

Проект „AgriVETourism“

Насърчаване на устойчивия агротуризм чрез професионално образование и обучение за развитие на селските райони

МОДУЛ 1

„Бизнесът“ в агротуризма

От идеята до дохода: планиране, финанси и финансиране

Наръчник за обучители

За присъствено, онлайн или хибридно обучение

Референтен номер на проекта: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044

Финансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са изцяло на автора/авторите и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Изпълнителната агенция за образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA носят отговорност за тях.

Общ преглед на модула

Този модул помага на операторите в агротуризма и на амбициозните млади професионалисти да разберат финансовите основи на управлението на малък агротуристически бизнес. Той обхваща четири практични области: разработване на жизнеспособна бизнес идея, познаване на реалните разходи на вашия бизнес (включително разходите, които повечето хора забравят), определяне на цени, които отразяват реалната стойност, вместо да се разчита на предположения, и намиране на подкрепа — както чрез програми за финансиране, така и чрез нискобюджетни дейности, които не изискват безвъзмездна помощ.

Всеки урок предлага прост шаблон, който обучаващите се попълват и запазват. Съдържанието се основава на реални примери от България, Гърция и Италия, но методът е приложим във всеки европейски селски контекст.

Този модул включва:

- **4 урока**, всеки от които е насочен към конкретен пропуск в уменията с едно практическо решение и един конкретен резултат
- **4 практически упражнения**, в резултат на които се създават шаблони, които обучаващите се попълват и запазват
- **2 казуса** — един от България, един от Италия — следващи обща структура за лесно сравнение
- **4 шаблона за работа у дома** („Бизнес канвас за агротуризм“, „Месечен финансов план“, „Ценова карта“, „Финансиране и план за следващите 60 дни“)
- **Въпроси за самооценка** за лична рефлексия (без оценка)
- **Насоки за фасилитиране и ресурси за обучителите** за всеки урок
- **Домашни задачи**, които обучаващите се трябва да изпълнят след сесията
- **Приложения**, включващи готова презентация със слайдове и подбрана колекция от ресурси

Пакет за презентация

Към настоящото ръководство е приложена готова презентация със слайдове. Тя следва описаната тук структура на модулите и е предназначена за провеждане на занятия на място, онлайн или в хибриден формат. Презентацията включва уводни слайдове, слайдове със съдържание за всеки урок, инструкции за упражнения, казуси и заключителни дейности.

Пълният план на презентацията със съдържанието на слайдовете, сценариите за обучителите и бележките за водене на занятията е представен в Приложение 1. Таблицата по-долу показва кои слайдове съответстват на всяка секция от модула.

Раздел на модула	Слайдове	Съдържание
Въведение	Слайдове 1–3	Заглавие на модула, обзор на 4-те урока, упражнение за запознаване

Урок 1: Оформете бизнес идеята си	Слайдове 4–7	Концепция за бизнес модел, полета на канваса, пример с решение, упражнение 1
Урок 2: Познавайте цифрите си	Слайдове 8–12	„Айсбергът“ на разходите, източници на приходи, сезонност, формула за печалба, упражнение 2
Урок 3: Определете подходящата цена	Слайдове 13–16	Ценообразуване по инстинкт, минимална цена, верига на стойността, допълнителни услуги, Упражнение 3
Урок 4: Намерете финансиране, започнете с малки стъпки	Слайдове 17–20	CAP/LEADER на прост език, финансиране по държави, диверсификация, Упражнение 4
Заклучение	Слайдове 21–25	Казус 1, Казус 2, самооценка, домашна работа, основни изводи

Номерата на слайдовете са ориентировъчни. Обучителите могат да променят реда или да добавят/премахнат слайдове в зависимост от групата и формата на провеждане на обучението. Вижте Приложение 1 за подробния план на презентацията.

Всеки урок следва една и съща формула:

ЕДНА пропусната компетентност → ЕДНО практическо решение → ЕДИН конкретен резултат

Модул	Недостатък в уменията	Решение	Резултат
Урок 1: Оформете бизнес идеята си	Липса на структурирана бизнес концепция	Бизнес канвас за агротуризм	Попълнен бизнес канвас
Урок 2: Познавайте цифрите си	Липса на проследяване на разходите, липса на осъзнаване на печалбата	Метод за изготвяне на месечен финансов план	Завършен месечен финансов план
Урок 3: Определете подходящата цена	Ценообразуване по инстинкт, подценяване	Методът „Ценова карта“	Попълнена ценова карта
Урок 4: Намерете финансиране, започнете с малки стъпки	Липса на осведоменост за финансирането, пасивно изчакване	Двупосочен план	Изготвен план за финансиране и план за следващите 60 дни

Целева група: Настоящи оператори в агротуризма, земеделски стопани, които се диверсифицират в туризма, членове на кооперативи; студенти от професионалното образование и обучение и млади професионалисти в селското стопанство и туризма
Приблизителна продължителност на обучението: 3 часа



Формат на провеждане: Подходящ за присъствено, онлайн или хибридно обучение.
Изисква печатни или цифрови шаблони за упражненията.

Хоризонтален приоритет на ЕС: Развитие на селските райони, къси вериги на доставки, съобразяване с „Зеления пакт“ на ЕС (интегрирано в урок 4)



Цели на обучението

След завършване на този модул обучаващите се ще могат:

1. Да представят своята бизнес идея за агротуризм, като използват структуриран едностраничен канвас
2. Да идентифицират фиксираните, променливите и скритите разходи на своята дейност
3. Да изготвят 12-месечен финансов план за своя бизнес или за реалистичен сценарий
4. Да определят цена за един продукт или преживяване, като използват структуриран метод: минимална цена + премия за стойност + допълнителни услуги
5. Да обяснят защо продажбата на преживяване носи по-големи печалби от продажбата на суров продукт
6. Да посочат поне два източника на финансиране, достъпни в тяхната страна
7. Да се ангажират с едно практическо действие, което могат да започнат в рамките на 60 дни

Предлаган ход на обучението (приблизително 3 часа)

Това е реалистичен ориентиран график за провеждане на обучението лице в лице. Обучителите трябва да го адаптират в зависимост от големината на групата, енергията на участниците и това дали е включено допълнителното упражнение.

Ако времето е ограничено: съкратете обсъждането на казуса. Не премахвайте упражненията — 4-те попълнени шаблона са крайният резултат.

Бележка относно подкрепата за проучвания на обучителите

Този модул се основава на данни на ниво ЕС, проучвания по проекта и утвърдени практики в агротуризма. В края на всеки урок обучителите ще намерят раздел за подкрепа при проучвания с изкуствен интелект, заедно със списъка с проверени ресурси. Това са готови за употреба подсказки, които обучителите могат да копират в безплатен инструмент за изкуствен интелект (ChatGPT, Gemini или подобен), за да съберат местни примери, актуални данни и най-нови източници за конкретната си страна, регион и група участници.

Как да използвате подсказките за изследвания с ИИ

- Копирайте подсказката в безплатен инструмент за изкуствен интелект и заместете заместващите символи с вашите местни данни
- Винаги давайте предимство на актуални и надеждни източници — официална статистика, правителствени публикации, бази данни на ЕС
- Опростете резултата от ИИ, преди да го използвате в клас — премахнете жаргона, съкратете текста, проверете дали е подходящ за вашата аудитория
- Проверете фактите, датите, цените и имената на програмите, преди да ги представите като актуална информация
- Тези подсказки са отправна точка за подготовка, а не заместител на експертния опит на преподавателя

Блок	Продължителност	Бележки
Въведение и упражнение за разчупване на леда	10 мин	Приветствие, раздаване на шаблони за проверка
Урок 1: Оформете бизнес идеята си + упражнение	40 мин	Упражнението с канваса е 25 мин. — най-дългото
Урок 2: Познавайте цифрите си + упражнение	35 мин	Съдържание 15 мин. + упражнение за финансов план 20 мин.
Кратка почивка	10 мин	
Урок 3: Определете подходящата цена + упражнение	30 мин	Съдържание 15 мин. + упражнение с ценовата карта 15 мин.
Урок 4: Намерете финансиране + упражнение	30 мин	Съдържание 15 мин. + упражнение за план за финансиране 15 мин.
Казуси + дискусия	15 мин	Изберете 1 или 2 казуса за обсъждане
Самооценка + заключение	10 мин	Размисъл, домашна работа, формуляри за обратна връзка
Общо	~3 часа	Включително почивка

Урок 1 — Оформете бизнес идеята си

Слайдове: 4–7 (виж Приложение 1 — План на презентацията)

Липса на умения	Липса на структурирана бизнес концепция. Опитните предприемачи действат по инстинкт и навик — те никога не са излагали своя бизнес модел на хартия. Студентите и начинаещите предприемачи имат идеи, но нямат рамка, чрез която да проверят дали тези идеи са реалистични.
Практическо решение	Едностраничен „Бизнес канвас за агротуризм“ — адаптирана версия на „Бизнес модел канвас“ с 9 полета, съобразена с реалностите на малкия агротуризм.
Конкретен резултат	Попълнен „Бизнес канвас за агротуризм“.

Бележка за работата с канваса

Това е първият чернови вариант на канваса — не е окончателната версия. Участниците ще се връщат към него след всеки модул и ще актуализират полетата, свързани с това, което току-що са научили. До края на Модул 6 канвасът ще бъде завършен, тестван и готов за употреба. Насърчавайте участниците да пазят канваса си на сигурно място и да го носят на всяка сесия.

Съвет: помолете участниците да използват различен цвят всеки път, когато актуализират модела. Това прави еволюцията видима – те могат да видят как бизнес идеята им се е развила през цялата програма.

Обяснение на ключовите понятия

Какво е бизнес модел?

Бизнес моделът е просто логиката на това как работи вашият бизнес – какво предлагате, на кого го предлагате и как печелите пари от него. Това не е 50-страничен план. За малък оператор в областта на агротуризма той може да се побере на една страница.

