANDORO, PERNUMIA SPARAGUS, BAONE PEAS, BACCALÀ MANTECATO, BET KOKIO RŪŠIO RISOTO, SARDE IN SAOR, VENECIJOS KEPENĖS, PROSECCO
Modenos balzaminis actas
Tradicionis balzaminis actas
Nežinoma, tačiau galimybės: balzamiko actas, parmezano sūris, Lambrusco, bendrai šalti kąsniukai, kiaušinių makaronai
Caciotta, Borlenghi, CRESCENTINE, spirgučiai
Moliūgų cappellacci, pora iš Feraros, kotechino, tortellini, lazanija.
ERBAZZONE
MODENA balzamiko actas, LAMBRUSCO, PARMIGIANO REGGIANO, TORTELLINI / ŠVIEŽI Įdaryti MAKaronai
Parmezano sūris, Parmos kumpis
Parmežanas, kulatelas, kumpis
Visa produkcija pripažinta kokybės ženklais ... arba ES, ministerijų ar regionų ir pan.
SKVN Piacenza sūdyta mėsa
parmos kumpis, parmezano sūris, lambrusco emiliano, įvairi sūdyta mėsa
Parma: Prosciutto, Parmezanas, vynos, medus, smulkūs amatininkų gaminiai

39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?

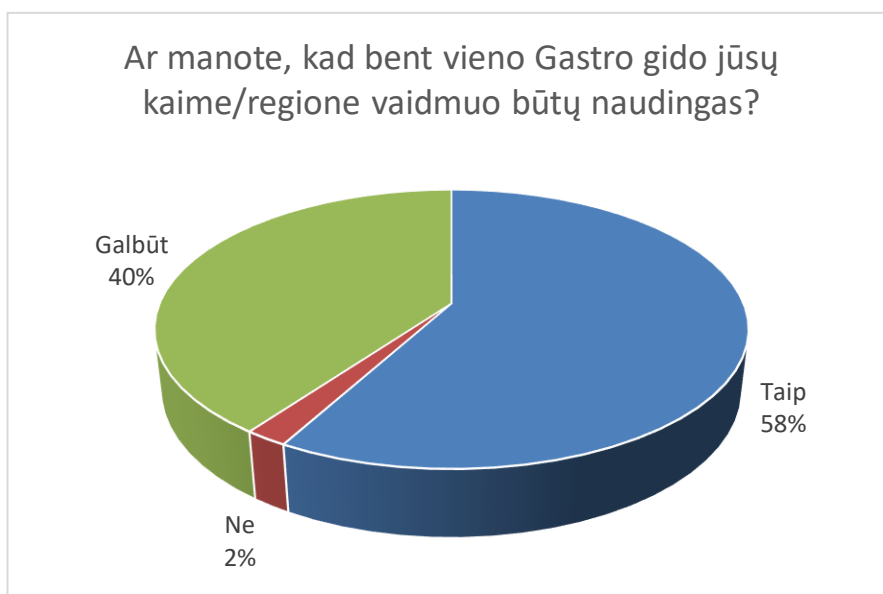
Klausimas Nr. 39 tyrė informacijos šaltinius, naudojamus vietos tradicijų tema. Kaip ir buvo galima tikėtis, dauguma respondentų informaciją gauna iš vietos bendruomenės ar šeimos (ypač iš vyresnių giminaičių), kurie kartu sudaro daugiau nei 73% atsakymų. Tačiau netrūksta ir tokių, kurie šią informaciją gauna iš mokyklos (12,2 %), tai rodo mokyklos naujai atrastą dėmesį vietinei kultūros paveldo daliai. Beveik 15 % respondentų naudojami kiti šaltiniai, ypač socialine žiniasklaida ir internetu apskritai (9,8 %) bei universitetu (1 atvejis).





40. Ar manote, kad Gastro-gido vaidmuo bus naudingas, jei jūsų kaime/regione būtų bent vienas?

Klausimu Nr. 40 buvo siekiama patikrinti G. G. vaidmens naudingumą respondentų teritorijai. Tik 2% apklaustųjų (t. y. tik vienas respondentas) naująjį profilį vertina kaip nenaudingą teritorijai, tuo tarpu 76% respondentų pasisako už profilio naudingumą, o 20% pasisako už, bet neduoda nuomonės. Vienas atsakovas mano, kad G.G. kursas būtų „papildoma kvalifikacija jau esamiems aplinkosaugos vadovams (GAE – Guida Ambientale Escursionistica), kurie yra įgalinti diskutuoti žemės ūkio ir maisto klausimais“ (visas atsakymas pateikiamas mokymo projektavimo ir planavimo etapo naudai kursą).



Klausimas Nr. 35 buvo siekiama patikrinti G. G. figūros naudingumą respondentų teritorijai. Tik 2% apklaustųjų (t. y. tik vienas respondentas) naująjį profilį vertina kaip nenaudingą teritorijai, tuo tarpu 76% respondentų pasisako už profilio naudingumą, o 20% pasisako už, bet neduoda nuomonės. Vienas atsakovas mano, kad G.G. kursas būtų „papildoma kvalifikacija jau esamiems aplinkosaugos vadovams (GAE – Guida Ambientale Escursionistica), kurie yra įgalinti diskutuoti žemės ūkio ir maisto klausimais“ (visas atsakymas pateikiamas mokymo projektavimo ir planavimo etapo naudai kursą).

Klausimas Nr. 41 leido respondentams pareikšti savo nuomonę dėl G. G. indėlio kaimo vietovių plėtrai. Pusė respondentų išsakė savo nuomonę šiuo klausimu (kadangi tai buvo atviras klausimas ir dėl to respondentui sunkus, toks atsakymų rodiklis yra aukštas ir pabrėžia respondentų susidomėjimą šia tema). Pateikti atsakymai, nors ir atviro klausimo forma, gali būti sugrupuoti pagal temas. Didžiausio susidomėjimo sulaukusi tema – vietovės populiarinimas (45 % apklaustųjų) per, pavyzdžiui, sklaidos akcijas, veiklų ir renginių organizavimą. Kita populiari tema – vietos verslumo skatinimas (20 % į klausimą atsakiusiųjų). Po to seka atvykstamojo turizmo stiprinimas (turima omenyje vietovės apgyvendinimo pajėgumų plėtrą), į kurį atsakymų į šį klausimą sulaukė 15 %. Taip pat labai svarbus yra ryšių tarp vietos veikėjų, susijusių su šiuo klausimu, nuo reklamos įstaigų iki įmonių, veikiančių šiuo klausimu, vaidmuo.

Atsakymai	Atsakymų skaičius
Teritorijos viešinimas (skleidimas, veiklos ir renginių organizavimas)	23
Vietos verslumo skatinimas	10
Įeinančios reklamos stiprinimas	8
Privatų subjektų ir subjektų veiksmų susiejimas teleologiniu požiūriu	5



Jei iš respondentų grupės išskiriame tuos, kurie jau turi artimą būsimojo GG profesinį profilį, pastebime, kad dažniausiai atsakymai sutelkti į dvi temas: tarpininkavimo veiksmą ir ryšį tarp operatorių (viešojo ir privačiojo) teritorija teleologiniu požiūriu, reklaminių ir animacinių renginių organizavimas su sistetine perspektyva, ženklas, kad teleologinio koordinavimo ir strateginio požiūrio poreikį labai jaučia tie, kurie jau dirba šia tema.

Atsižvelgiant į pateiktų pasiūlymų svarbą mokymo iniciatyvos sėkmei, jie pateikiami šioje lentelėje.

41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

Teritorijos reklamavimui
Verslumo skatinimui
Tarpininkavimui, sklaidai, komunikacijai, strateginiam organizavimui, detaliam organizavimui, animacijai renginių mugėse, festivaliuose, susitikimuose, pristatymuose, degustacijose, sporto renginiuose, kultūriniuose renginiuose, socialiniuose renginiuose ir renginiuose, skirtuose įvairių tipų negalioms skatinti
Būtų naudinga remti vietos bendruomenės plėtrą ir prisidėti prie kaimo tvarumo skatinant žemės ūkio maisto sektorių
Per visiems atviras konferencijas, pagrindines prekybos muges ir padidintą viešumą per žiniasklaidą
Tai turėtų būti įtraukta į vietos savivaldybių veiklą, kuriant ad-hoc gastronominius maršrutus, organizuojant renginius ir vietovės istorinės produkcijos įvertinimo būdus, tiriant agronominės ir kitos produkcijos tradicijas, atkuriant receptūras ir gamybos būdus, supažindinant vietinius gamintojus su vietos biologinės įvairovės verte ir kt.
Slėniai, lygumos ir kalvos, juose yra vietinių aplinkos skirtumų, todėl iš senovės tradicijų gaminami įvairūs maisto gaminiai.
Padidinti turistų pasiūlą ir paskatinti atvykstantį turizmą
Būtų naudinga suvienodinti informaciją per vieną valdymą, kad būtų patikimas informacijos šaltinis
Santykiuose su apgyvendinimo operatoriais ir vietos administracijomis
Kompleksinė tema, tai turėtų būti susieta su jau veikiančiais subjektais ir veikla, pvz. skonių keliai
Galimybė išskirti tas MVĮ, turinčias puikų potencialą, bet galbūt neturinčias savireklamos, taip pat leistų potencialiems klientams pasiūlyti labiau pritaikytą variantą, atsižvelgiant į jų konkrečius poreikius.
Organizuoti ekskursijas ir degustacijas
Daugiau skelbti vietos patrauklumą
Teritorijos pažinimas atsižvelgiant į maisto ir vyno produktus
Kelionių organizatoriams



Teritorijos ir jos žemės ūkio maisto produktų gamybos biologinės įvairovės ir kokybės apsauga.
Tipiškų produktų, kuriuos turi kiekvienas šiame regione, tobulinimas, todėl reikalingas novatoriškas ir efektyvus būdas išsiskirti (parduoti paslaugą, istoriją).
Lankytojų informavimas apie vietos realijas, kurios tiesiogiai parduoda vietinius produktus
Plėsti žinias apie teritoriją ir jos galimybes
Mažų realijų viešinimas, nišų perkainojimas

42. Jei dar kuo nors norėtumėte pasidalinti su mumis

Klausimas Nr. 42 leido respondentams deklaruoti savo susidomėjimą dalyvauti kursuose. Iš (4) atsakiusių į klausimą 3 išreiškė susidomėjimą, o vienas taip pat pateikė savo kontaktinius duomenis šiuo tikslu.

Trumpa apklausos analizė

Anketų ir svarbiausių rezultatų analizė:

Apklausos operaciją galime laikyti sėkminga, nes buvo pasiekta daug skirtingų respondentų kategorijų, kurios visos yra svarbios informacijos, kuriant Gastro-gido mokymosi kelią, nešėjai: (kaip nurodyta lentelių analizėje) šioje srityje veikiančių asociacijų atstovai, bendruomeninio, tvaraus ir patyriminio turizmo; už turizmo skatinimą atsakingų institucijų atstovai, dėstytojai ir studentai, organizuojantys maisto, vyno ir turizmo specializacijos kursus. Taip pat yra konsultantų ir ekspertų bei gidų rinkos atstovų, dirbančių maisto, vyno ir turizmo pasaulyje.

Anketų santrauka

Šalies ataskaita

Lietuva

Partneris:
GRAIČIŪNO AUKŠTOJI VADYBOS
MOKYKLA



Šalies ataskaita – Lietuva

IVADAS

Tyrimas paremtas Gastro-gido (GG) projekto internetine apklausa, kuria siekiama surinkti duomenis apie Lietuvos kaimo gyvenimą, įsidarbinimo galimybes ir nedarbą, vietos tradicijas, vietinį maistą, vietinius produktus ir žinomus vietinius patiekalus.

Šią apklausą 2022 m. gegužės mėn. internetu atliko Lietuvos partneris GRAIČIŪNO AUKŠTOJI VADYBOS MOKYKLA (AVM). Apklausos anketas užpildė 51 respondentas iš Lietuvos. Tarp jų buvo dvi verslo įmonės ir abu respondentai buvo tų įmonių direktoriai.

