



Co-funded by
the European Union



GASTRO-GUIDE



ДОКЛАД ЗА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ

ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНИЯ ПРОФИЛ И НУЖДИТЕ ОТ ОБУЧЕНИЕ НА ГАСТРО- ГИДА

Испания, Италия, Гърция, Литва, Полша,
България



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA





Съдържание

ВЪВЕДЕНИЕ	3
Проучване на съществуващата ситуация в селските райони на участващите страни (A1)	8
Резултати от проучването, проведено в селските райони (A2)	13
Консолидиран доклад (на ниво консорциум)	15
Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите	15
Профил на Гастро-гида	28
Курс за обучение за гастро-гид	32
Потенциални Гастро-гидове	35
Местни познания и потенциал	38
Национален доклад – Испания	48
Национален доклад – Гърция	74
Национален доклад - България	92
Национален доклад – Полша	109
Национален доклад - Италия	127
Национален доклад – Литва	149



ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящият документ е разработен в рамките на проект „**GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията**“, Референтен номер 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772, който е финансиран по програма Еразъм+ на Европейската комисия.

Той представлява първия резултат от проекта (РП1) и обобщава резултатите, заключенията и констатациите от процеса на идентифициране на професионалния профил и нуждите от обучение на гастро-гида.

Контекст на проекта

Проектът, споменат по-горе (наричан на кратко „Проект Gastro-Guide“) е предназначен да предложи решения на съществуващи проблеми, свързани с развитието на селските райони, които се простират отвъд националните граници на отделните страни в Европа. Финансовите инструменти на ЕС, насочени към подпомагане на регионалното развитие – и по-специално тези, прилагани за селските райони в държавите от ЕС – са по-фокусирани върху административните и инфраструктурни инвестиции и подобрения. Необходими са допълнителни усилия, когато става дума за развитие на местните общности и подобряване на благосъстоянието на населението в тези райони. То предполага инвестиции в образование и обучение, както и развиване на предприемачески умения у местните хора, за да намерят своето място на пазара на труда. Ето защо проектът Gastro-Guide използва ресурси, които вече съществуват в селските райони в страните партньори, като: културно, историческо и гастрономическо наследство; туристически забележителности и природни дадености; традиции в земеделието и хранително-вкусовата промишленост; неурбанизирана зелена и безопасна среда и т.н. Въпреки че обикновено местните хора пазят всички тези знания и традиции и се гордеят с тях, те често остават непознати за хората извън конкретния регион. Имайки предвид всичко това, проектът Gastro-Guide ще се фокусира върху подготовката на местни „посланици“, които да комуникират и популяризират тези съкровища пред останалия свят.

Разбира се, най-краткият начин да се възползвате от уникалните местни ресурси е да ги направите публични. В това отношение, ролята на туризма за устойчивото развитие на селските райони и местната икономика като цяло, особено в следпандемична ситуация, е безспорна. Туризмът предоставя много възможности за работа на безработни, които искат да влязат отново на пазара на труда и е най-големият работодател за млади хора, нискоквалифицирани работници или работници на непълно работно време и жени. Изследванията обаче показват, че има липса на предприемачески дух за успешно развитие на селските райони, особено сред по-младите поколения, които смятат работата в туристическия сектор за непривлекателна, поради ниските заплати и ограничените перспективи. В допълнение, липсата на обмен на информация и координация между местните участници често представлява значителен недостатък за развитието на инициативите за селски туризъм.

За да се преодолее този недостиг на бизнес умения и вътрешно и външно сътрудничество и да се допринесе за развитието и подобряването на селския туризъм, проектът Gastro-Guide стартира през февруари 2022 г. Консорциумът по проекта обединява 9 партньора - организации от Северна, Южна и Централна Европа от 6 страни - за **разработване на нов професионален профил на треньор, който обучава хората в необлагодетелстваните селски райони в Европа как да рекламират собственото си населено място и да посрещат посетители**. Консорциумът обединява партньори с разнообразен опит: работа в посока развитието на селските райони, експертиза в разработването на обучителни материали,

„**GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията**“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



както и на педагогическите методики и подходи. Екипът обединява центрове за професионално обучение, университет, колеж, малки предприятия, асоциация на жени и социални партньори от Испания, Гърция, Полша, Италия, Литва и България под вещото ръководство на Търговската камара в Теруел, Испания.

Целта на проекта е двупосочна: от една страна, той има за цел да подобри условията на живот в селските общности, чрез популяризиране на тяхното природно и културно наследство, като по този начин повишава обществения интерес, а от друга страна - предоставя възможности на маргинализираните групи от хора да навлязат на пазара на труда.

Ролята на гастро-гида

Нашата цел в рамките на тази инициатива е да създадем нов професионален профил за „Гастро-Гид“ като експерт, който ще подпомага развитието на местните общности и ще допринесе за устойчивостта на селските райони, чрез образование и популяризиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономия. Дейностите ще бъдат съсредоточени в селските райони в партньорските държави, в опит да се популяризира автентичното културно наследство в селата и начинът на живот, близък до природата. За целта, проектът първо ще се фокусира върху разработването на **нов професионален профил** на гастро-гида.

Какво ще правят Гастро-гидовете?

Нашите гастро-гидове ще имат 2 основни роли:

- 1) Те ще играят ролята на наставници като предоставят подкрепа на местните жители в селата, чрез провеждане на обучения и като ги насърчават да бъдат предприемчиви в създаването или управлението на малък/семеен бизнес, който се базира на използването и промотирането на местните ресурси като, в същото време, носи ползи не само за собственика, но и за общността като цяло. Гастро-гидът ще има за задача да образова местните жители и да ги подкрепя в създаването на малки стопанства, да отглеждат местни сортове растения, да произвеждат кулинарна продукция от собствени насаждения, да ги насърчава да съхраняват автентичните храни, като цяло, и да промотират използването на местни продукти в ресторантите, с цел запазване на качествена местна кухня. Освен това, Гастро-гидът ще може да идентифицира перспективите пред развитието на агро и кулинарния туризъм в своя регион и ще препоръчва конкретни мерки за подобряване на инфраструктурата, за предлагане на атрактивни туристически услуги като напр.: насърчава местните жители да реновират стари къщи и да предлагат настаняване в автентична атмосфера, стимулира ги да проявяват креативност и да превърнат местните обекти, ритуали и занаяти в туристическа атракция и т.н.
- 2) На второ място, Гастро-гидът ще действа като местен екскурзовод, който има знанията и способностите да привлича туристи в региона и, по един атрактивен начин, да информира посетителите за културата, гастрономията, местните хранителни продукти, наследството и др., с цел популяризиране на селото и повишаване на неговата привлекателност.

Преглед на съществуващата широкодостъпна литература по отношение на компетенциите и уменията в селския туризъм показва, че тя е доста оскъдна и фрагментирана. Изследванията показват, че има пропуски по отношение на рамката от компетенции, необходими на мениджърите в селския туризъм, за да се отличат на фона на съвременната конкурентна туристическа и бизнес среда. Освен това, „GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



туризмът е много сложна област, интегрираща широк набор от знания, умения и нагласи, които са необходими, за да се развие, подобри и поддържа туристически бизнес (особено в селски райони).

Новият професионален профил на Gastro-Guide ще допринесе за попълването на тези пропуски, като обучава предприемачите в селските райони и хората, живеещи в селските общности. Той организира учебни дейности с фокус върху усещания, вкусове, аромати, кулинарни практики, преживявания и нови открития - като похвати, използвани в обучението, помага на селските жители да излязат на пазара на труда, като подкрепя инициативите на групи в неравностойно положение, сред които са основно жените, младите хора и безработните. По този начин селата ще се обособят като своеобразни учебни пространства, в рамките на които чрез неформално и формално обучение, и чрез поставяне на конкретни педагогически цели и методология, базирани на опит или реална лична практика, нашите „Гастро-гидове“ ще поемат ролята на обучаващи.

Освен това, проектът ще разработи **специализиран курс за обучение** за подготовка на гастро-гидове, които ще работят в своите региони. Учебната програма, която ще бъде разработена в рамките на проекта, ще включва 5 модула за обучение, покриващи нуждите от обучение на гастро-гида и ще доведе до сертифициране на придобитите знания, умения и компетентности. Модулите ще бъдат подходящи за хибридна форма на обучение (присъствено и дистанционно), и са фокусирани върху усвояването на теоретични знания, в т.ч. коучинг техники, инструменти и процеси, както и придобиване на практически умения по идентифициране и промотиране на гастрономията и културата (наследство, традиции, обичаи) на селския район. Теоретичните постановки ще бъдат представени под формата на интерактивни обучителни материали, достъпни за обучаващите се в курса чрез платформата за електронно обучение, а практиките примери и насоки са подбрани така, че да са приложими за всеки селски район, независимо от държавата, в която се намира.

В заключение, целта на проекта не се ограничава само до разработването на професионален профил и курс за обучение на гастро-гидове, но се стреми да създаде и Европейска общност на гастро-гидовете, свързана чрез интерактивна уеб платформа - Селско образователно пространство (Rural Educational Area/REA). REA ще служи като пространство за неформално обучение, където настоящи и потенциални гастро-гидове могат да се консултират с видеоклипове, педагогически ресурси, обучения и където студенти, експерти, учители могат да дебатираат по различни теми. Партньорите по проекта, също така, ще представят разработената програма за обучение на редица публични и частни институции в рамките на системата за професионално образование и обучение (ПОО), достигайки до професионалистите, от една страна, и до лицата, вземащи решения - от друга.

Цел на проучването

Тъй като една от основните цели на проекта Gastro-Guides е да се **разработи нов професионален профил за треньори в областта на гастрономията и културния туризъм в селските райони – гастро-гидове** – първата стъпка беше да се разпознаят и анализират специалните нужди и ниво на компетенциите, необходими за бъдещите гастро-гидове като професионалисти.

За тази цел, консорциумът по проекта инициира широко проучване за **идентифициране на нуждите от обучение на новия професионален профил**, което ще насочва по-нататъшните дейности по разработване на курса, и ще постави основата за разработването на цялостна учебна програма за гастро-гидовете. Ето защо **докладът за текущото състояние** анализира моментната ситуация в страните-партньори и, въз основа на констатациите и заключенията, очертава ключовите характеристики и предпоставки за развитието на профила на Гастро-гида.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Методология на проучването

За да потвърдят предварителните констатации от проучванията, идентифицирани в хода на разработване на проекта, партньорите се обединиха около обща изследователската концепция и методология за провеждане на изследването и изготвяне на настоящия доклад.

➤ Географски обхват на изследването:

Изследването е проведено от 9 организации–партньори по проекта, като са събрани и анализирани данни за следните 6 държави:

- Испания
- Италия
- Гърция

- Литва
- Полша
- България

Проучването беше фокусирано върху селските райони във всяка участваща страна.

➤ Целеви групи:

Изследването обхваща ключовите целеви групи, които бяха идентифицирани по проекта: микропредприемачи, социални предприемачи, фермери, кулинарни професионалисти, жени, безработни, културни гидове и др.

➤ Етапи на изследването:

Идентифицирането на професионалния профил и нуждите от обучение на гастро-гида беше осъществено в периода април 2022 г. - май 2022 г. и беше организирано в 3 етапа:

- проучване на съществуващата ситуация в селските райони на участващите страни;
- проучване на терен с помощта на моделни въпросници;
- изготвяне на доклад за състоянието за всички страни-партньори.

По-долу представяме подробности за всяка стъпка от изследователския процес:

Етап 1:

Проучване на съществуващата ситуация в селските райони на участващите страни

Първият етап беше проведен от назначени експерти в партньорските организации по проекта, които проведеха кабинетно проучване на текущата ситуация в страните-партньори по проекта. В резултат на това, изследователските екипи в Испания, Италия, Гърция, Литва, Полша и България разработиха т.нар. национални доклади, които обобщават резултатите и изводите по отделни държави/региони. Събраните данни и заключения бяха организирани в консолидиран сравнителен доклад, отразяващ текущата ситуация в страните партньори.

Докладът (A1) съдържа информация относно:

1. Обща информация за държавата, в т.ч.:

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията”, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



- Информация за селските райони и туристическото предлагане: икономика и географска специфика на регионите; туристически данни и тенденции (вкл. в селския и гастро туризъм), проследяване на еволюцията на потребителското поведение и др.;
- Потенциал на селския и гастро-туризъм: преглед на популярни обекти, подходящи за селски и гастро-туризъм;
- Профил на потенциалния обучаем;
- Съществуващите възможности за ПОО в областта на образователния (и професионалния) профил на гастро-гида.

2. Литературен преглед

- Преглед на литературата, въз основа на библиографско изследване на съществуващата налична информация: статии, книги и обща литература, в областта на образователния профил на лицата, изпълняващи функциите и/или длъжностите учител/треньор/ментор, но специализирани в работа с групи в неравностойно положение.

Етап 2:

Проучване в областта на селските райони

Във вторият етап, партньорите по проекта проведеха действително теренно проучване, като разпространиха предварително съгласуван моделен въпросник, целящ да оцени ситуацията в селските райони в страните-партньори. Въпросниците бяха фокусирани върху нормалния живот в селските райони, заетостта и безработицата, местните традиции и храни, местните продукти и популярните местни ястия и др.

Целевите групи, обхванати от проучването, бяха учители/преподаватели, местни предприемачи, жени, безработни, млади хора, които остават в селото и харесват селския живот, възрастни хора с познания за традициите в гастрономията и местната диета, историята на областта, митовете и обичаите.

Резултатите, събрани чрез въпросниците, бяха анализирани от партньорите и бяха изготвени доклади за всяка от страните. **Моделът на въпросника** на английски език, както и на националните езици на партньорите по проекта (испански, италиански, литовски, полски, гръцки и български) могат да бъдат намерени като приложения към настоящия доклад.

Етап 3:

Изготвяне на доклад за състояние

Последният етап от разработването на РП1 беше фокусиран върху разработването на текущия доклад за текущото състояние, въз основа на сравнението и анализа на националните доклади на партньорите и проучването от първите два етапа. Докладът е изготвен от българския партньор Асоциация Кулинарни изкуства и гостоприемство (АКИГ) - като отговорен партньор за разработването на продукта - и представя данните и анализа на резултатите от докладите по държави, предоставени от партньорите, както и основните констатации и заключения.

Най-важното постижение на проведеното изследване и проучването по държави е идентифицирането на уменията и компетенциите, които са необходими на гастро-гида като учител/треньор/ментор. В допълнение,



докладът подчертава хомогенните нужди от обучение на бъдещия Гастро-гид, които ще служат като основа за разработването на учебната програма и професионалния профил в следващите дейности по проекта.

По-долу са обобщени резултатите от двата етапа на изследването:

Проучване на съществуващата ситуация в селските райони на участващите страни (A1)

Въз основа на националните доклади от кабинетното проучване на текущата ситуация в партньорските държави беше изготвен отделен документ под формата на доклад за сравнителен анализ на ниво консорциум. За да не дублираме представената там информация, в рамките на текущия доклад ще подчертаем само основните констатации и изводи, извлечени от партньорите:

Наблюдения:

- Партньорите стигнаха до извода, че в някои страни е трудно да се намери официална надеждна информация за икономическите характеристики на селските райони в частност. Следователно информацията, достъпна на секторно или национално ниво, беше съпоставена с териториалния обхват, и по този начин информацията беше анализирана, за да може да се сравнят данните по отделните държави;
- Демографските характеристики на населението в селските райони варират в отделните страни, но има някои общи характеристики като:
 - по-висока средна възраст на населението в селските райони - в сравнение с нивата за страната и/или за градските райони;
 - по-ниска безработица - в сравнение с нивата за страната и/или за градските райони;
 - по-ниско средно ниво на образование на местните жители - в сравнение с нивата за страната и/или за градските райони.

Общи изводи:

В тази връзка, бяха направени някои интересни заключения при сравняването и анализирането на средните нива на различните показатели между страните. В търсене на обяснение за различията бяха очертани следните факти:

- Нивото на безработица в селските райони в страните на партньорите варира в зависимост от регионите, но като цяло безработицата в селските райони е по-ниска, често поради:
 - Много възрастни хора, които живеят там и се считат за група, невключена в/извън активната работна сила – поради възрастта за пенсиониране тези хора не се вземат предвид при определяне на степента на безработица, тъй като спадат към населението, което не е активно на пазара на труда;
 - Населението в селските райони е заето преимуществено със селскостопанска дейност;
 - Хората, които активно търсят работа и живеят в селата, често се местят в по-големите градове, с цел по-добри възможности за работа;
 - Много хора, живеещи в селските райони, са избрали селото и близкия до природата начин на живот и, тъй като сами задоволяват нуждите си, чрез собствено производство на храна, не се считат за безработни или търсещи работа.
- Селското стопанство в селските райони е преобладаващият сектор на заетостта:
 - Допринася за между 25% и 57% от БВП (в различните страни);



- Нивата на заетост на населението в селското стопанство в селските райони са между 33% и 66%, в сравнение с нивата на ниво държава, където средният процент варира между 12% и 29% за отделните страни.
- Туризмът в селските райони не е добре развит:
 - Допринася за между 3% и 7% от броя на пристигащите туристи (в различните страни) – в сравнение с националните нива, където туризмът представлява между 7% и 21% от БВП;
 - Настаняването се предоставя от (предимно) къщи за гости и различни от хотелски дейности;
 - Храната се осигурява от малки местни ресторанти, заведения за хранене или директно ферми.
- Хората са привлечени от селските райони най-вече заради възможностите за:
 - наслаждаване на природата по отговорен начин (екотуристи);
 - наслаждаване на продукти и услуги от местни фирми и производители;
 - „потопяне“ в местната култура и общуване с местните хора;
 - изживяване на селския начин на живот;
 - опитване на местна/традиционна храна и местната кухня;
 - посещение на тематични събития и забележителности;
 - участие в дейности с преживявания и др.

Предизвикателства:

В допълнение към основните констатации относно геодемографските и социално-икономически характеристики на населението, живеещо в селските райони, бяха идентифицирани някои ключови места за интервенция, които се считат за предизвикателства пред националните и регионалните политики. Сред тях са:

- Необходимост от подобряване на инфраструктурата (вкл. туристическа инфраструктура);
- Ниско ниво на образование на местното население;
- Ниско ниво на информираност на (потенциалните) посетители;
- Ограничен достъп до съвременни технологии;
- Ограничен достъп до работа;
- Недостатъчно туристически агенции, специализирани изключително в селски или гастро-туризъм;
- Нарастващи иновации, бърза модернизация и много нововъзникващи предизвикателства пред развитието на туризма, изискващи висококвалифицирана работна сила;
- Устойчивото развитие на туризма като тенденция/ангажимент и др.

Предимства:

Въпреки това, считаме, че има място за развитие на селските райони чрез агро и гастро-туризъм, въз основа на идентифицираните предимства и установените положителни факти, ресурси и дадености като:

- Съхранени знания за традициите;
- Близък до природата начин на живот (чиста храна и околна среда);
- Спокойна и релаксираща атмосфера;
- Гостоприемни местни хора;
- Силна местна общност;
- Персонализирано изживяване за посетителите;
- Повишен интерес на посетителите към типичните местни продукти и хора;
- Нови стратегии на национално/местно ниво за насърчване на агро- и гастрономическия туризъм в селските райони или развитие на селските райони като цяло и др.



Недостатъци:

При изготвянето на насоки и мерки за развитие на селските райони, обаче, трябва да се вземат предвид и следните недостатъци:

- Застаряване на населението в селските райони;
- Миграция към градовете;
- Състезание с времето – съществуващ риск от загуба на знанията;
- Бавна модернизация на инфраструктурата (включително ИКТ) в някои страни в селските райони и др.

Възможности:

Ключова възможност за насърчаване на развитието на селския туризъм и подобряване на живота на местните жители, според резултатите от проучването, партньорите идентифицираха по отношение на разнообразяване и ре-дизайн на традиционните туристически предложения, а именно: разработване на **персонализирани туристически пакети/услуги**, като напр.:

- Селски дейности – полеви дейности, демонстрации, отваряне на ферми/мелници/винарски изби за посетители;
- Възраждане на местните гастрономически традиции и занаяти;
- Събития (кулинарни и културни фестивали, панаири, изложби, готварски класове/работилници, концерти и др.);
- Предлагане на преживенчески туристически атракции и др.

Поради голямото количество хранителни и винени „съкровища“, неизвестни за момента за „външните посетители, считаме, че има голям потенциал за подобряване на туризма, свързан с кулинарното и гастрономическо наследство в селските райони.

Потенциални потребители на обучението за Гастро-гид

Друг аспект на изследването, беше да се направи опит за идентифициране и оценка на потенциалните потребители на резултатите от проекта, и в частност – на обучението, което ще бъде разработено в подкрепа подготовката на гастро-гидовете. След преглед на съществуващите ресурси, партньорите установиха следните групи или лица, които могат да се възползват от разработените по проекта материали и инструменти:

- обучители в курсове за професионално обучение или учители в системата на образованието;
- местни предприемачи;
- служители на местни сдружения в селските райони или местни общности, които вече са ангажирани с популяризиране на територията;
- служители на местните публични органи, установени в селските райони;
- безработни (особено млади хора), извън образование, обучение и заетост (NEETs), живеещи в селските райони;
- хора, които обмислят да се преместят от града на село, с достатъчно ентузиазъм, средства и потенциални идеи за развитие на малък местен бизнес;
- хора на различна възраст: от млади семейства или необвързани - до възрастни хора с познания за традициите и опит;
- мениджъри или други специалисти от градовете, желаещи да започнат нов начин на живот или да разработят бизнес в селските райони.

Разбира се, някои от тях, в допълнение към предварително определените в проекта целеви групи, ще бъдат адресирани в по-нататъшни дейности по комуникация и разпространение, за да бъдат включени в проекта, както и да бъдат информирани за бъдещи инициативи и възможности.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Възможности и предложения за професионално образование и обучение (ПОО) в страните партньори

Тъй като курсът за обучение за Гастро-гидове е насочен към създаването на професионалисти, планира се той да бъде установен в рамките на системите за професионално образование и обучение (ПОО) в страните партньори. Това изисква и предварително проучване на съществуващите предложения за ПОО в страните, представени в консорциума на Gastro-Guide, както и събиране на знания за организацията и функционирането на системите за ПОО като цяло. Причините, поради които беше засегната и тази част в изследването, са:

- да се избегне дублирането на структурата и съдържанието на обучителния курс за Гастро-гид с други съществуващи образователни/обучителни програми;
- да се идентифицират и проучат добри примери и практики за дизайн и организация на курсове за обучение с подобно съдържание, обучаеми и/или параметри;
- да се разберат системите за професионално обучение и обучение в страните партньори, така че да се търси правилното „място“ (ниво и/или форма) на курса за Гастро-гид, за да бъде признат на национално/европейско ниво.

Съответно, след анализа на събраната от партньорите информация, бяха направени следните изводи:

- Като цяло има курсове за ПОО или програми за средно образование във всички страни партньори, водещи до придобиване на квалификация Туристически гид / Екскурзовод (има някои разновидности в наименованието на професията/специалността, но съдържанието е подобно в повечето държави).
- Професионалният профил на туристическия гид / екскурзовод, в повечето случаи, подлежи на някакъв вид регламентирано или акредитирано обучение /изискващо изрична сертификация/.
- Най-често срещаното ниво на професионално образование и обучение в мениджмънта в туризма е ЕКР¹ 3 / ЕКР 4.
- В някои страни (като Испания и Италия, например) образованието и обучението по гастрономия е доста напреднало – има редица различни курсове и специализации в и извън системите на ПОО, докато в други (като България, напр.), гастрономията или кулинарните предложения за ПОО са ограничени и има липсващи етапи между различните нива на квалификация, което води до трудно проследяване на пътеките на обучение в контекстна на ученето през целия живот.
- Има някои специализирани курсове за обучение, намиращи се на по-високо ниво по ЕКР, но нито един такъв за гастро-гид.
- Обучението за гастро-гид може да се предлага като специализиран курс за ПОО (част от професия или избиращия обучителен модул, в рамките на признатите/акредитирани програми за обучение) или като допълнителен курс във висшето образование.

¹ Европейска квалификационна рамка



В последната част на изследването, усилията бяха фокусирани върху идентифициране на ключовите параметри, които ще определят рамката за разработване на учебната програма и курса за обучение за Гастро-гид. Те са изброени по-долу:

Задачи и отговорности на гастро-гида:

- предоставяне на административни услуги за клиентите;
- насърчаване на селския туризъм, местните продукти и услуги;
- сътрудничество с регионалните общности и други институции;
- преработване на туристически и рекреационни оферти за различни групи получатели;
- разработване и/или управление на туристическа марка на мястото;
- организиране на различни събития, фестивали, концерти, състезания, ритуали и др.;
- организиране на кулинарни, занаятчийски и други работилници;
- организиране на конференции, семинари и обучения като част от добрите практики;
- работа със система за резервация на настаняване (незадължително);
- поддържане на уебсайт/блог за местната култура, вкл. продукти/услуги, гастрономия на селския район/регион (незадължително);
- управление на собствен бизнес (незадължително).

Умения и компетенции, които са необходими на гастро-гида като учител/треньор/ментор:

- Познания за продуктов мениджмънт;
- Познаване на гастрономическата индустрия;
- Отлични комуникационни умения (вербални и невербални);
- Познаване на принципите на маркетинга и промоцията;
- Умения за водене на преговори;
- Отлични организационни умения;
- Познания по предприемачество и техники за продажби;
- Владее на чужди езици;
- Знания как да поддържа уебсайт, да публикува съдържание в социалните медии;
- Познаване на местната култура, фолклор, регионализъм и др.

Специфични нужди от обучение на гастро-гидовете (установени от изследването):

- Култура и история на местната територия;
- Традиции на местната територия, вкл. местни продукти, кухня, занаяти, обичаи и др.;
- Връзка между продукти и територия (включително историческите аспекти);
- Преглед на богатството на територията: общи черти и особености. Как да изберем какво да рекламираме.



Резултати от проучването, проведено в областта на селските райони (A2)

Във втория етап от изследването, както е споменато по-горе, резултатите бяха получени чрез разпространение на въпросници от страна партньорите по проекта до идентифицираните представители на целевите групи в техните страни. За да се осигури сравнимост на резултатите, партньорите се обединиха около общ шаблон на въпросник, който да бъде използван от всички партньори, във всички държави.

В началото на сами формуляр на въпросник, чрез който се проведе анкетирването, беше включено и кратко резюме на целите на проекта, дейностите и очакваните резултати, така че респондентите да имат възможност не само да дават мнения и препоръки, но и да са информирани за проекта и ползите от него. Формулярът се състои от 42 отворени и затворени въпроса, както и свободно пространство за други коментари и предложения от респондентите. Затворените въпроси дадоха възможност на получателите да избират от предварително дефинирани отговори/опции, докато отворените въпроси събраха информация за социо-демографските характеристики, предпочитанията и предложения на респондентите.

Всяка страна партньор гарантира, че най-малко 50 респонденти ще попълнят анкетата и ще изпратят своите отговори на зададените въпроси. Общо **342 въпросника** от 6 държави бяха събрани и анализирани за изготвянето на този доклад като конкретният брой попълнени въпросници по отделните държави е представен в докладите по-долу.

В хода на събиране и обработка на получените отговори от респондентите, партньорите по Gastro-Guide съставиха доклади - по страни - с обобщение и анализ на получените резултати. В последствие докладите по държави бяха обобщени и данните от тях, както и основните констатации, бяха представени като консолидиран доклад.

В следващите части от настоящия доклад, първата глава обяснява изследователския подход зад всеки въпрос и представя и анализира **колективните резултати на ниво консорциум**, а следващите глави представляват **докладите по държави** - с данни и констатации, изготвени от партньорите в 6-те страни по проекта.

Резюме на въпросниците

Консолидиран доклад
за всички участващи
държави



Консолидиран доклад (на ниво консорциум)

Моделът на въпросника беше разделен на **няколко секции (раздела)** – всяка от тях имаше различна задача - да събере определена информация, необходима за по-нататъшния анализ. Следователно, консолидираният доклад, представен тук, е организиран в съответствие с разделите на формуляра на въпросника, като се разглеждат отделните секции с групирани въпроси, според информацията, която предоставят за респондентите: техния геодемографски и социално-икономически статут, произход, предпочитания, мнения, предложения и т.н.

В тази глава, също така, са изброени и обяснени предварително дефинираните опции за отговор.

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

Първата част на въпросника беше насочена към респондентите, като им беше предоставена кратка информация относно проекта и неговите цели, целта на проучването, както и задачите, които консорциумът си е поставил по отношение на разработването на Резултат 1 от проекта. Включена е и допълнителна информация за контакти на партньорите от съответната страна, така че заинтересованите респонденти да могат да се свържат и да получат допълнителни подробности за проекта.

Обща информация

В раздела **Обща информация** (въпроси № 1-3), респондентите бяха помолени да предоставят своите данни за контакт (ако желаят), така че да можем да поддържаме връзка с тях за по-нататъшна комуникация. Много получатели, особено представители на стопански субекти, се възползваха от възможността и оставиха своите лични и/или фирмени имена, длъжности, но не толкова много предоставиха своите контакти. Това е разбираемо, имайки предвид съмненията, които хората имат относно споделянето на лични данни с оглед на потенциалния риск от вредни действия или най-малкото от получаване на нежелани съобщения (твърде много предоставена информация често се счита за спам).

Следващият въпрос (№ 4) имаше за цел да идентифицира държавата, от която респондентите отговарят (живеят), така че да е възможно да се проследи броят на респондентите въз основа на тяхното местоживее (страна). Тъй като въпросникът беше разпространен само в 6-те страни партньори, възможните отговори на този въпрос бяха ограничени до следните държави: България, Гърция, Испания, Италия, Литва и Полша. Счита се, че дори ако страната на произход на респондента не е сред изброените, това е най-малкото страната на пребиваване, в която респондентът живее/учи/работи, така че те имат право да предоставят задоволителни отговори на зададените въпроси.

Както бе споменато по-горе, **общо 342 въпросника** бяха събрани от консорциума по проекта. Разпределението на техния дял (в числа) с оглед на приноса на всяка страна е представено по-долу.

Както се вижда от диаграмата в дясно, всички партньори успяха да изпълнят минималната цел по отношение на броя на респондентите и осигуриха поне 50 попълнени въпросника, така че представителността на проучването се счита за достатъчна за целите на анализа и оформянето на доклада.

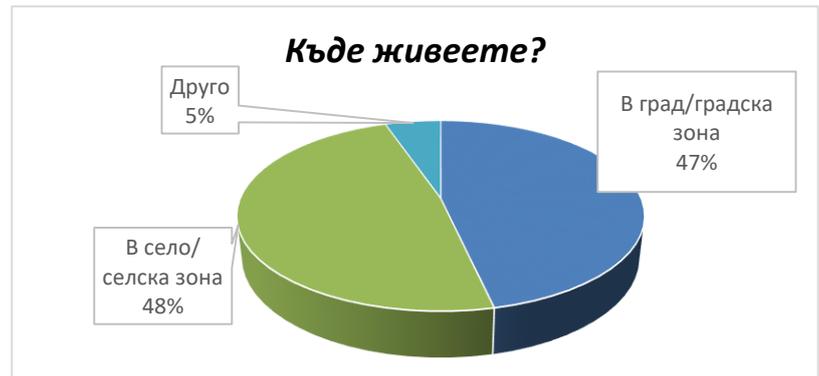
Профил на респондентите



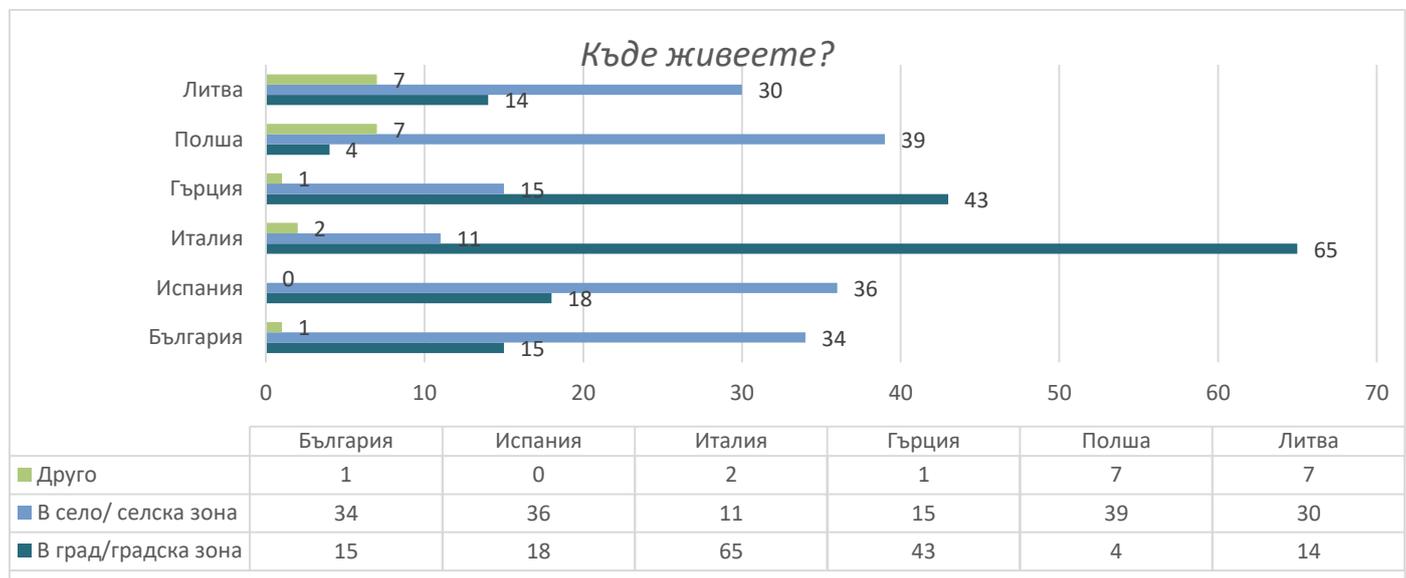
Следващият раздел беше посветен на проучване и идентифициране на профила на респондентите, като се има предвид техният район на местоживеене, предишен опит и образователен статус. За това бяха формулирани следните въпроси:

5. Къде живеете?

- В град / градска зона
- В село / селски район
- Друго



Въпросът е формулиран с цел да се проучи района на живеене на респондентите и да се обособят респондентите, принадлежащите към населението, живеещо в селски райони.



От една страна, това са потенциалните бенефициенти на проекта и резултатите от него по отношение на хора, нуждаещи се от подкрепа за създаване/разширяване на собствен бизнес или с шанс да намерят работа в селския район. От друга страна, се счита, че адресираното градско население има потенциал да прехвърли знания и опит в селата, както е и потенциално заинтересовано да се премести/работи там или мотивирано да допринесе за развитието на селските райони по друг начин.

Видно от диаграмата по-горе, въпреки че въпросниците са насочени към населението от селските райони, много от респондентите са отбелязали района си на живеене като градски (живеещи в град). Едно от възможните обяснения е, че безплатното онлайн разпространение на въпросниците е повишило интереса към темите на проекта сред населението, живеещо в градски райони, но работещо в околностите / селски район или притежаващо бизнес там (както става ясно от допълнителни въпроси). В случая не е изненада, че „градските жители“ най-често са тези, които също са заявили, че притежават или развиват бизнес в селата. Това води и до извода за недостатъчна предприемаческа инициатива сред селяните – въпреки че реално живеят в малки населени места/села, близо до всички атрактивни ресурси (природни, културни, наследство и т.н.), в крайна сметка „аутсайдери“ (хора, които не живеят в конкретните малки населени места) се възползват от този потенциал и управляват дестинациите или туристическите обекти.

Друго интересно наблюдение е разликата в съотношението между двата показателя (селско/градско население): например анкетираните лица в Полша са преимуществено от селски райони (близо 40%); около 1/3 градско срещу 2/3 селско население - в Литва, Испания и България; до мнозинство от респондентите, живеещи в градовете –

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



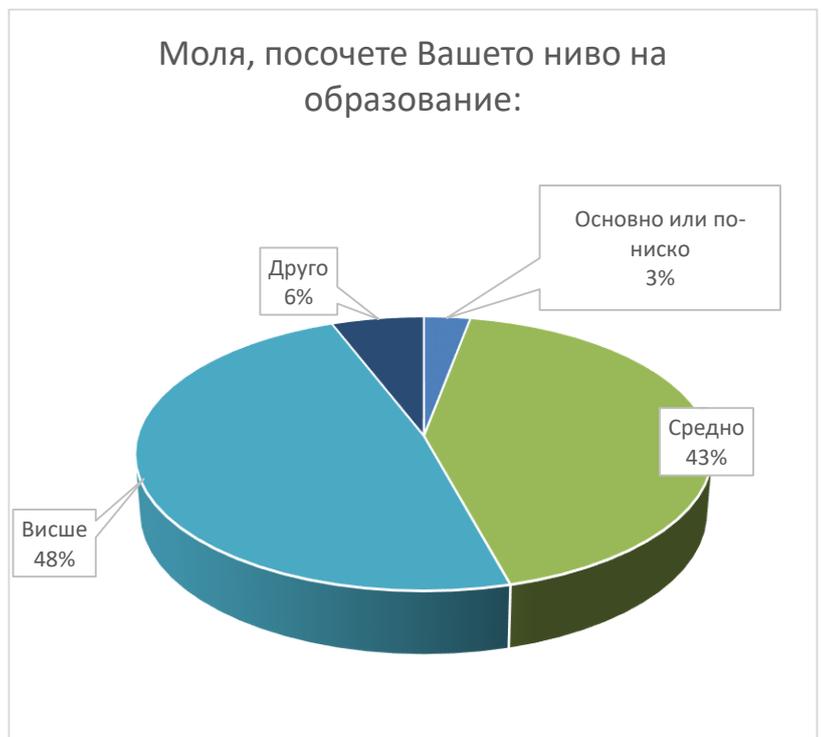
например в Гърция и Италия (до 65%). В допълнение към предложеното по-горе обяснение, тук идва и общият модел, наблюдаван в цяла Европа на миграция на млади (и не само) хора към градовете, с цел по-добри възможности за заетост, и обезлюдяване на селата и селските райони, като цяло.

Следващите два въпроса бяха насочени към профилиране на респондентите според техния образователен статус, като се изследва най-често срещаното ниво на образование, както и областите на образование, в които са били подготвени. За тази цел въпроси № 6 и № 7 бяха съставени, както следва:

6. Моля, посочете Вашето ниво на образование:

- Основно или по-ниско
- Средно (гимназиална степен)
- Висше (университетска степен)
- Друго: (Моля, посочете)
-

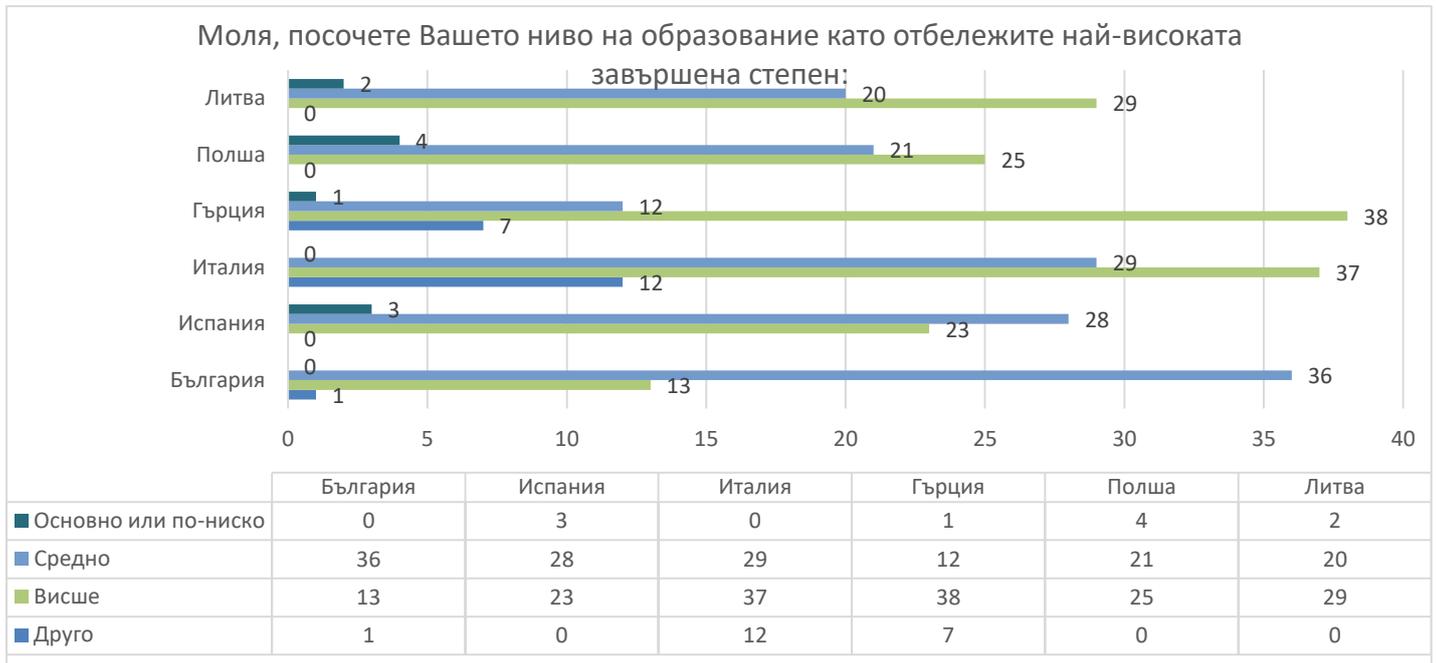
Въпросът беше насочен към идентифициране на общото образователно ниво на населението, живеещо в селските райони в страните партньори, като отправна точка за планиране на разработването на курса за обучение за гастро-гидове (по отношение на определяне на минималното ниво на образование и/или обучение - като входно изискване за обучаемите), от една страна, а от друга – като индикатор за ситуацията в селските райони в страните партньори. Както се вижда от общата диаграма, по-голямата част от анкетираните са със средно или висше образование, спрямо незначителен дял от декларираните основно или по-ниско образование. На пръв поглед това е объркващо, ако изследваме населението, живеещо в селските райони, често отъждествявано с по-ниско ниво на образование, свързано с общото благосъстояние и социален статус на селяните; отдалечените райони, в които живеят, и затруднения достъп до образование (особено по-високо такова) и т.н. Все пак резултатите, както беше посочено по-горе, се основават на отговорите, получени от всички респонденти, близо половината от които не са жители на селата, а на градовете. Това, отчасти, обяснява високото средно ниво на образование, демонстрирано от резултатите. Друга хипотеза, която си заслужава да бъде проучена е, че има тенденция млади и добре образовани хора да се връщат към живота на село, в търсене на здравословен и спокоен начин на живот. В допълнение, те биха били една от идеалните целеви групи, които да бъдат включени в обучението за гастро-гидове, тъй като те ценят местното наследство, култура и кухня като съкровища и могат да оценят тяхната добавена стойност от гледна точка на посетител.



Въпросът беше насочен към идентифициране на общото образователно ниво на населението, живеещо в селските райони в страните партньори, като отправна точка за планиране на разработването на курса за обучение за гастро-гидове (по отношение на определяне на минималното ниво на образование и/или обучение - като входно изискване за обучаемите), от една страна, а от друга – като индикатор за ситуацията в селските райони в страните партньори. Както се вижда от общата диаграма, по-голямата част от анкетираните са със средно или висше образование, спрямо незначителен дял от декларираните основно или по-ниско образование. На пръв поглед това е объркващо, ако изследваме населението, живеещо в селските райони, често отъждествявано с по-ниско ниво на образование, свързано с общото благосъстояние и социален статус на селяните; отдалечените райони, в които живеят, и затруднения достъп до образование (особено по-високо такова) и т.н. Все пак резултатите, както беше посочено по-горе, се основават на отговорите, получени от всички респонденти, близо половината от които не са жители на селата, а на градовете. Това, отчасти, обяснява високото средно ниво на образование, демонстрирано от резултатите. Друга хипотеза, която си заслужава да бъде проучена е, че има тенденция млади и добре образовани хора да се връщат към живота на село, в търсене на здравословен и спокоен начин на живот. В допълнение, те биха били една от идеалните целеви групи, които да бъдат включени в обучението за гастро-гидове, тъй като те ценят местното наследство, култура и кухня като съкровища и могат да оценят тяхната добавена стойност от гледна точка на посетител.



Разпределението на отговорите по държави е представено в таблицата по-долу:



Седмият въпрос детайлизира предишния отговор, чрез оценка на областта на образованието на респондентите. Той дава представа за капацитета на местните жители по отношение на потенциален интерес към развитие на собствен бизнес в конкретен сектор на икономиката въз основа на предишно образование и/или обучение в тази област. Отговорите бяха предварително определени, според установените области на образование и обучение от ISCED², така че е по-лесно да се обработват и тълкуват дадените отговори. Ето как беше представен въпросът:

7. Моля, посочете областта на Вашето образование и/или обучение:

- Изкуства и хуманитарни науки
- Социални науки, журналистика и информация
- Бизнес, администрация и право
- Информационни и комуникационни технологии
- Природни науки, математика и статистика
- Инженерни науки, производство и строителство
- Земеделие, горско стопанство, рибарство и ветеринарни науки
- Здраве и благосъстояние
- Услуги, включително пътуване, туризъм и свободно време
- Друго: (Моля, посочете)

² Международната стандартна класификация на образованието



Получените резултати на този въпрос като цяло (на ниво консорциум) са представени в диаграмата вдясно. Има няколко области, които се открояват в сравнение с останалите, сред които най-голям дял има за „Бизнес, администрация и право“ (19%), следван от „Земеделие, горско стопанство, рибарство и ветеринарни науки“ с 18%. Последният резултат е много обнадеждаващ по отношение на наличието на достатъчно образовани хора, живеещи в селските райони, с познания и опит в управлението на стопанства (почти 1/5 от анкетираните), което е една от основните предпоставки, когато става въпрос за развитие на селски райони, включително в производството на храни, управление на устойчива икономика, предоставяне на автентични преживявания от селския начин на живот на посетителите на мястото и др.

Друг значителен дял, който би допринесъл за местното развитие в селските райони и би могъл да се използва и за целите на подготовката на гастро-гидове по проекта, е този на хората с образование и/или обучение в сферата на услугите, включително **пътвания, туризъм и отдих** (13%). Това са потенциалните директни потребители на курса, които са с предишен опит в областта на туризма, и вероятно ще се възползват най-много от специализацията за Гастро-гид.

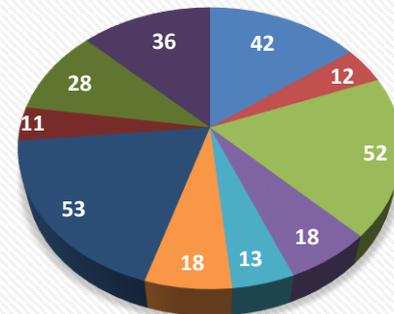
Партньорите по проекта трябва насочват специални усилия за ангажиране на тези конкретни групи хора, за да ги въвлекат по-активно в дейностите по проекта.

8. Последният въпрос в този раздел беше предназначен да раздели респондентите според участието им в бизнес дейности. Зададеният въпрос беше „**Вие управлявате ли свой бизнес?**“ и чрез избора на една от дадените опции „Да/Не“, респондентите бяха допълнително категоризирани неофициално като „Собственици/представители на бизнес“ и „Жители“ (включително служители, безработни, неактивни хора на пазара на труда по други причини като отпуск по майчинство, и т.н. - или като цяло това бяха НЕсобствениците на бизнес).

Това разпределение беше важно от гледна точка на изследването на заетостта и потенциала на селските райони. Съответно, следващите въпроси бяха подредени по начин, така че подкатегорията отчита избрания отговор на последния въпрос и след определяне на принадлежността на респондентите ги насочва към въпросите, които са приложими за конкретната целева група. По този начин, респондентите получиха различни версии на въпросите в следващия раздел, за да могат да отговорят адекватно според статута си.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

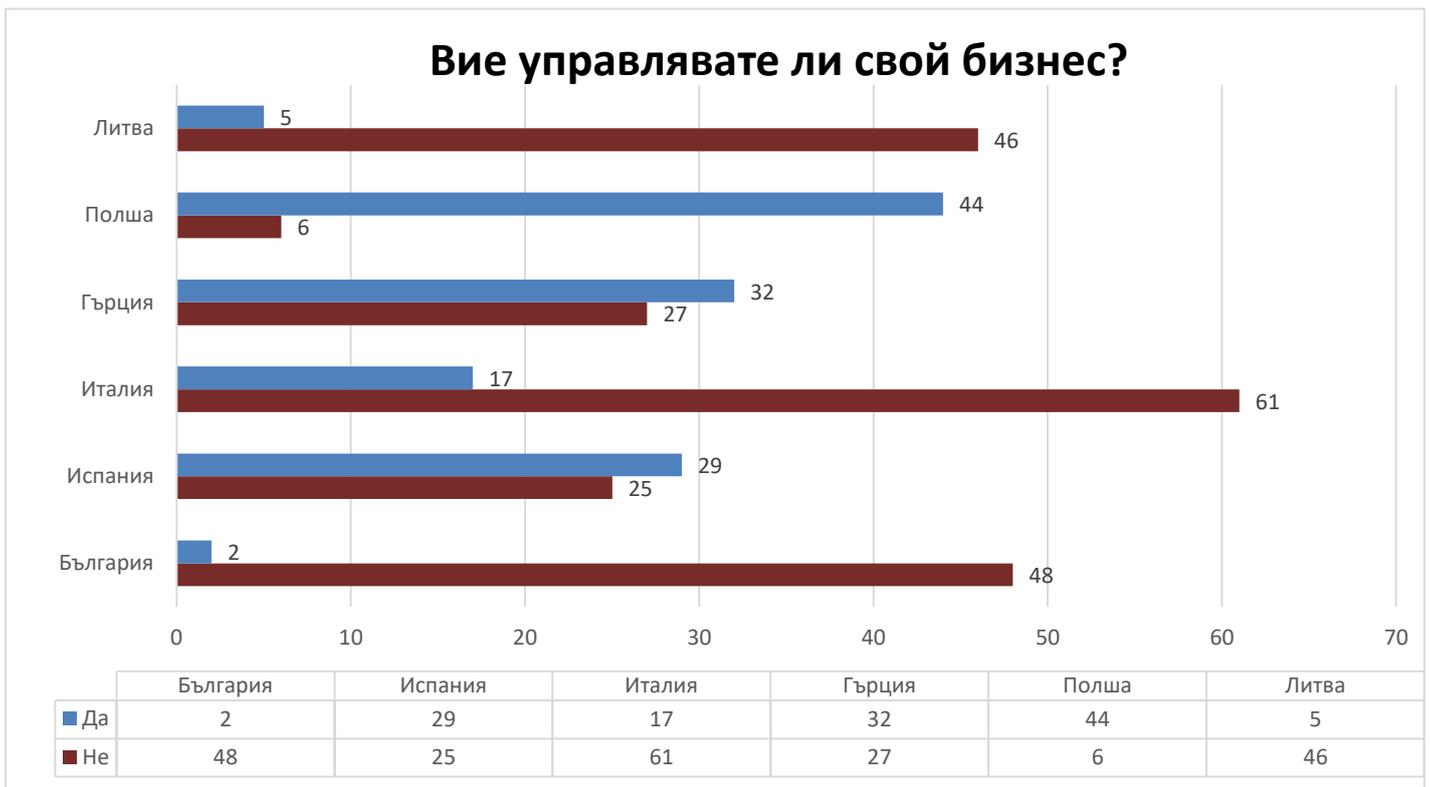
Моля, посочете сферата на Вашето образование и/или обучение:



- Изкуства и хуманитарни науки
- Социални науки, журналистика и информация
- Бизнес, администрация и право
- Информационни и комуникационни технологии
- Природни науки, математика и статистика
- Инженерни науки, производство и строителство
- Селско, горско, рибно и ветеринарно стопанство
- Здраве и благосъстояние
- Услуги, включително пътувания, туризъм и отдих
- Друго

Вие управлявате ли свой бизнес?





Резултатите, получени тук, ясно показват, че вече има доста значителен дял от работодателите/собствениците на фирми, установени в селските райони, адресирани от партньорството. Процентът варира в страните партньори, както се вижда на диаграмата по-горе, главно поради различния подход и бази данни за контакти, използвани от партньорите при разпространението на въпросниците. В допълнение, резултатите могат да се тълкуват и като свидетелстващи за нивото на развитие на бизнес инфраструктурата в селските райони в различните страни. Така например, в Полша компаниите, опериращи в селските райони, изглеждат доста често срещани по отношение на управлението на бизнес дейностите, чрез създаване на организирани предприятия, докато в България, това не е предпочитаният начин на работа, обикновено управлението на компаниите се поставя в ръцете на специализирани туристически агенти (от градовете) и местните жители в селата – въпреки че те са тези, които директно предоставят услугите на място – не се чувстват подготвени да управляват собствена фирма.

Както бе споменато по-горе, от този момент нататък респондентите бяха разделени на две групи, условно наречени „Собственици на бизнес“ и „Жители“ за целите на този анализ.

Преглед на отговорите на „собствениците на бизнес“

Първо ще прегледаме отговорите, дадени по-нататък от „Собствениците на бизнес“ като хора, представляващи компаниите/организациите, работещи в селските райони. **Общо 129 (от 342)** анкетирани се идентифицират като **собственици на фирми** в селските райони. Следващите въпроси, на които трябваше да отговорят, бяха свързани с установяването, обхвата и вида на бизнеса, който развиват. Подробностите, получени от отговорите, оказват подкрепа на партньорството за едно по-задълбочено разбиране на бизнес средата, структурата и обхвата на дейностите, изпълнявани от компаниите и малките фирми, работещи в селските райони в страните партньори.



Ето отговорите, получени от всички респонденти на ниво консорциум:

9. Какъв тип бизнес управлявате?