Пример: Едно семейство близо до Мелник предлага посещения на лозя, дегустация на вино и директна продажба на вино. Техният бизнес модел е: „посетителите идват за преживяването, остават заради виното и купуват бутилки, за да ги отнесат у дома“. Три реда — това е бизнес модел.

Какво е предложение за стойност?

Вашето предложение за стойност е отговорът на въпроса: „Защо някой би дошъл в МОЯТА ферма, вместо да отиде някъде другаде?“ Не става въпрос да сте най-евтините. Става въпрос за това, което прави вашето място специално.

Пример: „Ние сме единствената ферма за шафран в региона, където посетителите могат да берат шафран на ръка и да научат как се преработва.“ Това е предложение за стойност – то е конкретно, реално и никой друг в околността не го предлага.

Какво представляват клиентските сегменти?

Това са различните типове хора, които биха могли да ви посетят. Те имат различни нужди и различна готовност да платят. Не е необходимо да обслужвате всички тях — но трябва да знаете към кои от тях се стремите.

Пример: Една ферма може да привлече три сегмента — градски семейства, търсещи уикенд излет, посетители от съседен регион на едnodневни екскурзии и пенсионери от Северна Европа, търсещи автентични селски преживявания. Всяка група иска нещо малко по-различно.

Какво представляват каналите?

Каналите са начините, по които хората научават за вас и правят резервации. Това може да бъде нещо толкова просто като препоръки от уста на уста и страница във Facebook, но може да включва и уебсайт, Booking.com, WhatsApp, местен туристически център или партньорства с туроператори.

Пример: Малък селски пансион получава 60% от резервациите си благодарение на профила си в Google Maps и отзивите. Те не са плащали за реклама – просто са се погрижили профилът им да е пълен и са помолили гостите да оставят отзив.

Какви са ключовите ресурси?

Всичко, което вече притежавате и от което зависи бизнесът ви – земя, сгради, оборудване, семейна работна ръка, познания за местността, рецепти, традиции. Повечето малки оператори подценяват това, което вече притежават.

Пример: „Рецептата на баба ми за домашно вино и 80-годишната изба“ – това е ключов ресурс. Не можете да го купите. Конкурентите ви не го притежават.

Какви са ключовите дейности?

Нещата, които действително правите, за да функционира бизнесът — отглеждане, производство, посрещане на гости, готвене, водене на екскурзии, поддържане на имота, публикуване в социалните медии.

Пример: За малък агротуризъм в Умбрия ключовите дейности са: отглеждане на маслини, производство на масло, курсове по готвене, посрещане на гости и публикуване в Instagram. Пет дейности — всичко останало е второстепенно.

Какви са ключовите партньорства?

Други хора и организации, с които работите — доставчици, съседни ферми, ресторанти, които купуват вашите продукти, местни екскурзоводи, туристическият офис, офисът на вашата МГД.

Пример: Две съседни ферми споделят доставъчен микробус и страница във Facebook. Никоя от тях не би могла да си позволи тези разходи сама. Заедно те достигат двойно по-голям пазар на половината цена.

Какво е структура на разходите?

Всички пари, които излизат от вашия бизнес — фиксирани разходи (наем, застраховки, кредити), променливи разходи (храна, материали, сезонна работна ръка) и скрити разходи (вашето собствено време, поддръжка, дребни ремонти). Това ще бъде разгледано подробно в Урок 2.

Пример: Собственичката на малък пансион в Родопите изчисли разходите си и откри, че само почистващите препарати и прането струват 120 евро на месец — нещо, което никога не е отчитала.

Какво представляват източниците на приходи?

Всички начини, по които парите постъпват във вашия бизнес. Повечето оператори в агротуризма имат един или два. Най-устойчивите имат от три до пет.

Пример: Един италиански агротуризм печели от стаи, кулинарни курсове, дегустации на маслиново масло, директни продажби на продукти и едно събитие за жътва годишно. Пет източника — нито един лош месец не може да съсипе бизнеса.

Бизнес канвасът за агротуризм — 9 полета

Поле	Въпрос, на който отговаря
1. Предложение за стойност	Защо си струва да се посети вашето място? Какво го прави специално?
2. Клиентски сегменти	Кои са посетителите? Кои хора искате да привлечете?
3. Канали	Как хората ви намират и правят резервации?
4. Взаимоотношения с клиентите	Как поддържате лоялността на гостите си?
5. Ключови ресурси	С какво вече разполагате — земя, сгради, умения, традиции?
6. Ключови дейности	С какво всъщност се занимавате — отглеждате, посрещате, готвите, водите екскурзии, продавате?
7. Ключови партньорства	С кого работите — съседи, доставчици, местни мрежи?
8. Структура на разходите	Колко струва да се поддържа това? (общ преглед — подробно в Урок 2)
9. Източници на приходи	Как постъпват парите? По колко начина?

Практическо упражнение — Създайте своя Бизнес канвас за агротуризм

Цел	Очертайте бизнес идеята си (или съществуващия си бизнес) на една страница
Какво правят участниците	Попълнете всички 9 полета на отпечатания шаблон на канваса. Напишете кратки, конкретни отговори — не есета. Всяко поле: максимум 2–5 точки.
За опитни оператори	Опишете съществуващия си бизнес такъв, какъвто е в момента. Бъдете честни — ако дадено поле е слабо или празно, това също е полезна информация.
За студенти / начинаещи предприемачи	Начертайте бизнес идея. Тя може да бъде реална или да се основава на сценария, предоставен от учителя.
Време	25 минути (20 минути работа + 5 минути обсъждане)
Обсъждане	Всеки участник посочва: най-силната си страна (това, което притежава) и най-слабата си страна (това, върху което трябва да работи)

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Започнете с това, което вече имате — земя, умения, традиции, семейни познания	Не се опитвайте да предложите всичко на всички още от първия ден
Бъдете конкретни относно това кои са вашите посетители — възраст, произход, какво искат	Не посочвайте „всички“ като ваша целева група
Помислете какво ви отличава от къщата за гости по-надолу по улицата	Не копирайте модела на съседа си, без да разберете защо той работи за него
Включете собственото си време и труд като реални разходи още от самото начало	Не смятайте, че трудът на близките е „безплатен“ — той има своя стойност
Изпробвайте идеята си в малък мащаб, преди да инвестирате — едно събитие през уикенда, една дегустация, една малка група	Не чакайте всичко да е „перфектно“, преди да започнете

Допълнително упражнение — Бизнес презентация в 3 изречения

Използвайте това упражнение, когато времето позволява (15 минути) или като енергизиращо упражнение след основното упражнение с канваса. То работи добре при смесени групи и дава незабавни, видими резултати.

Цел

Всеки участник описва своя агротуризм (реален или планиран) точно в 3 изречения: (1) Какво предлагам, (2) Кой идва и защо, (3) Как ме намират. Ако участникът не успее да попълни и трите, пропуските показват точно кои полета от канваса се нуждаят от повече работа.

Време

15 минути (5 минути за писане + 10 минути за презентации и обратна връзка)

Как работи

- Всеки участник пише 3 изречения на картичка или лист хартия — нито повече, нито по-малко
- Прочетете ги на глас пред останалите на масата (30 секунди на човек)
- Участниците дават обратна връзка: „Изречението, което ми хареса най-много, беше...“ и „Изречението, което бих подобрил, е...“
- Ако някой не може да напише третото изречение (как ме виждат), това води директно към Модул 2 — дигитални инструменти

Защо това работи

Това налага яснота. Ако не можете да го кажете в 3 изречения, все още нямате ясен бизнес модел. Обратната връзка от останалите участници е по-ценна от всеки учебник — реални хора ви казват какво са разбрали и какво не.

Съвети за фасилитиране на обучителя

- Строго изисквайте 3 изречения — не 5, не цял параграф. Ограничението е целта.
- Ако някой прочете неясно изречение („предлагаме качествени продукти“), попитайте групата: „Бихте ли резервирали това?“ — отговорът винаги е „не“.
- Свържете фасилитаторите с участниците — участниците задават въпросите, които би задал един посетител.
- Ако групата е голяма, правете това на маси (по 4–5 души), а не с цялата зала.

Забележка за адаптиране

Това упражнение работи във всяка обстановка и на всеки език. Структурата от 3 изречения е универсална. Само примерите и продуктите са специфични за дадения контекст.

Примери за използване

- **Ферма за шафран, която е изградила бизнес модел около една-единствена необичайна култура: отглеждане + производство на козметика + образователни посещения. Ясно предложение за стойност, което никой в околността не може да копира.**
- **Италия:** Маслинова ферма от трето поколение в Умбрия — 9 полета, попълнени естествено в продължение на три поколения, но те ги записаха едва наскоро и откриха, че най-слабото им поле е „каналите“ (прекалено зависими от една платформа).
- **Кооперация от четирима малки производители в селска местност — всеки поотделно има слаб канвас, но заедно те запълват пропуските един на друг**

(един разполага с помещения, друг — с продукти, трети — с микробус, а четвъртият говори английски).

Насоки за адаптиране

Моделът с 9 полета работи във всеки контекст на агротуризм. Обучителите трябва да подготвят 1–2 местни примера, показващи попълнен модел, за да могат обучаващите се да видят как изглежда завършен модел, преди да започнат да изготвят свои собствени.

Насоки за фасилитиране — Урок 1

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон на „Бизнес канвас за агротуризм“ за всеки участник (ако е възможно, във формат А3 — това дава повече място за писане)
- Разпечатайте 2–3 предварително попълнени листа със сценарии за обучаващите се, които все още нямат действащ бизнес
- Подгответе един попълнен канвас като визуален пример (на флипчарт или прожектиран) — използвайте измислено, но реалистично стопанство
- Осигурете хартия за флипчарт и маркери за обсъждането

Как да започнете урока

Започнете с въпрос, а не с лекция. Попитайте присъстващите: „Може ли някой да опише своя бизнес с три изречения — какво предлагате, кои са клиентите ви и как ви намират?“ Позволете на 2–3 души да опитат. Повечето ще се затруднят да бъдат кратки. Това е целта — ето защо ни е необходим канвасът. Кажете: „Ако не можете да опишете бизнеса си с три изречения, все още нямате ясен модел. Това е, което ще поправим сега.“

Подреждане на залата

Маси по 4–5 души. Когато е възможно, смесете опитни предприемачи със студенти. В идеалния случай всяка маса трябва да има участници от поне две държави (ако е приложимо).

