

Проект „AgriVETourism“

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

МОДУЛ 6

„Бъдещето“ на агротуризма

Иновации, адаптация към климатичните промени и какво ни очаква

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 бъдещите професионалисти да погледнат напред — към климатичните рискове, пред които е изправена тяхната ферма, към достъпните екологични подобрения, които могат да внедрят още сега, и към посетителите, които ще пристигнат през следващите пет години. Това е последният модул от програмата.

Модулът разглежда и нововъзникващите сегменти посетители, включително по-младите пътешественици, израснали в дигиталната ера, като поколението Z, чиито очаквания по отношение на автентичността, дигиталната комуникация и дизайна на преживяванията преобразуват това, което агротуризмът трябва да предлага.

Този модул включва:

- **3 урока**, всеки от които разглежда един пропуск в уменията с едно практическо решение и един конкретен резултат
- **3 основни упражнения**, даващи резултати, които обучаващите се попълват и запазват, плюс 1 допълнително упражнение по избор
- **4 казуса, базирани на тенденции** — проучващи бъдещи тенденции в туризма, които са от значение за всеки европейски селски контекст
- **3 резултата за работа у дома** (План за климатични рискове и реакция, План за екологични подобрения, Описание на офертата + Готови отговори)
- **Въпроси за самооценка** за лична рефлексия
- **Насоки за фасилитиране и ресурси за обучители** за всеки урок

Всеки урок следва една и съща формула:

ЕДНА пропусната компетентност → **ЕДНО** практическо решение → **ЕДИН** конкретен резултат

Модул	Пропуск в уменията	Решение	Резултат
Урок 1: Подготовка за климатичните промени	Операторите реагират, но не планират предварително	Климатични рискове и план за реагиране	1-страничен план с трите най-големи риска и мерките за справяне с тях
Урок 2: Екологични подобрения, които спестяват пари	Операторите смятат, че „екологично“ означава „скъпо“	План за екологични подобрения	3 подобрения, подредени по приоритет, 1 с план за действие
Урок 3: Посетителите на утрешния ден и прости инструменти за изкуствен интелект	Липса на информация за бъдещите посетители; страх от	Проект на оферта + колекция от готови отговори	1 оферта + 10 отговора, генерирани от изкуствен интелект

	изкуствения интелект		
--	----------------------	--	--

Целева група: Настоящи оператори в агротуризма, земеделски стопани, които се диверсифицират в туризма, членове на кооперативи; ученици в професионалното образование и обучение и млади професионалисти в селското стопанство и туризма

Приблизително време за обучение: 2,5 часа

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

Хоризонтален приоритет на ЕС: „Зеленият пакт“ на ЕС, адаптиране към климатичните промени, устойчиво развитие на селските райони, цифров преход

Защо този модул е важен — фактите (въведение от учителя, 2–3 минути)

- Климатичният натиск вече е фактор, определящ търсенето: горещите вълни, сушата и екстремните метеорологични явления променят кога и къде пътуват посетителите в Европа.
- Поведението на посетителите се променя: нараства интересът към пътувания извън сезона, към по-хладни дестинации, към уелнес, автентичност и стойност.
- Изкуственият интелект преобразува туризма: начинът, по който пътуващите планират, резервират и комуникират, се променя бързо. Малките оператори рискуват да останат назад, ако не разполагат с прости и безплатни инструменти.
- Политическата насока на ЕС е ясна: от туризма се очаква да осъществи зеления и цифровия преход. Финансирането все повече благоприятства операторите, които демонстрират екологична отговорност.
- Възможността е реална: селският агротуризм е точно това, което търси все по-голям сегмент от европейските посетители — стига операторите да знаят как да достигнат до тях.

Учебни цели

След завършване на този модул обучаващите се ще могат:

1. Да идентифицират трите най-големи климатични риска за своето стопанство и да формулират по една мярка за адаптация за всеки от тях
2. Да изберат поне едно екологично подобрение с ниска цена и ясни икономии и да го приложат в рамките на 12 месеца
3. Да опишат 5 профила на посетители за следващите пет години и обяснят кои от тях са подходящи за тяхното местоположение
4. Да определят как нововъзникващите сегменти, като например поколението Z, се различават от традиционните посетители на агротуризм и да адаптират офертата си съответно
5. Да използват прост инструмент с изкуствен интелект на телефона си, за да създадат описание на офертата и 10 готови отговора за гости

Предлаган ход на обучението (приблизително 2,5 часа)

Това е реалистично времево ръководство 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.

Блок	Продължителност	Бележки
Въведение: Защо това е важно — фактите	10 мин	Кратък преглед на доказателствата, задаване на тон за бъдещето
Урок 1: Подготовка за климатичните промени + Упражнение 1	30 мин	Съдържание 15 мин. + упражнение 15 мин.
Урок 2: Екологични подобрения + упражнение 2	30 мин	Съдържание 15 мин. + упражнение 15 мин.
Кратка почивка	10 мин	
Урок 3: Бъдещи посетители + Инструменти за изкуствен интелект + Упражнение 3	35 мин	Профили 10 мин. + демонстрация/задачи с изкуствен интелект 10 мин. + упражнение 15 мин.
По избор: Упражнение „Микроопит“ за поколението Z	20 мин	Използвайте вместо обсъждане на казус, ако групата проявява интерес
ИЛИ: Обсъждане на казус за тенденции	15 мин	Изберете 2 от 4 казуса за обсъждане
Самооценка + заключение	10 мин.	Размисъл, домашна работа, формуляри за обратна връзка

Общо	~2,5 часа	Включително почивка
------	-----------	---------------------

Ако времето е ограничено: съкратете обсъждането на казуса или пропуснете незадължителното упражнение.

Бележка относно подкрепата за изследвания на учителите

Този модул се основава на данни на ниво ЕС, проучвания по проекта и утвърдени практики в агротуризма. В края на всеки урок учителите ще намерят раздел с насоки за подкрепа при изследвания с изкуствен интелект. Те не заместват съдържанието на модула — те са практичен инструмент, който помага на учителите да адаптират материала към собствената си страна, регион, сезон и група участници.

Всяка секция включва готов за употреба подсказък, който учителите могат да копират в безплатен инструмент за изкуствен интелект (ChatGPT, Gemini или подобен), за да съберат местни примери, актуални данни и най-нови източници. Това е особено полезно за актуализиране на климатичните условия, тенденциите при посетителите, програмите за финансиране и практическите местни илюстрации преди всяко провеждане на обучението.

Как да използвате подсказките за изследване с изкуствен интелект

- Копирайте подсказката в безплатен инструмент с 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 и 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 учителя

Урок 1 — Подготовка за климатичните промени

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

Недостатъци в уменията	Операторите се сблъскват със суша, горещи вълни, късни слани и променящи се сезони, но не ги превръщат в бизнес решения — времеви график, капацитет, безопасност, комуникация с гостите. Те реагират на проблемите, вместо да се подготвят за тях.
Практическо решение	Едностраничен план за климатични рискове и реакция — определяне на трите най-големи риска за конкретно място, какво ги

	предизвиква, върху какво оказват влияние, едно практическо действие за всеки от тях и ясно съобщение за гостите.
Конкретен резултат	Готов план за климатични рискове и реакция.

Обяснение на ключовите понятия

Какво представлява климатичният риск за агротуристическия бизнес?

Климатичен риск е всяка промяна във времето или околната среда, която може да навреди на вашата ферма, на вашите посетители или на вашите доходи. Тя може да бъде внезапна (градушка, предупреждение за горски пожар, наводнение) или постепенна (по-малко дъждове всяка година, по-горещи лета, по-къси зими). И двата вида изискват планиране.

Пример: Лозе в Южна Европа се сблъсква със суша всяко лято. Гроздето оцелява, но посетителите спират да идват през август, защото е прекалено горещо, за да се разхождат из лозето. Климатичният риск не засяга само реколтата — той засяга и преживяването на посетителите.

Какво е адаптация към климатичните промени?

Адаптацията означава да се направят практически промени, така че вашият бизнес да може да се справи с климатичните рискове, без да губи посетители или приходи. Не става въпрос за спиране на климатичните промени — става въпрос за това да бъдете подготвени за това, което вече се случва.

Пример: Преместване на обиколките из лозята в ранната сутрин (преди 10:00) вместо следобед. Добавяне на сянка над зоната за дегустация. Предлагане на алтернативи на закрито в дни с екстремна жегата. Това са адаптации — малки, достъпни, ефективни.

Какво е „план Б“ за времето?

Резервен план за случаите, когато времето нарушава обичайното ви предложение. Посетителите, които пристигат и откриват, че всичко е отменено, са посетители, които няма да се върнат. План Б ги държи доволни дори при трудни условия.

Пример: Една ферма в Централна Европа има план Б за дъжд: вместо обиколка на фермата на открито, гостите участват в дегустация на зехтин на закрито и кулинарен урок в кухнята. Същата продължителност, същата цена, различен формат. Гостите си тръгват доволни.