- Ферма / производство на храни
- Ресторант / заведение за хранене
- Хотел / настаняване
- Търговия / магазин
- Услуги
- Друго: (Моля, запишете)

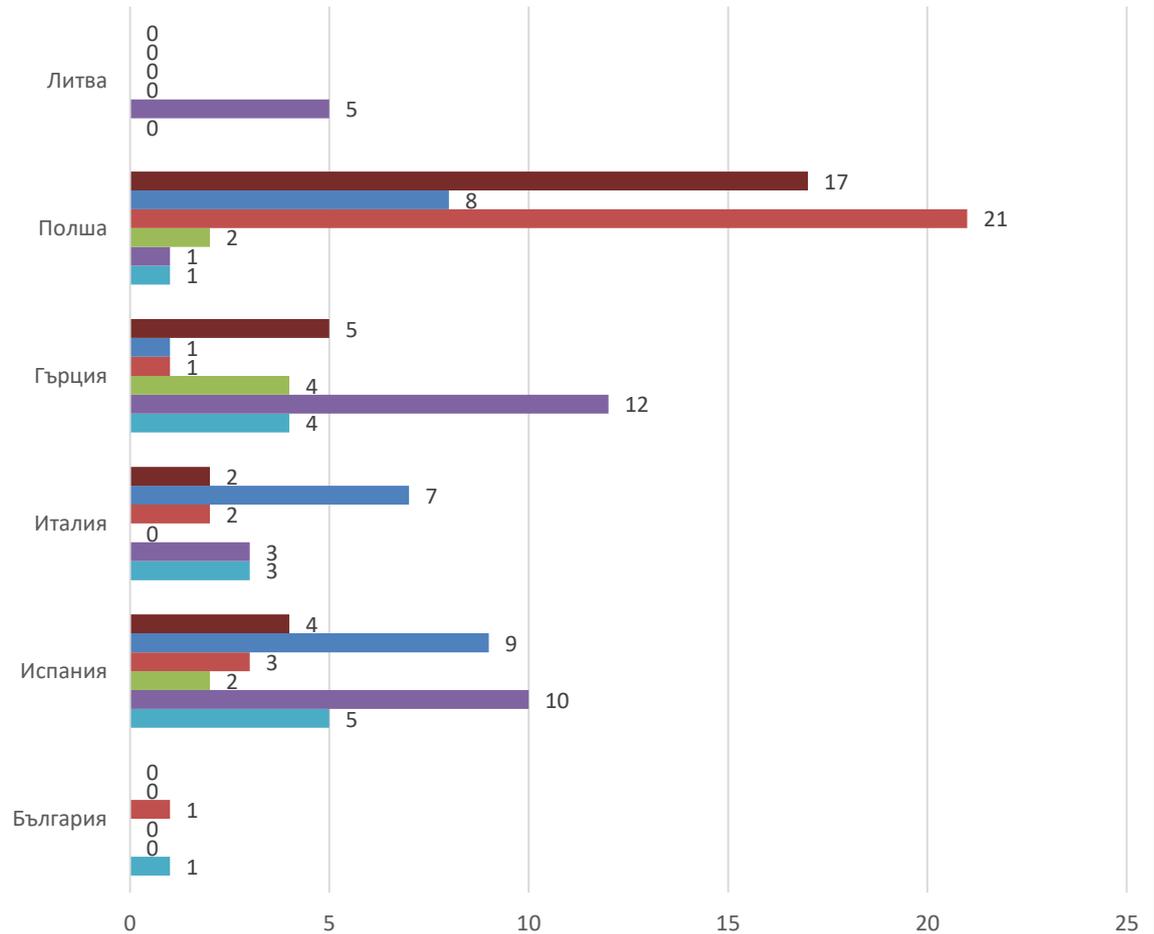


Въпросът беше последван от предварително дефинирани отговори, които бяха фокусирани върху областите, традиционно свързани със селските райони, както и областите от интерес на проекта - свързани с агро- и гастро-туризма. Очаквано, по-голямата част от отговорите попадат в тези сектори, със значителен дял на хотелските услуги/настаняване (21%) и фермите/фирмите за производство на храни (21%), както и значителен дял на ресторантите/заведенията за обществено хранене (19%). От резултатите можем да направим извода, че в селските райони има добре развита туристическа инфраструктура с голям потенциал за предоставяне на пълен пакет от атракции и услуги, свързани с агро и гастротуризма. Разбира се, в някои от традиционно туристическите страни, популярни с местната храна, селските пейзажи и културно-исторически забележителности - като Италия и Испания - те са много по-утвърдени и разпознаваеми, докато в други - като България и Литва, например - тези видове на туризма са все още в процес на развитие.

Тази интересна връзка може да се наблюдава на следващата диаграма, показваща корелацията между числата в различните държави по проекта:



Какъв тип бизнес управлявате?



	България	Испания	Италия	Гърция	Полша	Литва
■ Производство на храни / ферма / стопанство	0	4	2	5	17	0
■ Ресторант / заведение за хранене	0	9	7	1	8	0
■ Настаняване/ хотелиерство	1	3	2	1	21	0
■ Търговия / магазин	0	2	0	4	2	0
■ Услуги	0	10	3	12	1	5
■ Друго	1	5	3	4	1	0

Следващите 3 въпроса към представителите на бизнеса, отговарящи на въпросника, бяха свързани с устойчивостта на бизнеса. Съответно, те бяха помолени да посочат създателя на бизнес начинанието, периода на функциониране на пазара, както и броя на служителите, ангажирани в компанията. Тук изброяваме въпросите и обобщаваме получените резултати:

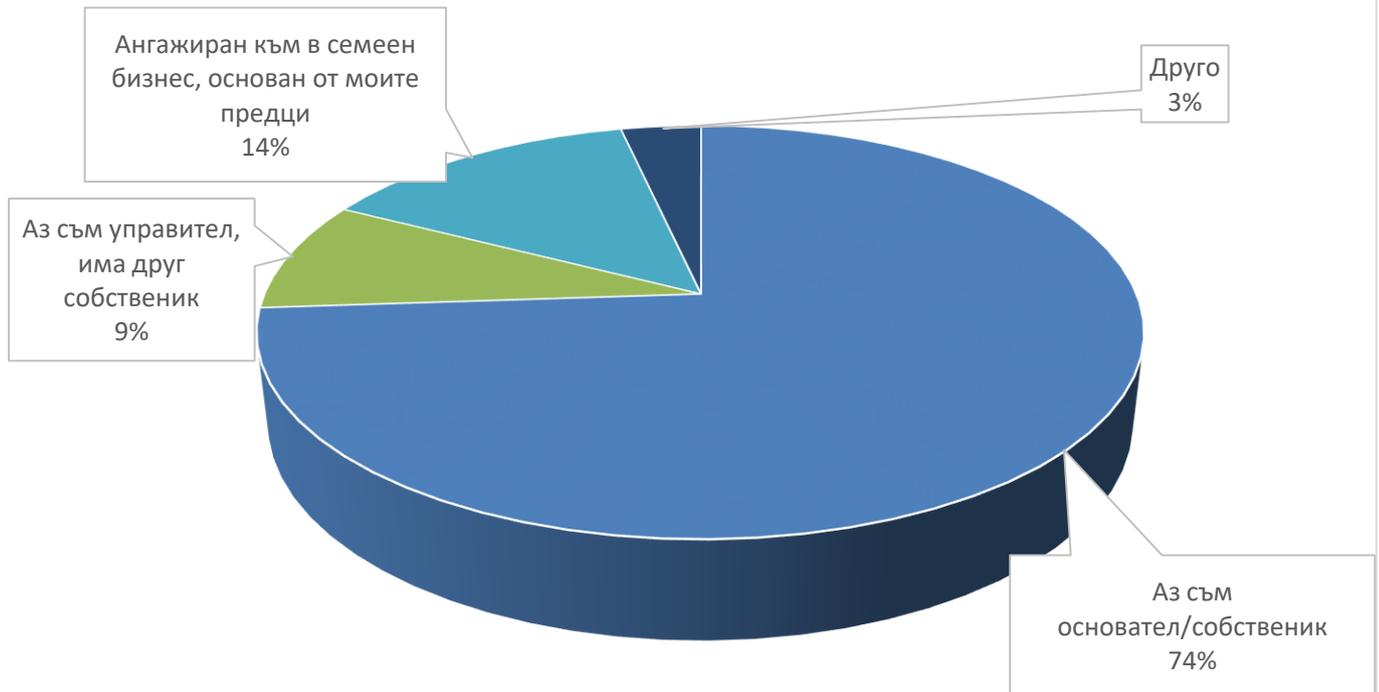
10. Вие ли го основахте (бизнеса, който управлявате) или го наследихте?

- Аз съм основател / собственик
- Аз съм управител, има друг собственик
- Това е семеен бизнес, основан от моите предци
- Друго: (Моля, запишете)

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Вие ли сте собственик на бизнеса или е основан от някой друг?



Резултатите тук дават представа за предприемаческата нагласа на респондентите, като почти $\frac{3}{4}$ от всички са основатели на фирмите си. Това е доста обещаваща ситуация, тъй като това население е активно и ангажирано в развитието на собствените си начинания. Като добавим 14% от наследниците на семеен бизнес в селските райони, допълваме дела на близо 90% от представителите на бизнеса, мотивирани да допринесат за местното развитие в своя район, което би било от полза и за техните доходи и благосъстояние. Сравнително нисък е броят на хората, които са отбелязали, че са управители или управляват бизнес на друго лице (9%), което прави извода, че управлението на фирмите, създадени в селските райони, обикновено се поверява на семейството на основателите/собствениците.

Относно следващите два въпроса: 11. „От колко време управлявате този бизнес?“ и 12. „Колко служители в момента работят в бизнеса?“ отговорите бяха доста променливи в различните държави като почти 100 души отговориха на въпроса (от 129 собственици на бизнес), а отговорите са подробно описани по-нататък в докладите по държави, където заключения са направени от съответните партньори.

Преглед на отговорите на „жителите“

Както бе споменато по-горе, втората голяма група респонденти беше условно определена като „Жители“, което означава хора, които не се идентифицират като собственици на бизнес. Общият брой респонденти, отбелязали тази опция („Не“) във въпрос № 8 е 213 (от 342 респонденти). Тези хора трябва да представляват групите наети, безработни и неактивни на пазара на труда лица (студенти, пенсионери и др.).

Със следващия въпрос № 13 тези респонденти бяха допълнително категоризирани, както следва:

13. Работите ли в момента?

- Да, работя във фирма/организация
- Да, аз съм самостоятелно зает/на свободна практика



- *Не, безработен съм и си търся работа*
- *Не, безработен съм, но не търся работа*

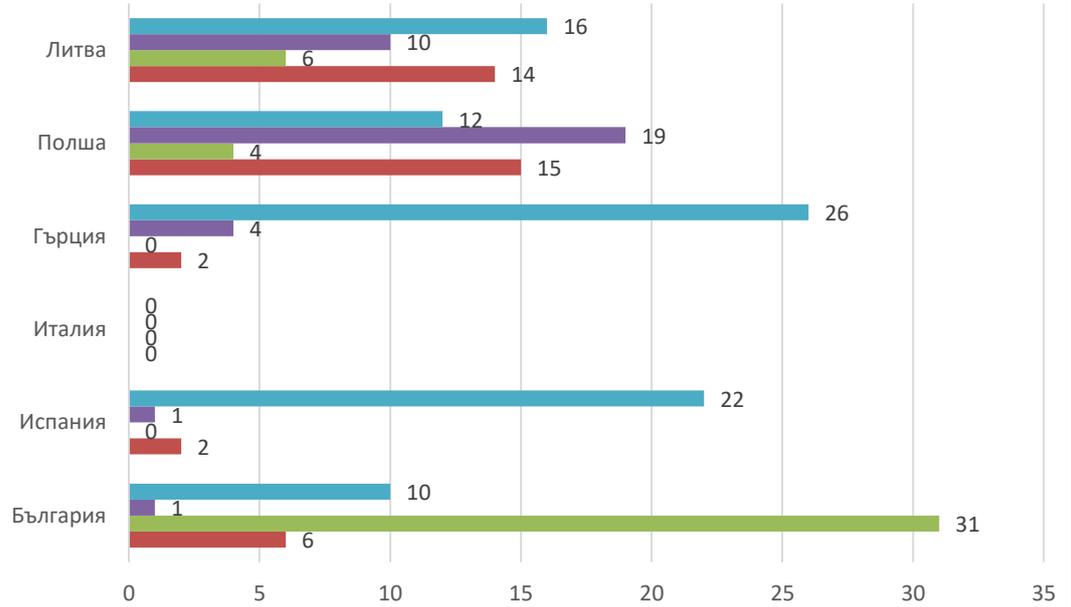


Съответно, диаграмата по-горе представя отговорите, получени на въпрос № 13, като дава картината на 61% активни на пазара на труда респонденти, 20% безработни, търсещи работа и 19% неактивни жители. Резултатите се представят на ниво консорциум и отразяват общия брой отговори за всички страни партньори.

Друга интересна статистика е представена в следващата диаграма, като вече се разглеждат отговорите по държави, където се вижда делът на различните подкатегории в партньорските държави:



В момента работите ли?



	България	Испания	Италия	Гърция	Полша	Литва
■ Да, работя във фирма/организация	10	22	0	26	12	16
■ Да, аз съм самостоятелно зает / свободна професия	1	1	0	4	19	10
■ Не, безработен съм и си търся работа	31	0	0	0	4	6
■ Не, не съм зает, но не търся работа	6	2	0	2	15	14

Изводите, които могат да бъдат направени тук, определят Гърция и Испания като страни, в които местното население в селските райони е ангажирано на пазара на труда в рамките на местоживеенето си, докато Полша се очертава като страна с мнозинство от жителите, които са самостоятелно заети, Литва демонстрира балансирано разпределение на респондентите, в рамките на предварително дефинираните групи жители, и накрая България, където доминиращата група е тази на безработните. За Италия не бяха получени данни по този въпрос.

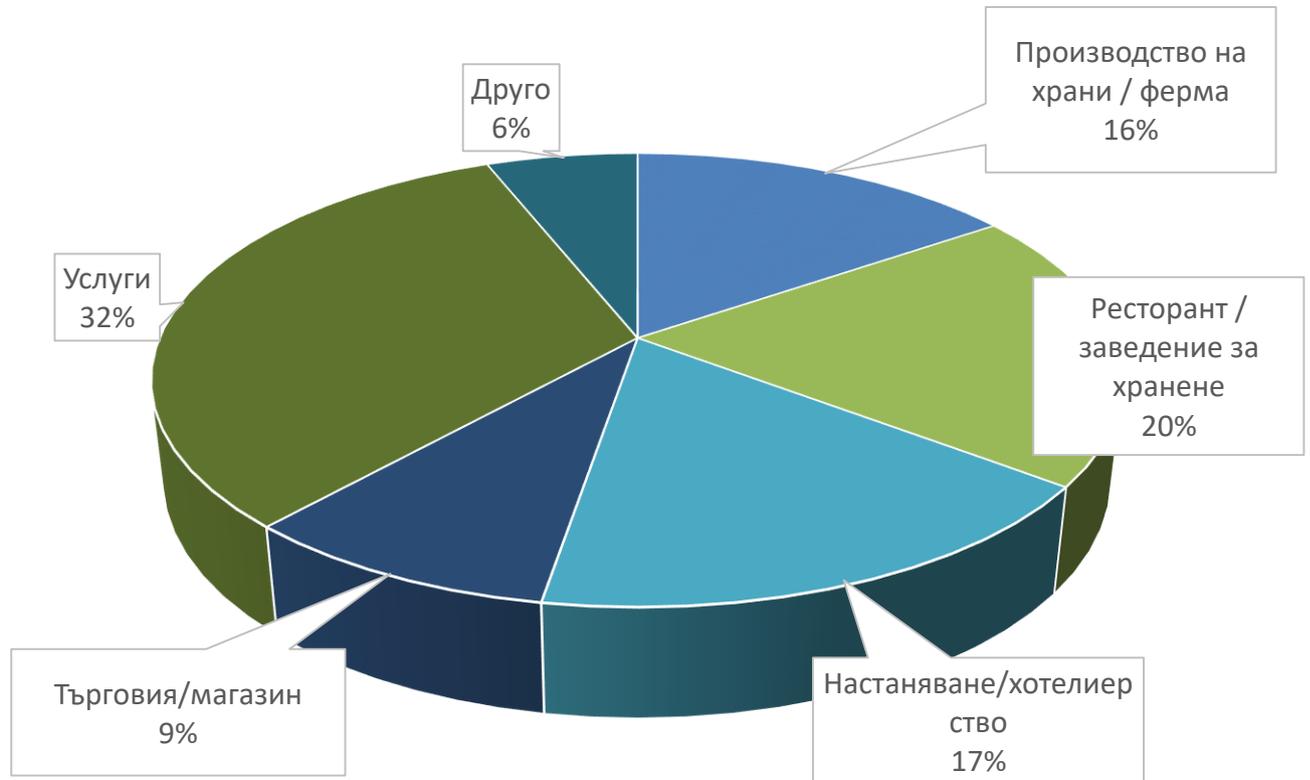
Освен това респондентите, отбелязали, че са заети, също бяха помолени да изберат сферата на дейност на компанията, в която работят, така че да може да се профилира аудиторията. Тук са представени отговорите, получени от общо **121 лица**, отговорили на този въпрос.

14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?

- Ферма / производство на храни
- Ресторант / заведение за хранене
- Хотел / настаняване
- Търговия / магазин
- Услуги
- Друго: (Моля, запишете)



Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?



Като цяло, на ниво консорциум, разпределението на отговорите, дадени от служителите в селските райони по отношение на областите, в които е ангажирана компанията, за която работят, са много сходни с резултатите, получени от собствениците на фирми по отношение на сектора, в който работят. Тук отново значителен дял имат хотелите/местата за настаняване и ресторантите/заведенията за хранене, докато услугите изпреварват над 30% за сметка на по-слабото представителство на производителите на храни/фермите. Последното не е неочаквано, тъй като селскостопанското производство се осъществява предимно в семейни ферми, където не са ангажирани толкова много служители освен членовете на семейството, докато в услугите често задачите като продажба, маркетинг, поддръжка и т.н. се възлагат на нает персонал. Търговията също е представена като сектор, който осигурява 9% от заетостта в селските райони в партньорските страни. Индустрия, образование, социални и административни системи са сред другите споменати области, в които са ангажирани само 6% от анкетираните.

Подробности относно по-нататъшното разпределение на отговорите във всяка държава, както и относно заключенията след въпросите към служителите относно текущата им професия и позиция (въпроси № 15, 16 и 17) са налични в съответните доклади по държави по-долу.

За целите на този доклад е интересно да се спомене и въпросът, свързан с намеренията на респондентите, считани за служители, които бяха помолени да посочат дали обмислят промяна на настоящата си работа. Причината зад този въпрос беше да се установи степента на удовлетвореност на служителите в селските райони от текущата им професия и условия на труд, от една страна, и да се идентифицират онези, които биха искали да променят настоящия си статус – като потенциални заинтересовани страни да бъдат ангажирани в обучението за Гастро-гид и проекта като цяло – от друга страна. Следващият въпрос илюстрира получените отговори:



18. Обмисляте ли да смените настоящата си работа?

- Да
- Не
- Не съм сигурен

От 115 души, отговорили на този въпрос, 22 всъщност са „недоволни“ (отбелязали с „Да“) от настоящата си позиция, а други 40 не са ориентирани/сигурни в намеренията си. Числата, съответно, варират според страните и се анализират допълнително и се вземат предвид от партньорите в техните доклади по държави.



Много полезна информация беше предоставена от респондентите чрез техните отговори на следващия въпрос:

19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?

- Собствен бизнес / самонаето лице
- Работа в туристическия сектор
- Работа в хранително-вкусовия сектор
- Работа в сферата на търговията
- Работа в сектора на услугите
- Още не съм сигурен
- Друго: (Моля, запишете)

Както се вижда от обобщението на отговорите, 70% от 109-те души, които са отговорили на този въпрос, „все още не са сигурни“, което оставя място да ги разглеждаме като потенциални участници в дейностите на Gastro-Guide и по-специално - в обучението. От тези, които се ориентират какво ще правят/работят след това, най-предпочитаните професии са собствен бизнес/самонаето лице и работа в сектора на услугите (10%), следвани от работа в сектора на туризма (8%), което потвърждава потенциала на селските райони като област за създаване на агро- или гастро-туристически бизнес.





Профил на Гастро-гида

Следващият основен раздел (секция) от въпросника имаше за цел да проучи мнението на респондентите относно ключовите нужди от обучение и умения, които гастро-гидовете трябва да придобият, за да бъдат успешни в работата си. За тази цел, респондентите първо бяха запознати с ролята на гастро-гидовете като професионалисти. Знаейки, че гастро-гидовете ще бъдат професионалистите, от които се очаква да извършват:

- подпомагане на местните хора в селските райони при създаването и управлението на техния малък бизнес с цел подобряване на тяхното благосъстояние и развитие на местната общност и
- популяризиране на региона и повишаване на неговата привлекателност, чрез предоставяне на информация за неговите уникални характеристики и местна култура и наследство,

анкетирания бяха помолени да помогнат на екипа на проекта да оформи профила на гастро-гида, като отговорят на следните въпроси:

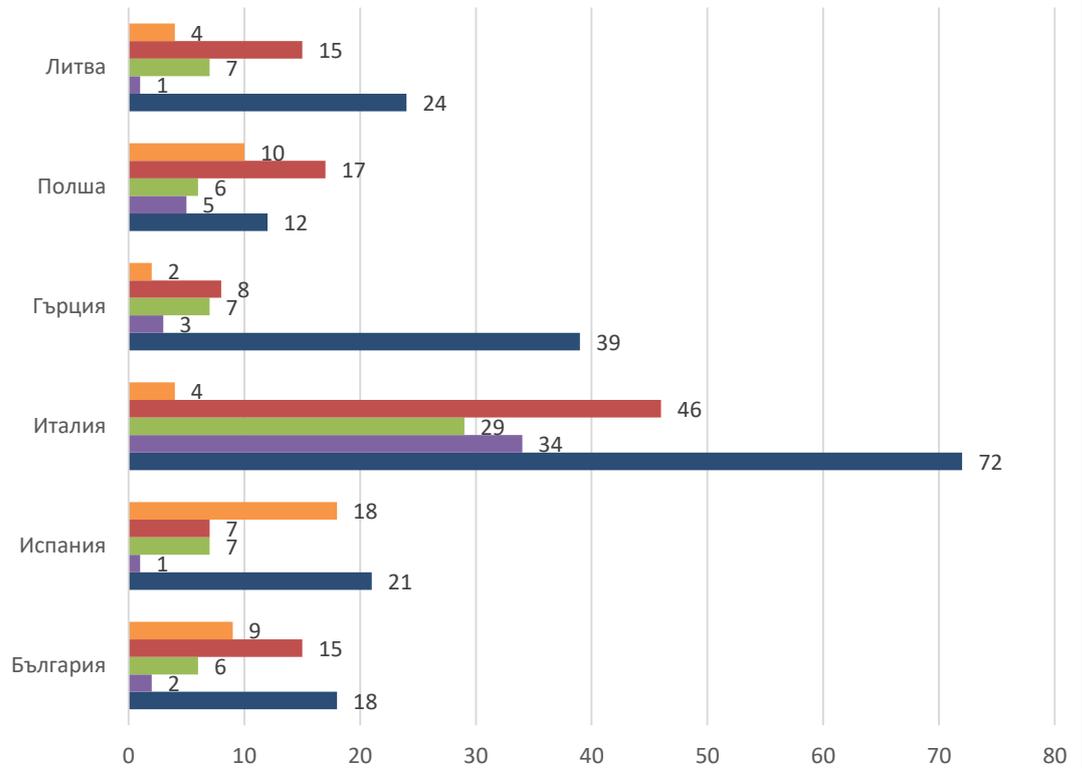
20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове, за да бъде професионалният им профил напълно завършен?

- Специализирано образование/обучение (теоретично и/или практическо)
- Техническа подкрепа
- Финансова подкрепа
- Насоки
- Не съм сигурен
- Друго: (Моля, посочете)





Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове, за да бъде професионалният им профил напълно завършен?



	България	Испания	Италия	Гърция	Полша	Литва
■ Не съм сигурен	9	18	4	2	10	4
■ Насоки	15	7	46	8	17	15
■ Финансова подкрепа	6	7	29	7	6	7
■ Техническа подкрепа	2	1	34	3	5	1
■ Специализирано образование/обучение (теоретично и/или практическо)	18	21	72	39	12	24

Диаграмите по-горе илюстрират отговорите, събрани на ниво консорциум, което потвърждава важноста от предоставянето на специализиран курс за обучение за подготовката на Гастро-гидове, както планира да направи и проект Gastro-Guide (41% от отговорите са поставени върху допълнителните необходими теоретични и/или практическо образование/обучение), както и необходимостта от насоки за бъдещите професионалисти (маркирани от 24%), които ще бъдат осигурени чрез интерактивната уеб платформа на проекта и Селско образователно пространство (Rural Educational Area/REA).

Друг ключов аспект от профила на Гастро-гида, който беше изследван чрез проучването, бяха очакванията и нагласите на респондентите към ключовите компетенции на Гастро-гида. Следващият въпрос беше представен на публиката като таблица, в която респондентите бяха помолени да маркират нивото на важност на всяка от предварително дефинираните компетенции (въз основа на предварителното проучване на партньорите, проведено в рамките на кабинетното изследване на ситуацията в партньорските страни) и по този начин да изразят мнението си какво, според тях, трябва да знае/умее гастро-гидът.



21. Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?

(Моля, отбележете своя избор в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно.)

Значение на компетенциите на гастро-гидове	1	2	3	4	5
<i>Добри умения за планиране и организация</i>					
<i>Добри презентационни и комуникационни умения</i>					
<i>Отлични междуличностни умения</i>					
<i>Преподавателски умения / коучинг (менторски) компетенции</i>					
<i>Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло</i>					
<i>Познания за управлението на малко и средно предприятие</i>					
<i>Познаване на историята на региона</i>					
<i>Познаване на гастрономическите традиции на региона</i>					
<i>Познания за туризма</i>					
<i>Знания за устойчивостта</i>					
<i>Владеене на чужди езици</i>					
<i>Висока мотивация и ентузиазъм</i>					
<i>Ясна дикция и добри описателни умения</i>					
<i>Желание за учене</i>					
<i>Добра памет</i>					
<i>Гъвкавост</i>					

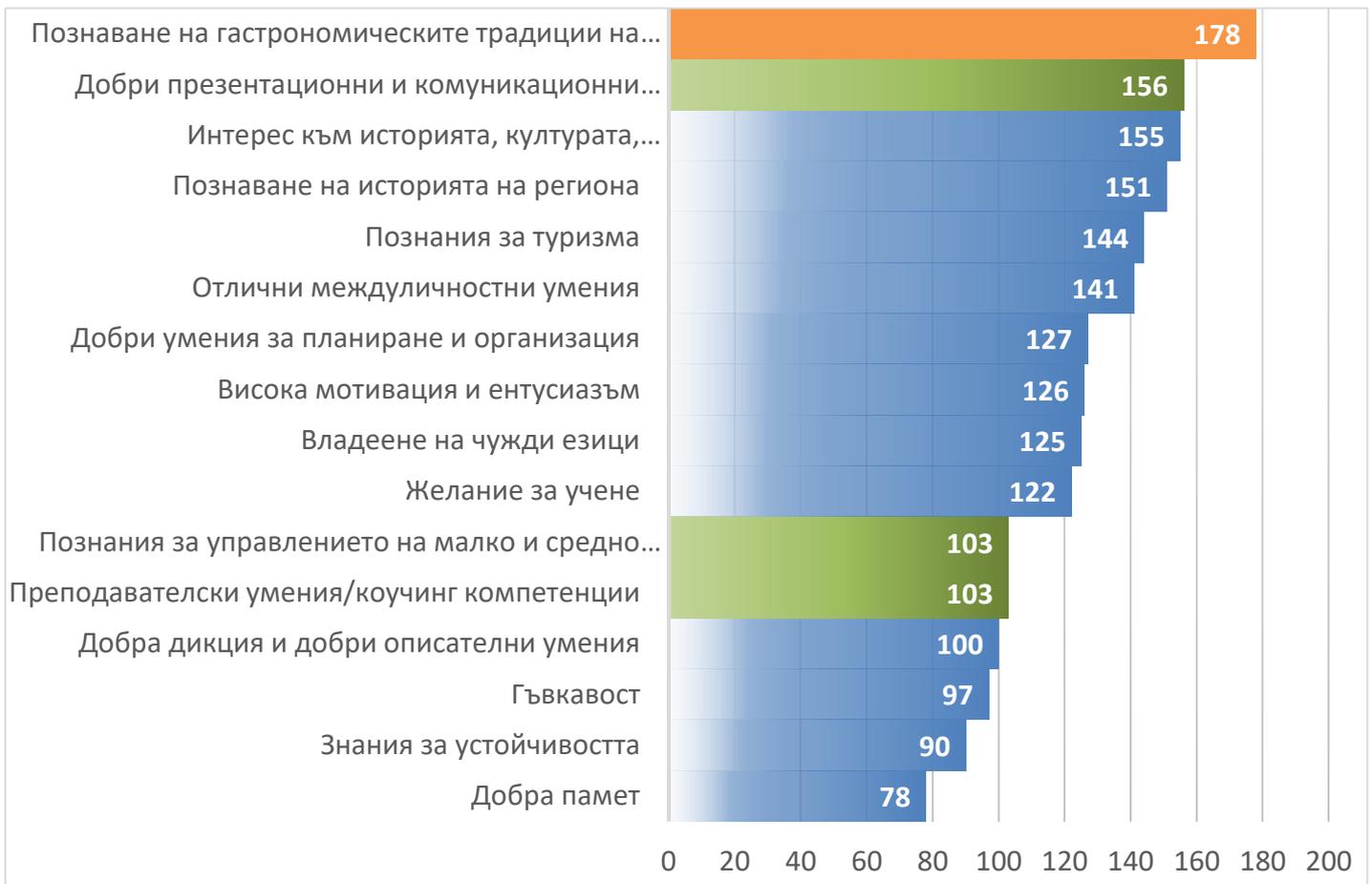
Тук се получи много интересни резултати, представени по-долу като таблица с броя на получените отговори за всяка от изброените предложени компетентности, както и с графично представяне на най-предпочитаните варианти:

1=не е важно и 5=много важно	1	2	3	4	5
<i>Добри умения за планиране и организация</i>	8	14	79	79	128
<i>Добри презентационни и комуникационни умения</i>	5	14	68	97	156
<i>Отлични междуличностни умения</i>	5	12	86	93	142
<i>Преподавателски умения / коучинг компетенции</i>	9	18	92	92	104
<i>Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло</i>	5	16	74	74	157



Познания за управлението на малко и средно предприятие	6	20	113	87	103
Познаване на историята на региона	2	18	80	77	151
Познаване на гастрономическите традиции на региона	4	14	66	66	188
Познания за туризма	3	17	88	90	137
Знания за устойчивостта	4	18	99	93	87
Владеене на чужди езици	6	19	89	103	126
Висока мотивация и ентузиазъм	5	13	94	85	148
Ясна дикция и добри описателни умения	5	25	86	97	99
Желание за учене	5	20	81	76	126
Добра памет	8	35	105	82	75
Гъвкавост	7	28	92	77	101
Друго* (отговорите, дадени от респондентите, не са изброени тук, но са споделени в докладите по държави на съответните партньори)					

Редовете, отбелязани в зелено в таблицата по-горе, са най-открояващите се отговори, дадени от респондентите, като всички надхвърлят 150 гласа за „много важна“ компетентност. Като цяло, те съответстват на очакванията на екипа на проекта и партньорите ще се съсредоточат допълнително върху подчертаните компетенции, докато разработват учебната програма и курса на обучение, като по този начин отговарят най-добре на нуждите и очакванията на целевата група тук, отново представени по-долу, подредени по важност:



Курс за обучение за Гастро-гид

Следващият раздел от въпросника беше насочен към по-детайлизирано проучване на потенциалното съдържание на курса за обучение за гастро-гидове, който се разработва по проекта. Консорциумът представи структурата на курса, както беше планирана във формуляра за кандидатстване на проекта и проучи мнението на потенциалните заинтересовани страни за осъществимостта и полезността на предложените модули за обучение. Анкетираният отново бяха помолени да оценят важността на предварително дефинирани модули за обучение, които да бъдат включени в учебната програма:

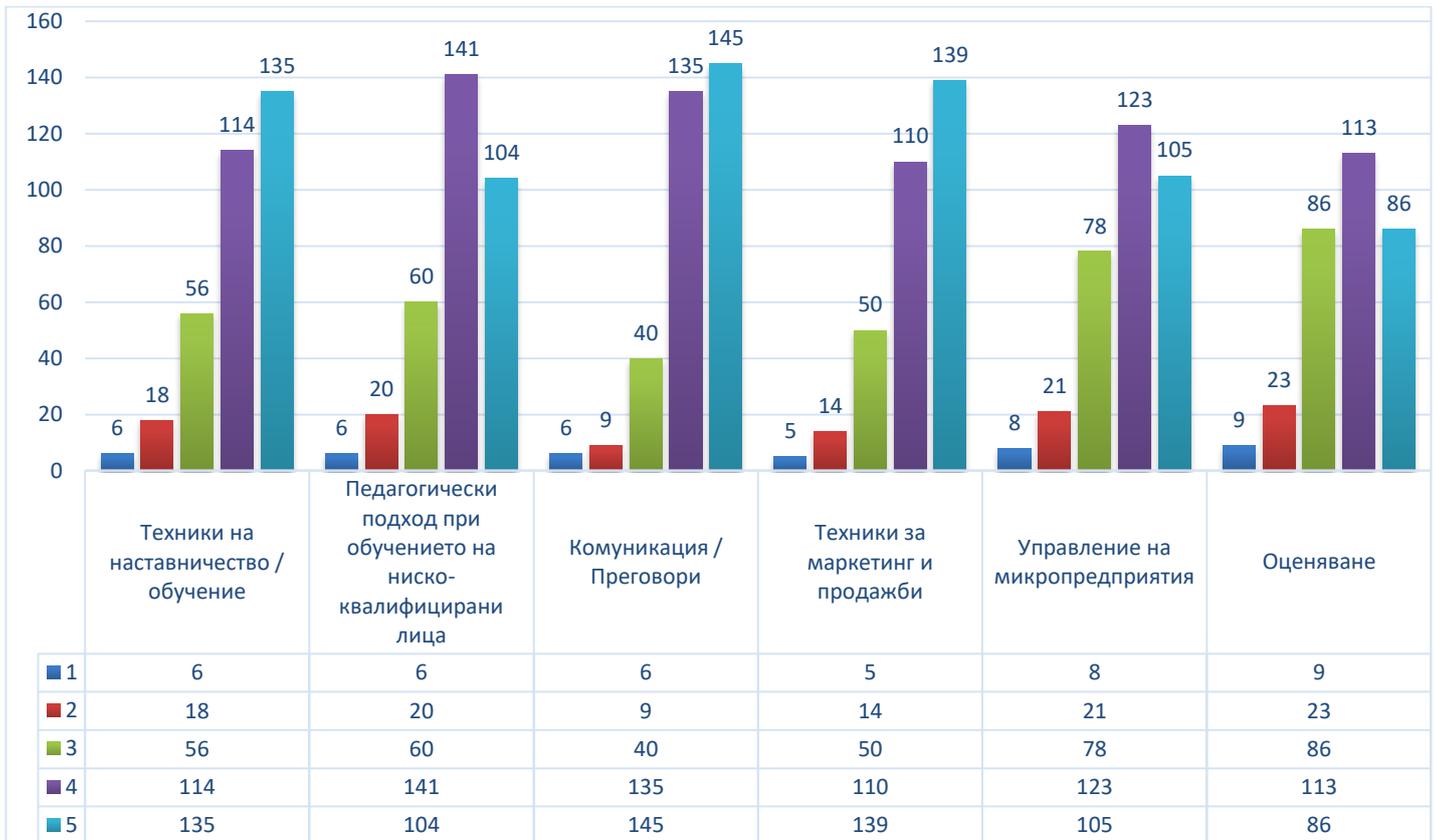
22. Моля, оценете обучителните модули, изброени по-долу, според тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове?

(Моля, отбележете своя избор в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно.)

1. Техники на наставничество / обучение
2. Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица
3. Комуникация / Преговори
4. Техники за маркетинг и продажби
5. Управление на микропредприятия
6. Оценяване

Ето графично представяне на резултатите, където светлосините колони представят най-важните теми според респондентите:

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Освен това в рамките на въпрос №23 респондентите бяха поканени да споделят други модули за обучение, които смятат, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете. Тук бяха получени 95 отговора (от 342 въпросника), изброени подробно в докладите по страните.

Други предложени полезни модули за обучение според респондентите

- Познаване на регионалните храни и продукти (26%)
- История и наследство на региона (20%)
- Езици (17%)
- Дигитални компетентности (11%)
- Финансови познания (9%)
- Бизнес комуникации (7%)
- Инструменти за рекламиране и промоция на местни продукти, използване на цифрови и социални медии като промоционален инструмент
- Екологична кухня/еко местни продукти, Екологични познания
- Правни въпроси в агротуризма, стартиране на бизнес и предприемачество
- Обслужване на клиенти и управление на услугите, взаимоотношения с клиенти и поведение
- Иновации, креативност, управление на проекти, решаване на проблеми, разказване на истории и др.

В допълнение, респондентите бяха помолени да споделят знанията си за други съществуващи схеми за обучение (за основни или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-водачите. Бяха получени общо 40 положителни отговора и бяха посочени 22 конкретни предложения за добри „GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



примери по отношение на съществуващи курсове или програми. По-долу е представено резюме на отговорите, изготвени от респондентите:

Курсове за винен туризъм, предоставяни от DO в Арагон (ES)	Старши техник в ръководството (ES)	Информация и туристическа помощ (ES)	Старши техник по туристическа информация и маркетинг (ES)	Обучителна програма на Jola Vocational School: „Кулинарно изкуство“ (LT)
InnoDairyEdu (EL)	Познания по готварство и енология на сладкиши (EL)	Семинари в кооперации към производители (EL)	Национална училищна програма за развитие на гастротуризма (EL)	IFOA курсове (IT)
Университет по гастрономически науки, магистър по гастрономия, курсове по история на храните (IT)	Ръководство за екологичен туризъм на GAE (IT)	IFTS курсове по храна и вино (IT)	ITS TECH&FOOD COURSES (IT)	Специализиран курс по агротуризъм (PL)
Агротуризъм - предприемачество в селските райони (PL)	УПРАВЛЕНИЕ НА АГРОТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС (PL)	Съвместна професионална квалификация за готвач в проект CULINART (BG)	Национален образователен стандарт и курсове за ПОО за екскурзовод (BG)	

Въз основа на ключовите констатации и общото заключение от този раздел на въпросниците за проучване, партньорите доразвиха съдържанието на курса за обучение и съвместно промениха предварително дефинираните модули за обучение, така че да отговарят по-добре на очакванията и нуждите на потенциалните потребители на курса за Гастро-гид, както следва:

Предварително дефинирани / очаквани обучителни модули във формуляра за кандидатстване:	Модули за обучение, които ще бъдат разработени след констатациите и заключенията от проучването:
Коучинг техники	Основи на туризма и хотелиерството
Педагогически подход при обучението на нискоквалифицирани лица	Културно съзнание
Комуникация - Преговори	Предприемачество в агро и гастро туризъм
Техники за маркетинг и продажби	Презентационни и комуникационни умения
Управление на микро предприятия	Коучинг, менторски техники
Оценяване	* Оценката ще бъде включена във всеки обучителен модул



Потенциални Гастро-гидове

Този раздел беше насочен директно към лицата, които се интересуват от обучението за Гастро-гид, като всички респонденти бяха първо попитани дали имат интерес да участват в курса.

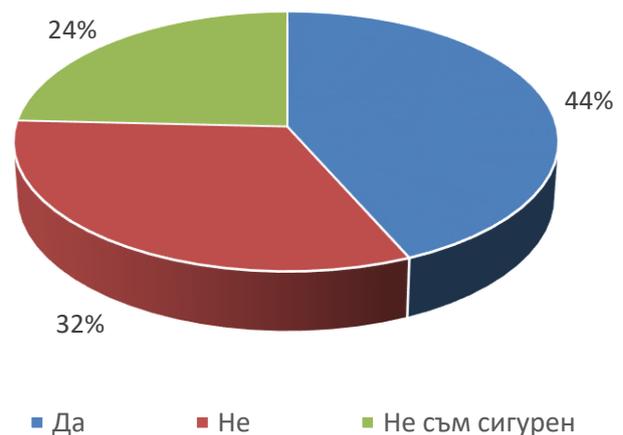
Получавайки положителни отговори от 47% от респондентите (160 души), желаещи да участват в обучението, и 35% все още решаващи (118 души), партньорството счита тези представители за пряка целева група, с която ще бъде поддържана тясна връзка и комуникация по отношение на възможностите да се възползват от курса.

Имате ли интерес да участвате в обучение за Гастро-гид?



Групата беше допълнително профилирана чрез въпрос № 27 с цел проучване на техните предишни знания и/или опит, които биха могли да бъдат от полза за профила на Гастро-гида. 44% от респондентите заявят, че са подготвени чрез всякакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, потенциално полезни за профила на Гастро-гид - напр. комуникационни умения, организационни умения, преподавателски умения и др., а други 24% не са сигурни, докато 32% декларират, че нямат предишен опит и/или обучение в това отношение.

Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение?



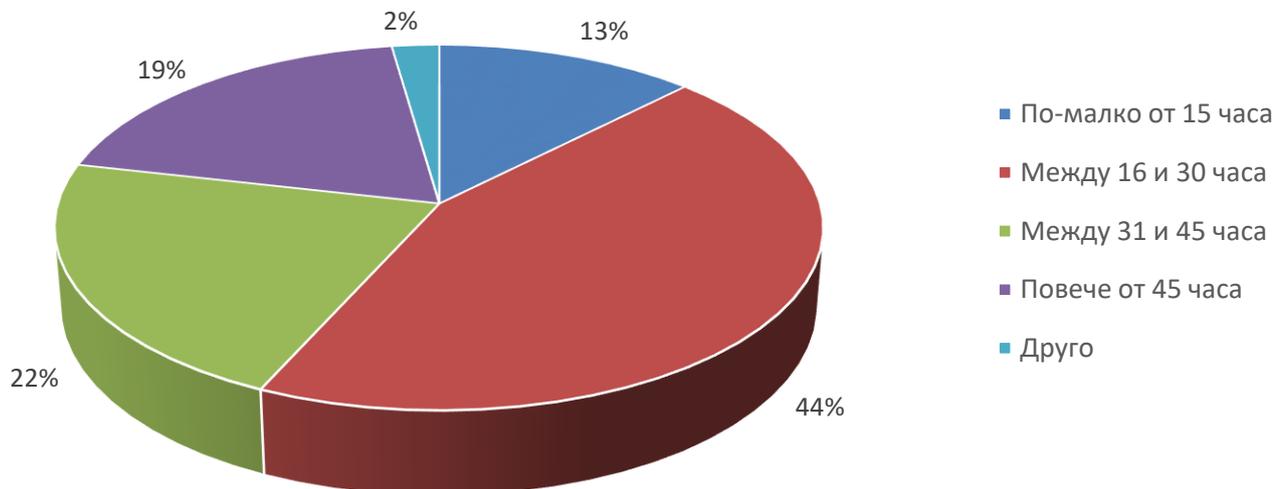
Следващите въпроси са проектирани по начин така, че да изследват очакванията и отношението на потенциалните обучаеми в рамките на курса за гастро-гидове към продължителността на курса/натовареността, начините на организиране, които са най-подходящи за обучаемите, и т.н. Дадените отговори в този раздел подпомагат партньорството при проектирането на учебната програма и методологиите за преподаване за провеждане на курса. По-долу са дадени резултатите от тази група въпроси с тяхното графично представяне:

28. Предпочитана продължителност на обучението:

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

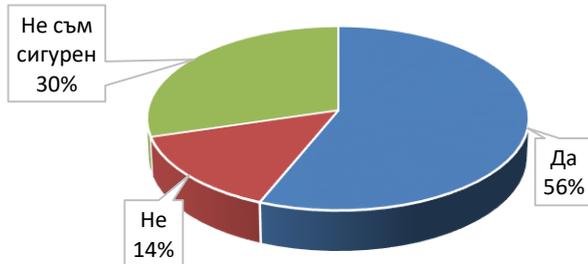


С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде
курса за Гастро-гид?

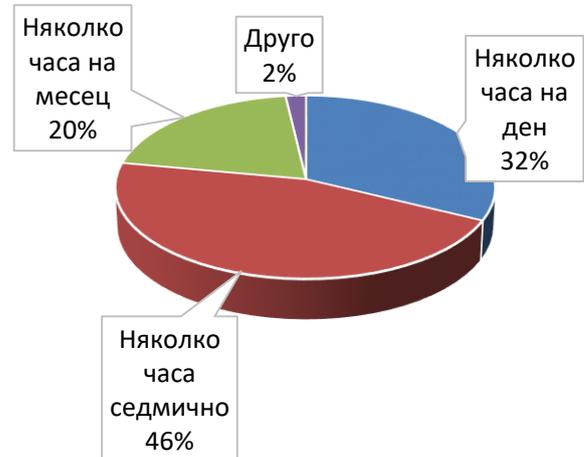




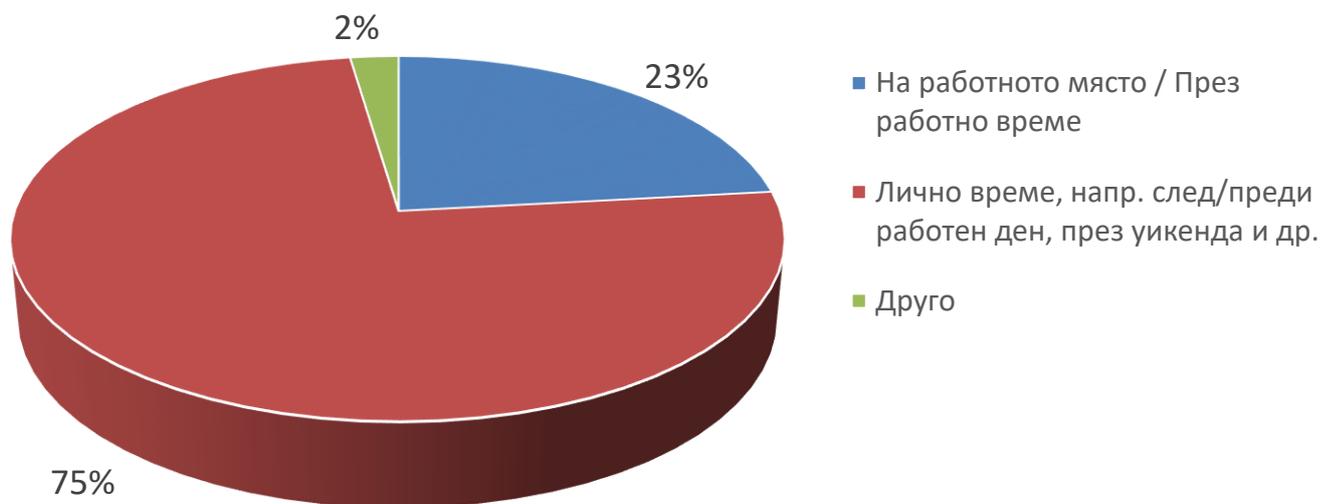
29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?



30. Колко време сте готови (и можете) да посветите на такова обучение?



31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?



Общите изводи от тази част на проучването, които могат да бъдат направени, са насочени към гъвкавия начин на представяне и провеждане на обучението за Гастро-гид, като се има предвид свободното време на обучаемите. По-специално, избраната от консорциума продължителност/натоварване за курса от 30 учебни часа е доказано осъществима, особено когато се комбинира с кратки сесии в рамките на личното време на обучаемите. Изглежда обучението на работното място не се счита за предпочитан вариант от потенциалните обучаеми в курса, които са най-склонни да посветят на обучението няколко часа седмично.

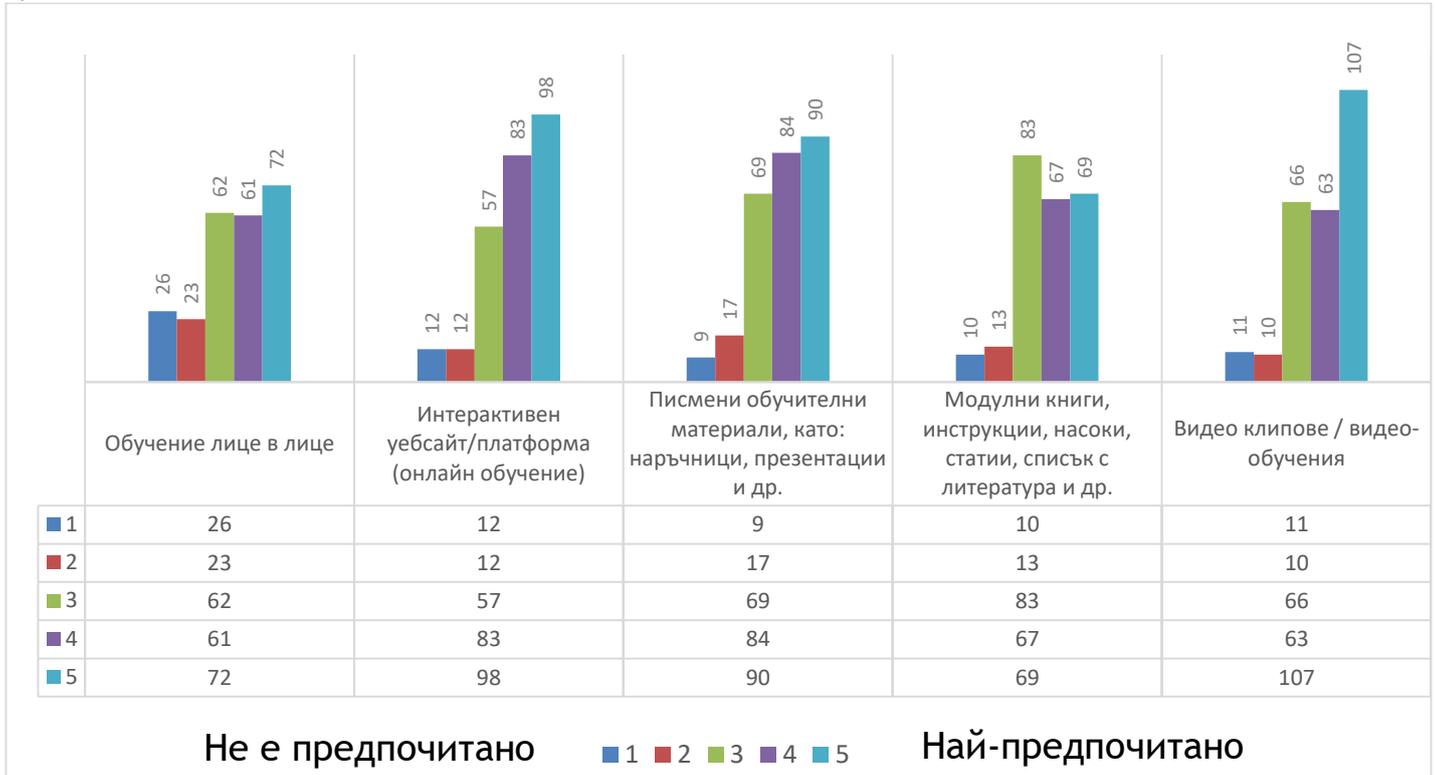
Следващият въпрос беше насочен към оценка на най-предпочитаните от респондентите начини на организиране на курса. Резултатите тук ясно показват, че някои иновативни подходи, като използването на видео материали за



представяне на учебното съдържание, са доста популярни, в сравнение с традиционните лекции и четене на източници.

32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по тези теми?

(Моля, оценете предложените типове обучителни материали, където 1 = не предпочитан и 5 = най-предпочитан)



Резултатите ще бъдат взети под внимание при проектирането на учебната програма и материалите за обучение от партньорите по проекта и много добра отправна точка е, че видео-презентациите на гастро-гидовете вече са предвидени в проекта като виртуална библиотека от ресурси за насочване на професионалистите.

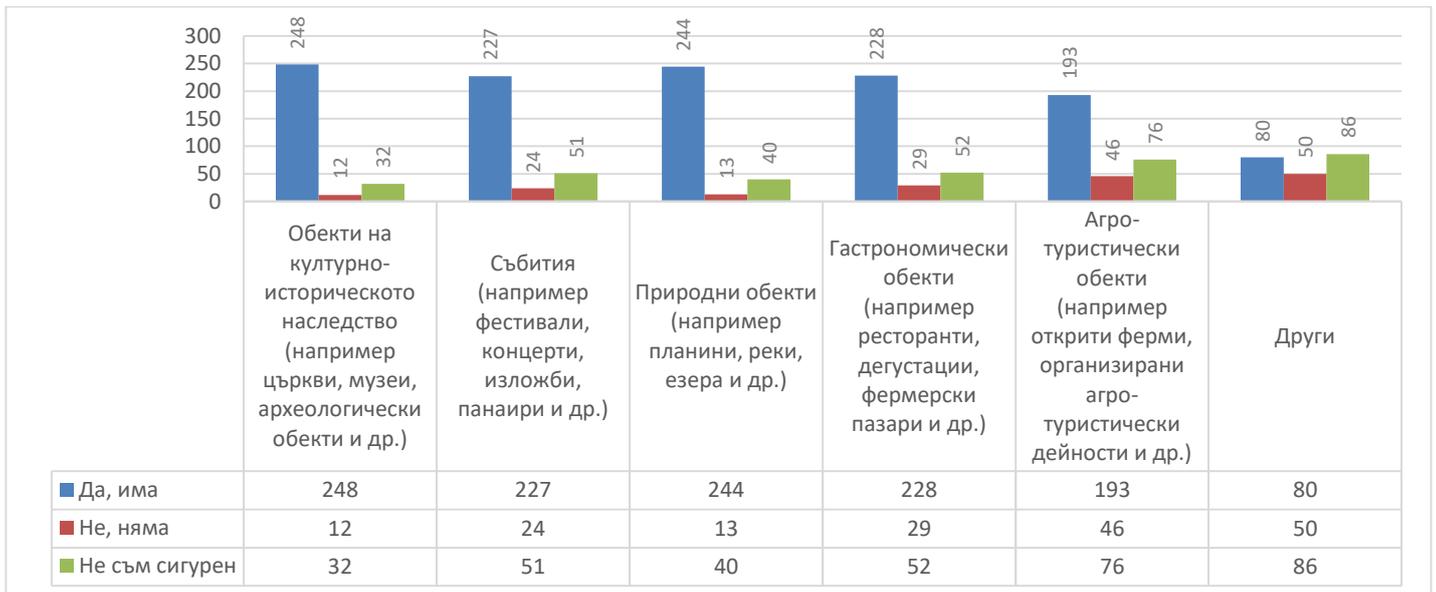
Местни познания и потенциал

Последната част от проучването беше насочена към изследване на потенциала на селските райони в партньорските страни действително да осигурят ресурси и капацитет за развитие на агро и гастро-туризъм и да бъдат поле за работа на гастро-гидове. Друг аспект, който беше търсен тук, беше да се разбере начинът за прехвърляне на местните знания в региона и между поколенията, и да се проучи готовността на респондентите да идентифицират и оценяват конкретни обекти/атракции, които имат потенциал да бъдат трансформирани (с подкрепата на Гастро-гидове) в местните съкровища, които да бъдат представени и популяризираны пред света.