По време на упражнението

- Обикаляйте из залата. Полетата, с които хората се затрудняват най-много, обикновено са „Предложение за стойност“ и „Клиентски сегменти“. Насърчавайте ги леко: „Какво казват посетителите, че им е харесало най-много? Вероятно това е вашето предложение за стойност.“
- Студентите може да смятат, че нямат какво да напишат. Напомнете им, че листът със сценария е тяхната отправна точка — и че измислянето на бизнес е точно така, както започват реалните бизнеси.
- Ако някой приключи по-рано, попитайте: „Кое поле има само един елемент? Това е вашата рискова област.“

Как да приключите урока

Бърз кръг — всеки посочва най-силната и най-слабата си област. Напишете отговорите за „най-слабите“ области на флипчарт. Вероятно ще забележите определени модели (каналите, партньорствата и източниците на приходи почти винаги са слаби). Кажете: „Именно тези слаби места ще ви помогне да запълните останалата част от този модул.“

Списък с материали

- Отпечатани шаблони на Бизнес канвас (по 1 на човек)
- Предварително попълнени листи със сценарии (3–5 копия)
- Един попълнен пример за бизнес канвас (на флипчарт или прожектиран)
- Химикалки и маркери
- Флипчарт за бележки от обсъждането

Урок 1 — Подкрепа за обучителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Примери за бизнес модели от агротуризм във вашия регион. Местни предложения за стойност, които работят. Често срещани грешки, които операторите правят, когато описват своя бизнес. Реални примери за диверсификация в агротуризма.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Упражнението с модела работи най-добре, когато обучителят може да посочи местни примери. Лозе във вашия регион е по-убедително от общ европейски пример.

ИИ подсказка за обучителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Обучавам малки оператори в агротуризма в [страна/регион] по мислене за бизнес модели. Дайте ми: (1) 3 примера за ясни предложения за стойност от агротуристически предприятия в [страна/регион], (2) 3-те най-често срещани грешки, които малките оператори правят при описанието на своя бизнес, (3) 2 примера за успешна диверсификация в агротуризма в [страна] — какво са добавили и защо е проработило. Използвайте прост и практичен език.“

Проверка от обучителя преди употреба

- Проверете дали примерите са реалистични за малък оператор, а не за голямо стопанство
- Уверете се, че всички споменати фирми или програми наистина съществуват
- Опростете езика — преформулирайте маркетинговите термини с прости думи
- Уверете се, че примерите за диверсификация съответстват на това, което е законно допустимо във вашата страна

Урок 2 — Познавайте цифрите си

Слайдове: 8–12 (вижте Приложение 1 — План на презентацията)

Липса на умения	Липса на систематично проследяване на разходите. Смесване на лични и бизнес средства. Скрытите разходи — собствен труд, сметки извън сезона, поддръжка, дребни ремонти — не се отчитат. Повечето оператори не могат да кажат дали са реализирали печалба или загуба през миналата година. Младите учащи нямат реална представа за разходите.
Практическо решение	Месечният финансов план — шаблон от една страница, в който се отразяват разходите (фиксиран, променлив, скрит), приходите по източници, печалбата или загубата, бележка за сезона и разходите за спазване на нормативните изисквания за всеки месец от годината.
Конкретен резултат	Попълнен шаблон за месечен финансов план.

Обяснение на ключовите понятия

Какво представляват фиксираният разходи?

Разходи, които остават същите, независимо дали имате 5 или 50 гости през месеца. Те не се променят в зависимост от активността — плащате ги във всеки случай.

Пример: наем или ипотека за имота ви, годишна застраховка, такси за лицензи, погасяване на кредити, абонамент за интернет. Малка къща за гости плаща 150 евро на месец за застраховка, независимо дали има гости или не.

Какво представляват променливите разходи?

Разходи, които се увеличават или намаляват в зависимост от броя на гостите или от обема на продукцията. По-голяма дейност = по-високи променливи разходи.

Пример: Храна за гостите, почистващи препарати, пране, гориво за транспорт, заплати на сезонния персонал. Ако посрещнете 20 души на дегустация вместо 10, ще ви трябват повече вино, повече сирене, повече салфетки.

Какво представляват скритите разходи?

Разходи, които са реални, но които повечето малки оператори никога не отчитат. Те са „под водната линия“ на айсберга.

Пример: Вашите собствени работни часове (ако работехте същото време за някой друг, той би ви платил). Малки ремонти, които правите сами. Износване на оборудването. Електричеството за загряване на вода за гостите. Една стопанка изчисли, че само прането и почистващите продукти ѝ струват 120 евро на месец — тя никога не ги е отчитала.

Какво е сезонност?

Моделът, според който вашият бизнес печели пари и кога не печели. В повечето селски райони в Европа приходите от агротуризм са концентрирани в период от 4–6 месеца. Но разходите — особено фиксираният разходи — се натрупват през всичките 12 месеца.

Пример: В по-голямата част от Южна и Югоизточна Европа активният сезон е приблизително от април до октомври, но варира според региона. В планинските райони летният сезон може да е по-кратък. В крайбрежните райони той често се удължава до късна есен, като има междинен сезон около събирането на маслините.

Какво представлява изчислението на печалбата/загубата?

Приходите минус всички разходи (фиксирани + променливи + скрити) се равняват на вашата печалба или загуба. Ако сумата е отрицателна за един месец, това може да е нормално (зима). Ако е отрицателна за цялата година, проблемът е структурен — вие се занимавате с хоби, а не с бизнес.

Пример: Малко стопанство с приход от 450 евро през юни, 300 евро фиксирани разходи и 150 евро променливи разходи има точно нулева печалба през този месец. То се нуждае или от повече приход, или от по-ниски разходи, само за да излезе на нула.

Какво представляват разходите за спазване на нормативните изисквания?

Парите, които харчите, за да отговорите на законовите изисквания — лицензи, инспекции, хигиенни сертификати, такси за категоризация, документация за безопасност на храните. Лесно е да се забравят при планирането, но те са реални и често са годишни.

Пример: В България процесът на категоризация на местата за настаняване е свързан с такса и изисква спазването на конкретни условия. В Италия регистрацията на агротуризм е свързана с регионални правила, които варират. В Гърция данъците и лицензирането за предлагане на храна се добавят към базовите разходи.

Фокус върху съдържанието

„Айсбергът“ на разходите

Това, което виждате над водната линия: семена, храна, суровини. Това, което се намира под нея: данъци, застраховки, маркетинг, почистване, поддръжка, амортизация, разходи за спазване на нормативните изисквания и вашите собствени работни часове. „Времето ви има цена, дори и никой да не ви плаща за него.“

Източници на доходи

Повечето оператори разчитат на един източник. Бизнесите, които оцеляват, имат поне три — настаняване, храна/дегустации, дейности, директни продажби на продукти. Не големи потоци — просто различни.

Реалността за 12 месеца

Обучителите трябва да обвържат това с местната сезонност. Използвайте визуална 12-месечна времева линия с цветово кодиране: зелено (приходи), жълто (някаква дейност),

червено (само разходи). Повечето обучаеми никога не са виждали годината си представена по този начин.

Формулата за печалба

Приходи – Фиксирани разходи – Променливи разходи – Скрити разходи = Печалба или загуба. Просто — но повечето хора никога не са го изчислявали за цяла година.

Практическо упражнение — месечният финансов план

Цел	Създаване на 12-месечен преглед на разходите и приходите
Какво правят учащите	Попълват шаблон от една страница: месечни разходи (фиксирани, променливи, скрити), приходи по източник, печалба/загуба, бележка за сезона, ред за разходите за спазване на нормативните изисквания. Очертават месеците в червено.
За опитни оператори	Използвайте реални цифри. Приблизителните стойности, отбелязани с „?“, са допустими.
За студенти / бъдещи оператори	Използвайте предварително попълнен сценарий, предоставен от учителя.
Време	20 минути (15 минути работа + 5 минути обсъждане)
Обсъждане	Всеки участник посочва един скрит разход, който не е взел предвид, и един рисков месец.

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Записвайте всеки разход, дори и малките — те се натрупват по-бързо, отколкото си мислите	Не смесвайте личните си пари с тези на бизнеса — дори ако всичко е „от един и същ джоб“
Пребройте собствените си работни часове и им определете цена (поне минималната работна заплата)	Не третирайте собственото си време като безплатно — това е най-често срещаната грешка в малкия агротуризм
Планирайте бюджета си за 12 месеца, а не само за сезона	Не харчете летните приходи, сякаш зимата не съществува
Проследявайте разходите за спазване на нормативните изисквания отделно — те лесно се забравят и трудно се избягват	Не пренебрегвайте таксите за лицензи, прегледите и подновяването на застраховките — те се налагат всяка година
Проверявайте отчетите си всеки месец, дори и приблизително — 5-минутна проверка ще ви спести изненади в края на годината	Не чакайте до декември, за да разберете, че сте загубили пари още през март

Примери за използване

- **Лозарско стопанство с настаняване, дегустации и музей.** Как разпределянето на приходите между 4 източника променя месечната картина. Термална/минерална вода наблизо като „зимно оръжие“, което все още не се използва.
- **Италия:** Агротуризм, където петте източника на приходи означават, че нито един лош месец не е фатален — но собственикът все пак следи разходите месечно, защото „дори пет източника могат да имат загуби“.
- **Кооперация, в която споделените разходи (оборудване, маркетинг, микробус) променят драстично месечната картина на всеки член в сравнение с работата на самостоятелна основа.**

Насоки за адаптиране

Обучителите трябва да заменят или допълнят примерите с местни еквиваленти. Основното послание — разделите разходите си, начертайте картина на доходите си, разгледайте цялата година — важи във всеки европейски селски контекст.

