



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]



SAT INTELIGENT

DEZVOLTAREA AFACERILOR DE TURISM RURAL PRIN ECONOMIE CIRCULAR ȘI INOVAȚIE SOCIALĂ

Programul Erasmus+ – KA2 Cooperare pentru inovare și schimb de bune
practici

O1 Carte albă

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Circulație:Confidențial / Public

Autori:

Doc. Ref.:

DREPTURI DE AUTOR

© Copyright 2020 Consorțiul SMART VILLAGE

Constând din:

- P0: ASOCIATIA TINUTUL ZIMBRULUI (RO)
- P1: AGENTIA PENTRU DESVOLTARE REGIONALA NE (RO)
- P2: REȚEA EUROPEANĂ DE ÎNVĂȚARE DIGITALĂ (IT)
- P3: EUROGEO VZW (B)
- P4: CCS DIGITAL EDUCATION LIMITED (IRL)
- P5: UPI (SLO)
- P6: RUSENSKA TAROVSKO INDUSTRIALNA KAMARA (BG)
- P7: AINTEK (GR)
- P8: IRENE'S TRAVERL (RO)

Acest document nu poate fi copiat, reprodus sau modificat integral sau parțial în niciun scop fără permisiunea scrisă a Consorțiului SMART VILLAGE. În plus, trebuie să se facă referire în mod clar la o recunoaștere a autorilor documentului și a tuturor părților aplicabile ale notificării privind drepturile de autor.

Toate drepturile rezervate.

Acest document se poate modifica fără notificare.

ISTORICUL DOCUMENTELOR

Versiunea nr.	Data	Descriere
V1	15.04.2021	Proiect
V2	27 iunie 2021	Verificat de Harry Rogge
V3	02.07.2021	Versiunea finala

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

CUPRINS

1.Înțelegerea contextului.....	5
1.1.Obiectivele și scopurile proiectului.....	5
1.2. Contextul proiectului.....	6
2. Definirea domeniului de aplicare.....	6
3.Cercetarea pe țară.....	8
3.1. Oferta de educație și formare digitală pentru grupurile țintă dezavantajate din fiecare țară.....	9
3.2. Analiza demografică a populației în vârstă: De ce are nevoie acest grup țintă în ceea ce privește serviciile.....	13
3.3 Analiza dezvoltării turismului rural: definirea existenței IMM-urilor, a micro-antreprenorilor, a întreprinderilor comunitare și a întreprinderilor sociale – tipul de afaceri din zonă.....	16
3.4. Analiza nevoilor privind competențele necesare înființării unei întreprinderi în domeniul turismului rural.....	20
3.5. Sprijin financiar pentru înființarea întreprinderii adresat țăintelor defavorizate.....	25
3.6.Concluziile cercetării documentare.....	30
4.1 Sondajele.....	31
4.2 Sondajul grupului țintă.....	32
4.3 Analiza comparativă a anchetei grupului țintă	37
4.4. Sondajul părților interesate.....	43
4.5 Analiza comparativă a sondajului părților interesate	48
5. Concluzii generale.....	50
6. Grupul consultativ de experți.....	51

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Terminologie

Acronim	Numele complet
EACEA	Agenția Executivă pentru Educație, Audiovizual și Cultură
EC	Comisia Europeană
UE	Uniunea Europeană
GA	Acord de grant
HEI	Institutie de invatamant superior
TIC	Tehnologiile informației și comunicațiilor
PC	Coordonator de proiect
WP	Pachet de lucru

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

1. Înțelegerea Contextului

1.1. Obiectivele și scopurile proiectului

Proiectul SMART VILLAGE intenționează să creeze un nou curriculum educațional pentru modernizarea până în 2022 a noilor abilități și competențe digitale de bază pentru mai mult de 900 de adulți în vârstă defavorizați din punct de vedere economic, slab calificați și slab calificați, care sunt afectați de criza pandemiei COVID-19, persoane mai specifice. Locuiesc în zone rurale defavorizate în cel puțin nouă comunități locale europene. Proiectul are în vedere să-i învețe pe seniori cum să-și creeze propria afacere nouă în sate, folosind oportunități inovatoare de turism cultural local bazate pe inovarea socială, bunele practici și principiile economiei circulare. Proiectul nostru va oferi seniorilor oportunități excelente de a-și câștiga singur existența în criza economică actuală generată de perioada pandemiei 2020-2021. Acesta provoacă grupul țintă să își mențină mintea angajată, alertă și activă în comunitate.

Proiectul SMART VILLAGE va produce noi abordări inovatoare de predare și învățare sub forma unui studiu de cercetare și a unei colecții de bune practici, 4 manuale multiple, un kit de instruire, un joc video, precum și instrumente pentru dobândirea de competențe antreprenoriale în turismul rural. Platforma proiectului de resurse și comunitate va asigura un impact direct asupra a peste 900 de cursanți adulți (seniors) până în 2022, care își vor spori competențele digitale scăzute și impactul pe termen lung asupra a peste 500 de agenții de turism și din Europa.

Rezultatele proiectului prevăzute în timpul implementării proiectului pot fi descrise după cum urmează:

Proiectul SMART VILLAGE va urmări următoarele obiective:

- Îmbunătățirea spiritului antreprenorial, cunoștințelor și abilităților în materie de management turistic al seniorilor din zonele rurale marginalizate - Creșterea conștientizării și cunoștințelor cu privire la noile reguli privind condițiile sanitare în structurile și serviciile de cazare din cauza pandemiei de Covid-19
- Creșterea gradului de conștientizare cu privire la modelele de afaceri de inovare socială pentru valorificarea patrimoniului cultural și natural în turismul rural
- Îmbunătățirea abilitățile digitale ale liderilor din mediul rural pentru a deveni experți în satele inteligente, învățând cum să utilizați tehnologiile informației și comunicațiilor și cum să exploateze datele mari sau inovațiile legate de utilizarea internetului obiectelor. Impactul proiectului va fi că acești experți vor acționa ca pârgii care vor permite satelor inteligente să devină mai agile, să

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

folosească mai bine resursele lor și să îmbunătățească atractivitatea zonelor rurale și calitatea vieții locuitorilor din mediul rural.

- Creșterea competențelor digitale ale resurselor umane adulte în turism, marketing și management. Destinat persoanelor în vârstă din mediul digital și non-digital.
- Un brainstorming asupra provocărilor și oportunităților pentru abilitățile de turism digital.
- Pentru a contribui la formarea de noi acțiuni menite să crească gradul de asimilare a tehnologiilor digitale de către sectorul turismului și să îmbunătățească includerea IMM-urilor în lanțul valoric digital global.

1.2. Fundalul proiectului

Potrivit știrilor Organizației Mondiale a Turismului (OMT) din 8 aprilie 2020, comerțul mondial este de așteptat să scadă cu între 13% și 32% în 2020, deoarece pandemia de COVID 19 perturbă activitatea economică normală și viața din întreaga lume. Economia trebuie relansată de îndată ce criza sanitară va fi oprită. Pe măsură ce situația coronavirusului se va îmbunătăți treptat în Europa, se așteaptă ca turismul să joace un rol mai important în stimularea consumului pentru a ajuta la relansarea economiei. Deoarece călătoriile în străinătate au fost suspendate din cauza pandemiei, turismul rural intern este de așteptat să primească mai mulți turiști. Se așteaptă ca oamenii să urmărească un stil de viață mai sănătos și mai natural. Proiectul va crea o platformă pentru o nouă eră a turismului rural, care va urma după criza pandemiei de COVID-19.

2. DEFINIREA DOMENIULUI DE APLICARE

Categorie	Descriere
Rezultatul intelectual Obiective 1	<p>Cartea albă despre satul inteligent, inovația socială digitală și abilitățile de economie circulară necesare în turismul rural</p> <p>Primul rezultat va implementa activități care vizează realizarea cadrului complet privind satul inteligent, inovația socială digitală și abilitățile de economie circulară în turismul rural în toate țările.</p>

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

<p>leșire intelectuală 1 faze</p>	<p>Cartea albă - cadru metodologic (orientări): pentru a stabili un cadru comun pentru consorțiu.</p> <p>Fiecare partener va dezvolta o cercetare cu privire la următoarele subiecte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formare digitală și analiza nevoilor educaționale 2. Analiza demografică despre persoanele în vârstă și nevoile acestora 3. Analiza afacerilor: definirea existenței IMM-urilor, a micro-antreprenorilor, a întreprinderilor comunitare și a întreprinderilor sociale 4. Competențe pentru înființarea întreprinderilor în domeniul turismului rural 5. Sprijin financiar pentru înființarea întreprinderilor adresat țăintelor defavorizate
<p>Rezultatul intelectual 2 Obiective</p>	<p>Curs de formare -Smart Village - dezvoltarea afacerilor de turism rural prin economie circulară și inovare socială.</p> <p>Pe baza rezultatelor anterioare, Cartea albă, consorțiuul va dezvolta a doua producție intelectuală, și anume cursul de formare.</p>
<p>leșire intelectuală 2 faze</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 manuale digitale practice și practice aplicabile pentru seniori sau adulți cu abilități (digitale) scăzute, care locuiesc în sate îndepărtate, șomeri, lucrează într-o companie sau doresc să dezvolte un nou start-up în turismul rural și ● 1 set de instrumente de formare pentru formatorii interesați să dezvolte cursuri la clasă pentru grupul țintă definit cu slab calificare: seniori și cursanți adulți, funcționari publici care lucrează în administrațiile publice locale rurale și pentru managerii companiilor cu afaceri în turism rural

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

<p>Producția intelectuală Obiective</p> <p>3</p>	<p>Platformă educațională de e-learning: SMART VILLAGE TURISM</p> <p>Scopul acestui rezultat este de a crea o platformă de învățare</p>
<p>Ieșire intelectuală faze</p> <p>3</p>	<p>Principalele rezultate ale Platformei educaționale de învățare electronică SMART VILLAGE sunt următoarele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Să permită întreprinderilor mici din turism să intre în lumea digitală și mobilă. - Alinierea nevoilor utilizatorilor, caracteristicile aplicației și furnizarea de servicii pentru companii. - Implicarea autorităților VET încă de la începutul proiectului. Acest lucru va fi crucial pentru rezultate și impact în politicile de formare și muncă, în special la nivel local și regional.
<p>Țintă</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seniori (50+), cursanți adulți dispuși să lucreze în sectorul lanțului turistic din zonele rurale. Majoritatea acestor zone trebuie considerate marginalizate (zone depopulate, izolate sau zone cu acces limitat la infrastructură precum rețelele de transport rutier, electricitate și/sau la telecomunicații, inclusiv internet) sau care includ populația marginalizată. Acestea din urmă sunt definite ca persoane cu venituri mici, persoane expuse riscului de sărăcie și/sau excluziune socială; - funcționari publici adulți (40+) ai administrației publice locale și manageri din sectorul privat ai IMM-urilor din satele rurale. <p>GRUP ȚINTĂ INTERMEDIAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formatori în domeniul turismului, manageri și alți angajați ai asociațiilor și agențiilor de turism care promovează turismul rural. - Furnizori de educație (vocațională) pentru adulți cu potențial ridicat de exploatare a rezultatelor proiectului.
<p>Standarde calitative de evaluare</p>	<p>Cele 3 rezultate majore ale proiectului vor fi măsurate calitativ într-un studiu de impact bazat pe diferite chestionare care vor fi aplicate direct la 21 de participanți la activitatea de învățare pe termen scurt C1, 240 de participanți la cele 8 evenimente pilot de testare și conștientizare și celor 50 participanții</p>

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

	la conferința finală. Se vor desfășura evenimente multiplicatoare pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la avantajele utilizării noilor cunoștințe pentru a îmbunătăți abilitățile oamenilor.
--	---

3. CERCETARE DE ȚARĂ

Scopul prezentului document este de a produce un Raport cuprinzător de cercetare de țară extrem de util pentru dezvoltarea obiectivelor proiectului.

Acest raport de cercetare de țară reprezintă o bază importantă pentru dezvoltarea platformei și instruirii SMART VILLAGE. Partenerii au efectuat cercetări de țară pentru a furniza date relevante cu privire la nivelul de penetrare digitală în țara lor, analiză demografică privind populația vârstă, analiza dezvoltării turismului rural, analiza nevoilor pentru competențele necesare pentru înființarea întreprinderilor cu accent pe turism rural și sprijin financiar. pentru înființarea întreprinderilor adresate unor ținte dezavantajate definite.