Тук по-долу представяме основните резултати и констатации по отношение на информираността на респондентите относно съществуващите интересни атракции, които могат да бъдат посетени в техния регион/село:

33. Знаете ли за интересни атракции, които могат да бъдат посетени или разгледани във Вашето село/населено място? Моля, отбележете отговорите си в таблицата:

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Като се има предвид, че анкетата са попълнили общо 342 лица, повече от 200 положителни отговора за всеки от изброените възможни туристически обекти (между 193 и 248 лица) е повече от обещаващ резултат.

Следващият въпрос (№ 34) беше отворен и под формата на покана към респондентите да споделят най-атрактивните места или събития, които смятат, че си заслужава да бъдат посетени в тяхното село (ако има такива). Получени са общо **122 отговора** (т.е. над 35% от анкетираните), което е над очакваното и показва много висока мотивация за популяризиране на местните дадености. За местните хора вече е успех, че тези места/събития са идентифицирани, известни и считани за потенциални атракции.

Друг аспект на местните познания, който беше проучен с въпросниците, беше информираността на респондентите относно дейностите за насърчаване на местните инициативи в техните региони.

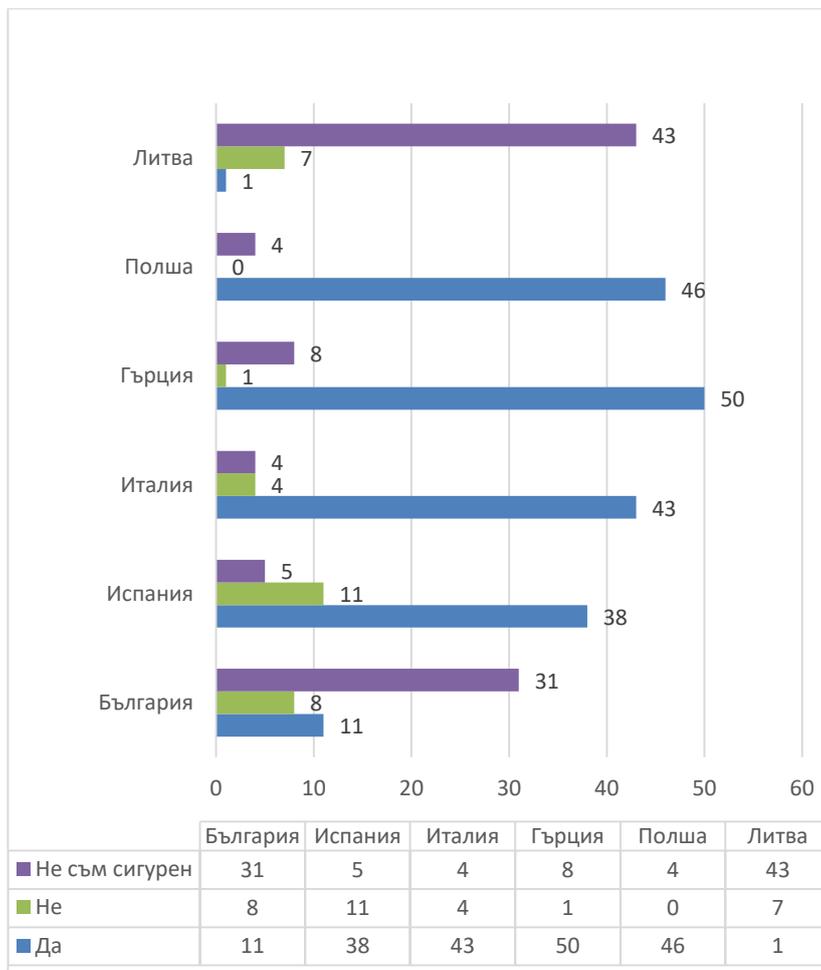


За съжаление резултатите, получени за въпроси 35 и 36 (видно от диаграмите) не са много положителни спрямо усилията, вложени в насърчаването на селските райони.



Следователно следващите два въпроса дават надежда, че местното население в селските райони има желание да допринесе за подобряването на тези промоционални дейности и е нетърпеливо да споделя знания.

По държави:



Има ли регионални (хранителни, занаятчийски...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село/населено място?



Общо **78 от 342** респонденти са дали конкретен отговор на този въпрос, споделяйки конкретни продукти, които имат потенциал да се превърнат в туристическа атракция.



Co-funded by
the European Union



GASTRO-GUIDE



Предложени местни продукти и атракции

Имайки предвид практическия аспект на това проучване, и с цел разпространение във всички фази на проекта, тук изброяваме някои от (обобщените) отговори, дадени от респондентите като предложения за места/събития, които да бъдат посетени и „преживени“ в техния район на живот. По-подробна информация е представена в докладите за страните, разработени от партньорите.

Испания

- Трюфел, Шафран, шунка Теруел и др.
- Исторически паметници, местни манастири, църкви и замъци
- Фестивали и събития
- Вятърни мелници и добив на масло от сорт Кралски
- Занаятчийска храна, занаятчийски хляб
- Селско наследство и села
- Ботанически маршрут и др.



Италия



- Исторически паметници
- Местни манастири, църкви и замъци
- Фестивали, посветени на различни видове традиционна местна храна
- Селски празници на типични продукти и гастрономически места
- Спергола, планинска захар и др.
- Производство и получаване на прошуто, салами и шунка
- Балсамов оцет и други оцетни продукти
- Винопроизводство и дегустация, посещение на изби
- Маслобойни, пекарни, механи и др.

Гърция

- Зехтин и бадемово масло
- Медени продукти, традиционен пай от местни продукти
- Вино, лупина, черен чесън и др.
- Обработка на смокиня за производство на множество продукти
- Традиционни сирена (напр. Фета, Пелион и др.)
- Производство на коприна





Литва



- Местни фестивали
- Традиционни местни ястия, регионална кухня
- Различни видове сирена и млечни продукти
- Занаятчийска храна, занаятчийски хляб
- Литовски сертифицирани ястия с над 100 годишни рецепти
- Образователни програми и дегустационни работилници
- Дърворезба, производство на сапун и плъстене на вълна
- Етнографски колекции и др.

Полша

- Сирене Oscypek, Pierekaczewnik,
- Традиционни напитки: Róttorak, Dwójniak и др.
- Местни фестивали и туристически маршрути (Панаир на регионите в Хожув, Многодневно пътуване с каяк по река Рега)
- Еко агро туризъм с животни и резервати
- Етно селища (Глемпинг палатки с джакузи и сауна - Селището за сауни Bieszczady)
- Гори, езера, природни резервати
- Исторически паметници, църкви и манастири (руини на антични сгради) и др.



Bulgaria



- Местно (българско) бяло сирене и кисело мляко
- Повече от 50 традиционни рецепти за приготвяне на хляб за различни поводи
- Регионално винопроизводство, местни сортове грозде и дегустация на вина
- Местни празници и събития като празници на хляба, сливата, черешата, типични местни видове сушени меса и колбаси и др.
- Морски курортни ресторанти, предлагащи традиционна рибена чорба и ястия
- Исторически комплекс в Балчик и други забележителности.

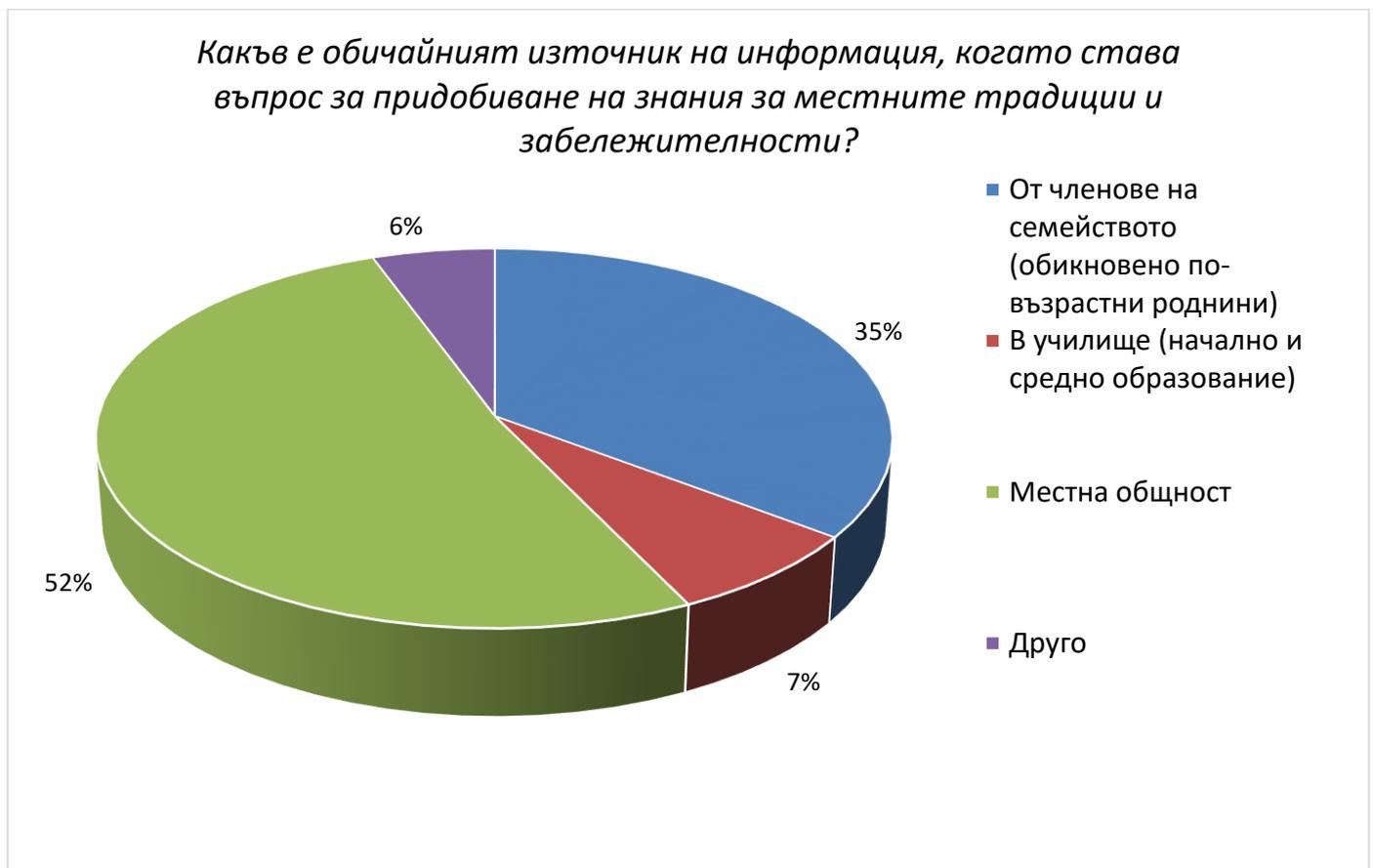


Източници на местни знания

Друг аспект, в допълнение към осъзнаването на местните ресурси с потенциал да се превърнат в туристически атракции, беше изследван източникът на местните знания. Според оценката на партньорството, познаването на традициите, обичаите и общото познаване на региона се корени най-вече в семейството, особено в малките села. Със следващия въпрос партньорството имаше за цел да разшири тази хипотеза чрез идентифициране на други разпознаваеми източници на информация на местните жители.

39. Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?

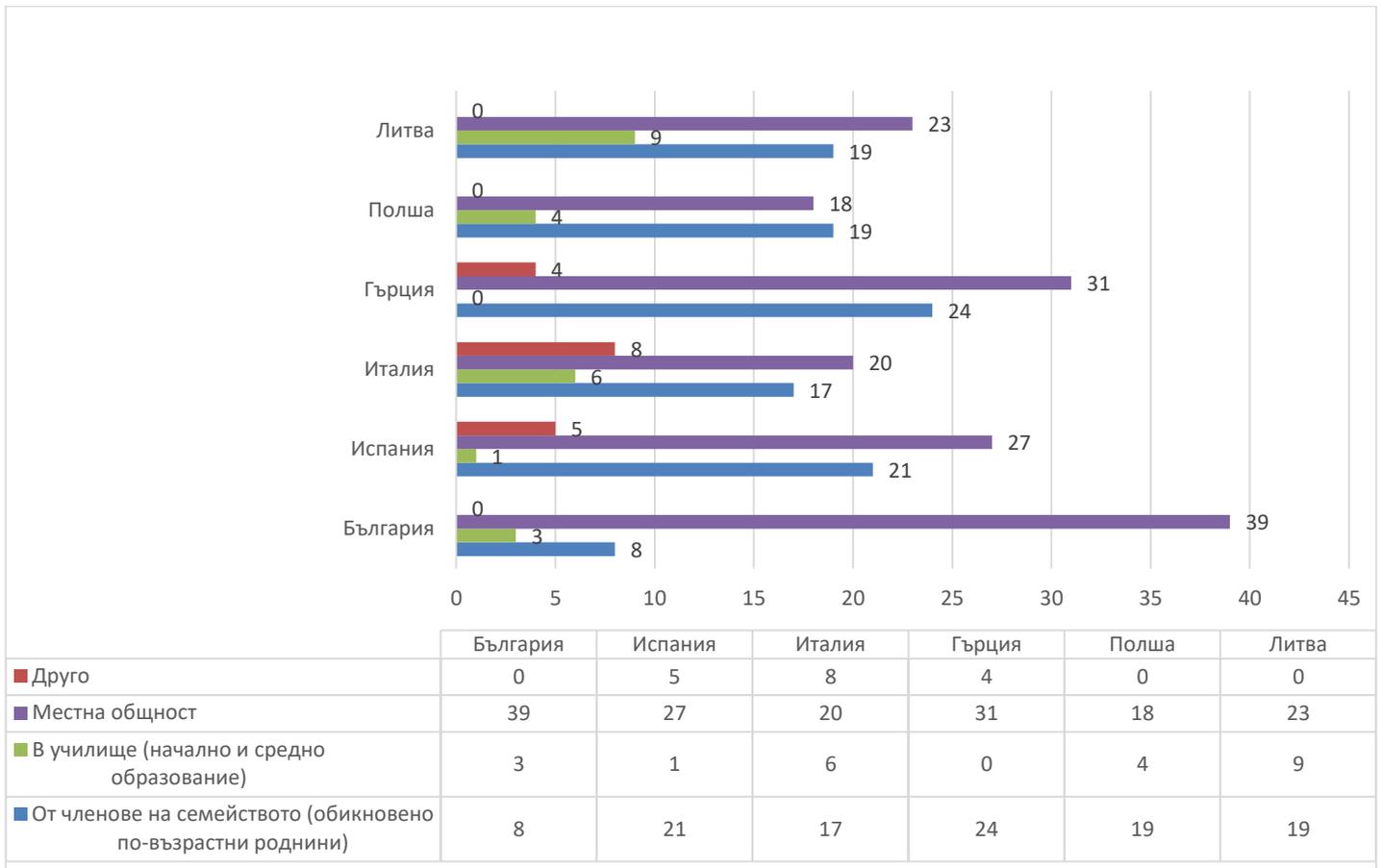
- От членове на семейството (обикновено по-възрастни роднини)
- В училище (основно и средно образование)
- Местна общност
- Други: (Моля, пояснете)



Както се очакваше, по-възрастните членове на семейството бяха едни от основните признати от жителите на селските райони неформални „учители“ или „пазители“ на тяхното наследство, но друг надежден източник също се открояваше в лицето на местната общност. Това даде на партньорите и ценна информация, като подчерта други целеви групи, които трябва да бъдат разгледани и ангажирани в дейностите по проекта. Партньорите ще положат усилия и за насочване към представителите на местната общност, като се обръщат към представители на местните власти, НПО и други формални и неформални организации, включващи местните хора и/или представляващи техните интереси.



Интересно е да се разгледат тези отговори по държави, представени по-долу:



И накрая, консорциумът искаше да проучи отношението на населението в селските райони към потенциала и ползите, които проектът Gastro-Guide може да им донесе. Би било полезно тази информация да бъде събрана в началната фаза на проекта (тъй като това проучване беше първият път, когато партньорите се обърнаха към заинтересованите страни) и да се сравни с очакванията и удовлетворението, постигнато от респондентите в края на проекта.

Следващият въпрос представя очакванията на респондентите към бъдещите гастро-гидове. 181 положителни („Да“) и 108 „Може би“ отговора поставят много високо ниво на очакване, което партньорите ще се стремят да оправдаят.





Попитани, в заключение, с какво конкретно може да допринесе гастро-гидът, респондентите се обединяват около следните предложения (обобщени на ниво консорциум):

41. По какъв начин смятате, че гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

Ще допринесе за повече агро и гастро-туристически събития	Популяризиране на региона, рекламиране и съживяване на селските райони	Подкрепа на местната общност	Популяризиране на местните традиции
Увеличаване на пристигащите туристи	Популяризиране на местни събития (фестивали, фермерски пазари и др.)	Популяризиране и организиране на маршрути за селски туризъм	Допринасяне за по-добра заетост на местното население
Ще допринесе за мотивацията и обучението на местните компании	Ще оостойности местния потенциал и наследство, като създадете насоки за промотиране на местни продукти	Предаване на знания, които се губят, като типични ястия, места, които не са известни днес или дори традиции.	Преподаване на нови техники, нова кулинарна култура за ресторантите.
Работа с и насърчаване на младите хора от региона, за да останат в него и да го развиват	Насочване на фермерите към експериментални култури въз основа на световните тенденции, развиване и укрепване на култура на качество на селскостопанската продукция	Насърчаване на предприемачеството и по-широк подход към бизнес възможностите	

В заключение, изпълнявайки всички фази на изследването на съществуващата ситуация в страните партньори, партньорите по проекта придобиха ценни познания за особеностите на изследваните региони, очакванията на преките заинтересовани страни по проекта и за нуждите, които трябва да бъдат посрещнати. Всички констатации и заключения от настоящия доклад ще бъдат допълнително включени при проектирането на учебната програма и курса за обучение по такъв начин, че бъдещите гастро-гидове да могат да подкрепят и развиват своите местни общности по най-добрия възможен начин.

По-долу са изброени всички доклади по държави с подробности за проучването, проведено чрез въпросниците, както са представени от партньорите по проекта.

Резюме на
въпросниците

Национален доклад Испания

Партньори:

Cámara Oficial de Comercio e Industria de
Teruel

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



Национален доклад – Испания

ВЪВЕДЕНИЕ

Имайки предвид нуждите на проекта и характеристиките на обучението за гастро-гид, проучването беше разпространено главно сред работещи и предприемачи в секторите на селското стопанство, хотелиерството и туризма, както и хора, които живеят или са свързани със селските райони / области.

В Испания на въпросника отговориха 54 души.

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

Обща информация

В този раздел поканихме респондентите да предоставят информация за контакт, за да можем да поддържаме връзка за по-нататъшна комуникация. Като резултат от общо 54 получени отговора на въпросника, общо 29 души ни предоставиха името на фирмата си.

Освен това, за да можем да разберем по-добре териториалното разпределение на респондентите, ги помолихме да уточнят региона, от който произхождат като отговори получихме от 53 души, разпределени в 29 населени места (градове и села). Повечето от респондентите са от малки общини от окръг Арагон, което си обясняваме с факта, че това е територията на дейност на двете партньорски организации в Испания.

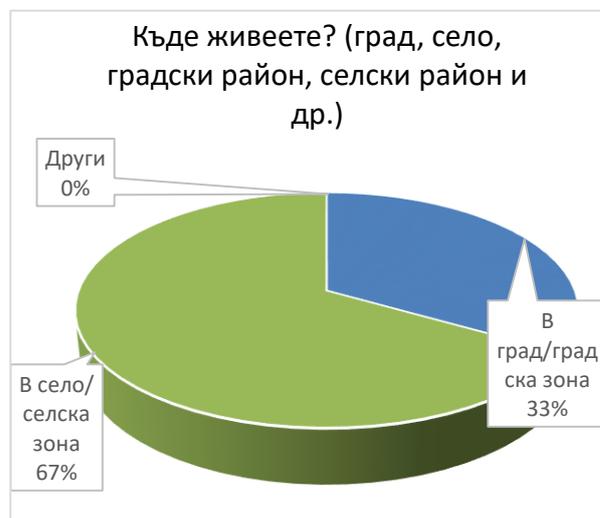
След това респондентите бяха помолени (ако желаят) да посочат своята позиция (по отношение на собствеността на бизнеса) и общо 29 души отговориха на този въпрос. Анализът показва, че по-голямата част от анкетираните са собственици на фирми или заемат ръководни длъжности, а останалите са разпределени в различни професии и позиции, предимно в хранително-вкусовата промишленост, както и в администрацията и услугите.

Профил на респондентите

5. Къде живеете?

Под обичайно местопребиваване се разбира мястото, където лицето живее към момента на допитването и където е било и възнамерява да остане известно време. Общо **54 души** са отговорили на този въпрос.

По-голямата част, **66,7%**, живеят в селски район, а **останалите 33,3%** живеят в градски район, което е очаквано предвид спецификата на проекта и целевите групи. От респондентите, определящи себе си като живеещи в градските райони, само тези от Сарагоса реално се отъждествяват с голям град.





6. Степен на образование

Респондентите бяха помолени да посочат тяхното образователно ниво, в съответствие с предварително дефинирани образователни степени по международните класификации. Всички **54 души** са дали отговор на този въпрос.

Мнозинството, **51,9%**, имат висше образование, **42,4%** имат средно образование, а **5,6%** имат основно или по-ниско образование.



7. Област на образование / обучение

Общо **54 души** са отговорили на този въпрос като близо 1/3 от интервюираните посочват, че работят в сферата на бизнеса, администрацията и правото (**28,8%**), следвани от **13,5%**, работещи в услугите и други **13,5%**, работещи в здравеопазването и социалните грижи.

По-долу са посочени точните проценти на всяка от категориите:

3.7% Изкуства и хуманитарни науки	5.8% Социални науки, журналистика и информация
28.8% Бизнес, администрация и право	5.8% Информационни и комуникационни технологии
3.7% Природни науки, математика и статистика	5.8% Инженерни науки, производство и строителство
5.8% Земеделие, горско стопанство, рибарство и ветеринария	13.5% Здраве и благосъстояние
13.5% Услуги, включително пътуване, туризъм и свободно време	

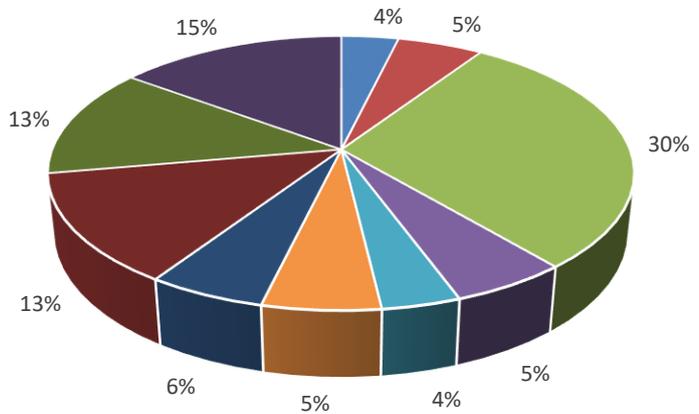
Сред другите отговори, посочени от респондентите в рамките на възможността да допълнят собствен отговор, различен от предварително определените, са:

- Туризъм
- Производство на вина
- Козметика и красота

Всички те също попадат в категорията Услуги, включително пътуване, туризъм и отдих.

Сфера на образование и/или обучение

- Изкуства и хуманитарни науки
- Социални науки, журналистика и информация
- Бизнес, администрация и право
- Информационни и комуникационни технологии
- Природни науки, математика и статистика
- Инженерни науки, производство и строителство
- Селско, горско, рибно и ветеринарно стопанство
- Здраве и благосъстояние
- Услуги, включително пътувания, туризъм и отдих
- Други



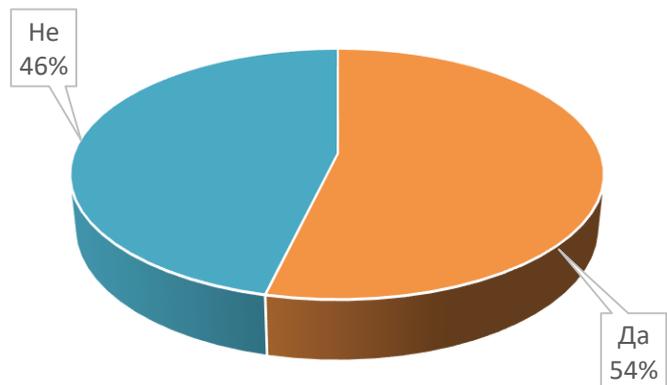
Представители на бизнеса

8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?

Бизнесът е икономическа дейност, която се стреми да получи печалби главно чрез продажба или размяна на продукти или услуги, които задоволяват нуждите на клиентите. Може да включва един или няколко етапа от производствената верига като: добив на природни ресурси, производство, разпространение, съхранение, продажба или препродажба. Общо **54 души** са отговорили на този въпрос.

Малко повече от половината от анкетираните посочват, че управляват собствен бизнес (**53,7%**), а останалите - не са ангажирани с мениджмънта на такъв (**46,3%**).

Вие ли управлявате Вашия бизнес?



9. Какъв тип бизнес управлявате?

Има много видове бизнес и много начини за класифицирането им, въпреки че най-често срещаният е да се разграничат видовете бизнес въз основа на икономическата дейност, която извършва юридическото лице, или в съответствие с размера на компанията (микро, малък, среден и т.н.).

Респондентите, които са заявили, че управляват собствен бизнес (**29 души**), са отговорили на този въпрос както следва: **31%**, имат ресторантьорски бизнес; **13,8%** работят в бизнес, свързан с производство на храни/ферма, следвани от **10,3%** от анкетираните, които имат хотелиерски или обслужващ бизнес.



Тип собствен бизнес

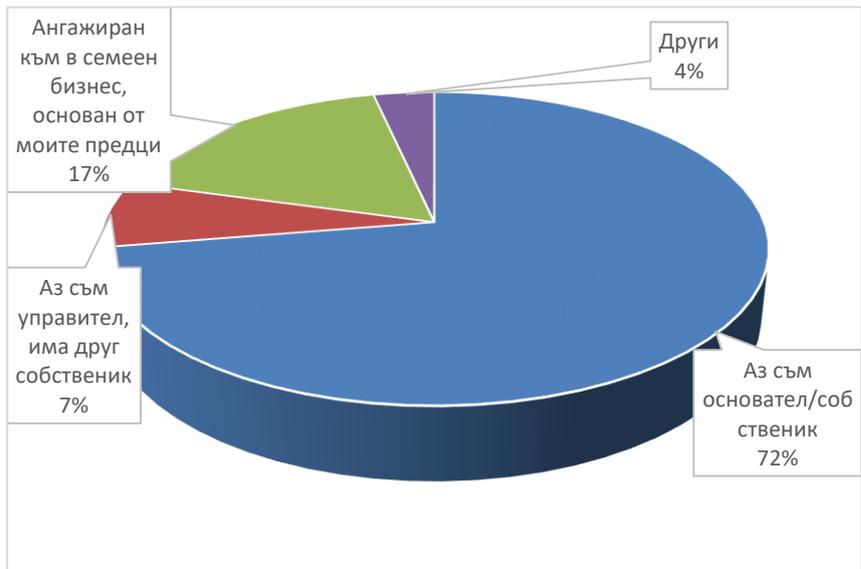


	Производство на храни / ферма / стопанство	Ресторант / заведение за хранене	Настаняване/ хотелиерство	Търговия / магазин	Услуги	Други
Series1	4	9	3	2	3	8

10. Бизнесът, който управлявате е основан от Вас или е наследствен/семеен?

Всеки бизнес проект се развива около идея, която възниква в резултат на откриване на бизнес възможност. Моментът на възникването на идеята за създаване на компания е специфичен за човек. Има много фактори, които могат да накарат човек да се насочи към конкретен бизнес и да започне да го развива.

От друга страна, когато някой наследи бизнес, получава собствеността и отговорността да управлява начинанието и активите, които някой друг (обикновено член на семейството) е придобил и изградил.



По-голямата част от анкетираните, които управляват собствен бизнес, са основатели на бизнеса (**72,4%**). **17,2%** имат бизнес, който е основан от техните предци и се предава в семейството по наследство; **6,9%** от анкетираните са мениджъри в компании, но бизнесът не е техен (като собственост), а **3,4%** от анкетираните посочват отговор, различен от предварително дефинираните.

11. От колко време управлявате бизнеса си? (брой години)

Този раздел ни ориентира във времето, през което анкетираните са управлявали своя бизнес. В този въпрос откриваме, че има **голямо разнообразие** в отговорите на 29-те анкетирани лица, които са посочили, че управляват бизнес. Има няколко души, които едва наскоро са започнали своето начинание, а други са в бизнеса от дълго време. Повече от половината от анкетираните, посочват, че менажират компанията от по-малко от 10 години. По-долу са изброени дадените отговори като първо е посочен броя на респондентите, а след него - броя години, в които са посочили, че управляват своя бизнес:

1 човек, 50 години

2 души, 35 години

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



1 човек, 25 години

1 човек, 18 години

1 човек, 11 години

2 души, 10 години

1 човек, 8 години

1 човек, 7 години

2 души, 6 години

1 човек, 5 години

3 души, 4 години

2 души, 3 години

2 души, 2 години

3 души, 1 година

12. Колко служители работят в момента в бизнеса? (Моля, попълнете броя на наетите хора)

Служителите са хора, които имат качества да вършат определена работа, изпълнявайки конкретни задачи в компанията. Това е лицето, наето от физическо или юридическо лице, което извършва квалифицирана дейност и следователно ще получи за труда си съответното възнаграждение.

Общо **29 души** отговориха на този въпрос в анкетата и, както и в предишния отговор, се наблюдава разнообразие в отговорите. Всички дадени отговори, обаче, се отнасят до микро и малки фирми, много често дори самонаети лица, в които респондентите са единствения работник. Впечатление прави, че нито една от фирмите няма повече от 10 работника.

По-долу, в списъчен вид са изброени посочените отговори, като първо е броят на отговорилите лица, а веднага след него е броят служители, които са посочили, че работят при тях:

11 души, 1 служител

5 души, 2 служители

4 души, 1 служител

4 души, 0 служители

3 души, 3 служители

1 човек, 5 служители

1 човек, 10 служители

Жители

В този раздел имахме за цел да изследваме заеността на респондентите. Тъй като част от тях вече се определиха като собственици или управляващи бизнес, следващите въпроси бяха насочени към онези, които останаха извън тази категория. Обикновено те попадат в обхвата на работещите/служителите, безработните и неактивните на пазара на труда лица, като най-общо за целите на настоящия анализ ги наричаме жители, т.е. местни лица, които не са собственици на бизнеси.

13. Работите ли в момента?

На този въпрос са отговорили общо **25 души** или това са тази част от анкетираните, които не управляват бизнес. По-голямата част от тях посочват, че работят в компания или

В момента работите ли?





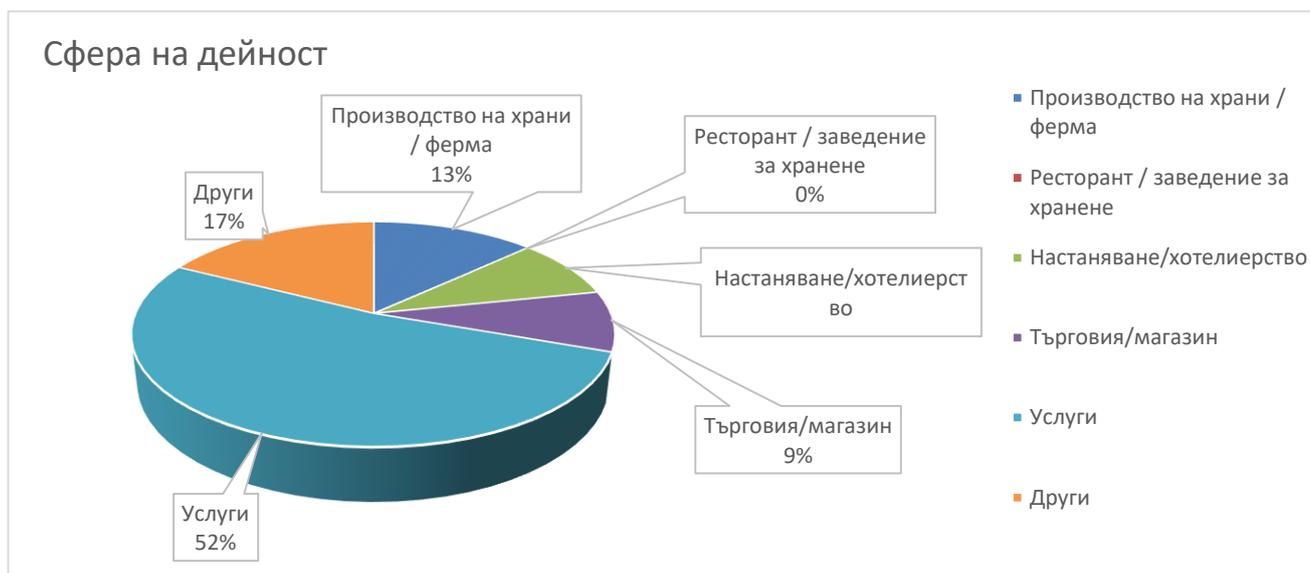
организация - 88% от общия брой; 8% са безработни, но не търсят работа, а само 4% от общия брой посочват, че работят на свободна практика.

Заети

14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?

По-нататък разглеждаме отделно сегмента на заетите/работещите респонденти, като ги помолихме да посочат сферата на дейност на компанията или организация, където са служители.

По-голямата част или **52,2%** от анкетиранияте декларират, че работят в сферата на услугите, следвани от **13%** от отговорилите, които работят в производството на храни / фермата; **8,7%** работят в ресторантьорството и същия дял посочват, че работят в търговията.



15. Какво е настоящото Ви занятие?

По-нататък се опитахме да разберем в какви области и професии са заети нашите анкетирани, като ги помолихме да посочат длъжността, която заемат.

37 души дадоха отговор на този въпрос като сред обобщените резултати се открояват широк кръг от професионални занятия, като например: технически длъжности/техници, медицински лица, строителни работници, административни длъжности, екскурзоводи, търговски представители, работници в хотелиерството и ресторантьорството и др.

16. Каква е вашата позиция в компанията?

Всички фирми, дружества и образувания, за да функционират нормално, трябва да имат на разположение хора, които работят на различни позиции или длъжности, но какво е длъжност? Това е функцията, която човек има, когато той отговаря за изпълнението на задачите, следвайки всички политики и ценности на организацията.

Общо 17 души са отговорили на анкетата и има голямо разнообразие в отговорите. Прилагаме списък на всеки от хората с позицията му във фирмата.



17. От колко време работите на тази позиция/работа (Моля, попълнете празното поле като посочите брой години)?

Трудовият опит е набор от умения и знания, придобити от лице или група на дадена работа или през определен период от време. С други думи, трудовият опит се отнася не само до самата работа, но и до това, което научавате от нея. Ето защо, попитахме нашите респонденти какъв е техния трудов опит.

23 души предоставиха конкретни данни в брой години, в рамките на които са работили на настоящата си работа. Виждаме, че има голямо разнообразие от отговори. **Прилагаме графика** с годините, през които анкетираните работят на текущата си позиция.



Смяна на работа

18. Обмисляте ли смяна на настоящата си работа?

Смяната на работата е житейска ситуация, която често е изключително стресиращ избор, но също така и възможност за по-нататъшно развитие. Причините могат да бъдат много, от натоварването до отношенията с колегите или началниците, но при всички случаи, когато има търсена промяна на местоработата, това е сигнал за несъответствие на желанията с обстоятелствата. Например, много често икономическите нужди ви принуждават да останете да работите на място, което не ви устройва напълно, но това не означава, че не бихте предприели промяна, ако имате такава възможност. За нас точно тези, които биха се ориентирали към ново професионално поприще, особено в обхвата на професионалния профил на гастро-гида, представляват особен интерес.





От всички анкетирани по-голямата част, т.е. **65,2%**, обмислят смяна на настоящата си работа, **21,7%** са доволни и не желаят да сменят настоящата си работа, а **13%** все още не са сигурни или не са обмисляли тази възможност.

19. Ако обмисляте да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да имате следващата?

Сред хората, които биха искали да сменят работата си (общо 8 души), 25% искат да работят в туризма, други 25% - в сектора на услугите, 37,5% все още не знаят какво искат да работят, а останалите искат да започнат собствен бизнес. Прилагаме графика дадените отговори по отношение на най-предпочитаната следваща професия.



Профил на Гастро-гида

20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове от гледна точка на попълване на професионалния им профил?

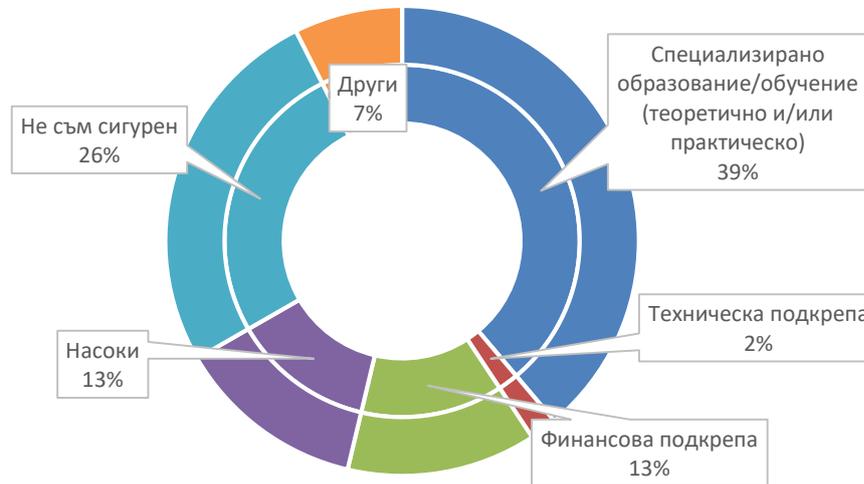
Да бъдеш гастро-гид се очертава да бъде една от най-удовлетворяващите професии. Изглежда сякаш ще изкарваш прехраната си, докато правиш това, което другите правят по време на почивка: срещаш прекрасни хора от цял свят и имаш възможност ежедневно да се възхищаваш на забележителни места.

Но... да си гастро-гид е и предизвикателство и не всеки може да го направи. Ето основните характеристики, за да бъдете най-добрият гастро-гид според интервюираните хора.

38,9% от анкетираниите смятат, че гастро-гидът се нуждае най-вече от специализирано образование/обучение (теоретично и/или практическо); 13% смятат, че ще бъде важна финансовата подкрепа; също 13% гласуват за необходимостта от специално наставничество, а 1,9%, смятат, че техническата подкрепа е най-важна за гастро-гида.



Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове от гледна точка на попълване на професионалния им профил?



21. Кои са, според Вас, най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си? (Моля, отбележете избора си в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно)

Важни компетенции за гастро-гидовете се разбират като набор от знания, умения и нагласи, които гастро-гидовете трябва да постигнат в края на обучението си, с оглед постигане на професионална реализация и личностно развитие, за да изпълняват успешно своята роля.

В таблицата по-долу са посочени дадените отговори, като имаме изброен списък с предварително дефинирани компетенции, след това скала от 1 до 5 за определяне степента на важност на съответната компетенция, където 1 е "не е важно" и 5 е "много важно"; и накрая – в клетките срещу всяка компетенция е посочен броят на хората, които са гласували за съответната степен на важност:

Важност на компетенциите на гастро-гидове (1 е "не е важно" и 5 е "много важно")	1	2	3	4	5
Добри умения за планиране и организация	3	3	10	11	28
Добри презентационни и комуникационни умения	2	4	6	12	30
Отлични междуличностни умения	2	4	11	15	22
Преподавателски умения / коучинг компетенции	4	6	13	18	14
Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	2	6	10	12	25
Познания за управлението на малко и средно предприятие	1	9	17	12	15
Познаване на историята на региона	0	7	12	13	23



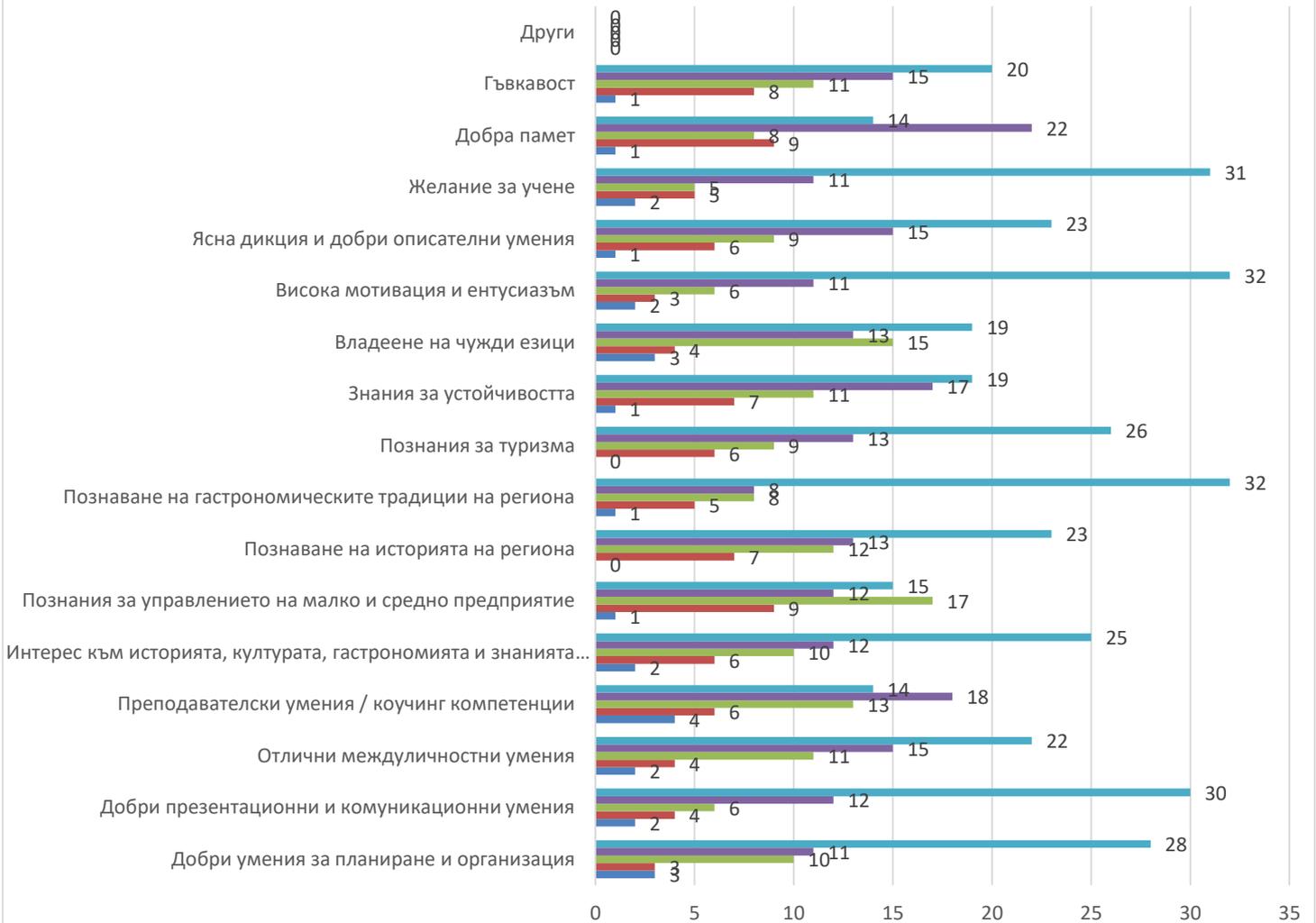
Познаване на гастрономическите традиции на региона	1	5	8	8	32
Познания за туризма	0	6	9	13	26
Знания за устойчивостта	1	7	11	17	19
Владеене на чужди езици	3	4	15	13	19
Висока мотивация и ентузиазъм	2	3	6	11	32
Ясна дикция и добри описателни умения	1	6	9	15	23
Желание за учене	2	5	5	11	31
Добра памет	1	9	8	22	14
Гъвкавост	1	8	11	15	20

Можем да заключим, че **най-важните компетенции**, които трябва да притежава гастро гидът, според отговорите на анкетата, са:

- Познаване на гастрономическата традиция на региона
- Добри комуникационни и презентационни умения
- Добри умения за планиране и организация
- Висока мотивация и ентузиазъм
- Желание за учене



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



	Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други	
Blue	5	28	30	22	14	25	15	23	32	26	19	19	32	23	31	14	20	0
Purple	4	11	12	15	18	12	12	13	8	13	17	13	11	15	11	22	15	0
Green	3	10	6	11	13	10	17	12	8	9	11	15	6	9	5	8	11	0
Red	2	3	4	4	6	6	9	7	5	6	7	4	3	6	5	9	8	0
Dark Blue	1	3	2	2	4	2	1	0	1	0	1	3	2	1	2	1	1	0

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Курс за обучение за гастро-гид

22. Моля, оценете обучителните модули, изброени по-долу, според тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове?

Обучителният модел е ръководство с инструкции, използвано предимно за преподаване и изучаване на процедури стъпка по стъпка. Обучителните модули също могат да се използват за представяне на повече фактическа информация.

Тук следва да уточним, че на анкетирания бяха предложени 5 обучителни модула (+ оценка) с формулировките, в които тя бяха предвидени в проектното предложение. В хода на проучването, обаче, беше преценено, че ще е добре да се даде възможност на потенциалните потребители на курса за гастро-гид да предложат и други обучителни модули и теми, които, според тях, биха били полезни за оформяне на професионалния профил на бъдещите професионалисти. В тази връзка, тук даваме резултатите в числов израз по отношение на мнението на анкетирания относно степента на важност на предложените обучителни модули, а по-надолу ще разгледаме и дадените от респондентите препоръки:

Значение и полезност на модулите за обучение	1	2	3	4	5
Коучинг техники	1	8	16	14	15
Педагогически подход при обучението на нискоквалифицирани лица	1	7	11	19	16
Комуникация / Преговори	3	2	10	17	22
Техники за маркетинг и продажби	2	1	11	14	26
Управление на микро предприятия	2	5	15	15	17
Оценяване	2	4	19	18	11

Според дадените отговори на този въпрос, респондентите поставят като приоритетни следните обучителни модули:

- Техники за маркетинг и продажби
- Комуникация / Преговори
- Управление на микро предприятия



23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете? (Моля, избройте вашите предложения)

Както уточнихме по-горе, анкетиранияте имаха възможност да предложат и други теми и обучителни модули, които считат, че са от ключово значение при подготовката на гастро-гидовете. Тук изброяваме получените отговори на този отворен въпрос, както са посочени в попълнените въпросници:

- Хранителни свойства
- Туризм
- История на провинцията/региона
- Гастрономия на провинцията/региона
- Инструменти за рекламиране и промоция на местни продукти
- История на храната, основи на готвенето, ботаника
- Емпатия и оптимални социални взаимоотношения
- История, наследство, местна гастрономия...
- познаване от първа ръка на продуктите, които се използват в местните ресторанти.

24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за основни или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?

Това са обучителни дейности, насочени към хора, които искат да започнат професията или които, след като вече са започнали, са в първа фаза на професионално развитие. Затова се препоръчва за хора без опит или с малък преподавателски опит.

Мнозинството от участниците с **55,6%** не знаят за други схеми на обучение, които могат да помогнат за създаването на модулите за обучение.



25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати и биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални курсове и др.

Идеята на новият професионален профил е, че Гастро-гидът следва да може да ви обясни абсолютно всичко за местата, които посещавате. На следващо място, фактът, че това е местен човек, ще повиши безопасността на посещението: водачът знае отлично къде да ви отведе като избягва



всякакви възможни опасности. В по-нестабилните страни това може да е нещо, на което следва да се обърне нужното внимание.

За да почерпим максимално от опита и знанията на местните хора при дизайна на професионалния профил на гастро-гида, си позволихме да проучим и тяхното виждане по отношение на други съществуващи схеми за обучение или курсове, които могат да имат добавена стойност към подготовката на нашите местни водачи. Оказва се, че съществуват различни възможности за придобиване на отделни компетентности, необходими на гастро-гида, но, като цяло, никъде не се споменава цялостна програма за обучение на точно такива професионалисти. Въпреки това, ето изброени и посочените от анкетираните възможности за разширена или допълнителна квалификация на гастро-гидовете в Испания:

- Курсове за обучение по чужди езици
- Неформални курсове
- Организацията за управление на дестинациите в Арагон провеждат онлайн курсове по винен туризъм - може да бъде добро допълнение към обучението
- <https://aprendergratis.es/cursos-online/cursos-gratuitos-de-cocina>
- Старши специалист (техник) по екскурзоводство, информация и туристическа помощ
- Старши специалист (техник) по туристическа информация и маркетинг.

26. Интересувате ли се от участие в обучение за гастро-гид?

На въпроса дали биха се включили в обучение за гастро-гид получихме завидно висок брой положителни отговори.

По-голямата част от анкетираните са заинтересовани от курса или евентуално биха се включили курса за гастро-гид (58,5%), на фона на 31,5%, които не проявяват интерес към обучението.



„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха могли да бъдат от полза за профила Гастро-гид - напр. комуникационни умения, организационни умения, преподавателски умения и т.н.?



Целта на този въпрос беше да установи вече съществуващи основи от изградени познания и умения у местните жители, които биха им послужили като база за надграждане на професионалния профил до завършен професионален гастро-гид.

От **54 души**, които са отговорили на анкетата, **48,6% посочват, че са преминали обучение**, свързано с темите и компетенциите, разглеждани по проекта, **32,4% не са имали възможност да участват в такова обучение**, свързано с програмата,

и **18,9% не могат да преценят** доколко това, което са учили във формален/неформален контекст би се съотнесло към профила на гастро-гида.

Потенциални Гастро-гидове

28. Колко дълго смятате, че е подходящото време за такова обучение? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове, според Вашето мнение)

Едно от най-важните условия за успеваемостта на курса за гастро-гид е той да бъде с подходяща продължителност, тъй като това гарантира, че обучаемите ще завършат обучението успешно, без да се чувстват отегчени и претоварени, или пък с чувството, че им липсва важна информация.

Наличието на мотивирани и доволни курсисти увеличава шансовете те да се реализират по изучаваната професия.

На първо място с **32,4%** е групата от анкетираните, които смятат, че подходящото времетраене за такъв обучителен курс е **между 31 и 45 часа**. На второ място - с **29,7%** - са хората, които смятат, че подходящото време за това обучение е **повече от 45 часа**, а делът на тези, които преценяват като релевантно времетраенето на курса да е **под 15 ч.** е пренебрежим.





29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за гастро-гид от 30 учебни часа?



В ежедневието начинът за измерване на времето е с часовник. Друг начин за използване на термина време в живота на индивида е, когато говорим за свободно време.

Мнозинството, с повече от **50%**, смятат, че имат налично време да завършат общо около 30 часа.

30. Колко време желаете (и можете) да посветите на такова обучение?

Това обучение може да бъде много полезна дейност. Въпреки това, за да стигнете до добро пристанище, е важно да извършите добро планиране на времето.

За да се гарантира, че продължителността на онлайн курса е адекватна, важно е да се помисли за различните формати, в които съдържанието ще бъде представено на курсистите. Нивото на внимание на ученика в обучението ще зависи пряко от представения формат.

В този случай повечето от интервюираните биха могли да отделят няколко часа седмично за това, а останалите - няколко часа на месец или на ден.



31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?

В зависимост от учебните цели и продължителността на програмата за обучение, материалите за обучение могат да включват работни тетрадки, ръководства за обучение, компютърно базирани уроци и аудио-визуални помагала.

Повечето от тях ще го използват **в личното си време**.





32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по тези теми? (Моля, оценете предложените типове учебителни материали, където 1 = не предпочитан и 5 = най-предпочитан)

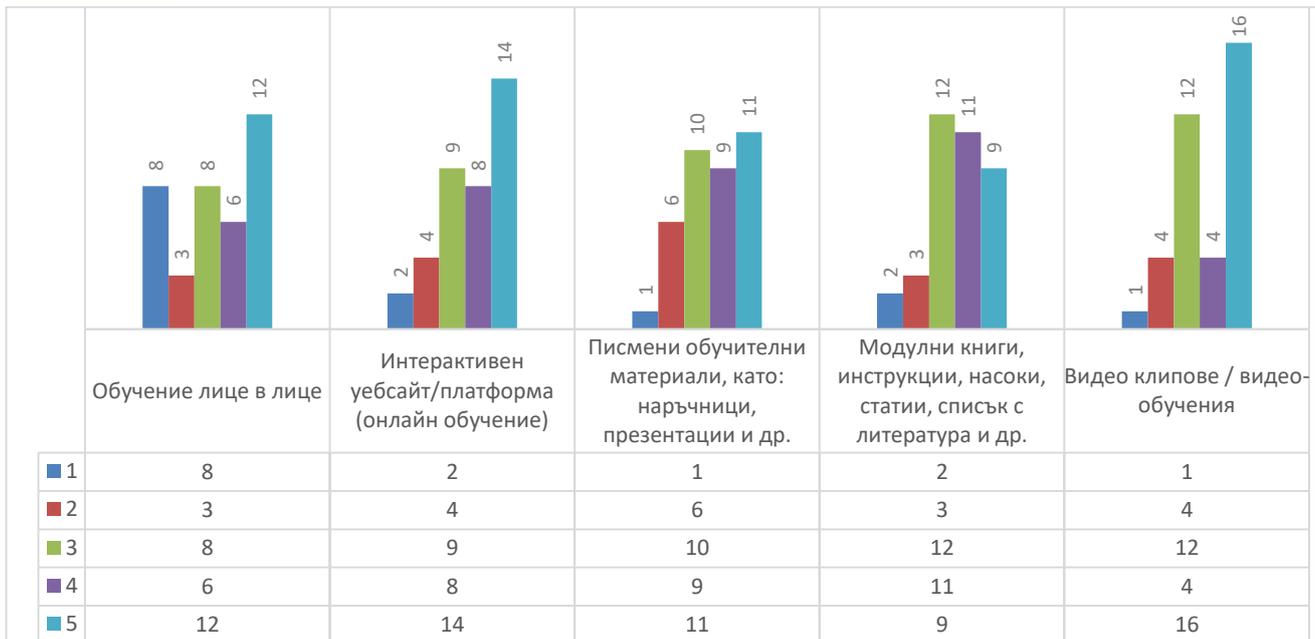
Поведението на потребителите се променя и потребителите показват нарастващ интерес към визуалното съдържание. Мястото за достъп до съдържание също се променя, тъй като има предпочитания към платформите на социалните медии пред по-традиционните начини.