Atsakymų, surinktų naudojant klausimyną, santrauka:

Respondentų demografinis ir socialinis bei ekonominis profilis ir charakteristikos

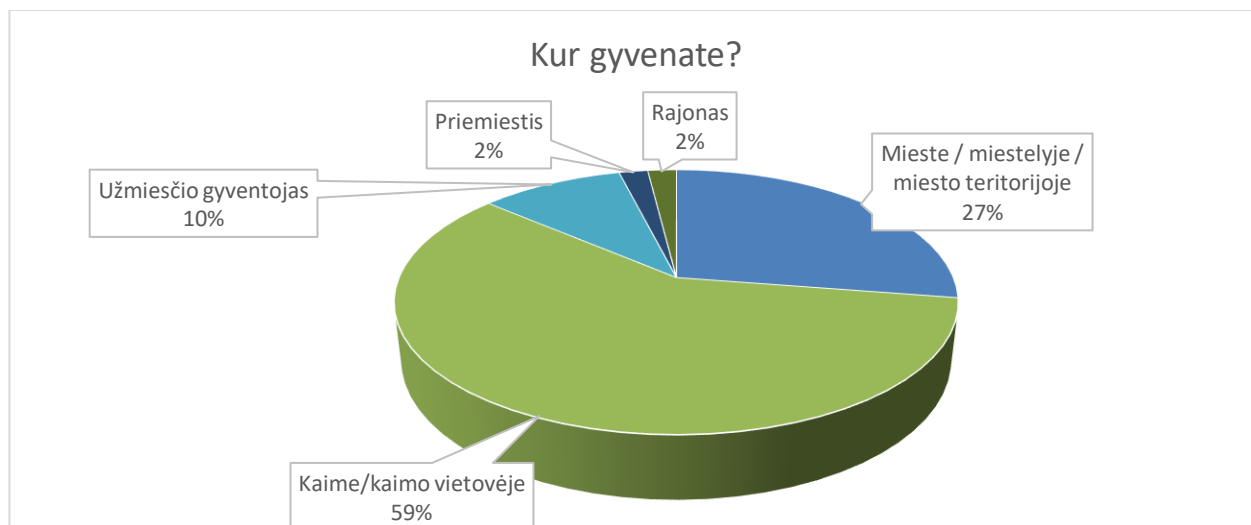
Bendra informacija

Pirmieji keli klausimai formoje buvo skirti surinkti kontaktinę informaciją, kuri būtų naudojama toliau bendraujant su respondентаis. Kalbant apie atsakymų skaičių, galime daryti išvadą, kad tik 2 respondentai dalijosi savo įmonės pavadinimu, o pagal pareigas abu save įvardija kaip „direktorius“. Kalbant apie 4 klausimą dėl gavėjų kilmės šalies, natūralu, kad visi apklaustieji pažymėjo Lietuvą.

Ižanga:

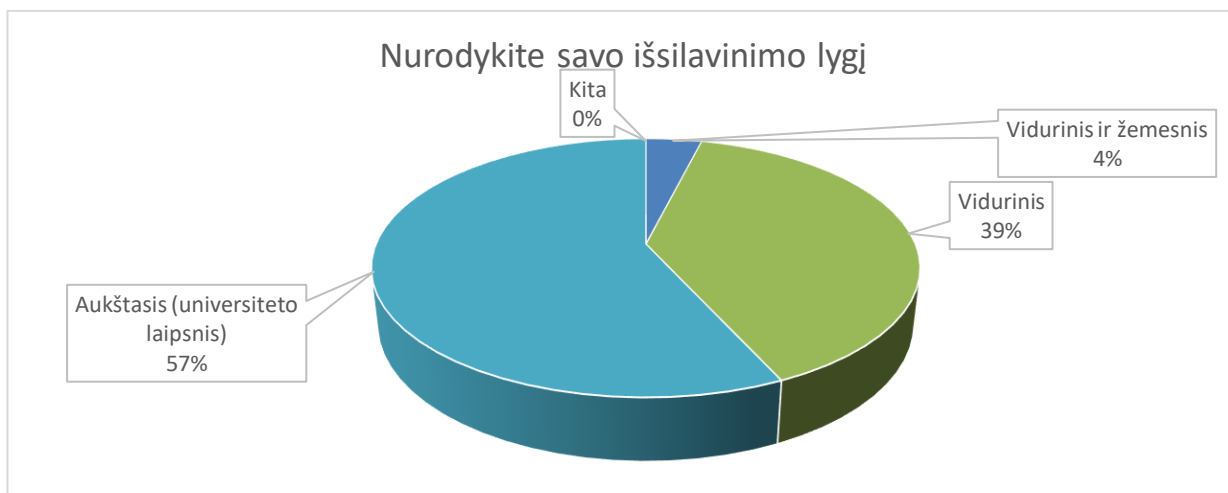
Šiame skyriuje stengiasi daugiau sužinoti apie respondentų kilmę.

5. Kur gyvenate? (miestas, miestelis, kaimas, miesto zona, kaimo vietovė ir kt.)



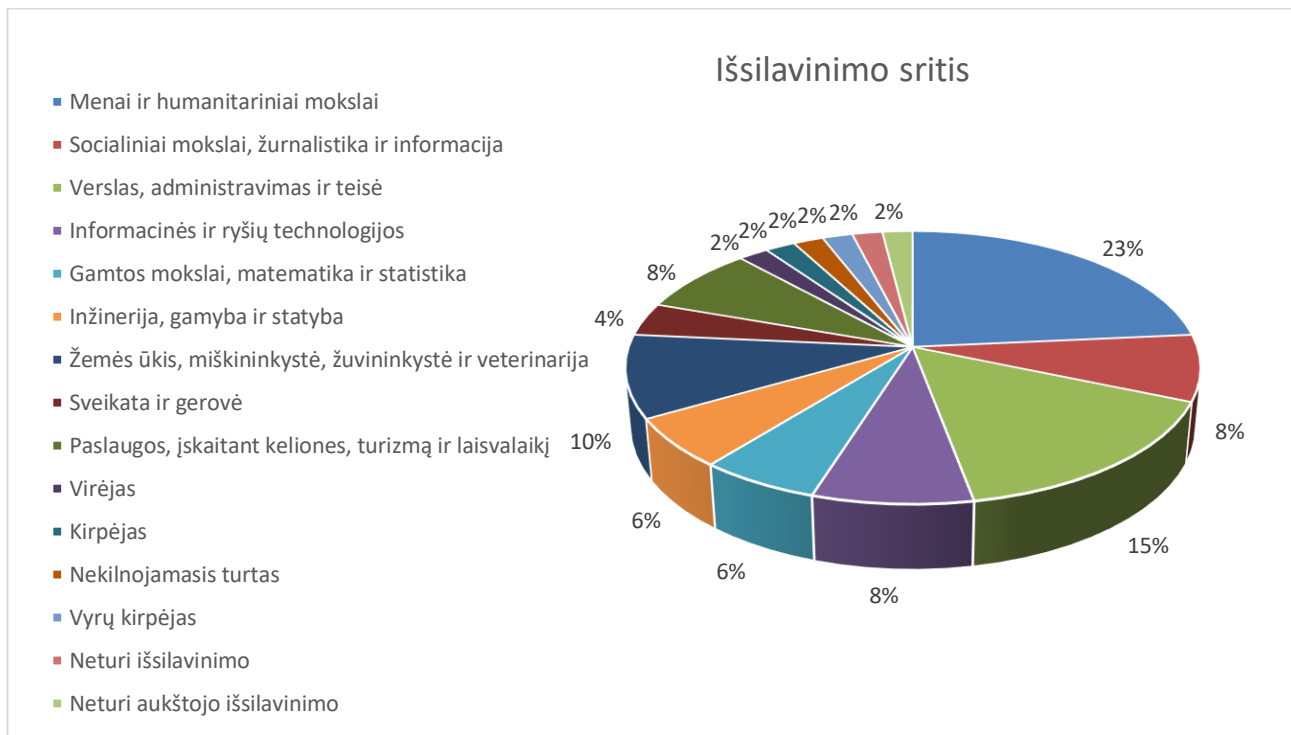
Dauguma respondentų (58,8%) gyvena kaime ir kaimuose, 27,5% gyvena miestuose ar miesteliuose, 9,8% yra užmiestyje.

6. Prašome nurodyti savo išsilavinimo lygį:



Dauguma respondentų turi aukštąjį išsilavinimą (56,9% respondentų), 39,2% respondentų įgijo vidurinį išsilavinimą ir tik 3,9% turi pradinį arba žemesnį išsilavinimą.

7. Nurodykite savo išsilavinimo ir (arba) mokymo sritį:



Rezultatai rodo, kad respondentai turi platų išsilavinimą, nors dauguma (23,5%) turi meno ir humanitarinių mokslų išsilavinimą, 15,7% – verslo, administravimo ir teisės išsilavinimą.

8. Ar vykdyte savo verslą?

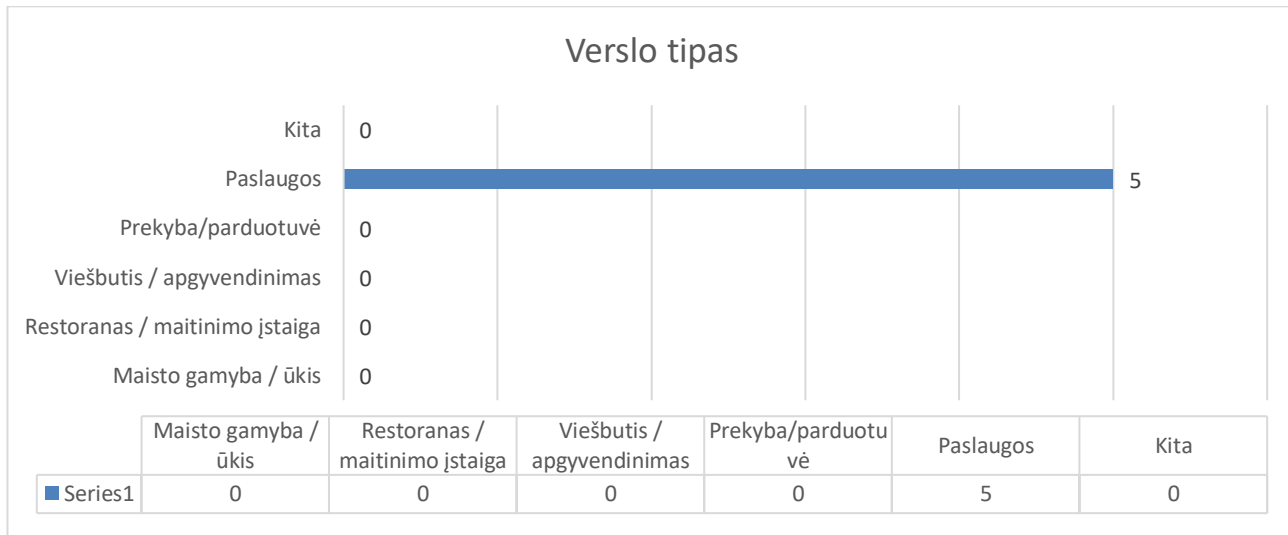
Dauguma respondentų (90,2%) atsakė „NE“.



Verslo atstovai:

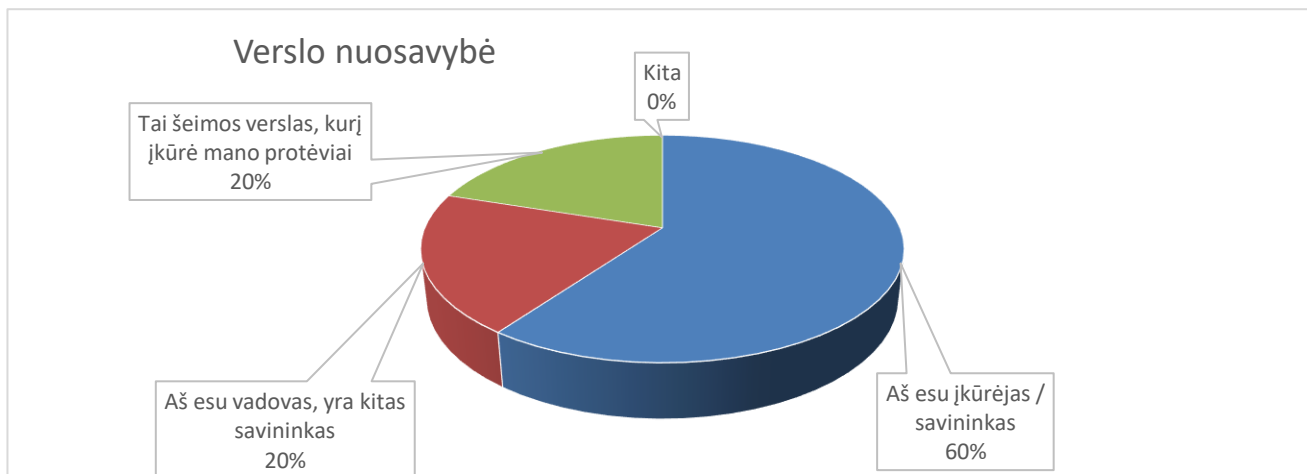
Šioje skiltyje bandėme sužinoti daugiau apie verslo atstovus.