Защо комуникацията с гостите е важна при лоши метеорологични условия?

Посетителите трябва да знаят какво да очакват, преди да пристигнат. Едно просто съобщение, изпратено ден по-рано — „Утре ще е много топло. Започваме обиколката в 8:30 вместо в 10:00. Носете вода и шапка.“ — превръща потенциална жалба в знак за професионализъм.

Фокус върху съдържанието

Чести климатични рискове в Южна и Югоизточна Европа

Суша и недостиг на вода, горещи вълни (засягащи както реколтата, така и комфорта на посетителите), късни слани (увреждащи ранните култури и цветовете), риск от горски пожари (особено в сухите средиземноморски райони), наводнения вследствие на интензивни валежи, променящи се сезони (по-къси зими, по-дълги сухи периоди, непредсказуемо пролетно време). Те засягат както селскостопанската дейност (какво расте, кога, колко вода е на разположение), така и туризма (кога пристигат посетителите, какво могат да правят, колко комфортно се чувстват).

Проверка на устойчивостта чрез 10 решения

Обучителите трябва да разгледат тези 10 практически решения, които всеки малък оператор може да вземе:

1. Работно време — трябва ли да преместя дейностите в по-хладните часове на деня?
2. Сенчести места и места за пиене на вода — имат ли посетителите къде да седнат на хладно и да пият?
3. Правила за отмяна — какво се случва при екстремни метеорологични условия? Имам ли ясна политика?
4. Време на провеждане на събитията — трябва ли да преместя най-посещаваните си събития от лятото към пролетта/есента?
5. Пожарна безопасност — запознат ли съм с местните правила за пожарна безопасност? Посетителите ми знаят ли какво да правят?
6. Резервен вариант на закрито — мога ли да предложа нещо на закрито, когато времето навън е непоносимо?
7. Преглед на застраховката — покрива ли застраховката ми щети, причинени от лошо време, и безопасността на посетителите?
8. Мрежа от партньори — имам ли контакти, на които мога да се обадя, когато нещо се обърка?
9. План Б за лошо време — подготвен ли е алтернативен план за дни с лошо време?
10. Шаблон за съобщение към гостите — имам ли готово съобщение, което да изпратя, когато условията се променят?

Как да адаптирате това към вашия регион

Обучителите трябва да приспособят това съдържание към местния контекст. Всеки регион има свои климатични рискове и сезонни модели. Използвайте местни примери: кои месеци са прекалено горещи за дейности на открито? Дали недостигът на вода е реален проблем? Променят ли се сезоните? Помолете участниците да посочат рисковете, с които са се сблъскали през последните 3–5 години — това привързва съдържанието към тяхната реалност. Посланието за преориентиране е универсално: по-хладните месеци често означават по-добри преживявания за посетителите.

Практическо упражнение — Моят план за климатични рискове и реакция

Цел	Да се идентифицират трите най-големи климатични риска за конкретното ви местоположение и да се подготви план за реагиране
Какво правят обучаващите се	За всеки от трите риска: какво го предизвиква, върху какво оказва влияние (ферма + посетители), едно практическо действие за адаптация, едно съобщение, което бихте изпратили на гостите преди или по време на събитието.
За опитни оператори	Основите се на реални събития, които сте преживели през последните 3–5 години.
За студенти	Използвайте следния сценарий: малка ферма с стаи за настаняване и дегустации на открито, разположена в регион с горещо и сухо лято и мека пролет и есен.
Време	15 минути (10 минути работа + 5 минути обсъждане)
Обсъждане	Всеки посочва своя най-голям риск и своя план Б. Попитайте: кой е посочил риск, за който никога преди не е мислил?

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
планирайте според времето, което ще има, а не според времето, което искате — погледнете последните 5 години, а не последните 50	Не пренебрегвайте тенденцията — последните 5 лета в Южна Европа не бяха нормални, и следващите също няма да бъдат
Преместете дейностите на открито в по-хладните часове на деня, когато е необходимо — ранната сутрин и късният следобед са подходящи	Не предполагайте, че посетителите ще понасят екстремната жегата само защото вие сте свикнали с нея
Винаги имайте подготвена алтернатива на закрито — дори една проста дегустация в кухнята е по-добре, отколкото да отмените събитието	Не отменяйте събития, без да предложите алтернатива — така губите гости винаги
Изпратете съобщение на гостите ден по-рано, ако условията се променят — това изгражда доверие	Не чакайте да възникне извънредна ситуация, за да обмислите какво да правите — изготвянето на плана отнема само 15 минути
Говорете със съседите си и местните служби за съвместен план за действие при екстремни събития	Не приемайте за даденост, че застраховката ви покрива всичко — проверявайте я веднъж годишно

Насоки за адаптиране

Обучителите трябва да адаптират списъка с рискове към местния климат. Средиземноморските и южноевропейските региони са изложени на по-силна лятна жегата и риск от горски пожари — насърчавайте алтернативи през пролетта и есента. Северните и континенталните региони могат да са изложени на по-голям риск от замръзване и наводнения. Всеки регион има предимство през междинния сезон — ключът е да го идентифицирате и да изградите оферти около него.

Насоки за фасилитиране — Урок 1

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон за „План за климатични рискове и реакция“ за всеки участник
- Подгответе прост списък с често срещани климатични рискове за вашия регион на флипчарт или на екран
- Ако е възможно, дайте местен пример, свързан с времето: „Миналия юли имаме 42°C в продължение на една седмица — какво бихте направили?“

Как да започнете урока

Започнете с фактите: „През последните пет години колко от вас са имали сезон, засегнат от екстремни метеорологични явления? Вдигнете ръка.“ Повечето ще вдигнат ръка. След това: „Колко от вас имат писмен план какво да правят, когато това се случи?“ Почти никой няма да вдигне ръка. „Това е, което ще оправим през следващите 30 минути.“

По време на упражнението

- Най-често срещаната трудност е да се изберат само 3 риска – хората искат да изброят всичко. Кажете: „Кои 3 биха навредили най-много на вашия бизнес? Започнете оттам.“
- Често се забравя съобщението за гостите. Настоявайте: „Какво бихте изпратили на гост в SMS вечерта преди гореща вълна? Напишете го сега.“

Как да приключите урока

Бърз кръг: всеки посочва най-големия си риск и своя план Б. Ако някой има добро съобщение за гостите, помолете го да го прочете на глас — останалите ще се поучат от формулировката.

Списък с материали

- Отпечатани шаблони за план за климатични рискове и реакция (по 1 на човек)
- Списък с често срещани климатични рискове (на флипчарт или прожектиран)
- Химикалки

Урок 1 — Подкрепа за обучителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Най-актуалните климатични рискове за вашия регион или страна: жегата, суша, наводнения, риск от горски пожари, късни слани, промени в сезоните. Как те са повлияли на селското стопанство и туризма през последните 3–5 години. Практически примери за адаптация от малки селски предприятия.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Климатичните рискове варират значително в цяла Европа. Обучител в Южна Испания се сблъсква с различни реалности в сравнение с такъв в Северна Германия. Локалните данни и актуалните примери правят упражнението по картографиране на рисковете достоверно и незабавно полезно за участниците.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Подготвям обучителна сесия по климатични рискове за малки оператори в сектора на агротуризма в [страна/регион]. Избройте 5-те най-релевантни климатични риска за този район въз основа на данните от последните 3–5 години. За всеки риск посочете: (1) какво го предизвиква, (2) как се отразява на селското стопанство, (3) как се отразява на преживяването на посетителите, (4) един практически пример за адаптация от малък селски бизнес. Използвайте надеждни европейски източници, където е възможно. Използвайте прост и практичен език, подходящ за оператори без научна подготовка.“

Помолете ИИ да ви предостави

- Таблица или списък с 5 риска, включващ причините за възникването им, въздействието върху селското стопанство, въздействието върху туризма и по едно действие за адаптация за всеки риск
- Всички скорошни сезонни промени, свързани с района (например по-ранна пролет, по-дълги сухи периоди, по-къси зими)
- Един или два въпроса за започване на дискусия на местно ниво: „Какво се случи миналото лято в [регион]?“

Проверка от учителя преди употреба

- Сравнете твърденията за климата с националните метеорологични данни или докладите на Европейската агенция за околната среда
- Премахнете всички примери, които ви се струват твърде крайни или малко вероятни за вашия конкретен район
- Опростете езика — ако изкуственият интелект генерира научни термини, преформулирайте ги с прости думи
- Уверете се, че примерите за адаптация са реалистични за малък оператор, а не за голямо стопанство или хотел

Урок 2 — Екологични подобрения, които спестяват пари

Слайдове: 8–11 (вижте Приложение 1 — План на презентацията)

Недостатъци в уменията	Операторите смятат, че „екологично“ означава скъпо. Те не знаят кои подобрения се изплащат бързо. В собственото проучване на проекта в три партньорски държави беше установено, че внедряването на възобновяема енергия е минимално — тенденция, която съответства на по-широките данни за селския туризъм в Европа.
Практическо решение	План за екологични подобрения — шаблон от една страница, в който обучаващите се преглеждат 10 практически варианта, определят 3 като приоритетни и се ангажират да започнат да прилагат един от тях още този месец.
Конкретен резултат	Изпълнен „План за зелени подобрения“ + действие, което да се изпълни „преди всичко този месец“.