Медии като уеб сайтове и видеоклипове, тъй като тези платформи за съдържание ще продължат да се нуждаят от стойност с течение на времето.

Предпочитания за типове материали за обучение	1	2	3	4	5
Присъствено обучение	8	3	8	6	12
Интерактивен уебсайт / платформа (онлайн обучение)	2	4	9	8	14
Писмени учебителни материали, като: наръчник, ръководства, презентации и др.	1	6	10	9	11
Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	2	3	12	11	9
Видеозаписи и записани материали	1	4	12	4	16

По данни на респондентите прилагаме графиките и отговорите как биха искали да **получават информация**:

- Видеозаписи и записани материали
- Интерактивен уебсайт / платформа (онлайн обучение)
- Присъствено обучение



Местни познания и потенциал

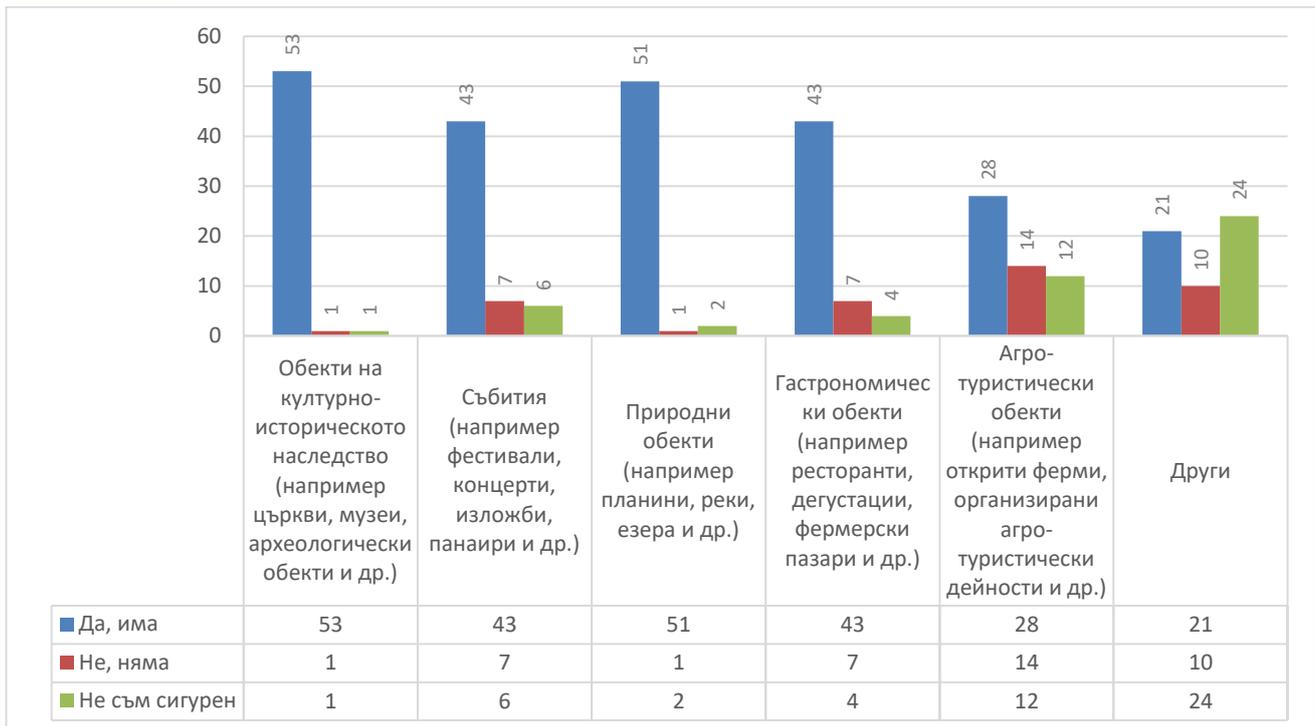
33. Знаете ли за някакви интересни атракции, които могат да бъдат посетени или проучени във вашето село? Моля, отбележете вашите отговори в таблицата.

Туристическата атракция е интересно място, което туристите посещават, обикновено поради присъщата си или експонирана природна или културна стойност, историческо значение, природна или красота, предлагащо отдих и забавление.

Този въпрос целеше да разкрие потенциала на регионите да се превърнат в гастро-туристически дестинации, както и степента на информираност на респондентите относно съществуващи потенциални обекти, събития и други забележителности, които могат да бъдат превърнати в атракции.

Видове възможни местни атракции	Да, има	Не, няма	Не съм сигурен
Обекти на културата/наследството (напр. храмове, музеи, археологически обекти и др.)	53	1	1
Събития (напр. фестивали, концерти, изложби, панаири и др.)	43	7	6
Природни обекти (напр. планини, реки, езера и др.)	51	1	2
Гастрономически обекти (напр. ресторанти, дегустации, фермерски пазари и др.)	43	7	4
Агротуристически обекти (напр. Отворени за посещение ферми, организирани агротуристически дейности и др.)	28	14	12
Други	21	10	24

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си заслужава да бъдат посетени във Вашето село/населено място (ако има такова):

Прилагаме списък с местата, които анкетиранияте ни предоставиха:

- Каменен манастир в Нуевалос (Monasterio de Piedra)
- Ермитаж, църковна кула, дворец
- Лагуна Галоканта,
- Замъкът Peracense
- Ботанически маршрут Веа
- Пеня Модора, Музей на палеозоя
- Шафранова плантация
- Вятърна мелница
- Лагуна Галоканта
- Музей на победата на Салвадор
- Ръф полета и панаири
- Музеи, църква Санта Мария
- Средновековието, Теруел
- Пиренеите
- Село Албарасин
- Пристанището и катедралата във Валенсия
- Арена за корида
- Плаза ла девствен
- Плажове
- Сиера де Амантес



- Фестивали на историческите паметници
- Природни ресурси, мелницата с местен сорт кралски маслини от Alloza, гастрономическите сесии с кралския сорт.
- Манастир Оливар, маршрути в боровата гора Содоñера, църкви, фонтани, селско наследство като цяло
- Църква Санта Хуста в Малуенда
- Ермитаж на Богородица от Джараба
- Църква Кампило де Арагон с реплика на Светата плащеница
- Базиликата на Пилар
- Алфонсад от Калатаюд
- Ботанически маршрут
- Маестразго
- Матараня, Теруел
- Джаваламбре, Теруел
- Моторленд

35. Знаете ли за някакви промоционални дейности, които се прилагат за привличане на повече посетители във Вашия регион/село?

Следващите два въпроса бяха насочени към установяване на степента на информираност и удовлетвореност на респондентите относно съществуващите дейности за популяризиране на техните региони. Важно условие за успеха на проекта е всички заинтересовани страни да работят в една посока и да полагат усилия за промотиране на местните дадености на всички нива.

Както вече стана ясно от отговорите по-горе, анкетираните до голяма степен са запознати с интересните места, които посетителите да открият при следващото си „туристическо бягство“. **По-голямата част от тях декларират, че са запознати с редица дейности за привличане на повече хора в региона, с 56,6%.**



Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?



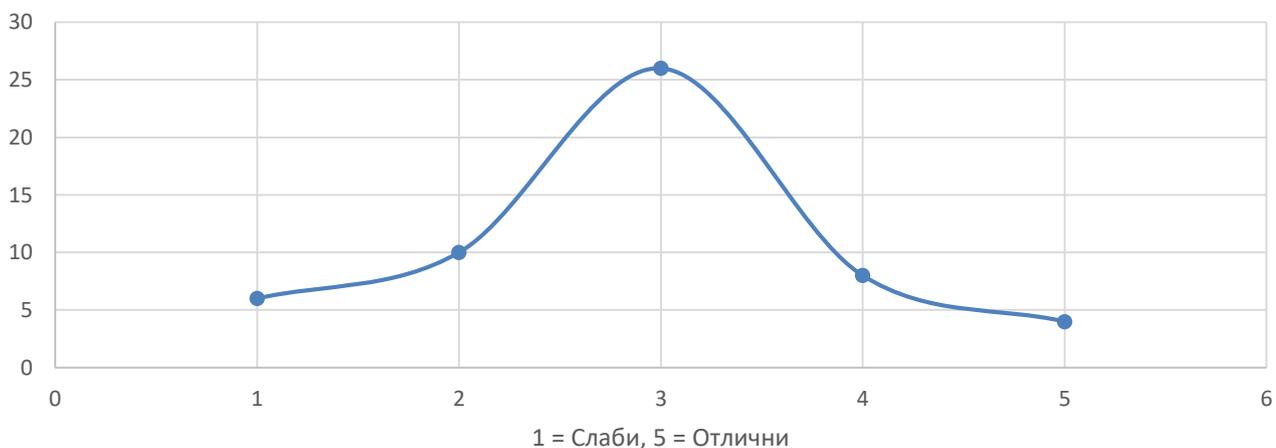
36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво за популяризиране на агро- или гастрономическите туристически продукти/услуги? (Моля, посочете отговора си, като използвате скалата, където 1 = слабо и 5 = отлично)

Тук на респондентите беше предоставена възможност да отбележат отговора си в рамките на скала като оценят действията на местно ниво в посока привличане на посетители към региона. Най-общо респондентите разполагат своите отговори в средата на скалата, което позиционира общата степен на удовлетвореност някъде около средната.

Повечето от анкетиранияте - **48,1%**, смятат, че оценката е **3**.

Скала	1 (Слабо)	2	3	4	5 (Отлично)
Отговори	6	10	26	8	4
Проценти	11,1%	18,5%	48,1%	14,8%	7,4%

Как оценявате действията, предприети на местно ниво, за популяризиране на агро- или гастро-туристически продукти/услуги?





37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село/населено място?

Продуктът е комбинация от материални и нематериални елементи, като природни, културни и антропогенни ресурси, както и туристически атракции, съоръжения, услуги и дейности около конкретен елемент на интерес, който представлява същността на маркетинговия план за дестинация и генерира цялостно туристическо преживяване, с емоционални елементи, за потенциалните посетители.

В отговора на този въпрос, мнозинството смятат, че **Да**, има такива регионални продукта, които биха допринесли за привличане на посетители.



38. Ако отговорът е да, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но непознати за света:

Изброяваме продуктите така, както са посочени от анкетиранияте в свободен формат:

- Плодове
- Трюфел
- Шафран и продукти с шафран
- Трюфел, сирена, агнешко или телешко месо, есетра
- Шунка Теруел
- Хорчата
- Вина, плодове, масла, сирена...
- Роден сорт маслини Royal de Alloza
- Пореч в региона на Арагон
- Фардели
- Сирене
- Пореч, плодове на Арагон
- Агнешко от Арагон
- Кормила
- Теруелска шунка, арагонско агнешко, трюфел
- Шунка, праскова, туризъм, трюфел, кава, вино, здравен туризъм
- Шунка, праскова, трюфел
- Шунка, кашкавал, конфитюр



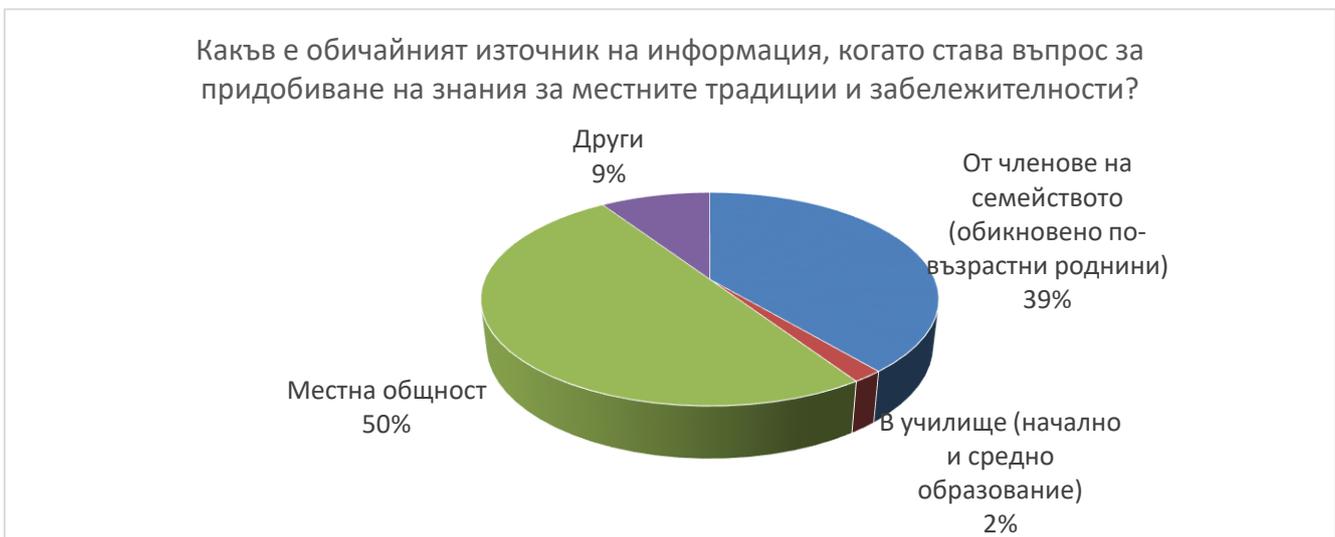


- Масло, праскова
- Сол Гарнача / Centenary Grenache
- Сирена от пореч
- Занаятчийски мед

39. Кой е обичайният източник на информация, когато става дума за придобиване на знания за местните традиции и атракции?

Туризмът е основен стълб за опазването на природното и културно наследство, като с този въпрос целяхме да установим кои са най-честите канали на предаване на информацията, когато става дума за местно културно и гастрономическо наследство.

Половината от анкетиранияте (50%) посочват, че са получавали своите знания от **местната общност**, следвани от **38,9%**, при които информацията се предава между **членове на семейството**, обикновено от по-възрастни роднини към по-младите.



40. Смятате ли, че ролята на гастро-гида ще бъде от полза, ако във Вашето село/регион имаше поне един такъв?

Местните гастро-гидове определено ще бъдат от полза за развитието на регионите, тъй като тяхната мисия е да познават мястото като пръстите на ръката си, да са запознати с всеки детайл и нюанс, за да могат да организират запомнящи се и въвличащи преживявания за посетителите.

По-голямата част от анкетиранияте - **70,4%**, са категорични, че би било **много полезно да имат гастро-гид** в техния град или регион, а **27,8%** смятат, че може би това ще има положително въздействие.





Минимален е процентът на тези (1,9%), които не виждат все още потенциалната полза от местните гастро-гидове.

41. Ако отговорът е „да“, моля, споделете по какъв начин смятате, че гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

В контекста на проекта, гастро-туризмът предлага „преживявания“ и „потапяне“ изцяло в селска среда, с възможност за откъсване от градския стил на живот и позволявайки взаимодействие на посетителите от градовете с местните общности, които им носи позитивни емоции и възпитава в тях чувство на грижа за природната среда и уважение към местния начин на живот.

По-долу е даден списък на задачите и функциите на местните водачи, така, както респондентите си ги представят, както и предложения с какво могат да бъдат полезни гастро-гидовете за малките населени места и общности:

- Мотивационно-тренировъчни компании.
- Повишаване на стойността на местните суровини.
- Реклама и съживяване на селския свят.
- Инициативи и дейности.
- Повишаване на заетостта като начин за допълване на туристическия цикъл.
- Разпространяване на традициите на всеки град и кътче.
- Насърчаване на туризма в района.
- Популяризиране на местни продукти и придаване значение на процеса по тяхното изработване или производство.
- Създаване на наръчници или ръководства за представяне и запознаване с местни продукти.
- Предаване на знания, които се губят, като типични ястия, места, които не са известни днес или дори традиции.
- Гъвкавост и внимание в няколко поколения.
- Ценете наследството (специалитети, рецепти...) и тези, които го правят ръчно.
- Разпространител и посланик на предимствата от гастро-туризма.
- Преподаване на нови техники, нова кулинарна култура за ресторантите.
- Да популяризират територията и да овластяват нейните обитатели с подходящи инструменти за подобряване на качеството на живот.
- Организатор, промоутър и информатор.
- Културно богатство.
- Ще привлече квалифициран персонал.
- Ще предоставя качествена информация на посетителите.
- Ще борави с надеждна информация за историята и традициите на региона.
- Да генерира повече качествени посетители.
- Ще помогне на посетителите да научат повече за нашите обичаи и нашата територия.

42. Ако има нещо друго, което искате да споделите с нас, моля, използвайте мястото по-долу:

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Co-funded by
the European Union



GASTRO-GUIDE

Накрай на въпросника, дадохме възможност на нашите респонденти да споделят в свободен текст своите впечатления, мнение и препоръки, като тук даваме и списък с получените отговори:

- Очакваме от гастро-гидовете да са местни хора, които са добре обучени и получават адекватно заплащане, и изпълняват ролята на посредник и посланик, като показват и предават на света това, което имаме като дадености.
- Поздравления за инициативата, изглежда много добре.
- Бих искал да бъда част от тази програма, моята специалност е гастрономическа комуникация.
- Добра работа! Мисля, че от този проект ще излязат интересни неща.

Резюме на
въпросниците

Национален доклад Гърция

Партньори:

KINONIKH SYNETERISTIKH EPIHIRISI
SYLLOGIKHS KAI KOINONIKIS OFELEIAS
SYN TIS ALLIS

Karaiskou Eleni & Sia O.E.



Национален доклад – Гърция

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

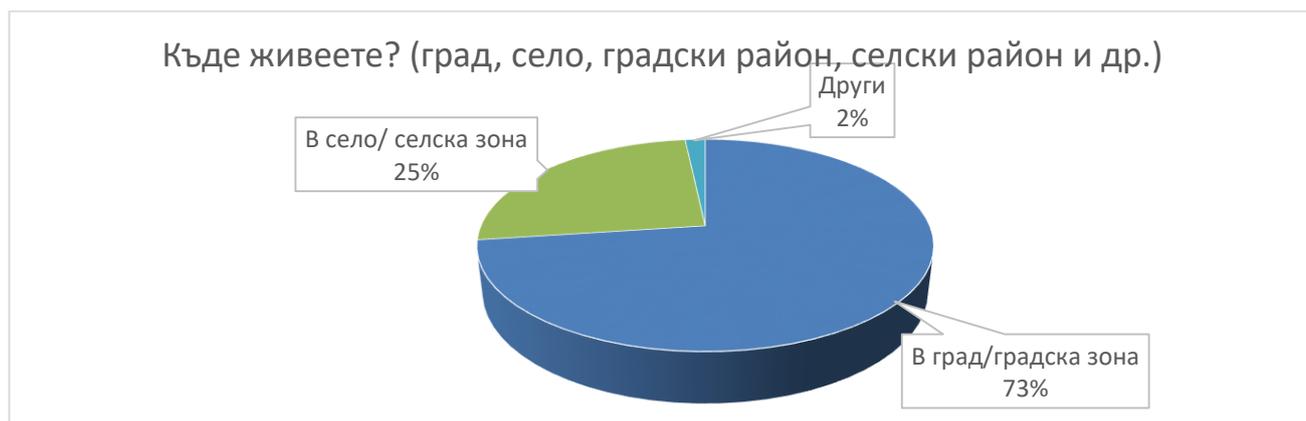
2. Име на фирмата (ако има):

Дадени са 19 отговора.

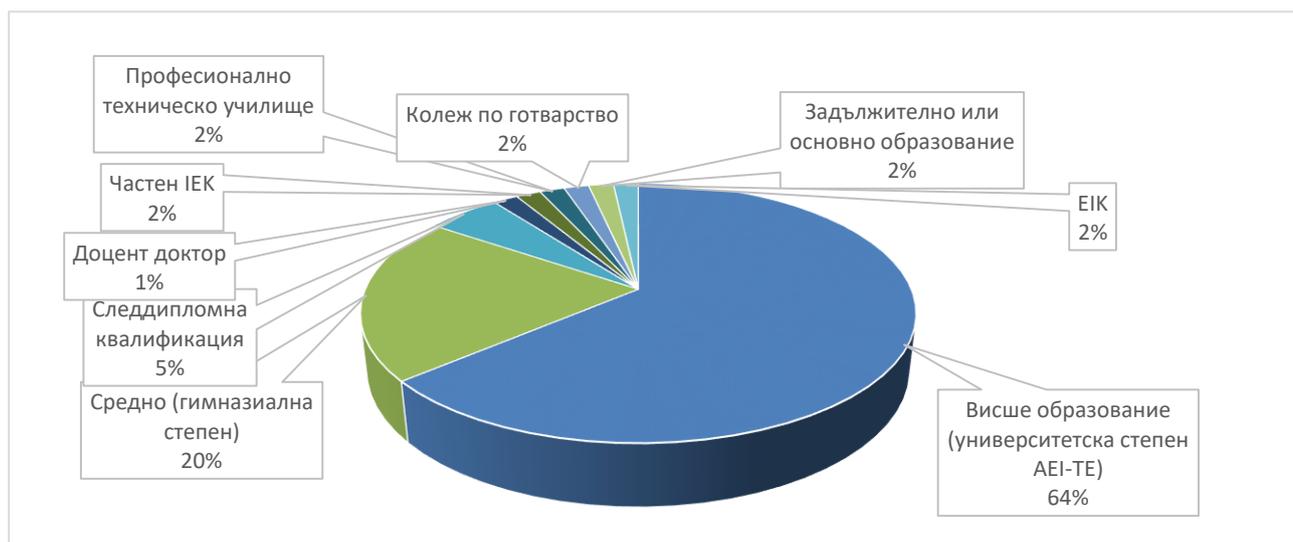
3. Локация:

Дадените отговори по отношение на местоживеене са основно в района на Волос, няколко се намират около столицата – Атина, и други части на Гърция, като: Рияд, Портария и т.н.

5. Къде живеете?



6. Моля, посочете Вашето ниво на образование:

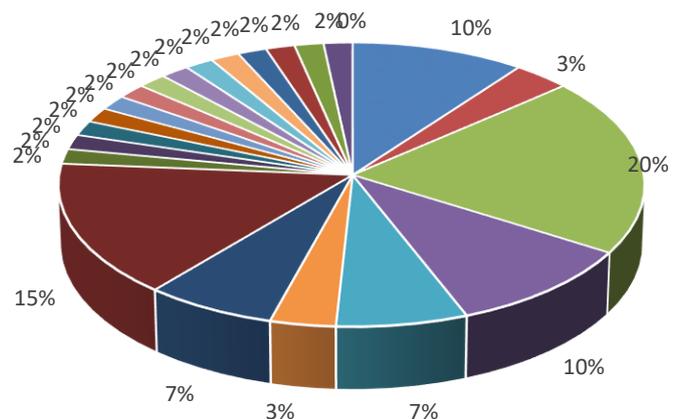




7. Моля, посочете областта на вашето образование и/или обучение:

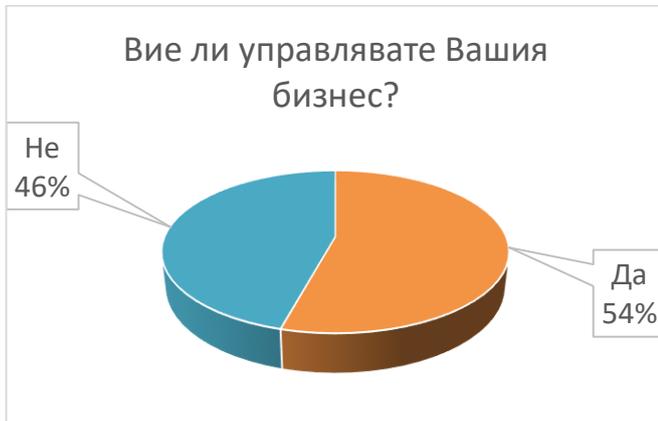
- Изкуства и хуманитарни науки
- Социални науки, журналистика...
- Бизнес, управление и право
- Информационни технологии и комуникация...
- Природни науки, математика и с...
- Инженерни науки, производство и строителство...
- Земеделие, горско стопанство, риболов и животновъдство...
- Услуги, включително...
- Хранителна технология и консервиране
- Академия по гимнастика
- АНГЛИЙСКИ ЕЗИК И ФИЛОЛОГИЯ
- Енология и технология на напитките
- Готварско изкуство
- ФОКУС - ТУРИЗЪМ
- Начално училище
- Физическо възпитание и спорт
- Строителни науки
- Политехническо училище
- Информатика – Програмиране
- застрахователен агент
- Туристически професии
- Хуманитарни науки, Мениджмънт, Туризм
- Други

Област на образование/обучение





8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?



9. Какъв тип бизнес управлявате?



10. Вие ли го стартирахте като бизнес или го наследихте?



„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



11. От колко време управлявате този бизнес? (Моля, попълнете празното, в брой години)

Основан наскоро	1
Години	15
Години	7
Години	8
Години	21
Години	11
Години	2
Години	3
Години	14

Години	5
Години	1
Години	42
Години	25
Години	22
Години	13
Години	6
Години	18
Години	4

12. Колко служители работят в момента в бизнеса? (Моля, попълнете празното поле в брой наети лица във Вашата компания)

Брой служители	9
Брой служители	1
Брой служители	27
Брой служители	7
Брой служители	5
Брой служители	2
Брой служители	3

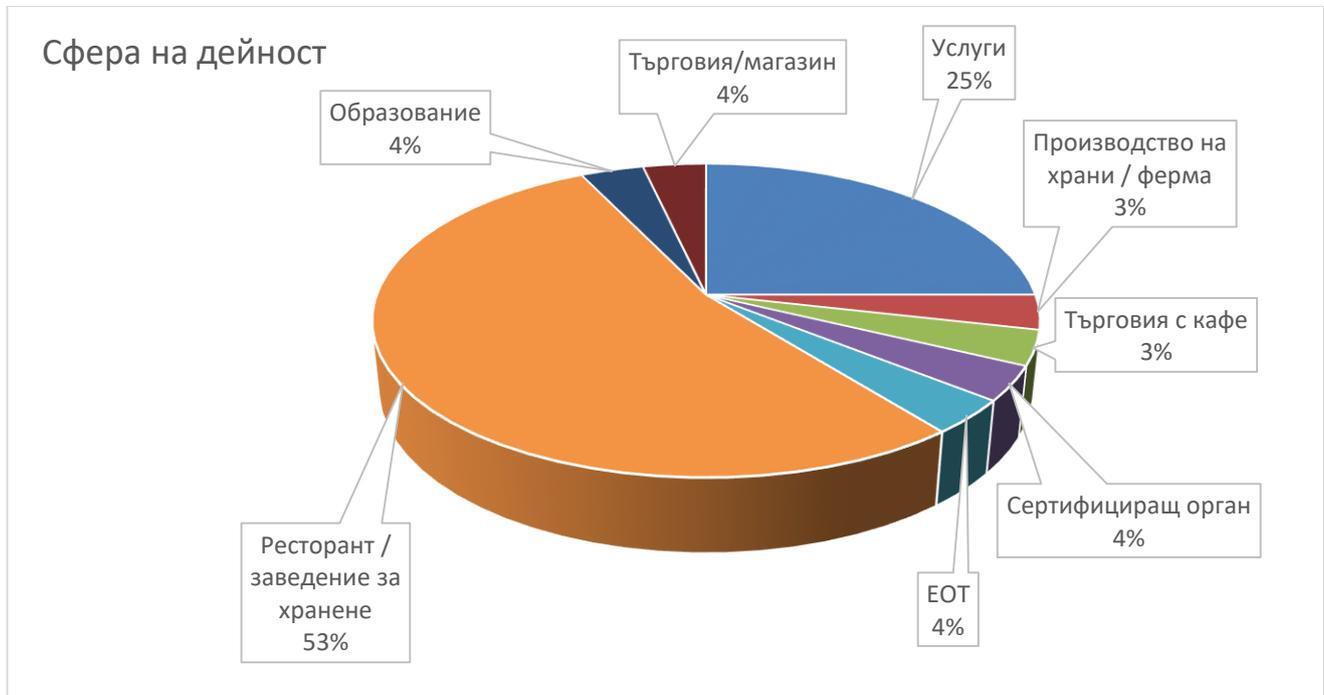
Брой служители	10
Брой служители	12
Брой служители	6
Брой служители	8
Брой служители	0
Брой служители	130

13. В момента работите ли?





14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?



15. Каква е вашата професия в момента?

- Програмист
- Вътрешно качество
- Търговия на едро
- Началник инспекция
- Инспектор
- Виночерпец
- Земеделски производител

- Сервитьор
- Барман
- Готвач
- Икономист
- Продавач
- Технологи
- Специалист в туризма
- Свободна практика

- Информатик
- Барман
- Служител в частна компания
- Финанси

16. Каква е вашата позиция в компанията?

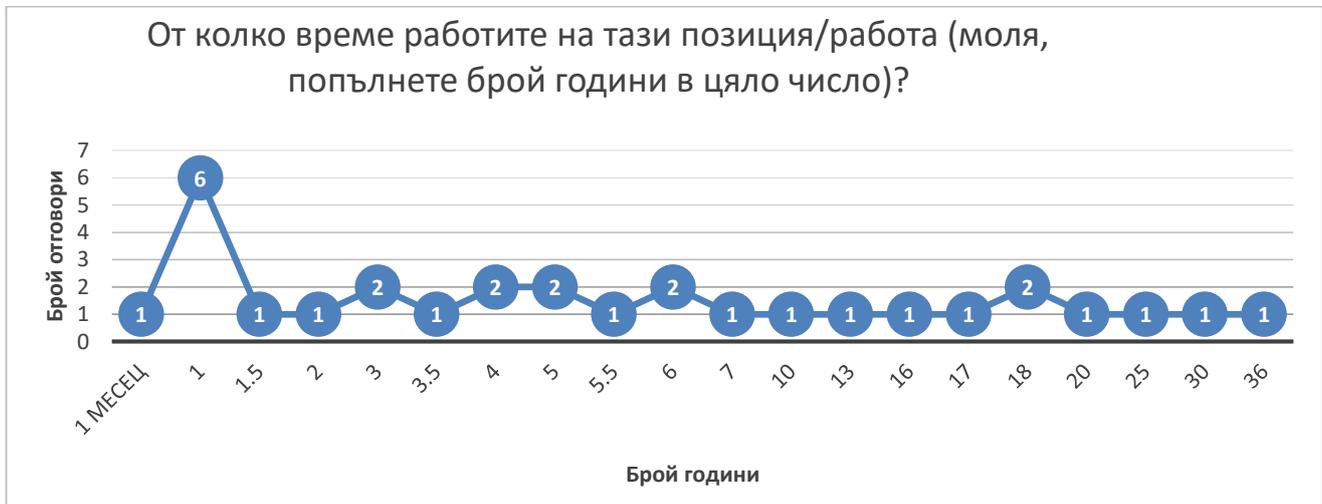
- Технически специалист
- Мениджър средно ниво
- Продавач
- Началник Инспекция
- Служител

- Преподавател по Английски Език
- Бизнесмен
- Управител
- Готвач
- Продавач
- Обслужващ персонал

- Техник
- Организатор
- Сервитьор
- Основател
- Ръководител
- Барман
- Изследовател



17. От колко време работите на тази длъжност / работа (Моля, попълнете празното поле в брой години)?



18. Обмисляте ли смяна на настоящата си работа?



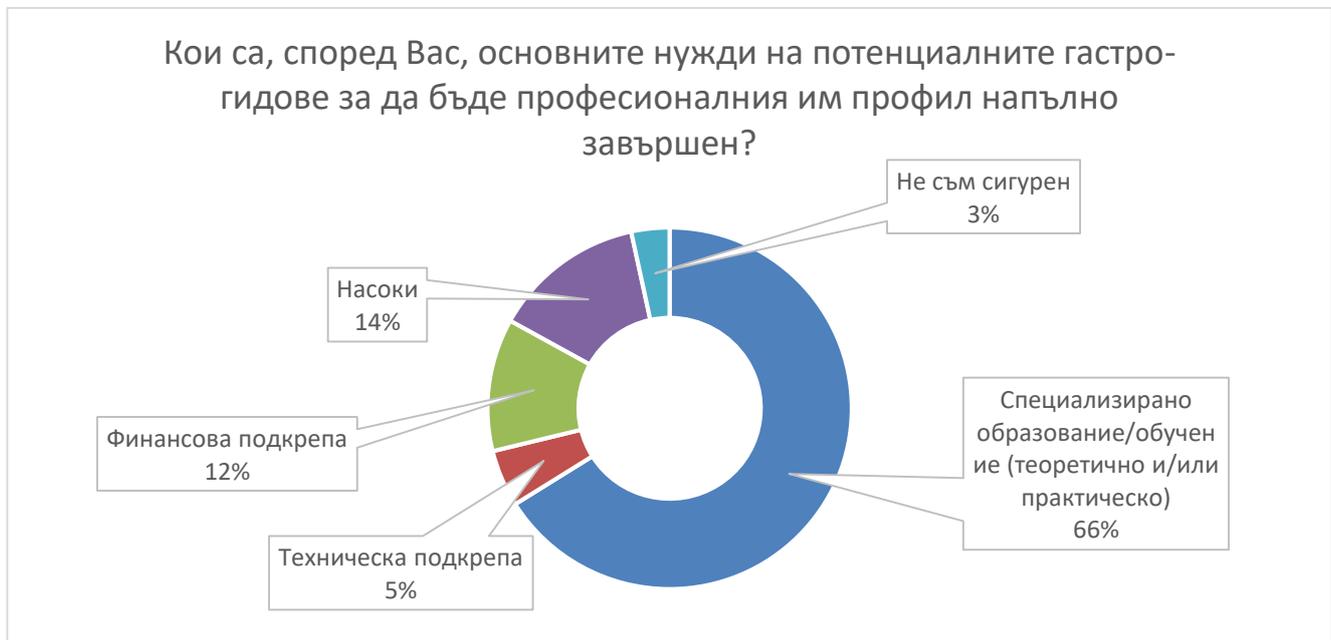


19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?



Профил на Гастро-гида

20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове от гледна точка на попълване на професионалния им профил?

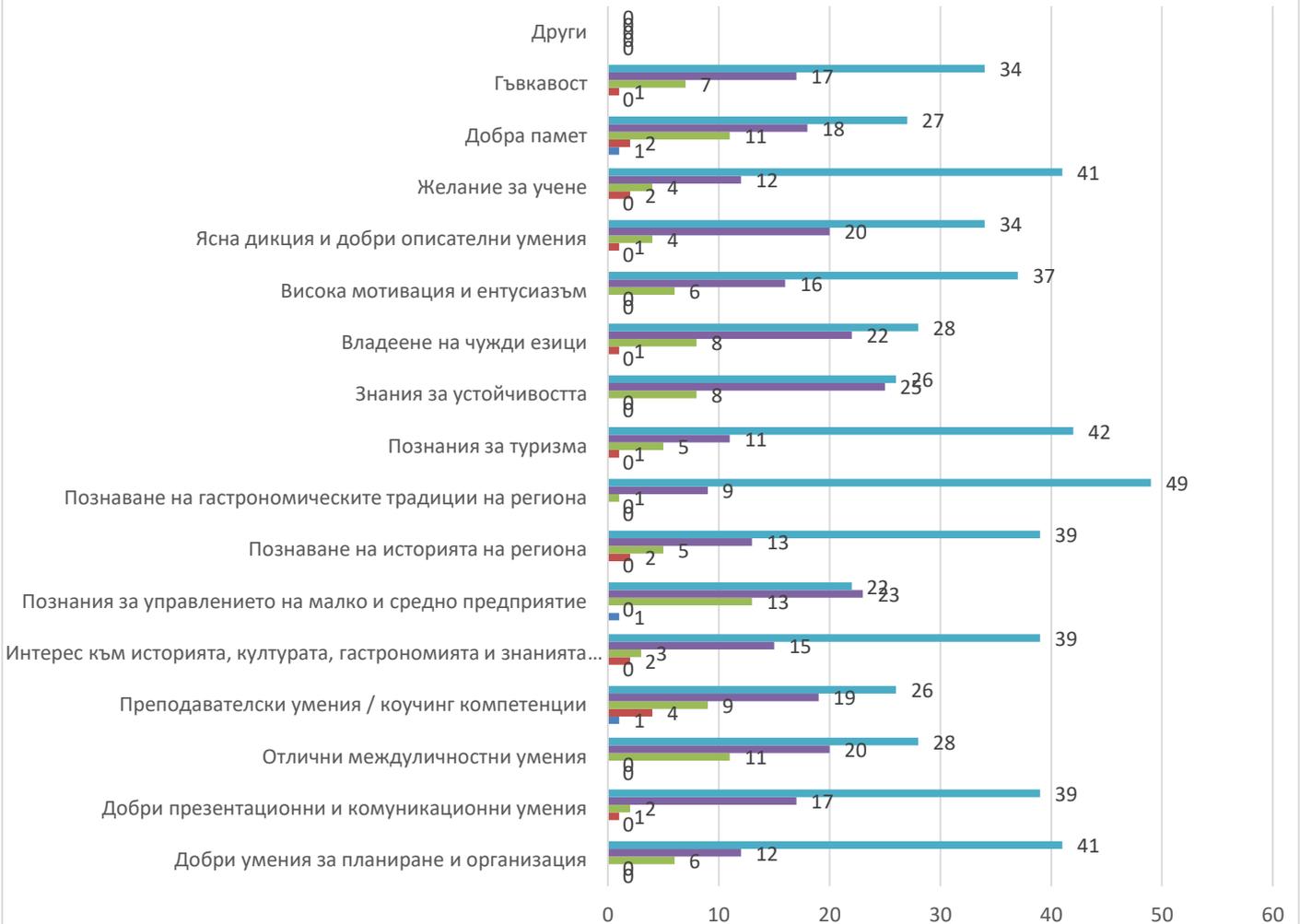


21. Кои са, според вас, най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?

(Моля, отбележете своя избор в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно.)



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



	Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други
5	41	39	28	26	39	22	39	49	42	26	28	37	34	41	27	34	0
4	12	17	20	19	15	23	13	9	11	25	22	16	20	12	18	17	0
3	6	2	11	9	3	13	5	1	5	8	8	6	4	4	11	7	0
2	0	1	0	4	2	0	2	0	1	0	1	0	1	2	2	1	0
1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Курс за обучение за гастро-гид

22. Моля, оценете обучителните модули, изброени по-долу, според тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове?

(Моля, отбележете своя избор в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно.)

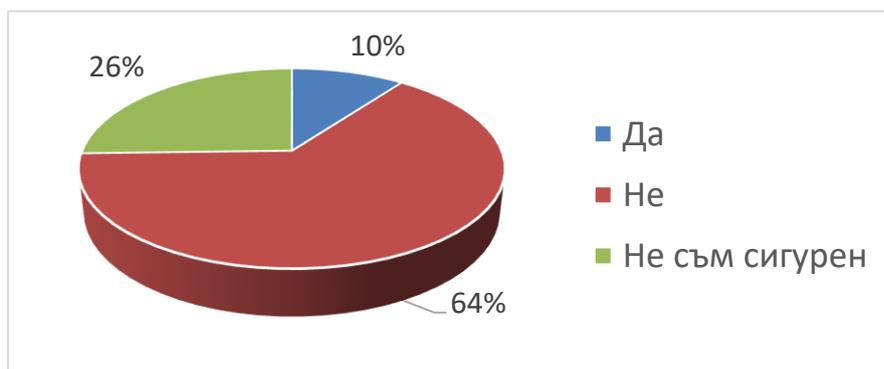
	Техники на наставничество / обучение	Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица	Комуникация / Преговори	Техники за маркетинг и продажби	Управление на микропредприятия	Оценяване
1	0	0	0	0	0	0
2	1	1	0	3	4	1
3	5	10	7	7	10	8
4	17	23	20	16	29	19
5	36	25	32	33	16	31

23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете?

Най-често дадените предложения бяха:

- Съвременни практики за производство на иновативни продукти, базирани на местното кулинарно богатство
- Познание на конкурентни области на развитие на вътрешен и външен туризъм
- Екологични познания
- Техники за обработка и промоция на продукта
- Финансови инструменти и проблеми със сигурността
- Добро познание на цифровите медии
- Обучителни модули с цел придобиване на умения за създаване на висококачествено изживяване с предоставяните услуги

24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за основни или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?





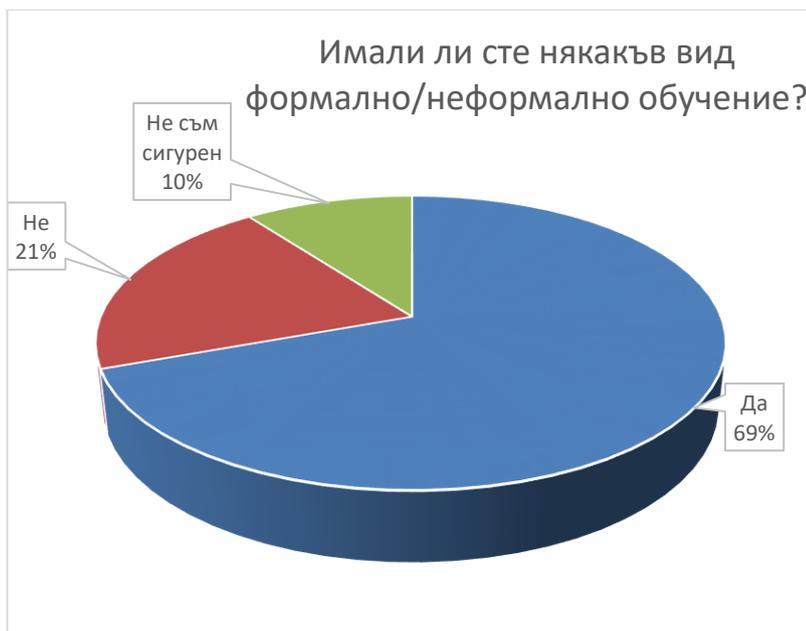
25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати и биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални курсове и др.

- InnoDairyEdu
- Познания по готварство и енология на сладкиши
- Семинари в кооперации от производители
- Национална училищна програма за развитие на гастрономическия туризъм
- Местно качество (не е програма, но представлява колективно усилие, което управлява репутацията, историята и околната среда на всяка област)

26. Интересувате ли се от участие в обучение за гастро-гид?



27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха били от полза за профила на Гастро-гида – напр. комуникационни умения, организационни умения, умения за преподаване и др.?

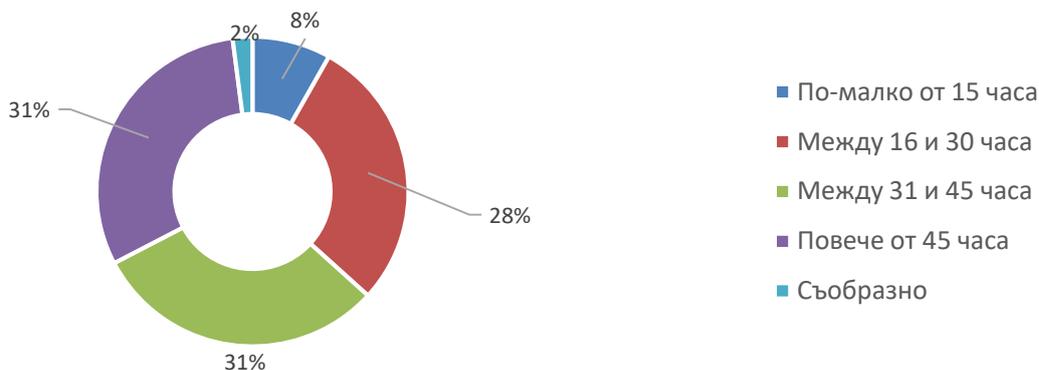




Потенциални гастро-гидове

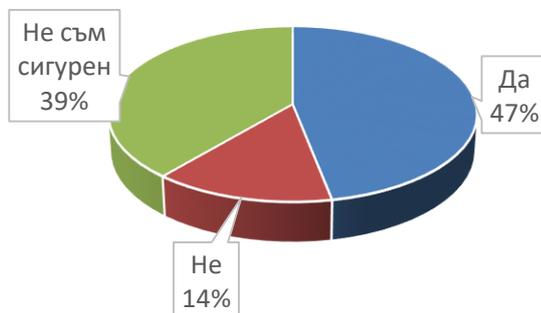
28. С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид?

С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове)

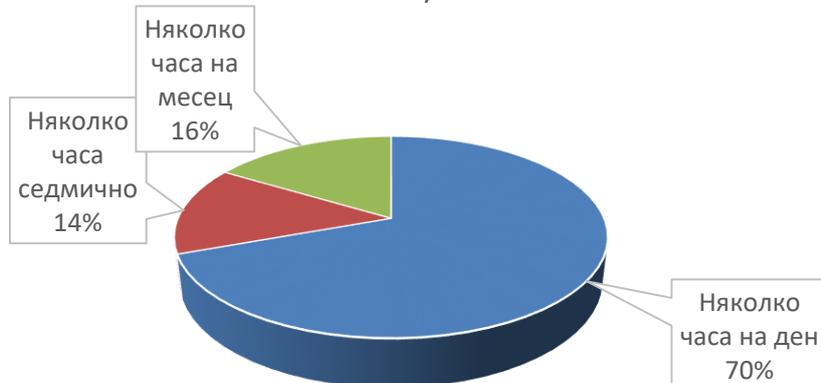


29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за гастро-гид от 30 учебни часа?

Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?



Колко време сте готови (и можете) да посветите на такова обучение?

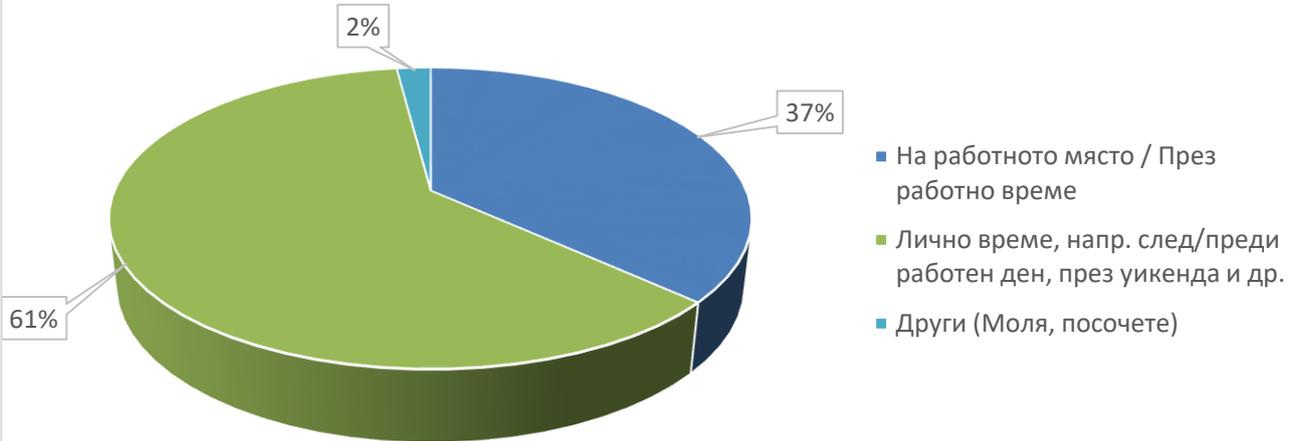


30. Колко време желаете (и можете) да посветите на такова обучение?



31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?

В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?



32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по тези теми? (Моля, оценете предложените типове обучителни материали, където 1 = не предпочитан и 5 = най-предпочитан)

	Обучение лице в лице	Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)	Писмени обучителни материали, като: наръчници, презентации и др.	Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	Видео клипове / видео-обучения
1	1	2	1	1	5
2	2	5	6	4	3
3	11	9	12	15	11
4	9	10	14	11	10
5	26	23	16	18	20



Местни познания и потенциал

33. Знаете ли за някакви интересни атракции, които могат да бъдат посетени или проучени във вашето село? Моля, отбележете вашите отговори в таблицата:



34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си заслужава да бъдат посетени във вашето село (ако има такива):

Предложенията на респондентите са изброени от най-често срещания отговор, към най-рядко споменавания:

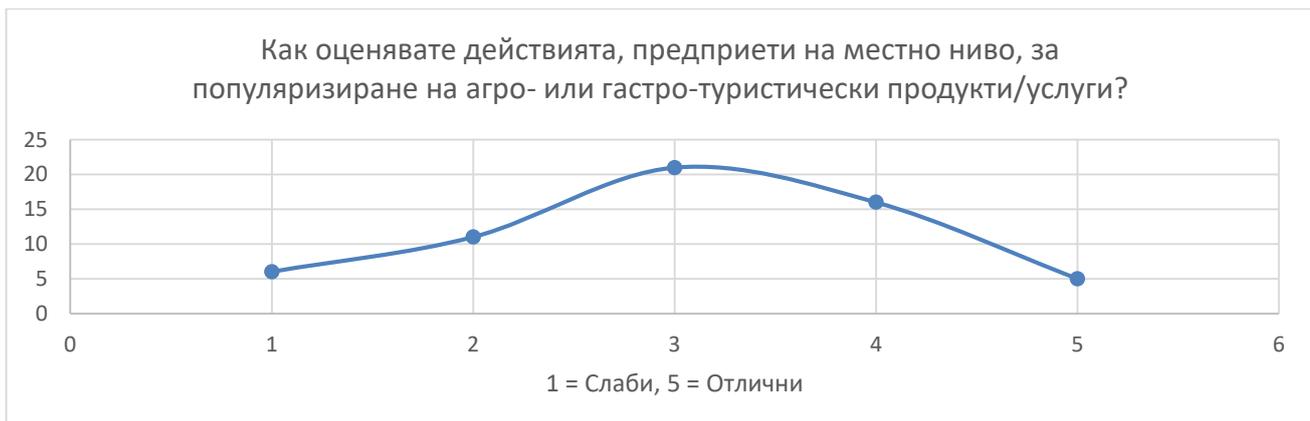
- Ферма Караискос
- Пътеката на кентаврите
- Традиционни села с уникална архитектура и природна красота, като Портария, Макриница, Аргаласта, Лефокастро и др.
- Гастрономически фестивал Пелион
- Представяне на традиционна сватба в Пелион
- Фестивал на трюфелите в Пелион (южен Пелион)
- Винарна Patistis



35. Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?



36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво за популяризиране на агро- или гастрономическите туристически продукти/услуги? (Моля, посочете отговора си, като използвате скалата, където 1 = лош и 5 = отличен)



37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски ...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село?





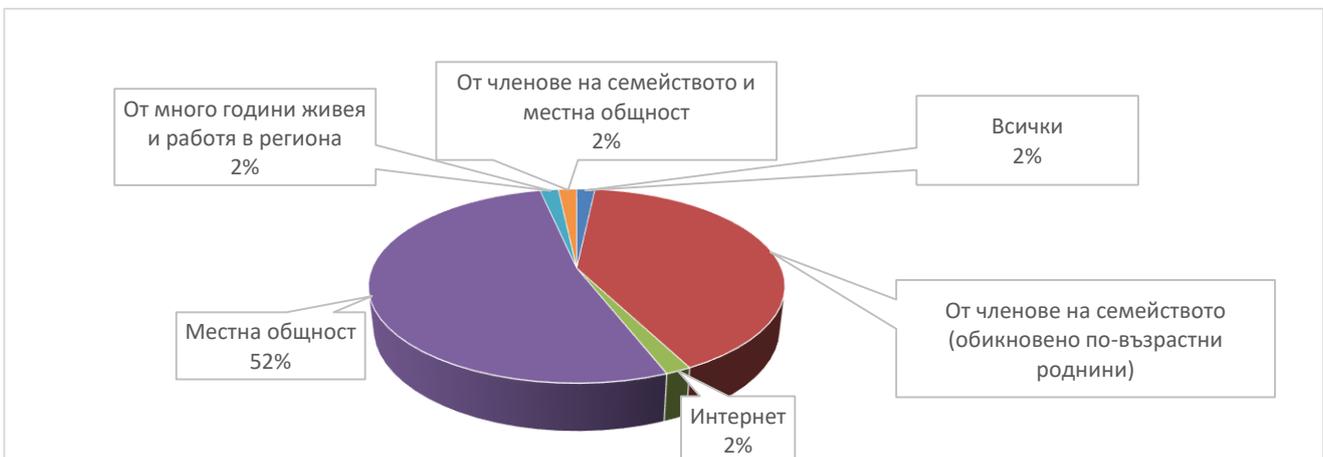
38. Ако отговорът е да, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но непознати за света:

Тук бяха посочени множество продукти, като най-честите отговори бяха:

- вина
- зехтин
- черен чесън
- пчелен мед
- традиционни пайове от местни продукти
- бадемово масло

- лупин
- обработка на смокини за множество продукти (напр. сладко или мед от смокини)
- пелионско традиционно сирене
- коприна

39. Кой е обичайният източник на информация, когато става дума за придобиване на знания за местните традиции и атракции?



40. Смятате ли, че ролята на гастро-гида ще бъде от полза, ако във Вашето село/регион имаше поне един такъв?





41. Ако отговорът е „да“, моля, споделете по какъв начин смятате, че гастро-гида би бил най-полезен за селските райони във вашата страна?

- Насочване на фермерите към експериментални култури, въз основа на световните тенденции, развиване и укрепване на култура на качество на селскостопанската продукция.
- Информирание предимно на младите хора от региона, за да останат в него и да го развиват.
- Месечни семинари с професионалисти от региона относно информация за новите тенденции в туризма и гастрономията.
- Да посочи правилните начини за отглеждане, промоция на продукти и храни при съответните специалисти в региона.
- Публично популяризиране.

42. Ако има нещо друго, което искате да споделите с нас, моля, използвайте мястото по-долу:

Кратък анализ на анкетата

В анкетата взеха участие общо **72 респондента**. Накрая бяха анализирани **57** от получените въпросници, тъй като останалите бяха преценени като непълни и без съществен принос към целите на изследването. Представените до тук данни са обобщени в настоящия кратък анализ, който има за цел да обясни резултатите, във връзка с особеностите на региона и страната (Гърция).