9. Kokios srities verslą vykdomė?



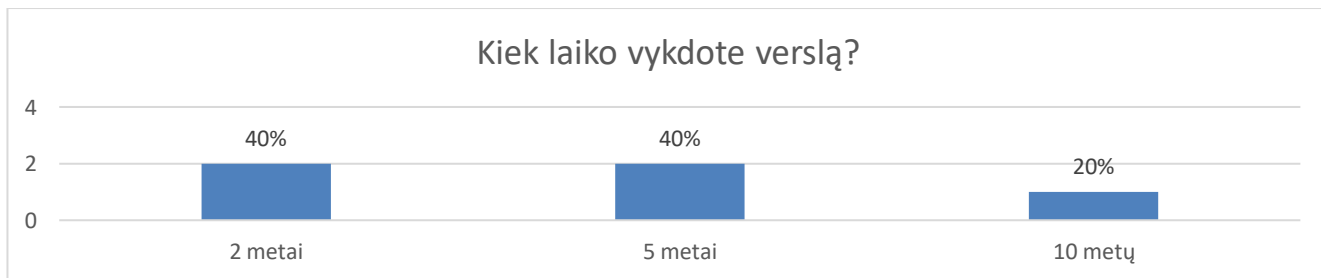
Tie 9,8% savo verslą vykdo paslaugų sektoriuje.

10. Ar sukūrėte verslą, ar paveldėjote?



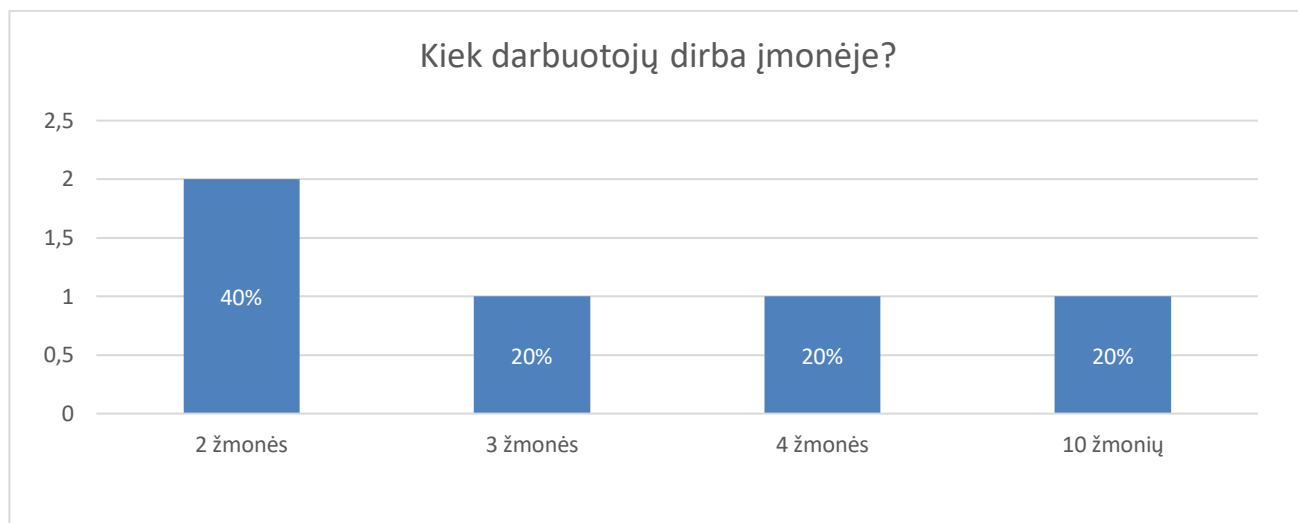
Dauguma respondentų yra savo verslo įkūrėjai/savininkai.

11. Kiek laiko vykdomė šį verslą? Prašome įrašyti skaičių metais



Dauguma respondentų (80 proc.) vykdo verslą nuo 2 iki 5 metų.

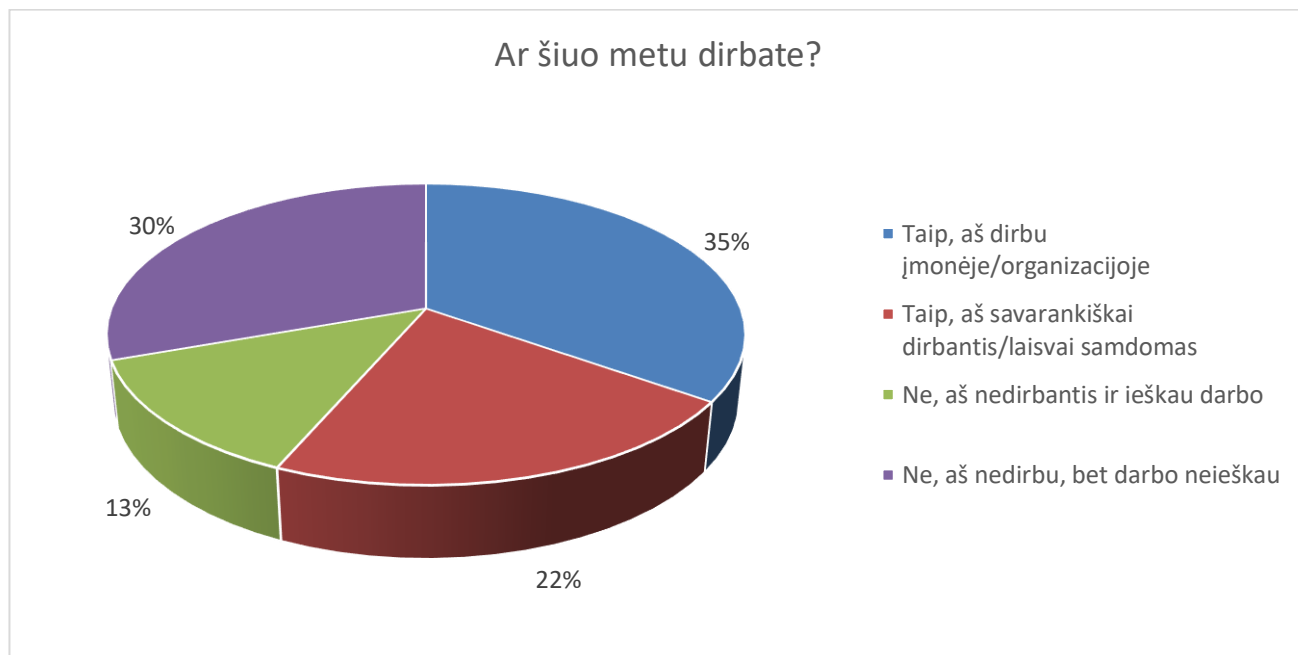
12. Kiek darbuotojų šiuo metu dirba įmonėje? Prašome įrašyti jūsų įmonėje samdomų žmonių skaičių



Residents:

Šioje skiltyje bandėme daugiau sužinoti apie gyventojus.

13. Ar šiuo metu dirbate?

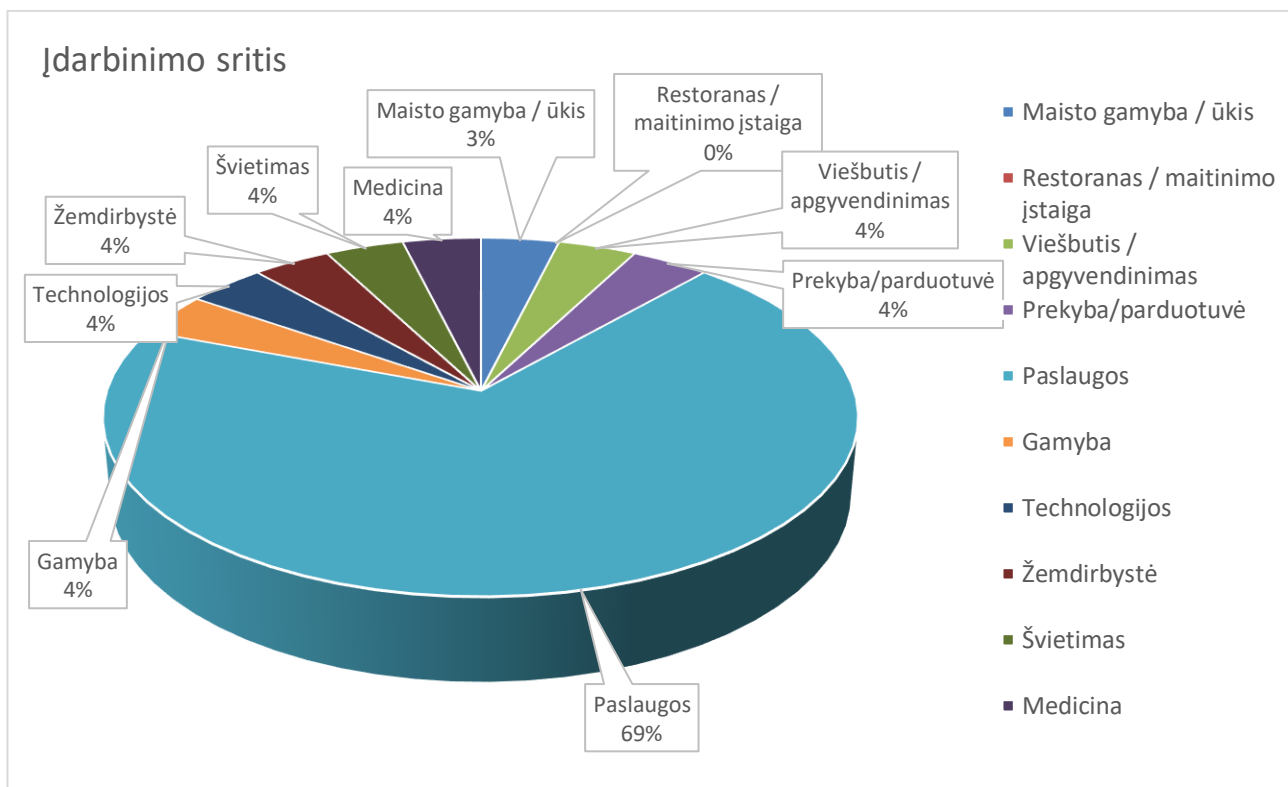


Didžioji dalis respondentų (34,8%) dirba įmonėse. 30,4% nedirba ir neieško darbo. Nemaža dalis respondentų (13 %) atsakė, kad darbo neturi ir jo ieško.

Įdarbinimas:

Šioje skiltyje bandėme sužinoti daugiau apie darbuotojus – jų įmonės sektorių, profesiją, pareigas toje įmonėje, metų laikotarpį, per kurį jie dirba toje įmonėje. Taip pat norėjome sužinoti, ar jie svarsto galimybę keisti darbą.

14. Kokia yra įmonės, kurioje dirbate, veiklos sritis?



Dauguma respondentų (beveik 70 proc.), užpildę anketas internetu, dirba prekybos sektoriuje. Kiti respondentai dirba: ūkiuose, restoranuose, viešbučiuose, žemės ūkyje, švietime, medicinoje, technologijose ir kt.

15. Koks jūsų dabartinis užsiėmimas?

73,1% respondentų teigė dirbantys, kiti – atostogaujantys ir pan.

Atsakymai	Atsakymų skaičius
Atostogose	1
Darbas	19
atlikti administracinį ir organizacinį darbą	1
Dirbu ir keliauju	1
Fotografija	1
Menai	2
Muzika	1

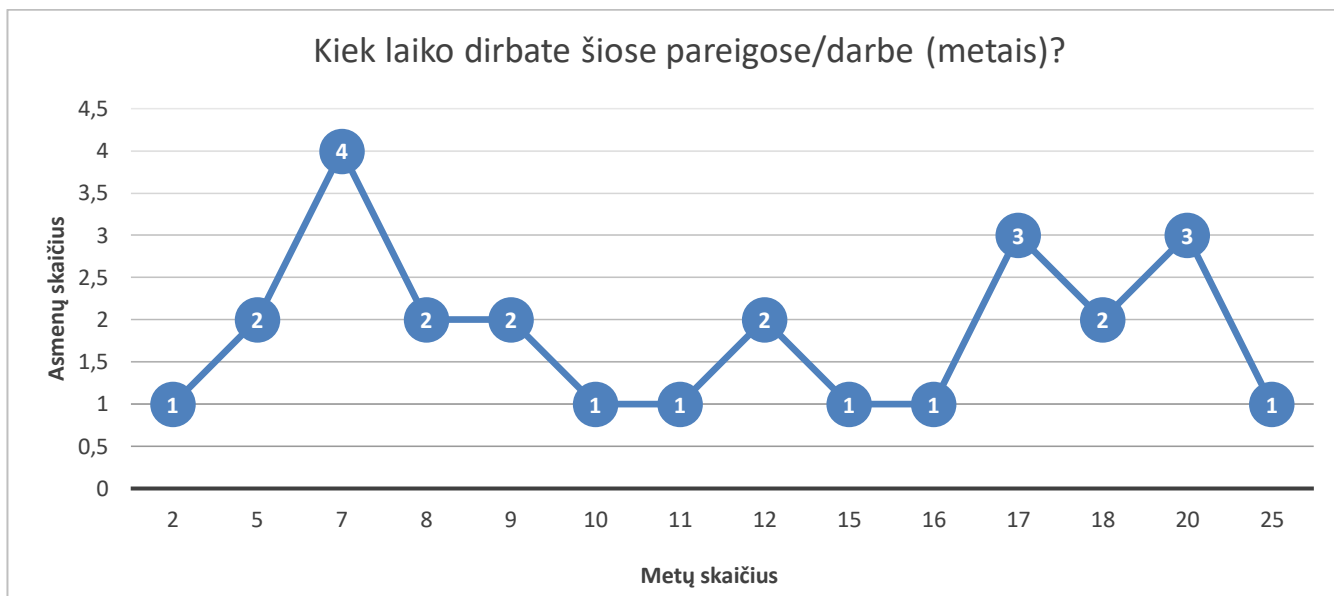
16. Kokios jūsų pareigos įmonėje?