3.1. OFERTA DE EDUCAȚIE ȘI FORMARE DIGITALĂ PENTRU GRUPURI ȚINTĂ DEZAVANTAGATE DIN FIECARE ȚARĂ

3.1.1. ROMÂNIA

România ocupă locul 26 din cele 28 de state membre UE în Indexul Economiei și Societății Digitale (DESI) pentru 2020. România este bine poziționată în ceea ce privește absolvenții TIC, ocupând locul cinci, cu 5,6% din totalul absolvenților (media UE: 3,6%) ; totuși, în ceea ce privește serviciile publice digitale și utilizarea serviciilor de internet, performanța României este cea mai scăzută dintre statele membre UE. În plus, conform datelor Eurostat, în 2019 nu mai puțin de 43% dintre românii cu vârsta cuprinsă între 16 și 74 de ani aveau competențe digitale de bază, clasând România pe primul loc în Uniunea Europeană în acest sens. În mod remarcabil, totuși, abia puțin peste 20% dintre persoanele din aceeași categorie de vârstă, care locuiesc în zonele rurale, aveau competențe digitale de bază sau peste cele de bază.

Chiar dacă eforturile de creștere a alfabetizării digitale a seniorilor la nivel național și coeziv sunt încă emergente, putem găsi mai multe organizații în întreaga țară (cum ar fi ONG-uri, biblioteci publice,

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

clustere, autorități publice locale etc.) care derulează și sprijină proiecte și inițiative pentru astfel de servicii, de obicei gratuite. Cu toate acestea, acest lucru se face în prezent într-o manieră localizată și dispersată. Iată câteva exemple relevante:

- **Programul ECDL EqualSkills derulat de ECDL ROMANIA: Programul își propune să faciliteze accesul persoanelor în vârstă la societatea informațională. Prima etapă a programului a avut loc în perioada aprilie-iunie 2012 și a urmat pregătirea și certificarea ECDL EqualSkills.**
- **Asociația pentru Voluntariat Social București derulează „Programul de alfabetizare digitală pentru vârstnici”**
- **Biblioteca Municipală Medgidia oferă cursuri gratuite de alfabetizare digitală pentru seniori**
- **„Dezvoltarea competențelor antreprenoriale digitale ale persoanelor vârstnice prin sistemul inovator de formare – eDigiStars” este un proiect internațional, demarat în 2020, care are ca scop predarea competențelor digitale vârstnicilor; proiectul este finanțat din fonduri europene în cadrul Programului Transnațional Dunărea 2014 – 2020**
- **DASM - Direcția de Asistență Socială și Medicală Cluj-Napoca conduce Proiect „Digital seniors – development seniors’ digital skills”, noiembrie 2019. Proiectul este susținut financiar de Primărie și Consiliul Local Cluj-Napoca și este coordonat de Clusterul IT Transilvania, în parteneriat cu AROBS Transilvania Software și Simplon România, sub auspiciile Consiliului Consultativ pentru Antreprenariat și Inovare în IT.**

3.1.2. ITALIA

Transformarea digitală în Italia a primit un impuls puternic odată cu crearea, în 2016, a echipei pentru „Trasformazione Digitale” (Transformare digitală). Odată cu apariția celui de-al doilea guvern Conte, inovația a fost transformată într-un minister și o echipă.

Potrivit OCDE, aproximativ 26% dintre persoanele cu vârsta între 16 și 74 de ani din Italia nu au navigat niciodată pe internet, comparativ cu o medie de 14% în alte țări. Aceasta înseamnă 10 milioane de cetățeni care nu folosesc internetul.

Pentru a înțelege consecințele și a afla ce strategii sunt implementate pentru a reduce decalajul digital, trebuie să pornim de la proiectul Repubblica Digitale. Din 2006, Uniunea Europeană a identificat opt abilități cheie pentru a trăi în mod corespunzător viața ca cetățean european. Au fost actualizate în mod regulat, dar singura care nu se schimbă niciodată este competența digitală. Nu este o problemă mică: înseamnă că utilizarea conștientă a internetului este o condiție prealabilă pentru a trăi pe deplin ca cetățean al Uniunii.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.1.3 . BELGIA

Valonia pare a fi subspecializată în sectorul digital în ceea ce privește numărul de companii: ponderea pe care o cântărește regiunea în sectorul digital belgian este mai mică decât ponderea pe care o cântărește în economia belgiană în ansamblu. Ponderea ocupării forței de muncă la nivel național în sectorul digital atribuită Valoniei este foarte scăzută în comparație cu celelalte două regiuni. Sectorul digital valon se caracterizează printr-un anumit dinamism în ceea ce privește ponderea celor mai tinere companii, dar mai multe companii în curs de dezvoltare sunt subreprezentate. Această situație poate fi interpretată ca fiind un indicator al unui nivel scăzut de reînnoire a companiilor din sector din regiune. Tehnologia digitală valonă este formată în principal din structuri mici și nu există suficiente companii mai mari pentru a îmbunătăți poziționarea regiunii în această nișă a economiei. Prin urmare, ponderea angajării digitale belgiene situate în Valonia este foarte scăzută, în comparație cu alte regiuni belgiene, chiar dacă a avut tendința de a crește în ultimii ani. În ceea ce privește impactul potențial al digitalizării asupra ocupării forței de muncă regionale, estimările cantitative efectuate indică faptul că aproape jumătate din locurile de muncă existente în Valona ar fi amenințate de substituție în decurs de una până la două decenii. Aceasta corespunde la aproximativ 564.000 de locuri de muncă.

Transformarea Valoniei în era digitală este planul guvernului federal valon. Strategia utilizată este dezvoltată ca program-cadru pentru Valonia digitală, care stabilește prioritățile și obiectivele politicii publice. Programul oferă un cadru de sprijin pentru inițiativele private în favoarea tehnologiei digitale

3.1.4. IRLANDA

În politica digitală a Irlandei, acesta a afirmat că utilizarea TIC și dezvoltarea competențelor de alfabetizare digitală sunt esențiale și ar trebui incluse în toate specificațiile curriculare educaționale noi/revizuite (Departamentul pentru Educație și Competențe din Irlanda, 2016). În iulie 2013, Irlanda a lansat documentul „Strategia digitală națională (NDS) „Phase 1 – Digital Engagement”, care prezintă mai multe acțiuni și pași pentru a încuraja cetățenii și întreprinderile să se implice în societatea digitală.

Irlanda are o gamă largă de părți interesate care oferă formare digitală eficientă și o serie de inițiative care se concentrează pe competențe. În special, unele inițiative sunt următoarele:

- O campanie despre creșterea gradului de conștientizare asupra temelor digitale. Mai precis, DCENR, în colaborare cu mai multe părți interesate din industrie, va crea o campanie de conștientizare, care va ajuta „non-liners” în ceea ce ar putea face online.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

- O nouă schemă de granturi Benefit 4 pentru a finanța formarea cetățenilor. Benefit finanțează oportunități de formare care se concentrează pe aplicații cheie care sunt susceptibile de a motiva non-linears să se implice.
- Dezvoltarea unei resurse de cartografiere online pentru a identifica abilitățile digitale și oportunitățile de învățare. Departamentul de Comunicații, Energie și Resurse Naturale va colabora cu Campionul Digital al Irlandei pentru a se angaja cu părțile interesate în identificarea resurselor care ar putea fi puse la dispoziție pentru cursurile de formare a competențelor digitale (Department of Communications Climate Action and Environment, 2013).

3.1.5. SLOVENIA

Oferta privind educația și formarea digitală pentru grupa de vârstă 50+ în Slovenia este diversă. Este furnizat de organisme/organizații publice, ONG-uri precum și companii private. În această prezentare generală, accentul se pune pe oferta oferită de organizațiile publice și ONG-urile. Există trei furnizori principali de educație și formare digitală pentru adulți în Slovenia: Serviciul de ocupare a forței de muncă din Slovenia, instituții publice de educație pentru adulți și universități de vârstă a treia.

Serviciul de ocupare a forței de muncă din Slovenia oferă cursuri de formare pentru șomeri în cadrul măsurilor active ale politicii de ocupare a forței de muncă. Instituțiile publice de educație pentru adulți oferă o gamă largă de formare digitală pentru grupurile defavorizate (grupa de vârstă 45+, seniori, șomeri), cum ar fi Computer Literacy – Modulul de bază (60 de lecții) și Computer and Digital Literacy – Advanced Module (60 de lecții). Aceste două tipuri de antrenament sunt cele mai comune și certificate de Ministerul Educației, Științei și Sportului sloven.

Al treilea furnizor cheie de educație și formare digitală sunt universitățile vârstei a treia. Oferă programe non-formale pentru seniori. Pensionarii (în jur de 60+) urmează cel mai adesea aceste cursuri. Subiectele abordate sunt: utilizarea telefoanelor inteligente, online banking, social media, siguranța pe internet, utilizarea computerului, Word etc.

3.1.6. BULGARIA

Potrivit datelor Eurostat, există o diferență considerabilă de competențe digitale între adulții care trăiesc în orașe și cei care trăiesc în zonele rurale. În 2019, diferența în ceea ce privește competențele digitale dintre locuitorii orașului și persoanele care trăiesc în zonele rurale a fost, în medie, de 14 puncte procentuale în UE (măsurată prin diferența dintre ponderile relative ale adulților care posedă competențe digitale de bază sau superioare). Această decalaj digitală în competențe generale a atins 23 de puncte procentuale în Bulgaria.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Principalul furnizor de formare pentru adulți în Bulgaria este Agenția pentru Ocuparea Forței de Muncă. Organizația oferă cursuri de formare în cadrul Planului național de ocupare a forței de muncă, multe dintre ele fiind destinate persoanelor defavorizate, inclusiv adulților peste 50 de ani. În principal, instruirile avute în vedere sunt dedicate calificării profesionale sau competențelor cheie necesare anumitor profesii.

Informații despre cursurile și cursurile IT gratuite și plătite sunt oferite de Asociația Bulgară de Tehnologii Informaționale. Inițiativele sunt direcționate către diferite grupuri țintă și au grade diferite de dificultate. Unele dintre cursurile prezentate includ training-uri cu diferite teme precum: Cannes Academy in Bulgaria, Aula.bg, Digital garage, daskal.eu, TrainSoft.

3.1.7. GRECIA

Există un decalaj de competențe digitale care crește între populația generală din Grecia și grupurile țintă dezavantajate. Aceste grupuri sunt formate din seniori, persoane cu dizabilități, migranți sau persoane aflate în pragul sărăciei care sunt expuse riscului de excludere socială. În plus, în zonele rurale, se remarcă un decalaj semnificativ nu numai în abilitățile digitale, ci chiar și în accesul la web în raport cu zonele urbane. În toată Europa, nivelul competențelor digitale a continuat să crească lent, iar creșterea se bazează în principal pe caracteristicile sociodemografice. Concret, pentru cetățenii în vârstă, DESI 2020 a arătat că doar 35% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 55-74 de ani și 30% dintre pensionari și inactivi posedă abilități digitale de bază. Grecia s-a clasat mai jos decât majoritatea țărilor UE în ceea ce privește competențele digitale de bază și competențele avansate, depășită doar de alte trei țări.

Excluderea digitală a grupurilor dezavantajate vine mână în mână cu șomajul, deoarece există o absență a programelor de formare digitală în Grecia nu numai în întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), ci și în serviciile publice și administrația. Prin urmare, persoanele aparținând grupurilor vulnerabile și dezavantajate nu își pot oferi experiența din cauza lipsei de competențe digitale.

În ciuda eforturilor sporadice de integrare digitală a grupurilor social vulnerabile, în Grecia, decalajul digital încă există între diferitele grupuri de populație care se confruntă cu excluderea socială și economică.

3.2. ANALIZA DEMOGRAFICĂ PRIVIND POPULAȚIA VARSTNICĂ - DE CE ARE NEVOIE ACEST GRUP ȚINTĂ ÎN TERMENI DE SERVICII?

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.2.1. ROMÂNIA

Conform celui mai recent recensământ, în 2015 acest segment de populație (65+) reprezenta 17,2% din totalul rezidenților țării. După cum a raportat Eurostat, în 2019, peste o cincime (20,3%) din populația UE-27 avea 65 de ani sau mai mult. Prin comparație, România s-a situat ușor sub această rată, cu 18,5%. În conformitate cu această tendință generală, conform proiecțiilor INS, populația rezidentă a României, cu vârsta de peste 65 de ani, va reprezenta 29,7% din total, în 2060.