Обяснение на ключовите понятия

Какво е „зелено подобрение“?

Всяка промяна във вашата ферма или бизнес, която намалява въздействието ви върху околната среда — по-малко изразходвана вода, по-малко използвана енергия, по-малко изхвърлена храна, по-малко произведени отпадъци. Ключовата дума е „подобриение“ — не е необходимо да бъде революция. Малките стъпки също имат значение.

Пример: Замяната на пет стари крушки с LED крушки струва 15 евро и спестява 50–80 евро годишно от електроенергия. Това е екологично подобрение, което се изплаща за по-малко от три месеца.

Какво означава „се изплаща“?

Означава, че спестените пари (или допълнителният доход, който получавате) покриват разходите за подобриенето в рамките на разумен период — обикновено от 6 месеца до 3 години. Ако едно подобрение струва 200 евро и ви спестява 100 евро годишно, то се изплаща за две години. След това спестяването е чиста печалба.

Каква е позицията на ЕС по този въпрос?

ЕС очаква туристическите предприятия да станат по-отговорни към околната среда. Това не е по избор — все повече се превръща в условие за финансиране, за видимост на платформите (някои платформи за резервации вече показват етикети за устойчивост) и за привличане на нарастващия брой посетители, които се интересуват от въздействието върху околната среда. Добрата новина е, че по-голямата част от необходимото е евтино и практично.

Фокус върху съдържанието

10 практични „зелени“ подобрения за агротуризма

Обучителите трябва да прегледат този списък, като посочат приблизителните разходи, очакваните икономии и нивото на трудност:

Подобрение	Приблизителна цена	Очаквана икономия	Трудност
LED осветление + таймери	15–50 евро	50–80 евро/година	Много лесно
Водоспестяващи кранове и душове	20–60 евро	40–70 евро/година	Лесно
Мулчиране (градина и земеделски площи)	0–30 евро (използване на собствени материали)	Намалява поливането с 30–50%	Лесно
Компостиране (хранителни и градински отпадъци)	0–50 евро (обикновена кофа)	Намалява разходите за извозване на отпадъци	Лесно
Капково напояване	100–400 евро (малка система)	Спестява 30–60 % вода в сравнение с разпръсквачите	Средно
Сенници / пергола над откритите площи	100–500 евро	Удължава ползотворния сезон с няколко седмици	Средно
Слънчев бойлер	500–1 500 евро	Спестява 200–400 евро годишно за топла вода	Средно
Събиране на дъждовна вода	100–300 евро (основен резервоар)	Безплатна вода за градината и почистването	Средно
Контрол на хранителните отпадъци (планиране на храненето, по-добро съхранение)	0	Намалява разходите за храна с 10–20%	Лесно
Станции за презареждане за гости (вода, сапун)	20–50 евро	Намалява пластмасовите отпадъци, гостите го оценяват	Много лесно

Насоката на ЕС: отговорността към околната среда се превръща в условие за конкурентоспособност и финансиране — а не в приятен бонус. Операторите, които могат да кажат „намаляваме потреблението на вода, правим компост, използваме слънчева енергия“, имат предимство при кандидатстване, на платформите за резервации и пред нарастващия сегмент от посетители, които правят избора си въз основа на устойчивостта.

Практическо упражнение — Моят план за екологични подобрения

Цел	Прегледайте практическите възможности и се ангажирайте да започнете едно подобрение още този месец
Какво правят обучаващите се	Прегледайте отпечатания списък с 10 подобрения. Отбележете: вече се използва / реалистично в следващите 12 месеца / не е от значение за мен. Изберете 3, които да поставите на първо място. За най-предпочитаното: напишете приблизителна цена, очаквана икономия, първа стъпка и дата.
За опитни стопани	Базирайте се на вашата реална ферма и текущата ситуация.
За студентите	Изберете 3-те най-подходящи за сценарий с малка ферма и обяснете защо.
Време	15 минути (10 минути работа + 5 минути обсъждане)
Обсъждане	Всеки участник посочва най-важното за него подобрение и кога ще започне да го прилага. Попитайте: кой избра нещо, което не струва нищо?

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Започнете с неща, които не струват нищо или почти нищо — компостиране, контрол на хранителните отпадъци, мулчиране	Не чакайте да разполагате с голям бюджет — най-ефективните подобрения често струват под 100 евро
Помислете за подобрения, които помагат както на околната среда, така и на вашите гости — сянка, вода, комфорт	Не инсталирайте технологии, които не можете да поддържате — ако се повредят и останат повредени, това е загуба
Проверете дали избраното от вас подобрение отговаря на критериите за финансиране по програмата LEADER или за развитие на селските райони (вижте Урок 1)	Не го правете само заради етикета — правете го, защото спестява пари и прави вашия бизнес по-устойчив
Дръжте нещата прости — едно подобрение, направено както трябва, е по-добре от пет започнати и изоставени	Не се опитвайте да промените всичко наведнъж — изберете едно, реализирайте го, след това изберете следващото
Кажете на гостите си какво правите — „използваме дъждовна вода за градината си“ е аргумент в полза на бизнеса, а не само начин за спестяване на разходи	Не предполагайте, че гостите не забелязват — те забелязват и все по-често избират бизнеси, които се грижат за околната среда

Насоки за адаптиране

Регионите с висок воден стрес трябва да дадат приоритет първо на ефективното използване на водата и топлинния комфорт (капково напояване, сянка, водоспестяващи кранове). Регионите с по-меко лято имат по-голяма гъвкавост по отношение на времето — есента и пролетта са подходящи периоди за подобрения между сезоните. Обучителите трябва да адаптират списъка с приоритети към местните условия.

Насоки за фасилитиране — Урок 2

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон на „План за зелени подобрения“ за всеки участник
- Разпечатайте или прожектирайте таблицата с 10 подобрения, включваща разходите и спестяванията
- Ако е възможно, донесете реален пример: LED крушка, водоспестяваща душ-глава, снимка на сянькова мрежа

Как да започнете урока

Покажете LED крушката (или снимката): „Това струва 3 евро и спестява 15 евро годишно. Това е възвръщаемост от 500%. Нито една банкова сметка не ви дава такава възвръщаемост. Сега си представете 10 такива малки промени във вашето стопанство.“

По време на упражнението

- Насърчавайте участниците да изберат поне една опция, която не струва нищо (компостиране, контрол на хранителните отпадъци, мулчиране със собствени материали).
- За най-предпочитания вариант настоявайте да се определи дата: „Кога точно ще започнете с това? Напишете го.“

Как да приключите урока

Бърз кръг: всеки посочва своето подобрение и датата. Попитайте: „Кой избра нещо, което струва под 50 евро?“ Поздравете тези участници — идеята е, че „зелено“ не означава „скъпо“.

Списък с материали

- Отпечатани шаблони за „План за екологични подобрения“ (по 1 на човек)
- Таблица с 10 подобрения (разпечатана или прожектирана)
- Конкретни примери или снимки на подобренията
- Химикалки

Урок 2 — Подкрепа за обучителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Реалистични и евтини екологични подобрения за малки агротуристически обекти във вашия регион. Местни приоритети: ефективно използване на водата, енергоспестяване, хранителни отпадъци, сянка, напояване, комфорт на гостите. Приблизителни разходи, икономии и всякаква налична местна или европейска финансова подкрепа.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Таблицата с 10 подобрения в наръчника използва европейски средни стойности. Местните разходи, материали и приоритети могат да се различават. Обучител, който идва с локализиран разходни оценки и един или два реални примера от района, е далеч по-убедителен от такъв, който цитира общи цифри.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Обучавам малки оператори в областта на агротуризма в [страна/регион] относно екологични подобрения с ниски разходи. Избройте 8–10 практически подобрения, които те биха могли да внесат с малък бюджет (под 500 евро за всяко). За всяко от тях посочете: (1) какво представлява, (2) приблизителен диапазон на разходите в [страна], (3) очаквани годишни икономии или ползи, (4) ниво на трудност (лесно / средно), (5) дали е вероятно да отговаря на критериите за финансиране по програмите за развитие на селските райони или LEADER в [страна]. Наблегнете на водата, енергията, отпадъците, сянката и комфорта на гостите. Избягвайте абстрактния език, свързан с устойчивостта — бъдете практични и конкретни по отношение на малка ферма или къща за гости.“