Į šį klausimą buvo daug skirtingų atsakymų. Tačiau iš 26 atsakymų dažniausias buvo – vadovas.

Direktorius	Samdomas darbuotojas	Fotografas
Pardavimų vadybininkas	Specialistas	Kirpėjas
Vadovas	Virtuvės darbuotojas	Buhalteris
Inžinierius	Mokytojas	Grožio terapeutas
Įmonės vadovas	Projekto vadovas	Katedros vedėjas
Smulkus ūkininkas	Valstybės pareigūnas	Nekilnojamojo turto brokeris
Vadovas	Savanoris	
IT specialistas	Muzikantas	
Administratorius	Menininkas	

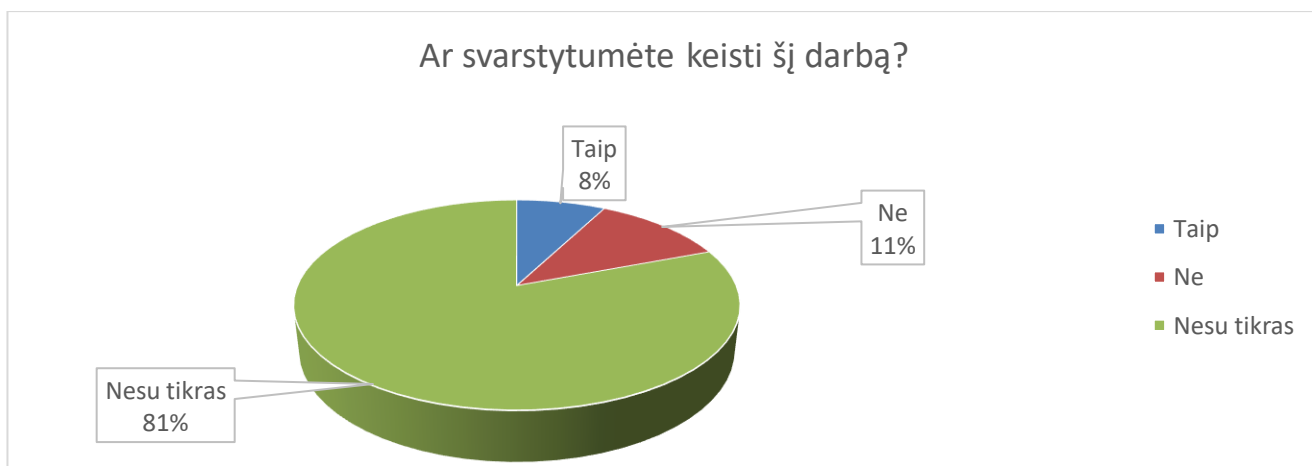
17. Kiek laiko dirbate šiose pareigose/darbe?

Respondentų buvo paprašyta įvesti skaičius metais.



Nemažai respondentų savo pareigose dirba 7 metus (15,4 proc.), tačiau didžioji dalis tam tikrose pareigose dirba ir ilgiau – daugiau nei 17 metų (38,3 proc.). Tai reiškia, kad dauguma darbuotojų yra lojalūs savo įmonėms arba jaučiasi patogiai eidami savo pareigas.

18. Ar svarstotumėte pakeisti dabartinį darbą?

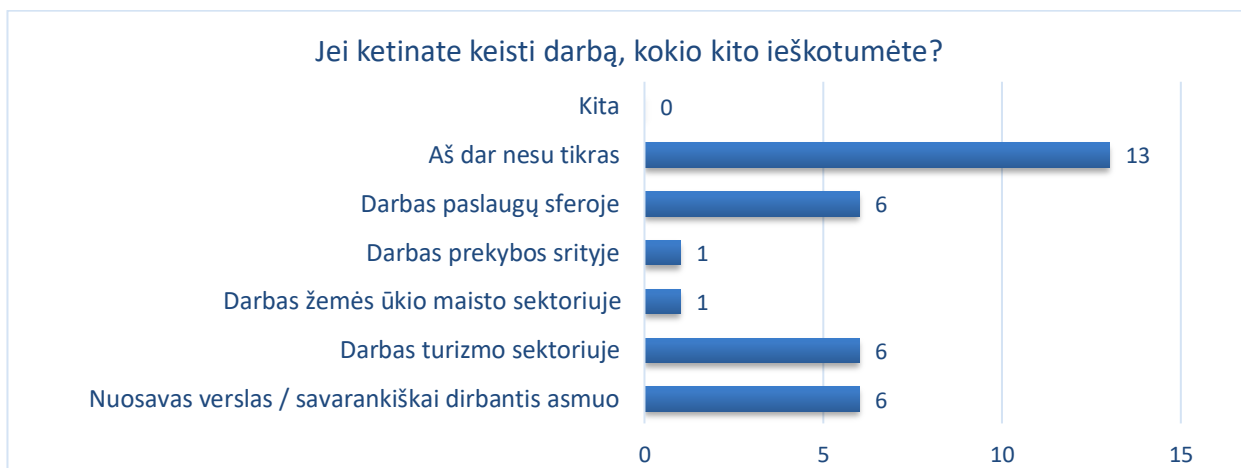


Didžioji dalis respondentų (80,8%) nėra tikri, ar svarsto galimybę keisti darbą, o mažuma (7,7%) yra tikri, kad jiems reikia pokyčių.

Darbo keitimas:

Respondentų paprašėme nurodyti, kokiam darbui jie teikia pirmenybę.

19. Jei ketinate palikti dabartinį darbą, kuris yra labiausiai pageidaujamas darbas, kurio norėtumėte dirbti kitą kartą?



Dauguma respondentų (78,3 %) svarsto galimybę palikti esamą darbą:

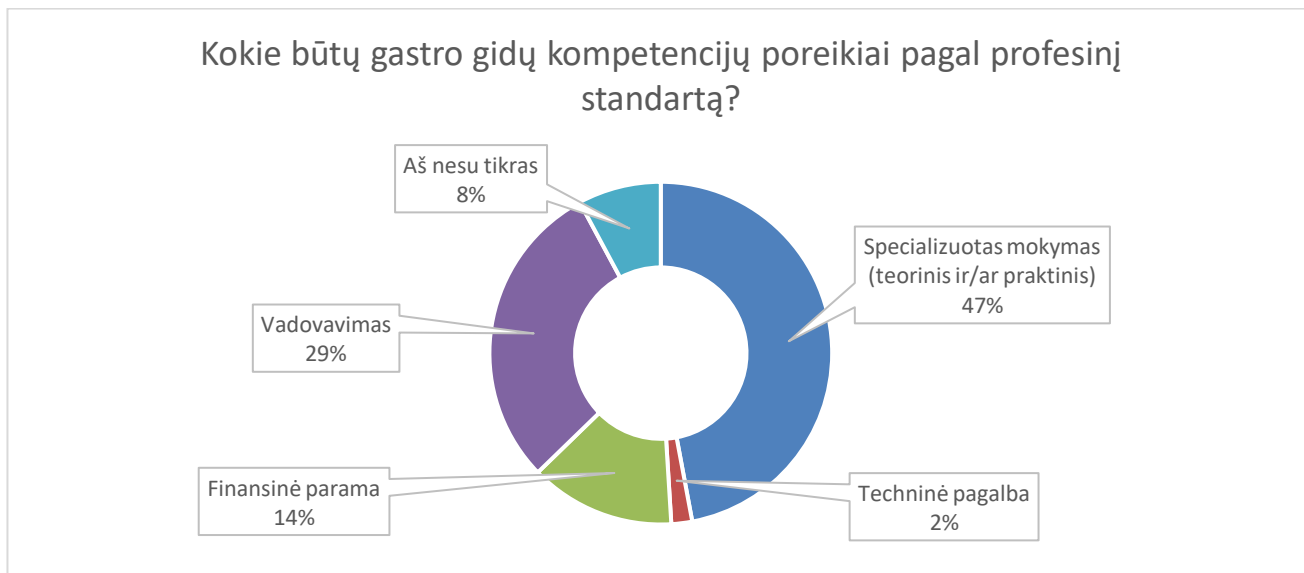
- savo verslą (26,1 %)
- darbas turizmo sektoriuje (26,1%)
- darbo vieta paslaugų sektoriuje (26,1 %)

13% respondentų dar nėra tikri, o kiti 8,7% svarsto galimybę keisti darbą į žemės ūkio maisto ar prekybos sektorius.

Gastro-gido standartas

Atsižvelgdami į Gastro-gido standartą, respondentų paprašėme atsakyti į kitą klausimų grupę:

20. Kokie, jūsų nuomone, yra pagrindiniai potencialių gastro-gidų poreikiai, norint užbaigti mokymus pagal savo profesinį standartą?

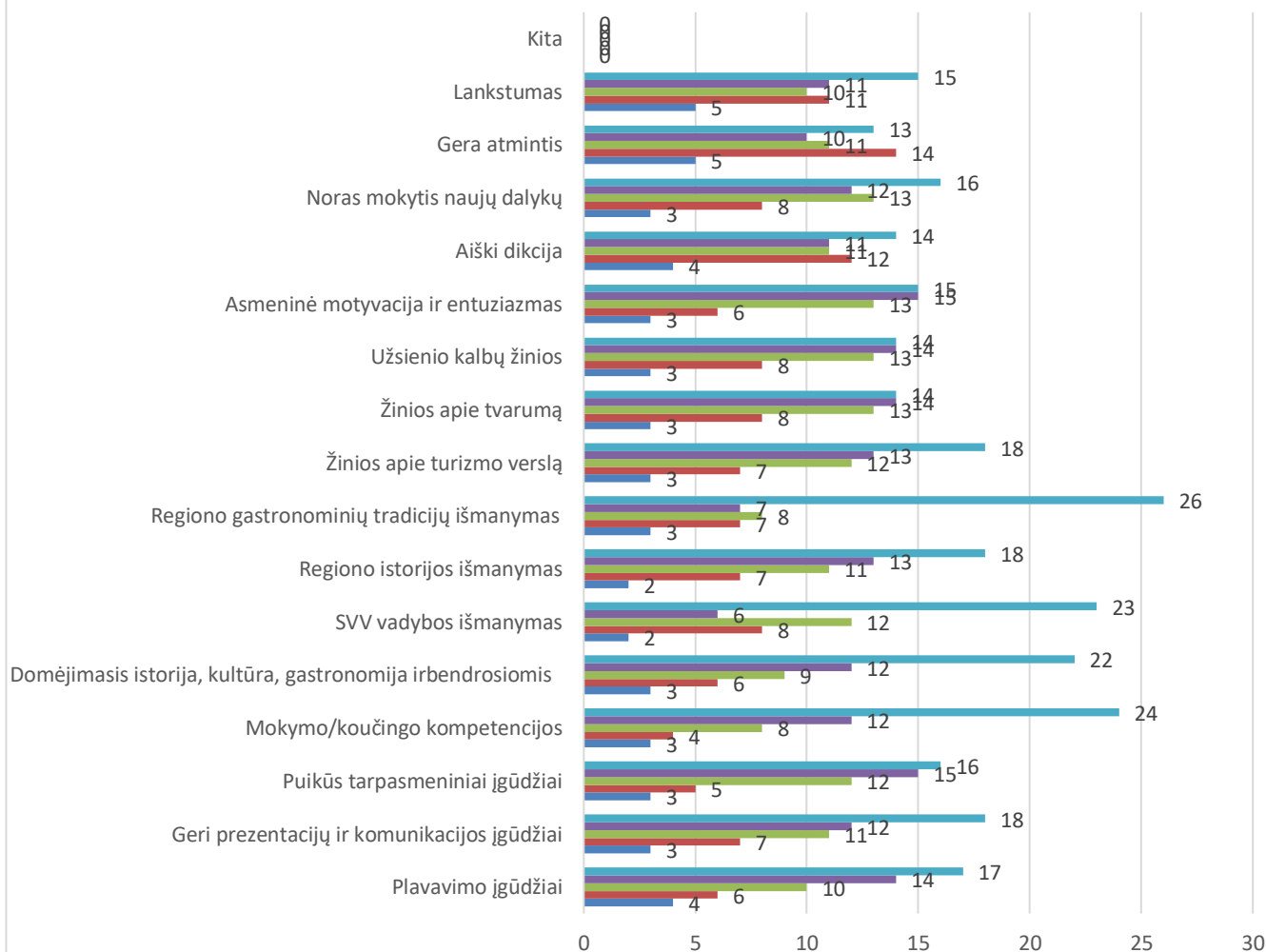


Dauguma respondentų (47,1%) mano, kad reikalingas specializuotas išsilavinimas (teorinis ir/ar praktinis), kiti mano, kad:

- reikalingas patarimas (29,4%)
- reikalinga finansinė parama (13,7 %)

21. Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį? Pažymėkite savo pasirinkimą lentelėje, kur 1-nesvarbu, o 5- labai svarbu

Kokios, jūsų nuomone, yra svarbiausios Gastro-gidų kompetencijos, kad galėtų sėkmingai įgyvendinti savo vaidmenį?