În ultimii ani s-a observat o tendință de echilibrare a grupelor de vârstă în ceea ce privește fenomenul de descurajare pe piața muncii, cea mai puțin afectată rămânând, însă, populația mai în vârstă (55-64 de ani). În ultimele decenii, inegalitatea veniturilor populației s-a accentuat, ceea ce a dus la inegalitatea socială, fenomen întâlnit și în statele cu economii avansate. Pe de altă parte, inegalitatea apare ca o componentă din ce în ce mai nouă, generată de presiunea progresului tehnologic și a diferențelor educaționale între generații și între diferitele grupuri de populație.

3.2.2. ITALIA

Îmbătrânirea demografică este în continuare în creștere, atât ca intensitate, cât și ca diseminare. Acest fenomen este legat de „îmbătrânirea de sus” progresivă (creșterea longevității), și mai ales de „îmbătrânirea de jos” (rata scăzută a natalității, îmbătrânirea baby boomers), necompensată și nici încetinită semnificativ de efectul migrației.

Este nevoie urgentă de a concepe noi politici de perspectivă orientate spre promovarea „îmbătrânirii sănătoase și active”, precum educarea pentru prevenire încă de la o vârstă fragedă, investirea resurselor în cercetare, construirea unor realități mai orientate către nevoile și asistența persoanelor în vârstă, și reducerea poverii fiscale față de segmentul mai în vârstă și fragil al populației.

Cele mai căutate servicii de care au nevoie sunt legate de secția de îngrijire. Cu toate acestea, există o mare nevoie de activități și cursuri incluzive și educaționale care să le exploateze și să le promoveze abilitățile și capacitățile pentru a-i menține activi și după pensionare. Acest tip de activități sunt aproape în totalitate în mâna unor asociații sau autorități publice locale. Oferta este de un nivel foarte scăzut și se limitează la activități culturale, artistice și turistice cu o atenție foarte scăzută la dezvoltarea sau actualizarea competențelor.

3.2.3. BELGIA

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

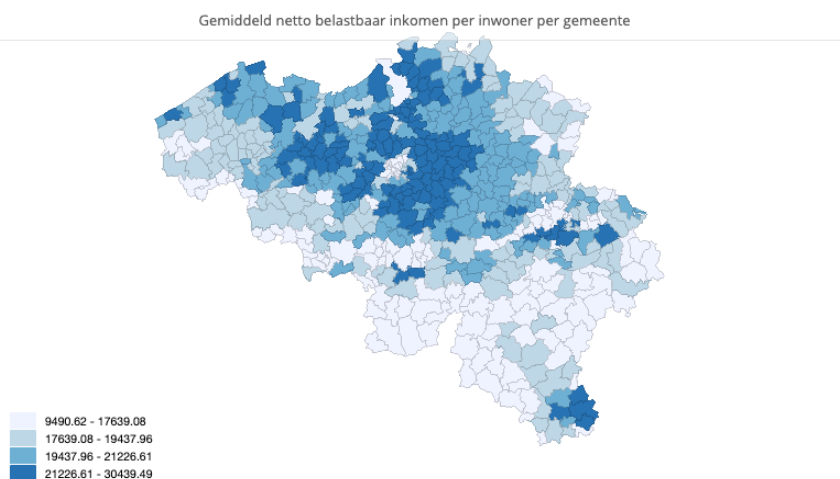
[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Belgia, ca țară, prezintă o piramidă constrictivă a populației, ceea ce indică o speranță medie de viață ridicată, rate scăzute ale mortalității, dar și rate scăzute ale natalității. Structura populației din provincia Hainaut prezintă și mai multe persoane în vârstă, în special în intervalul 45-74 de ani. Ca urmare, provincia va trebui să investească în sprijin suficient pentru persoanele în vârstă în anii următori.

Structura populației din Hainaut este pe de o parte cauzată de emigrarea (națională sau internațională) a tinerilor cetățeni, pe de altă parte prețurile locuințelor sunt încă mici în acea zonă, astfel că este un loc obișnuit pentru a avea a doua case în locuri liniștite de locuit, care atrage în principal peste 50 de persoane să imigreze.

Structura de vârstă la nivel de comunitate arată că persoanele de peste 65 de ani trăiesc predominant în partea de sud, valonă a Belgiei, în special în provincia Hainaut.

Harta (Venitul mediu pe cap de locuitor, 2017) arată că Hainaut este o provincie cu venituri foarte mici. Regiunea Flamandă rămâne regiunea cu cele mai mari venituri. Bruxelles rămâne regiunea cu cel mai mic venit mediu, deoarece capitalele atrag adesea mulți oameni în căutarea unui loc de muncă. Zone mari cu venituri mici pot fi observate în partea de sud a țării valone.



STATBEL

Provincia Hainaut este cea mai săracă provincie din Belgia. După cum este ilustrat în hărți, această regiune este cea mai afectată de sărăcie, în afară de Bruxelles, capitală. Fiind partea țării cu cea mai în vârstă populație, comparativ cu întreaga Belgie, persoanele în vârstă din Hainaut sunt cele mai afectate de sărăcie. Statisticile arată, de asemenea, că cea mai mică intensitate a muncii este dată în Hainaut.

3.2.4. IRLANDA

Irlanda are o populație mare în vârstă. Se estimează că, la fel ca multe alte țări europene, în următorii zece ani, cei care trec la pensie vor crește cu peste jumătate de milion până la aproximativ 855.000 până în 2026 și aproape 1,4 milioane până în 2046. Cei cu vârsta de cel puțin 80 de ani vor

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

deveni de la 128.000. În 2011 la aproximativ 477.000 până în 2046. Aceasta înseamnă că cetățenii cu vârste cuprinse între 20 și 64 de ani vor fi mai puțini și, ca urmare, nu vor fi suficienți oameni în vârstă de muncă (Departamentul Comunicații, Acțiune Climatică și Mediu, 2013).

Majoritatea persoanelor în vârstă din Irlanda au absolvit cel puțin studii medii (62%). Dar nivelul de studii superioare face diferență între sexe și vârste. În ceea ce privește ocupația, la grupa de vârstă 50-64 de ani, majoritatea bărbaților (17%) și femeilor (14%) ocupă funcții profesionale manageriale, 5% dintre bărbați și 20% dintre femei sunt în alte ocupații non-manuale, 17. % dintre bărbați și 11% dintre femei desfășoară activități manuale, iar 16% dintre bărbați și 4% dintre femei desfășoară activități independente.

În general, tabloul socio-demografic al persoanelor în vârstă din Irlanda dezvăluie multe dintre condițiile sociale și economice care au fost prezente în diferite etape ale vieții lor, cum ar fi introducerea școlii secundare gratuite. De asemenea, merită menționat faptul că 22% dintre persoanele în vârstă de 50 de ani și peste au locuit în străinătate (Amiya & Sofroniou, 2011).

3.2.5. SLOVENIA

Cercetarea a definit trei niveluri de competențe: Nivelul 1 (cel mai scăzut), Nivelul 2 (intermediar) și Nivelul 3 (cel mai înalt nivel). Rezultatele din Slovenia arată că competențele adulților scad odată cu vârsta. 23,6 % dintre adulții din grupa de vârstă 50-54 au susținut că nu au experiență în lucrul cu computerele. Pentru grupa de vârstă 55-59 procentul este de 33,5%, iar pentru grupa de vârstă 60-65 procentul este și mai mare, 42%.

Apropo de nivelul de competențe atins, Nivelul 1 a fost atins de 26,7 % dintre adulții din grupa de vârstă 50-54 ani, 26,3 % dintre adulții din grupa de vârstă 55-59 și 42,00 % dintre adulții din grupa de vârstă 60-65. Cei care ating Nivelul 1 pot trimite e-mailuri, pot folosi browsere, pot rezolva probleme care includ un număr mic de pași, deducere simplă și navigare redusă sau deloc. Rezultatele pentru toate cele trei niveluri pentru trei grupe de vârstă diferite sunt prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1: Rezultatele PIAAC pentru Slovenia în domeniul Rezolvarea problemelor în medii bogate în tehnologie

<i>Nivel atins. (în %)</i>	<i>NIVELUL 1</i>	<i>NIVELUL 2</i>	<i>NIVELUL 3</i>
<i>Grupă de vârstă</i>			
<i>50-54</i>	<i>22,3</i>	<i>10,3</i>	<i>1,5</i>
<i>55-59</i>	<i>16,8</i>	<i>5,0</i>	<i>0,1</i>
<i>60-65</i>	<i>12,9</i>	<i>3,8</i>	<i>0,3</i>

Conform acestor date, există o mare nevoie ca adulții din aceste grupe de vârstă să fie instruiți pentru a-și îmbunătăți abilitățile digitale.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.2.6. BULGARIA

Bulgaria are proporții mari de adulți în vârstă. Până la sfârșitul anului 2019, numărul persoanelor în vârstă de 65 de ani și peste este de 1.504.088 sau 21,6% din populația țării. Comparativ cu 2018, ponderea populației în vârstă de 65 de ani și peste a crescut cu 0,3 puncte procentuale. Unele regiuni, în special zonele rurale, au între 25% și 32% din populația lor la vârsta de 65 de ani și mai mult. Până în 2019, populația de 45 de ani și peste în mediul urban este de 47,87%, iar în mediul rural este de 54,82%.

Serviciile de asistență medicală și sociale, precum și accesul la acestea, sunt unele dintre cele mai importante servicii de care are nevoie populația în vârstă din Bulgaria. Alături de acestea sunt necesare și alte măsuri pentru promovarea vieții active a adulților și prevenirea excluziunii sociale. Seniorii trebuie să dobândească noi abilități și cunoștințe pentru a fi adecvați pe piața muncii și pentru a deschide noi oportunități pentru diverse activități.

3.2.7. GRECIA

Cu 21,3% dintre persoanele cu vârsta peste 65 de ani, Grecia are și a doua cea mai în vârstă populație din UE, după Italia (22%) și înaintea Germaniei (21,1%).

Principala nevoie a populației în vârstă din Grecia rămâne în continuare serviciile de sănătate. Oferirea de îngrijiri medicale adecvate și de înaltă calitate este vitală și trebuie să fie accesibilă tuturor. Serviciile de sănătate și serviciile sociale trebuie să fie accesibile și adecvate nevoilor persoanelor în vârstă, dar și să fie mai bine coordonate. Este nevoie de asigurarea unui venit adecvat pentru persoanele în vârstă și a unor condiții de muncă adecvate, a unei atitudini de nediscriminare pe criterii de vârstă și a unui mediu și locuințe sigure, precum și oportunități de auto-dezvoltare continuă, educație și rețele sociale care le vor spori calitatea vieții.

În cele din urmă, vârstnicii au nevoie de oportunități pentru a continua să contribuie la toate aspectele societății, fără restricții de vârstă și discriminare. Persoanele de peste 50 de ani au nevoie de oportunități de a învăța noi abilități care vor deschide noi orizonturi către alte forme de activitate. În grupele de vârstă înaintată, oportunitățile de învățare de înaltă calitate, chiar dacă sunt informale, reprezintă un element vital pentru bunăstarea psihică și fizică și combaterea izolării sociale.

3.3. ANALIZA DEZVOLTĂRII TURISMULUI RURAL: DEFINIREA EXISTENȚEI IMM-urilor, MICRO ÎNTREPRINDERILOR, ÎNTREPRINDERII COMUNITARE ȘI ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE – TIPUL DE AFACERI DIN ZONA

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.3.1. ROMÂNIA

În România, ecoturismul are o largă recunoaștere – la nivel guvernamental, în sectorul privat, și la nivelul publicului. Ecoturismul este recunoscut ca fiind specific zonelor rurale din cadrul comunităților care au o tradiție în activități agricole și acoperă atât accesul la flora și fauna zonei, cât și la obiceiurile sociale și stilul de viață al oamenilor din zonele vizitate.

Pentru abordarea problemelor sistematice, Strategia de Dezvoltare a Turismului a României stabilește două obiective strategice generale, care pot fi susținute de dezvoltarea turismului și care, la rândul lor, contribuie la dezvoltarea socio-economică a comunităților locale. Unul dintre obiective este sprijinirea creării de locuri de muncă în comunitățile locale, inclusiv pentru grupurile vulnerabile, precum femeile, tinerii și persoanele din zonele rurale, prin dezvoltarea durabilă a turismului.