Помолете ИИ да ви предостави

- Локализирана версия на таблицата с подобренията, с разходите в местна валута или в евро
- Един или два примера за ферми или къщи за гости в региона, които са направили подобни подобрения
- Имена на съответните местни или национални програми за финансиране (LEADER, ПРЗ, схеми за енергийна ефективност)

Проверка от учителя преди употреба

- Проверете разчетните разходи — ИИ често използва средни стойности, които може да не отразяват местните цени
- Проверете наименованията на програмите за финансиране и дали в момента има отворени покани
- Премахнете всичко, което изисква професионален монтаж или разрешителни, освен ако не можете да обясните процеса
- Дайте приоритет на подобренията, които операторът би могъл наистина да започне още този месец без външна помощ

Урок 3 — Посетителите на утрешния ден и прости инструменти за изкуствен интелект

Слайдове: 12–17 (вижте Приложение 1 — План на презентацията)

Недостатък в уменията	Операторите не знаят какви ще бъдат посетителите през 2027–2030 г. Те предлагат едно и също нещо всяка година. Смятат, че изкуственият интелект е сложен, скъп или не е предназначен за малките предприятия.
Практическо решение	Пет профила на посетители с конкретни идеи за продукти за всеки от тях. Плюс пет прости задачи с изкуствен интелект, които можете да изпълните на телефона си за 30 минути.
Конкретен резултат	Предварителна оферта за един профил на посетител + колекция от готови отговори (10 отговора, генерирани от изкуствен интелект, на често задавани въпроси от гости).

Обяснение на ключовите концепции

Защо се променят профилите на посетителите?

В момента се случват три големи промени едновременно: климатът променя моделите на пътуване (хората избягват екстремната жегата), навиците след пандемията се запазват (здравословен начин на живот, природа, бавно пътуване), а технологиите променят начина, по който хората търсят и резервират (препоръки, задвижвани от изкуствен интелект, влияние на социалните медии). Малките оператори в селските райони, които разбират тези промени, могат да се позиционират пред останалите.

Какво е профил на посетител?

Описание на типа посетител — кои са те, какво искат, как се държат и какво би ги накарало да изберат именно вашето място. Не става дума за реален човек, а за реалистична картина, базирана на тенденции и данни. Това ви помага да създадете оферти, които отговарят на това, което хората действително търсят.

Какво всъщност може да направи изкуственият интелект за малък оператор в агротуризма?

Инструменти за изкуствен интелект като ChatGPT, Gemini или подобни (безплатни версии, на телефона ви) могат да ви помогнат да напишете описания на оферти на ясен английски, да превеждате текст на други езици, да генерирате отговори на често задавани въпроси от гости, да създавате идеи за сезонни събития и да подобрите онлайн профила си — всичко това за минути. Не е нужно да имате технически познания. Просто трябва да въведете въпрос и да прегледате отговора.

Едно важно правило: ако използвате ИИ, за да напишете нещо, което гостите ще видят, бъдете честни по този въпрос, когато ви попитат. Проверявайте лично какво се публикува. Проверявайте фактите. Това е всичко, което се очаква от вас.

5 профила на посетители за следващите пет години

Профил 1: Посетителят, търсещ лятна почивка

Кои са те: Пътуват през пролетта или есента, за да избегнат летните жеги и тълпите. Търсят природа, чист въздух, комфорт и местна храна. Често са двойки или малки групи на възраст 35–65 години от градските райони.

Какво търсят: Прохладни сутрини, сенчести места на открито, автентични ястия, спокойни разходки, без бързана.

Какво можете да им предложите:

- „Октомврийска разходка сред билките и дегустация“ — разходка с екскурзовод из фермата с бране на билки, завършваща с дегустация
- „Раносутрешна фермерска закуска“ — преди да настъпи жегата, с продукти от фермата, под дърветата
- „Местен уелнес пакет“ — съчетайте посещение на фермата с близка атракция (термални бани, природна пътека, обект на културното наследство)

Профил 2: Търсачът на алтернативи, воден от стойността

Кои са те: Пътуващи от всякаква възраст, които обръщат внимание на цената и активно избират по-тихи и по-евтини дестинации вместо препълнени туристически центрове. Те проучват внимателно, сравняват вариантите и търсят добра стойност — не най-евтиния вариант, а най-доброто преживяване за парите си. Често са двойки или малки групи на възраст 30–55 години.

Какво търсят: Достъпна автентичност. Усещане за откритие — да намерят място, което изглежда истинско, а не комерсиализирано. Добра храна и комфорт на разумна цена. Дестинация, която се възприема като разумен избор, а не като компромис.

Какво можете да им предложите:

- Пакети „Тихо бягство в провинцията“ — позиционирайте района си като спокойна и достъпна алтернатива на претъпканите крайбрежни курорти
- Краткотрайни престои за една нощ с включено едно преживяване (дегустиация, разходка, готвене) на ясна цена
- Позициониране като „най-добре пазената тайна“ — честен маркетинг, че вашият район не е туристически център, и точно това е целта

Профил 3: Търсачът на уелнес и спокойствие

Кои са те: Стресирани от работата и градския живот. Искат спокойствие, добър сън, чиста храна, леки физически упражнения, контакт с природата. Броят им нараства бързо от 2020 г. насам. Често са на възраст 30–60 години и са готови да платят повече за качество и спокойствие.

Какво търсят: Цифров детокс, тишина, ранни вечери, преживявания, свързани с билки и природа, без екрани.

Какво можете да им предложите:

- „Вечер за дигитален детокс“ — вечеря без телефони, разговори, наблюдение на звездите, ранно лягане
- „Сесия с тихо хоби“ — грънчарство, тъкане, приготвяне на хляб, приготвяне на сирене в спокойна обстановка
- „Вечеря във фермата с ранно лягане“ — вечеря в 18:00 с продукти от собственото стопанство, тиха вечер, лягане до 21:00
- Работилница с билки — събиране, сушене, приготвяне на чай или сапун от билки от фермата

Профил 4: Дистанционният работник

Кои са те: Работят на лаптоп, удължават пътуванията си, като добавят работни дни. Имат нужда от надежден интернет, тихо работно място и прости рутинни дейности. Пътуват през делничните дни — запълват празното ви време в средата на седмицата. Често са на възраст 25–45 години, сами или с партньор.

Какво търсят: Добър интернет, бюро или маса със стол, кафе, тихи сутрини, природа следобед.

Какво можете да им предложите:

- „Двудневен пакет „работа и природа“ — работно място, храна, следобедна разходка из фермата, спокойна вечер
- Цени за делнични дни — по-ниски от тези за уикенда, но те запълват стаи, които иначе биха били празни
- Политика за „тихи часове“ — сутрините за работа, следобедите за природа, вечерите за хранене

Профил 5: Социално ориентираният изследовател на селските райони (Поколение Z)

Кои са те: По-млади пътешественици (на възраст около 18–28 години), „дигитално родени“, които откриват дестинации чрез кратки видеоклипове и препоръки от връстници. Растящ сегмент в туристическия сектор в цяла Европа.

Какво търсят: Кратки, интерактивни преживявания, при които храната е на първо място. Визуално автентични обстановки (не поставени). Прозрачни цени, бърза комуникация, лесно резервиране през мобилно приложение. Интересни истории и чувство за смисъл.

Какво можете да им предложите:

- Закуска или бърнч във ферма — кратко, местно, естествено подходящо за споделяне
- Микропреживяване, свързано с реколтата или сезона (1–2 часа, с практическо участие)
- Местен уъркшоп за занаяти или храна с резултат, който може да се отнесе у дома
- Микро-бягство за една нощ — достъпно, лесно за резервиране, богато на истории

По-подробен анализ на поколението Z като клиентски сегмент в агротуризма следва по-долу — включително какво отслабва интереса им и как инструментите за изкуствен интелект ви помагат да ги достигнете.

Поколението Z като нововъзникващ клиентски сегмент в агротуризма

Тази подсекция е предназначена за обучители. Тя предоставя контекста за тълкуване на Профил 5. Използвайте я, за да подготвите презентацията си и да отговорите на въпросите на участниците — особено на по-възрастните оператори, които може да попитат: „Защо трябва да ме интересуват по-младите посетители?“

Поколението Z не е ниша. В много европейски селски дестинации вече пристигат по-млади посетители — често като част от семейни пътувания, групи приятели или самостоятелни пътешествия. Разбирането на това, към какво реагират те, помага на операторите да подобрят офертата си за всички, а не само за този един сегмент.