1. В първия раздел (въпроси 1-4) се търси обща информация за самоличността на респондентите в анкетата. Тази информация се отнася за име, домашен/служебен адрес, държава на пребиваване и данни за контакт.

2. Във втория раздел (въпроси 5-8) търсим информация за местожителството, образованието и работата на респондентите.

- Повечето от тях (73,7%) живеят в града и покрайнините. Обичайно е, поради късите разстояния, да работят в съседните села и да се занимават с местните общности и техните проблеми.
- Голям процент притежават висше образование (63,2%). Основните области на заетост са: Услуги, включително пътувания, туризъм и свободно време и Бизнес администрация, като цяло. Споменават се професии и в сектори като Информационни и комуникационни технологии, Селско/горско стопанство, Рибарство/ветеринарни науки, Изкуства/Хуманитарни науки.
- Около половината от анкетираните (45%) са основатели и собственици на своя бизнес.

3. В третия раздел (въпроси 9-12) търсим информация за тези, които управляват собствен бизнес. По-подробен разрез показва, че респондентите се занимават основно с дейности в следните сфери: Услуги (42%) и Производство на храни/ферма, Ресторанти/заведение за хранене, Търговия / магазини.



Най-голям относителен дял по отношение на собствеността и в начина на създаване на бизнеса имат учредителите/собствениците с 45% и семейните фирми с 35%.

Съответно, годините, в които отговорилите положително на предходния въпрос управляват бизнеса, се делят основно на над 12 години и под 8 години.

Наетите служители обикновено са от 1 до 3 в много голям процент от случаите. Това се случва, защото има много семейни фирми и всички членове на семейството са ангажирани, но не са наети официално.

4. Четвъртият раздел (въпроси 13-19) се отнася до местните жители, в т.ч наетите лица, като най-голям процент тук представляват работещите във фирми/организации. Сравнително малък е процентът от хората, които декларират, че са безработни (официалната безработица в Гърция е 13%, но сред младите е много по-висока).

Относно секторите, в които е маркирана сферата на заетост, първенство държи ресторантьорството/производството на храни с 48% и сферата на услугите - с 24%.

Основната посочена от респондентите-служители професия е най-често: сервитьор, бариста, готвач.

Годините работа варират от 1 до 30, като повечето респонденти не искат да сменят работата си (67,7%), а ако това се случи, не са сигурни в коя сфера биха желали да се реализират (60%). Желаящите да сменят работата, обаче, предпочитат позиция в сектора на услугите (30%).

5. Петият раздел (въпроси 20-24) се отнася до профила на гастро-гида и квалификациите, които респондентите смятат, че трябва да притежава.

Най-популярният отговор на въпроса от какво има нужда бъдещият гастро-гид, за да е успешен в професията си е: „Специализирано образование/обучение (теоретично и/или практическо)“ с показател от 68,4% от отговорилите, като на следващо място е даден отговорът „Не съм сигурен“ (14%).

На въпросът, с който анкетираните са помолени да посочат има ли други модули за обучение, които смятат, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете, най-много хора (66,7%) са отговорили, че не са им известни такива, а вторият най-често срещан отговор е: „Не съм сигурен“.

6. В шести раздел се изследва информираността на респондентите по отношение на наличието на други подходящи образователни програми, които могат да бъдат от полза за гастро-гидовете. Основните споменати програми са:

- InnoDairyEdu
- Познания по готварство и енология на сладкиши
- Семинари в кооперации към производители
- Национална училищна програма за развитие на гастрономическия туризъм
- Местно качество (не е учебна програма, но представлява колективно усилие, което управлява репутацията, историята и околната среда на всяка област)

7. Седмият раздел (въпроси 26-32) се отнася до анализа на степента на заинтересованост на респондентите от образователния и професионален профил на гастро-гида в местните общности. Тук се събира информацията относно готовността и желанието на потенциалните

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



обучаеми, както и техните предпочитания и нагласи по отношение на параметрите на обучението.

42,1% от анкетиранияте са отговорили, че биха участвали в курса за гастро-гид, и приблизително същия дял (40,4%) са отговорили с „може би“.

Ако направим анализ на най-често даваните отговори, съответно – на най-предпочитания формат и продължителност на един такъв курс, ще открием, че:

- 68,1% от анкетиранияте имат умения, придобити в предходен опит и обучение/образование, приложими към професионалния и образователен профил на гастро-гида;
- Почти половината от отговорилите желаят да получат допълнително обучение над 45 часа седмично (42,9%),
- Приблизително толкова имат достатъчно време за 30-часова програма за обучение (50%),
- Мнозинството от отговорилите предпочитат да прекарват по няколко часа на седмица в специализирана подготовка (72,3%) и това да става за сметка на личното им време (61,7%);
- Най-предпочитаният формат на обучение е присъствено (лице в лице), следван от учене чрез видео уроци и предварително записани материали.

8. Осмият раздел (въпроси 33-39) се отнася до събиране на информация за потенциала на местните общности, дадености и традиционна култура, както и обща информация за усилията, положени за увеличаване на посещаемостта на региона и възможностите за утвърждаване на мястото като разпознаваема гастрономическа и културна дестинация. Ето и някои от дадените предложения за интересни обекти и дестинации:

- Църкви в селските райони
- Пелионска сватба (обичай)
- Музикално село Агиос Лаврентиос
- Загорска библиотека от 16 век
- Двойните кейове
- Магазини с местни продукти
- Къщата на Георгиос Папаниколау
- Градски музей на Волос
- Фолклорни обичаи
- Музеи / експозиции
- Фестивал на изкуствата Pore Mill
- Археологически музей на Волос
- Горски и еко пътеки с красиви природни гледки
- Празник Ципуро
- Винарни (като Argalasis), 10 таверни, 8 манастира, 5 фестивала в Парос.
- Популярни пазари - Рибен пазар Волос

- Пътеката на кентаврите, църквата Агиос Николаос, църквата Панагия Портареас, ресторант Kritsa
- SayedNamas (Събития на тема вода)
- Традиционните семена и екологичен резерват Vaxte
- От огън и Петра (каменни традиционни пещи)
- Обекти от историческо и културно значение (Изворно село, Къща за изтезания в Каменос по време на гражданската война, малки безплатни библиотеки)
- В град Волос има богат културен резерват, обществени и частни музеи, гастрономическа традиция, природно богатство и множество организирани дейности сред природата (близо до Пелион), спортни и развлекателни интереси.
- Агротуризм Караискос



9. И накрая, въпроси 40-42 събират обща информация относно мнението на респондентите спрямо потенциала и приноса на гастро-гидовете в полза на местните общности и икономика.

ОБЩИ ИЗВОДИ ОТ АНАЛИЗА НА ВЪПРОСНИЦИТЕ:

Анализът на въпросниците очертава някои много конкретни изводи:

1. Голяма част от хората, които живеят в малки провинциални градове и предградия, поддържат връзка със селата в селските райони, тъй като притежават недвижими имоти там, често ги посещават, често работят там (ресторанти, туризъм, ферми и т.н.), като цяло се интересуват от живота в тези райони и активно да участват в ежедневието и са ангажирани с обичайните проблеми на района.
2. Голям процент от компаниите и фирмите, опериращи в селските райони, принадлежат към категорията на микро и малките предприятия, като около половината от тях първоначално са създадени от местни жители или са семеен бизнес. Много от тези местни предприятия наемат между 1 и 3 служители. Много от служителите работят в тези компании от дълго време, и голяма част от членовете на семействата също са ангажирани в бизнеса.
3. Образователното ниво на анкетираните, като цяло, е високо и повечето от тях са обучени в умения, свързани с тяхната работа и интереси.
4. Професията/ролята на гастро-гида не е нито известна, нито често срещана. Професионалните умения, наборът от информация и способността да оказва подкрепа на местното население, каквито следва да притежава един гастро-гид, засега се не са консолидирани в един цялостен образователен или обучителен продукт или професионален профил, често тези функции се изпълняват по отделно и частично от всички жители и бизнесмени в района.
5. Голям процент от анкетираните отговарят, че биха искали да участват в обучението за гастро-гид и биха могли да отделят време от работата или ежедневието си, за да присъстват на подобно обучение. Много от тях смятат, че гастро-гидът трябва да бъде обучен в множество области, и особено в начина на живот, културата и традициите, забележителностите на района, но също и по въпросите на човешкото поведение и връзките с обществеността.
6. Жителите на изследваните райони се явяват познавачи на своето място, познават много добре своите традиции и считат, че има много атракции, събития и традиции, главно в областта на хранително-вкусовата промишленост, общественото хранене и гостоприемството, като цяло, които могат да се открият и да формират една приятна среда за всички бъдещи посетители.

Резюме на
въпросниците

Национален доклад България

Партньор:
Асоциация “Кулинарни изкуства и
гостоприемство” (АКИГ)



Национален доклад - България

ВЪВЕДЕНИЕ

Проучването в България е реализирано чрез разпространение на въпросници сред представители на целевите групи по проекта, главно сред работници и предприемачи в секторите на хранително-вкусовата промишленост, хотелиерството и туризма, както и хора, които живеят или са свързани със селските райони.

Анкетата е попълнена от 50 различни души в България, повечето от които живеят в селските райони, но също така и представители на няколко бизнес субекта, опериращи или свързани с регионите.

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

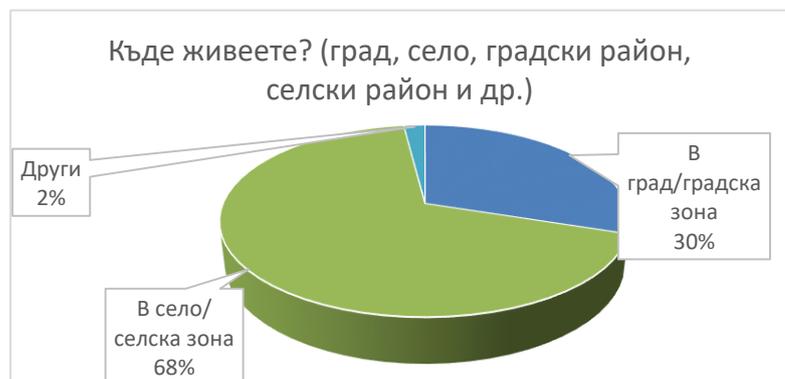
Обща информация

Първият раздел на въпросника беше посветен на събирането на обща информация относно респондентите и евентуално техните контакти, така че те могат да бъдат адресирани допълнително от екипа във връзка с проекта. Само 3 представители на фирми решиха да ни предоставят техните контакти като бизнес организации, а сред позициите, посочени от респондентите, бяха най-често споменавани такива в хотелската администрация, мениджмънта, както и фермерство.

Профил на респондентите

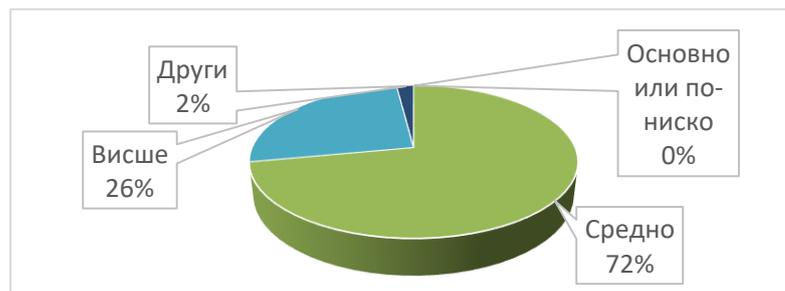
5. Къде живеете?

Получени бяха общо 50 отговора, позиционирани по-голямата част от анкетираните като живеещи в селските райони в цяла България.



6. Моля, посочете Вашето ниво на образование като отбележите най-високата завършена степен:

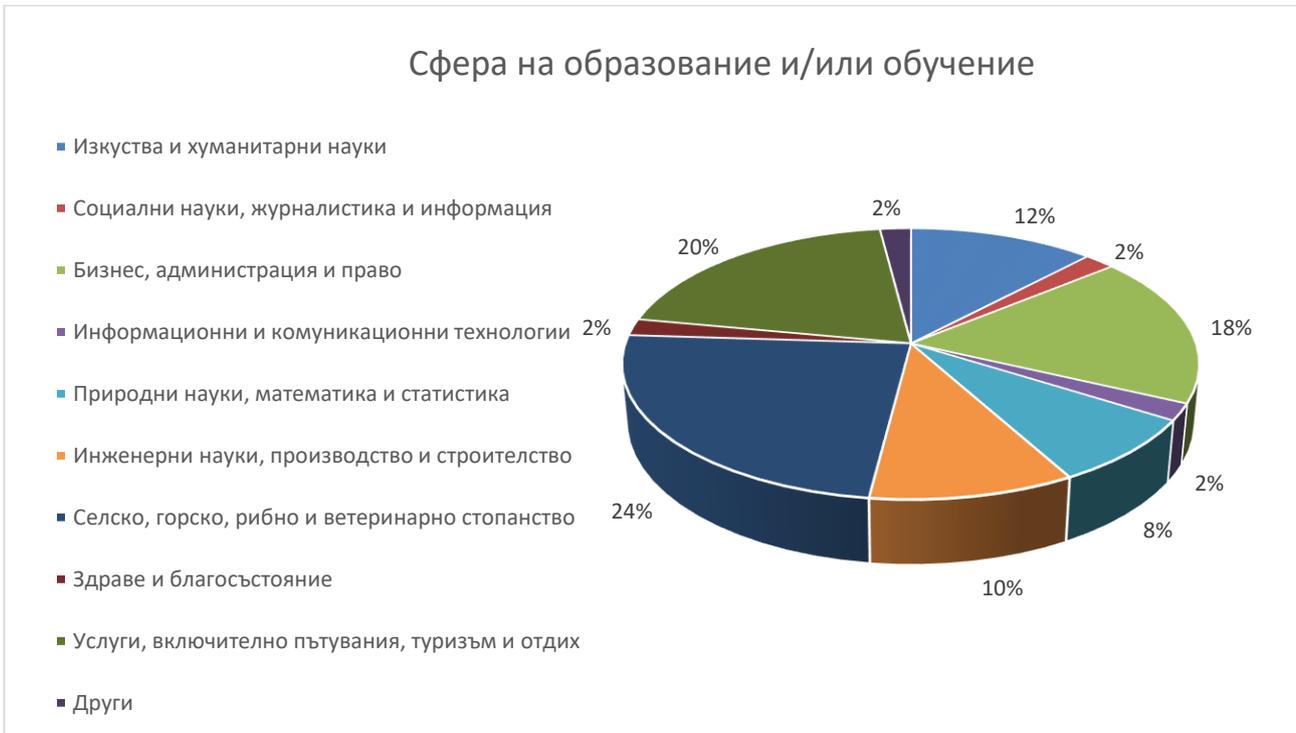
Съотношението на различните нива на образование, посочено от респондентите, отразява средното за страната, въпреки че основното и по-ниското образование са доста слабо представени, но обяснението идва от факта, че проучването е проведено чрез онлайн базиран въпросник,





докато по-ниско образованите хора, обичайно живеещи в селата, нямат толкова голям достъп и не използват активно интернет в ежедневието си.

7. Моля, посочете областта на вашето образование и/или обучение:



Явно предимство по отношение на образователно/квалификационните области, посочени от респондентите, се дава на двата традиционни сектора на икономиката за българските селски райони, а именно селското стопанство (24%) и услугите, включително пътувания и туризъм (20%). Следователно, отговорите като цяло показват разнообразие в образователния профил на



респондентите, което е добър знак за наличие на хора с различна квалификация, които са свързани със селските райони.

8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?

Този въпрос беше интересен за наблюдение, тъй като само 2 души са отбелязали положителен отговор, което означава, че бизнес инфраструктурата не е добре развита в селските райони в България. Повечето от жителите са или наети, или безработни, което оформя дела на местните предприемачи и собственици на фирми като незначителен.



Представители на бизнеса

От получените 2 отговора 1 е в туристическия сектор (хотелство), а 1 е отбелязан като „Други“.

9. Какъв тип бизнес управлявате?

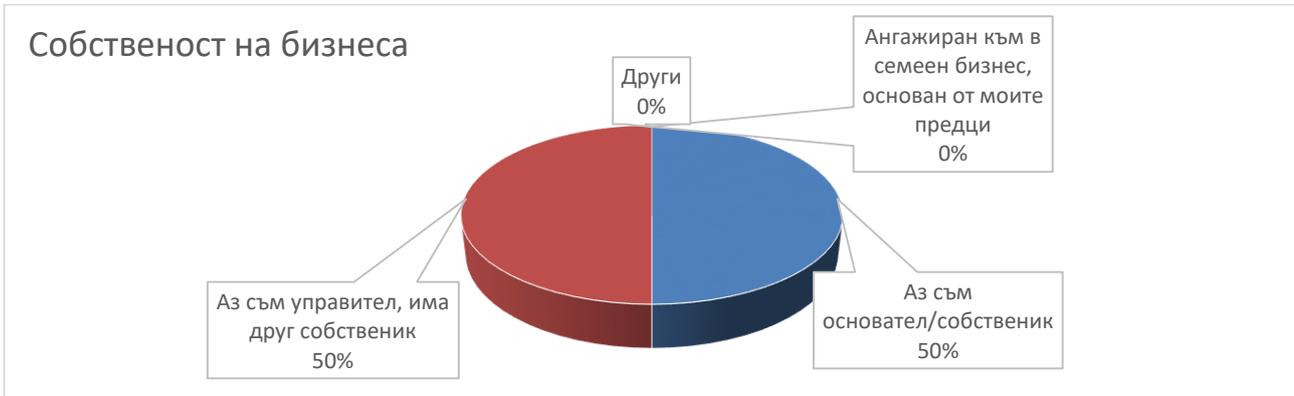


Що се отнася до липсата на каквито и да било отговори по отношение на съществуващи бизнеси в сферите на ресторантите или търговията, това е лесно обяснимо, тъй като услугите, свързани с обществено хранене и продажби са много слабо представени в българските села. Дори в миналото да е имало по някое бистро (кръчма) или малки магазини (обикновено по 1 на село), след пандемията повечето от тях бяха затворени, тъй като семействата, които ги управляваха, бяха изправени пред значителни ограничения, а в момента повечето доставки на стоки се организират от самите хора, като пътуват до най-близкия голям град.

Неочакваното тук е, че в хранително-вкусовия сектор няма отбелязани отговори. Обикновено повечето жители в селата в България произвеждат плодове, зеленчуци, ядки, яйца и месо от домашни животни, но продукцията е ограничена по обем и често я използват за собствена консумация, а понякога (сравнително рядко) и продават на други. Все още тази организация на производството на храни не се счита за значима: въпреки че понякога носи допълнителни доходи на семействата, тя определено не се възприема като бизнес от местните.



10. Вие ли сте собственик на бизнеса или е основан от някой друг?



Съответно, предвид ограничения брой отговори от категорията представители на бизнеса, получените тук резултати не могат да се считат за показателни за ситуацията в страната.

11. От колко време управлявате този бизнес? (моля, попълнете брой години в цяло число)

От двата отбелязани отговора едното дружество е създадено преди 3 години, а другото е традиционна компания, работеща от 20 години.

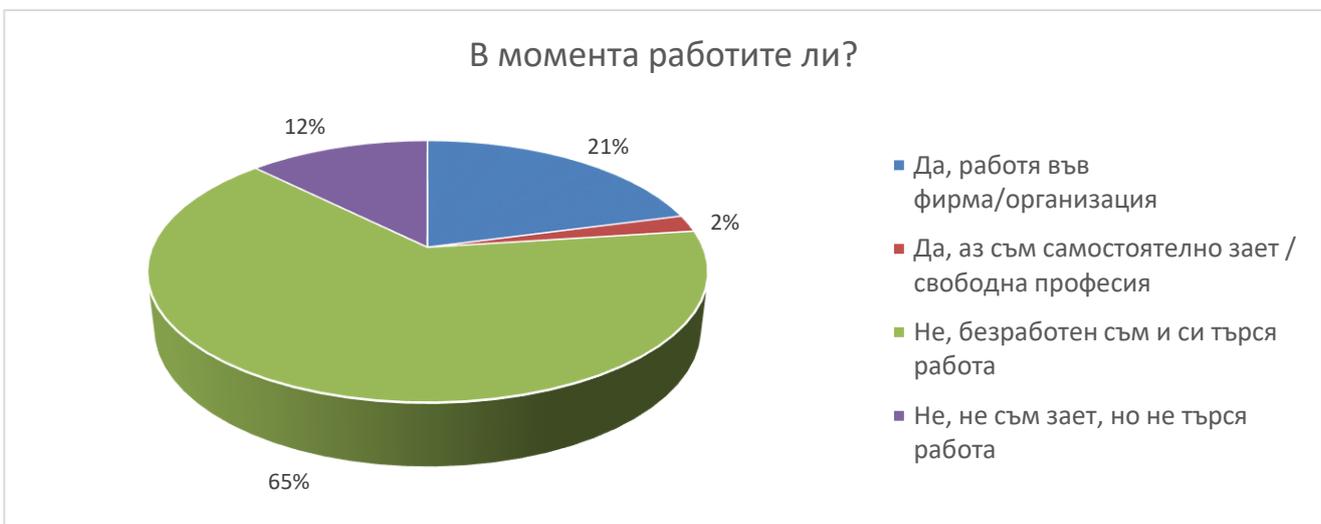
12. Колко служители работят в момента в бизнеса? (моля, попълнете брой хора, наети във Вашата компания)

Резултатите тук са следните: единият отговор е отбелязан като фирма с 2-ма служители (малък бизнес), а другият - има 20 работещи лица в компанията.

Жители

13. В момента работите ли?

На този въпрос бяха дадени общо 48 отговора (с изключение на 2-мата, определили себе си като собственици на фирми):

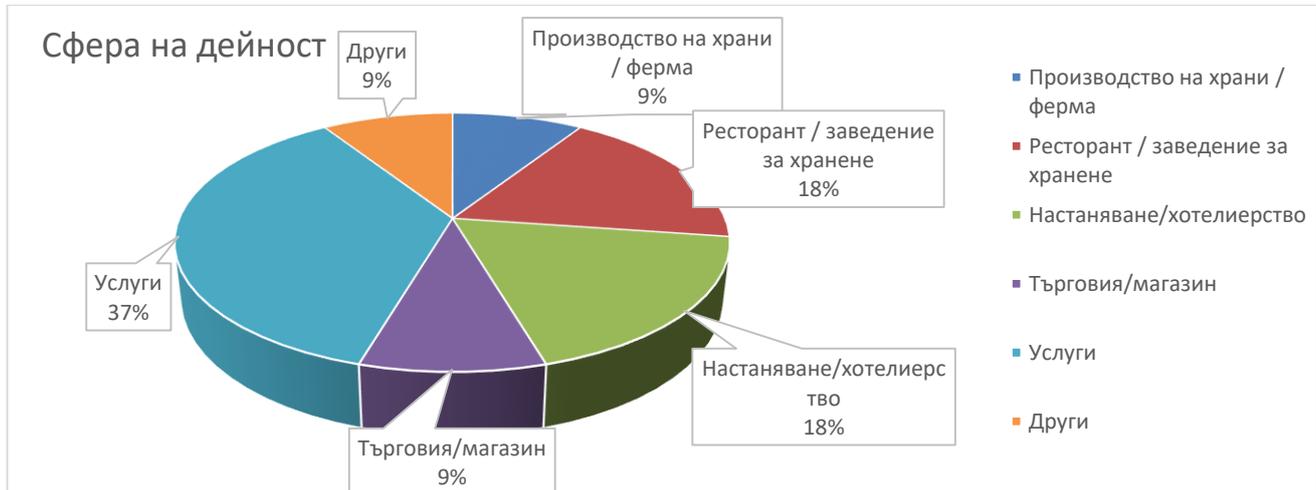




Заети лица

Когато детайлизираме по-нататък профила на респондентите, които са отбелязали, че са заети (общо 23% от всички жители) с въпрос относно сферата на дейност на фирмата/компанията, в която работят, те дават следните отговори:

14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?



15. Какво е сегашното ви занимание?

- сервитьор
- туризъм
- администратор
- касиер
- служител
- архитект
- куриерска фирма
- агрономство
- гостоприемство
- административно
- производство на петрол

16. Каква е Вашата позиция в компанията?

- сервитьор
- Рецепционист
- администратор
- касиер
- еправител
- дизайнер
- куриер
- агроном
- ел. инженер
- старши експерт
- ръководител лаборатория

17. От колко време работите на тази позиция/работа (моля, попълнете брой години в цяло число)?

Тук бяха получени 11 отговора, както следва:





18. Обмисляте ли смяна на настоящата си работа?

От 11 отговора, дадени на този въпрос, само няколко (4 души) са склонни да търсят друга работа.



Смяна на работа

19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?

А сред 4-те положителни отговора на предходния въпрос, дадени от хора, обмислящи смяна или преминаване към нова професия/работа, 3-ма биха искали да започнат собствен бизнес, а само един би се ориентирал към заетост в туристическия сектор.

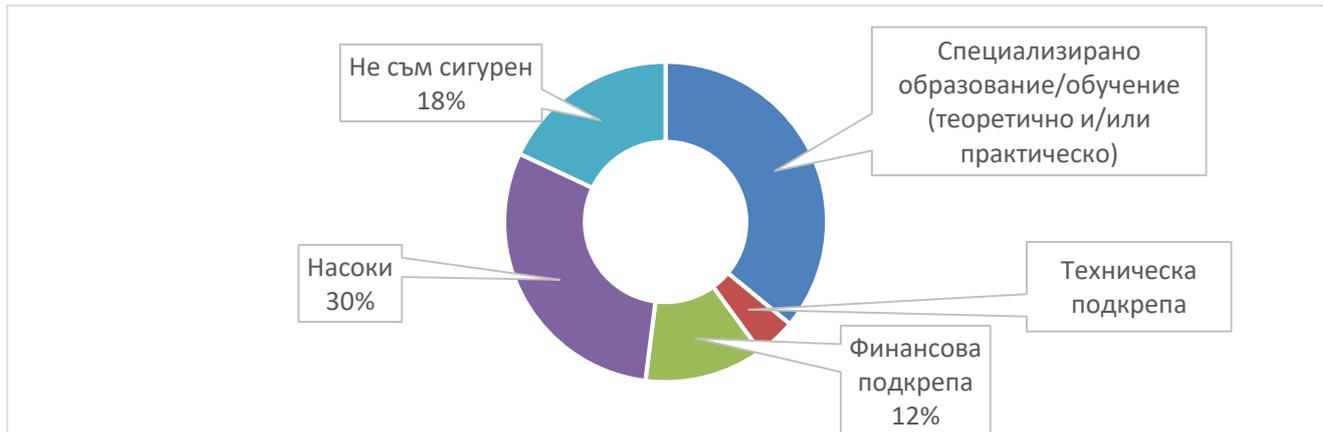




Профил на гастро-гида

20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове за да бъде професионалния им профил напълно завършен?

50 отговора бяха получени на този въпрос, разпределени както следва:



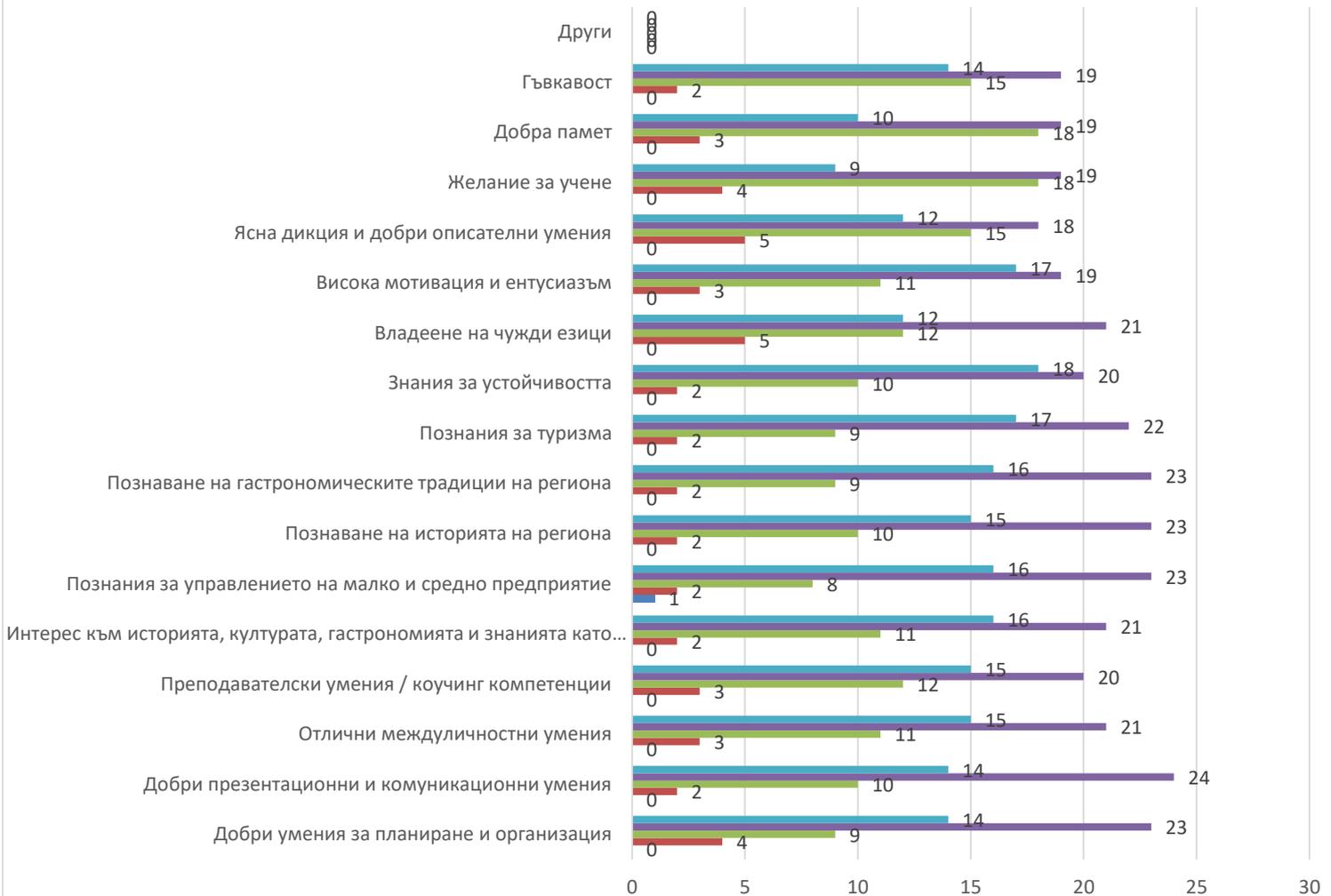
21. Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си? (Моля, отбележете избора си в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно)

Получените 50 отговора на този въпрос бяха разпределени, както следва:

Компетенции	1	2	3	4	5
1 = не е важно и 5 = много важно					
Добри умения за планиране и организация	0	4	9	23	14
Добри презентационни и комуникационни умения	0	2	10	24	14
Отлични междуличностни умения	0	3	11	21	15
Преподавателски умения / коучинг компетенции	0	3	12	20	15
Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	0	2	11	21	16
Познания за управлението на малко и средно предприятие	1	2	8	23	16
Познаване на историята на региона	0	2	10	23	15
Познаване на гастрономическите традиции на региона	0	2	9	23	16
Познания за туризма	0	2	9	22	17
Знания за устойчивостта	0	2	10	20	18
Владеене на чужди езици	0	5	12	21	12
Висока мотивация и ентузиазъм	0	3	11	19	17
Ясна дикция и добри описателни умения	0	5	15	18	12
Желание за учене	0	4	18	19	9
Добра памет	0	3	18	19	10
Гъвкавост	0	2	15	19	14
Други	30	1	6	7	6



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



	Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други
■ 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-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Курс за обучение за гастро-гид

22. Моля, оценете обучителните модули, изброени по-долу, според тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите гастро-ръководства? (1 не е важно/полезно и 5 е много важно/полезно)

50 отговора бяха получени на този въпрос, разпределени, както следва:

Предложени обучителни модули <i>1 = не е важно/полезно и 5 = много важно/полезно</i>	1	2	3	4	5
Техники на наставничество / обучение	0	2	9	23	16
Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица	0	2	12	23	13
Комуникация / Преговори	0	2	11	23	14
Техники за маркетинг и продажби	0	1	10	21	18
Управление на микропредприятия	0	2	11	24	13
Оценяване	1	4	17	19	9

Ето и графично представяне на резултатите:



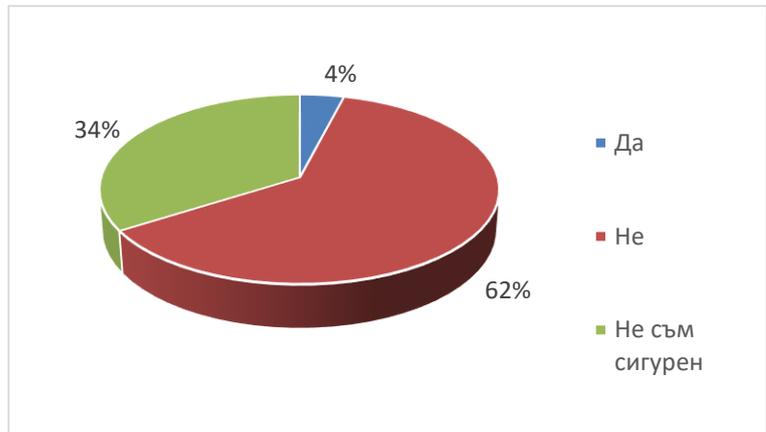
23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-водачите? (моля, избройте вашите предложения)

- Влияние на външни фактори върху гастро-вкусовете.
- Дигитални компетенции
- не съм сигурен
- не зная
- Практика
- не /4 отговора/



24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за основни или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?

Получени 50 отговора.



Съществуващи схеми за обучение

25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати и биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални курсове и др.

Само 2 отговора са посочени на този отворен въпрос:

- Не (1)
- Дигитални компетенции (1)

Потенциални гастро-гидове

Целта на този раздел беше да идентифицира потенциалните заинтересовани лица, които биха проявили интерес към обучението за гастро-гид и проекта Gastro-Guide, като цяло.

26. Интересувате ли се да се включите в обучение за гастро-гид?

50 отговора

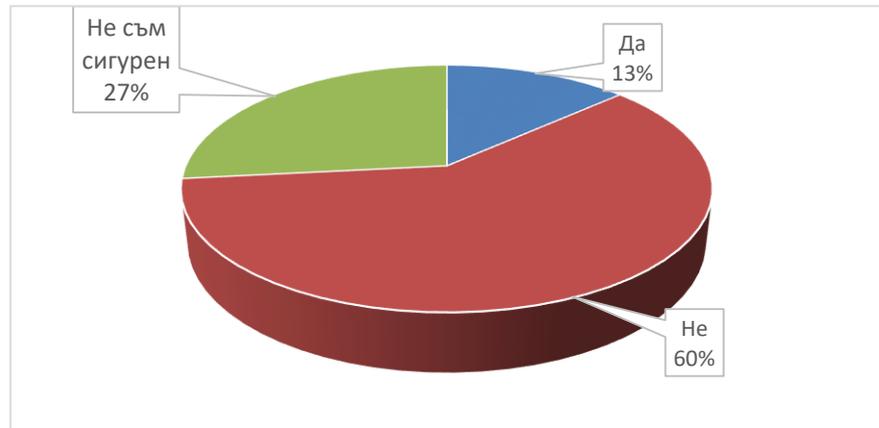




Предишно образование/обучение и предпочитания по отношение на обучението за гастро-гид

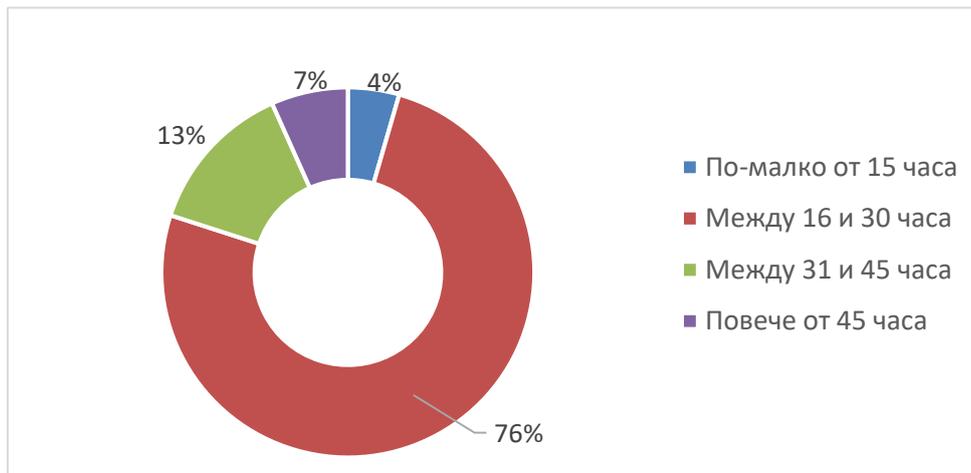
27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха могли да бъдат от полза за профила на гастро-гида - напр. комуникационни умения, организационни умения, преподавателски умения и т.н.?

45 отговора



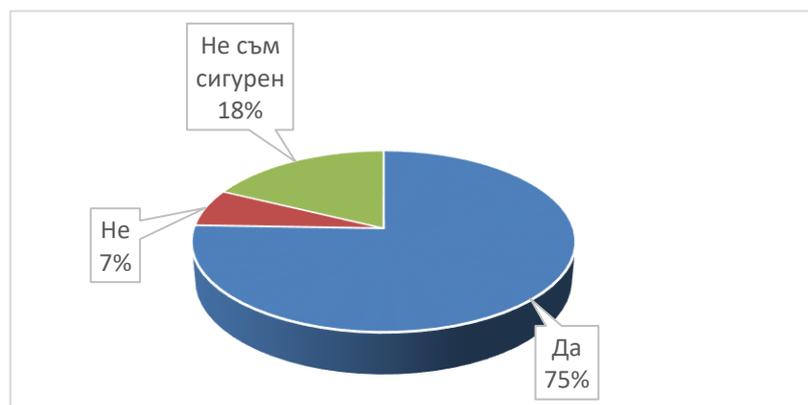
28. Колко дълго смятате, че е подходящото време за подобно обучение? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове според Вашето мнение)

45 отговора



29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в курс за обучение на гастро-гид от 30 учебни часа?

45 отговора





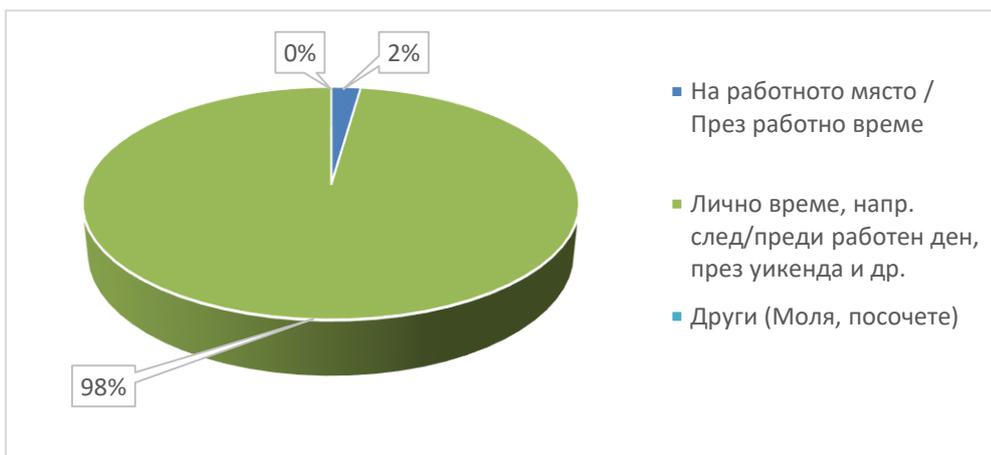
30. Колко време желаете (и можете) да посветите на такова обучение?

45 отговора



31. В каква среда считате, че ще можете да използвате материалите за обучение Гастро-гид (базирани онлайн) най-ефективно?

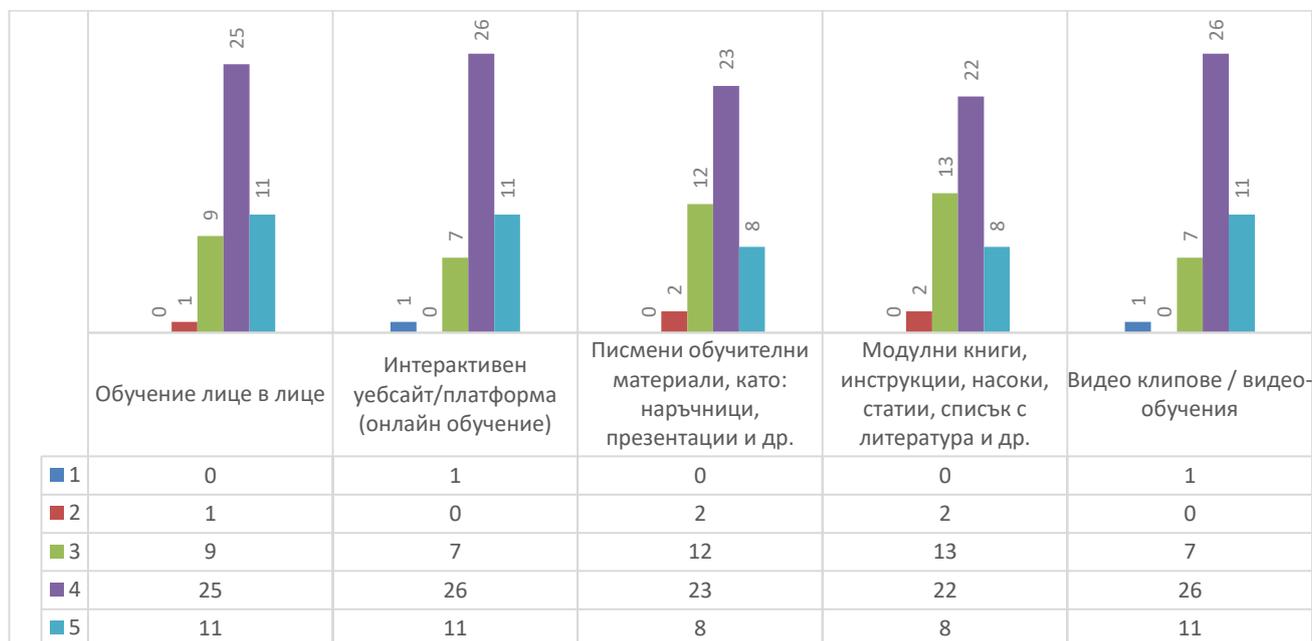
45 отговора



32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по тези теми? (Моля, оценете предложените типове обучителни материали, където 1 = не предпочитан и 5 = най-предпочитан)

46 отговора

Формат на обучение 1 = не е предпочитан и 5 = най-предпочитан	1	2	3	4	5
Обучение лице в лице	0	1	9	25	11
Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)	1	0	7	26	11
Писмени обучителни материали, като: наръчници, презентации и др.	0	2	12	23	8
Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	0	2	13	22	8
Видео клипове / видео-обучения	1	0	7	26	11

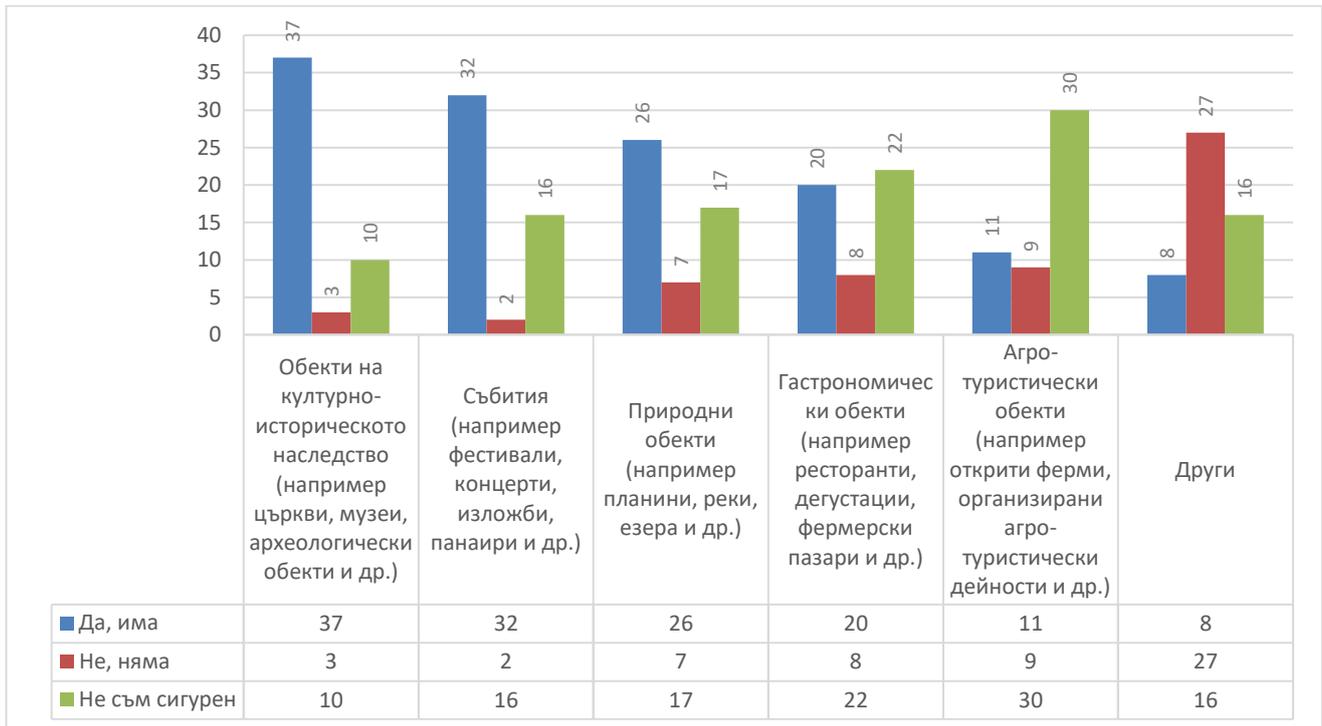


Местни познания и потенциал

33. *Знаете ли за интересни забележителности, които могат да бъдат посетени или проучени във вашето село? Моля, отбележете вашите отговори в таблицата.*

50 получени отговора:

	Да, има	Не, няма	Не съм сигурен
Обекти на културно-историческото наследство (например църкви, музеи, археологически обекти и др.)	37	3	10
Събития (например фестивали, концерти, изложби, панаири и др.)	32	2	16
Природни обекти (например планини, реки, езера и др.)	26	7	17
Гастрономически обекти (например ресторанти, дегустации, фермерски пазари и др.)	20	8	22
Агро-туристически обекти (например открити ферми, организирани агро-туристически дейности и др.)	11	9	30
Други	8	27	16



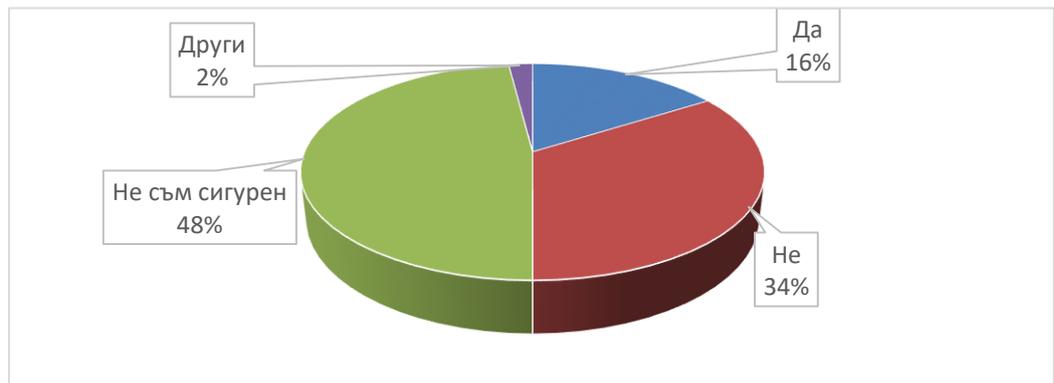
34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си заслужава да бъдат посетени във вашето село (ако има такива):

Ето отговорите, дадени от респондентите в свободен текст:

- не съм сигурен
- плажове, крайморски ресторанти
- Няма
- Ново земно село, селото е по-вкусно
- Балчик, Албена, Северно Черноморие, Теке, с. Оброчище и др.
- музеи
- язовири
- Не знам
- Дворецът в Балчик (2)
- не помня точно

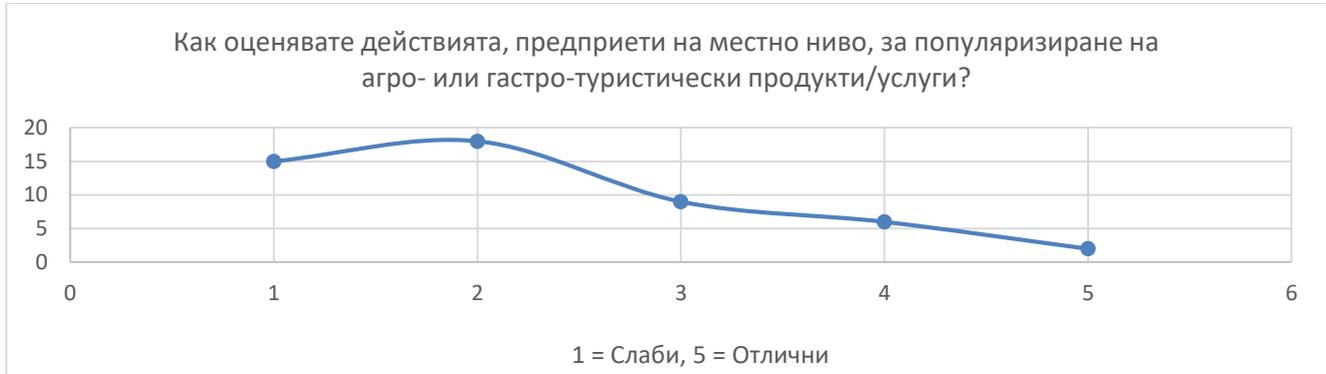
35. Знаете ли за промоционални дейности, които се прилагат за привличане на повече посетители във Вашия регион/село?

50 отговора

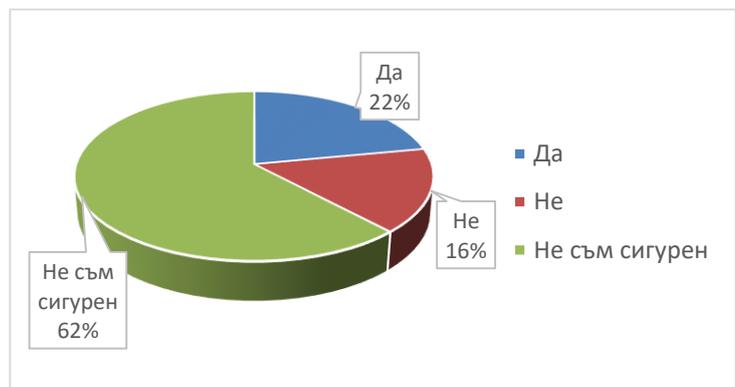




36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво за популяризиране на агро- или гастрономическите туристически продукти/услуги? (моля, посочете отговора си, като използвате скалата, където 1 = лоши/слаби и 5 = отлични)

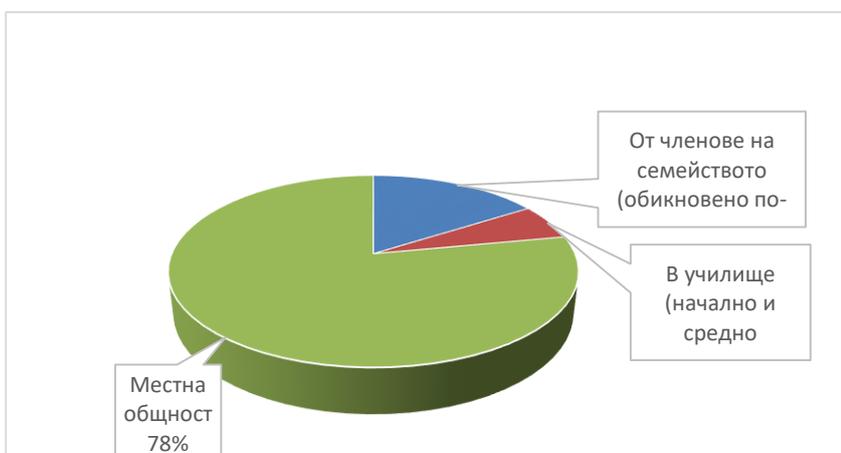


37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски ...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село?



38. Ако отговорът е „да“, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но непознати за света:

- Местни винарни, местни ферми
- Риболов
- Гевреци
- Хляб, сирене



39. Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и атракции?

50 отговора



40. Смятате ли, че ролята на гастро-гида ще бъде от полза, ако във Вашето село/регион има поне един такъв?

50 отговора



41. Ако отговорът е да, моля, споделете по какъв начин смятате, че Гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

- Да насърчава и организира селски туризъм.
- Да организира събития, които да привлекат интереса на външни лица
- Не знам
- Със събития.

42. Ако има нещо друго, което бихте искали да споделите с нас, моля, използвайте мястото по-долу:

- Важно е да се обърне специално внимание и да се популяризират местните фермерски пазари
- Не
- Късмет! Очакваме Гастро-гидове скоро!

Резюме на
въпросниците

Национален
доклад
Полша

Партньор:
VIVA FEMINA



Национален доклад – Полша

ВЪВЕДЕНИЕ

Изследването, базирано на въпросници, беше проведено в Полша през м. май и първите две седмици на юни 2022 г. Преди изследването направихме списък от 50 агро-туристически ферми. Тъй като агро-туризмът в различните му форми е много популярен вид туризъм в Полша, сме взели под внимание територията на цялата страна. Нашият списък с агро-туристически ферми, хотели, ресторанти се състои от 25 обекта, разположени южно от Варшава, главно в планински райони, и 25 обекта северно от Варшава, разположени в райони на езера и Балтийско море.