Насоки за фасилитиране — Урок 2

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон за месечен финансов план за всеки участник
- Разпечатайте 2–3 предварително попълнени листа със сценарии (същият бизнес като в сценария от Урок 1, но вече с цифри за разходите и приходите)
- Подгответе проста визуализация „айсберг“ — нарисувана на флипчарт или проекцирана
- Осигурете калкулатори (или се уверете, че участниците могат да използват телефоните си)
- Ако е възможно, подгответе пример за попълнен 12-месечен отчет, за да покажете как изглежда завършеният шаблон

Как да започнете урока

Нарисувайте или покажете изображението на айсберга. Попитайте: „Колко струва да управлявате вашата ферма или къща за гости? Дайте ми примери.“ Запишете отговорите на флипчарта — над линията, ако са очевидни, и под нея, ако са скрити. Повечето отговори ще бъдат над линията. След това кажете: „Сега нека добавя няколко, които вероятно сте пропуснали...“ и добавете: вашите собствени работни часове, поддръжка, почистващи продукти, дребни ремонти, такси за спазване на нормативните изисквания, банкови такси. Пребройте елементите под линията. Винаги има още.

По време на упражнението

- Най-голямата пречка е: „Не знам точната цифра.“ Повторете: „Напишете най-доброто си предположение и го отбележете с въпросителен знак. Предположението е по-добре от празна клетка.“
- Помогнете с оценката на променливите разходи: „Колко харчите, когато дойде един гост? Помислете за храна, почистване, допълнителна вода и електроенергия.“
- Някои участници ще открият, че губят пари. Не драматизирайте. Кажете: „Сега вече знаете. Това е първата стъпка към промяната.“

Как да приключите урока

Всеки споделя един скрит разход, който не е отчетел, и един рисков месец. Ако времето позволява, попитайте: „Кой има повече от 3 месеца на загуба?“ Това преминава към урок 3 (ценообразуване) и урок 4 (финансиране).

Списък с материали

- Отпечатани шаблони за месечен финансов план (по 1 на човек)
- Предварително попълнени листи със сценарии (3–5 копия)
- Визуализация на айсберг (на флипчарт или прожектирана)
- Един попълнен пример (незадължителен, но полезен)
- Калкулатори или телефони
- Химикалки

Урок 2 — Подкрепа за учителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Типични структури на разходите за малки агротуристически предприятия във вашата страна. Скрити разходи, които операторите често пропускат. Сезонни модели на доходите във вашия регион. Разходи за спазване на изискванията, специфични за националните ви нормативни актове.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Нивата на разходите, застрахователните премии и сезонните тенденции варират в цяла Европа. Учител, разполагащ с локализиранни данни — дори и приблизителни диапазони — прави упражнението по изготвяне на финансов план много по-достоверно.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Обучавам малки оператори в областта на агротуризма в [страна/регион] по проследяване на разходите и финансово планиране. Дайте ми: (1) реалистична месечна разбивка на разходите за малка агротуристическа ферма с 3–5 стаи в [страна], (2) типичната сезонна тенденция — кои месеци носят приходи, а кои само разходи, (3) основните разходи за спазване на нормативните изисквания, с които

операторът се сблъсква в [страна] (лицензи, инспекции, категоризация, застраховки). Използвайте приблизителни диапазони в евро. Нека информацията да е практична.“

Проверка от обучителя преди употреба

- Сравнете диапазоните на разходите с вашите собствени познания за местните цени
- Проверете изискванията за съответствие спрямо действащото национално законодателство
- Уверете се, че сезонната динамика съответства на вашия конкретен регион
- Премахнете елементите, които не се отнасят за много малки оператори (под 10 легла)

Урок 3 — Определете подходящата цена

Слайдове: 13–16 (вижте Приложение 1 — План на презентацията)

Недостатъци в уменията	Цените се определят инстинктивно, като се копира най-евтиният съсед или поради страх да не се „изисква твърде висока цена“. Не се отчита стойността на собствения труд и опит. Няма разлика между цените през делничните дни и цените в пиковите периоди. Липсва разбиране за това как обработката и опитът добавят стойност към суровия продукт.
Практическо решение	Методът „Ценова карта“ — изчислете минимална цена (базирана на себестойността), добавете премия за добавена стойност (история, опаковка, преживяване), определете 2 допълнителни услуги и определете разлика между цените в пиковите часове и през делничните дни.
Конкретен резултат	Попълнена „Ценова карта“.

Обяснение на ключовите понятия

Какво е минимална цена?

Най-ниската цена, която можете да поискате, без да губите пари. Тя се основава на реалните ви разходи — всичко, което е необходимо за производството или доставката на продукта или преживяването, включително и вашето собствено време. Под тази стойност всяка продажба е загуба.

Пример: Един буркан домашно сладко струва 1,80 евро за съставките, 0,50 евро за опаковката, 0,30 евро за енергия и 1,00 евро за вашия труд (30 минути при минимална заплата). Минимална цена: 3,60 евро. Ако го продадете за 3,00 евро, „защото това е цената, която иска съседът“, губите 0,60 евро от всеки буркан.

Какво е премия за стойност?

Допълнителната сума, която можете да начислите над минималната цена, поради значението, което вашият продукт или преживяване има за купувача — историята зад него, обстановката, начинът, по който се представя, усещането, което създава.

Пример: Един и същ мед — продаван в найлонова торбичка край пътя за 5 евро/кг или продаван в етикетирания стъклен буркан с картичка за пчелите и долината по време на посещение във ферма за 10 евро. Един и същ мед. Двойна цена. Разликата е в опаковката, историята и обстановката.

Какво представляват допълнителните екстри?

Малки екстри, които увеличават общата цена, без да повишават значително разходите. Те действат, защото гостът вече е там, вече е ангажиран, вече е в настроение за покупка.

Пример: Дегустацията на вино струва 12 евро на човек. Допълнение 1: бутилка за вкуси с „дегустационна отстъпка“ (7 евро вместо 9 евро). Допълнение 2: отпечатана карта с рецепта за местното сирене (0,20 евро за отпечатване). Посещението за 12 евро става 19+ евро, без преживяването да се промени значително.

Какво представлява ценообразуването за пикови и непикови периоди?

Да се таксува повече, когато търсенето е по-високо (уикенди, празници, фестивали, сезон на гроздобера), и по-малко, когато търсенето е по-ниско. Това е стандартна практика в европейския туризъм и спомага за изравняване на приходите.

Пример: Посещението на ферма струва 10 евро на човек в четвъртък и 14 евро на човек в събота. Никой не намира това за несправедливо — хотели, авиокомпаниите и ресторанти го правят навсякъде.

Какво представлява веригата на стойността?

Идеята, че всеки етап от преработката и представянето добавя стойност — и следователно позволява по-висока цена. Суровина < преработен продукт < преживяване, изградено около продукта.

Пример: Сурово грозде (1 евро/кг) → Бутилирано вино (7 евро/бутилка) → Дегустация на вино във винарската изба с гледка и история (25 евро/човек). Гроздето е едно и също. Стойността се е увеличила 25 пъти.

Фокус върху съдържанието

Защо ценообразуването по инстинкт не работи

Често срещани грешки: ценообразуване под собствените разходи, без да го осъзнавате. Копиране на най-евтиния конкурент. Налагане на една и съща цена през август и през февруари. Невключване на времето, което отделяте. „Ниските цени не привличат по-добри гости. Те привличат гости, които се оплакват повече.“

Минимална цена — стъпка по стъпка

Пример: селска закуска или дегустация. Избройте всички разходи. Добавете марж. Това е минимумът. Ако пазарът не е готов да плати тази цена, продуктът струва прекалено много за производство — той не е „прекалено скъп“.

Веригата на стойността в действие

Суровина → преработен продукт → преживяване. Това е най-важната концепция при ценообразуването в агротуризма. Илюстрирайте я с местни примери.

Допълнителни услуги и ценообразуване в пиковите периоди

Две малки екстри, които повишават цената. Цени за делнични дни срещу цени за уикенда. И двете са нормални, и двете са справедливи, и двете подобряват приходите, без да увеличават усилията пропорционално.

Практическо упражнение — Създайте своя ценоразпис

Цел	Създайте структурирана цена за един продукт или преживяване
Какво правят учащите	Изберете един артикул. Изчислете минималната цена. Добавете надценка за добавена стойност с обосновка. Определете 2 допълнителни услуги. Задайте цена за делнични дни и цена за пикови дни.
За опитни оператори	Използвайте реален продукт или преживяване от собствения си бизнес.
За студенти / начинаещи оператори	Определете цена за хипотетичен продукт (например, 90-минутна дегустация на вино за 8 души с бутилка за къщи).
Време	15 минути (10 минути работа + 5 минути обсъждане на масата)
Обсъждане	Кой е определил най-високата цена? Кой е определил най-ниската цена? Защо?