	Plavami mo įgūdžiai	Gerai prezen- tacijų ir komuni- kacijos įgūdžiai	Puikūs tarpas- meniniai įgūdžiai	Moky- mo/ko- učingo kompe- tencijos	Domėjimas istorija, kultūra , gastronomija ir bendrosiomis	SVV vadybos išmanymas	Regiono istorijos išmanymas	Regiono gastronominių tradicijų išmanymas	Žinios apie turizmo verslą	Žinios apie tvarumą	Užsienio kalbų žinios	Asmeninė motyvacija ir entuziazmas	Aiški dikcija	Noras mokytis naujų dalykų	Gera atmintis	Lankstumas	Kita
5	17	18	16	24	22	23	18	26	18	14	14	15	14	16	13	15	0
4	14	12	15	12	12	6	13	7	13	14	14	15	11	12	10	11	0
3	10	11	12	8	9	12	11	8	12	13	13	13	11	13	11	10	0
2	6	7	5	4	6	8	7	7	7	8	8	6	12	8	14	11	0
1	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	5	5	0



Apibendrinant – dauguma respondentų mano, kad visos žemiau išvardintos kompetencijos yra labai svarbios, ypač:

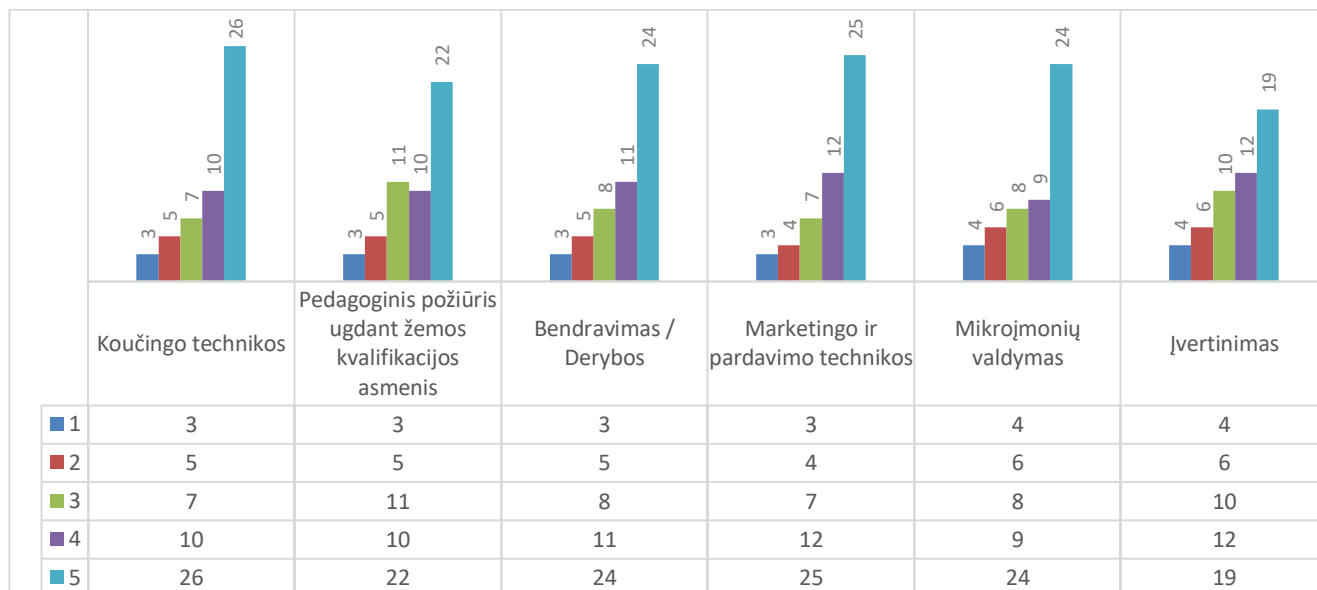
- Regiono gastrominės tradicijos išmanymas
- Mokymo/koučingo kompetencijos
- SVV valdymo išmanymas
- Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai.

	1	2	3	4	5
Geri planavimo ir organizavimo įgūdžiai	4	6	10	14	17
Geri pristatymo ir bendravimo įgūdžiai	3	7	11	12	18
Puikūs tarpasmeniniai įgūdžiai	3	5	12	15	16
Mokymo/koučingo kompetencijos	3	4	8	12	24
Domėjimasis istorija, kultūra, gastronomija ir žiniomis apskritai	3	6	9	12	22
SVV valdymo išmanymas	2	8	12	6	23
Krašto istorijos išmanymas.	2	7	11	13	18
Regiono gastrominės tradicijos išmanymas	3	7	8	7	26
Žinios apie turizmą	3	7	12	13	18
Žinios apie tvarumą	3	8	13	14	14
Kalbų mokėjimas	3	8	13	14	14
Savęs motyvacija ir entuziazmas	3	6	13	15	15
Aiški dikcija ir geri apibūdinimo įgūdžiai	4	12	11	11	14
Noras mokytis	3	8	13	12	16
Geras prisiminimas	5	14	11	10	13
Lankstumas	5	11	10	11	15
Viso:	52	124	177	191	283

Gastro-gido mokymo programa

Kaip buvo nurodyta šios apklausos pradžioje, ruošiamės sukurti Gastro-gido profesinį standartą ir mokymo kursą, padėsiantį jiems pasiruošti atlikti savo vaidmenį. Tuo tikslu, projekto konsorciumas sukūrė mokymo modulių rinkinį, kuris bus įtrauktas į kurso programą.

22. Prašome įvertinti žemiau išvardintus mokymo modulius pagal jų svarbą ir naudingumą ruošiant būsimus Gastro vadovus? (1 nėra svarbus / naudingas ir 5 yra labai svarbus / naudingas)



Apibendrinant – dauguma respondentų mano, kad visos žemiau išvardintos kompetencijos yra labai svarbios, ypač:

- Koučingo technikos
- Rinkodaros ir pardavimo metodai

	1	2	3	4	5
Koučingo technikos	3	5	7	10	26
Pedagoginis požiūris ugdant žemos kvalifikacijos asmenis	3	5	11	10	22
Bendravimas / Derybos	3	5	8	11	24
Marketingo ir pardavimo technikos	3	4	7	12	25
Mikroįmonių valdymas	4	6	8	9	24
Įvertinimas	4	6	10	12	19
Viso:	20	31	51	64	140

23. Ar yra kitų mokymo modulių, kurie, jūsų nuomone, būtų naudingi ruošiantis Gastro-gidams? Prašome išvardinti savo pasiūlymus

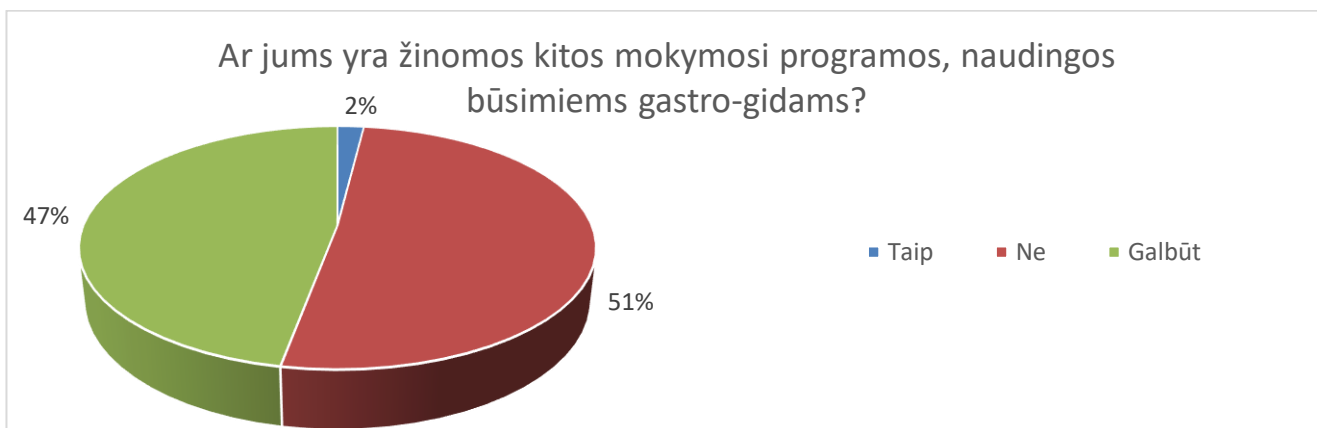
Gavome daug pasiūlymų įtraukti keletą papildomų mokymo modulių:

Koučingo mokymai
Klientų aptarnavimas
Apskaitos mokymai
Paslaugų valdymas, klientų aptarnavimas
Inovacijų turizmas
Kūrybiški turizmo paslaugų pardavimo sprendimai
Projektų valdymas
Kaip sukurti koučingo metodus, atveriančius galimybes asmeninei ir profesinei veiklai



Komunikacijos kultūra ir efektyvi vidinė komunikacija versle
Istorijų pasakojimo mokymas
Efektyvi reklama ir socialinė rinkodara
Vartotojų elgesys. Kaip pažinti potencialų klientą? Ko jis ieško? Kaip jį pritraukti?
Verslo problemų sprendimas
Strateginis verslo valdymas: jėga paremta veikla.
Klientų aptarnavimas ir bendravimas
Pedagoginės gastronominės žinios
Verslo plėtra ir valdymas
Turizmo svetingumo verslo mokymai
Koučingo technikos bendraujant su potencialiais klientais ir partneriais
Maitinimo organizavimas
Koučingas versle siekiant pelno
Derybų menas ir verslo vertinimas
Bendravimas su klientu, derybos su tiekėjais ir koučingo technikos asmeniniam ir profesiniam augimui, verslo plėtrai
Verslo pradžios mokymai
Tarptautinis verslas – kaip vietinį verslą paversti tarptautiniu
Turizmo rinkodara
Svetingumo verslo plėtra Lietuvos kaime
Koučingas verslo ir inovacijų srityje
Rinkodara turizmo versle
Verslo vertinimas
Mažų įmonių steigimas ir valdymas
Paslaugų pardavimas
Projekto rašymas
Koučingas
Ieškokite finansinių išteklių
Skaitmeninė rinkodara turizmo versle
Verslo vertinimas ir prognozavimas
Kaip rašyti projektus?
Finansinis raštingumas
Koučingas asmeniniam augimui ir bendravimui su klientais
Pedagoginė pagalba suprasti šią sritį
Pradėti smulkų verslą
Derybos
Pedagoginė pagalba mokantis personalo atrankos ir valdymo
Smulkaus verslo pradžia ir valdymas
Buhalterinės apskaitos žinios smulkaus verslo savininkams
Koučingas techniniame versle
Bendravimas ir derybos
Finansų valdymo mokymai
Viešas kalbėjimas, pasakojimas, pardavimas privatiems svečiams

24. Ar žinote apie kitas esamas mokymo programas (pagrindinėms ar išplėstinėms kompetencijoms), kurios galėtų būti naudingos ruošiantis gastro-gidams?



Šioje skiltyje paprašėme respondentų pasidalinti savo žiniomis apie esamus mokymo modulius, kurie galėtų būti naudingi ruošiant Gastro-Gidus...