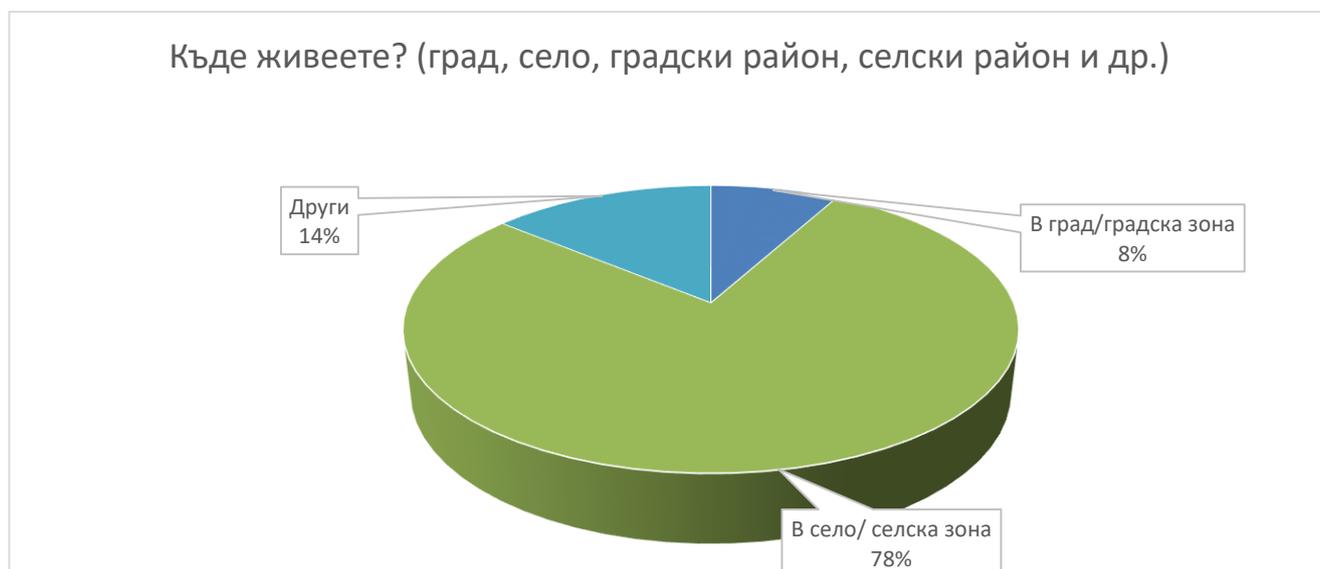
По този начин, искахме да анализираме всички региони на Полша и различни видове заведения.

Въпросникът беше разпространен онлайн, по телефон и имейл.

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

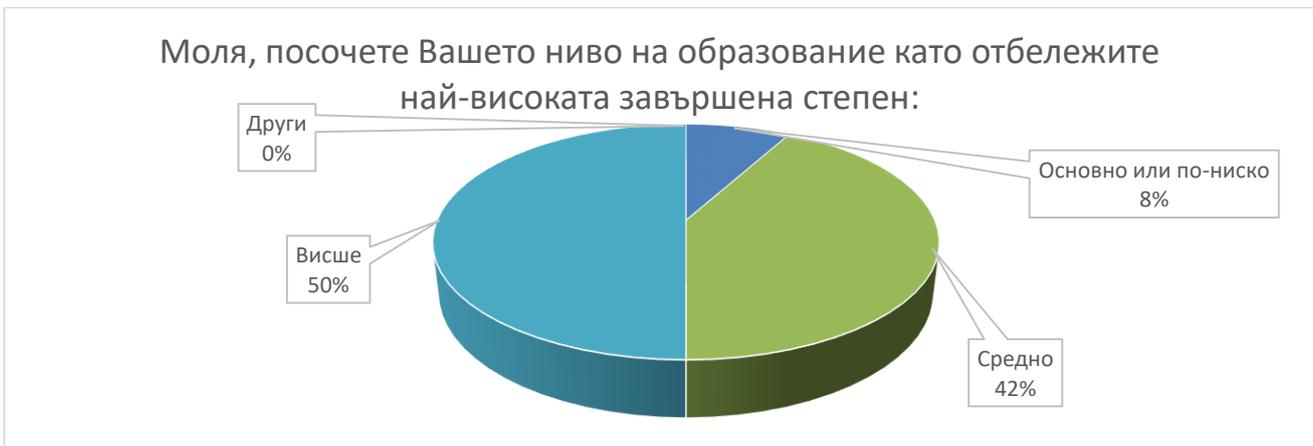
5. Къде живеете? (град, село, градски район, селски район и др.)



Повечето от анкетиранияте живеят в селските райони и селата (39 души), 4-ма живеят в градове и 7 живеят в други населени места.

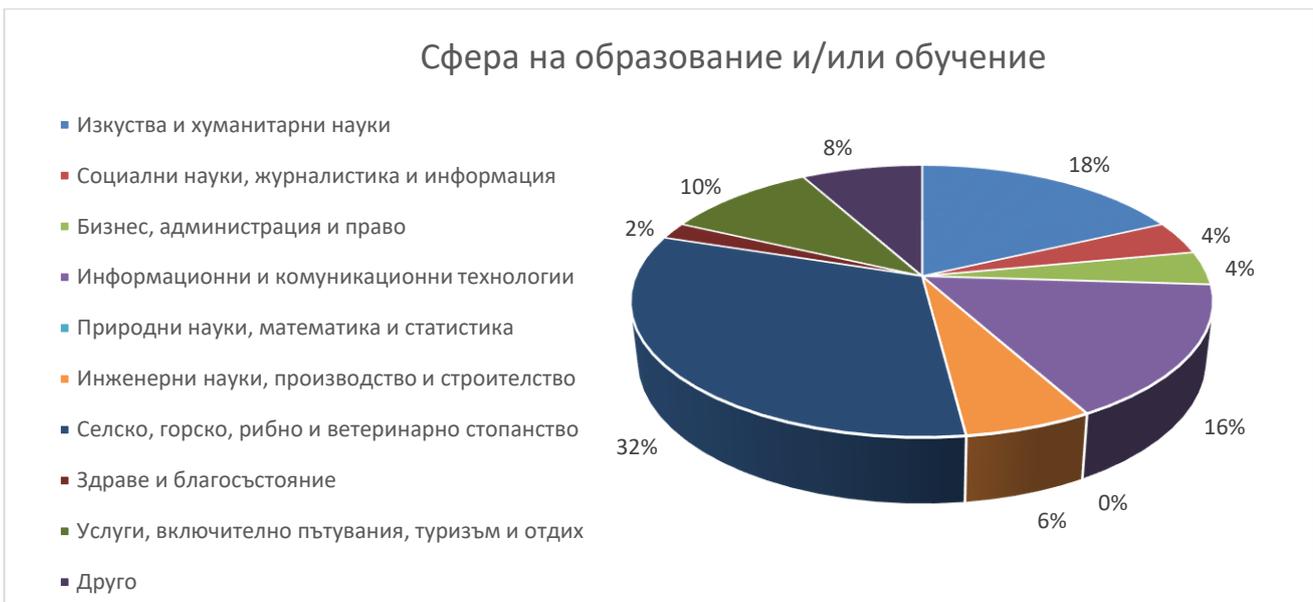


6. Моля, посочете Вашето ниво на образование като отбележите най-високата завършена степен:



Повечето от респондентите са с висше образование (25 респонденти), 21 респонденти са със средно образование и само 4 са с основно или по-ниско образование.

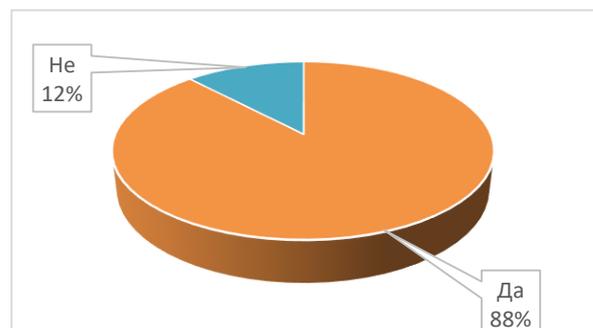
7. Моля, посочете сферата на Вашето образование и/или обучение:



Както виждаме, собствениците на ферми за агро-туризъм имат образование или обучение в доста разнообразен спектър, въпреки че близо една трета имат някакъв предходен опит и знания в областта на селското стопанство.

8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?

Мнозинството от респондентите са отговорили с „ДА“, което означава, че лично управляват своя бизнес.



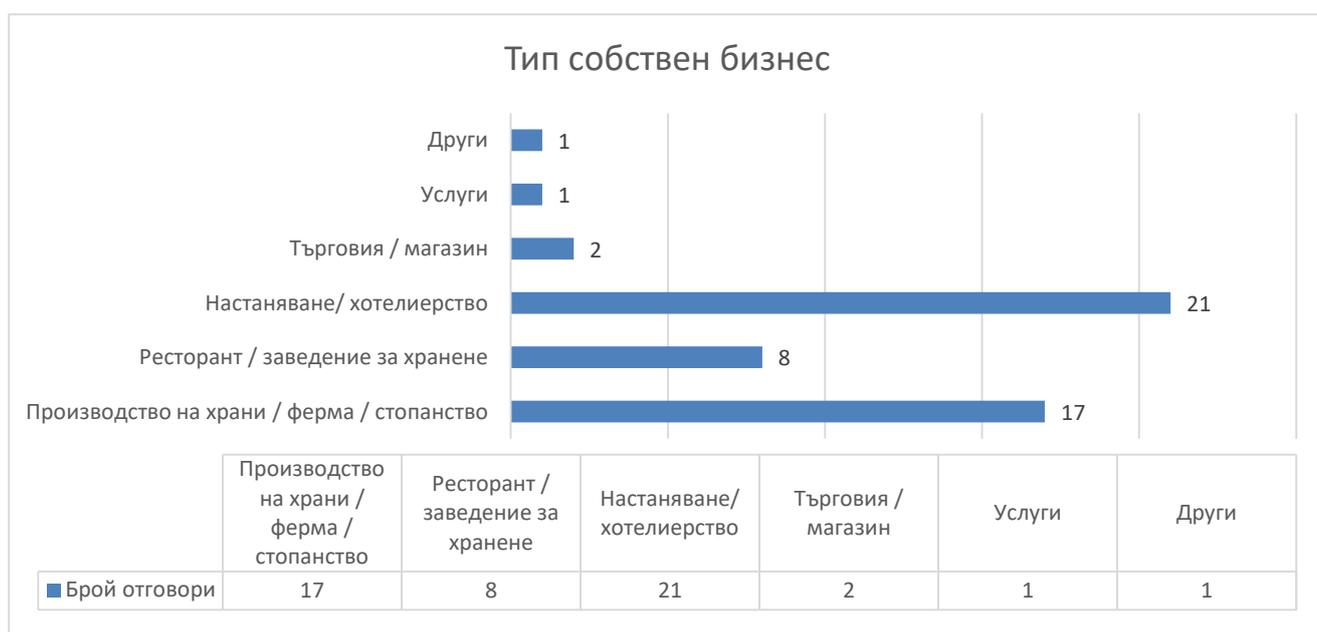
ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА БИЗНЕСА

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

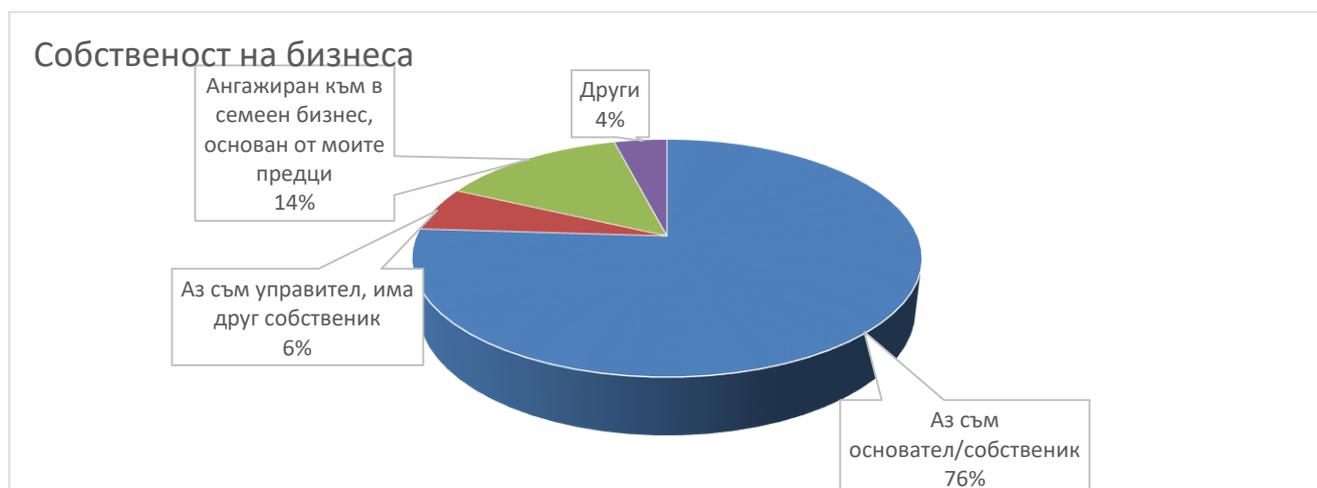


9. Какъв тип бизнес управлявате?

Отговори	Брой отговорили	Процентно съотношение
Производство на храни / ферма	2	12%
Ресторант / заведение за хранене	7	41%
Настаняване / хотел	2	12%
Търговия / магазин	0	0%
Услуги	3	18%
Други	3	18%
Общ брой отговори:	17	100%



10. Вие ли сте собственик на бизнеса или е основан от някой друг?



По-голямата част от анкетираните са собственици на свои обекти.

11. От колко време управлявате този бизнес?



Брой години	Брой дадени отговори в съответните диапазони
<5 години	19
>5 години	24
5-10 години	3
>10 години	4

Мнозинството от респондентите управляват бизнеса над 5 години и по-малко от 5 години.

12. Колко служители работят в момента в бизнеса? (моля, попълнете брой хора, наети във Вашата компания)

Брой наети служители	Брой дадени отговори в съответните диапазони
0%	11
1 до 5	23
5 до 10	9
>10	7

Жители

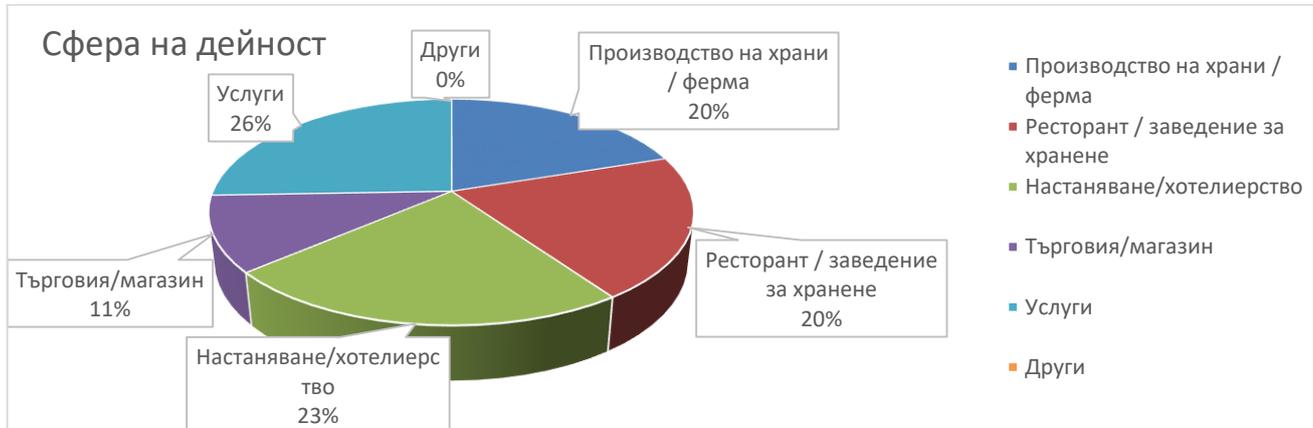
13. В момента работите ли?



Наети/работещи



14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?



Повечето от респондентите, с които се свързахме, предлагат няколко различни услуги, като настаняване, ресторант и продажба на местни продукти.

15. Какво е сегашното ви занимание?

- Собственик на ферма
- Собственик на хотел
- Собственик на агротуристически бизнес
- Йога инструктор
- Готвач
- Мениджър Човешки ресурси
- Певец

16. Каква е Вашата позиция в компанията?

Собственик - 44

Управител – 6

17. От колко време работите на тази позиция/работа (моля, попълнете брой години в цяло число)?



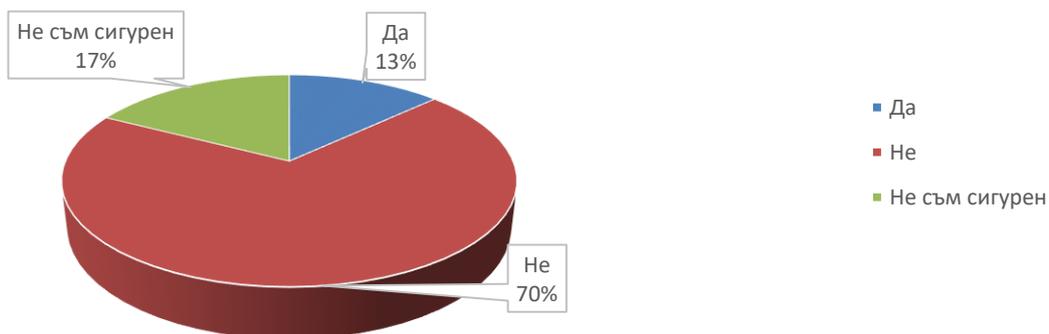
Мнозинството от респондентите управляват своя бизнес над 10 години.

18. Обмисляте ли промяна на сегашната си работа?

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Обмисляте ли промяна на сегашната си работа?



Мнозинството от анкетираните не обмислят смяна на работата.

Смяна на работа

19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?

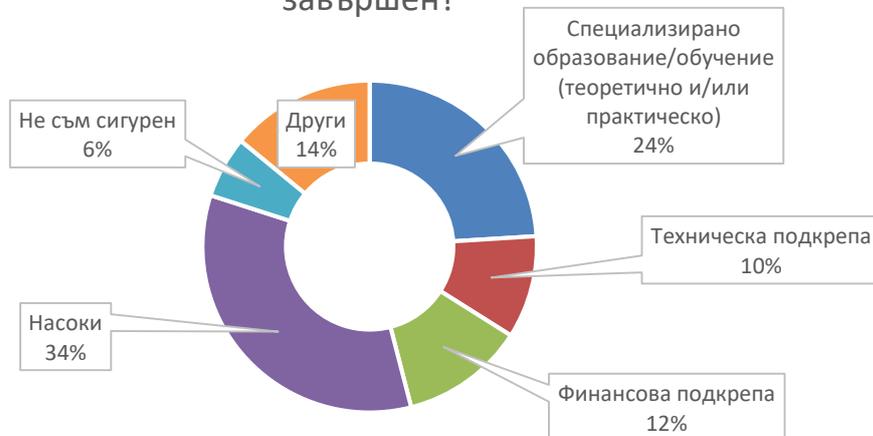
Дадените от респондентите отговори са в следните области:

- Агро-хранителен сектор
- Сектор на услугите
- Туристически сектор

Профил на гастро-гида

20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове за да бъде професионалния им профил напълно завършен?

Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове за да бъде професионалния им профил напълно завършен?



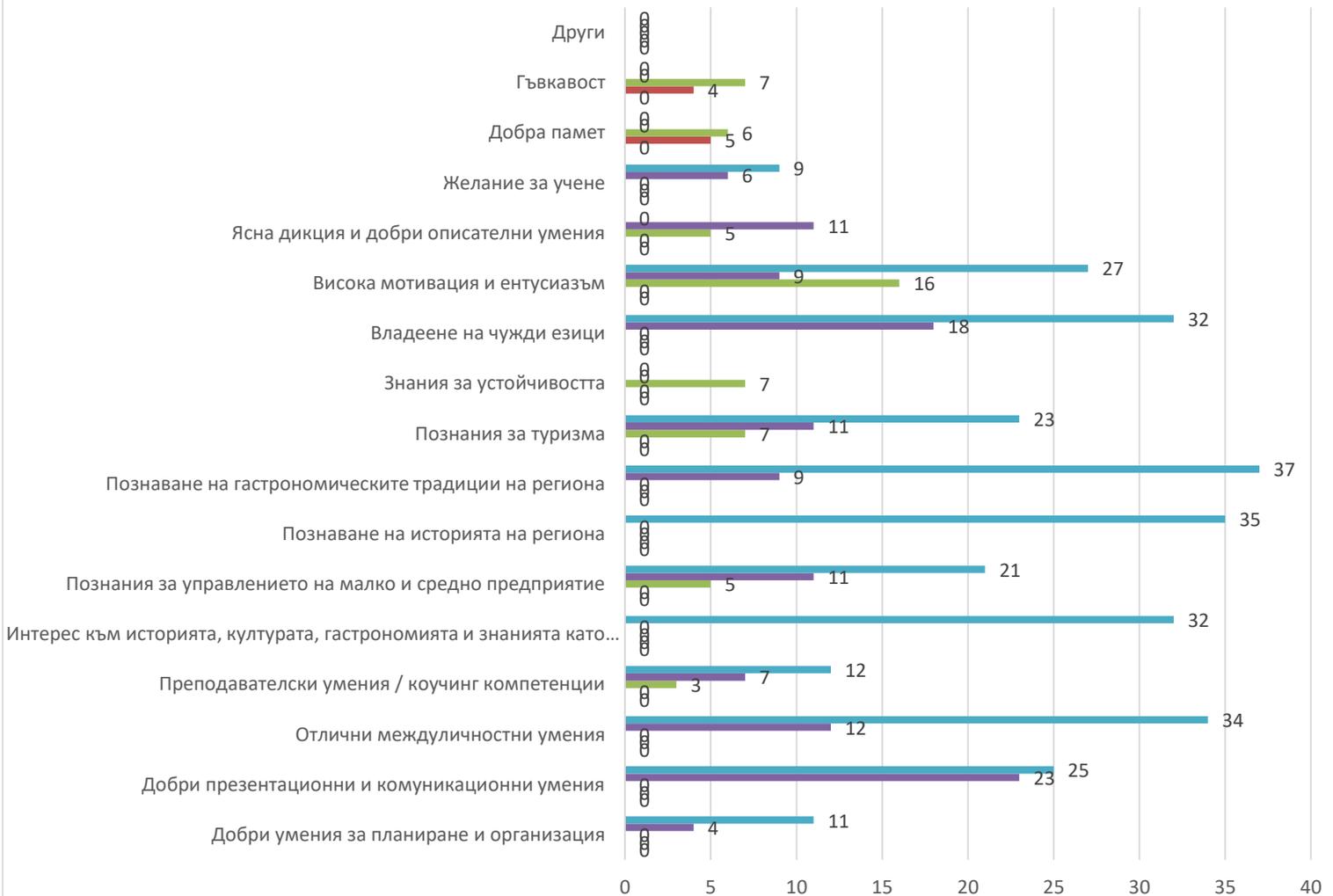


21. Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си? (моля, отбележете избора си в таблицата, където 1 не е важно и 5 е много важно)

	1	2	3	4	5
Добри умения за планиране и организация				4	11
Добри презентационни и комуникационни умения				23	25
Отлични междуличностни умения				12	34
Преподавателски умения / коучинг компетенции			3	7	12
Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло					32
Познания за управлението на малко и средно предприятие			5	11	21
Познаване на историята на региона					35
Познаване на гастрономическите традиции на региона				9	37
Познания за туризма			7	11	23
Знания за устойчивостта			7		
Владеене на чужди езици				18	32
Висока мотивация и ентузиазъм			16	9	27
Ясна дикция и добри описателни умения			5	11	
Желание за учене				6	9
Добра памет		5	6		
Гъвкавост		4	7		



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други
5	11	25	34	12	32	21	35	37	23	0	32	27	0	9	0	0
4	4	23	12	7	0	11	0	9	11	0	18	9	11	6	0	0
3	0	0	0	3	0	5	0	0	7	7	0	16	5	0	6	7
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	4
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

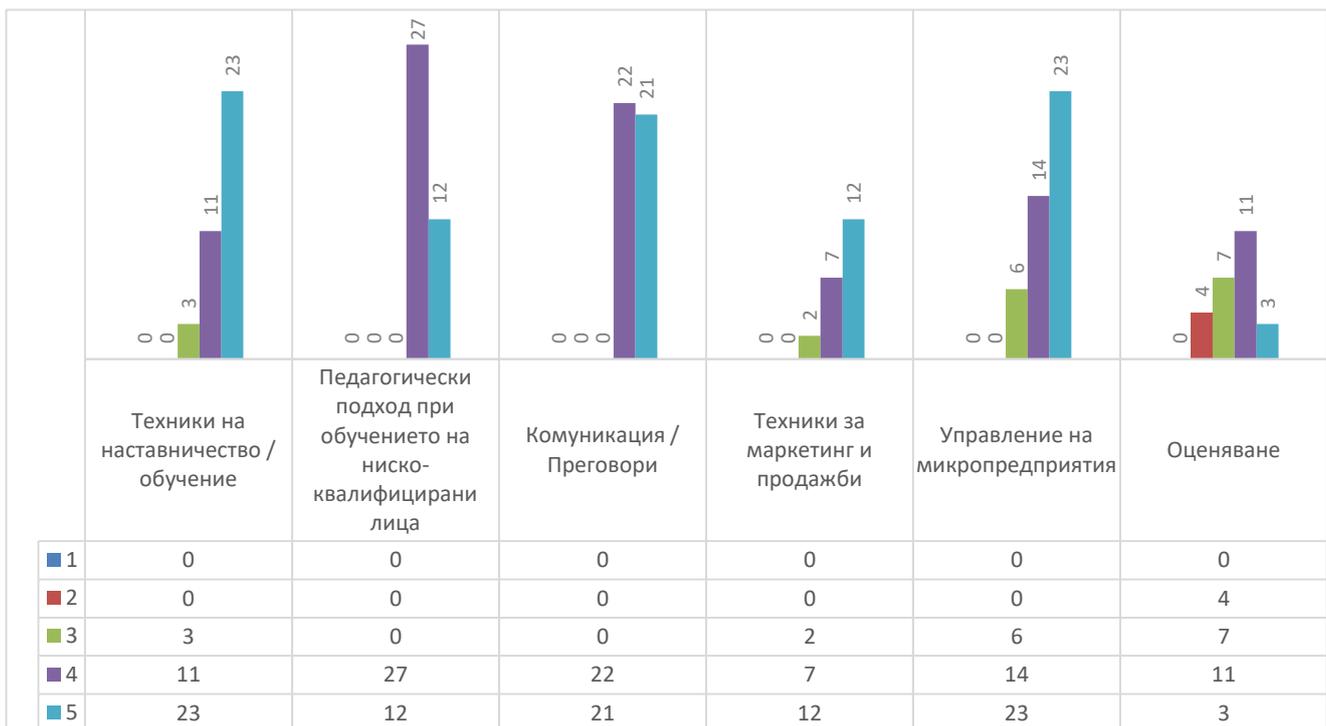
„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Курс за обучение за гастро-гид

22. Моля, оценете изброените по-долу обучителни модули като степенуваме тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове? (1 не е важно/полезно и 5 е много важно/полезно)

	1	2	3	4	5
Техники на наставничество / обучение			3	11	23
Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица				27	12
Комуникация / Преговори				22	21
Техники за маркетинг и продажби			2	7	12
Управление на микропредприятия			6	14	23
Оценяване		4	7	11	3



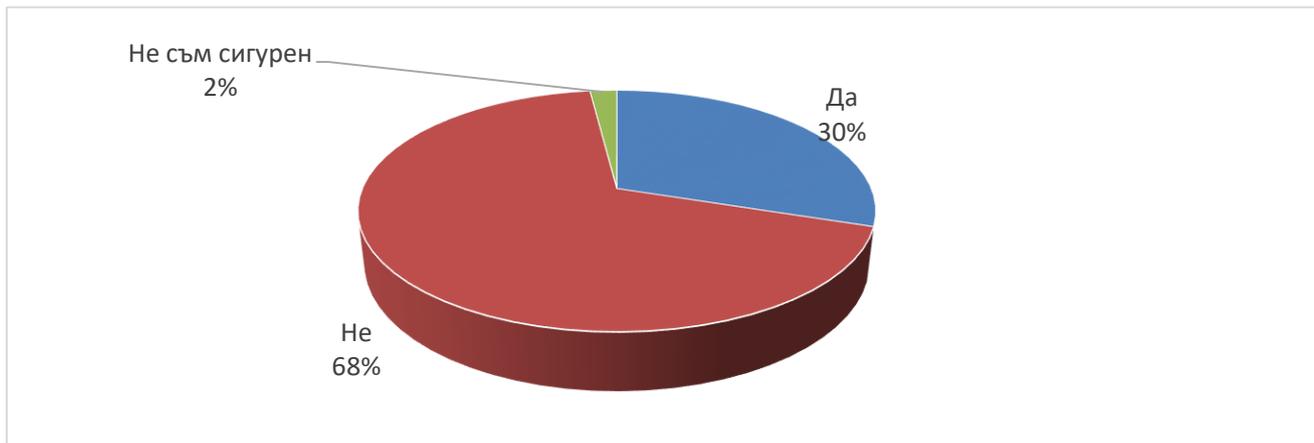
23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете? (Моля, избройте Вашите предложения)

Сред дадените отговори са:

- Екология в кухнята
- Екологични регионални продукти
- Правни въпроси в агротуризма



24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за ключови или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?



25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати, и които биха могли да бъдат полезни за подготовката на Гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални обучителни курсове и др.

Ето някои интересни примери, споделени от респондентите:

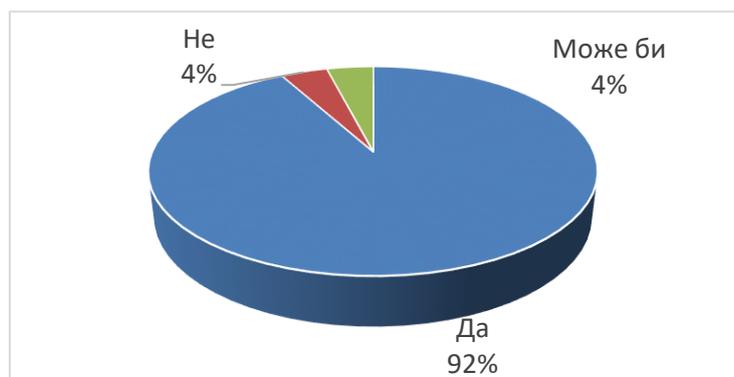
Агротуризм - предприемачество в селските райони - Курсът е предназначен за тези, които планират да отворят собствена агротуристическа ферма или са собственици или управители на такава. По достъпен начин се описват етапите от създаването на агротуристическа ферма – от идеята до конкретните действия. По време на курса студентът ще получи необходимите знания, необходими за управление на агротуристически бизнес. Връзка: <https://www.kadra-kurs.pl/kursy-dla-przedsiębiorczych/agroturystyka-przedsiębiorczosc-na-wsi/>

Специализиран курс по агротуризм – <https://szkolenia-kargroup.eu/kurs-agroturystyki-online/>

ВОДЕНЕ НА АГРОТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС - Курсът описва по достъпен начин етапите на създаване на агротуристическа ферма - води от идеи и концепции до извършване на конкретни дейности. Връзка: <https://college-med.pl/kurs-prowadzenie-dzialalnosci-agroturystycznej>

Потенциални гастро-гидове

26. Имате ли интерес да участвате в обучение за Гастро-гид?

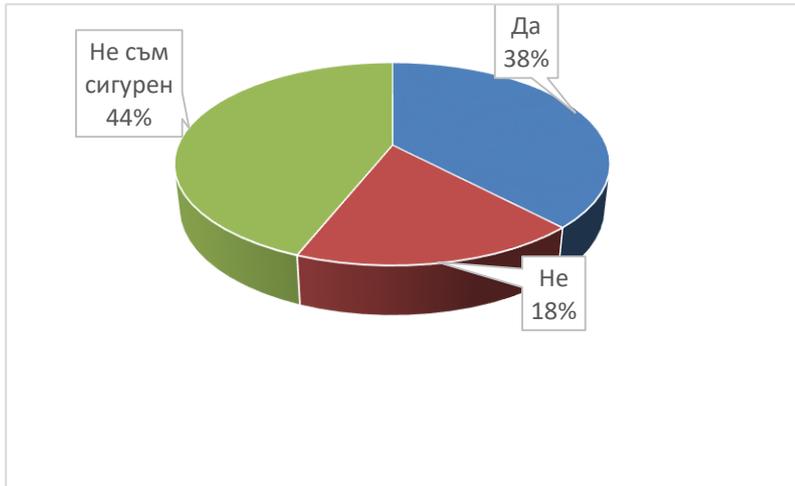


Предишно образование/обучение и предпочитания по отношение на обучението за Гастро-гид

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

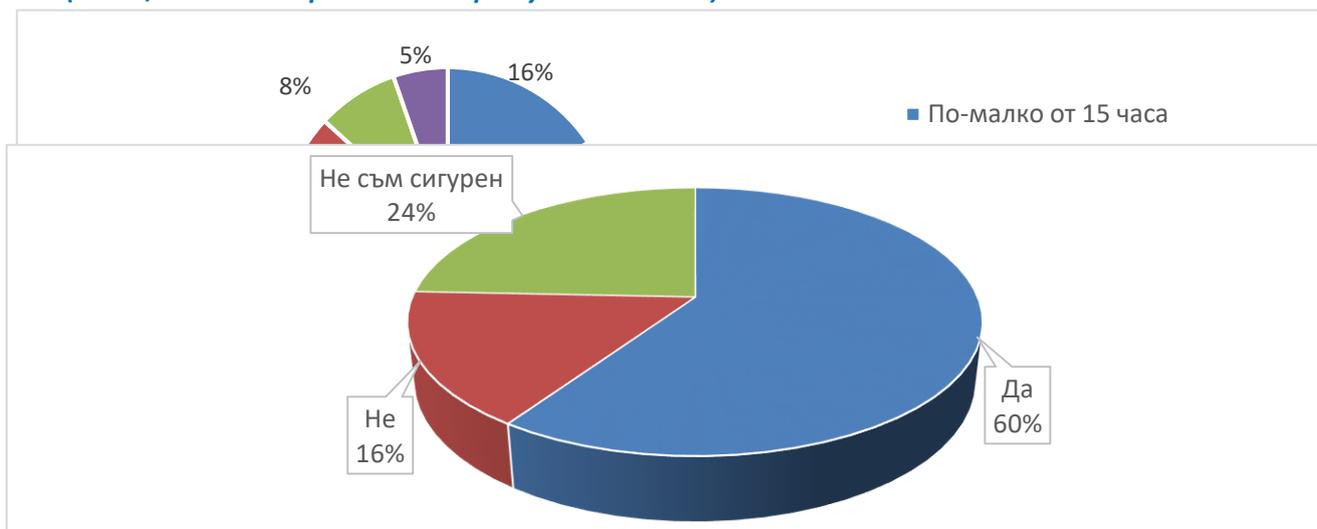


27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха били от полза за профила на Гастро-гида – напр. комуникационни умения, организационни умения, умения за преподаване и др.?



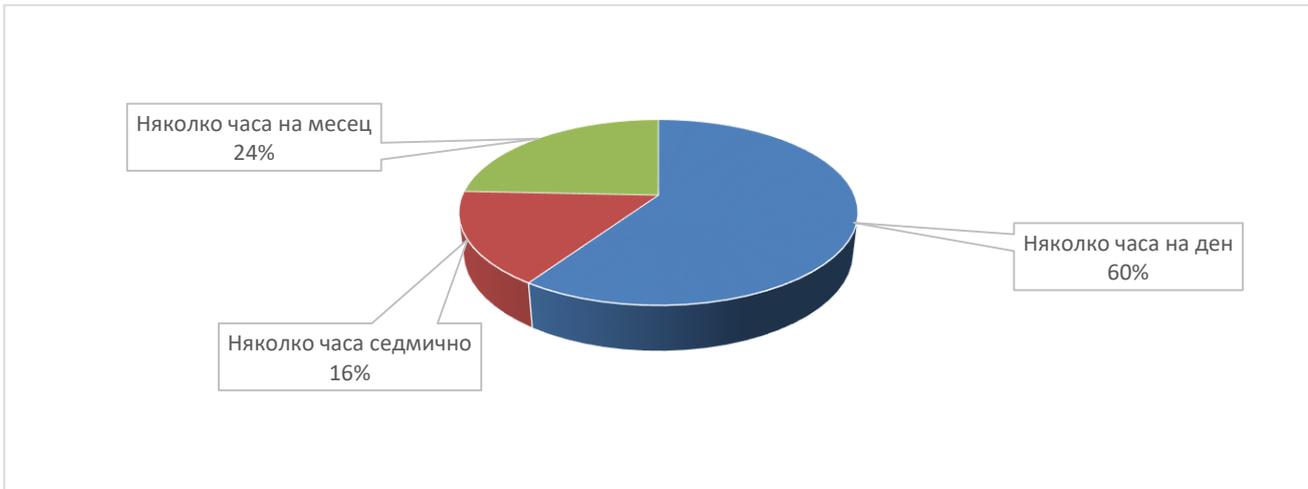
- Как се прави агро-туризъм
- Производство на местни/екологични продукти
- Маркетинг в агротуризма

28. С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове)

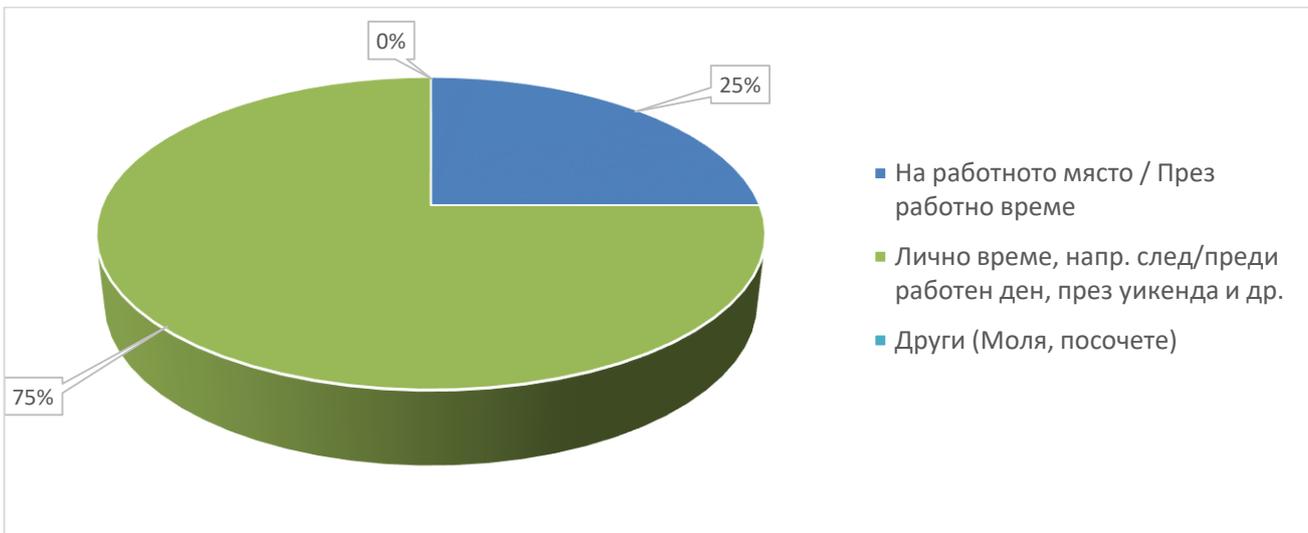


29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?

30. Колко време сте готови (и можете) да посветите на такова обучение?



31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?



32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по гореизброените теми? (Моля, оценете предложените видове материали за обучение)

	1	2	3	4	5
Обучение лице в лице			3	8	2
Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)				21	11
Писмени обучителни материали, като: наръчници, презентации и др.			3	19	17
Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.			3	6	3
Видео клипове / видео-обучения			3	7	17



	Обучение лице в лице	Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)	Писмени учебителни материали, като: наръчници, презентации и др.	Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	Видео клипове / видео-обучения
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

Местни познания и потенциал

33. *Знаете ли за интересни атракции, които могат да бъдат посетени или разгледани във Вашето село/населено място? Моля, отбележете отговорите си в таблицата.*

	Да, има	Не, няма	Не съм сигурен
Обекти на културно-историческото наследство (например църкви, музеи, археологически обекти и др.)	23		3
Събития (например фестивали, концерти, изложби, панаири и др.)	34		0
Природни обекти (например планини, реки, езера и др.)	29		3
Гастрономически обекти (например ресторанти, дегустации, фермерски пазари и др.)	41		3
Агро-туристически обекти (например открити ферми, организирани агро-туристически дейности и др.)	38		3
Други			



„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



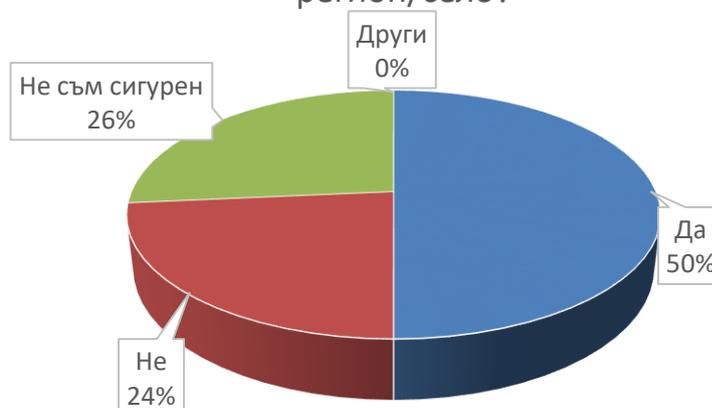
34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си струва да бъдат посетени във Вашето село/населено място (ако има такива):

Някои от наименованията в следващия списък са оставени в оригинален език – без превод, предвид спецификата на обектите или атракциите:

- Атракции от Панаира на регионите в Чоржов (Chorzów)
- River Многодневен тур с каяк по река Рега
- Земята на изчезналите вулкани близо до Злотория (Zotoryja)
- Tuscany Kosiewska Еко агро туризъм с животни
- Индианско село Fort Wariti
- Глемпинг палатки с джакузи и сауна - Bieszczadzka Osada Saunowisko
- Glamping Podniebny
- Jurta - Омагьосана гора
- Przystanek Ropienka Chata
- Stud Ferenstain в Gałkowo
- Православен храм Св. Архангел Михаил в Смолник
- Zagórz и монументалните руини на църквата и манастира на босите кармелити
- Езерото Солина
- Европейски резерват за диви бизони
- Природен резерват Птичи Рай /Bird Paradise/ в Górkі Wschodnie
- Авеню на звездите в Międzyzdroje
- Westerplatte в Гданск
- Подвижни дюни в Националния парк Słowiński
- Тематични градини Hortulus в Добжица
- Ракетна установка V3 - остров Волин
- Sealarium – Hel

35. Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?

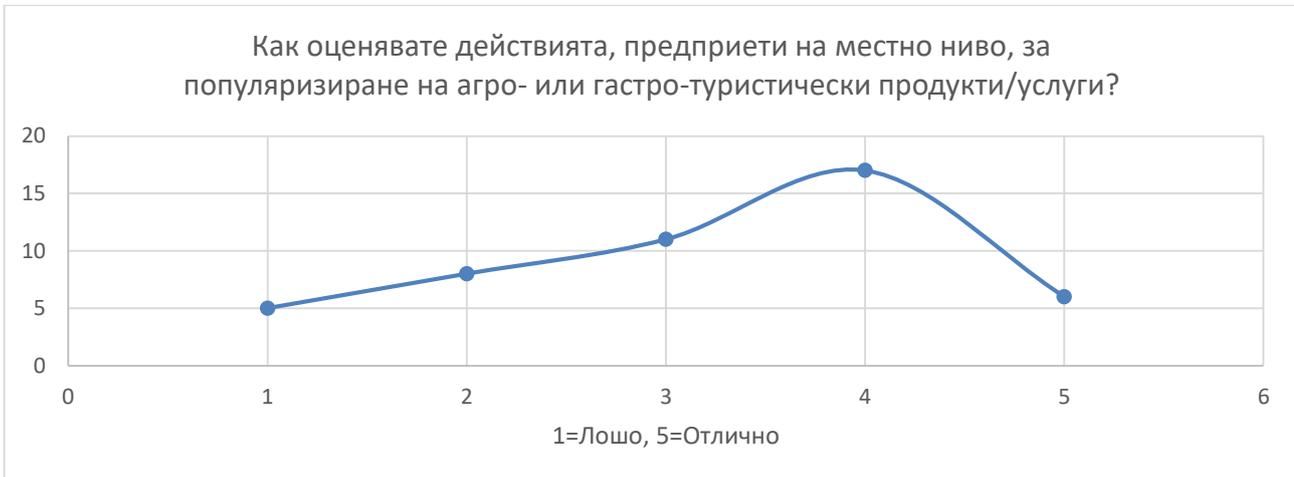
Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?





36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво, за популяризиране на агро- или гастро-туристически продукти/услуги? (моля, посочете отговора си, като използвате скалата, където 1 е лош, а 5 е отличен)

От 1 до 5, където 1 е лошо, а 5 е отлично



37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село/населено място?



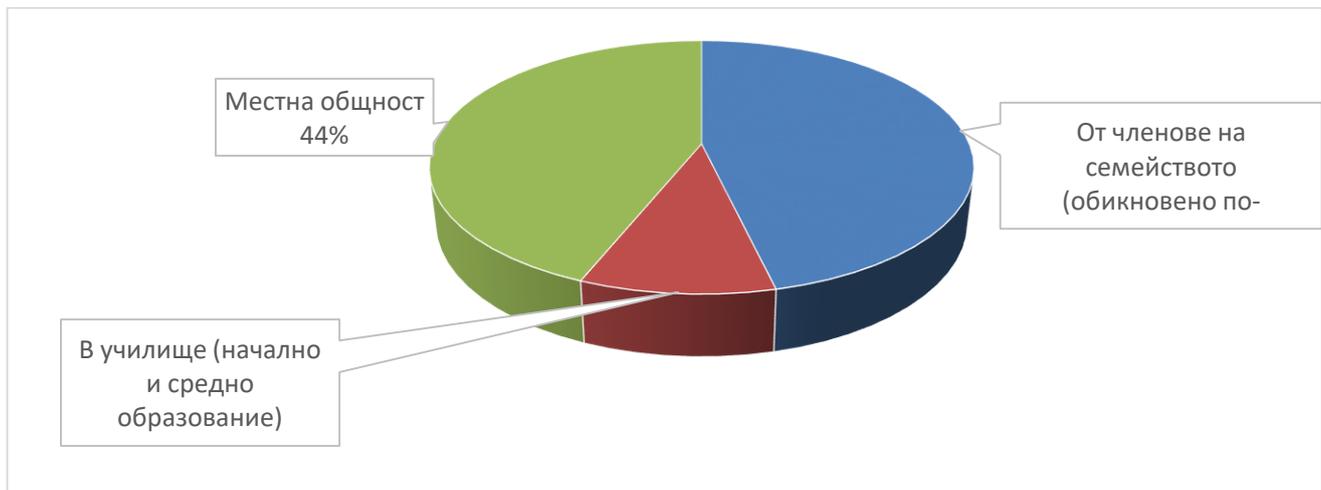
38. Ако да, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но не са достатъчно популярни извън него:

- Сирене Осципек
- Pierekaszewnik - вид голяма кнедла, направена от много пластове тесто, пълнена с месо или плодове. Дойде в полската кухня благодарение на татарското малцинство; Хедър медовина от Bory Dolnośląskie - мед, произведен от пчели от прашец от пирен (до 80%).
- Видове мед: Róltorak, Dwójniak, Trójniak, Czwórniak - Напитка от ферментирал мед, позната още от предславянските времена в Полша и Литва. Имената на отделните видове са свързани със степента на разреждане на меда с вода.

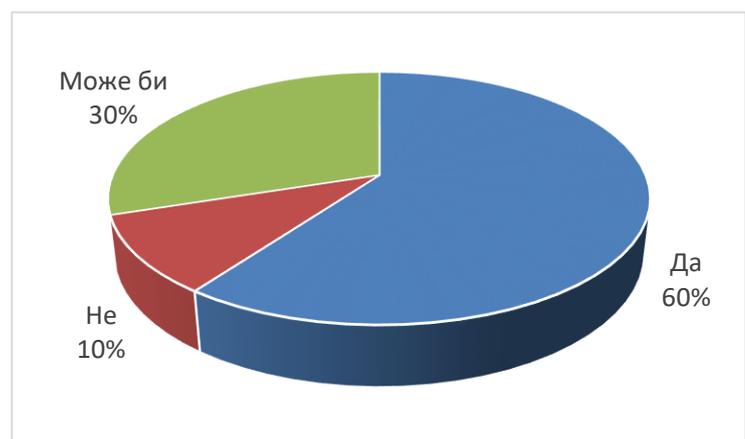


- Rogal świętomarciński - традиционно изпечен в Познан на 11 ноември, направен от тесто полуфрансин с пълнеж от бели макови семена, ванилия, смлени фурми или смокини, захар, сметана, стафиди, масло и портокалова кора.
- Великополско пържено сирене
- Andruty Kaliskie - Много тънки вафли, изпечени в Калиш.
- Масло от злато на удоволствието - получава се от растението наречено злато на удоволствието, култивирано в Полша още в праисторически времена. Това масло се характеризира с много здравословни свойства.
- Регионални занаяти
- Плетени изделия
- Кривулка е вид традиционен лемковски орнамент. Изработена е от малки стъклени мъниста с диаметър до 2 мм, нанизани заедно, за да образуват ажурна, сложна цялост.
- Грънчарство
- Бъчварството е една от отмиращите професии. Това е техника за ръчно производство на дървени съдове и други полезни предмети.
- Пчеларство

39. Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?



40. Смятате ли, че ролята на Гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне един такъв във Вашето село/район?





41. Ако да, моля, споделете по какъв начин, според Вас, Гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

- Споделяне на знанията за местните традиции и храна
- Промоционални дейности на регионалния агротуризм
- Маркетинг
- Организиране на събития, насърчаващи местния агротуризм

Кратък анализ на анкетата

По-голямата част от нашите респонденти се интересуват от участие в обучението за Гастро-гид. Някои от тях вече са преминали курсове за обучение за управление на агро-туристически бизнес.

Мнозинството от анкетираните смятат, че обучението трябва да продължи между 16-30 часа. 22 респонденти биха искали да участват в обучението за Гастро-гид и могат да отделят до няколко часа на ден, които да посветят на това обучение. Повечето респонденти предпочитат да преминат курса на обучение чрез платформата за електронно обучение и ръководството, което ще бъде разработено по проекта.

Резюме на
въпросниците

Национален доклад Италия

Партньори:

ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI
AZIENDALI (IFOA)

Unione regionale delle Camere di commercio
dell'Emilia-Romagna



Национален доклад - Италия

ВЪВЕДЕНИЕ

Националният доклад за Италия беше изготвен на базата на събрани попълнени 78 въпросника от представителите на целевите групи. Предвид регионализираната административно-териториална структура на страната и факта, че всеки регион се отличава с различно законодателство и особености на организацията на бизнеса и основните икономически сектори, изследването беше съсредоточено основно в региона Емилия-Романя, където оперират италианските организации-партньори по проекта.

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

Обща информация

От всички отговорили на въпросника само един запази анонимност. Всички останали напълно споделиха самоличността си, като посочиха собственото и фамилното си име. Шестдесет процента от анкетираните са мъже, 40% жени.

3. Каква е Вашата позиция:

75% от анкетираните са посочили професионалния си статус. Правейки 100 от отговорилите, изглежда, че 77% са на платена работа, докато останалите 23% са или студенти, или стажанти (всички в курсове на обучение, свързани с предмета в обекта).

платена заетост - 18

студенти или стажанти – 60

4. Моля, посочете Вашата държава:

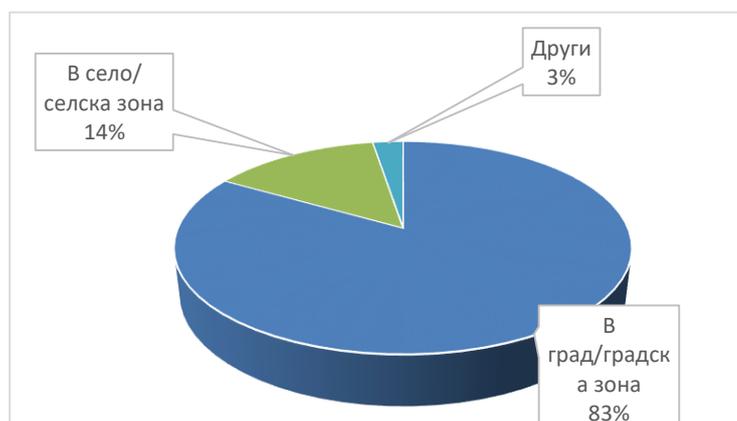
Всички респонденти са италианци с изключение на един молдовски гражданин, който обаче живее в Италия.

Италия - 77

Други – 1

5. Къде живеете? (град, село, градски район, селски район и др.)

Почти 83% от респондентите живеят в град или градска среда, докато 15% живеят на село или селски район. Само един респондент живее във вътрешността на страната.