În ceea ce privește afacerile implicate în industria turismului rural, potrivit Institutului Național de Statistică, cea mai mare creștere s-a înregistrat în ultimii ani în sectorul de cazare. În această zonă, un număr tot mai mare de IMM-uri din turism rural se bazează pe transformarea și actualizarea caselor tradiționale rurale pentru a găzdui turiști interesați să experimenteze arhitectura tradițională împreună cu activități recreative creative, să învețe meșteșugurile locale și să deguste gastronomia locală.

Un alt model remarcabil de afaceri mici este EcoBrunch, care implică producători locali de alimente tradiționale, fermieri, producători locali, arte, situri de patrimoniu și ghizi pentru a crea un eveniment dedicat turiștilor.

3.3.2. ITALIA

De la sfârșitul secolului XX, tot din cauza crizei de industrializare și a epuizării modelului de lucru în fabrică, interesul pentru „întoarcerea la țară” în Italia a crescut. Răspândirea noilor tendințe sociale și culturale, mai sensibile la problemele de durabilitate și conservare a bogăției naturale, a încurajat în Italia o creștere bruscă a noilor inițiative turistice care sunt prietenoase cu mediul și se învârt în jurul mâncărurilor și vinului de calitate. Prin urmare, au fost create „Drumurile aromelor” și numeroase asociații de orașe mici, pentru a spori moștenirea artistică și arhitecturală italiană.

3.3.3. BELGIA

În 2017, aproximativ 69% din forța de muncă belgiană era angajată de IMM-uri. Acesta a fost vizibil mai mare decât în țările vecine Franța, Țările de Jos și Luxemburg, precum și media UE-28. Aceasta a fost, totuși, mai mică decât, de exemplu, Italia și Portugalia. Pe baza cifrelor de afaceri din 2019, mai mult de jumătate din toate întreprinderile mici și mijlocii din Belgia erau situate în regiunea Flandra. Când

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

se face cercetări pentru Belgia, majoritatea datelor vor atinge cele trei regiuni locale și nu nivelul federal. Belgia are patru guverne diferite, care fac toate lucrurile diferit unul de celălalt: la nivel federal, Flandra, Valonia și regiunea Bruxelles-Capitală (Bruxelles și vecinătatea sa directă).

Sprijinirea creării de afaceri în rândul seniorilor poate avea mai multe beneficii pentru economie și societate. Poate fi o modalitate de a menține atașamentul pe piața muncii a unor persoane în vârstă și, pe termen scurt, de a compensa parțial deficitul de forță de muncă și de calificare așteptat în unele regiuni și sectoare. Menținerea acestor lucrători în vârstă atașați de piața muncii poate contribui, de asemenea, la facilitarea transferului de capital uman între generații. Crearea de succes a afacerilor de către seniori poate crește, de asemenea, veniturile din impozite, compensând astfel potențial parțial creșterea costurilor sociale și de îngrijire a sănătății. Antreprenoriatul senior poate avea, de asemenea, alte beneficii sociale și de sănătate, inclusiv îmbunătățirea calității vieții, incluziunea socială sporită și riscul redus pentru persoanele în vârstă de a ajunge la sărăcie.

3.3.4. IRLANDA

Cei activi în turismul rural sunt în mare parte fermieri și locuitori din mediul rural care doresc să-și mărească profitul și să ofere noi oportunități de angajare. Turismul rural oferă multe opțiuni, inclusiv asigurarea de cazare, activități recreative, facilități rurale, atracții privind cultura și patrimoniul local și activități rurale interesante (Heneghan et al., 2016).

Activitățile recreative sunt create de obicei prin utilizarea resurselor naturale subutilizate. Exemplele includ lacurile, râurile și marea, terenurile care pot fi folosite pentru drumeții și zonele protejate care pot fi alocate unor noi utilizări în moduri durabile.

În acest domeniu sunt implicate mai multe tipuri de afaceri. Un exemplu de afaceri care împărtășesc meritul turismului rural sunt sectoarele cu costuri de intrare mai mici, cum ar fi producția. Este obișnuit ca turismul rural să fie o sursă suplimentară de venit pentru femeile tinere agricole de la sfârșitul anilor 1990 până la începutul anilor 2000. Dar există și o oportunitate ca o nouă generație de antreprenori, fermieri și non-agricultori, să se implice în turism.

Pe de altă parte, unele dovezi arată că IMM-urile și întreprinderile mici din turism se luptă să aibă succes, deoarece se confruntă cu complexitatea birocratică în dezvoltarea, operarea și extinderea afacerilor lor. Mai precis, există multe organizații și agenții cu care afacerile ar trebui să se consulte pentru diferitele subiecte și acest lucru creează mai multe probleme (O'Donoghue et al., 2014).

3.3.5. SLOVENIA

La începutul lunii octombrie 2017, Guvernul Republicii Slovenia a adoptat Strategia de dezvoltare durabilă a turismului sloven 2017-2021. Potrivit Strategiei, „Slovenia este o destinație globală de tip

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

boutique verde pentru vizitatori pretențioși, care caută experiențe diverse și în aer liber, liniște și beneficii personale”.

Strategia pentru creșterea durabilă a turismului sloven pentru perioada 2017-2021 împarte Slovenia în patru macro-destinații: Slovenia mediteraneană, Slovenia alpină, Slovenia Termală Panonică și Slovenia Centrală și Ljubljana. Pentru fiecare macro destinație, Strategia numește produse cheie și produse secundare/suportante. Turismul rural este numit ca produs secundar în două macro destinații: Slovenia alpină și Slovenia mediteraneană, în timp ce este poziționat ca unul dintre produsele cheie în Slovenia Termală Panonică (Valea Savinja inferioară cu Zalec în inima aparține acestei macro destinații). Strategia definește turismul rural ca fiind „turism pe tot parcursul anului, bazat pe ceea ce oferă fermele turistice, furnizori mici și cabane de viță de vie și experiențe rurale autentice”. (Strategie: p. 20).

În Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii sunt prevăzute mai multe măsuri. „Scopul este de a îmbunătăți mediul de afaceri pentru companiile turistice și fermele turistice, de a promova dezvoltarea unor furnizori mai mici de servicii specializati și de a consolida gama de servicii culinare”. (Strategie: p. 36)

3.3.6. BULGARIA

Turismul în Bulgaria generează o mare parte din produsul intern brut al țării. Cea mai mare parte se datorează turismului maritim și de iarnă. Cu toate acestea, formele alternative, inclusiv turismul rural, generează un interes din ce în ce mai mare. Conform criteriilor general acceptate, municipiile rurale din țară reprezintă circa 80% din întregul nostru teritoriu. Aproape o treime din populația bulgară trăiește în zonele rurale. Ponderea veniturilor din turismul rural în această etapă nu depășește 3% din toate veniturile turistice din economia națională (Gavrailov, 2017).

Principalii agenți economici din turismul rural sunt microîntreprinderile și micile întreprinderi care oferă o vacanță în mediul rural în natură, atingând viața rurală ca atmosferă, mod de a mânca și de petrecere a timpului liber. Ponderea cea mai mare în oferta turistică rurală o ocupă entitățile care oferă cazare turiștilor. Cel mai adesea sunt înregistrate ca pensiuni. Potrivit datelor Asociației Pensiunilor din Bulgaria, pensiunile sunt peste 3000. Cele mai multe dintre ele, pe lângă cazare, oferă și bucătărie locală și diverse evenimente. Serviciile larg răspândite în turismul rural în Bulgaria sunt plimbările în natură, cunoașterea obiectivelor culturale și istorice locale, călărie, seri folclorice și activități în natură.

3.3.7. GRECIA

Datorită locației sale geografice, climei și peisajului, turismul este una dintre cele mai esențiale zone economice din Grecia. Cu toate acestea, turismul rural a fost dezvoltat în Grecia abia de la mijlocul anilor 80, unde noi forme de turism erau la cerere. Turismul rural înseamnă orice formă specială de

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

dezvoltare a turismului durabil care vizează contactul vizitatorului-turist cu natura și cu activitățile care pot fi dezvoltate, întărind din punct de vedere economic și social mediul rural, fără a altera mediul și elementele culturale deosebite ale fiecărui loc. Turismul rural poate fi distins în ecoturism, agroturism (sau agroturism) și turism viticol.

În Grecia, turismul rural este interconectat cu natura, activitatea agricolă și produsele sale. Întreprinderile de agroturism din Grecia aparțin unei subcategorii de întreprinderi turistice și funcționează cu un sigiliu special aprobat de minister. Majoritatea întreprinderilor din zonele rurale sunt mici ferme de familie care oferă o varietate de servicii precum ospitalitatea și implicarea turistică în activitățile agricole locale. Există și întreprinderi în sate, în asociații de parteneriat, în așezări tradiționale, în apropierea ariilor protejate și în insule. Întreprinderile IMM-uri din zonele rurale se angajează în principal în vânzări directe către consumatori, educație agricolă (vizite educaționale la o fermă), ospitalitate, recreere (vânătoare, călărie) și divertisment (sărbătoare locale, cina recoltei etc.). Toate întreprinderile de turism rural care oferă sau comercializează orice tip de produse culinare trebuie să ofere sau să vândă, potrivit legii, produse agricole locale pentru a fi considerate întreprinderi de turism rural. Întreprinderile de turism rural sunt adesea sezoniere și angajează un număr mic de membri ai familiei și lucrători sezonieri.

3.4. NEVOIE DE ANALIZĂ A COMPETENȚELOR NECESARE PENTRU ÎNTEPRINDERILE CU ACCENT PE TURISMUL RURAL

3.4.1. ROMÂNIA

Dezvoltarea competențelor și transferul de tehnologie sunt instrumente importante pentru consolidarea firmelor rurale. Înțelegerea și profitarea de digitalizare, automatizare și posibilitățile oferite de globalizare sunt câteva dintre noile abilități care pot fi necesare. Firmele mici ar putea avea nevoie să dezvolte noi piețe și noi moduri de a face afaceri, mai degrabă decât să dezvolte noi produse sau servicii inovatoare.

În România, toate agențiile de turism și serviciile de cazare trebuie să fie conduse de cineva cu licență în turism. Acesta este un document care atestă că persoana are competențe profesionale în domeniul turismului. În funcție de nivelul lor de studii și pregătire profesională, precum și de câteva criterii suplimentare, licența de turism poate fi eliberată pentru următoarele locuri de muncă: manager în turism, director de agenție de turism, director de hotel, director de restaurant, administrator de cabină.

Oricine solicită o astfel de licență trebuie să urmeze un program lung de formare acreditat, cu minimum 6 luni (720 de lecții). În prezent, peste 250 de programe de formare acreditate pentru

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

calificare, recalificare și formare continuă în sectorul turismului sunt oferite de furnizori publici și privați în unul dintre următoarele domenii:

- tehnician/lucrător în activități de agroturism
- ghid turistic
- manager de activități turistice
- agent de turism

Având în vedere potențialele activități implicate în turismul rural, unele dintre competențele esențiale pentru un antreprenor sunt:

- abilități de comunicare responsabilă cu personalul și turiștii;
- abilități pentru dezvoltarea de noi experiențe individualizate de ospitalitate;
- abilități de gestionare a conflictelor;
- stăpânirea diferitelor instrumente și servicii web;
- folosind gândirea critică și creativă pentru a rezolva probleme.

Calitățile și pregătirea profesională a unui antreprenor de succes sunt relativ similare indiferent de locul în care conduce o afacere. Potrivit publicației „Active Rural: a guide for starting a business in rural areas”, antreprenorii de succes sunt indivizi foarte diferiți, dar au câteva calități comune:

1. Au viziune și sunt realiști

Antreprenorul simte și recunoaște oportunitățile pieței. El își mobilizează toate resursele pentru a valorifica aceste oportunități. În același timp, antreprenorul își schimbă metodele și obiectivele, atunci când strategia inițială nu produce rezultatele așteptate.

2. Sunt proactivi și perseverenți

O idee poate fi transpusă în realitate doar cu multă muncă, răbdare și perseverență. Ideile de afaceri pot fi dezvoltate, treptat, până când vor da rezultatele așteptate.

3. Au încredere în puterea lor

Această calitate influențează adesea și atitudinea partenerilor și colaboratorilor antreprenorului. Finanțatorii și clienții sunt în mod natural înclinați să investească și să cumpere produse în care antreprenorul are încredere.