25. Prašome pasidalinti mokymo programomis, apie kurias žinote ir kurios galėtų būti naudingos ruošiant Gastro-gidus, pvz. edukacinės programos, profesiniai kursai, neformalūs kursai ir kt.
1 atsakymas:

- Lojolos profesinės mokyklos mokymo programa „Kulinarijos menas“

Potencialūs Gastro-gidai

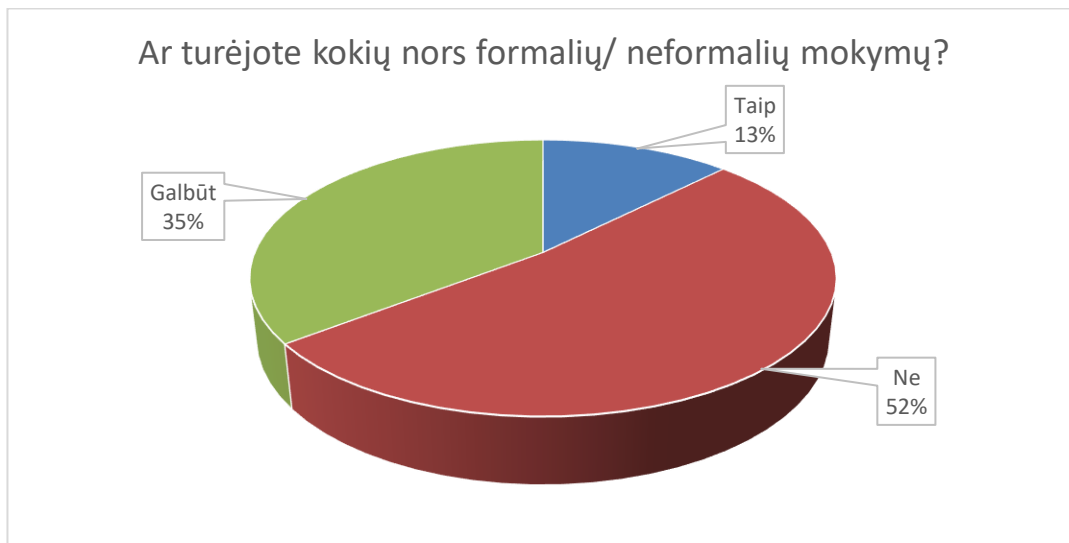
Šioje dalyje norėjome ištirti respondentų pasirengimą dalyvauti projekto veikloje ir Gastro-gido mokymo kursuose bei jų nuorodas į ankstesnius mokymų pasirinkimus.

26. Ar norėtumėte dalyvauti Gastro-gido mokymuose?



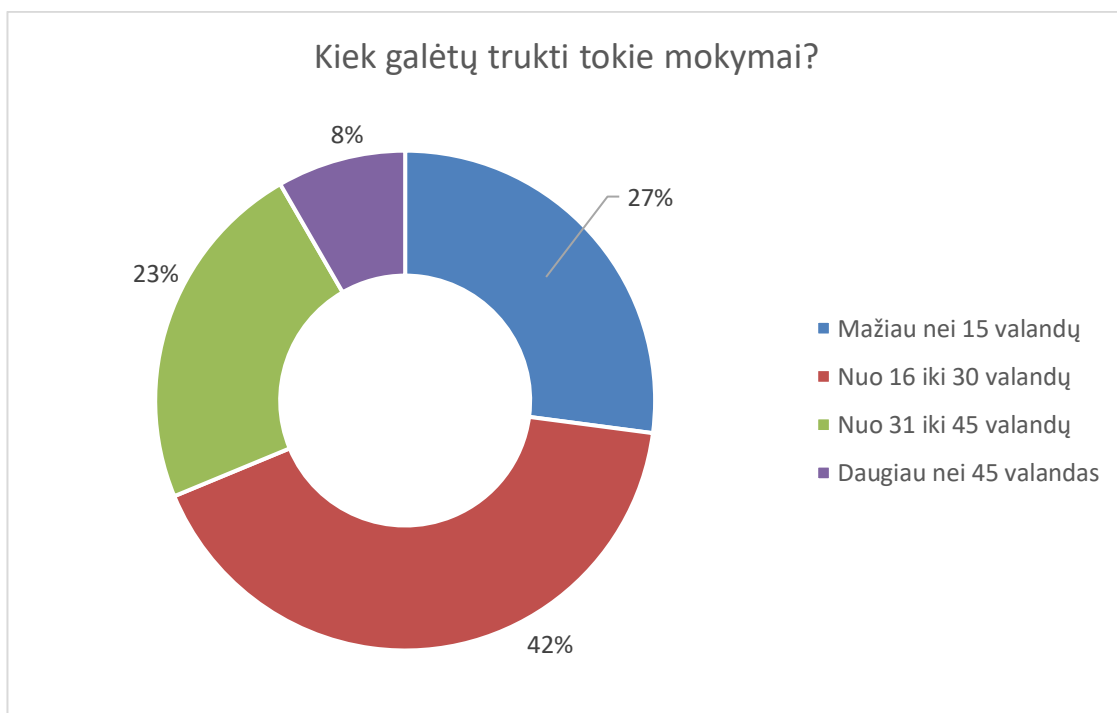
Daugiau nei pusė respondentų norėtų dalyvauti Gastro-gido mokymuose.

27. Ar dalyvavote kokiuose nors formaliuose/neformaliuose mokymuose, kurių metu įgyjate kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido standartui – pvz. bendravimo įgūdžiai, organizaciniai įgūdžiai, mokymo įgūdžiai ir kt.?



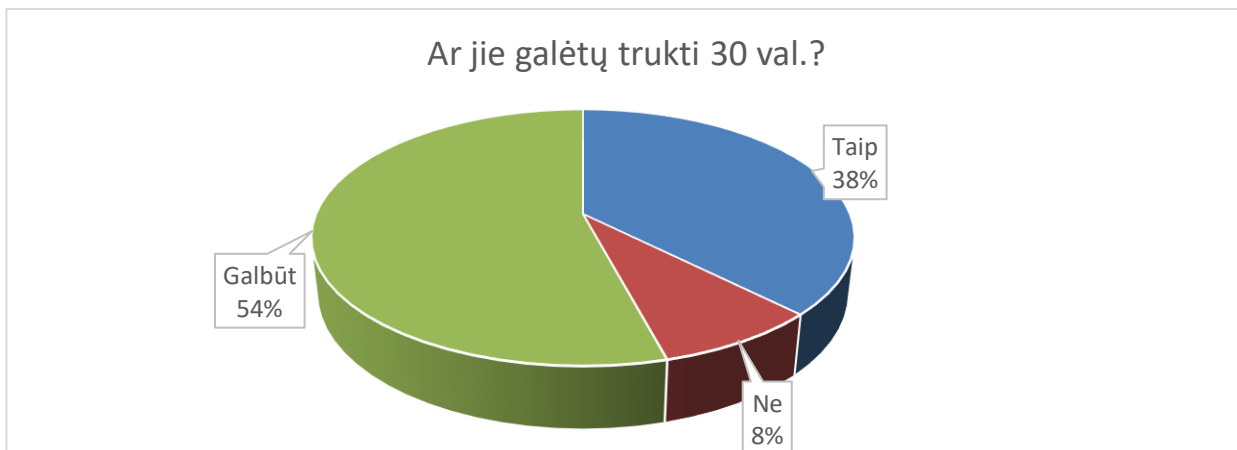
Dauguma respondentų (52,1 %) turėjo bet kokių formalų/neformalų mokymą, kuris leidžia įgyti kompetencijų, kurios galėtų būti naudingos Gastro-gido profiliui.

28. Kaip manote, kiek laiko būtų tinkamas laikas tokiems mokymams? (Prašome nurodyti priimtina mokymo valandų skaičių, atsižvelgiant į jūsų nuomonę)



Dauguma respondentų (41,7%) mano, kad optimalus laikas treniruotėms būtų nuo 16 iki 30 val.

29. Ar jūsu turimo laika pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-gido mokymo kursuose?



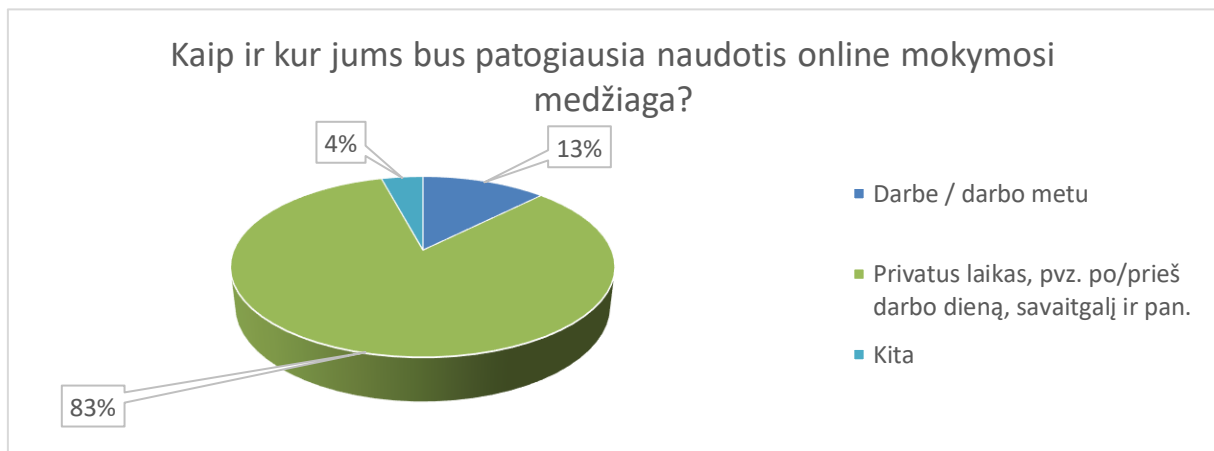
Dauguma respondentų (54,2%) nėra tikri, ar to laiko pakanka dalyvauti 30 mokymo valandų Gastro-gido mokymo kursuose.

30. Kiek laiko norėtumėte (ir galėtumėte) skirti tokiems mokymams?



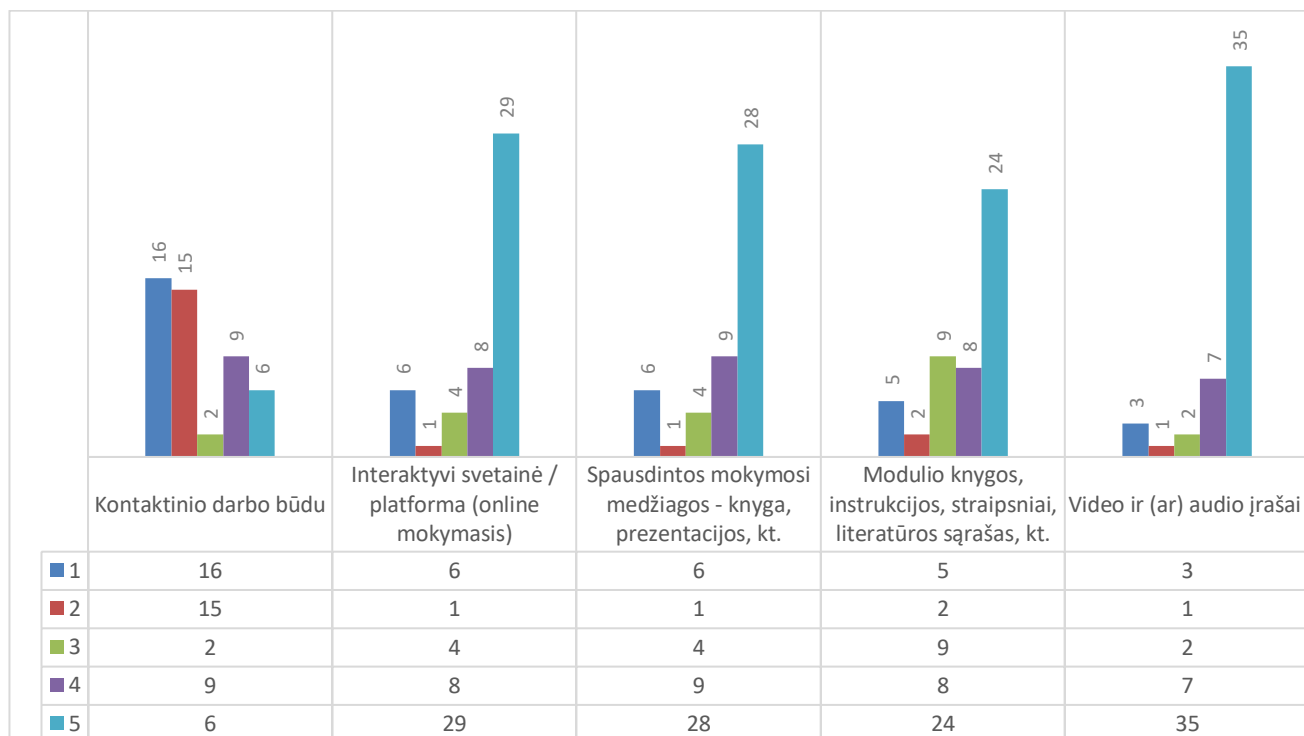
Dauguma respondentų (52,1 proc.) pasiruošę treniruotėms skirti kelias valandas per savaitę.

31. Kurioje aplinkoje galėsite naudotis GASTRO-GIDO mokymo medžiaga (internetu)?



83,3% respondentų galėtų naudotis GASTRO-GIDO mokymo medžiaga (internetu) privačiu laiku, pvz. po/prieš darbo dieną, savaitgalį ir kt.