Защо това е важно за обучителите

- Поколението Z цени това, което агротуризмът вече предлага — автентичност, местна храна, природа, участие — но очаква то да бъде ясно комуникирано и лесно за резервиране
- Те са ценово ориентирани, но са готови да платят за преживявания, които считат за значими — не приемат, че търсят само евтини варианти
- Те откриват дестинациите чрез съдържание, споделяно от връстници, и кратки видеоклипове, а не чрез брошури — операторите, които са невидими в социалните платформи, са невидими и за този сегмент

Какво отслабва привлекателността за поколението Z

- Неясни или неконкретни оферти — „посетете нашата ферма“, без да се посочва какво ще се случи, колко ще продължи или колко ще струва
- Пасивни преживявания — обиколка без участие или взаимодействие
- Остаряло представяне — лоши снимки, липса на присъствие в социалните медии, уебсайт, който не работи на мобилен телефон
- Бавни отговори — ако отговорите след 2 дни, те вече са резервирали другаде
- Твърде много текст, твърде малко яснота — те преглеждат набързо, не четат дълги описания
- Неясни цени или включени услуги — те искат да знаят точно какво получават, преди да се ангажират

Как изкуственият интелект и дигиталните инструменти ви помагат да достигнете до поколението Z

Инструментите за изкуствен интелект от този модул са особено полезни за комуникацията, насочена към поколението Z. По-бързи отговори (колекция от готови отговори), по-ясен английски (описания, прецизирани от изкуствен интелект), по-добри кратки текстове на офертите (един параграф, а не цяла страница), подходящи за социалните мрежи надписи (за Instagram, TikTok) и по-лесна многоезична комуникация — всичко това пряко подобрява начина, по който достигате до по-младите посетители. Инструментите са същите, които са разгледани в 5-те задачи за изкуствен интелект по-долу.

Важно за обучителите: избягвайте стереотипите за поколението Z („те искат само Instagram“). Фокусирайте се върху поведението, а не върху етикетите за възраст. Много

от нещата, които привличат поколението Z — ясна комуникация, кратки оферти, бърза резервация, автентични преживявания — подобряват офертата и за всеки друг сегмент посетители.

5 прости задачи с ИИ, които можете да изпълните на телефона си

Тези задачи използват безплатни инструменти с изкуствен интелект (ChatGPT, Gemini или подобни). Обучителят трябва да демонстрира първата на живо, а след това да остави обучаващите се да опитат останалите.

1. **Напишете кратко описание на оферта** за един профил на посетител. Отворете инструмента за изкуствен интелект и въведете: „Напишете кратко описание на оферта за посещение на ферма за [тип посетител] във [вашия регион]. Нека да е под 100 думи, в приятелски тон.“ Прегледайте и редактирайте резултата.
2. **Създайте 10 готови отговора** на често задавани въпроси в WhatsApp: резервации, указания за пътуване, хранителни алергии, промяна на времето, отмяна, благодарствено съобщение, молба за отзив, сезонна актуализация, запитване за група, оферта за повторен посетител.
3. **Преведете офертата си** на английски и на още един език, подходящ за вашите посетители. Помолете ИИ да използва прости и ясни формулировки, които да са разбираеми за хора, за които английският не е майчин език.
4. **Генерирайте 3 идеи за сезонни събития** (пролет, есен, зима) с кратък график и информация за това какво включват. Попитайте: „Предложи 3 малки сезонни събития за ферма, която отглежда [вашата култура] в [вашия регион].“
5. **Създайте списък за подобряване на профила в Google** — попитайте ИИ: „Какво трябва да включва една малка ферма за агротуризм в своя профил в Google Business? Дайте ми списък за проверка.“ След това проверете кои елементи вече имате и кои липсват.

Едно изречение за ИИ и прозрачността: ако използвате ИИ за написване на отговори или описания за гости, бъдете честни за това, когато ви попитат. Следете лично всичко, което се публикува. Проверявайте фактите и цените преди публикуване. Това е всичко, което се очаква от малките оператори.

Практическо упражнение — Напишете оферта и 10 отговора на гости

Цел	Създайте конкретна оферта за един профил на бъдещ посетител и генерирайте готови отговори с помощта на изкуствен интелект
Какво правят обучаващите се	Част А (10 мин.): Изберете един профил на гост (летен одиш, икономичен, уелнес, дистанционен работник или млад пътешественик, за когото социалните контакти са на първо място). Изгответе една оферта за него. Изберете един канал, през който да я продадете. Напишете план Б за лошо време. Част Б (10 мин.):

	Отворете инструмент за изкуствен интелект на телефона си и генерирайте 10 готови отговора на често задавани въпроси от гости относно тази оферта. Обучителят демонстрира първо.
За опитни оператори	Изберете профила на посетителя, който най-добре съответства на вашето реално местоположение и ресурси.
За студенти	Изберете произволен профил и изгответе оферта за сценарийната ферма.
Време	Общо 20 минути (Част А – 10 мин. + Част Б – 10 мин.)
Обсъждане	Всеки участник прочита най-добрия си отговор, генериран от ИИ. Попитайте: беше ли резултатът от ИИ използваем такъв, какъвто е, или се наложи да го редактирате? Какво ви изненада?

Какво да правим и какво да не правим

Какво да правите	Не
Започнете с профила на посетителя, който съответства на вашето местоположение и на това, с което вече разполагате — не измисляйте нов бизнес	Не се опитвайте да привлечете и петте профила на посетители наведнъж — изберете един или два, които съответстват на вашата реалност
Използвайте изкуствения интелект като помощник, а не като заместител — винаги четете, редактирайте и проверявайте резултата, преди да го използвате	Не публикувайте текст, генериран от изкуствен интелект, без да го прочетете внимателно — той може да съдържа грешки, неправилни цени или странни формулировки
Поддържайте офертата си проста — едно преживяване, една цена, едно ясно описание	Не усложнявайте нещата прекалено — офертата за уелнес не се нуждае от спа, а „работацията“ не се нуждае от офис
Опитайте задачата с изкуствения интелект, дори ако смятате, че не е за вас — първият път винаги е най-труден	Не пренебрегвайте извънсезонния период — именно там се крие бъдещият растеж за повечето селски агротуризм
Помислете кои посетители ще запълнят вашите ПРАЗНИ дни (делнични дни, извън сезона) — именно там се крие истинският растеж	Не се страхувайте от изкуствения интелект — това е безплатен инструмент на телефона ви, а не сложна система

Насоки за адаптация

Петте профила на посетители са приложими във всеки европейски селски контекст. Обучителите трябва да включват примери с местни продукти: всичко, което се отглежда в региона (вино, маслини, билки, млечни продукти, плодове), става основа на офертата. Задачите, свързани с изкуствения интелект, са еднакви навсякъде — променят се само езикът и сезонният календар.

Допълнително упражнение — Създаване на микропреживяване за поколениято Z

Използвайте това упражнение, когато времето позволява (20 минути) или като заместител на част от Упражнение 3. То работи добре със смесени групи от оператори, студенти и млади професионалисти. То е творческо и енергизиращо, но достатъчно структурирано, за да доведе до полезен резултат.

Цел	Проектирайте изцяло нов краткосрочен агротуристически продукт, насочен към по-млади посетители, владеещи дигиталните технологии — като използвате само това, което вече имате във фермата си или в района си.
Време	20 минути (12 минути работа в групи + 8 минути презентации и обратна връзка)
Формат на групите	Групи от 2–4 души. Когато е възможно, смесете оператори с ученици — различните гледни точки водят до по-добри идеи. Подходящо за провеждане на място, онлайн (в отделни стаи) или в хибриден формат.
Материали	По една отпечатана „Концептуална карта“ за група (или празен лист A4 с 7-те полета, написани на дъската). Химикалки. По желание: телефон с изкуствен интелект инструмент, който да помогне при описанието.
Резултат	Попълнена „Концептуална карта за микропреживяване“ — по една карта на група.

Защо това упражнение е полезно

То принуждава участниците да мислят в кратки, ясни и подходящи за резервация продукти, а не в неясни идеи. Ограничението — да се създаде концепция за по-млад посетител за 12 минути — предотвратява прекаленото обмисляне и насърчава творчеството. Резултатът често е нещо, което привлича не само поколениято Z, но и много други типове посетители.

