

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Imię i nazwisko autora: Małgorzata Grzegorzczak

Temat zajęć: Oczekiwania turystów

Wprowadzenie:

Są to drugie zajęcia dla uczniów z modułu „Agroturystyka pomysłem na biznes”.

Zajęcia te są ważne, ponieważ uświadamiają nam, ile różnych atrakcji i zabytków możemy obejrzeć na Ziemi Świętokrzyskiej. Podczas zajęć należy zwrócić uwagę słuchaczy na usługi turystyki wiejskiej i agroturystyki.

Cele zajęć:

Uczestnik szkolenia (uczeń):

- wymieni i krótko scharakteryzuje typy agroturystów;
- wymieni oczekiwania agroturystów;
- zapozna się z przykładami stron internetowych promujących atrakcje województwa świętokrzyskiego;
- wymieni największe atrakcje Ziemi Świętokrzyskiej;
- wymieni i krótko scharakteryzuje kilka imprez i zabytków znajdujących się w swoim powiecie;
- zaproponuje jednodniową wycieczkę i oszacuje jej koszty.

Metody i formy pracy:

dyskusja, praca w grupach, miniwykład wizualizowany prezentacją multimedialną, praca z Internetem.

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Środki dydaktyczne:

komputery z podłączeniem do Internetu, flipchart, laptop (komputer) dla prowadzącego, rzutnik multimedialny, karteczki samoprzylepne w dwóch kolorach, szkic kosza oraz szkic walizki na dużych kartkach

Czas zajęć: 2 x 45 min.

Przebieg zajęć:

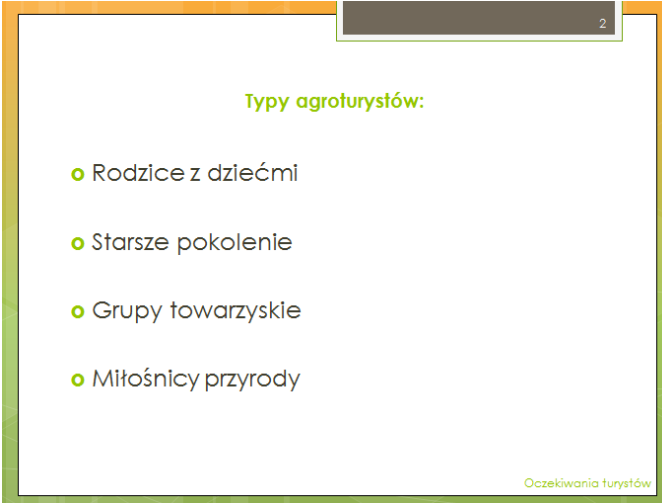
Prowadzący wprowadza w tematykę agrobiznesu (miniwykład).

Dziś przed turystyką organizowaną na wsi stoją nowe wyzwania. Zdecydowana większość potencjalnych nabywców usług agroturystycznych oczekuje szerokiego pakietu propozycji aktywnego wypoczynku w obrębie danej wsi, gminy czy regionu. Turystów przyciągają na wieś:

- specjalne sklepy i karczmy urządzone w wiejskim stylu, sprzedające tradycyjne, lokalne produkty i potrawy;
- obiekty pokazowe, gdzie można przyglądać się a nawet uczestniczyć w określonej produkcji (młyny, serowarnie, gospodarstwa rolne);
- muzea kultury ludowej i rzemiosła połączone ze sprzedażą pamiątek;
- parki rozrywki dla dzieci z urządzeniami do zabawy, możliwością kontaktu ze zwierzętami, jazdy na kucykach, itp.;
- stadniny koni zapewniające możliwość jazdy konnej, hipoterapii.

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Myśląc o agroturystyce, trzeba ustalić, czy decydujemy się na ofertę specjalistyczną, adresowaną do konkretnego typu klienta, czy też na propozycję dla każdego. Jest to o tyle ważne, że przy ofertach specjalistycznych należy przewidzieć szczególne kwalifikacje gospodarza i wyposażenie dostosowane do typu gości.



2

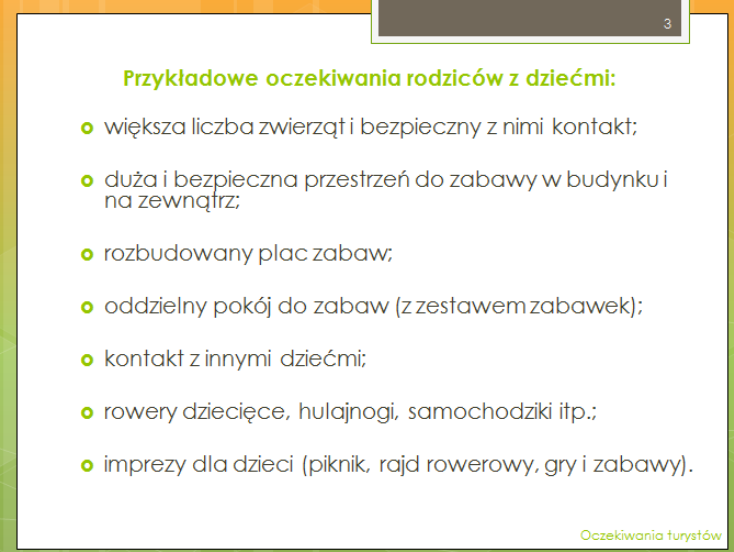
Typy agroturystów:

- Rodzice z dziećmi
- Starsze pokolenie
- Grupy towarzyskie
- Miłośnicy przyrody

Oczekiwania turystów

Rodzice z dziećmi

Dla tej kategorii gości zalecamy zwrócić uwagę na kilka elementów głównie pod kątem dzieci:



3

Przykładowe oczekiwania rodziców z dziećmi:

- większa liczba zwierząt i bezpieczny z nimi kontakt;
- duża i bezpieczna przestrzeń do zabawy w budynku i na zewnątrz;
- rozbudowany plac zabaw;
- oddzielny pokój do zabaw (z zestawem zabawek);
- kontakt z innymi dziećmi;
- rowery dziecięce, hulajnogi, samochodziki itp.;
- imprezy dla dzieci (piknik, rajd rowerowy, gry i zabawy).

Oczekiwania turystów

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Starsze pokolenie

Goście starszej generacji mają wyższe wymagania, ale są wdzięcznymi klientami, gdyż przyjeżdżają także poza głównym sezonem. Jednoczesny pobyt w tym samym budynku osób w starszym wieku i hałasujących dzieci generalnie nie jest zalecany, chociaż czasami obie strony czują się dobrze w swoim towarzystwie.

4

Przykładowe oczekiwania starszego pokolenia:

- pokoje z łazienką i wygodnym wejściem do prysznicza;
- zaciszny dom i ogród;
- wygodne schody;
- wygodne łóżka, fotele i krzesła;
- gotowość gospodarzy do słuchania, towarzyszenia;
- pomoc medyczna w najbliższej okolicy;
- wysokie wymagania kulinarne (np. posiłki dietetyczne).

Oczekiwania turystów

Grupy towarzyskie

Ta kategoria gości nie występuje wśród wybierających urlop na wsi tak często jak dwie poprzednie, ale nie należy jej bagatelizować, gdyż równie często przyjeżdża poza głównym sezonem, zwłaszcza w weekendy.

Oferta spędzenia wolnego czasu musi być więc bogata. W wielu krajach pod kątem tej kategorii gości powstały na przykład specjalne tak zwane disco-farmy.

5

Przykładowe oczekiwania grup towarzyskich:

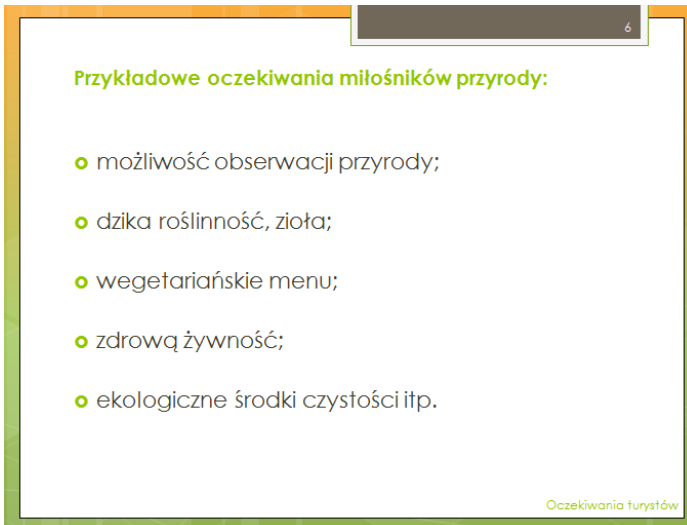
- możliwość zorganizowania głośniejszej imprezy;
- możliwości zabawy;
- możliwości atrakcji sportowych.

Oczekiwania turystów

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Miłośnicy przyrody

Jest to specyficzna kategoria gości o konkretnych, ekologicznych zainteresowaniach. Spędzają urlop indywidualnie lub w małych grupach, aby uciec od zgiełku miasta.



6

Przykładowe oczekiwania miłośników przyrody:

- możliwość obserwacji przyrody;
- dzika roślinność, zioła;
- wegetariańskie menu;
- zdrową żywność;
- ekologiczne środki czystości itp.