32. Kaip norėtumėte gauti informaciją/mokymus šiomis temomis? (Prašome įvertinti siūlomus mokymo medžiagos tipus, kur 1-nepageidaujama, o 5- labiausiai pageidaujama)



Apibendrinant – dauguma respondentų mano, kad geriausias būdas gauti informaciją/mokymus yra per:

- Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga
- Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai internetu)
- Rašytinė mokymo medžiaga, pvz.: vadovas, vadovai, pristatymai ir kt.

	1	2	3	4	5
Mokymai akis į akį	16	15	2	9	6
Interaktyvi svetainė / platforma (mokymai internetu)	6	1	4	8	29
Rašytinė mokymo medžiaga, pvz.: vadovas, vadovai, pristatymai ir kt.	6	1	4	9	28
Modulio knygos, instrukcijos, gairės, straipsniai, skaitinių sąrašas ir kt.	5	2	9	8	24
Vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga	3	1	2	7	35
Viso:	36	20	21	41	122

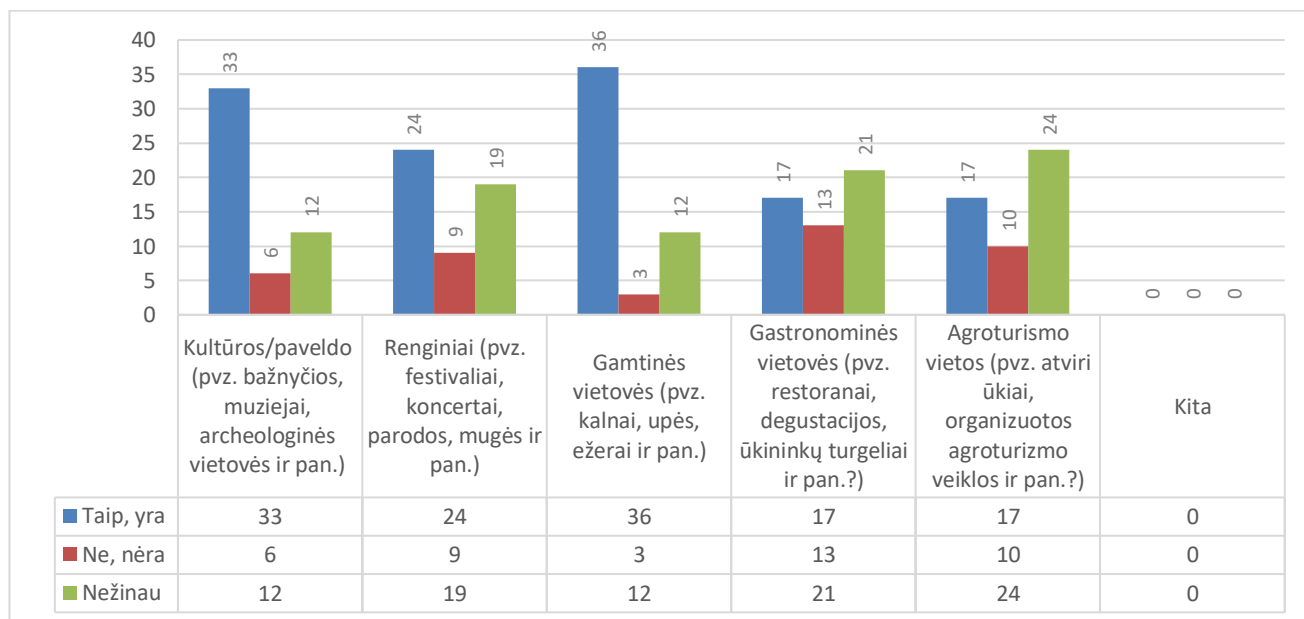
Vietos žinios ir potencialas

Šio skyriaus tikslas – nustatyti įdomias lankytinas vietas, kurias būtų galima aplankyti kaimo vietovėje.

33. Ar žinote kokių nors įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti jūsų kaime?
Prašome pažymėti savo atsakymus lentelėje.

	Taip, yra	Ne, nėra	Nežinau
Kultūros / paveldo objektai (pvz., bažnyčios, muziejai, archeologinės vietos ir kt.)	33	6	12
Renginiai (pvz., festivaliai, koncertai, parodos, mugės ir kt.)	24	9	19
Gamtos vietos (pvz., kalnai, upės, ežerai ir kt.)	36	3	12
Gastronominės vietos (pvz., restoranai, degustacijos, ūkininkų turgeliai ir kt.)	17	13	21
Agroturizmo objektai (pvz., atviri ūkiai, organizuota agroturizmo veikla ir kt.)	17	10	24
Kita			
Viso:	127	41	88

Dauguma respondentų nurodė, kad jų kaime yra įdomių lankytinų vietų, kurias būtų galima aplankyti ar apžiūrėti.

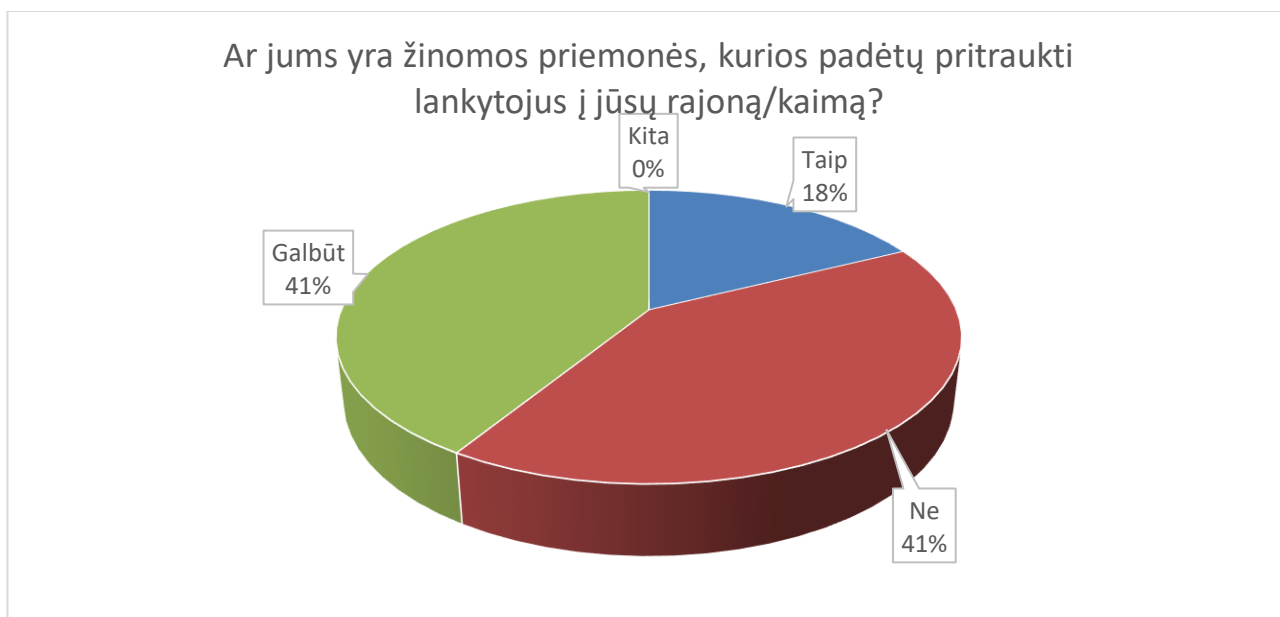


34. Pasidalinkite su mumis patraukliausiomis vietomis ar renginiais, kuriuos, jūsų nuomone, verta aplankyti jūsų kaime (jei yra):

- Gastro teatras ir degustacinė vakarienė
- Aukštaitiški patiekalai
- Griciūnų įvairių rūšių sūriai
- Kernavė
- Konkretiškai įvardinti negaliu.
- Kaimynų dienos
- Lietuviško maisto virtuvės restoranai Kaune, kaip Bernelių užėiga, Etno dvaras.
- Aš to nežinau. Aš tik pradėjau tuo domėtis.
- Nežinau

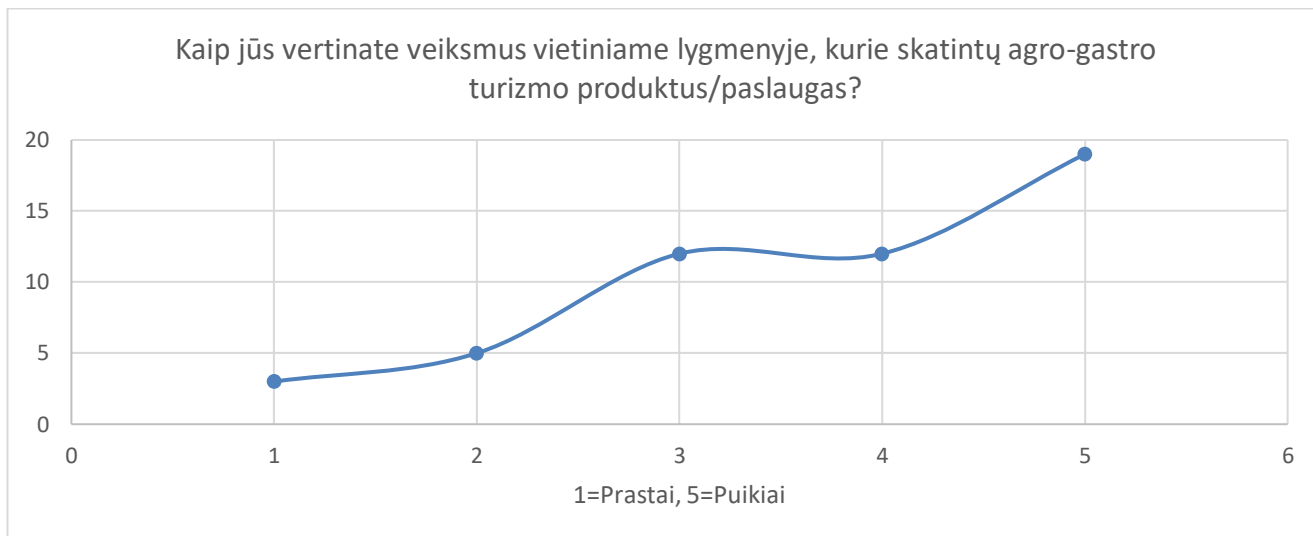
- Aš to nežinau.
- Dubingių muzikos festivalis, Molėtų miesto šventė
- Visvainiai – Beržoras – Laumalenkai – Žarėnai – Kūlio Dauba
- Dzūkijos krašto kulinarija
- Suvalkiečių pietų stalas
– Žuklių kaime gimsta paprasta ruginė duona, kurią kepa atestuotas meistras, kepėjas.
– Griciūnų kaime gaminama sertifikuota ožkų pieno varškė, rūkyti ir džiovinti sūriai
- Jovariškių kaime gaminami lietuviški sertifikuoti patiekalai, kurių receptūra jau virš 100 metų!
- ŽUVIES GAMYBOS MOKYMO PROGRAMA „Žuvies virimas“
– Midus gaminamas pagal senas gamybos tradicijas
- „Dzūkijos bulvių bandos“
- UGDOMOJI VEIKLA „Skanaukite Žemaitiją“
- UGDYMO PROGRAMA „Zanavykų ragaučius“
- LIEJŲ, MORKŲ SALDAMIŲ IR STIKLO GAMYBOS MOKYMO PROGRAMOS
- GILIOS KAVOS, ŽOLOLIŲ MIŠINIŲ IR ARBATOS DEGAVACIJA „Arbatos kelias Anykščiuose“
- „BISKVITO KEPIMO MOKYMAS“
- „Šakelė“ yra šventinio stalo karalius.
– Amatininkas – diplomuotas tautodailininkas ne tik gamina originalius medžio dirbinius, bet yra įkūręs Amatų centrą, kuriame veda edukacines veiklas norintiems susipažinti su medžio drožybos paslaptimis.
– Amatininkė turi ir muilo gaminto, ir vilnos vėlimo amatų mokymo programas
– Utenos medžio drožėjas, kolekcininkas, prieš kiek daugiau nei 10 metų įkūrė Senovinės buities muziejų, kuriame vietos užtenka ne tik seniems savo istoriją turintiems įrankiams, keramikai, bet ir kūrėjo raižiniams.
- Paveldo sodas
– Keliaudami po Utenos rajoną nepraleiskite progos ir aplankykite etnografinį kaimą Strazduose.

35. Ar žinote apie kokias nors reklamines veiklas, kurias vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jūsų regioną/kaimą?