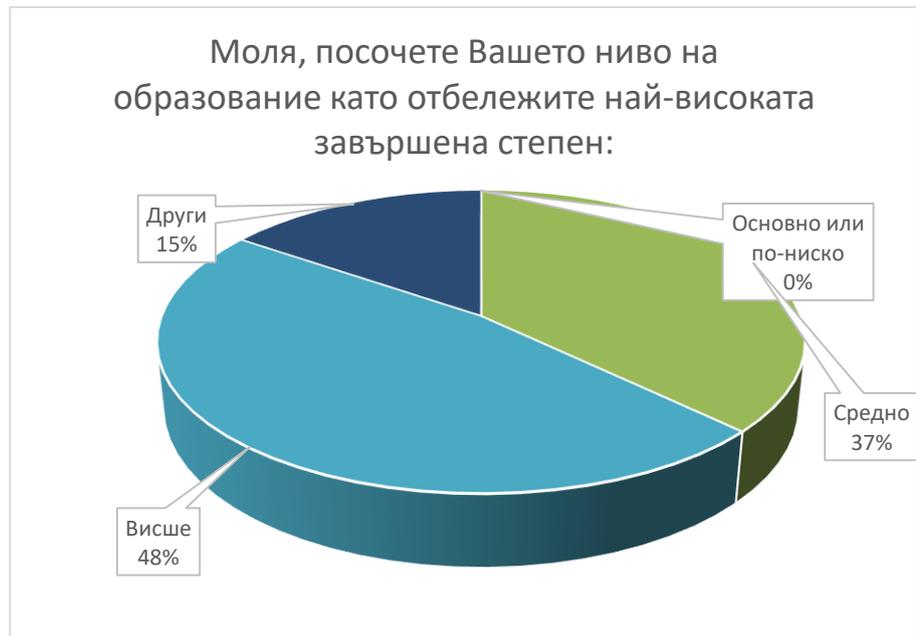


„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



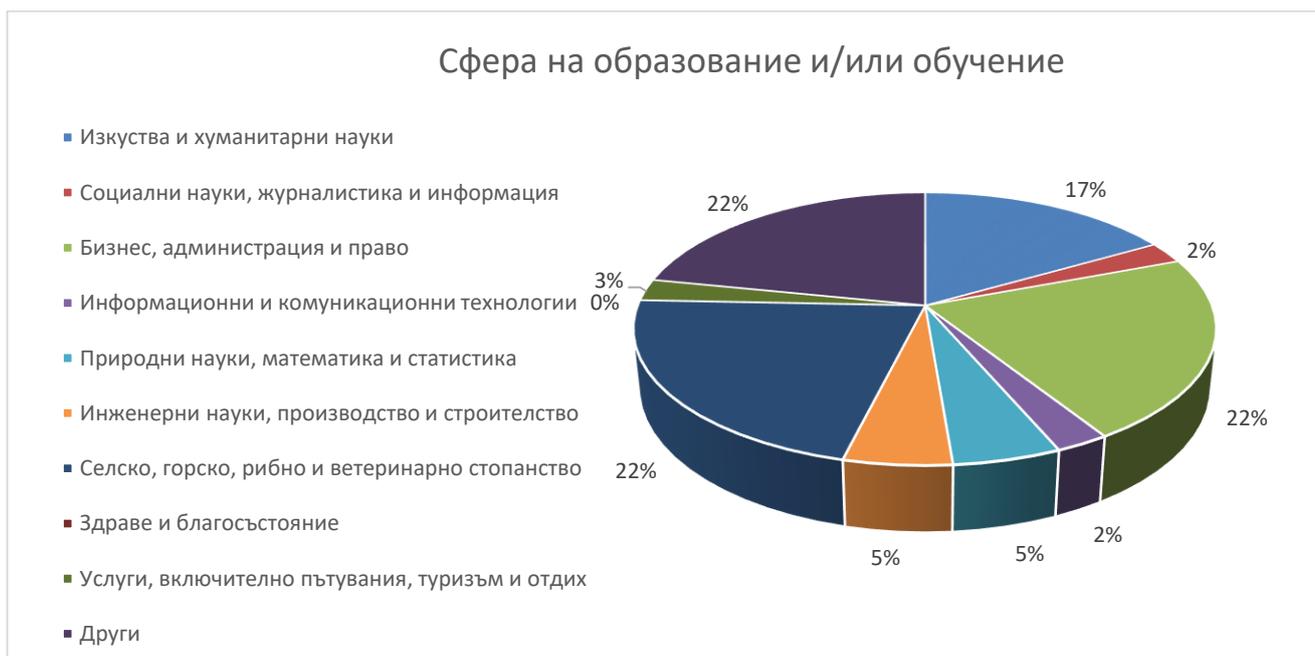
6. Моля, посочете Вашето ниво на образование като отбележите най-високата завършена степен:

Що се отнася до степента на образование на респондентите, нито един от тях не е посочил основно или по-ниско образование. Най-голям процент от анкетираните (47,5%) имат висше образование (университет), докато 37,5% са завършили средно образование. 15% от респондентите имат допълнителна следдипломна квалификация след висшето образование. По-специално, двама са завършили профил технологии и храни в Istituti Tecnici Superiori (ITS), представляващи следдипломна пътека за обучение, която се осъществява в специализирани училища по технологии, паралелно с университетското образование, а други двама имат докторска степен.



7. Моля, посочете сферата на Вашето образование и/или обучение:

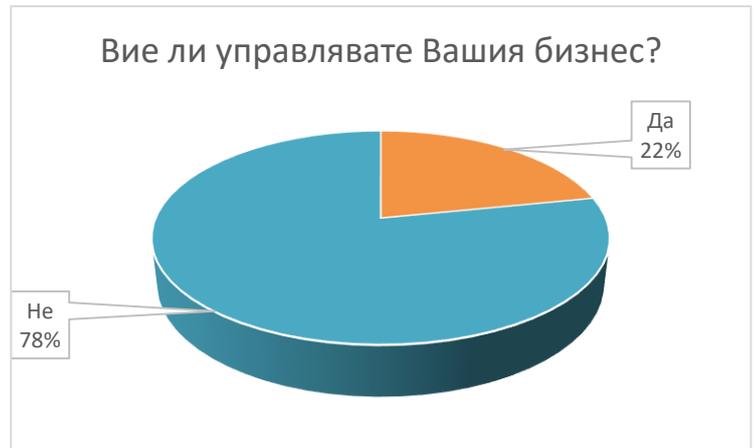
Най-честите области на специализация сред респондентите са икономически и правни науки, екология и горско стопанство, както и гастрономия, храни, маркетинг и управление на агро-хранителни продукти и вериги (последните две, строго погледнато, биха попаднали в областта на бизнеса и администрацията).





8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?

Въпрос 8 беше насочен към това да се установи каква част от анкетираните притежават и/или управляват собствен бизнес. 22% от отговорилите декларират, че попадат в този обхва, а именно: са собственици и/или мениджъри на компанията, в която са ангажирани.



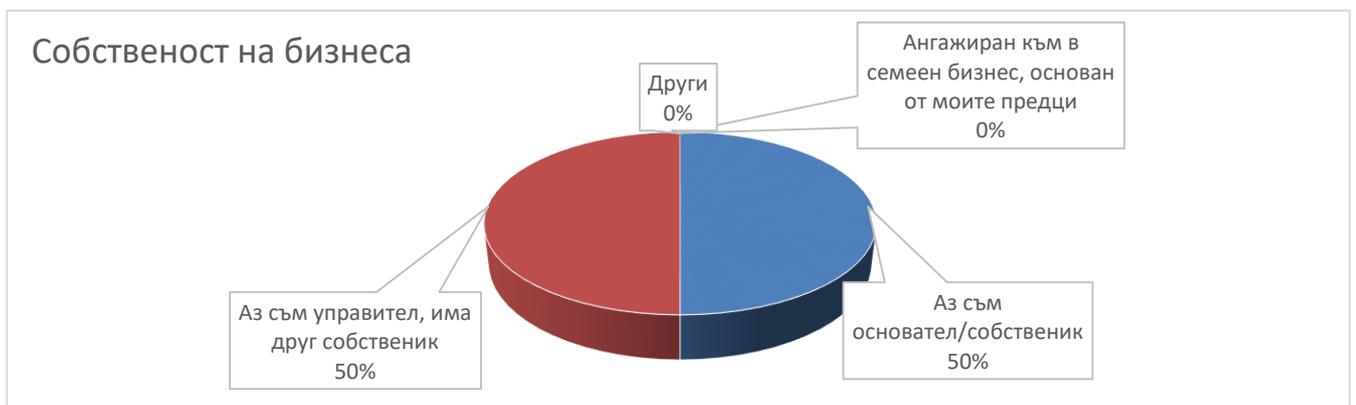
9. Какъв тип бизнес управлявате?

Тези, които управляват бизнес, бяха запитани за съответния сектор (въпрос 9). Резултатът е, че повечето от тях са активни в кетъринга или свързаните с него консултантски сектори.



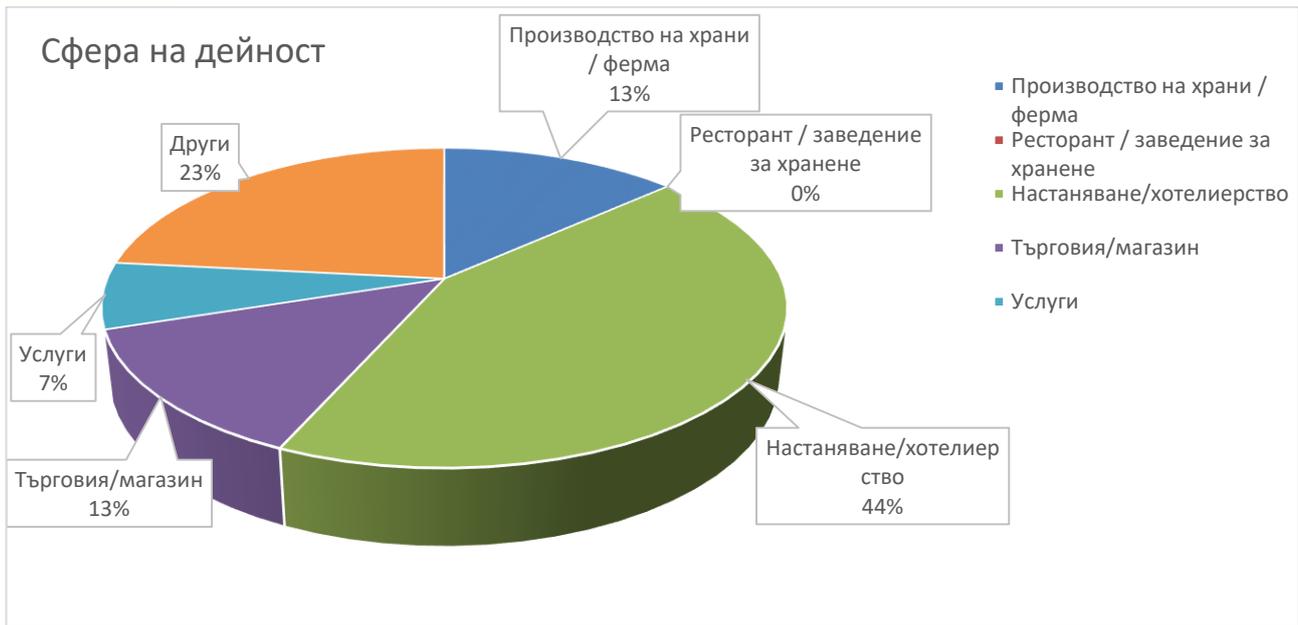
10. Вие ли основахте бизнеса или е наследен или управлявате бизнес на друг собственик?

50% от тези, които управляват бизнес, са започнали този бизнес сами или в партньорство, т.е. се считат за основатели на компаниите, а за други 20% това е семеен бизнес. Останалите 30% управляват бизнес с друг собственик.



14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Същият въпрос по отношение на сферата на дейност на компанията, който беше зададен по-горе на тези, които управляват бизнес, беше зададен и на всички онези, които работят или се причисляват към наетите лица и служителите. Секторът с най-много отговори е секторът на услугите (който, обаче, включва и посредничество и консултантски дейности за хранително-вкусовата промишленост). Следват производството на храни (заедно с бизнеса от първичния сектор) и ресторантьорството.

16. Каква е Вашата позиция в компанията?

Отговорите на респондентите на въпросника очертават заетост в голямо разнообразие от професии, но в повечето случаи, това са професии, свързани с производството и приготвяне на храната (от maître d'oeuvre, през мениджър по вината, готвач, маркетинг мениджър за производствени компании, до агент) и в сферата на туризма. Има и квота от преподаватели по специализирани курсове по областта на храната и туризма, както и представители на екскурзоводската професия, вкл. специализирани водачи в еко-турове.

18. Обмисляте ли промяна на сегашната си работа?



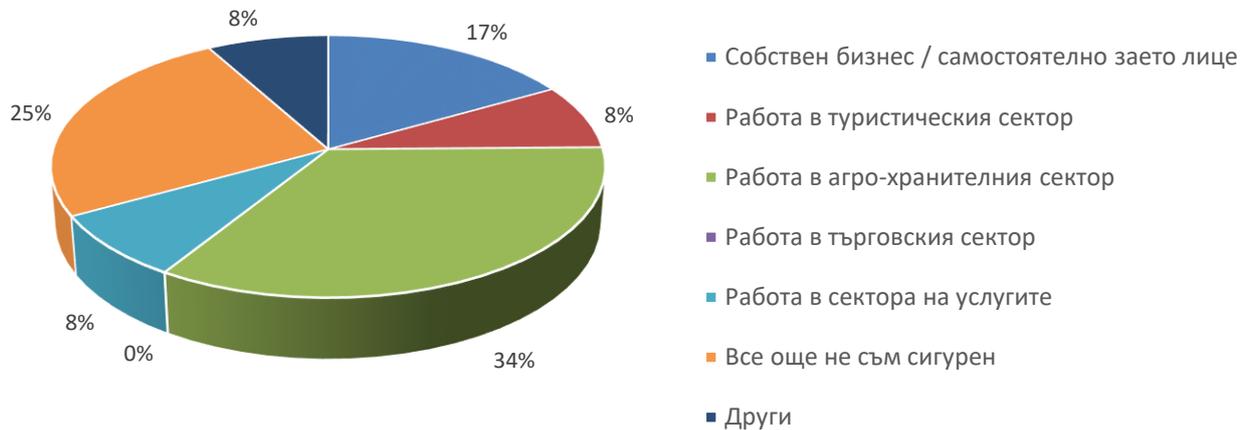
19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Само 13% от анкетираните обмислят да сменят работата си, а една трета от тях, ако го направят, биха отишли в хранително-вкусовия сектор.

Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?



Профил на гастро-гида

За да се извлече максимална полза за проекта, с оглед разработване на възможно най-полезни материали, които да отразяват нагласите и желанията на бъдещите обучаеми, въпросникът предвиждаше и изследване и анализ на мнението на анкетираните по отношение на предвидените компетентности и характеристики на бъдещите гастро-гидове и на самият курс на обучение.

В тази връзка тук ще анализираме дадените отговори на въпроси 20-23, т.е. тези, които се отнасят до знанията, полезни за бъдещия гастро-гид и уменията, които той/тя трябва да притежава.

20. Какви са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове, за да бъде техният професионален профил напълно завършен?

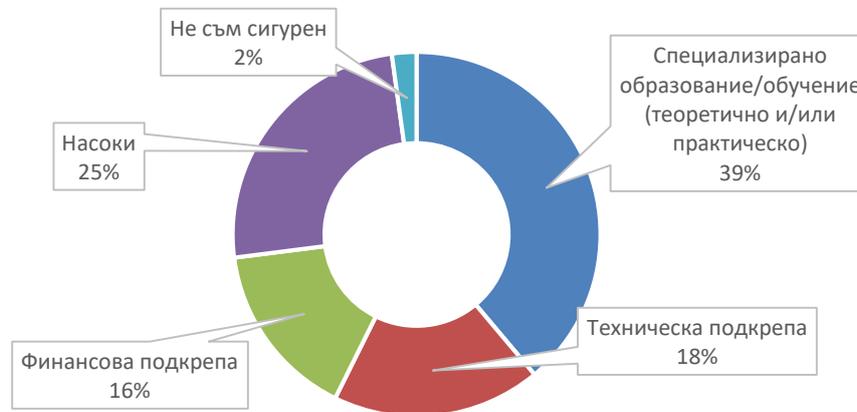
Целта на въпрос 20 беше да се идентифицират какви са основните нужди на потенциалните гастро-гидове. Всеки анкетиран може да посочи максимум 3. Според респондентите основната нужда от бъдещия гастро-гид е необходимостта от специализирано образование и обучение (теоретично и практическо), което е посочено от почти 93% от респондентите. След това идва нуждата от насоки/напътствия (споменато от почти 59% от анкетираните) и техническа подкрепа (споменато от почти 44%).

Заслужава да се отбележи също, че всички респонденти са попълнили този въпрос, което показва техния интерес към темата.

Най-предпочитаният от респондентите отговор е Специализирано образование/обучение (теоретично и/или практическо), както се вижда и от диаграмата по-долу.



Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове за да бъде професионалният им профил напълно завършен?



21. Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си? (Моля, отбележете избора си в таблицата, където 1 = не е важно и 5 = много важно)

Въпрос 21 имаше за цел да идентифицира най-важните компетенции за гастро-гида. Всеки респондент беше помолен да даде оценка от 1 до 5 на всяка от компетенциите, идентифицирани от работната група в процеса на дизайна на проектното предложение. Компетентностите, получили най-високите резултати (считани за най-важни), могат да бъдат групирани в съвкупности от умения, които попадат професионалният и личностен профил на гастро гида; отношението на кандидата (добри презентационни и комуникационни умения, желание за учене, самомотивация и ентузиазъм и интерес към историята, културата и гастрономията); и умения, които могат да бъдат определени като придобити (познания по гастрономията на региона, познаване на историята на региона и владеене на езици). За сравнение, по-малко значение се отдава от респондентите на познанията по управление на МСП, добрата памет, както и на знанията по отношение на устойчивостта.

Компетенции (възможности за отговори)	Брой посочени отговори по категории			
	Важност 4	Важност 5	Важност 5 или 4	Важност 1 или 2
Добри умения за планиране и организация	15	17	32	2
Добри презентационни и комуникационни умения	9	30	39	0
Отлични междуличностни умения	10	27	37	0
Преподавателски умения / коучинг компетенции	16	13	29	2
Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	14	23	37	0
Познания за управлението на малко и средно предприятие	12	6	18	2

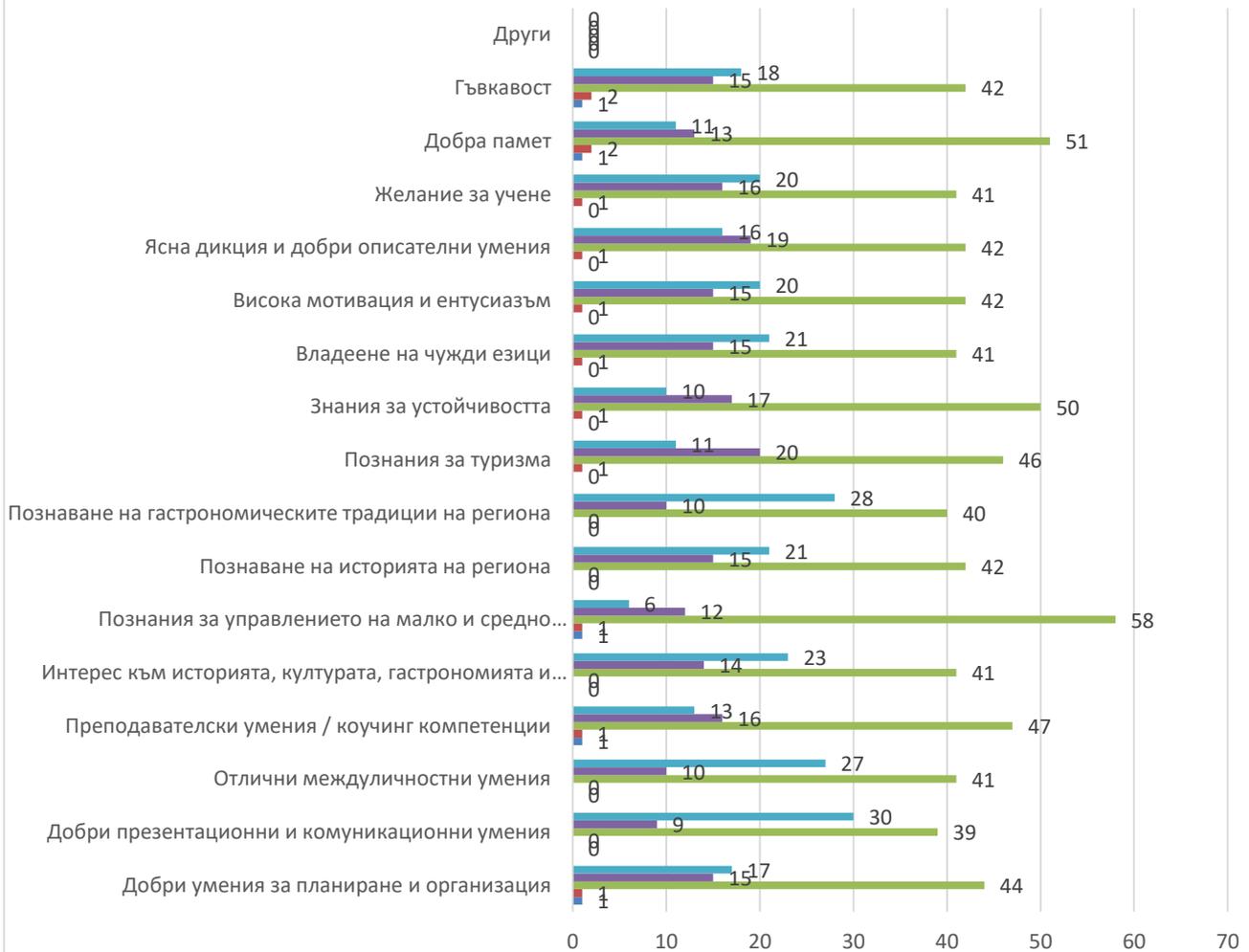
„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Познаване на историята на региона	15	21	36	0
Познаване на гастрономическите традиции на региона	10	28	38	0
Познания за туризма	20	11	31	1
Знания за устойчивостта	17	10	27	1
Владеене на чужди езици	15	21	36	1
Висока мотивация и ентузиазъм	15	20	35	1
Ясна дикция и добри описателни умения	19	16	35	1
Желание за учене	16	20	36	1
Добра памет	13	11	24	3
Гъвкавост	15	18	33	2



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други	
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

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Като се вземат предвид компетенциите, постигнали най-висока оценка (ниво 5), класирането на най-важните до голяма степен се припокрива с описаното по-горе. Класирането на „вторите най-полезни“ компетенции, т.е. тези, които са постигнали втория най-висок резултат от ниво 4, подчертава две други компетентности, които не бива да се пренебрегват: познания за туризма (икономика) и ясна дикция с добри описателни умения.

Курс за обучение за гастро-гид

22. Моля, оценете изброените по-долу обучителни модули като степенувате тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове? (1 не е важно/полезно и 5 е много важно/полезно)

Въпрос 22 имаше за цел да идентифицира най-важните обучителни модули за гастро-гида. Двата модула, които получиха най-много високи оценки, са тези за комуникация и преговори и техники за маркетинг и продажби, следвани от техники за коучинг. Всички обучителни модули, идентифицирани от международната работна група, обаче, постигнаха отлично класиране по отношение на оценките на ниво 4 (вторите най-полезни), което показва, че са правилно идентифицирани от работната група.

Предложени обучителни модули (като възможности за отговор)	Брой посочени отговори по категории			
	Важност 4	Важност 5	Важност 5 или 4	Важност 1 или 2
Техники на наставничество / обучение	20	10	30	2
Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица	20	8	28	4
Комуникация / Преговори	22	17	39	0
Техники за маркетинг и продажби	21	13	34	0
Управление на микропредприятия	17	6	23	3
Оценяване	18	8	26	3

	Техники на наставничество / обучение	Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица	Комуникация / Преговори	Техники за маркетинг и продажби	Управление на микропредприятия	Оценяване
1	2	2	0	0	2	2
2	2	5	0	0	4	4
3	16	16	4	13	28	25
4	39	39	42	40	32	34
5	19	16	32	25	12	13

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете? (Моля, избройте Вашите предложения)

В следващия въпрос 23 беше оставено свободно място, в което респондентите можеха да предлагат и други обучителни модули, които им се струват относими към професионалния профил на гастро-гида. Съществен интерес представлява фактът, че над 40% от респондентите се възползваха от възможността да предложат модули (16 от 39 отговорили). От предложените 17 модула 9 се отнасяха до познаване на типични и качествени регионални хранителни и винени продукти, тяхната история, производствени процеси и съчетаване (включително посещения на компаниите, които ги произвеждат), което показва, че този обучителен модул трябва да бъде включен в курса за обучение за гастро-гид. Друг модул, предложен от повече от един респондент, е чужди езици, който също е, разбира се, важен. Също така, бяха споменати като подходящи за изучаване следните аспекти: умения за описателно разказване, използване на социални медии като инструмент за промоция/ангажиране и разказването на истории, включващо местна история и география.

Дадени отговори по отношение на възможни други модули за обучение на гастро-гидовете	Брой отговори
Типични и качествени продукти	9
Езици	2
Посещение на фирми, произвеждащи продукти със защитени географски указания / защитено наименование за произход и др. подобни	1
Разказване на истории	1
История/Наследство	1
Местна география	1
Съчетаване на храни и напитки	1
Използване на социални медии	1

24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за ключови или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?

Въпрос 24 имаше за цел да провери за съществуването на други курсове за обучение, които могат да бъдат от полза за бъдещите гастро-гидове. По-голямата част от анкетираните (70%) съобщават, че не са информирани за съществуването на такива, докато почти 15% дават конкретни предложения, които са изброени в следващия въпрос по-долу.





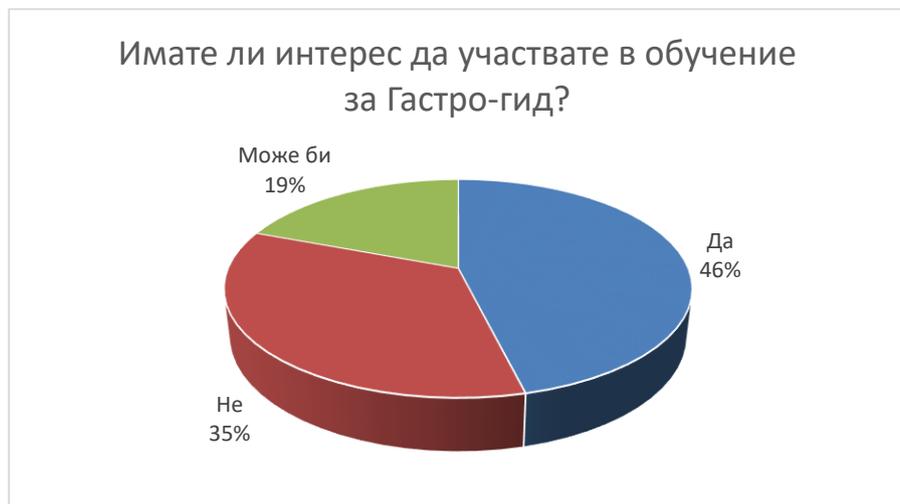
25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати, и които биха могли да бъдат полезни за подготовката на Гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални обучителни курсове и др.

Университет по гастрономически науки, магистър по гастрономия, курсове по история на храните
Ръководство за екологичен туризъм на GAE
IFTS курсове по храна и вино
КУРСОВЕ ТЕХНИКА И ХРАНА (ITS)
ТЕХНИЧЕСКИ И ХРАНИТЕЛНИ
IFOA курс

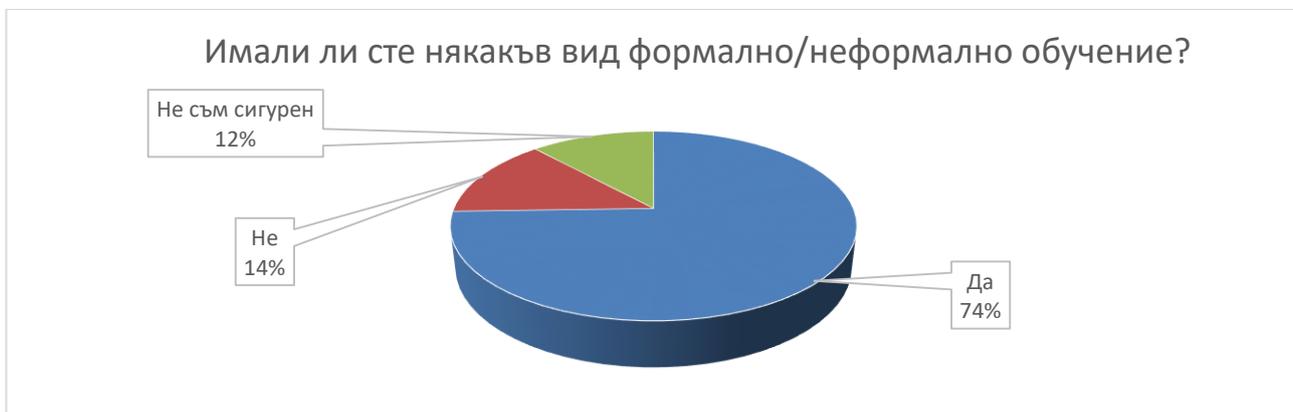
Потенциални гастро-гидове

26. Имате ли интерес да участвате в обучение за Гастро-гид?

Интересен е и фактът, че само една трета от анкетираните заявяват, че не се интересуват от курса за гастро-гид. Тази цифра е много висока, като се има предвид, че в проучването участват и много респонденти, които вече притежават компетентности, подобни на тези, планирани за профила на гастро-гида (след като са ги придобили с течение на времето, например чрез работата си). Към момента на проучването, 46% съобщават, че се интересуват от курса, и още 20% от отговорилите не го изключват като възможност като отбелязват опцията „може би“.



27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха били от полза за профила на Гастро-гида – напр. комуникационни умения, организационни умения, умения за преподаване и др.?



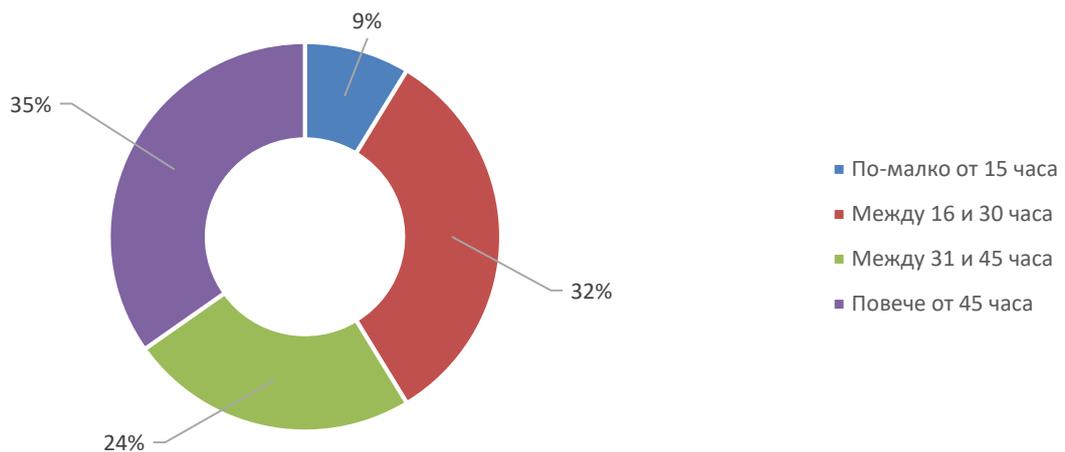


До тук, всички интервюирани са отговорили на всички въпроси. Оттук нататък това не е така, тъй като не всички участници в проучването с въпросника имаха възможност да изразят мнение по сложни теми като продължителността на курса на обучение.

28. С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид?
(Моля, посочете приемливия брой учебни часове)

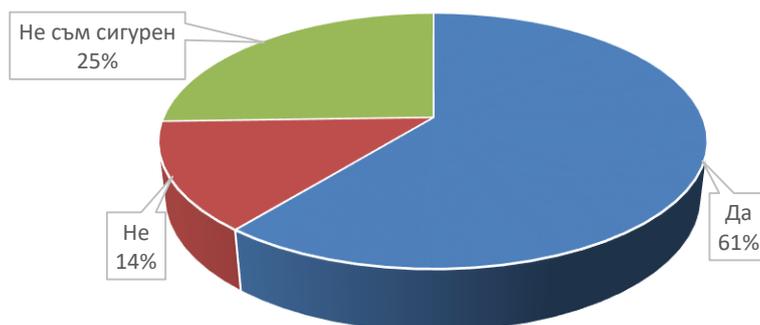
Въпрос 28 имаше за цел да открие идеалната продължителност на курса на обучение за гастро-гид. 50% от анкетираниите смятат, че продължителността между 16 и 44 часа е идеална, докато почти една трета от анкетираниите са в полза на курс от над 45 часа. По-кратка от тази продължителност е посочена от много нисък процент от отговорилите (7%), докато 10%, предлагащи алтернативна продължителност, виждат още като възможности провеждането на редовен курс с продължителност 2 месеца, едногодишен курс и 96-часов курс, половината от които да бъдат посещения с екскурзовод. Трябва да се отбележи, че значението на посещенията с екскурзовод са подчертани от тези, които участват в регионалната и гастрономическата промоционална дейност.

С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове)



29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?

Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?





30. Колко време сте готови (и можете) да посветите на такова обучение?

Въпрос 30 имаше за цел да премине от теория към практика, като попита респондентите колко време биха могли да посветят на курса на обучение за развитието на профила на гастро-гида. По-голямата част от тях биха могли да отделят няколко часа на ден или няколко часа на седмица (85%).



31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?

Въпрос 31 имаше за цел да провери в каква обстановка и контекст материалите за обучение за гастро-гид биха били използвани най-ефективно. Почти 2-ма от всеки 3-ма респонденти заявяват, че най-ефективното използване на материалите би било през тяхното лично време, докато останалата трета смята, че използването им по време на работа би било най-ефективно.



32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по тези теми? (Моля, оценете предложените типове обучителни материали, където 1 = не предпочитан и 5 = най-предпочитан)

Въпрос 32 има за цел да проучи предпочитанията за това как се организира и предоставя обучението. Предпочитаният от респондентите метод е лице в лице. При внимателно разглеждане на респондентите се вижда, че този метод е предпочитан предимно от професионалистите в сектора. На следващо място идват обучителни материали, предоставено под интерактивна форма/платформа и писмени материали.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Възможности за отговор	Брой дадени отговори по категории			
	Ниво 4	Ниво 5	Ниво 5 или 4	Ниво 1 или 2
Обучение лице в лице	4	15	19	3
Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)	10	10	20	3
Писмени обучителни материали, като: наръчници, презентации и др.	10	10	20	3
Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	9	7	16	4
Видео клипове / видео-обучения	9	8	17	3



Местни познания и потенциал

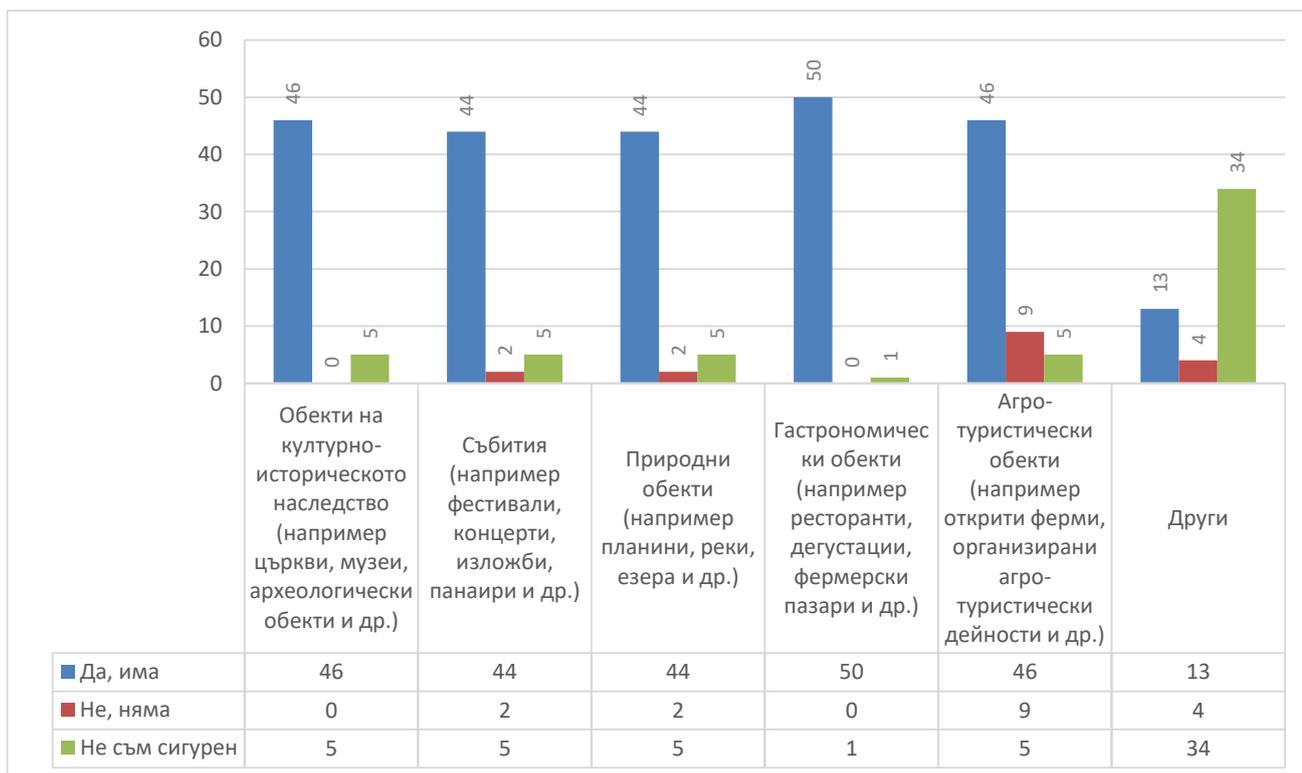
33. Знаете ли за интересни атракции, които могат да бъдат посетени или разгледани във Вашето село/населено място? Моля, отбележете отговорите си в таблицата.

Въпрос 33 има за цел да провери наличието на атракции в района на респондентите. Отговорите подчертават богатството от местни атракции, по отношение на обекти, потенциално подходящи за привличане на туристи. Накратко, респондентите, които съобщават за липса на определени видове местни атракции, са много малко. Това са предимно събития и природни забележителности (5% от респондентите и при двата вида атракции). В свободен текст се споменават още: маршрути за вино и храна, ферми и обекти на ЮНЕСКО (Човек и биосфера).

Възможности за отговор	Да, има %	Не, няма %	Не съм сигурен %
Обекти на културно-историческото наследство (например църкви, музеи, археологически обекти и др.)	90,00%	0,00%	10,00%
Събития (например фестивали, концерти, изложби, панаири и др.)	84,62%	5,13%	10,26%
Природни обекти (например планини, реки, езера и др.)	85,00%	5,00%	10,00%



Гастрономически обекти (например ресторанти, дегустации, фермерски пазари и др.)	97,44%	0,00%	2,56%
Агро-туристически обекти (например открити ферми, организирани агро-туристически дейности и др.)	90,00%	0,00%	10,00%
Други	25,00%	8,33%	66,67%



34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си струва да бъдат посетени във Нашето село/населено място (ако има такива):

Въпрос 34 позволи на участниците в проучването да споделят интересни места или събития в техния район в свободен текст. Бяха споменати много типични местни продукти и свързани с тях събития, но също така и много места от природен, екологичен и културен интерес, демонстриращи действителната тясна връзка между туристическия продукт, фокусиран върху храната и виното, от една страна, и екологичния и културен туристически продукт – от друга.

Следващата таблица съдържа получените отговори от респондентите, без редакция, демонстриращи разнообразието и богатството на територията (някои от наименованията са оставени в оригинален език – без превод, предвид спецификата на обектите и дейностите):

Ферми, мандри, винарски изби
Basilica della Ghiara, Pizzeria Piccola Piedigrotta, Tower of San Prospero, Loggiato Sotto Broletto
Пиетра ди Бисмантова, Прясна пълнена паста
Castellarquato, Torrechiara, Salvarano di Quattro Castella, Pavullo nel Frignano, Rocchetta Mattei, Castel del Rio, Brisighella, Castrocaro Terra del Sole, Villa Verucchio, Comacchio, Salumifici, prosciuttifici, caseifici, acetarie, cantine, frantoi, forni, magazzini ortofrutticoli, Chiese, battisteri, castelli, circuits automobilistici, Spiagge, GrandHotel evocative и др.

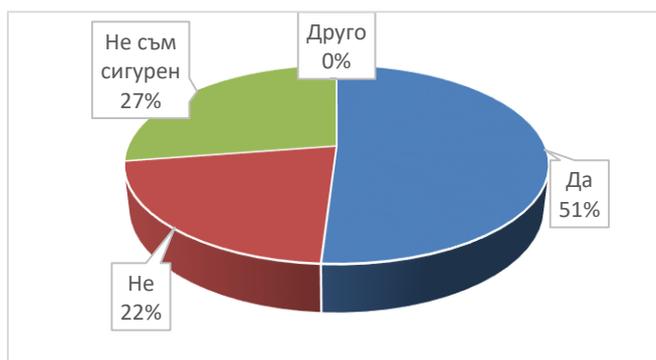


Ацетая Джузепе Джусту; Остерия Франческана; Пазар Албинели; Cibus
ПОСЕТЕТЕ ПЛАНИНАТА И ОКОЛНОСТИТЕ Й
Празник на готвената шира
Centomani, Arrogant Sour Fest, Emilia Sur Li, Vini di Vignaioli, FIVI, Vignaioli Contrari, Fermento Emilia, La Bonissima, Sagra del Lambrusco di Castelvetro, Festa dei Ciliegi in Fiore, Most Cot
Матилдически земи и апенински села. Виа Матилдика на Светото лице
Ще бъде много дълъг списък
COLLI EUGANEI CAPPELLA DEGLI SCROVEGNI CASILICA DEL SANTO PRATO DELLA VALLE ABANO TERMESALONE
DEI SAPORI (ПОД ЗАЛАТА) - PALAZZO DELLA RAGIONE
Acetaia Giusti, Cantine Paltrinieri, Caseificio 4Madonne
Пътеки, велосипедни алеи, замъци
Музей на Ренато Брози и агротуризм Бела Рипа
Високите Моденски Апенини предлагат широка гама от дейности за лятото, от селски фестивали на типични продукти, до гастрономически места, до търсене на исторически следи от минало, което е останало незамърсено и скрито в планините и горите наоколо, богат на традиции район.
Различни мандри в района на Модена. Фестивали на пълнена паста като тортелини, капелачи, равиоли.
FATTORIA ROSSI AGRITURISMO MONTEBADUCCO
Река По с близки ресторанти, Colli Bolognesi, където се сервират аперитиви в лозята
Колбасарски заводи, мандри, винарски изби

Следващите **два въпроса, 35 и 36**, които имаха за цел да изследват знанията и нивото на удовлетвореност по отношение на промоционалните действия, прилагани за привличане на повече посетители на съответната територия и, като цяло, в региона на изследване.

35. Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?

По отношение на нивото на познания трябва да се отбележи, че само двама респонденти не са изразили мнение. 20% от анкетираните посочват, че не са запознати с въпросните промоционални инициативи, докато 28% не са сигурни по темата, а 58% - са запознати с тях.

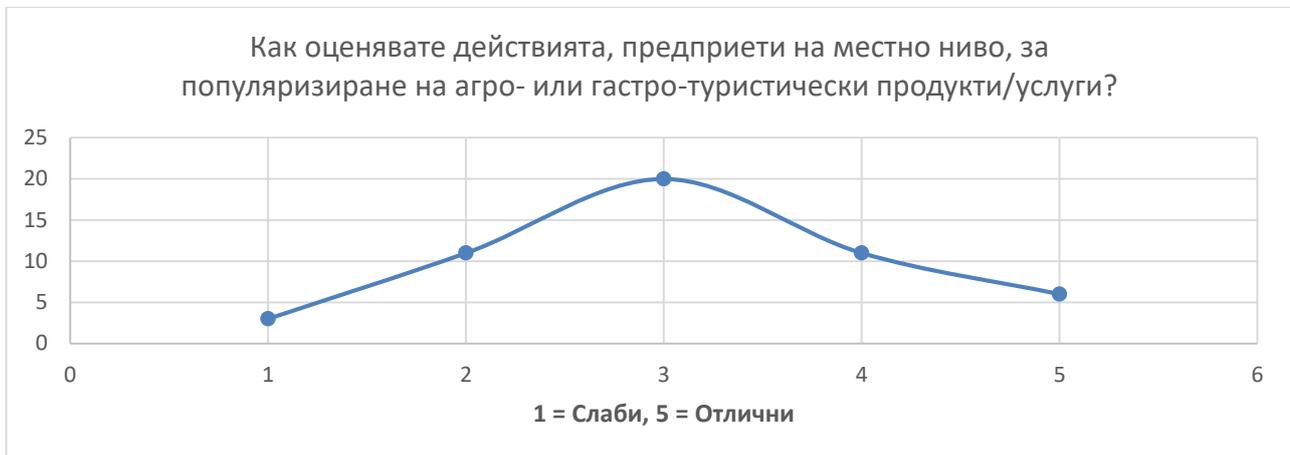


36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво, за популяризиране на агро- или гастро-туристически продукти/услуги?

Що се отнася до нивото на удовлетворение, изразено от тези промоционални инициативи, първият елемент, който трябва да се вземе предвид, е, че всички респонденти са изразили интерес към темата. Нивото на удовлетвореност може да се изрази с обичайното използване на петстепенна скала (където 1 е недостатъчно, а 5 е равно на отлично). Средната оценка, изразена от респондентите, е 3.15, което е средна оценка, напълно достатъчна.



Изразените оценки са подредени като крива на Гаус около средната стойност, която отразява в най-голяма степен осредненото действително мнение на анкетиранияте. За да бъдем напълно точни, трябва да отбележим, добрите и отличните оценки (на нива 4 и 5) са по-често срещани (общо в 34,2% от случаите), октолково по-скоро слабите оценки (от нива 1 и 2), които представляват общо 26,8% от отговорите.



37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село/населено място?

Интерес представляваше и въпрос 37, който имаше за цел да тества информираността на респондентите за наличието на местни продукти (храни, занаяти и др.), които биха могли да привлекат посетители в района. Само 3 респонденти не знаеха за съществуването на такива продукти, докато над 85% от анкетиранияте заявяват, че са сигурни в съществуването на тези продукти. Това е знак, че осъзнаването на богатството на гастрономическо и занаятчийско наследство е широко разпространено.



38. Ако да, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но не са достатъчно популярни извън него:

Следващият въпрос 38 беше насочен към получаване на предложения относно тези продукти. Анкетиранияте характеризират отговорите си, въз основа на териториите си на произход. Като цяло това бяха качествени продукти, извлечени от продукти със ЗНП (Защитено наименование за произход) и ЗГУ (Защитено географско указание), традиционни продукти, президиум на Slow Food, качествени продукти, но също и традиционни рецепти. Бяха предложени повече от 70 продукта или рецепти, като се започне от продукти, които вече са добре познати, дори в чужбина (да назовем само два: Parmigiano Reggiano и Prosciutto di Parma) до продукти, които са по-специфични местни, но имат значителен потенциал.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



За да можете да черпите от това значително богатство от информация, по-долу е дадена обобщена таблица с дадените предложения:

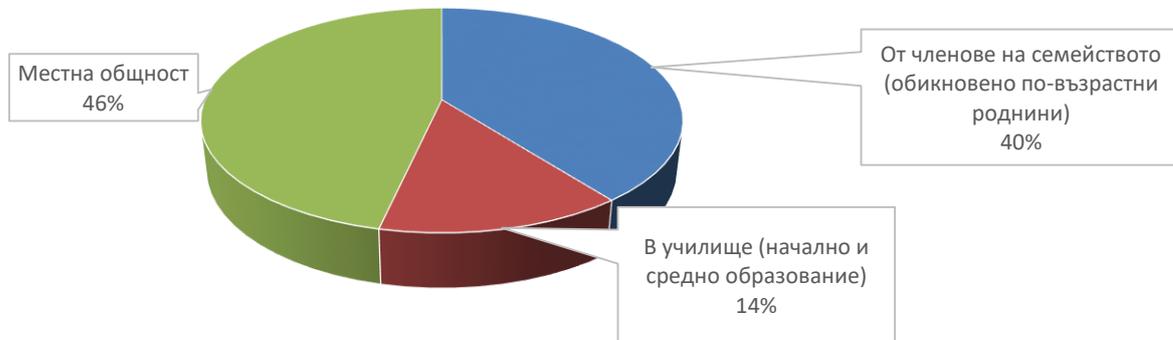
Erbazzone, Spergola, ликьор Reggiano
Всички традиционни продукти. Всички традиционни рецепти
19 ЗНП продукта, 25 ЗГУ продукта, 440 ПАТ продукта, 20 Slow food Presidium продукта, 25 DE.CO. продукти.
Планинска захар
Балсамов оцет от Модена; Amarene brusche di Modena Igp; Ciliegia di Vignola Igp; Cotechino Modena Igp; Mortadella Bologna Igp; Кулатело ди Зибело Доп; Прошутто ди Модена Доп.
СИРЕНЕ ПАРМЕЗАН, СИРЕНЕ ПЕКОРИНО, ГЪБИ.
Копа ди Парма и Копа Пиачентина,
Череша Морета, Торта Бароци, Амарети ди Модена
Територия на Пармиджано Реджано
Скуакероне
Морета
СИРЕНЕ ASIAGO, PANDORO, PERNUMIA ASPARAGUS, BAONE PEAS, BACCALÀ MANTECATO, ВСЯКАКВИ ВИДОВЕ РИЗОТО, SARDE IN SAOR, ДРЕБЕН ДРОБ ПО ВЕНЕЦИАНСКИ, PROSECCO
Балсамов оцет от Модена
Традиционен балсамов оцет
Неизвестно няма, но потенциални: балсамов оцет, сирене пармезан, ламбруско, паста с яйца
Качота, Борленги, КРЕСЦЕНТИН, Чичоли
Cappellacci di zucca, coppia Ferrarese, cotechino, tortellini, lasagne.
ЕРБАЗОН
Модена балсамов оцет, ламбруско, пармиджано реджано, тортелини/прясна пълнена паста
Пармезан, пармска шунка
Пармезан, Кулатело, Прошутто
Цялата продукция е призната със знаци за качество ... или от ЕС, министерства или региони и т.н.
Salumi piacentini /ЗНП
Парма шунка, пармезан, ламбруско емилиано, различни сушени меса
Парма: прошутто, пармезан, вино, мед, малки занаятчийски продукти

39. Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?

Въпрос 39 изследва източниците на информация, използвани по темата за местните традиции. Както можеше да се очаква, повечето от респондентите получават информация от местната общност или семейството (особено по-възрастни роднини), които са двата начина, които заедно съставляват над 73% от отговорите. Въпреки това не липсват тези, които получават тази информация от училището (12,2%), което е знак за новооткритото внимание на училището към местната част от културното наследство. Почти 15% от анкетираните използват други източници, по-специално социални медии и мрежата като цяло (9,8%) и университета (1 отговор).



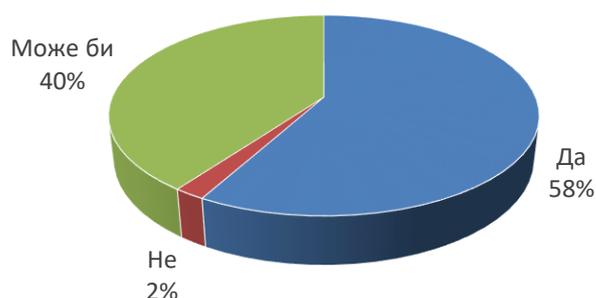
Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?



40. Смятате ли, че ролята на Гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне един такъв във Вашето село/район?

Въпрос 40 беше насочен към проверка на полезността на фигурата на гастро-гида за територията, където живеят респондентите. Само 2% от респондентите (т.е. само един респондент) оценяват новия профил като несполучлив за територията, докато 76% от респондентите подкрепят полезността на профила, а 20% го подкрепят, но не дават мнение. Един респондент счита, че курсът за гастро-гид би бил „допълнителна квалификация за вече съществуващите водачи/гидове по околната среда (GAE – Guida Ambientale Escursionistica), които са упълномощени да обсъждат въпроси, свързани с селскостопанските храни“ (отговорът се докладва в неговата цялост, в полза на фазата на проектиране и планиране на обучителния курс).

Смятате ли, че ролята на Гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне един такъв във Вашето село/район?



41. Ако отговорът е да, моля, споделете по какъв начин смятате, че Гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

Въпрос 41 позволи на респондентите да изразят в свободен текст мнението си относно приноса на гастро-гидовете към развитието на селските райони. Половината от респондентите дадоха своето мнение по този въпрос (тъй като това беше отворен въпрос - и като такъв е доста сложен за отговор от станана респондентите - този процент на дали отговори е доста висок и подчертава интереса на респондентите към темата). Предоставените отговори, макар и под формата на отворен въпрос, могат да бъдат групирани по теми. Темата, която предизвиква най-голям интерес, е популяризирането на района (45% от респондентите на въпроса посочват потенциални ползи от гастро-гида в тази посока)

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



чрез, например, действия за разпространение, организиране на дейности и събития. Насърчаването на местното предприемачество е друга популярна тема (20% от респондентите, които да сали отговор на въпроса виждат позитивно влияние в този смисъл). Следва засилването на входящия туризъм (което означава разширяване на капацитета за настаняване в района), който е получил 15% от отговорите на този въпрос. Ролята на връзка или посредник между местните активни играчи, от органи, натоварени с промоционалните функции - до фирмите, активни в областта, също е отчитана като много важна.

Отговори (обобщени тематично)	Брой дадени отговори
Популяризиране на територията (разпространение, организиране на дейности и събития)	23
Насърчаване на местното предприемачество	10
Засилване на входящия туристопоток	8
Свързване на основните заинтересовани страни и лица, заети в процеса на привличане и обслужване на посетители и туристи – частноправни субекти и институции	5

Ако в рамките на групата респонденти изолираме тези, които вече имат професионален профил, близък до този на бъдещия гастро-гид, забелязваме, че най-честите отговори се фокусират върху две теми: 1) дейности по посредничество и връзка между операторите (публични и частни) на територията и 2) организиране на промоционални и атрактивни събития – открояването на тези две основни функции е ясен знак, че необходимостта от координация и цялостен стратегически подход за въвеждане в агро и гастро-туризма вече се усеща доста осезаемо от тези, които вече работят в сферата и в тази посока.