4. Sunt dispuși să-și asume riscuri

Înainte de a începe o afacere, antreprenorul trebuie să accepte posibilitatea de a pierde resursele investite în caz de eșec. Deoarece aceste riscuri sunt specifice activității antreprenoriale, antreprenorul trebuie să fie conștient și alert și trebuie să încerce constant să le reducă prin cel mai bun control posibil al afacerii.

5. Sunt harnici

Antreprenorii pot lucra ore lungi și sunt dispuși să-și dedice cea mai mare parte a timpului acestor activități.

6. Să aibă capacitatea de a planifica și organiza

Antreprenorii de succes au un plan scris care le ghidează acțiunile în timpul pornirii și dezvoltării afacerii. Antreprenorul trebuie să aibă o viziune clară asupra acțiunilor necesare în fiecare situație/etapă. La fel de importantă este și capacitatea de a ajusta aceste planuri în cazul unor schimbări bruște ale circumstanțelor.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

În concluzie, antreprenorii pot face parte din orice grup profesional. Nu există profesii „predestinate” pentru a produce antreprenori. Antreprenorii vocaționali pot avea aproape orice profesie, dar trebuie să aibă o mulțime de cunoștințe și abilități de specialitate, care să le permită să lanseze și să dezvolte o afacere.

3.4.2. ITALIA

Abilitățile antreprenoriale identificate ca fiind cele mai importante pentru succesul unui startup ar putea fi rezumate în abilități tehnice și abilități antreprenoriale. Primilor li se cere de obicei să implementeze o nouă idee de afaceri, în timp ce celor din urmă li se cere să efectueze cercetări de piață și să găsească o nișă profitabilă. În cazul turismului rural, găsirea unei nișe profitabile este centrală.

Unul dintre factorii critici de succes ai unui start-up este abilitățile echipei. Expertiza tehnică, care identifica o soluție mai bună decât cele disponibile pe piață, dacă nu este însoțită de o idee de afaceri capabilă să o transpună într-o propunere de valoare distinctă, cu greu va da viața unei afaceri de succes; pasiunea tânărului inovator, care este adesea prezentă în startup-urile din turismul rural, dacă nu este însoțită de maturitatea și experiența unei persoane mai în vârstă, cu greu va face start-up-ul credibil în ochii potențialilor investitori și părților interesate. Abilitățile critice nu sunt statice, ci evoluează în timp în concordanță cu ciclul de viață al start-up-ului: dacă în momentul inițial pot recompensa abilitățile soft de „comunicare” și „povestire”

După ce ați configurat și validat modelul de afaceri, cheia succesului va fi capacitatea de a vă scala rapid și eficient modelul de operare (proces, infrastructuri și instrumente) și, prin urmare, este esențial ca echipa să crească și să evolueze în consecvență cu complexitatea afacerii. .

3.4.3. BELGIA

Antreprenoriatul incluziv este o parte integrantă a creșterii incluzive. Crearea de afaceri de către oameni din grupurile subreprezentate și dezavantajate (de exemplu, femei, tineri, vârstnici, imigranți, șomeri) contribuie la generarea de locuri de muncă, combaterea excluziunii sociale și financiare în același timp stimulând creșterea economică. Politicile și programele de antreprenoriat incluziv urmăresc să abordeze eșecurile pieței și instituționale care împiedică egalitatea de șanse în antreprenoriat pentru cei cu potențial realist, indiferent de origine.

Seniorii reprezintă cel mai mare grup de persoane care desfășoară activități independente din UE. În 2018, 14,5 milioane de persoane care desfășoară activități independente aveau peste 50 de ani, reprezentând 48% din totalul persoanelor care desfășoară activități independente. Acest număr a crescut rapid în ultimul deceniu, în special în rândul celor cu vârsta cuprinsă între 65-74 de ani, iar această creștere va continua pe măsură ce populația îmbătrânește. Peste 31% dintre acești seniori care desfășoară activități independente angajează pe alții, așa că factorii de decizie vor trebui să sprijine

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

transferurile de afaceri pe măsură ce se pensionează pentru a preveni pierderea acestor afaceri și locuri de muncă. În plus, o populație îmbătrânită pune un stres tot mai mare asupra sistemelor de pensii și de sănătate. Antreprenoriul oferă o oportunitate de a prelungi viața profesională semnificativă, reducând unele dintre aceste presiuni.

Antreprenoriul digital poate contribui la crearea antreprenoriatului mai incluziv, cu avantaje precum costuri reduse de pornire și acces la piețe mai largi prin internet. Cu toate acestea, femeile, tinerii și persoanele în vârstă sunt subreprezentate în rândul antreprenorilor digitali din UE din cauza mai multor factori, inclusiv puține modele de antreprenoriat digital și lipsa de competențe digitale. Aceste provocări par să afecteze bătrânii și femeile în mod disproporționat – doar 51% dintre bărbați și 42% dintre femeile între 55 și 75 de ani folosesc computerele zilnic. De asemenea, este esențial să se promoveze dezvoltarea unor rețele mai puternice, astfel încât antreprenorii digitali să își poată îmbunătăți accesul la fonduri, oportunități, clienți, parteneri și furnizori.

3.4.4. IRLANDA

Cedefop* a realizat o analiză pentru definirea cererii de competențe în sectorul turismului, pe baza anunțurilor de angajare online. Mai precis, Cedefop a analizat 1,13 milioane de reclame în cazare și alimentație, 93 mii reclame în agenții de turism și servicii de tour-operatori și aproximativ 5 mii reclame în transportul aerian și pe apă de pasageri. Rezultatele analizei au indicat că cele mai critice competențe transversale din sectorul turismului sunt: lucrul în echipă, adaptabilitatea, capacitatea de a prioritiza, comunicarea, rezolvarea problemelor. De asemenea, mai multe abilități tehnice, cum ar fi abilitățile de bază TIC (utilizarea unui computer, utilizarea software-ului de birou), gătit, administrare, contabilitate și bugetare sau marketing par a fi importante pentru industria turismului (www.skillspanorama.cedefop.europa.eu).

Pe lângă aceste abilități, turismul rural necesită în general unele competențe și acțiuni specifice care vor defini antreprenorii de succes în acest domeniu. Colaborarea poate fi definită ca o abilitate necesară, întrucât gazdele din turismul rural trebuie să se coordoneze cu alți antreprenori cu experiență, ONG-uri și conducere locală pentru a crea standarde specifice de calitate pentru o zonă sau un serviciu. O altă abilitate importantă în turism este planificarea strategică, conform unor studii, gazdele din turismul rural nu au competențe pentru dezvoltarea și implementarea strategiilor locale de turism rural (Fotiadis, 2015).

*Cedefop este una dintre agențiile descentralizate ale UE. Fondată (1) în 1975 și cu sediul în Grecia din 1995, Cedefop sprijină dezvoltarea politicilor europene de educație și formare profesională (VET) și contribuie la implementarea acestora. Agenția ajută Comisia Europeană, statele membre ale UE și partenerii sociali să dezvolte politicile europene VET potrivite.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.4.5. SLOVENIA

Turismul rural în limba slovenă împărtășește provocările cu care se confruntă întreprinderile turistice mici și mijlocii slovene în general:

- Există o lipsă de cazare de calitate.
- Poverile administrative îi împiedică pe potențialii investitori să investească în turism.
- Slovenia are un mare potențial de a-și valorifica tradițiile culinare, dar acest potențial nu este suficient dezvoltat. De asemenea, există o lipsă de cooperare între sectorul turismului, sectorul fermă/agricol și industria meșteșugărească.
- A patra provocare principală menționată în Strategie* este potențialul neutilizat al fermelor turistice slovene.

Pe lângă mijloacele financiare, start-up-urile au nevoie de un mediu de afaceri care să sprijine sistematic cooperarea între întreprinderile mici și mijlocii, în special în crearea de produse, servicii și soluții turistice comune, precum și investiții comune în infrastructura turistică.

Mai mult, ceea ce este necesar este încurajarea cooperării între turism, industrie, meșteșuguri, tehnologii moderne, design și multe idei creative.

3.4.6. BULGARIA

Pentru a începe o afacere în sectorul turismului rural, antreprenorul trebuie să cunoască cadrul legislativ și reglementările din domeniul specific de activitate. În funcție de tipul de activitate care se va desfășura, există cerințe diferite. De exemplu, conform legislației bulgare, fiecare unitate de cazare trebuie să fie înregistrată și clasificată. Pentru ca un sit turistic să fie înregistrat ca pensiune, acesta trebuie să aibă maximum 10 camere de oaspeți, iar ca hotel de familie - de la 5 la 20 de camere.

Pe lângă cunoașterea cerințelor pentru diferitele site-uri turistice și de divertisment, antreprenorii trebuie să aibă și alte competențe pentru a începe o afacere în turismul rural, cum ar fi abilități de organizare și management și cunoașterea regiunii în care va funcționa afacerea - precum tradițiile culturale, patrimoniul cultural și istoric și repere. Conform documentelor elaborate în cadrul programului Interreg VA România-Bulgaria privind antreprenoriatul inovator pentru turismul eco și rural, competențele necesare fiecărui antreprenor în acest domeniu includ și:

Capacitatea de a satisface nevoile clientului. Calitatea serviciilor oferite clienților este un aspect major al turismului, deoarece turiștii se așteaptă la cele mai bune servicii, iar dezamăgirile pot duce la o exprimare publică a nemulțumirii.

Constientizare culturală. Antreprenorii din turismul rural se pot conecta adesea cu turiști din diferite culturi, iar constientizarea culturală este necesară pentru a înțelege clienții și nevoile acestora. Atingerea acestui obiectiv va crește satisfacția turiștilor.

Flexibilitate. Antreprenorul trebuie să fie capabil să reziste presiunii, să se adapteze, să gândească rapid și să rezolve în timp util problemele care apar.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Inteligența emoțională, spiritul de echipă, managementul timpului și stresului, capacitatea și capacitatea de inovare.

În prezent, deținerea competențelor digitale este de mare importanță pentru antreprenorii din turismul rural. Având în vedere importanța tot mai mare a mediului online pentru alegerile de vacanță și călătorie, antreprenorul trebuie să fie dotat cu abilități de utilizare a canalelor digitale pentru a promova produsele și serviciile oferite.

3.4.7. GRECIA

Pentru ca o întreprindere greacă să fie o întreprindere de turism rural, trebuie să îndeplinească anumite criterii. Orice întreprindere de cazare turistică trebuie să aibă o capacitate maximă de 40 de paturi, iar în cazul în care întreprinderea oferă produse alimentare, utilizează și oferă spre consum produse care aparțin coșului de produse agricole sau produse care sunt produse în gospodăria rurală relevantă. Aceeași regulă se aplică restaurantelor sau cafenelelor din zona rurală. Serviciile de ospitalitate și de catering ar trebui să susțină mediul natural și elementele culturale deosebite ale fiecărui loc.

Orice întreprindere de turism rural, pentru a oferi servicii de cazare, în paralel cu principalele sale servicii și produse, trebuie să ofere așezări turistice suplimentare. Întreprinderile funcționează cu un sigiliu special, „Sigiliul Turismului Rural”, oferit de Ministerul Turismului. Sigiliul se realizează după verificarea competențelor necesare de către funcționarii publici ai ministerului. Mai exact, pentru agroturism, proprietarul sau proprietarii întreprinderii trebuie să fie fermieri înregistrați sau capitalul acestuia să aparțină în proporție de cel puțin 50% unui fermier sau fermierilor înregistrați.

Pe lângă infrastructura fizică, start-up-urile din turismul rural trebuie să investească în îmbunătățirea competențelor digitale. În zonele rurale, mulți rezidenți nu cunosc aplicațiile care pot îmbunătăți calitatea serviciilor pe care le-ar putea oferi start-up-urile. Desigur, competențele digitale trebuie furnizate cu infrastructura digitală adecvată pentru a obține rezultatul dorit.