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Винаги изчислявайте минималната си цена, преди да решите колко да поискате — знайте колко е минимумът	Не определяйте цената, като се ориентирате по цената на най-евтиния конкурент
Включете собствения си труд в изчислението на разходите — времето ви струва поне колкото минималната работна заплата	Не забравяйте да отчитате собствените си часове — „Аз сам го направих“ не е същото като „беше безплатно“
Взимайте повече за преживяванията, отколкото за суровите продукти — историята и обстановката имат реална стойност	Не се чувствайте виновни, че добавяте надценка за добавена стойност — гостите плащат за преживяването, а не само за продукта
Определяйте различни цени за делнични дни и за уикенди/празници — търсенето е различно, цените също трябва да са различни	Не определяйте една и съща цена през цялата година — пазарът през август и февруари не е един и същ

Предлагайте допълнения, които ви струват малко, но добавят възприемана стойност (картички с рецепти, проби, места за снимки)

Не усложнявайте допълнителните услуги — нека те да са прости и лесни за предоставяне

Примери за използване

- **Ферма за бадеми** — сурови бадеми → тахини → образователна екскурзия. Три ценови нива от една реколта. Също така: сравнение на цените на местния мед с тези в известен туристически регион — същото качество, различна цена, различна опаковка.
- **Италия:** Закуска в агротуризм — включването на собствени продукти в цената на стаята превръща храненето в ежедневна витрина на продуктите и канал за продажби. Кулинарен курс за 45 евро на човек — разходите за съставките са 3 евро, останалото е преживяване.
- **Гърция:** Малък производител на зехтин, който започна да продава по 4 евро/литър край пътя, а сега продава по 12 евро/литър в бутилки с марка на фестивали на храната. Същото масло, различно представяне.

Насоки за адаптиране

Методът за ценообразуване е универсален. Обучителите трябва да използват местни продукти и местни ценови нива в примерите. Концепцията за веригата на стойността работи с всеки селскостопански продукт — маслини, лавандула, сирене, шафран, мед, вино, билки.

Насоки за фасилитиране — Урок 3

Преди занятието

- Разпечатайте по един шаблон за „Ценова карта“ за всеки участник
- Подгответе визуализацията на веригата на стойността: суров продукт → преработен продукт → преживяване (с цена на всеки етап)
- Ако е възможно, донесете истински продукти за сравнение (например, мед в найлонова торбичка срещу мед в марков буркан)
- Подгответе попълнен пример за „Ценова карта“, който да покажете преди упражнението

Как да започнете урока

Покажете два продукта (или снимки): един и същ мед в найлонова торбичка и в марков буркан. Попитайте: „Колко бихте платили за този? А за този?“ Отговорите ще бъдат различни. След това кажете: „Медът е един и същ. Пчелите са едни и същи. За какво всъщност плащате?“ Позволете им да отговорят — опаковка, история, представяне, доверие. Кажете: „Това е това, което наричаме „премия за стойност“. И повечето от вас не я таксуват.“

По време на упражнението

- Най-често срещаният проблем е, че участниците определят твърде ниска цена. Попитайте: „Включихте ли времето си? Колко часа отнема това?“ Преизчислете заедно с тях.
- Ако групата е международна, помолете един италиански или гръцки оператор да сподели цената си за сравним продукт. Нека сравнението говори само за себе си.
- За допълнителните услуги дайте конкретни примери: карта с рецепта (0,20 евро), малка проба, възможност за снимка, „сертификат за участие“.

Как да приключите урока

Попитайте: „Колко от вас определиха по-висока цена от тази, която взимате в момента?“ Повечето ще вдигнат ръка. Кажете: „Тази разлика между сегашната ви цена и цената, която току-що изчислихте — това са парите, които пропускаете всеки ден.“

Списък с материали

- Отпечатани шаблони за ценови карти (по 1 на човек)
- Визуализация на веригата на стойността (флипчарт или прожектирана)
- Реални продукти за сравнение (ако има такива) или снимки
- Един попълнен пример за ценова карта
- Попълнени месечни финансови планове от Урок 2 (на участниците)
- Химикалки, калкулатори/телефони

Урок 3 — Подкрепа за обучителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Типични цени за агротуризм във вашия регион. Примери за вериги на стойността, използващи местни продукти. Сравнение на цените между вашата страна и съседните държави. Идеи за допълнителни услуги, които работят на местно ниво.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Ценообразуването е най-чувствителната тема. Операторите определят твърде ниски цени и се съпротивляват на повишаването им. Местните сравнения на цените — особено трансграничните — са най-мощният инструмент за показване на разликата.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобен инструмент:

„Обучавам малки оператори в областта на агротуризма в [страна/регион] по въпросите на ценообразуването. Дайте ми: (1) типични ценови диапазони за обичайни агротуристически преживявания в [страна] — нощувка, дегустация на вино, кулинарен курс, обиколка на ферма, (2) същите цени в [съседна страна] за сравнение, (3) 3 примера за верига на стойността с местен продукт от [регион] — суров →

преработен → цена на преживяването, (4) 5 прости идеи за допълнителни услуги за малки ферми. Нека информацията да е практична, с цени в евро.“

Проверка от учителя преди употреба

- Проверете ценовите диапазони, като разгледате актуалните обяви в Booking.com за вашия район
- Уверете се, че сравнението между държавите е справедливо — сходно качество и обстановка
- Проверете дали примерите за вериги на стойността използват продукти, които действително се отглеждат във вашия регион
- Тествайте идеите за допълнителни услуги — биха ли проработили в истинско местно стопанство?

Урок 4 — Намерете финансиране, започнете с малки стъпки

Слайдове: 17–20 (вижте Приложение 1 — План на презентацията)

Липса на умения	Операторите са чували за финансиране от ЕС, но смятат, че то е „за големи компании“ или че изисква „невъзможна бюрокрация“. Мнозина чакат голяма субсидия и междувременно не правят нищо. Младите учащи нямат представа за системите за финансиране. Ниско ниво на познания за възможностите за диверсификация, които изискват малки или никакви инвестиции.
Практическо решение	Планът с 2 направления — Направление А: определете един реалистичен път за финансиране и подгответе основите. Направление Б: изберете едно действие с ниски разходи, което можете да започнете в следващите 60 дни без какво финансиране.
Конкретен резултат	Изготвен план за финансиране и действие за следващите 60 дни.

Обяснение на ключовите понятия

Какво представлява Общата селскостопанска политика (ОСП)?

Основната рамка на ЕС за подкрепа на селското стопанство и селските райони. Тя осигурява финансиране за земеделски стопани, производители на храни и селски общности във всички държави-членки на ЕС. Това не е една програма — а голяма система с много подпрограми.

Пример: В рамките на ОСП едно малко стопанство може да получи подкрепа за диверсификация към туризъм, подобряване на енергийната ефективност или маркетинг на местни продукти — ако знае къде да подаде заявление и отговаря на основните условия.

Какво представлява LEADER / CLLD?

Подход „отдолу нагоре“ към развитието на селските райони, финансиран чрез ОСП. LEADER работи чрез местни групи за действие (МГД) — местни организации, които решават кои малки проекти да бъдат финансирани в техния район. Той е специално предназначен за малки проекти на общностно равнище.

Пример: Една местна МГД финансира малък проект за поставяне на указателни табели за местни стопанства, отворени за посетители. Заявлението беше кратко, бюджетът — малък, а решението беше взето на местно ниво — не в столицата или в Брюксел.

Какво представлява МГД (местна група за действие)?

Партньорство между местни публични и частни организации, което управлява финансирането по LEADER в конкретен район. Вашата МГД е първата ви точка за контакт за финансиране за развитие на селските райони.

Пример: „Отидете в офиса на вашата МГД. Представете се. Попитайте: кои покани за кандидатстване са отворени в момента? Те са там, за да ви помогнат — това е тяхната работа.“

Какво е ПРСР (Програма за развитие на селските райони)?

Националната програма, чрез която всяка страна от ЕС разпределя своя дял от средствата за развитие на селските райони по ОСП. Всяка страна има своя собствена Програма за развитие на селските райони (ПРСР) със свои приоритети и правила за кандидатстване.

Пример: България има Програма за развитие на селските райони (ПРСР). Италия има регионални програми за развитие на селските райони (PSR). Гърция работи чрез своя национален стратегически план по ОСП.

Какво е диверсификация на доходите?

Добавяне на нови начини за печелене на пари, без да се изоставя основната селскостопанска дейност. Целта е да се намали зависимостта от един-единствен източник на доходи.

Пример: Лозе, което преди продаваше вино само на пазара, сега предлага и дегустации през уикенда, продава директно от стопанството и организира едно събитие за бране на грозде всяка есен. Три нови източника на доходи, без големи инвестиции.

Какво представлява кооперативният модел или моделът на споделени разходи?

Двама или повече оператори, които споделят разходите — за оборудване, маркетинг, транспорт или персонал — с цел да намалят индивидуалните си разходи.

Пример: „В някои части на Италия земеделските стопани споделят доставъчен микробус, мениджър за социални медии и съвместен щанд на фестивали за храни. Техните фиксирани разходи са наполовина от това, което биха платили, ако действаха самостоятелно.“

Фокус върху съдържанието

ОСП / LEADER / ПРСР на прост език

Какво финансират, кой може да кандидатства, как изглежда процесът. Без жаргон. „LEADER е точно за вида малък проект, за който мислите.“

Къде да търсите — по държави

Представено като справочна карта. Всяка държава има своя собствена програма за развитие на селските райони, структура на LEADER/CLLD и възможности за трансгранично сътрудничество. Обучителите трябва да проучат конкретните програми, налични в техния регион. Обучителите в други държави подготвят местен еквивалент.

Идеи с ниски разходи, които не изискват субсидия

Сезонни дегустации, малки работилници, кът за фермерски продукти, събития по повод жътвата, пакетна оферта „посещение + дегустация + покупка“, съвместен маркетинг със съсед.

Кратък преглед на сертификатите

ЗНП, ЗГУ, екологични етикети — обучаващите се не се нуждаят от тях, за да започнат, но знанието, че съществуват, помага при планирането за бъдещето. Подробно разглеждане в Модул 3.