Инструкции за учащите

Работете в група. Имате 12 минути, за да проектирате едно кратко агротуристическо преживяване, насочено към по-млади посетители (на възраст около 18–30 години). Използвайте това, с което вече разполагате — вашата ферма, вашите продукти, вашата среда, вашите знания. Не измисляйте нов бизнес. Попълнете концептуалната карта:

Карта с концепция за микропреживяване

Област	Какво да напишете
--------	-------------------

1. Име	Кратко, ясно и привлекателно име за преживяването. Не слоган — име, което посетителят би видял онлайн и веднага би разбрал. Пример: „Закуска във фермата под ореховото дърво“ или „Час на жътвата при залез слънце“.
2. Продължителност	Колко време трае? Целете се в 1–3 часа. За тази аудитория по-краткото е по-добре. Преживяване от 90 минути се продава по-лесно от целодневна програма.
3. Какво се случва	Опишете точно какво прави посетителят, стъпка по стъпка. Не „обиколка на фермата“, а „Берете билки от градината, пригответе си собствена билкова сол, опитайте 3 местни сирена, вземете си бурканче за къщи“. Бъдете конкретни.
4. Какво го прави подходящо за споделяне	Кой момент би заснел посетителят със снимка или видео, без да му бъде поискано? Красива маса, практическа дейност, изненадващ продукт, гледка, вкус? Включете този момент в преживяването.
5. Какво го прави автентично	Какво в това е истинско и местно? Какво не може да бъде копирано от хотел или ресторант в града? Вашата земя, вашата традиция, вашата рецепта, вашата история, вашите животни, вашата обстановка.
6. Индикация за цената	Колко бихте поискали? Посочете диапазон. Помислете колко струва преживяването — не само колко ви струва на вас. 90-минутно практическо преживяване във ферма с продукт, който да отнесете у дома, струва повече от хранене в ресторант.
7. Един канал за промоция	Къде бихте обявили това? В Instagram? В местна група във Facebook? В WhatsApp? В профила ви в Google? Изберете един канал и опишете какво бихте публикували (едно изречение или идея за снимка).

Въпроси за обсъждане

След презентациите (1–2 минути на група) попитайте присъстващите:

- Кое преживяване бихте резервирали за себе си?
- Коя е най-лесна за организиране — бихте ли могли да я стартирате следващия месец?
- Коя от тях предлага най-силен „момент, който си заслужава да се сподели“?
- Би ли това преживяване било подходящо само за млади посетители или и за други групи?

Последният въпрос е ключов: повечето проекти, насочени към поколението Z, подобряват офертата и за другите посетители. Кратко, ясно, автентично, лесно за резервиране — всички печелят от това.

Съвети за фасилитаторите

- **Избягвайте прекалено сложни идеи:** ако групата се опита да измисли цяла програма за уикенда, спрете ги: „Едно преживяване. Максимум 90 минути. Какво се случва през тези 90 минути?“
- **Бъдете реалистични:** преживяването трябва да използва това, с което вече разполагат. Ако някой каже „трябва да построим платформа за йога“, пренасочете го: „Какво можете да направите следващата събота без никакви инвестиции?“

- **Фокусирайте се върху една целева група и едно преживяване:** Не „млади хора, които обичат храната, природата, приключенията и културата“. Един тип посетители, една ясна дейност, една цена.
- **Използвайте връзката с изкуствения интелект:** Ако времето позволява, помолете една група да въведе името и описанието на преживяването си в инструмент за изкуствен интелект и да генерира надпис за социалните медии. Покажете резултата — това прави упражнението да изглежда реално.
- **Не стереотипизирайте поколението Z:** Ако участниците кажат „младите хора искат само селфита“, предизвикайте ги: „Те искат също смисъл, вкус и спокойствие. Какво имате, което предлага това?“

Бележка за адаптиране към различни селски контексти

Това упражнение работи във всяка европейска селска среда. Структурата на концептуалните карти остава същата — променя се само съдържанието в зависимост от местните култури, занаяти, традиции, пейзажи и хранителна култура. Лозето в един регион се превръща в маслинова горичка в друг, в градина с билки в трети, в сиренарница в четвърти. Обучителят трябва да насърчи участниците да използват всичко, което е истински местно и сезонно. Ключовата инструкция остава: „Използвайте това, което вече имате. Не измисляйте това, което нямате.“

Насоки за фасилитиране — Урок 3

Преди сесията

- Разпечатайте по един шаблон „Предварително предложение“ за всеки участник
- Подгответе обобщение на 5-те профила на посетители на флипчарт или на екрана
- Тествайте демонстрацията на ИИ на собствения си телефон преди сесията — уверете се, че знаете как да отворите ChatGPT/Gemini и да въведете подсказка
- Имайте резервен план в случай, че няма интернет: разпечатайте 3–4 примера за резултати от ИИ (описания на оферти, готови отговори), които обучаващите се могат да адаптират ръчно

Как да започнете урока

Попитайте: „Кои бяха вашите посетители миналото лято? А сега: кои мислите, че ще дойдат след 5 години? Същите хора? Или различни?“ Позволете на 2–3 души да отговорят. След това: „Посетителите се променят. Днес ще научим кои са те и какво искат — и ще използваме изкуствения интелект, за да стигнем до тях.“

За частта с изкуствения интелект демонстрирайте на живо: отворете инструмента на телефона си, въведете заявка, покажете резултата на проектора или го прочетете на глас. Кажете: „Това отне 30 секунди. Сега опитайте вие.“

По време на упражнението

- Част А: помогнете на участниците да изберат профил. Повечето по подразбиране ще изберат този, който е най-близък до настоящите им гости. Насърчете ги леко:

„Кой запълва празните ви дни през седмицата? Кой идва през октомври? Това е вашата възможност за растеж.“

- Част Б: обиколете групата. Някои участници ще имат затруднения с въвеждането на заявката. Помогнете им да я формулират. Други ще бъдат изненадани от качеството на резултата — позволете им да споделят.

Как да приключите урока

Помолете всеки участник да прочете на глас най-добрия си отговор, генериран от ИИ. След това попитайте: „Бихте ли го използвали така, както е? Какво бихте променили?“ Това учи на критична оценка на резултатите от ИИ, което е по-важно от самия инструмент.

Списък с материали

- Разпечатани шаблони за предварителни оферти (по 1 на човек)
- Обобщение на 5 профила на посетители (на флипчарт или прожектирано)
- Телефони с достъп до интернет (за задачите с ИИ)
- Резервен вариант: 3–4 отпечатани примера за резултати от ИИ, в случай че интернетът не работи
- Ако използвате допълнителното упражнение за поколението Z: отпечатани карти с концепции за микропреживявания (по 1 на група) или 7-те полета, написани на дъската
- Химикалки

Урок 3 — Подкрепа за учителите при проучвания с изкуствен интелект

Какво да проучите

Текущи и бъдещи тенденции в селския туризъм в Европа. Нововъзникващи сегменти посетители и тяхното поведение. Очакванията на поколението Z от преживяванията в селския и агротуризма. Прости и реалистични приложения на ИИ за малки оператори. Местни продукти, сезони и традиции, които могат да илюстрират профилите на посетителите.

Защо това е важно за провеждането на обучението

Това е модулът с най-далекогледна перспектива и този, който най-вероятно ще се наложи да бъде актуализиран. Тенденциите при посетителите се променят бързо. Това, което се появяваше през 2025 г., може да стане масова тенденция до 2027 г. Обучител, който идва с актуални данни за тенденциите и местни примери за всеки профил на посетител, провежда много по-увлекателна сесия.

ИИ подсказка за учителя

Копирайте в ChatGPT, Gemini или подобна платформа:

„Обучавам малки оператори в областта на агротуризма в [страна/регион] относно бъдещите тенденции в туризма и профилите на посетителите. Помогнете ми да се

подготвя, като ми предоставите: (1) 3–5 от най-значимите тенденции в селския туризъм в Европа в момента, подкрепени с доказателства или примери, (2) кратък профил на поколението Z като посетители на агротуризм — какво искат, как откриват дестинациите, какво ги отблъсква, (3) 3 примера за агротуристически преживявания в [страна/регион], които биха привлекли по-младите посетители — основани на местни култури, традиции или пейзажи, (4) 5 прости задачи, които малък оператор на ферма би могъл да изпълни на телефона си за 30 минути, за да подобри маркетинга и комуникацията си. Всичко трябва да е практично и специфично за малките селски предприятия, а не за хотели или курорти.“

Помолете ИИ да ви предостави

- Обобщение на тенденциите, подходящо за 3-минутно въстъпление на учител
- Местни примери, които илюстрират всеки от 5-те профила на посетители (летен отход, ориентирани към стойността, уелнес, дистанционни работници, социално ориентирани/Поколение Z)
- 3–5 идеи за сезонни продукти, базирани на това, което се отглежда или се случва в региона (събития, свързани с реколтата, местна храна, календар на природата)
- Примери за подсказки за ИИ, които участниците могат да изпробват по време на упражнението, като използват местния контекст

Проверка от страна на учителя преди употреба

- Сравнете твърденията за тенденциите с последните публикации на Европейската туристическа комисия, Booking.com или Световната организация по туризъм (UNWTO)
- Уверете се, че описанията на поколението Z избягват стереотипите — фокусирайте се върху поведението и очакванията, а не върху клишетата за поколението
- Уверете се, че местните примери са реалистични и актуални — не са остарели или прекалено амбициозни
- Сами тествайте предложените подсказки за ИИ преди сесията, за да се уверите, че те дават използваеми резултати

Казуси, основани на тенденции

Тези казуси се различават от предишните модули. Вместо да описват съществуващ бизнес, те разглеждат бъдеща тенденция в туризма и показват какво означава тя за всеки оператор в сектора на агротуризма в Европа.