3.5. SPRIJIN FINANCIAR PENTRU ÎNTREPRINDERILE START-UP-URI CU ȚINTE DEZAVANTAGATE

3.5.1. ROMÂNIA

După cum se precizează în Strategia de Dezvoltare a Turismului a României pentru 2019, programul de guvernare pentru perioada 2018-2020 consideră turismul drept unul dintre principalii piloni ai creșterii economice, cu impact pozitiv asupra acțiunilor de dezvoltare locală și regională din țară. Programul își propune să asigure o calitate mai bună a vieții și mijloace de trai mai bune pentru toți cetățenii, promovând incluziunea și susținând dezvoltarea clasei de mijloc.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Guvernul continuă cu succes să implementeze diverse inițiative pentru a sprijini dezvoltarea economică a țării. Iată câteva dintre cele mai importante:

- **Programul Start-Up Nation oferă, sub formă de granturi, 200.000 de lei solicitanților eligibili, cu scopul de a crea 75.000 de noi locuri de muncă în următorii 3 ani.**
- **Fondul Suveran de Avere reunește companii profitabile de stat pentru a sprijini activitățile de afaceri în principalele domenii prioritare, inclusiv turismul, cu un buget total de 10 miliarde de euro.**
- **Programul „Primul meu centru de agrement” își propune să crească investițiile în infrastructura necesară activităților de agrement și recreere, precum piscine, saună, masaj, fitness, diverse sporturi. Acest lucru va contribui la prelungirea sezonului în stațiunile de pe litoral, care sunt în prezent profund afectate de sezonalitatea accentuată.**
- **Programul de investiții strategice în România va promova noi investiții, oferind ajutor de stat sub formă de granturi pentru investiții de cel puțin 2 milioane de euro.**

Orientarea generală a Fondurilor Structurale și de Investiții Europene (ESIF) în Cadrul Financiar Multianual 2021-2027 urmează structura Cadrului Financiar Multianual 2014-2020 și nu consideră turismul ca un sector independent; cu toate acestea, obiectivele sale strategice și temele pe care se concentrează oferă o serie de oportunități pentru activitățile legate de turism și sectoarele economice, reprezentând astfel principala sursă de finanțare pentru dezvoltarea turismului românesc, oferind o capacitate sporită de conectare la turism ca un cross. -activitate sectoriala cu aspecte socio-economice si de mediu.

3.5.2. ITALIA

Smart & Start Italia este un instrument de facilitare instituit prin decretul Ministrului Dezvoltării Economice din 24 septembrie 2014 și modificările și completările ulterioare, care vizează promovarea, pe întreg teritoriul național, a condițiilor de difuzare a noilor startup-uri și susținerea politicilor de transfer de tehnologie. și exploatarea economică a rezultatelor sistemului de cercetare public și privat.

Prin decretul ministrului dezvoltării economice din 30 august 2019, adoptat în aplicarea prevederilor prevăzute la articolul 29, alin.3, din Decretul-lege din 30 aprilie 2019, nr. 34, au fost aduse modificări decretului din 24 septembrie 2014 menționat anterior, având ca scop o revizuire a reglementărilor de implementare a intervenției solicitate, printre altele, la simplificarea și accelerarea procedurilor de acces, acordare și debursare a dotărilor, de asemenea prin actualizarea modalităților de evaluare a inițiativelor și de raportare a cheltuielilor efectuate de beneficiari.

Cu circulară a Direcției Generale pentru stimulente pentru companii nr. 439196 din 16 decembrie 2019 au fost definite criteriile și metodele de acces, acordare și debursare a facilităților.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Măsura de subvenționare este rezervată startup-urilor inovatoare, situate în toată țara, înscrise în secțiunea specială a registrului afacerilor și care îndeplinesc cerințele prevăzute la articolul 25 din Decretul-lege nr. 179/2012. Startup-urile trebuie să fi fost înființate de cel mult 60 de luni la data depunerii cererii și trebuie să fie clasificate ca mici. Startup-urile inovatoare pot viza întotdeauna grupurile dezavantajate, atâta timp cât conținutul lor este tehnologic și inovator.

3.5.3. BELGIA

Crowdfunding, o modalitate relativ nouă de a strânge capital pentru startup-uri, este acum în mișcare. Există o mulțime de platforme locale pentru oportunități de crowdfunding în Belgia, cum ar fi angel.me, Hello Crowd, Look&Fin, Spreds, Seedrs și Bolero Crowdfunding. Toate aceste platforme de crowdfunding conectează antreprenorii cu investitorii.

Există o mulțime de asistență și sfaturi disponibile noilor afaceri din Belgia. Pe lângă băncile belgiene, toate cele trei regiuni belgiene oferă sprijin și subvenții pentru afaceri, și UE oferă, de asemenea, o serie de asistență pentru IMM-uri și antreprenori. Aceasta include sprijin financiar pentru antreprenori prin intermediul Fondului European de Investiții. Pentru ajutor în găsirea unui expert contabil fiscal, consultați site-ul web al "Instituut van de Accountants en de Blastingsconsulenten" (doar în franceză sau olandeză).

Resurse utile pentru cei care doresc să înceapă o afacere:

- Serviciul Public Federal Economie IMM-uri, lucrători independenți și energie (FPS): Informații despre angajarea pe cont propriu în Belgia, dintre care o mare parte sunt în engleză.
- <https://economie.fgov.be/en/themes/enterprises/starting-business>
- Afaceri Belgia: De asemenea, parte a FPS, are informații detaliate în limba engleză despre înființarea unei afaceri în Belgia.
- Securitatea Socială Belgiană (Service Public Federal Security Sociale): site-ul FPS de securitate socială.¹
- Pentru partea valonă: <https://www.1890.be/>, Muncă independentă în valona Belgia - distribuit în videoclipuri: <https://www.youtube.com/channel/UCACjrpdlcbFm5JTXTI33Elw?reload=9>

1



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

3.5.4. IRLANDA

În Irlanda există programe și organizații care sprijină start-up-urile. Enterprise Ireland este organizația guvernamentală responsabilă de dezvoltarea și creșterea întreprinderilor irlandeze. Colaborează cu întreprinderi irlandeze pentru a le ajuta să înceapă, să crească, să inoveze și să își exporte produsele și serviciile pe piețele globale. În plus, Irlanda are o rețea de programe de accelerare a start-up-urilor. Aproape toate acestea oferă o anumită formă de finanțare participanților, precum și mentorat, spațiu de incubare și ateliere. (www.enterprise-ireland.com). Câteva exemple de programe sunt enumerate mai jos (Conmy, 2018):

Local Enterprise Office: Local Enterprise Office este destinat persoanelor interesate să înceapă o nouă afacere sau persoanelor deja active în comerț, inclusiv antreprenori, promotori în stadiu incipient, start-up-uri și întreprinderi mici care doresc să se extindă. Birourile Enterprise oferă o gamă largă de servicii în acea zonă.

Alocație pentru întreprindere pe termen scurt:

- Alocația pentru întreprindere pe termen scurt (STEA) sprijină persoanele care și-au pierdut locul de muncă și doresc să-și înceapă propria afacere și este valabilă pentru câteva luni.
- NDRC: NDRC este unul dintre cele mai mari incubatoare din lume. NDRC surse și construiește start-up-uri digitale și le ajută să aibă succes prin împărtășirea cunoștințelor, experienței, expertizei și a unei sume modeste de capital
- NovaUCD: Are sediul în cea mai mare universitate din Irlanda și este un centru de excelență pentru start-up-uri. Nova oferă mentorat, consiliere juridică, fiscală și de marketing gratuită și informații despre posibile finanțări.
- Rambursări la început pentru întreprinzători (SURE): Aceasta este pentru persoanele care doresc să creeze un fond de start-up și au nevoie.
- Fondul OPTIMIZE eCommerce: Acest fond oferă proprietarilor de afaceri mici instrumentele electronice și know-how pentru a-și „optimiza” site-ul web existent și pentru a utiliza eficient instrumentele digitale.

3.5.5. SLOVENIA

Sprijinul financiar pentru start-up-uri este oferit prin diverse mecanisme, unul dintre ele fiind Schemele de Voucher. Voucherele reprezintă sprijin financiar pentru întreprinderi finanțate de Ministerul Dezvoltării Economice și Tehnologiei din Slovenia și Fondul European de Dezvoltare Regională. Acestea constau în stimulente economice acordate de guvernele locale, regionale și naționale companiilor private cu scopul de a aborda obiective predefinite. În acest context. Programele de tichete sunt menite să abordeze problemele micro, întreprinderilor mici și mijlocii și instituțiilor guvernamentale legate de inovare și digitalizare, prin stimularea adoptării de noi tehnologii, servicii sau competențe.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Sprrijin financiar suplimentar companiilor la nivel local este oferit în cadrul Fondului European de Dezvoltare Regională, prin Programul de Dezvoltare Rurală - abordarea LEADER. Abordarea LEADER funcționează pe comunități prin Dezvoltare Locală Condușă de Comunitate (CLLD).

Întreprinderile micro, mici și mijlocii pot fi, de asemenea, candidate ca parteneri de proiect pentru a obține finanțare de la alte fonduri și ministere europene. De exemplu, din Fondul Social European și Ministerul Familiei, Muncii și Afacerilor Sociale din cadrul Centrelor de Competență pentru Inovare Socială.

PROGRAME SEF

Slovene Enterprise Fund oferă sprijin financiar pentru întreprinderile inovatoare nou înființate, cu un potențial ridicat de creștere, care sunt la începutul drumului lor de afaceri și dezvoltă produse inovatoare pentru piața mai largă, precum și procese și servicii cu o valoare adăugată ridicată. Aceste stimulente oferă sprijin financiar întreprinderilor tinere în prima fază de dezvoltare, care acoperă înființarea unei întreprinderi, crearea unui produs minim viabil (MVP) bazat pe dezvoltare proprie, crearea unei echipe antreprenoriale, transferul direct de cunoștințe și instituțiile de cunoaștere în mediul de afaceri. Unul dintre cele trei stimulente disponibile pentru start-up este stimulentele pentru start-up-uri din regiunile cu probleme

Scopul produsului este sprijinirea întreprinderilor nou-înființate care nu sunt inovatoare din punct de vedere tehnologic, dar proiectul lor clasic are un potențial economic și social pozitiv, în special în ceea ce privește reducerea șomajului în regiunile cu probleme.

Microcredite pentru regiunile cu probleme -Produsul permite accesul ușor și rapid la fonduri de lichiditate pentru întreprinderile din regiunile individuale. Microcreditele reprezintă credite directe ale SEF la o dobândă contractuală favorabilă. Acest tip de finanțare permite întreprinderilor din anumite grupuri țintă, care reprezintă un decalaj specific de piață, acces la resurse de finanțare favorabile în a patra fază de dezvoltare pentru finanțarea creșterii și dezvoltării ulterioare, investițiilor și funcționării curente a întreprinderii.

3.5.6. BULGARIA

Sistemul de sprijin pentru start-up este încă dependent în mare măsură de sprijinul public, în special de finanțarea start-up-ului. Instrumentele de finanțare sunt mai puțin dezvoltate decât în alte țări europene. Capitalul de risc și finanțarea business angels pentru firmele noi și în creștere sunt încă mult sub media UE.

Principalele programe de sprijin financiar pentru înființarea întreprinderilor pentru perioada de programare 2014-2020 sunt:

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

- Programul Operațional Inovare și Competitivitate (OPIC). Acest program oferă sprijin întreprinderilor din domenii specifice, de exemplu industriile creative și culturale, companiile care dezvoltă noi produse și servicii legate de îmbătrânirea populației. Sprijinul este destinat ideilor implementate de antreprenori sociali și persoane cu dizabilități, femei antreprenori și antreprenori cu vârsta de până la 29 de ani și cu vârsta peste 50 de ani (OPIC, 2015).
- Programul de Dezvoltare Rurală – O parte a programului a vizat finanțarea activităților de dezvoltare turistică (construcție și renovare de obiective turistice și dezvoltarea serviciilor turistice)

Proiectul Strategiei Naționale pentru IMM-uri 2021-2027 pentru noua perioadă de programare prevede mai multe măsuri de promovare a antreprenoriatului, precum:

- Măsura 1.1 Promovarea ecosistemului antreprenorial
- Măsura 1.3 Sprijin pentru start-up-uri
- Măsura 1.4 Promovarea tipurilor cheie de antreprenoriat – Sprijin pentru întreprinderile sociale, femeile, tinerii, seniorii, întreprinderile familiale din a doua și a treia generație.
- Măsura 1.5 Sprijin pentru meșteșuguri, antreprenoriat în zonele rurale și industrii creative, inclusiv la nivel regional - Granturi și instrumente financiare pentru a răspunde nevoilor antreprenorilor și start-up-urilor din zonele rurale; proiecte și măsuri de promovare a meșteșugurilor și a antreprenorilor în industriile creative.