Гледната точка на ЕС (практическа, а не теоретична)

Финансирането дава предимство на проекти, които демонстрират екологична отговорност, местни вериги на доставки и полза за общността. „Ако използвате местни продукти, намалявате отпадъците и наемате местни хора, вече разполагате с половината от изискванията, необходими за кандидатстване за финансиране.“

Практическо упражнение — Моето финансиране и план за следващите 60 дни

Цел	Да се определи един начин за финансиране и едно незабавно действие с ниски разходи
Какво правят обучаващите се	Две колони в един шаблон. Колона А: една програма за финансиране, документи, които вероятно ще са необходими, с кого да се свържете, целева дата. Колона Б: едно действие през следващите 60 дни без финансиране — какво, първа стъпка, начална дата.
За опитни оператори	И двете линии се основават на тяхната реална ситуация.
За студенти / начинаещи оператори	Пътека А: същото. Пътека Б: преформулирана като „първа стъпка за тестване на идеята ми“ (организиране на малко събитие, посещение на агротуристически бизнес, създаване на страница в социалните медии за дадена концепция).
Време	15 минути (10 минути работа + 5 минути споделяне — всеки участник излага своето 60-дневно действие в едно изречение)
Обобщение	Публичен ангажимент: всеки участник излага на глас своето 60-дневно действие.

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Посетете местния офис на МГД — това е безплатно, това е тяхната работа и те знаят какво е отворено	Не приемайте, че финансирането от ЕС е предназначено само за големи компании или хора с връзки

Започнете с малък, реалистичен проект за първата си кандидатура — запознайте се с процеса чрез нещо, което можете да управлявате	Не чакайте „идеалната“ голяма субсидия — ще чакате вечно и няма да направите нищо
Подгответе основните си документи предварително (регистрация, данъчен номер, документи за собственост, концепция от 1 страница)	Не започвайте да попълвате заявлението седмица преди крайния срок — ще пропуснете нещо
Направете едно евтино действие през следващите 60 дни — тествайте идеята, преди да инвестирате в нея	Не бъркайте „Нямам финансиране“ с „Не мога да започна“ — много добри първи стъпки не струват нищо
Говорете с други оператори, които са получили финансиране — техният опит е по-полезен от всяко ръководство	Не се опитвайте да се ориентирате в системата за финансиране сами — потърсете помощ от вашата МГД, общината или проект като този

Примери за използване

- **България:** Проект, финансиран по програма „LEADER“ — указателни табели, маркетингови материали или малък ремонт.
- **Трансграничен проект, свързващ стопанства в съседни региони чрез общ маршрут за дегустация на храни или вина.**
- **Италия:** Диверсификация на стопанство, подкрепена от МГД — как местната група за действие помогна на малък оператор да добави кулинарен курс и да го популяризира.

Насоки за адаптиране

Условията за финансиране се различават в различните страни. Обучителите трябва да подготвят местна справка за финансирането преди провеждането на обучението. Методът с две направления работи навсякъде.

Насоки за фасилитиране — Урок 4

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон „Финансиране и план за следващите 60 дни“ за всеки участник
- Подгответе информационна карта за финансирането, специфична за съответната страна — по една страница за всяка страна, в която са посочени 3–4 подходящи програми
- Ако е възможно, поканете местен представител на местна група за действие (МГД) или някой, който е получил финансиране по програмата „LEADER“
- Подгответе 3–4 примера за диверсификация с ниски разходи на флипчарт

Как да започнете урока

Попитайте: „Кой от вас някога е кандидатствал за финансиране от ЕС или за някаква публична субсидия?“ Пребройте вдигнатите ръце. Обикновено са много малко. След това попитайте: „Кой смята, че процесът е твърде сложен за него?“ Повече ръце. Кажете: „LEADER е създаден точно за хора като вас. Малки проекти, местни решения, управляема документация. Проблемът не е, че е твърде трудно. Проблемът е, че никой не ви е казал къде е вратата. Днес ще ви покажа вратата.“

След това попитайте: „Кой чака да получи финансиране, преди да започне нещо ново?“ Кажете: „Това е капанът. Чакането на пари е най-скъпото нещо, което можете да направите — то ви коства време. Затова днес ще работим по две направления.“

По време на упражнението

- Направление А: Мнозина няма да знаят коя програма да изберат. Посочете справочната карта и им помогнете да стеснят избора.
- Направление Б: Настоявайте за конкретика. „Какво точно? До кога? Какво е първото нещо, което ще направите утре сутринта?“
- За студентите вариант Б е от ключово значение. Помогнете им да го разгледат като тест, а не като ангажимент.
- Ако присъства представител на МГД, отделете му 5–10 минути.

Как да приключите урока

Всеки участник излага своето 60-дневно действие в едно изречение. Запишете ги на флипчарт. Това създава публичен ангажимент. Завършете с: „Сега разполагате с четири документа: канвас, моментална снимка, ценова карта и план. Това е повече бизнес планиране, отколкото повечето оператори в агротуризма някога правят. Използвайте ги.“

Списък с материали

- Разпечатани шаблони за финансиране и план за следващите 60 дни (по 1 на човек)
- Карти с информация за финансиране, специфични за всяка страна
- Списък с идеи за диверсификация с ниски разходи (на флипчарт или прожектиран)
- Гост-лектор от МГД или опитен кандидат (незадължително, но препоръчително)
- Попълнени от участниците шаблони „Бизнес канвас“, „Месечен финансов план“ и „Ценова карта“ от предишните модули
- Химикалки, флипчарт за действията за следващите 60 дни

Урок 4 — Подкрепа за учителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Текущи обяви за LEADER/CLLD във вашия регион. Данни за контакт с МГД във вашия район. Приоритети на националната програма за развитие на селските райони. Примери за диверсификация с ниски разходи, които са дали резултат за малки стопанства.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Информацията за финансирането бързо остарява. Обучител, който пристига с името на местната МГД, текущите отворени покани и един реален финансиран проект, превръща този урок от теория в действие.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Обучавам малки оператори в областта на агротуризма в [страна/регион] относно финансирането от ЕС и стартирането на малък бизнес. Дайте ми: (1) МГД, обхващаща [регион/община], с данни за контакт, (2) 2–3 текущи или скорошни покани по програмите LEADER/CLLD, свързани с агротуризма в [страна], (3) 3 нискобюджетни мерки за диверсификация, които малка ферма може да започне в рамките на 60 дни без никаква субсидия, (4) ключовите документи, необходими за кандидатстване по програмата LEADER в [страна]. Информацията трябва да е приложима на практика.“

Проверка от учителя преди употреба

- Проверете имената и контактите на МГД чрез директория на МГД в мрежата на ОСП на ЕС
- Уверете се, че обявите за финансиране са действително актуални — изкуственият интелект може да цитира изтекли обяви
- Проверете дали изискванията за документите съответстват на действителната процедура за кандидатстване във вашата страна
- Уверете се, че идеите за „60-дневни дейности“ са наистина осъществими без никакъв бюджет

Казуси

Всеки модул включва точно два примера от практиката. Всеки от тях следва една и съща структура, което улеснява сравнението и прилагането в различни страни.

Казус 1 — България: Еднодневната екскурзия „Farmstop“

Лозарски регион в Южна Европа

Контекст	Малко семейно лозе в топъл и сух регион. Производство на вино, 3 стаи за гости, основна кухня. Разчита главно на летни настанявания и продажба на вино на местния пазар. Минимален маркетинг — от уста на уста и страница във Facebook.
Оферта	Пакет за еднодневна екскурзия „Farmstop“ — структурирана 2-часова обиколка, включваща разходка из лозята, дегустация на 3 местни вина със сирене, възможност за директна покупка на бутилки. Настаняването се предлага отделно за посетители през уикенда.
Целева аудитория	Посетители през уикенда от най-близкия град (2–3 часа път с кола), еднодневни туристи от съседен регион (1–1,5 часа), малки организирани групи.
Канали	Страница във Facebook, Booking.com (само стаи), WhatsApp за директни групови резервации, местен туристически офис, препоръки от уста на уста.
Логика на ценообразуването	Пакет „Farmstop“: 12 евро на човек (минимална цена около 7 евро — марж, изчислен въз основа на опита). Стая: 25–30 евро на нощ. Вино във фермата: 20% над местната пазарна цена.
Сезонност	Активен от май до октомври. Няма зимна оферта. Източници на термална вода на 15 минути разстояние, които не са интегрирани в бизнеса.

3 извлечени поуки

1. Пакетът за еднодневна екскурзия носи повече приходи на час работа, отколкото нощувките.
2. Booking.com удържа 15% и не споделя данни за контакт с гостите. При директните резервации чрез WhatsApp се запазва цялата сума и се създава списък с гости.
3. Четири до пет месеца без приходи при постоянни фиксирани разходи са най-големият финансов риск — и най-лесният за преодоляване дори с едно събитие извън сезона.

Какво да приложите утре

Създайте пакет за структурирано кратко посещение с ясна продължителност и цена. Настройте WhatsApp Business. Тествайте една концепция за зимен уикенд.

Тема за дискусия

„Ако започвахте това от нулата, коя част бихте изградили първа — и защо?“

Казус 2 — Италия: Ритъмът на агротуризма

Умбрия / Южна Италия

Контекст	Семейна маслинова ферма, 5 стаи, трето поколение. Фиксиран седмичен график — кулинарен курс в сряда, дегустация в петък. Селскостопанският календар определя туризма, а не обратното.
Оферта	Стаи със закуска (с продукти от собственото стопанство), кулинарен курс, дегустация на маслиново масло, директна продажба на продукти (масло, консерви, мед), сезонно събитие за реколтата през ноември.
Целева аудитория	Туристи от Северна Европа (Германия, Великобритания, Нидерландия), местни посетители от Рим/Милано, групи за гастрономически туризъм, спорадични зимни корпоративни събития.
Канали	Собствен уебсайт, Airbnb, Agriturismo.it, Instagram, местни фестивали на храната, 2 партньорства с туроператори.
Ценова логика	Стая: 70–90 евро/нощувка, включително закуска с продукти от фермата (закуската = витрина на продуктите). Кулинарен курс: 45 евро/човек. Масло от фермата: 2 пъти по-скъпо от цената в супермаркета, с история и опаковка.
Сезонност	Пиков сезон: април–октомври. Междинен сезон: събития, свързани с реколтата на маслини (ноември). Зима: кулинарни курсове за малки групи, корпоративни ретрити, онлайн продажби на продукти.