Oczekiwania turystów

Zmieniły się oczekiwania turystów, wieś, sytuacja ekonomiczna rolników i czynniki determinujące rozwój turystyki. Zamiast popularnej do niedawna turystyki pobytowej, coraz większym zainteresowaniem turystów cieszą się różne formy turystyki aktywnej i poznawczej. Cenione są atrakcje przyrodnicze, ale również wartości kulturowe i historyczne.

Ćwiczenie 1 – Największe atrakcje turystyczne Ziemi Świętokrzyskiej

Wypiszcie te atrakcje turystyczne Ziemi Świętokrzyskiej, które mogą mieć znaczenie dla Waszych turystów. Zaznaczcie, które z nich są całoroczne (lub prawie całoroczne), a które sezonowe ale cykliczne. Wykonajcie to wg tabeli (Załącznik 1).

Możecie skorzystać np. z poniższych stron Internetowych

http://swietokrzyskie.travel/data/mp/2535_hity_swietokrzyskie_wersja_polska.pdf

http://bip.powiat.kielce.pl/bip_admin/zdjecia_art/22044/2zalacznik.pdf

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Omówienie prac słuchaczy.

Ćwiczenie 2 – Planujemy pobyt naszym gościom

Dzielimy uczestników na nowe, 3-4. osobowe grupy. Zadaniem grup jest przygotowanie propozycji dwóch jednodniowych wycieczek dla:

- a) starszego pokolenia,
- b) miłośników przyrody.

7

Planujemy wycieczki naszym agroturystom

Wycieczka całodniowa nr ... dla

- Termin:
- Godzina wyjazdu:
- Planowana godzina powrotu:
- Trasa:
- Długość całej trasy:
- Oszacowany koszt wycieczki na jedną osobę dorosłą:

- Etap nr ...
- Miejsce docelowe etapu (miejscowość)
- Zwiedzane obiekty, imprezy
- Odległość od poprzedniego miejsca
- Planowany czas zwiedzania
- Przybliżony koszt wejść do obiektów

Oczekiwania turystów

Należy podać orientacyjnie długość trasy w kilometrach oraz przybliżony koszt wycieczki (np. wg załącznika 2).

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Ewaluacja zajęć:

Każdy z uczestników na jednej karteczce samoprzylepnej wypisuje, jakie informacje, umiejętności będą przydatne i zabierze je ze sobą w walizce. Na drugiej karteczce wypisuje informacje niepotrzebne, które chce wyrzucić do kosza.

Wychodząc, przyklejają odpowiednio karteczki na powieszony wcześniej wizerunki kosza i walizki.

Literatura:

Kmita E., Majewski J. „Gospodarstwo agroturystyczne. Budowanie własnej oferty”, w: Gospodarstwo Agroturystyczne. Poradnik, red. L. Powichrowski, MIPS Warszawa 1997

http://swietokrzyskie.travel/data/mp/2535_hity_swietokrzyskie_wersja_polska.pdf

http://bip.powiat.kielce.pl/bip_admin/zdjecia_art/22044/2zalacznik.pdf

www.agroturystyka.edu.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=104&Itemid=31

www.agroturystyka.pl

www.agroturystyka.edu.pl



DG Edukacja i Kultura
Program „Uczenie się przez całe życie”
Comenius



TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Załącznik 1

Lp.	Atrakcja, zabytki	Duże znaczenie dla naszego biznesu	Średnie znaczenie dla naszego biznesu	Całoroczna (prawie całoroczna)	Sezonowa (jaki miesiąc)



DG Edukacja i Kultura
Program „Uczenie się przez całe życie”
Comenius



TBF – Ku lepszemu przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Lp.	Atrakcja, zabytki	Duże znaczenie dla naszego biznesu	Średnie znaczenie dla naszego biznesu	Całoroczna (prawie całoroczna)	Sezonowa (jaki miesiąc)

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Załącznik 2

Wycieczka całodniowa nr ... dla

Termin:

Godzina wyjazdu:

Planowana godzina powrotu:

Trasa:

Długość całej trasy:

Oszacowany koszt wycieczki na jedną osobę dorosłą:

Etap nr	Miejsce docelowe etapu (miejscowość)	Zwiedzane obiekty, imprezy	Odległość od poprzedniego miejsca	Planowany czas zwiedzania	Przybliżony koszt wejść do obiektów
I					
II					



Program „Uczenie się przez całe życie”
Comenius



TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Etap nr	Miejsce docelowe etapu (miejscowość)	Zwiedzane obiekty, imprezy	Odległość od poprzedniego miejsca	Planowany czas zwiedzania	Przybliżony koszt wejść do obiektów
...					

TBF – Ku lepszej przyszłości – Edukacja jako miejsce promocji regionów Świętokrzyskiego i Abruzzo

Załącznik 3 – prezentacja multimedialna na płycie CD