Тенденция 1 — Когато лятото се превръща в извънсезонен период

Промяната в междинния сезон

Тенденцията

Вълните от горещини в Южна Европа карат посетителите да пътуват по-рано (април–май) и по-късно (септември–ноември). Дестинации, които преди бяха тихи през октомври, сега отбелязват ново търсене. Популярните крайбрежни дестинации губят посетителите си през август в полза на по-прохладните алтернативи във вътрешността на страната. Старият календар — „юли–август е пикът“ — вече не важи.

Сценарият

Малка ферма с лозе, 3 стаи и дегустации на открито. Лятото някога беше най-добрият им сезон. Но през последните 3 лета посетителите през август се оплакват от жегата, дейностите на открито бяха неприятни след 11:00 ч., а някои резервации бяха отменени. Операторът решава да промени позиционирането си.

Какво промениха

- Преместиха основния сезон към април–юни и септември–ноември
- Създадоха пакет „есенен уикенд на гроздобера“ (бране на грозде + готвене + дегустация)
- Преместиха всички дейности на открито в ранната сутрин (преди 10:00) през лятото
- Рекламираха фермата като „бягство от жегата“ за градските посетители, търсещи прохладна алтернатива

Резултатът

Октомври се превърна във втория най-натоварен месец след май. Средната степен на удовлетвореност на посетителите се повиши, тъй като температурите бяха приятни. Летните месеци не изчезнаха — просто се превърнаха в „само ранна сутрин“ с по-малък капацитет и по-високи цени.

Какво можете да възприемете

- Разгледайте данните си за резервациите: нарастват ли посещенията през междинните месеци? Развийте тази тенденция.

- Създайте една конкретна оферта за пролетта и една за есента – не просто „работим цялгодишно“, а нещо, което може да се резервира.
- Променете онлайн описанието си, за да споменете сезона: „Идеално през октомври“ е по-силно послание от „Отворено цялгодишно“.

Тема за дискусия

„Кой месец би могъл да се превърне във вашия нов пиков сезон — ако създадете подходяща оферта за него?“

Тенденция 2 — Фермата, която говори 5 езика (с един телефон)

Комуникация, задвижвана от изкуствен интелект, за малки оператори

Тенденцията

Посетителите от различни страни очакват да общуват на собствения си език. Малките оператори не могат да си позволят преводачи или многоезичен персонал. Безплатните инструменти, задвижвани от изкуствен интелект, вече позволяват на всеки да създава текстове с професионално качество на няколко езика за минути. Операторите, които използват тези инструменти, отговарят по-бързо, достигат до по-широка аудитория и превръщат повече запитвания в резервации.

Сценарият

Ферма с стаи за настаняване и малък магазин, управлявана от едно семейство. Те говорят на собствения си език и основен английски. Получават запитвания на немски, френски и холандски, но не могат да отговорят адекватно. Онлайн обявата им е само на един език. Губят резервации, защото отговорите им отнемат твърде много време или звучат непрофесионално.

Какво промениха

- Използваха безплатен инструмент с изкуствен интелект, за да преведат описанието на офертата си на английски, немски, френски и един съседен език
- Създадоха колекция от готови отговори: 10 предварително написани отговора за WhatsApp на често задавани въпроси на 3 езика
- Създадоха сезонни публикации в социалните медии на английски с помощта на изкуствен интелект, след което ги прегледаха и публикуваха
- Подобриха профила си в Google, като използваха генериран от изкуствен интелект списък с елементи, които трябва да включат

Резултатът

Времето за отговор се съкрати от 2 дни на 2 часа. Заявките от чуждестранни посетители се удвоиха в рамките на един сезон. Директните резервации се увеличиха, тъй като фермата вече можеше да общува уверено на 4 езика. Общата стойност: нула — всички използвани инструменти бяха безплатни.

Какво можете да приложите

- Отворете ChatGPT или Gemini на телефона си още днес. Въведете описанието на фермата си и помолете програмата да го преведе на английски.
- Създайте 10 готови отговора на най-често задаваните въпроси от гостите. Запазете ги в бележките на телефона си.
- Актуализирайте профила си в Google Business Profile още тази седмица — използвайте списъка за проверка с изкуствен интелект, за да видите какво липсва.

Тема за дискусия

„Кой е въпросът, който гостите ви задават най-често? Може ли изкуственият интелект да ви помогне да отговорите по-бързо и по-добре?“

Тенденция 3 — Без басейн, без Wi-Fi, напълно запълнено

Уелнесът и бавният туризъм заменят традиционните почивки

Тенденцията

Все повече европейски туристи избират почивки, насочени именно към спокойствие, тишина, контакт с природата и откъсване от екраните. Те не търсят лукс или забавления — искат мир. Фермите, които предлагат „нищо“ (без телевизор, без басейн, без шум), откриват, че именно за това „нищо“ тези туристи са готови да платят високи цени.

Сценарият

Прост агротуризм: реставрирана селска къща, градина, малка кухня, гора наблизо. Без басейн, без съоръжения за забавление, без детски кът. Операторът смяташе, че не може да се конкурира с по-големите места, които разполагат с басейни и развлечения. Тогава опитаха с различен подход.

Какво промениха

- Създаде оферта „вечер на тишината“: вечеря в 18:00, без телефони, само разговори, наблюдение на звездите, лягане до 21:00
- Добавиха сутрешна сесия „разходка в гората и дишане“ — лека 45-минутна разходка с паузи за тишина и наблюдение
- Предложиха работилница за билки: бране на билки от градината, приготвяне на чай и прост сапун, вземане на малък пакет за вкъщи
- Рекламираха фермата като „място, където нищо не се случва — и точно това е смисълът“

Резултатът

Позиционирането като място за уелнес и спокойствие привлече по-платежоспособни гости, които оставаха по-дълго и се оплакваха по-малко. Заетостта през делничните дни се подобри, тъй като туристите, търсещи уелнес, не пътуват само през уикендите. В

отзивите се споменаваха „спокойствие“, „качество на съня“ и „точно това, от което се нуждаехме“. Разходи за инвестиция: почти нулеви — използваха това, което вече имаха.

Какво можете да копирате

- Не ви е нужен спа център. Нужна ви е тишина, природа, добра храна и ясно послание.
- Опитайте една „спокойна“ оферта този сезон: ранна вечеря, без телефони, тиха вечер. Вижте как ще реагират гостите.
- Напишете описанието си честно: „Нямаме басейн. Нямаме телевизор. Имаме гора, градина и домашно приготвена храна.“ Тази честност привлича точно подходящия посетител.

Тема за дискусия

„Какво вече имате, за което стресиран градски посетител би платил — ако знаеше за него?“

Тенденция 4 — Фермерски брънч, една снимка, изцяло резервирано

Как споделяемите, местни преживявания в кратък формат привличат по-младите пътешественици

Тенденцията

По-младите пътешественици в цяла Европа все по-често избират селски дестинации — не за дълги престои, а за кратки, ярки преживявания, в които храната е на първо място и които могат да споделят с връстниците си. Те откриват тези места чрез кратки видеоклипове и препоръки от приятели, а не чрез брошури или туристически уебсайтове. Една-единствена снимка, направена в подходящия момент, на закуска във ферма или на практически уъркшоп може да донесе повече резервации, отколкото една година реклама.

Сценарият

Малка ферма с градина, няколко овощни дървета и красива стара маса под орехово дърво. Без стаи, без уебсайт, без платформа за резервации. Дъщерята на стопанина публикува снимка на неделна сутрешна закуска – пресен хляб, яйца, мед, плодове, билки от градината, сутрешна светлина. Публикацията достигна до 4 000 души. В рамките на една седмица 15 души попитаха: „Можем ли да дойдем?“

Какво промениха

- Създадоха оферта „фермерски брънч“: събота сутрин, 10:00–12:00, максимум 12 гости, 18 евро на човек
- Заложиха на простотата: сезонни продукти от градината, хляб, изпечен същата сутрин, местно сирене, мед, чай от билки
- Без уебсайт — резервации само чрез директни съобщения (WhatsApp и Instagram)

- Насърчаваха гостите да снимат и споделят — обстановката беше естествено привлекателна, нищо не беше поставено
- Използваха инструмент с изкуствен интелект, за да напишат описанието на офертата на английски и още два езика

Резултатът

Пълно запълване на резервациите в рамките на 3 седмици, всяка събота от май до октомври. Повечето гости бяха на възраст 20–35 години, идваха в малки групи и откриваха фермата чрез социалните медии. Мнозина се връщаха или довеждаха приятели. Създаването на офертата не струваше почти нищо — храната идваше от фермата, масата вече беше там, красотата беше истинска.