3 извлечени поуки

1. Фиксираните дни за преживявания опростяват дейността и осигуряват предвидимост. Гостите правят резервации според графика на фермата.
2. Петте източника на приходи означават, че нито един лош месец не е фатален.
3. Историята и опаковката удвоиха цената на същото маслиново масло.

Какво да приложите утре

Ритъмът с фиксирани дни — изберете 2 дни в седмицата за дейности. Логиката на надценката за преживяванията. Реколтата като събитие, което може да се резервира, а не просто като работа.



Тема за дискусия

„Кой от тези пет източника на доходи бихте опитали първо, ако разполагате с ограничени средства, но имате добра земя и добри продукти?“

Практически упражнения — обобщение

#	Заглавие	Свързано с	Време	Резултат
1	Изградете своя Бизнес канвас за агротуризм	Урок 1	25 мин	Завършен Бизнес канвас (9 полета)
2	Месечният финансов план	Урок 2	20 мин	12-месечен преглед на разходите и приходите
3	Създайте своя ценова карта	Урок 3	15 мин	Ценова карта с минимална цена, премия за стойност, допълнителни услуги, разграничение между пикови дни и делнични дни
4	Моето финансиране и план за следващите 60 дни	Урок 4	15 мин	Начин на финансиране + едно незабавно действие с ниска цена и определена дата

Всички упражнения включват вариант за учащи, които все още нямат собствен бизнес.

4 шаблона за работа у дома

#	Шаблон	Какво обхваща
1	Бизнес канвас за агротуризм	9 полета: предложение за стойност, клиенти, канали, взаимоотношения, ресурси, дейности, партньорства, разходи, приходи
2	Месечен финансов план	Разходи (фиксирани, променливи, скрити), приходи по източник, печалба/загуба на месец, бележка за сезона, ред за разходите за спазване на нормативните изисквания
3	Ценова карта	Минимална цена, премия за стойност, крайна цена, разпределение по пикови дни/работни дни, 2 допълнения, кратко обоснование
4	Финансиране и план за следващите 60 дни	Направление А: програма за финансиране, документи, контакт, дата. Направление Б: нискобюджетни действия, първа стъпка, начална дата

Бизнес канвасът — динамичен документ

Бизнес канвасът за агротуризм, създаден в Модул 1, не е еднократно упражнение. Той е динамичен документ, който се разраства с всеки модул от програмата.

След всеки от шестте модула обучаващите се трябва да извадят своя канвас и да го актуализират с това, което току-що са научили. Новите знания за дигиталните инструменти, стойността на продукта, устойчивите практики, преживяванията на посетителите или бъдещите тенденции — всичко това се отразява в канваса. Полетата, които са били слаби или празни в първия чернови вариант, постепенно се попълват. Към края на програмата канвасът вече не е чернови вариант — той е изпитана, завършена бизнес концепция на една страница.

Инструкции за учителите, провеждащи всеки модул:

В края на всеки модул помолете участниците да извадят своя „Бизнес канвас“ от Модул 1 (5 минути). Попитайте ги: „Какво научихте днес, което променя нещо във вашия „Бизнес канвас“? Актуализирайте го сега.“ Това отнема много малко време, но поддържа връзката между модулите видима и практична.

Съвет: помолете участниците да използват химикал с различен цвят всеки път, когато актуализират канваса. Това прави еволюцията видима — те могат да видят как бизнес идеята им се е развила през цялата програма.

За участниците е предоставена едностранична раздаточна материя „Пътят на канваса“ (виж Приложение 3). Раздайте я в края на Модул 1, за да знаят какво предстои и защо канвасът е важен и след днес.

Самооценка

Пет въпроса за размисъл. Лични и практични, без оценка.

1. Погледнете вашия „Бизнес канвас“ — в коя област сте най-силни и коя се нуждае от най-много работа?
2. Колко от разходите ви бяха „под повърхността“ — неща, които не сте отчитали до днес?
3. Когато разглеждате месечния си финансов план, кои месеци са най-слабите ви? Какво бихте могли да направите по този въпрос?
4. Цената ви базирана ли е на изчисления или на усещане? Какво бихте променили в ценовата си карта?
5. Какво е вашето действие за следващите 60 дни — и кога точно ще започнете?

Бележки за учителя

За смесената аудитория

Ако групата включва както опитни оператори, така и студенти, настанете ги заедно. Операторите носят реалност и практически знания. По-младите учащи се носят въпроси, дигитални умения и свежа перспектива. И едните, и другите се учат от обмена.

Относно съпротивата срещу цифрите

Някои участници ще кажат: „Не знам какви са разходите ми.“ Кажете им: предположение с въпросителен знак е по-добре от празна клетка. Важното е осъзнаването, а не счетоводната точност.

Относно канваса

Някои опитни оператори ще се съпротивляват – „Познавам бизнеса си, не е нужно да го записвам.“ Помолете ги все пак да опитат. Повечето откриват поне една слаба област. За студентите канвасът е от съществено значение – той превръща една неясна идея в нещо конкретно.

За динамиката между държавите

Когато оператори от различни държави сравняват цените, разликите често са поразителни. Не прескачайте тези моменти — те са сред най-ценните познания в модула.

Относно времето

Упражнението „Бизнес канвас“ (25 мин.) е най-дългото и обикновено предизвиква дискусия. Поддържайте обсъждането фокусирано — по една силна и по една слаба страна на човек. Ако изоставате от графика, съкратете дискусията за сравнението в Урок 3.

Относно шаблоните като крайни резултати

Четири шаблона са истинският резултат от този модул. Ако участникът си тръгне с попълнени и четирите, модулът е постигнал целта си — независимо колко теория е усвоил.

Относно адаптирането

Примерите са свързани с България, Гърция и Италия (страните партньори по проекта). Обучителите в други контексти трябва да заменят примерите с местни еквиваленти. Методите, шаблоните и упражненията могат да се приложат във всяка европейска среда за селски агротуризм.

Относно домашната работа

Разделът с домашните задачи е предоставен отделно (вижте следващия раздел). Насърчавайте обучаващите се да изпълнят поне една задача преди следващата сесия. Ако провеждате този модул като самостоятелно събитие без последващи дейности,



помолете обучаващите се да си поставят личен краен срок и да го споделят с някого от масата си — взаимната отговорност между колегите дава резултати.



Домашни задачи за участниците

Тези задачи са предназначени да бъдат изпълнени след обучителната сесия. Те помагат на обучаващите се да приложат наученото в собствената си реална ситуация. Обучителите трябва да ги представят в края на модула и да насърчат обучаващите се да изпълнят поне една от тях преди следващата сесия или в рамките на 2 седмици.

Задача 1 — Проверка на реалните разходи (свързана с Урок 2)

Изберете най-популярния си продукт или услуга (бурканче конфитюр, нощувка за гост, дегустация — каквото и да продавате най-много). Изчислете точната му цена, стъпка по стъпка:

- Избройте всички съставки или материали, които се използват за него
- Добавете разходите за енергия (електричество, газ, гориво) — дори и ако са приблизителни
- Добавете разходите за опаковка, етикети или други разходи, свързани с представянето
- Добавете собственото си работно време — колко минути или часа ви отнема? Оценете времето си според местната минимална работна заплата.
- Добавете част от фиксираните си разходи (застраховка, наем, амортизация на оборудването) – разделете месечните си фиксирани разходи на броя продукти или услуги, които предоставяте за един месец

Запишете общата сума. Сравнете я с това, което в момента таксувате. Ако разходите са по-високи от цената ви, губите пари от всяка продажба.

Донесете резултата на следващата сесия. Ако няма следваща сесия, споделете го с някого от групата ви за обучение в рамките на една седмица.

Задача 2 — Разходка при конкурентите (свързана с уроци 1 и 3)

Посетете един агротуристически обект близо до вас — като гост, а не като конкурент. Това може да бъде ферма, къща за гости, винарска изба или фермерски магазин. Докато сте там, наблюдавайте:

- Какво предлагат? Как е представено?
- Колко струва? Цената видима ли е?
- Какъв е опитът — от момента на пристигането ви до момента на заминаването ви?
- Какво бихте направили по различен начин?
- Какво бихте могли да научите от тях?

Напишете бележка от половин страница с вашите наблюдения. Ако е възможно, направете няколко снимки (с разрешение). Става дума не за копиране, а за това да погледнете на собствения си бизнес с нови очи.

Задача 3 – 60-дневната проверка (свързана с Урок 4)

По време на сесията написахте 60-дневен план за действие във вашия „План за финансиране и следващите 60 дни“. Тази задача е проста:

- Впишете началната дата в календара или телефона си – днес, а не „някога“
- Разкажете на някого за това (член на семейството, колега от обучението, приятел) — публичният ангажимент прави отлагането по-трудно
- След 60 дни проверете: изпълнихте ли го? Ако да — какво се случи? Ако не — какво ви попречи?

Ако вашата обучителна програма включва последваща сесия, споделете тази информация там. Ако не, изпратете кратко съобщение на вашия обучител или на друг участник.

Задача 4 — Попълнете вашия Бизнес канвас у дома (свързано с Урок 1)

По време на сесията попълнихте бързо своя бизнес канвас. Сега го вземете у дома и го прегледайте отново, като му отделите повече време:

- Има ли все още празни полета? Опитайте се да ги попълните — или запишете какво трябва да разберете
- Покажете го на някой, който познава вашия бизнес (член на семейството, партньор, приятел). Попитайте го: „Изглежда ли това правилно? Какво ми липсва?“
- Ако сте студент, покажете го на някой, който управлява истински агротуризм, и попитайте за честното му мнение

Един добър бизнес канвас никога не се завършва от първия път. Той става по-добър с всеки път, когато го прегледате отново.