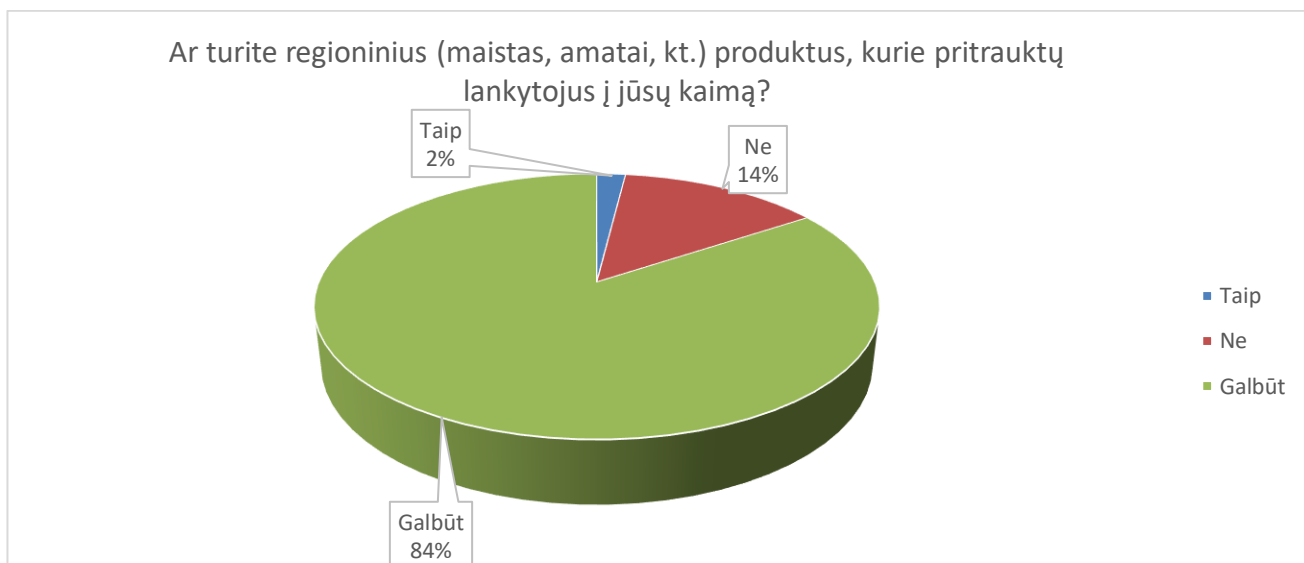
Dauguma respondentų (41,2 %) teigė, kad nežino apie jokiais reklamines veiklas, kurias būtų vykdomos siekiant pritraukti daugiau lankytojų į jų regioną/kaimą arba nėra dėl to tikri (41,2 %).

36. Kaip vertinate veiksmus, kurių imamasi vietos lygmeniu reklamuojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas? Prašome nurodyti savo atsakymą naudodami skalę, kurioje 1- yra prastas, o 5 - yra puikus.



Dauguma respondentų (37,3%) yra patenkinti veiksmais, kurių imamasi vietos lygmeniu propaguojant agro- ar gastronomicinio turizmo produktus/paslaugas.

37. Ar yra kokių nors regioninių (maisto, amatų, kt.) produktų, kurie galėtų pritraukti lankytojus į jūsų kaimą?

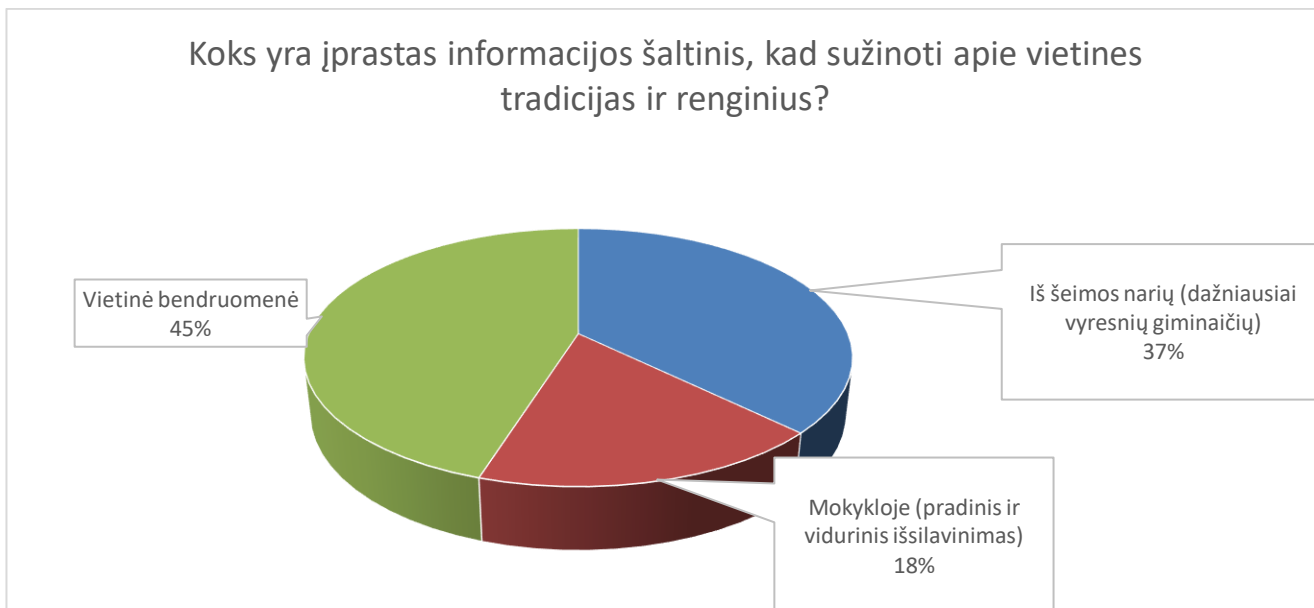


Dauguma respondentų nežino regioninių produktų.

38. Jei taip, pasidalinkite tais, kurie, jūsų nuomone, yra vertingesni ir, jūsų manymu, yra žinomi regione, bet nežinomi pasaulyje:

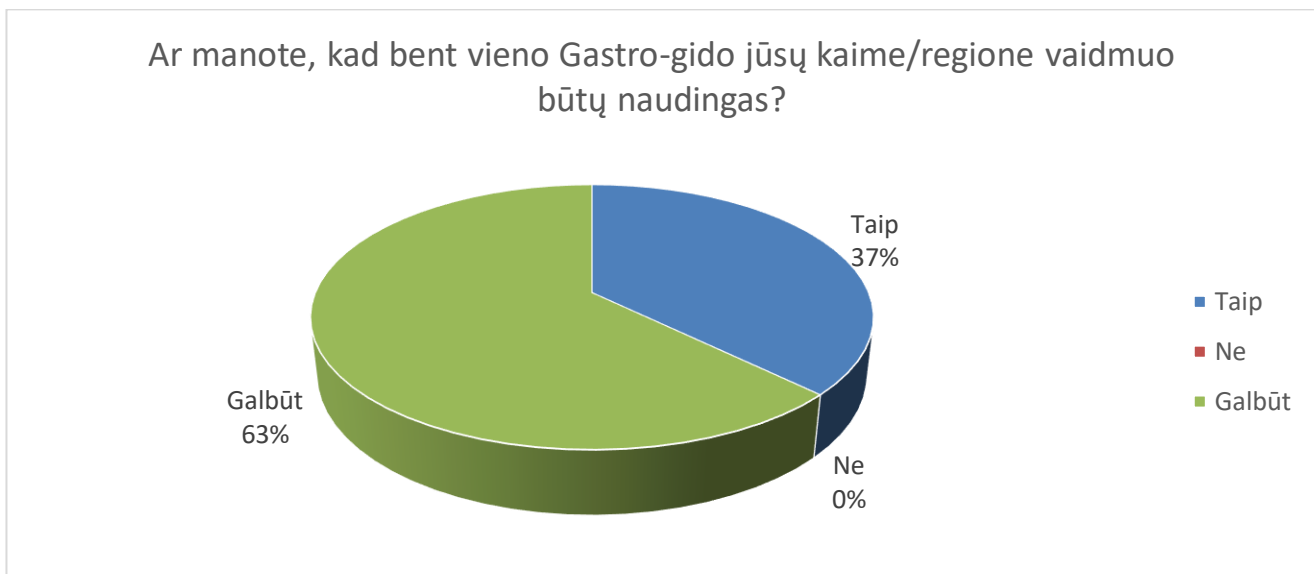
- Metalo darbai
- Šakelių gamyba
- Skruzdėlynai

39. Koks yra įprastas informacijos šaltinis, kai reikia įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas?



Pagrindinis informacijos šaltinis norint įgyti žinių apie vietos tradicijas ir lankytinas vietas, kaip dažniausiai (45,1%) atsako šeimos nariai (vyresni giminaičiai). Mažiausiai informacijos renkami mokykloje (17,6 %).

40. Ar manote, kad Gastro-gido vaidmuo bus naudingas, jei jūsų kaime/regione būtų bent vienas?



Respondentai sutinka, kad Gastro-gido vaidmuo bus naudingas, jei kaime/regione būtų bent vienas. Nė vienas iš jų to neneigė.

41. Jei taip, pasidalykite, kaip, jūsų nuomone, Gastro-gidas būtų naudingiausias jūsų šalies kaimo vietovėms?

Pritraukti naujų žmonių į kaimą per renginius, degustacijas ir pan.
Tai suteiktų gyvybės kaimo vietovėms, pritrauktų daugiau turistų ir gyventojų, skatintų verslumą, mažėtų kaimo nedarbingumo lygis.
Manau, tai paskatintų daugiau galimybių gyventi kaime plėtoti savo verslą.

Manau, vietinis maistas galėtų būti įtrauktas į vietinių sodybų valgiaraštį ir taip pritraukti keliautojus, tyrinėjančius vieną ar kitą regioną.
Manau, kad Gastro gidas būtų puiki priemonė pajvairinti turizmo paslaugas ir prisidėtų prie darnios turizmo plėtros atokiose Lietuvos vietovėse, kadangi miestai jau užsiima vienokia ar kitokia susijusia veikla.
Tokios tradicijos kaip vietinė maisto kultūra būtų išsaugotos ir puoselėjamos. Vietiniai ne tik turėtų įdomios veiklos, bet ir galėtų burtis į bendras dirbtuves, taip kurdami gastro klasterius ir turėdami galimybę užsidirbti kaime.
Taip būtų išsaugotos tradicijos.
Tai išplėstų asortimentą ir padidintų pasiūlą mano šalies lankytojams.
Skatinti verslumą ir platesnį požiūrį į verslo galimybes.
Tradicijos ir galimybė atsigręžti į praeitį bei pamilti kaimą būtų perduotos jaunimui.
Gal ir anūkus paskatinčiau domėtis kulinarija
Norėčiau panaudoti savo fotografinius įgūdžius įamžinti gastrono istoriją, galbūt padaryti parodą ar išleisti leidinį. Taip plačiai paskleisčiau žinią. O ir aš norėčiau su šeima puoselėti tėvystės kainų tradiciją, perduoti ją vaikams, anūkams, o gal pradėti savo verslą.
Tai pritrauktų užsienio lankytojus ir padidintų Lietuvos reputaciją pasaulyje.
Kadangi dabar dominuoja kaimo turizmas su apgyvendinimu, būtų malonu plėsti paslaugas ir turėti savo šalies virtuvę tose pačiose kaimo vietovėse.
Gastro projektas ne tik suteiktų naujų žinių, kompetencijų ir veiklos galimybių, bet ir pajvairintų dabar Lietuvoje randamus išsilavinimus.
Tai būtų naujovė.
Tai būtų kažkas naujo kaime.
Mums, kaip kaimo turizmo atstovams, būtų naudinga išmokti dar vieną verslo šaką, kurią norėtume plėtoti ir taip didinti savo šalies žinomumą.
TA suteiktų galimybių naujai veiklai ar papildomai sezoninei veiklai.
Tai paskatintų jaunimą grįžti į kaimą, tęsti senolių tradicijas, didinti krašto žinomumą.

42. Jei dar kuo nors norėtumėte pasidalinti su mumis, naudokite žemiau esančią vietą:

Vienas iš respondentų parašė:

Manau, labai svarbu didinti gastroturizmo žinomumą Lietuvoje. Būtų labai dėkingas tinkamas viešinimas ir reklama, nes tai nėra įprasta veikla Lietuvoje, bet labai populiari pasaulyje.

Trumpa apklausos analizė

Atlikę šią apklausą galime teigti, kad didžioji dalis respondentų yra suinteresuoti dalyvauti Gastro-gido mokymuose.

Dauguma respondentų mano, kad mokymai turėtų trukti 16-30 valandų.

Dauguma respondentų norėtų dalyvauti „Gastro-gido“ mokymuose ir šiems mokymams turėtų skirti kelias valandas per savaitę.

Dauguma respondentų mano, kad geriausias būdas gauti informaciją / mokymus yra vaizdo įrašai ir įrašyta medžiaga.