3.5.7. GRECIA

În ultimul deceniu, Grecia a introdus multe reforme pentru a combate șomajul. Programele de start-up au fost disponibile persoanelor din grupurile populației „vulnerabile” (de exemplu, persoanele cu dizabilități, persoanele în vârstă). În cazul persoanelor cu dizabilități, fondurile au fost în general mai generoase și există și granturi disponibile pentru modificarea aproape în întregime a locului de muncă. Acestea sunt de obicei finanțate de Fondul Social European (FSE) (până la 75%) cu fonduri corespunzătoare de la guvernul național (25%). În prezent, există o inițiativă pentru start-up-uri care se concentrează pe inovare și dezvoltarea întreprinderilor sociale. Cu toate acestea, sprijinul financiar al start-up-urilor este încă limitat în Grecia și este și mai greu pentru grupurile țintă de antreprenoriat inclusiv să găsească fonduri pentru întreprinderile lor. Start-up-urile încep adesea cu împrumuturi, dar există încă reticență în rândul băncilor grecești de a le acorda, cu excepția cazului în care solicitantul are garanțiile necesare. Există unele programe pentru noii antreprenori, dar acestea se concentrează pe tineret.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Fondul Național de Antreprenoriat și Dezvoltare (ETEAN SA) este principalul organ responsabil cu oferirea de garanții, dar până de curând nu au fost create programe speciale pentru antreprenorii care aparțin unui grup defavorizat de pe piața muncii.

3.6 CONCLUZII GENERALE CERCETĂRII DE BIROUL

Există mai multe concluzii care se pot trage din această cercetare, una dintre cele mai evidente fiind că, în majoritatea țărilor europene, populația îmbătrânește într-un ritm rapid.

În același timp, oamenii au o sănătate mai bună și condiții de viață mai bune în general, ceea ce lasă societatea noastră cu un sector larg de populație pensionar, dar tânjind să rămână activ în sferile sociale și profesionale. După cum am menționat, acest lucru ne duce în această situație în care multe persoane cu vârsta peste 65 de ani, indiferent dacă sunt angajate sau șomeri, simt nevoia să fie active. Ei aparțin și fac parte din comunitățile lor. Acești bătrâni așteaptă cu nerăbdare să se implice, să participe și să joace un rol important în comunitățile lor.

După cum am văzut mai sus, turismul este un sector economic în creștere în Grecia, la fel ca în multe țări mediteraneene, inclusiv aici Italia, care nu numai că creează mii de locuri de muncă anual, dar reprezintă și o mare oportunitate pentru bătrâni de a rămâne activi în muncă. piață.

De asemenea, putem observa că, în ciuda motivației și hotărârii lor de a fi o parte activă a societății prin participarea la sectorul turistic, bătrânii nu sunt pe deplin pregătiți pentru a face acest lucru. Există o nevoie evidentă de formare și extindere a competențelor, mai ales când vine vorba de TIC și competențe digitale, acesta fiind un aspect care garantează calitatea serviciilor și produselor oferite în sectorul turistic.

Turismul, mult îmbunătățit de tehnologie, este unul dintre cele mai în expansiune sectoare de afaceri din Europa, oferind mii de oportunități de angajare și prezintă șanse și mai mari de a crește și mai mult conform tendințelor actuale.

În același timp, procese precum îmbătrânirea populației, imigrația și salariile relativ mici în turism duc la lipsuri de personal calificat. Implicarea mai activă a persoanelor în vârstă în forța de muncă ar putea fi una dintre oportunitățile neexplorate de a atenua problema.

Există o diferențiere între cerințele pentru specialiștii de nivel scăzut și mediu în turism, întrucât un nivel scăzut de angajare necesită competențe digitale minime sau adesea deloc. Problemele apar la niveluri medii și superioare, unde competențele digitale sunt esențiale.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

În cele din urmă, școlile și universitățile mai trebuie să ajungă din urmă cu procesele tehnologice recente și ar trebui să pună un accent mai mare pe competențele digitale în curriculum.

● 4.1. STUDIU

Două tipuri diferite de chestionar au fost distribuite adulților din zonele rurale și părților interesate pentru a analiza importanța dezvoltării afacerilor în turismul rural.

În total, la sondaj au participat 356 de cursanți adulți și 70 de părți interesate din 7 țări europene. Toți partenerii (cu excepția EUROGEO*) au atins numărul de participanți necesar pentru a dezvolta o analiză care poate fi profitabilă pentru proiect. Scopul a fost colectarea a cel puțin 50 de răspunsuri pentru ambele sondaje (cel puțin 10 pentru părțile interesate). În funcție de aria de acoperire, fiecare partener a distribuit chestionarele în limba grupurilor țintă.

*EUROGEO - partener oficial Smart Village - este un ONG internațional cu sediul în Belgia. Zona țintă definită pentru acest studiu este provincia valonă (francofonă) Hainaut. Partenerii proiectului EUROGEO Michaela Lindner-Fally este din Austria (zona limbii germane) și Harry Rogge din Țările de Jos (zona limbilor olandeze). Problemele lingvistice și localizarea geografică a partenerilor explică handicapul cu care sa confruntat EUROGEO în această problemă.

Capitolul Analiza sondajului este împărțit în două părți:

1. Prima parte este dedicată analizei datelor culese de sondajul la adulți. Scopul este de a evalua nivelul lor de cunoștințe în domeniul TIC și de a colecta date despre situația turismului rural în fiecare țară.
2. A doua parte este dedicată datelor colectate de sondajul părților interesate. Am întrebat persoanele care lucrează în organizațiile legate de turism care sunt cele mai importante în situația cu privire la efectele Covid asupra turismului rural.

● 4.2.RAPORT DE SONDAJ A GRUPULUI ȚINTĂ

Această parte a documentului este dedicată analizei datelor privind sondajul în rândul grupurilor țintă situate în șapte țări europene diferite.

4.2.1 România

În România, 73 de cursanți adulți au răspuns la chestionar. 59% dintre ei au între 40 și 50 de ani. 27% dintre ei au între 50 și 60 de ani și 14% dintre ei au 60 de ani sau mai mult.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Cea mai mare parte a respondenților au fost femei (59%) și, în general, majoritatea respondenților au absolvit studiile secundare superioare (41%). Alte niveluri de educație atinse de participanți au fost învățământul secundar inferior (11%), o diplomă de licență (22%) și o diplomă de master (15%).

Cei 73 de respondenți au fost, de asemenea, întrebați despre interesele lor și au votat gătit sau copt ca alegere numărul unu (40), urmat de călătorii (24), activități în aer liber și natură, exerciții (22) și îngrijire medicală (22), cântat la un instrument (22). 17). Internetul, tehnologiile și informatica a fost unul dintre interesele care au avut și un anumit interes (8), în timp ce scrierea, blogging-ul și jocurile au fost printre activitățile mai puțin menționate.

Majoritatea grupului țintă au declarat că nu au experiență în scrierea de coduri sau programare pe computer (99%) și doar 37% dintre ei au avut experiență anterioară în TIC. Statutul de angajare al participanților din grupul țintă din România: 12% pensionari, 62% angajați, 26% șomeri.

Cele mai puternice și mai dezvoltate abilități personale ale respondenților: lucru în echipă (29%), comunicare eficientă (21%), adaptabilitate (15%), rezolvare de probleme (14%).

84 % dintre participanți sunt dispuși să-și dezvolte sau să-și dezvolte cunoștințele și competențele privind utilizarea TIC și a informaticii. Acest lucru trebuie realizat în cadrul dezvoltării lor personale și profesionale. Sondajul a arătat că cateringul (26%), găzduirea (22%) și producția alimentară locală sunt activități preferate pentru grupurile țintă, dacă acestea sunt active în turismul rural. 11% sunt interesați de măiestria, care a fost la fel de mult ca și interesul pentru turism și ghidaj. Un procent mare dintre respondenți (89%) au spus că nu au cunoștințe despre finanțarea pentru dezvoltarea afacerii.

4.2.2 Italia

Mai mult de jumătate dintre participanți au vârste cuprinse între 40 și 50 de ani. A doua categorie ca mărime este formată din cei cu vârsta cuprinsă între 51 și 60 de ani și doar câțiva dintre participanți au peste 60 de ani.

Peste 70% dintre răspunsurile primite au venit de la femei. Aproape toți participanții sunt din Italia.

Peste 30% dintre participanți au o diplomă de master, alți 30% afirmă că au un certificat de studii medii superioare. Restul de 40% au niveluri diferite de educație. În unele cazuri minore, participanții afirmă că au un certificat de studii primare. Per total, nivelul educațional al grupului nostru țintă este ridicat.

Majoritatea celor care au răspuns pozitiv afirmă că au experiență datorită jobului lor sau a cursurilor anterioare de informatică pe care le-au urmat. Principalele motive pentru care participanții folosesc internetul și tehnologiile sunt cumpărăturile online, comunicarea scrisă și munca. În mai puține cazuri, participanții folosesc tehnologii pentru a comunica video, pentru a studia și pentru a vinde produse.

Peste 60% dintre participanți sunt angajați. O mică parte este pensionară și doar câțiva participanți sunt șomeri

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Principalul sector de interes pentru peste 37% dintre participanți este călătoriile, urmate de artele culinare. Arta, istoria, natura, exercițiile fizice și serviciile sociale sunt categoriile cel mai frecvent alese. Pentru majoritatea participanților, cele mai puternice abilități ale lor sunt adaptabilitatea, munca în echipă, comunicarea eficientă și rezolvarea problemelor.

60% dintre participanți sunt dispuși să-și dezvolte cunoștințele și competențele în sectorul TIC. Cea mai aleasă activitate, dacă ne gândim să se implice în dezvoltarea turismului rural local, este producția de alimente locale, urmată de catering și găzduire.

Majoritatea participanților nu cunosc nicio finanțare sau sprijin economic pentru dezvoltarea antreprenorială și, de asemenea, afirmă, în cele mai multe cazuri, că nu au căutat niciodată.

4.2.3 Belgia

Respondenții sondajului sunt în total 24, dintre care 54,2% au vârsta de 51-60 de ani și 20,8% au 40-50 de ani. Mai mult de jumătate dintre respondenți (58,3%) sunt bărbați și 41,7% - femei. Studiile lor sunt repartizate astfel: mai mult de jumătate (58,3%) au o diplomă de master sau echivalent, 29,2% au o diplomă de licență sau echivalent, în timp ce doar 8,3% au absolvit studii medii superioare. Mai puțin de 4% au studii medii inferioare.

O mare majoritate declară lipsă de experiență în TIC (70,8%), doar 29,2% indică a fi utilizatori experimentați în TIC. Solicitate de specificații privind utilizarea TIC, sunt menționate unele instrumente TIC care sunt utilizate individual (MS Office și mai ales „internet”). Se mai precizează că cineva încearcă să folosească internetul, dar nu are calificări formale în acest sens, sau că o altă persoană nu folosește computere deloc.

Printre activitățile pentru care grupul țintă folosește TIC, comunicarea scrisă (100%, 24 din 24) conduce înaintea comunicării video (83,3%, 20 din 24) și a cumpărăturilor online (70%, 17 din 24). TIC sunt, de asemenea, folosite în scopuri de învățare (41,7%) și de lucru pe proiecte (37,5%). Marketingul și vânzarea produselor au o pondere de 16,7% (4 din 24) fiecare.

Statutul de angajare al participanților grupului țintă belgian: 54,2% pensionari, 41,7% angajați, o persoană era șomeră. Contextul participanților: 2 (foști) șefi de firmă, 3 profesori de liceu, 3 directori, un ofițer, un profesor, un profesor de școală primară, un ghid turistic, un poștaş, o gospodină, un fermier (lapte), un planificator (analist și cartograf într-un serviciu comunitar), un ofițer de serviciu de rang, un muncitor din fabrică, un freelancer, un operator de management, un artist și o persoană care a indicat să fie activă ca beneficiar.

Cele mai mari domenii de interes sunt natura (50%), activități și natură, serviciul comunitar și cauze sociale atât (45,8%), cât și arta, istoria, teatrul (41,7%). 29,2% le place să călătorească ei înșiși, aproximativ 25% sunt interesați de gătit și îngrijire medicală. Interesant este că nu există muzician printre respondenți și nimeni nu indică să fie interesat de limbile străine. Internet & tehnologii este bifat doar de 3 din 24 de respondenți, ceea ce reprezintă o pondere de 12,5%.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Solicitate pentru puterea personală munca în echipă are cele mai mari scoruri cu 50%, urmată de adaptabilitate (41,7%) și comunicare activă. Scorul cel mai mic merge la rezolvarea conflictelor cu 0%, în timp ce fiabilitatea și rezolvarea problemelor sunt indicate de 16,7%. Persistența a fost menționată ca un alt punct forte.