Задача 5 (по избор) — Експериментът с цените (свързан с Урок 3)

Ако вече имате продукт или услуга, опитайте следното:

- Повишете цената с 10–20% за една седмица или за конкретна група гости
- Добавете едно просто допълнение (картичка с рецепта, малка проба, възможност за снимка)



- Наблюдавайте: оплака ли се някой? Загубихте ли клиенти? Колко повече спечелихте?

Повечето оператори, които пробват това, откриват, че никой не е забелязал увеличението на цената — а допълнението е накарало гостите да почувстват, че получават повече. Парите, които сте пропускали да спечелите, стават много видими.

Тази задача е предназначена само за оператори с вече съществуващи продажби. Обучаващите се могат вместо това да планират хипотетичен експеримент с цените за своя бизнес сценарий.

Приложения

Приложение 1 — План за презентация (слайдове)

Презентацията със слайдове, придружаваща този модул, се предоставя като отделен файл. Тя е предназначена за използване при обучение на място, онлайн или в хибриден формат и следва структурата на модулите в настоящото ръководство.

Презентацията включва:

- Слайдове с въведение (заглавие на модула, общ преглед, упражнение за разчупване на леда)
- Слайдове със съдържание за всеки от 4-те урока
- Слайдове с инструкции за упражненията с визуални прегледи на всеки шаблон
- Слайдове с казуси
- Слайдове за самооценка и заключение

Съдържанието на слайдовете, сценариите за учителите и бележките за водене на занятията за всеки слайд са подробно описани в документа „План на презентацията“.

Вижте отделния файл: Модул 1 — План на презентацията и съдържание на слайдовете

Приложение 2 — Колекция от ресурси

Това приложение предоставя 18 проверени ресурса, готови за използване от учителите, в подкрепа на провеждането на Модул 1. Всички връзки са проверени на 5 март 2026 г. Включени са само стабилни, първични и официални източници.

Как да ги използвате в клас

Разпечатайте PDF файловете, маркирани като „приоритетни за разпечатване“ (преглед на разходите, ръководство за ценообразуване/дизайн на потребителското преживяване, CAP накратко, контролен списък за екологичния етикет, пътна карта за хранителните отпадъци, извлечение от Закона за туризма), а останалите запазете като QR връзки за след края на сесията. Повечето елементи са кратки PDF файлове или прости уеб страници, които работят на мобилен телефон.

Как да адаптирате примерите към вашия регион

Учителите трябва да заменят примерите в този модул с примери от собствената си страна и регион. Използвайте местни дестинации, култури, продукти и модели на туризъм. Задайте на обучаващите се въпроса: „Коя е най-близката атракция, която привлича едномесечни туристи във вашия район?“, за да приложите примера за

преносимост на съдържанието от мрежата на ОСП на ЕС. Когато се заговори за финансиране, се придържайте към прости принципи: „Първо местната група за действие“ за малки проекти и наръчникът на Комисията за финансиране на туризма за по-широкия контекст на ЕС.

За смесен клас с участници от България, Гърция и Италия: използвайте една и съща бизнес логика за всички страни (месечен финансов план на разходите → минимална цена → премия за стойност → сезонно разпределение) и третирайте разликите в нормативните изисквания като домашна работа за всяка страна.

Ресурси за Урок 2 (разходи и приходи)

- **Набор от инструменти RuralInvest** — ФАО — fao.org/in-action/ruralinvest/toolkit/en/
Използвайте логиката на „моментална снимка на осъществимостта“, за да структурирате упражнението за разходите. Гърция: добавете по-изразени пикове през уикендите и празниците. Италия: отчетете разходите за съответствие с изискванията за агротуризм.
- **Серия за електронно обучение: RuralInvest** — Академия за електронно обучение на ФАО — elearning.fao.org/course/Ruralinvest-series-en

Подготовка на учителя или незадължителна домашна работа: кратки модули, обясняващи инвестиционния анализ с прости думи. Едни и същи учебни единици за всички държави.

Ресурси за Урок 3 (ценообразуване и дизайн на преживяването)

- **Създаване на успешни агротуристически преживявания: Практическо ръководство** — ЕБРР + Инвестиционен център на ФАО (2024) — agivate.org
Основен ресурс за Урок 3 за обосновка на пакетите и ценообразуването. Гърция: заместете с дейности, свързани със зехтин/мед/вино. Италия: използвайте като потвърждение на логиката „първо фермата“.

- **Глобален доклад за хранителния туризъм** — ООН Туризм / СТО (2012) — webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com

Използвайте 2–3 страници, за да обясните защо гостите плащат повече за историите, свързани с храната. Гърция: свържете хранителния туризъм с автентичността и сезонността. Италия: използвайте като еталон.

Ресурси за Урок 4 (финансиране и диверсификация)

- **Накратко: Стратегическият план на България по ОСП (актуализиран)** — Европейска комисия, ГД „Земеделие“ (2025) — agriculture.ec.europa.eu
Използвайте го като пътна карта за реалистични пътища за подкрепа на селските райони. Гърция/Италия: използвайте съответния информационен лист за националния план по ОСП от същия сайт.
- **Наръчник за финансиране от ЕС за туризма** — Европейска комисия, ГД „Мобилност и транспорт“ — transport.ec.europa.eu

Показва на учащите къде се намират средствата на ЕС, свързани с туризма.
Гърция/Италия: насърчавайте трансграничното партньорство чрез пакети и маршрути.

- **Списък на местните групи за действие (МГД)** — Мрежа на ОСП на ЕС — eu-sar-network.ec.europa.eu/networking/leader/lag-directory

Използвайте го на живо в клас: намерете подходящия контакт от Местната група за действие за финансиране по програмите LEADER/CLLD. Един и същ работен процес за всички държави — потърсете своя регион и запазете контакта.

Ресурси за съответствие

- **Закон за туризма (България) — превод на английски език** — хранилище на Европейската комисия (2018 г.) — commission.europa.eu

Справочник за обучители относно българската класификация, определенията и задълженията в областта на туризма. Гърция/Италия: използвайте ги за сравнение — не за юридически цели, а за да покажете, че всички държави имат сходни структури.

- **Портал на Националния туристически регистър** — Министерство на туризма на България — ntr.tourism.government.bg

Практическа демонстрация: как да проверите обект с категория и каква информация е публично достъпна. Гърция/Италия: направете същото упражнение с националния си регистър.

Ресурси за устойчивост

- **Наръчник за ползватели на туристически обекти за настаняване (Екологичен знак на ЕС)** — Европейска комисия, ГД „Околна среда“ (2022 г.) — environment.ec.europa.eu

Списък с нискоразходни мерки за вода, енергия и отпадъци. Приоритет за печат. Гърция: фокусирайте се върху мерките за справяне със стреса, свързан с топлината и водата. Италия: фокусирайте се върху енергийната ефективност и сортирането на отпадъците.

- **Глобална пътна карта на ООН за туризъм за намаляване на хранителните отпадъци в туризма** — ООН за туризъм (2025 г.) — pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com

Опростена структура: снабдяване → подготовка → консумация → преразпределение. Гърция/Италия: адаптиране на вариантите за преразпределение към местните правила за дарения.

Цифрова видимост

- **Помощ за профила в Google Business** — Google — support.google.com/business

Единно място за стъпките по настройката: добавяне/потвърждаване на собственост, верифициране, публикуване, отговаряне на отзиви. Една и съща система и едни и същи проблеми за всички държави.

Странови анкерни страници

- **Вашата страна: страници за местни туристически дестинации от вашата национална или регионална туристическа агенция**

Използвайте най-близката атракция за посетители като отправна точка. Попитайте учащите: „Кое е най-близкото място, което привлича посетители във вашия район?“ — това е вашата възможност за представяне.

- **Гърция: Страница за вдъхновение за агротуризм** — Visit Greece — visitgreece.gr/inspirations/agritourism

Банка с бързи идеи за продукти — дейности, които можете да продавате като преживявания. България: преведете ги в местни култури (лозя, билки, млечни продукти).

- **Италия: Закон № 96/2006 за агротуризма (текст на английски)** — FAOLEX (2006) — faolex.fao.org

Обяснява италианската логика „първо фермата“ (защо офертите трябва да са свързани със селското стопанство). Използвайте като сравнение, а не за правни съвети.

Казуси и примери

- **Диверсификация на селските дейности в Борино, България** — Мрежа на ОСП на ЕС (база данни с добри практики) — eu-sar-network.ec.europa.eu

Български аналогичен пример за диверсификация на селския туризъм. Използвайте като модел: една водеща атракция + съпътстващи услуги. Гърция/Италия: важи същият модел.

Видеоклипове и вебинари

- **Вебинар за екомаркировката на ЕС относно туристическото настаняване (запис)** — Услуга за стрийминг на Европейската комисия (2024) — webcast.ec.europa.eu

Покажете 3–5 минути, за да мотивирате: „екологично = икономии + доверие“. Всички държави: фокусирайте се върху бързи резултати (LED осветление, намаляване на водния разход).

- **Вебинар за добри практики в областта на устойчивия селски туризъм** — Платформа на общността „Селски пакт“ (2025 г.) — ruralpact.rural-vision.europa.eu

Мост между политиката и практиката: как идеите на ЕС за селския туризъм се прилагат в реалните стопанства. Да се използва като отправна точка за дискусия за всички държави.

Приложение 3 — Работен лист „Пътят на канваса“

Едностраничен материал за обучаващите се, показващ как „Бизнес канвасът за агротуризм“ се развива през всички 6 модула. Раздайте го на обучаващите се в края на Модул 1.

Раздаточният материал включва: таблица, която съпоставя всеки модул с полетата на канваса, които той актуализира, практически инструкции за дейността „Проверка на



канваса“ след всеки модул и ключовото послание: Модул 1 = първи чернови вариант →
Модул 6 = завършен бизнес план.

Вижте отделния файл: Работен лист „Пътят на канваса“ (предоставен като едностраничен документ за печат).