Какво можете да копирате

- Не ви трябва стаи или уебсайт. Трябват ви една ясна, кратка оферта, която може да се резервира.
- Направете една добра снимка на най-хубавия момент (сутрешна светлина, прясна храна, автентична обстановка) и я споделете.
- Офертата трябва да е кратка, ясна и лесна за резервиране: какво, кога, колко струва, как да се резервира.
- Позволете на гостите да споделят преживяването си – не ги молете да го правят, просто създайте обстановка, която си заслужава да бъде споделена.

Тема за дискусия

„Кой е най-атрактивният визуално момент във вашата ферма – този, който гостът би снимал, без да го молите?“

Практически упражнения — обобщение

#	Заглавие	Свързано с	Време	Резултат
1	Моят план за климатични рискове и реагиране	Урок 1	15 мин	Топ 3 риска с мерки и послания от гости
2	Моят план за екологични подобрения	Урок 2	15 мин	3 подобрения, подредени по приоритет, 1 с план за действие
3	Напишете оферта и 10 отговора на гости	Урок 3	20 мин	1 оферта + 10 отговора на гости, генерирани от ИИ

3 задачи за домашна работа

#	Резултат	Какво обхваща
1	План за климатични рискове и реагиране	Топ 3 риска, предизвикващи фактори, мерки за адаптация, послания от гости
2	План за екологични подобрения	Разгледани 10 варианта, 3 от тях са с приоритет, 1 с план за действие и начална дата
3	Проект на оферта + колекция от готови отговори	1 профил на посетител, 1 оферта, 1 канал, резервен план при лошо време, 10 отговора, генерирани от ИИ

Бизнес канвас — финална актуализация

Това е последният модул от програмата. „Бизнес канвасът за агротуризм“ от Модул 1 е актуализиран след всеки модул — сега е моментът той да бъде завършен. Модул 6 пряко укрепва три области от канваса:

Поле 1: Предложение за стойност — добавете офертата за бъдещия посетител, която създадохте в Урок 3.

Поле 3: Канали — добавете инструментите с изкуствен интелект за комуникация с гостите: готови отговори, преводи, описания.

Поле 8: Структура на разходите — отбележете екологичните подобрения от Урок 2, които намаляват разходите.

Вземете канваса си. Отделете 5 минути, за да актуализирате тези полета с наученото днес. Използвайте химикал с различен цвят.

Модул 1: първи чернови вариант → Модул 2: канали и взаимоотношения → Модул 3: предложение за стойност и приходи → Модул 4: ресурси и дейности → Модул 5: клиентски сегменти и партньорства → Модул 6: бъдещо предложение и окончателна версия.

Забележка за учителя: попитайте участниците кое поле е останало празно — то е тяхната домашна работа. Канвасът, с който си тръгват днес, е изпитана, завършена бизнес концепция на една страница.

Самооценка

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

1. Кои са вашите 3 най-големи климатични риска — и имате ли отговор за всеки от тях?
2. Коя екологична инициатива бихте могли реалистично да започнете през следващите 12 месеца? Колко ще струва това?
3. Кой от 5-те профила на посетители най-добре отговаря на вашето място? Какво бихте им предложили?
4. Опитали ли днес инструмент с изкуствен интелект? Какви резултати даде? Бихте ли го използвали отново?
5. Какво би направило настоящата ви оферта по-привлекателна за по-млад посетител, който открива дестинации чрез социалните медии? Коя част от офертата ви биха сметнали за най-интересна — и коя за най-малко интересна?

Бележки за учителя

За последния модул

Това е Модул 6 – последната сесия. Участниците може да са уморени или да смятат, че вече са научили достатъчно. Енергията идва от погледа към бъдещето, а не към миналото. Поддържайте тон, насочен към бъдещето и практичен: „Какво ще направите по различен начин през следващия сезон?“

За упражнението с изкуствен интелект

Това ще бъде най-непредсказуемата част от сесията. Някои участници ще бъдат ентузиасирани, други – скептични. Първо демонстрирайте упражнението на собствения си телефон. Дръжте нещата прости: една задача, един инструмент, един резултат. Ако интернетът не работи, използвайте отпечатаните резервни примери.

Относно смесената аудитория

Студентите често се ангажират повече с Урок 3 (бъдещи тенденции, изкуствен интелект) отколкото опитните оператори. Използвайте тази енергия. Свържете студентите с операторите по време на упражненията — свежият поглед помага.

Относно съдържанието за поколението Z

Избягвайте стереотипите: „Поколението Z иска само Instagram“ не помага. Фокусирайте се върху поведението, а не върху етикетите за възраст. Ключовото прозрение е, че това, което работи за по-младите посетители — ясна комуникация, кратки оферти, бързи отговори, автентична обстановка, лесно резервиране — подобрява офертата и за всеки друг сегмент посетители. Насърчавайте по-възрастните оператори да разглеждат промените, насочени към поколението Z, като общо подобрение на качеството, а не като специална отстъпка към различно поколение. Ако някой от обучаващите се каже: „Не разбирам младите хора“, пренасочете разговора: „Какво би се случило, ако описанието на офертата ви беше по-кратко, снимките ви бяха по-добри, а времето за отговор беше 2 часа вместо 2 дни? Всеки посетител ще има полза от това.“

Относно времето

Урок 3 обикновено отнема повече време заради упражнението с изкуствен интелект. Ако изоставате от графика, съкратете обсъждането на казуса.

Допълнителна домашна работа

Изпълнете една от 5-те задачи с изкуствен интелект у дома тази седмица. Изпратете резултата на учителя или на друг участник за обратна връзка.

Домашна работа за участниците

Тези задачи помагат на обучаващите се да приложат наученото в реалната си ситуация. Изпълнете поне една от тях в рамките на две седмици.

Задача 1 — Изгответе своя план за реагиране при климатични събития у дома

Прегледайте отново плана за климатични рискове и реакция, който започнахте в клас. Добавете повече подробности: конкретни дати, когато рисковете са най-високи, имена на хора, с които да се свържете в случай на извънредна ситуация, точна формулировка на съобщенията за гости. Споделете го с член на семейството или съсед.

Задача 2 — Започнете своето най-важно екологично подобрение

Избрахте едно подобрение и определите дата. Сега го направете. Ако това е мулчиране, купете материала този уикенд. Ако това са LED крушки, сменете ги тази седмица. Направете снимка „преди“ и „след“.

Задача 3 — Опитайте и петте задачи за изкуствен интелект

В часа изпробвахте една или две. Сега изпробвайте и петте у дома: предлагане на описание, готови отговори, превод, сезонни събития, списък за проверка на профила в Google. Запазете резултатите в бележките на телефона си. Изпратете най-добрия резултат на друг участник.

Приложения

Приложение 1 — План на презентацията (слайдове)

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

Вижте отделния файл: Модул 6 — План на презентацията и съдържание на слайдовете

Приложение 2 — Подсказки за локализация и актуализация на ИИ за обучители

Това приложение допълва доказателствената база на модула, като предоставя структурирани насоки за изследване на ИИ, които помагат на обучителите да адаптират съдържанието към собствената си страна, регион, сезон и група участници. Насоките са предназначени да бъдат копирани в безплатен инструмент за ИИ (ChatGPT, Gemini или подобен) с минимална редакция.

Какво предлага това приложение

- Едно насочено указание за изследване с ИИ за всеки урок, съобразено с конкретното съдържание на урока
- Място за попълване на местни подробности ([страна], [регион], [култура], [сезон]), които обучителите попълват преди употреба
- Ясни инструкции за това какво да се поиска от ИИ и как да се провери резултатът
- Предпазни мерки, напомнящи на обучителите да проверяват фактите, да опростяват езика и да проверяват дали резултатите съответстват на местната реалност

Как да го използвате

Преди всяко провеждане на занятието отделете 15–20 минути, за да изпълните подходящите за вашия контекст задачи. Прегледайте резултатите, изберете най-полезните примери и данни, опростете ги, където е необходимо, и донесете локализирания материал на занятието. Това гарантира, че съдържанието на модула — макар и да се основава на данни на европейско ниво — винаги изглежда свързано с реалността на самите участници.

Местата на подсказките в това ръководство

Модул	Фокус на подсказката	Страница
Урок 1	Местни климатични рискове, сезонни промени, примери за адаптация	Вижте Урок 1 — Подкрепа за изследвания в областта на изкуствения интелект
Модул 2	Нискобюджетни екологични подобрения, местни разходи и финансиране	Вижте Урок 2 — Подкрепа за обучителите при проучвания с изкуствен интелект

Урок 3	Тенденции при посетителите, поколението Z, примери за местни продукти/сезони, демонстрации на задачи с изкуствен интелект	Вижте Модул 3 — Подкрепа за изследвания в областта на изкуствения интелект
--------	---	--

Тези указания са инструмент за подготовка на учителите. Те не заместват съдържанието на модула, собствения опит на учителя или проверените първични източници. Всички резултати, генерирани от изкуствения интелект, трябва да бъдат прегледани, опростени и проверени преди използването им в учебна сесия.