С оглед важността на предоставените предложения за успеха на инициативата гастро-гид и курса за обучение, те са изброени в следващата таблица:

Популяризиране на територията
Популяризиране на предприемачеството
Посредничество, разпространение, комуникация, стратегическа организация, детайлна организация, анимация за събития, панаири, фестивали, срещи, презентации, ръководени дегустации, спортни събития, културни събития, социални събития и събития за насърчаване на социалното включване
Би било полезно да се подпомогне развитието на местната общност и да се допринесе за устойчивостта на селските райони, чрез насърчаване на сектора на хранително-вкусовата промишленост
Чрез конференции, отворени за всички, големи търговски панаири и повишена публичност, чрез медиите
Гастро-гидът трябва да участва в процесите на местните общности по създаване на специални гастрономически маршрути, за организиране на събития и начини за валоризиране на историческите производства на района, за изследване на традициите на агрономическите и други производства, за възстановяване на рецепти и производствени методи, за създаване на местни производители, осъзнаване на стойността на местното биоразнообразие и др.
Долини, равнини и хълмове, в тях има местни екологични различия, водещи до различни видове хранителни специалитети с древни традиции.
За подобряване на туристическото предлагане и засилване на входящия туризъм



Би било полезно да се обедини информацията чрез единно управление, за да има съпоставимост и възможност за справка
Фасилитатор в отношенията между местните оператори, занимаващи се с услуги по настаняване и местните администрации.
Да бъдат в състояние да изведат онези МСП, които имат отличен потенциал, но нямащи достатъчно възможности за самореклама; също би им позволило да предложат на потенциалните клиенти по-персонализирана опция, според техните конкретни нужди.
Организиране на обиколки с екскурзовод и дегустации.
Опазване на биоразнообразието и качеството на територията и производството на храни в нея.
Подобряване на типичните продукти, които всеки в този регион има, така че е необходим иновативен и ефективен начин за разграничаване (продаване на услугата, историята).
Информирание на посетителите за местните реалности, да подпомагат директни продажби на местни продукти.
Разширяване на знанията за територията и нейните възможности.
Популяризиране на малки съществуващи съкровища, преоценка на пазарни ниши.

Последният въпрос 42 позволи на респондентите да заявят интереса си към участие в курса и да напишат още нещо, което биха искали да споделят с екипа на проекта. От (4) респондента на този въпрос, 3-ма изразиха интерес да се включат в обучението, а четвъртият предостави своите данни за контакт с цел поддържане на по-нататъшна връзка.

Кратък анализ на анкетата

Анализ на въпросниците: най-важните резултати

Можем да считаме операцията по проучването за успешна, тъй като бяха обхванати много различни категории респонденти, всички те носители на важна информация, за да се проектира обучителната пътека по проект Gastro-Guide: представители на асоциации, активни в областта на туризъм на общността, устойчив туризъм и туризъм на преживяванията; представители на органи, отговарящи за промоцията на туризма, преподаватели и студенти, записани в специализирани курсове по храни и вино и туризъм. Има и представители на плеяда консултанти и експерти, както и гидове, работещи в сферата на храните, виното и туризма.

Резюме на
въпросниците

Национален доклад Литва

Партньор:
GRAICIUNO AUKSTOJI VADYBOS
MOKYKLA



Национален доклад – Литва

ВЪВЕДЕНИЕ

Изследването се основава на онлайн проучване на проекта Gastro-Guide, което се стреми да събере данни за живота в селските райони в Литва, заетостта и безработицата, местните традиции, местни храни, местни продукти и известни местни ястия.

Това проучване е проведено от литовския партньор GRAICIUNO AUKSTOJI VADYBOS MOKYKLA (AVM) онлайн през май 2022 г. като 51 респонденти от Литва попълниха въпросниците, разпространени в рамките на проучването. Сред тях, има две търговски дружества, като и двамата отговарящи на въпросниците са директори на тези фирми.

Обобщение на отговорите, събрани с въпросника

Геодемографски и социално-икономически профил и характеристики на респондентите

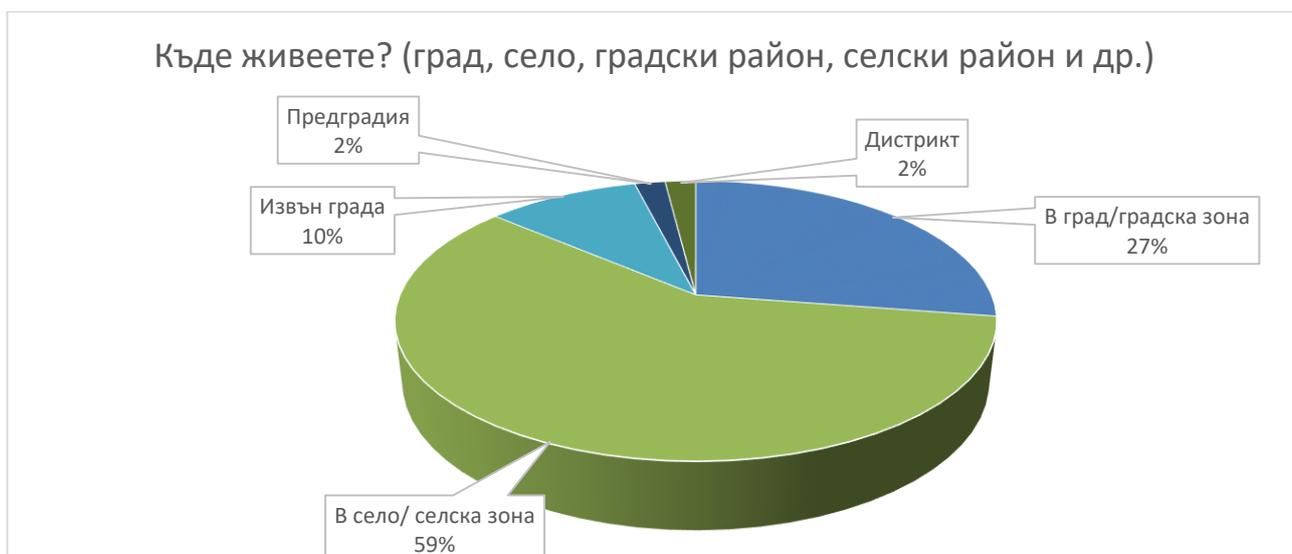
Обща информация

Първите няколко въпроса във формуляра (1-3) бяха насочени към събиране на контактна информация, която да се използва за по-нататъшна комуникация с респондентите. По отношение на броя на отговорите можем да заключим, че само 2 респонденти споделят името на бизнеса/компанията си, а по отношение на позицията и двамата се идентифицират като „Директор“. Що се отнася до въпрос № 4 относно страната на произход на получателите, естествено, всички интервюирани са отбелязали Литва.

Профил на респондентите

В този раздел се опитахме да научим повече за миналото на респондентите.

5. Къде живеете? (град, село, градски район, селски район и др.)



Повечето от анкетираните (58,8%) живеят в селските райони и селата, 27,5% живеят в градовете, 9,8% са извън града.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

6. Моля, посочете Вашето ниво на образование като отбележите най-високата завършена степен:



Повечето от анкетиранияте са с висше образование (56,9% от анкетиранияте), 39,2% от анкетиранияте са със средно образование и само 3,9% са с основно или по-ниско образование.

7. Моля, посочете сферата на Вашето образование и/или обучение:



Резултатите показват, че сферата на образование на респондентите попада в доста широк и разнообразен спектър, въпреки че голяма част от тях (23,5%) са декларирали образование в областта на изкуствата и хуманитарните науки, а други 15,7% - в бизнеса, администрацията и правото.

8. Вие ли управлявате Вашия бизнес?



Мнозинството от анкетираните (90,2%) отговарят с „Не“.

ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА БИЗНЕСА

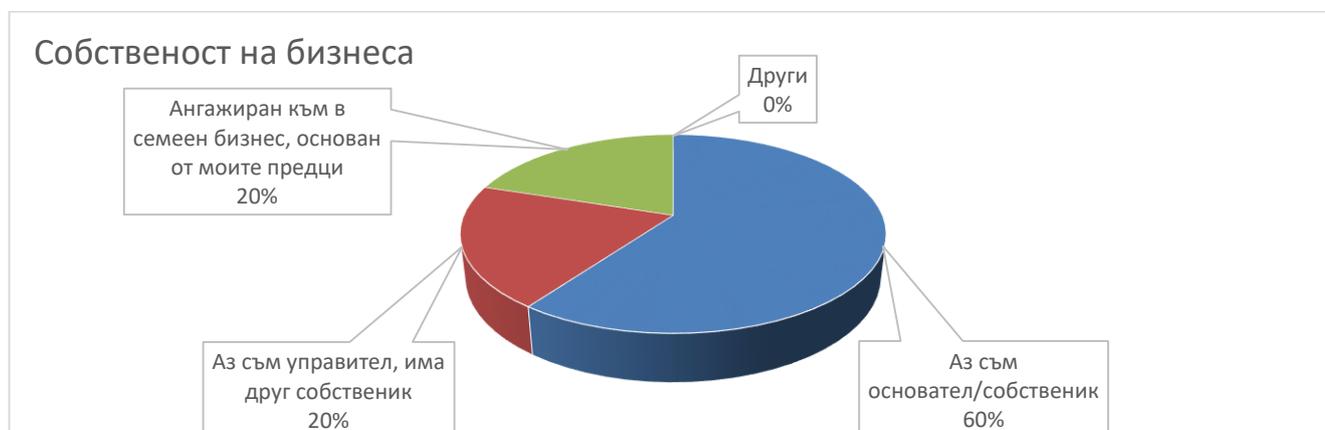
В този раздел се опитахме да научим повече за представителите на бизнеса. Ето и събраните резултати:

9. Какъв тип бизнес управлявате?



Тези 9,8% от респондентите, които развиват собствен бизнес, са се позиционирали в сектора на услугите.

10. Вие ли сте собственик на бизнеса или е основан от някой друг?

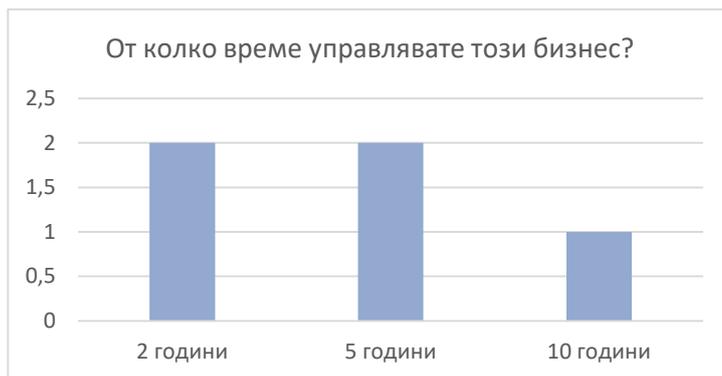


Мнозинството от респондентите (60%) са основатели/собственици на своя бизнес.

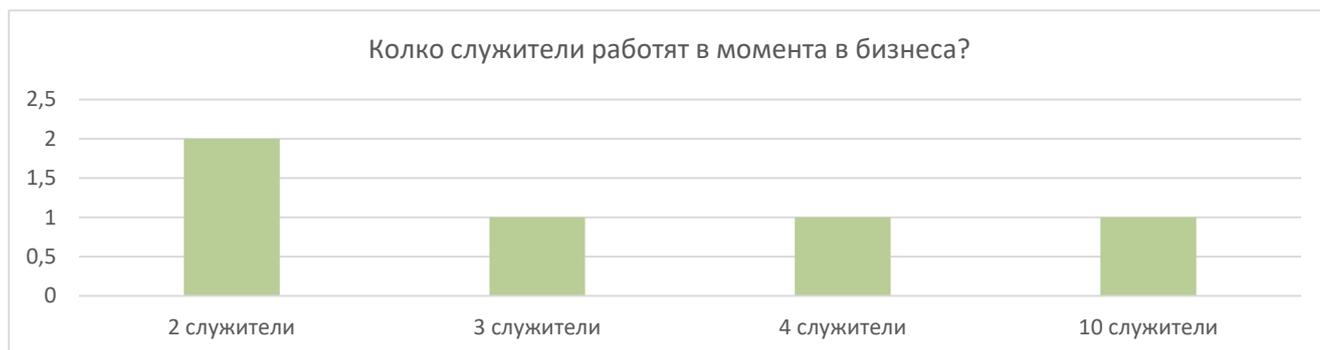


11. От колко време управлявате този бизнес? (моля, попълнете брой години в цяло число)

Мнозинството от собствениците/основателите на бизнеси сред респондентите са стартирали дейността си в последните от 2 до 5 години.



12. Колко служители работят в момента в бизнеса? (моля, попълнете брой хора, наети във Вашата компания)



МЕСТНИ ЖИТЕЛИ

В този раздел се опитахме да научим повече за тези от респондентите, които нямат собствен бизнес, съответно – за или наети лица, или безработни/неактивни такива, които условно категоризирахме за целите на проучването като „местни жители“.

13. Работите ли в момента?

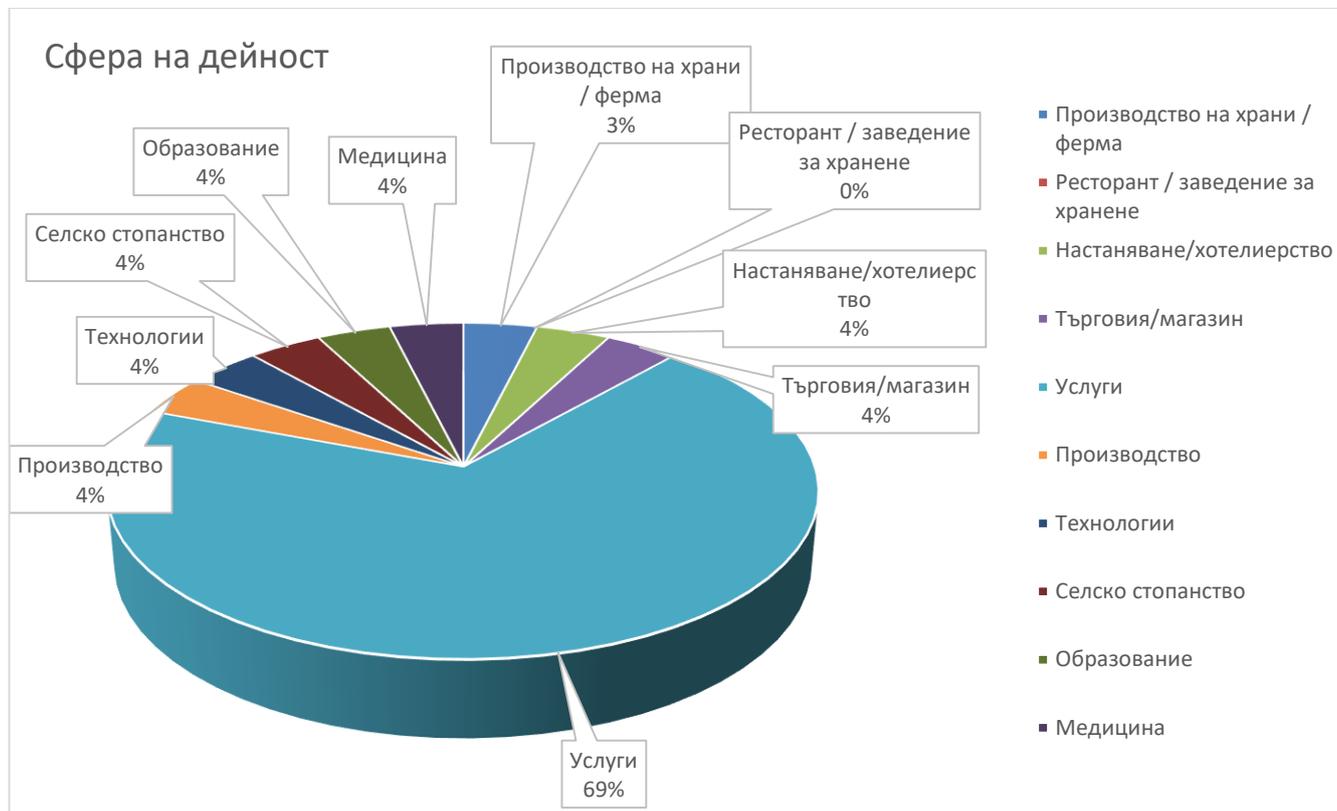


Преобладаващата част от анкетираните (34,8%) са заети в местни фирми и организации като работници и/или служители. 30,4% не са заети и не търсят работа. Сравнително малка част от анкетираните (13%) отговарят, че нямат работа и си търсят такава.

ЗАЕТИ

В този раздел се опитахме да науча повече за зетите – секторът, в който оперира тяхната фирма/компания, тяхната професия, тяхната позиция в тази компания, период от време, през което работят в тази компания. Освен това искахме да разберем дали някои от тях обмислят промяна на работата, с оглед на бъдеща възможност за обучение за гастро-гидове.

14. Каква е сферата на дейност на компанията, в която работите?



Повечето от респондентите (почти 70%), попълнили онлайн въпросниците, работят в търговския сектор. Други респонденти работят във: ферми, ресторанти, хотелиерство, селско стопанство, образование, медицина, технологии и др.

15. Какво е сегашното ви занимание?

73,1% от анкетираните отговарят, че работят, други казват, че са зети с различни дейности или са самонаети лица.

Дадени отговори	Брой дадени отговори
Работещи	19
Извършвам административна и организационна работа	1
Фотография / Изкуства / Музика	4
Работя и пътувам	1
На почивка	1



16. Каква е Вашата позиция в компанията?

Имаше много различни отговори на този въпрос. Но от 26 отговора най-често срещаният беше „мениджър“.

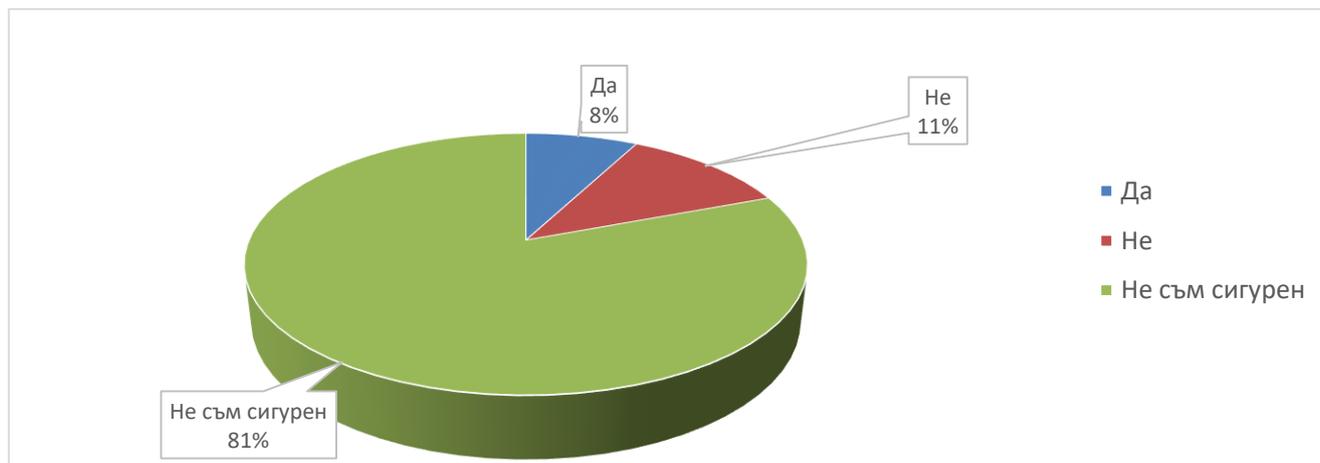
- | | | |
|---|----------------------|-----------------------------|
| ➤ Директор | ➤ Ръководител | ➤ Музикант |
| ➤ Мениджър продажби | ➤ ИТ специалист | ➤ Художник |
| ➤ Управител | ➤ Администратор | ➤ Фотограф |
| ➤ Инженер | ➤ Специалист | ➤ Фризьор/козметик (3) |
| ➤ Ръководител на фирмата | ➤ Кухненски служител | ➤ Касиер-счетоводител |
| ➤ Дребен производител в селското стопанство | ➤ Учител | ➤ Началник на отдел |
| | ➤ Ръководител проект | ➤ Брокер на недвижими имоти |
| | ➤ Държавен служител | |
| | ➤ Доброволец | |

17. От колко време работите на тази позиция/работа (моля, попълнете брой години в цяло число)?



Немалко респонденти работят на позицията си средно по 7 години (15,4%), но голяма част от тях работят на определената позиция дори повече – следно 15-17 години (38,3%). Тълкуванието на този факт идва да покаже, че повечето служители са лоялни към компаниите си или се чувстват комфортно на позицията, която заемат.

18. Обмисляте ли промяна на сегашната си работа?





Мнозинството от анкетираните (80,8%) не са сигурни дали искат промяна на работата, а сравнително малък процент (7,7%) са сигурни, че имат нужда от промяна.

В следващия въпрос, помолихме респондентите, които са отговорили утвърдително на предходния, да определят какъв вид работа предпочитат.

19. Ако смятате да напуснете настоящата си работа, коя е най-предпочитаната професия, която бихте искали да упражнявате?



Повечето от анкетираните (78,3%), които обмислят да напуснат настоящата си работа, мислят за:

- собствен бизнес (26,1%),
- работа в туристическия сектор (26,1%),
- работа в сектора на услугите (26,1%),

а най-големият процент (13%), все още не са сигурни. Оставащите 8,7% обмислят да сменят работата си с хранително-вкусовата промишленост или търговията.

Профил на гастро-гида

20. Кои са, според Вас, основните нужди на потенциалните гастро-гидове за да бъде професионалният им профил напълно завършен?



„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



Мнозинството от анкетираните (47,1%) смятат, че е необходимо специализирано образование / обучение (теоретично и/или практическо), докато останалите, дали отговор на въпроса, са разпределени, както следва:

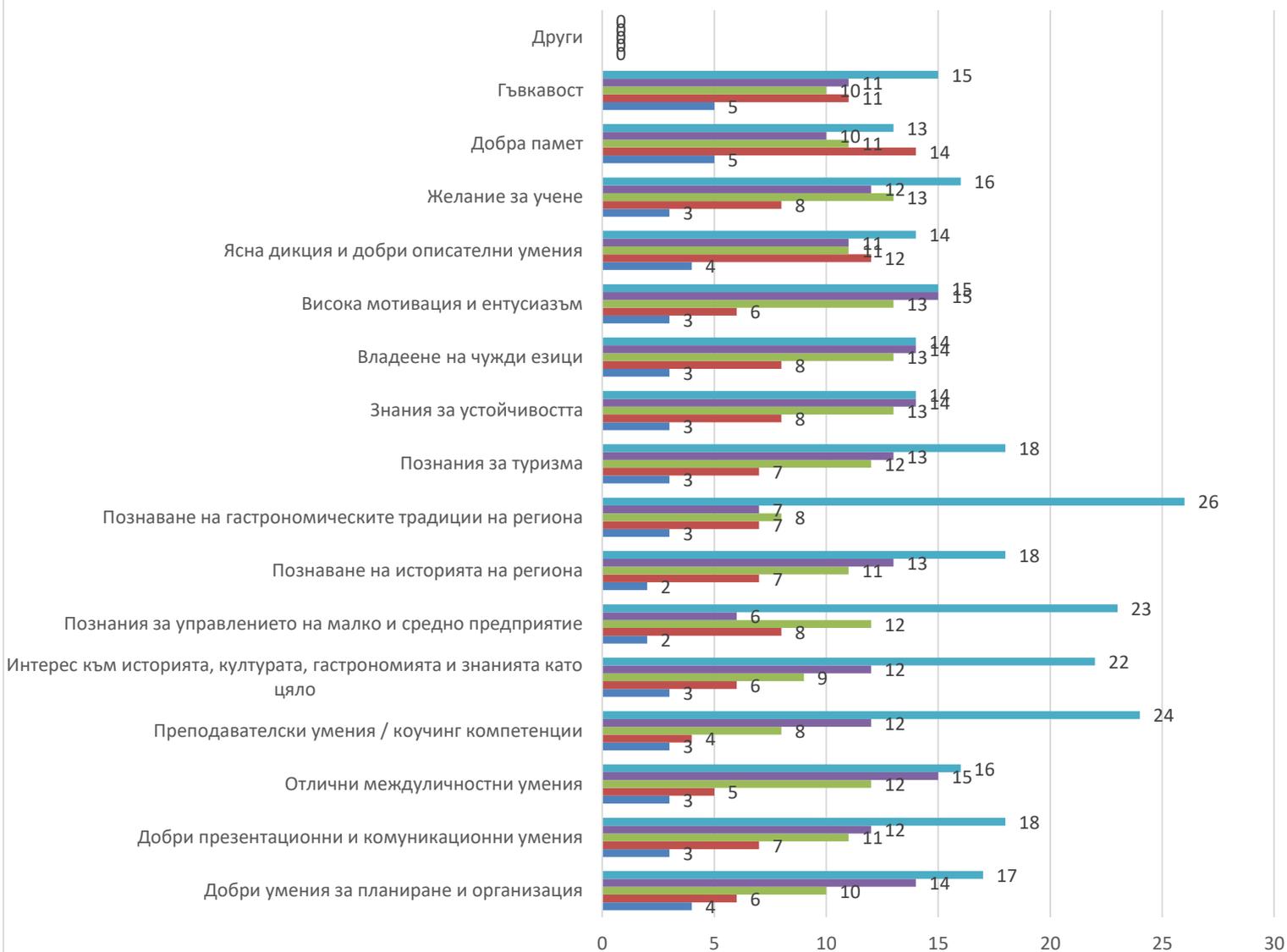
- необходимо е ръководство/наставничество (29,4%)
- необходима е финансова подкрепа (13,7%)

21. Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?

Моля, отбележете избора си в таблицата, където 1 не е важно и 5 е много важно



Кои, според Вас, са най-важните компетенции за гастро-гидовете, за да могат успешно да изпълняват ролята си?



Категория	Добри умения за планиране и организация	Добри презентационни и комуникационни умения	Отлични междуличностни умения	Преподавателски умения / коучинг компетенции	Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	Познания за управлението на малко и средно предприятие	Познаване на историята на региона	Познаване на гастрономическите традиции на региона	Познания за туризма	Знания за устойчивостта	Владееене на чужди езици	Висока мотивация и ентузиазъм	Ясна дикция и добри описателни умения	Желание за учене	Добра памет	Гъвкавост	Други
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



В обобщение, мнозинството от респондентите смятат, че всички компетенции, изброени по-долу, са много важни, особено:

- Познаване на гастрономическата традиция на региона
- Преподавателски / треньорски компетенции
- Познаване на управлението на МСП
- Интерес към историята, културата, гастрономията и знанието, като цяло.

Компетенции	1	2	3	4	5
Добри умения за планиране и организация	4	6	10	14	17
Добри презентационни и комуникационни умения	3	7	11	12	18
Отлични междуличностни умения	3	5	12	15	16
Преподавателски умения / коучинг компетенции	3	4	8	12	24
Интерес към историята, културата, гастрономията и знанията като цяло	3	6	9	12	22
Познания за управлението на малко и средно предприятие	2	8	12	6	23
Познаване на историята на региона	2	7	11	13	18
Познаване на гастрономическите традиции на региона	3	7	8	7	26
Познания за туризма	3	7	12	13	18
Знания за устойчивостта	3	8	13	14	14
Владеене на чужди езици	3	8	13	14	14
Висока мотивация и ентузиазъм	3	6	13	15	15
Ясна дикция и добри описателни умения	4	12	11	11	14
Желание за учене	3	8	13	12	16
Добра памет	5	14	11	10	13
Гъвкавост	5	11	10	11	15

Курс за обучение за гастро-гид

Както беше посочено в началото на това проучване, ние сме на път да разработим професионален профил и курс за обучение за гастро-гид в подкрепа на подготовката им да изпълняват ролята си. За тази цел, консорциумът по проекта разработи набор от модули за обучение, които ще бъдат включени в учебната програма на курса.



22. Моля, оценете изброените по-долу обучителни модули като степенуваме тяхната важност и полезност за подготовката на бъдещите Гастро-гидове? (1 не е важно/полезно и 5 е много важно/полезно)



В обобщение, мнозинството от респондентите смятат, че всички компетенции, изброени по-долу, са много важни, особено:

- Коучинг техники (техники за наставничество/обучение)
- Техники за маркетинг и продажби

Компетенции	1	2	3	4	5
Техники на наставничество / обучение	3	5	7	10	26
Педагогически подход при обучението на ниско-квалифицирани лица	3	5	11	10	22
Комуникация / Преговори	3	5	8	11	24
Техники за маркетинг и продажби	3	4	7	12	25
Управление на микропредприятия	4	6	8	9	24
Оценяване	4	6	10	12	19

23. Има ли други обучителни модули, които смятате, че биха били полезни за подготовката на гастро-гидовете? (Моля, избройте Вашите предложения)

Получихме много предложения за включване на някои допълнителни модули за обучение, сред които (обединени по сходство на дадените отговори):

Коучинг обучение / Коучинг / Коучинг техники за комуникация с потенциални клиенти и партньори / Коучинг за лично израстване и комуникация с клиенти / Коучинг в бизнеса за печалба / Коучинг в бизнеса и иновациите / Как да разработите коучинг техники, за да отворите възможности за вашите лични и професионални дейности / Коучинг в техническия бизнес (8)
Бизнес развитие и управление / Бизнес оценка / Бизнес оценка и прогнозиране / Решаване на бизнес проблеми / Изкуството на преговорите и бизнес оценката (5)



Ефективна реклама и социален маркетинг / Туристически маркетинг / Маркетинг в туристическия бизнес / Дигитален маркетинг в туристическия бизнес (4)
Създаване и управление на малки предприятия / Стартиране на малък бизнес / Обучение за стартиране на бизнес / Стартиране и управление на малък бизнес (4)
Обслужване на клиенти / Обслужване на клиенти и комуникация / Управление на услуги, обслужване на клиенти (3)
Комуникация с клиента, преговори с доставчици и коучинг техники за личностно и професионално израстване, развитие на бизнеса / Преговори / Комуникация и преговори (3)
Бизнес обучение в сферата на туризма и гостоприемството / Иновационен туризъм / Креативни решения за продажба на туристически услуги (3)
Управление на проекти / Писане на проекти (3)
Търсене на финансови средства / Финансова грамотност / Обучение по финансов мениджмънт (3)
Педагогическа помощ за разбиране на тази област / Педагогическа помощ при обучението по подбор и управление на персонал (2)
Обучение по разказване на истории / Публично говорене, разказване на истории, продажби на частни гости (2)
Обучение по счетоводство / Счетоводни познания за собственици на малък бизнес (2)
Поведение на потребителите. Как да опознаем потенциалния клиент? Какво търси? Как да го привлечем?
Стратегическо управление на бизнеса: дейности, базирани на силните страни на компанията.
Комуникационна култура и ефективна вътрешна комуникация в бизнеса
Педагогически познания по гастро туризъм.
Организация на кетъринга
Международен бизнес - как да превърнем местния бизнес в международен
Развитие на хотелиерския бизнес в литовската провинция
Продажба на услуги

24. Запознати ли сте с други съществуващи схеми за обучение (за ключови или разширени компетенции), които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете?



В този раздел помолихме респондентите да споделят знанията си за съществуващи обучителни модули, които биха могли да бъдат от полза за подготовката на гастро-гидовете. Значителна част от анкетираните посочват, че има такива сходни и/или допълващи обучения, които биха подпомогнали бъдещите курсисти в обучението за гастро-гид.

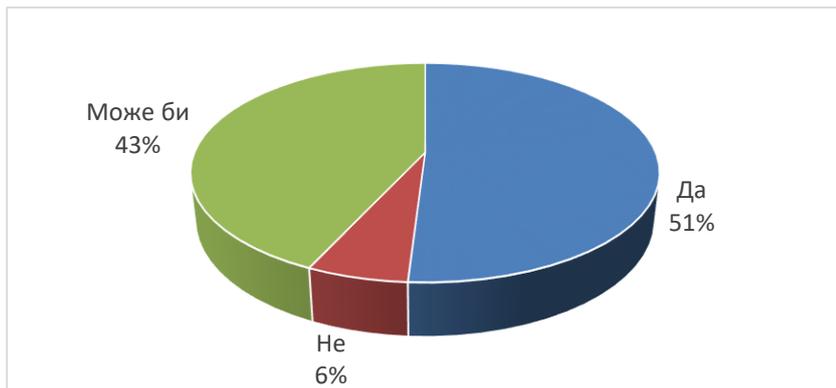


25. Моля, споделете програмите за обучение, с които сте запознати, и които биха могли да бъдат полезни за подготовката на Гастро-гидовете, напр. образователни програми, професионални курсове, неформални обучителни курсове и др.

Беше посочена като подходяща програма за обучение на професионална гимназия Јола за "Кулинарно изкуство".

Потенциални гастро-гидове

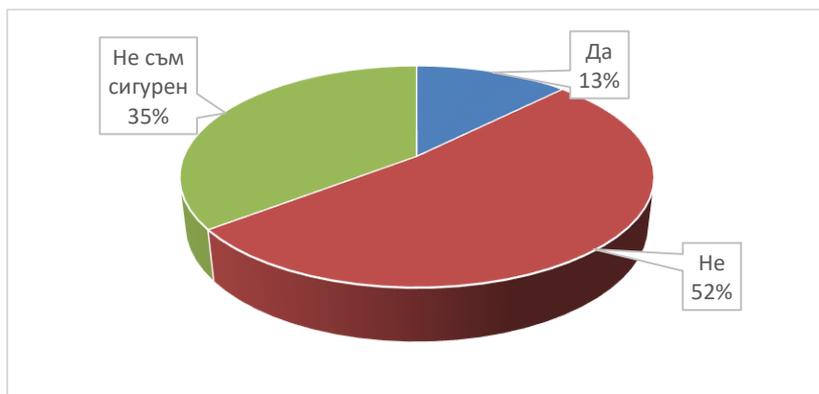
26. Имате ли интерес да участвате в обучение за Гастро-гид?



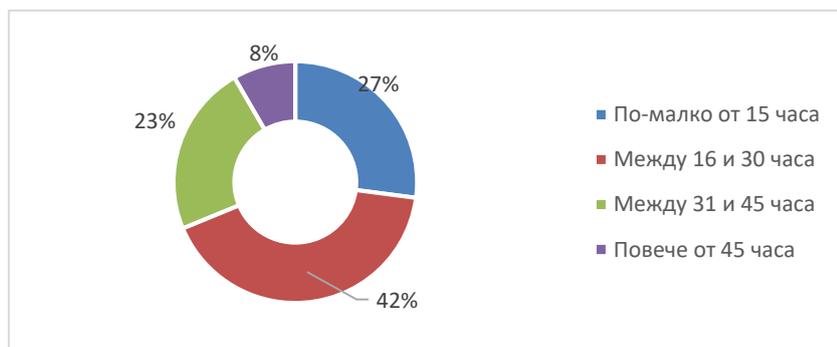
Повече от половината от анкетираните биха проявили интерес да се включат в обучение за гастро-гид.

27. Имали ли сте някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха могли да бъдат от полза за профила гастро-гид - напр. комуникационни умения, организационни умения, преподавателски умения и т.н.?

Мнозинството от респондентите (52,1%) са имали някакъв вид формално/неформално обучение, което води до придобиване на компетенции, които биха могли да бъдат от полза за профила Гастро-гид.



28. С каква продължителност, според Вас, би било подходящото да бъде курса за Гастро-гид? (Моля, посочете приемливия брой учебни часове)



Повечето от анкетираните (41,7%) смятат, че оптималното време за обучение би било между 16 и 30 часа.

29. Достатъчно ли е времето, с което разполагате, за да участвате в обучителен курс за Гастро-гид от 30 учебни часа?

Повечето от респондентите (54,2%) не са сигурни дали времето, което могат да отделят, е достатъчно, за да участват в курс за обучение за гастро-гид с продължителност 30 часа.



30. Колко време сте готови (и можете) да посветите на такова обучение?



Повечето от анкетираните (52,1%) са готови да отделят няколко часа седмично за обучение.

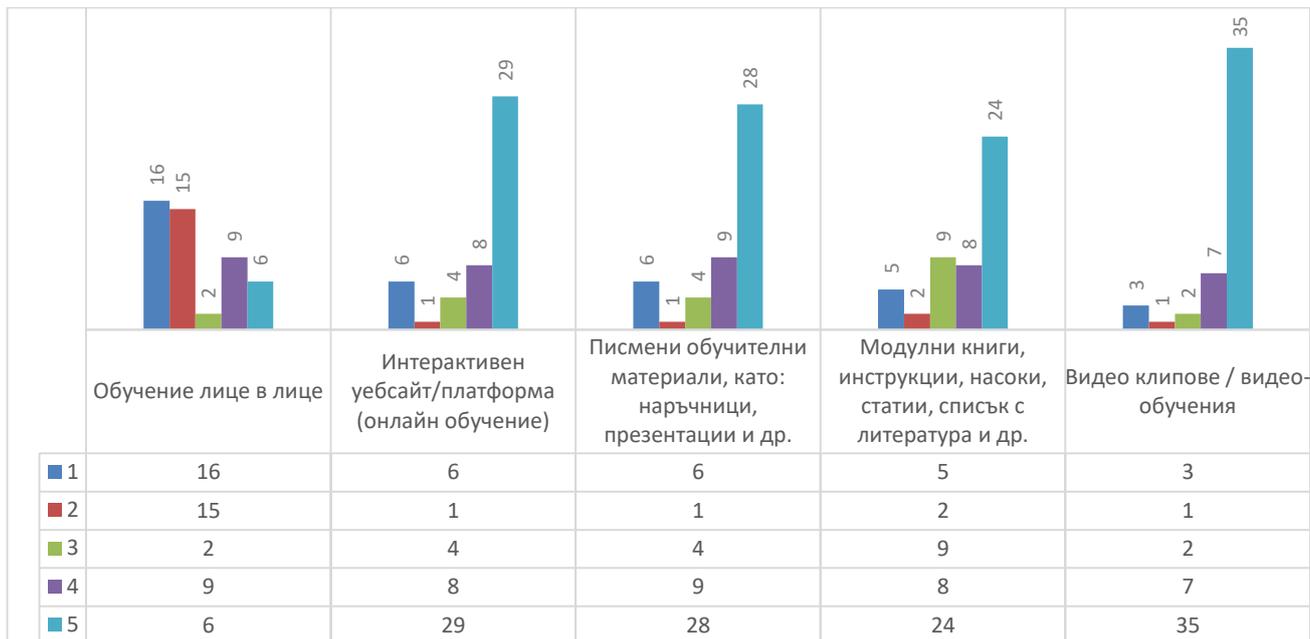
31. В какъв контекст считате, че ще е най-подходящо да използвате обучителни материали, които ще бъдат разработени по проекта (онлайн базирани)?

83,3% от респондентите биха могли да използват обучителните материали за Гастро-гид (онлайн базирани) през личното си време, напр. след/преди работен ден, през уикенда и др.





32. Как бихте искали да получавате информация/обучение по гореизброените теми? (Моля, оценете предложените типове обучителни материали, където 1 не е за предпочитане и 5 е най-предпочитан)



За да обобщим: мнозинството от респондентите смятат, че най-добрият начин за получаване на информация/обучение е чрез:

- 1) Видеозаписи и записани материали
- 2) Интерактивен уебсайт / платформа (онлайн обучение)
- 3) Писмени обучителни материали, като: наръчник, ръководства, презентации и др.

Възможни форми/начини на обучение	1	2	3	4	5
Обучение лице в лице	16	15	2	9	6
Интерактивен уебсайт/платформа (онлайн обучение)	6	1	4	8	29
Писмени обучителни материали, като: наръчници, презентации и др.	6	1	4	9	28
Модулни книги, инструкции, насоки, статии, списък с литература и др.	5	2	9	8	24
Видео клипове / видео-обучения	3	1	2	7	35

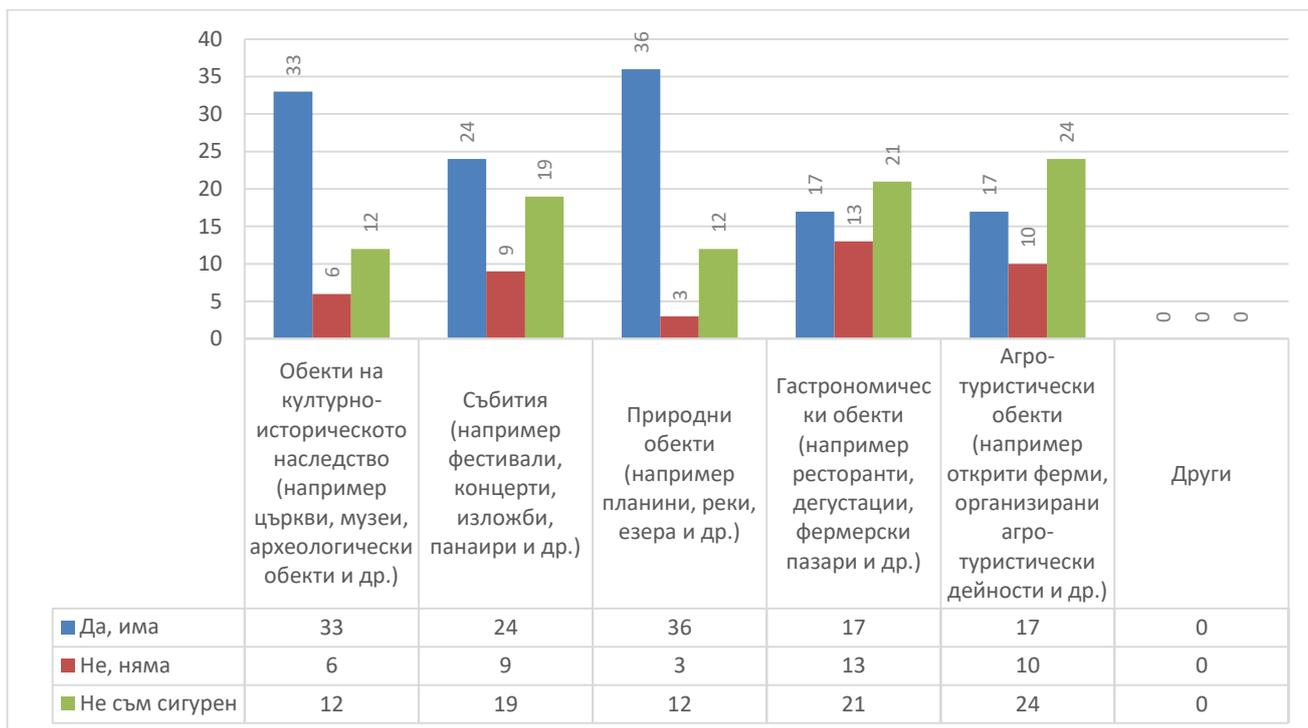
Местни познания и потенциал

Целта на този раздел е да идентифицира интересни атракции, които могат да бъдат посетени в селските райони.

„GASTRO-GUIDE: нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията“, 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772



33. Знаете ли за интересни атракции, които могат да бъдат посетени или разгледани във Вашето село/населено място? Моля, отбележете отговорите си в таблицата.



Съществуващи видове интересни атракции в региона	Да, има	Не, няма	Не съм сигурен
Обекти на културно-историческото наследство (например църкви, музеи, археологически обекти и др.)	33	6	12
Събития (например фестивали, концерти, изложби, панаири и др.)	24	9	19
Природни обекти (например планини, реки, езера и др.)	36	3	12
Гастрономически обекти (например ресторанти, дегустации, фермерски пазари и др.)	17	13	21
Агро-туристически обекти (например открити ферми, организирани агро-туристически дейности и др.)	17	10	24
Други			

Повечето респонденти посочват, че има някои интересни забележителности, които могат да бъдат посетени или разгледани в тяхното село/населено място или в региона.

34. Моля, споделете с нас най-атрактивните места или събития, които смятате, че си струва да бъдат посетени във Нашето село/населено място (ако има такива):

Дадените отговори са изброени, както са посочени от респондентите, като на места е запазен оригиналният текст (на литовски), поради риск от загубване на автентичността при превода.

Гастро театър и дегустационна вечеря
Ястия от Аукщайтия



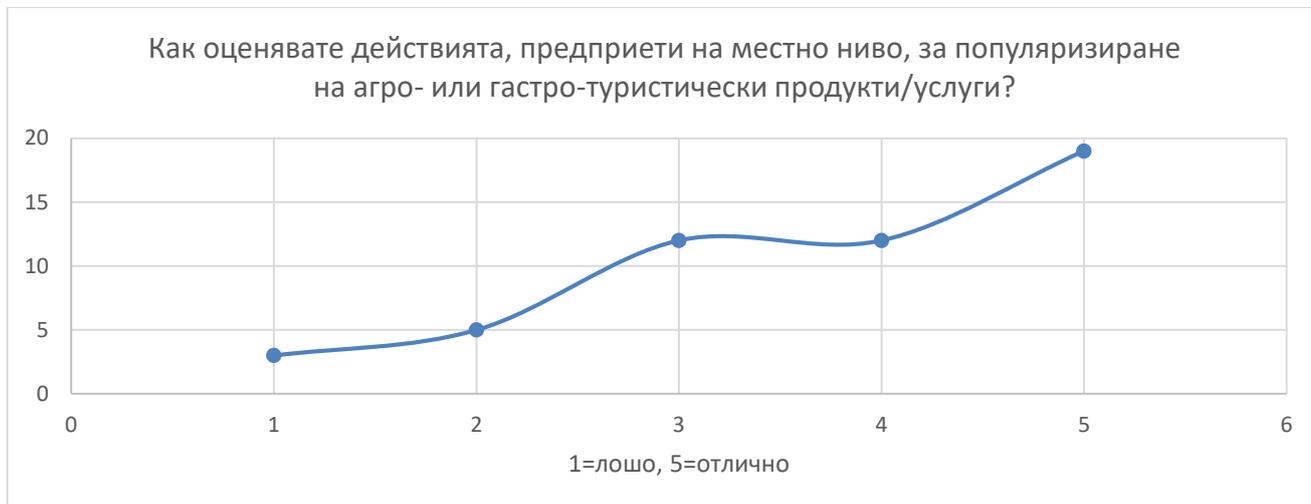
Griciūnai различни видове сирена
Кернаве
Музикален фестивал Dubingiai, Градски фестивал Molėtai
Visvainiai – Beržoras – Laumalenkai – Žarėnai – Kūlio Dauba
Ресторанти с литовска кухня в Каунас, като хан Бернелиай, имението Етно.
Не знам (2) / Това не го знам. Тъкмо започвах да се интересувам от това (1) / Не мога да го назова конкретно (1)
Маса за обяд в Сувалки
Кулинария на региона Dzūkija
В село Жуклияи се прави прост кисел ръжен хляб, който се пече от дипломиран майстор, хлебар
Сертифицирана извара от козе мляко, пушени и сушени сирена се произвеждат в село Griciūnai
Литовски сертифицирани ястия с над 100 години рецепти се произвеждат в село Jovariškės!
ОБРАЗОВАТЕЛНА ПРОГРАМА ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА РИБА „Готвене на риба“
Медовината се произвежда по стари производствени традиции
„Стада от картофи Dzūkija“
ОБРАЗОВАТЕЛНА ДЕЙНОСТ „Вкусете Самогития“
ОБРАЗОВАТЕЛНА ПРОГРАМА „Zanavykų ragaučius“
ОБРАЗОВАТЕЛНИ ПРОГРАМИ ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ОТЛИВКИ, МОРКОВЕНИ СЛАДКИ И СТЬКЛО
ДЕГУСТАЦИЯ НА „ДЪЛБОКО“ КАФЕ, БИЛКОВИ СМЕСИ И ЧАЙ „Пътят на чая в Aukščiai“
„ОБУЧЕНИЕ ПО ПЕЧЕНЕ НА БИСКВИТИ“
„Франката“ е царят на празничната трапеза.
Занаятчия - дипломиран народен майстор не само изработва оригинални изделия от дърво, но е създал и Център за занаяти, където провежда образователна дейност за желаещите да се запознаят с тайните на дърворезбата.
Занаятчиата има занаятчийски програми за правене на сапун и плъстене на вълна
Дърворезбарят от Утена, колекционер, основа преди малко повече от 10 години Музея на античния бит, където има достатъчно място не само за стари инструменти и керамика със собствена история, но и за резби на твореца.
Наследствена градина
Когато пътувате в област Утена, не пропускайте възможността и посетете етнографското село в Страздай.

35. Знаете ли за някакви дейности за популяризиране, които се прилагат, за да бъдат привлечени повече посетители във Вашия регион/село?



Повечето от анкетираните (41,2%) казват, че не знаят за промоционални дейности, които се прилагат за привличане на повече посетители в техния регион/село или не са сигурни в това (41,2%).

36. Как оценявате действията, предприети на местно ниво, за популяризиране на агро- или гастро-туристически продукти/услуги? (Моля, посочете отговора си, като използвате скалата, където 1 е лошо, а 5 е отлично)



Мнозинството от анкетираните (37,3%) са доволни от действията, предприети на местно ниво за популяризиране на агро- или гастрономическите туристически продукти/услуги.

37. Има ли регионални (хранителни, занаятчийски...) продукти, които биха могли да привлекат посетители във Вашето село/населено място?



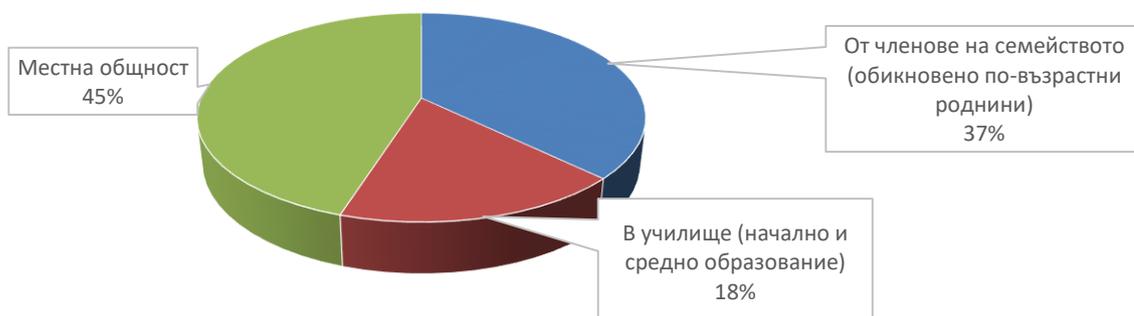
Мнозинството от респондентите не знаят за регионалните продукти.

38. Ако да, моля, споделете тези, които намирате за по-ценни и смятате, че са известни в региона, но не са достатъчно популярни извън него:

- Металобработка
- Производство на изделия от клонки, дърворезба
- Мравуняци

39. Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?

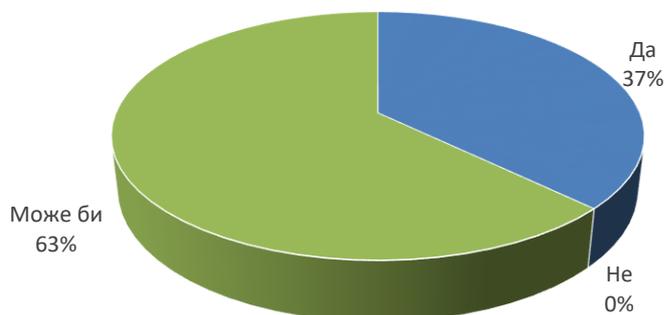
Какъв е обичайният източник на информация, когато става въпрос за придобиване на знания за местните традиции и забележителности?



Като основен източник на информация, когато става дума за придобиване на знания за местните традиции и забележителности, като най-чест отговор (45,1%) са посочвани членовете на семейството (възрастни роднини). Най-малко информация се предоставя в училище (17,6%).

40. Смятате ли, че ролята на Гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне един такъв във Вашето село/район?

Смятате ли, че ролята на Гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне един такъв във Вашето село/район?



Анкетиранията са съгласни, че ролята на гастро-гида ще бъде полезна, ако има поне такъв в селото/района. Никой от тях не отрече това.

41. Ако да, моля, споделете по какъв начин, според Вас, Гастро-гидът би бил най-полезен за селските райони във Вашата страна?

Привличане на нови хора в провинцията чрез събития, дегустации и т.н.
Това ще даде живот на селските райони, ще привлече повече туристи и жители, ще насърчи предприемачеството и ще намали нивото на безработица в селските райони.
Мисля, че това ще насърчи повече възможности за тези, които искат да живеят в провинцията, за да развият бизнеса си.
Мисля, че местната храна може да бъде включена в менюто на местните чифлици и по този начин да привлече туристи, които изследват един или друг регион.
Мисля, че гастро-гида би бил чудесен инструмент за разнообразяване на туристическите услуги и би допринесло за устойчивото развитие на туризма в отдалечените райони на Литва, тъй като градовете вече извършват една или друга свързана дейност.



Традиции като местната култура на хранене ще бъдат запазени и подхранвани. Местните не само ще имат интересни занимания, но и ще могат да правят съвместни работилници, като по този начин ще създават гастро-кълъстери и ще имат възможност да си изкарват прехраната, живеешки на село.
Това ще запази традициите.
Това ще разшири асортимента и ще увеличи предлагането за посетителите на моята страна.
Насърчаване на предприемачеството и по-широк подход към бизнес възможностите.
Традициите и възможността човек да погледне назад в миналото и да се влюби в селото ще бъдат предадени на младите хора.
Може би бих насърчил внуците си да се интересуват от готвене.
Бих искал да увековеча историята на гастрономията, може би да направя изложба или да публикувам публикация, използвайки моите фотографски умения. Бих промотирал широко местните дадености. О, и бих искал да подхранвам традицията на предаване и почитане на семейните ценности, както в моето семейство, така и да я предам на деца, внуци и може би да започна собствен бизнес.
Това ще привлече чуждестранни посетители и ще увеличи репутацията на Литва по света.
Тъй като сега доминира селският туризъм - предимно с настаняване, би било хубаво да се разшири обхвата на услугите и да имаме предлагане на местна кухнята в селските райони.
Гастро-проектът не само ще предостави нови знания, компетенции и възможности за дейности, но и ще разнообрази обученията, които сега могат да бъдат намерени в Литва.
Би било иновация.
Това би било нещо ново в провинцията.
Като представители на селския туризъм, би било полезно за нас да научим друг бранш на бизнеса, който бихме искали да развием и по този начин да повишим информираността за нашата страна.
ГГ ще предостави възможности за нови дейности или допълнителни сезонни дейности.
Това би мотивирало младите хора да се върнат в селото, да продължат традициите на старите, да повишат информираността за страната.

42. Ако има нещо друго, което бихте искали да споделите с нас, моля, използвайте мястото по-долу:

Един от респондентите написа:

„Мисля, че е много важно да се повиши осведомеността за гастро-туризма в Литва. Адекватната публичност и реклама биха били много ценни, тъй като това не е обичайна дейност в Литва, но е много популярна в света.“

Кратък анализ на анкетата

След попълването на това проучване можем да кажем, че мнозинството от респондентите се интересуват от участие в обучението за гастро-гид.

Мнозинството от анкетираните смятат, че обучението трябва да продължи между 16-30 часа.

Повечето от респондентите биха искали да участват в обучението за гастро-гид и да имат няколко часа седмично, за да посветят на това обучение.

Мнозинството от анкетираните смятат, че най-добрият начин за получаване на информация/обучение е чрез видео и записани материали.