54,2% spun că sunt interesați de abilități TIC mai bune, ceea ce contrazice interesul scăzut pentru TIC descris mai sus atunci când li se solicită interesele speciale ale grupului țintă. 45,8% nu au niciun interes să-și îmbunătățească abilitățile TIC.

Se arată, de asemenea, că turismul și ghidajul – fie ele culturale (50%) sau cele legate de natură și sănătate (33,3%) – și găzduirea (33,3%) sunt activități preferate pentru grupurile țintă dacă acestea au fost active în turismul rural. 12,5% doresc să producă hrană locală, 8,3% sunt interesați de lucrări de catering și meșteșuguri. O singură persoană ar face sport.

Trei sferturi dintre respondenții belgieni spun că nu au cunoștințe despre finanțarea dezvoltării afacerilor, un sfert au cunoștințe despre acest subiect. Exemplele menționate includ răspunsuri mai mult sau mai puțin specifice, de la instituții precum Créajob, fundația Wartoise condusă de Scourmont Abbey, granturi și asociații UE care sprijină provincia Valonia pentru un public țintă special până la „Da, cred că există planuri pentru dezvoltarea turismului rural. pentru reconstrucție după pandemie. Dar nu cunosc detalii. „, și un general „Există granturi speciale pentru noi întreprinderi/startu-uri în afaceri de tranziție verde de către comunitatea locală”.

4.2.4 Irlanda

Majoritatea participanților, în special cei peste 50 de ani, nu sunt familiarizați cu utilizarea soluțiilor TIC, în alte scopuri decât comunicarea scrisă sau video (socializare). Totuși, cercetările au arătat că cumpărăturile online sunt o activitate care a devenit o tendință mai ales după izbucnirea pandemiei.

Se pare că aproape toți participanții (92%) sunt dispuși să-și dezvolte sau să-și sporească cunoștințele și competențele în jurul utilizării TIC și a informaticii, în cadrul dezvoltării lor personale și profesionale.

Când vine vorba de turismul rural, moștenirea culturală și istorică în combinație cu producția alimentară locală sunt zonele de interes pentru majoritatea participanților.

Fondurile locale/regionale/naționale/internaționale legate de dezvoltarea antreprenorială nu sunt foarte promovate în zonele rurale sau nici măcar nu sunt disponibile publicului.

4.2.5 Slovenia

Răspunsurile sondajului grupului țintă au arătat că majoritatea respondenților aveau vârste mai mici de 60 de ani (40% aveau vârste cuprinse între 40 și 50 de ani, iar 42% dintre ei aveau vârste cuprinse între 51 și 60 de ani). Majoritatea grupului nostru țintă erau femei (84%) și dintre toți, majoritatea aveau un învățământ secundar profesional (70%). Alte niveluri de educație, atinse de participanți au fost facultatea (8%), licența (12%) și masterul (10%).

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Chiar dacă principalul nostru grup țintă sunt persoane cu vârsta peste 40 de ani, am aflat că 69% dintre aceștia aveau experiență anterioară în TIC. Își dau seama că nu pot evita utilizarea lui pentru că sunt înconjurați de el zilnic – fie îl folosesc la locul de muncă, fie în timpul liber, de exemplu atunci când frecventează diferite cursuri online sau când doresc să facă o programare la medicul lor. Ei au afirmat că cel mai frecvent folosesc TIC pentru educație (32 de respondenți), comunicare scrisă (31 de respondenți), comunicare video (25 de respondenți) și cumpărături online (21 de respondenți). Pe baza vârstei lor, prevăzută la prima întrebare, este evident că majoritatea nu sunt pensionari (94%). Cei care sunt angajați fie lucrează în fabrici, vânzări, marketing, administrație, organizații educaționale, fie la o fermă.

Grupul țintă a fost, de asemenea, întrebat despre interesele lor și au votat exercițiile fizice și îngrijirea sănătății drept alegerea numărul unu (19%), urmate de activitățile în aer liber și natură (16%), gătit sau copt (14%) și natură (10%). Internetul, tehnologiile și informatica au fost interesele care au avut, de asemenea, un anumit interes (7%), în timp ce scrisul, bloggingul, jocurile și arta/istoria/teatrul au fost printre cele mai puțin interesante hobby-uri. Respondenții au fost destul de încrezători în toate abilitățile soft, cu excepția soluționării conflictelor, care poate reflecta și pozițiile lor de muncă – doar câțiva erau pe unele poziții de conducere și chiar ei nu păreau să aleagă această abilitate ca fiind una dintre cele mai puternice.

Când vine vorba de ultima întrebare a sondajului – cea legată de cunoștințele despre disponibilitatea de finanțare a țării/regiunii/municipalului nostru pentru dezvoltarea antreprenorială, cei mai mulți dintre ei nu sunt familiarizați cu unele fonduri disponibile. Cei care sunt menționați licitații publice/municipale/europene, licitații ale Ministerului Economiei, licitații europene pentru dezvoltare, granturi, LAS (grupuri de acțiune locală), sprijin municipal, ASI (sprijin cuprinzător companiilor pentru îmbătrânirea activă a forței de muncă), ZZRS (Oficiul pentru Ocuparea Forței de Muncă al Republicii Slovenia) și asistență la înființare sub formă de subvenții.

4.2.6 Bulgaria

Reprezentanții grupurilor țintă care au răspuns la sondaj sunt în total 53, dintre care 25 la vârsta de 61+ și 21 de ani – la vârsta cuprinsă între 51 și 60 de ani. Restul de 7 au aparținut vârstei de 40-50 de ani. Mai mult de jumătate dintre respondenți (56,6%) sunt femei, iar 43,4% - bărbați. În funcție de studiile lor, repartizarea celor intervievați este următoarea: 52,8% au absolvit studii medii superioare; 30,2% aveau o diplomă de licență sau echivalentă; 13,2% aveau o diplomă de master sau echivalent și 3,8% aveau studii medii inferioare.

Cea mai mare parte 37 din 53 (69,8%) dintre respondenți au declarat că nu au experiență anterioară în TIC, dar, în același timp, unii dintre ei împărtășesc că folosesc internetul și tehnologiile de comunicare cel puțin pentru comunicare, fie video sau video. scris, ceea ce înseamnă că, deși unii dintre ei nu percep activitățile implementate ca „utilizare a TIC” și, prin urmare, au declarat că nu au experiență cu ITC, ei au de fapt o oarecare experiență, în principal în comunicare, deși nu au realizat. Scopurile de comunicare ale utilizării TIC sunt de fapt cele mai populare în rândul grupurilor țintă cu 44 din 120 de

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

răspunsuri este comunicarea video și cu 36 – comunicarea scrisă, urmată de cumpărăturile online. 8 persoane declară că folosesc TIC pentru educație,

Posturile actuale sau ultimele posturilor intervievate variază semnificativ și includ profesor (3), bucătar (3), fermier (2), manager (2), contabil (2), bibliotecar (2), electrician (2), strungar, Muncitor bucatarie, Sofer, Expert, Dispecer auto, Salariat, Muncitor benzinarie, Specialist asigurare calitatii, Agent de paza, Asistent tehnic.

Domeniile majore de interes ale grupului țintă includ activități în aer liber și natură (21), călătorii (20), culinar (gătit și copt) (19), natură (15) și meșteșuguri (12), activități artistice precum pictura sau grafica design (7), servicii comunitare și cauze sociale (6).

Ca fiind cele mai puternice și mai dezvoltate abilități personale, respondenții subliniază pe primul loc Comunicarea eficientă (36), Munca în echipă (31), Fiabilitate (26), Adaptabilitate (22).

Majoritatea respondenților (46) sunt interesați să-și dezvolte abilitățile TIC și informatică.

Activitățile în care grupurile țintă tind să se implice în dezvoltarea turismului rural al zonei lor includ pe primul loc producția alimentară locală, pe al doilea - lucrări de meșteșuguri, pe al treilea găzduire și turism și îndrumări (culturale, istorice). patrimoniu), urmate de turism și ghidaj (sector naturalist și legat de sănătate) și catering.

Majoritatea respondenților (90%) nu sunt familiarizați cu disponibilitatea fondurilor pentru dezvoltarea antreprenorială în țara-regiune-municipiul lor. Potrivit acestora, fondurile sunt disponibile pentru: activități non-agricole, fermieri, inovare tehnologică, dezvoltare agricolă, unii consideră că fondurile sunt disponibile doar pentru companiile mari.

4.2.7 Grecia

În Grecia, 53 de cursanți adulți au răspuns la acest chestionar. 32 dintre ei au între 40 și 50 de ani. 12 dintre ei au între 50 și 60 de ani. 9 dintre ei au peste 60 de ani.

Pe baza răspunsurilor oferite la cele 15 întrebări din acest sondaj online, a arătat că majoritatea adulților din zonele rurale din Grecia nu cunosc fonduri naționale sau regionale pentru dezvoltarea antreprenorială, totuși merită menționat că toți participanții ar fi interesați. În participarea la turismul rural fie prin implicarea în producția alimentară și alimentația locală, fie în turismul și îndrumarea în patrimoniul cultural și istoric dar și în sectorul naturii. Conform acestor informații, rezultatele sondajului au arătat că 23 din 53 de participanți le place să gătească sau să coace, 22 din 53 sunt interesați să facă mișcare și 20 din 53 de participanți le place să călătorească și, prin urmare, acest lucru indică faptul că adulții în vârstă din zonele rurale sunt motivați să își dezvolte zonele rurale implicându-se într-o zonă care îi fascinează.

Cu toate acestea, în funcție de nivelul educațional și domeniul de studiu al participantului, majoritatea participanților nu sunt familiarizați sau competenți în TIC și competențe digitale, deoarece 54,7% dintre

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

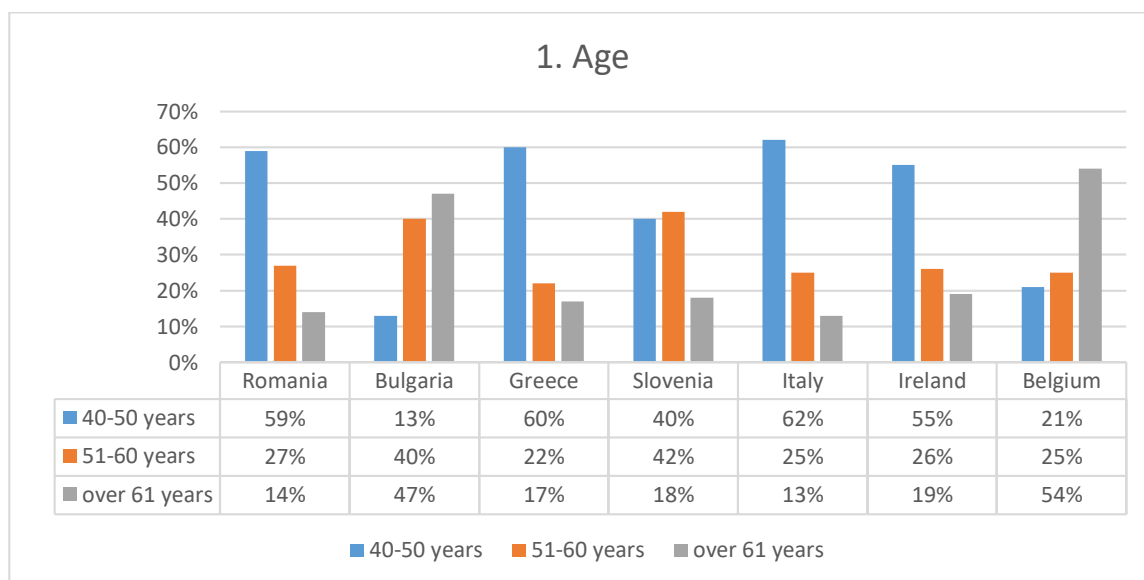
[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

adulți nu au nicio experiență în tehnologia comunicațiilor sau IT, abilități esențiale în sectorul antreprenorial. .

În cele din urmă, datorită faptului că cele mai avansate competențe de bază pe care le au adulții în vârstă sunt fiabilitatea, comunicarea eficientă și adaptabilitatea, îi face suficient de competenți pentru a fi încurajați și implicați în sectorul turismului rural, deoarece sunt, de asemenea, interesați să-și îmbunătățească TIC și abilități de calcul.

4.3.ANALIZA COMPARATĂ A SONDAJULUI GRUPULUI ȚINTĂ

1. Vârsta

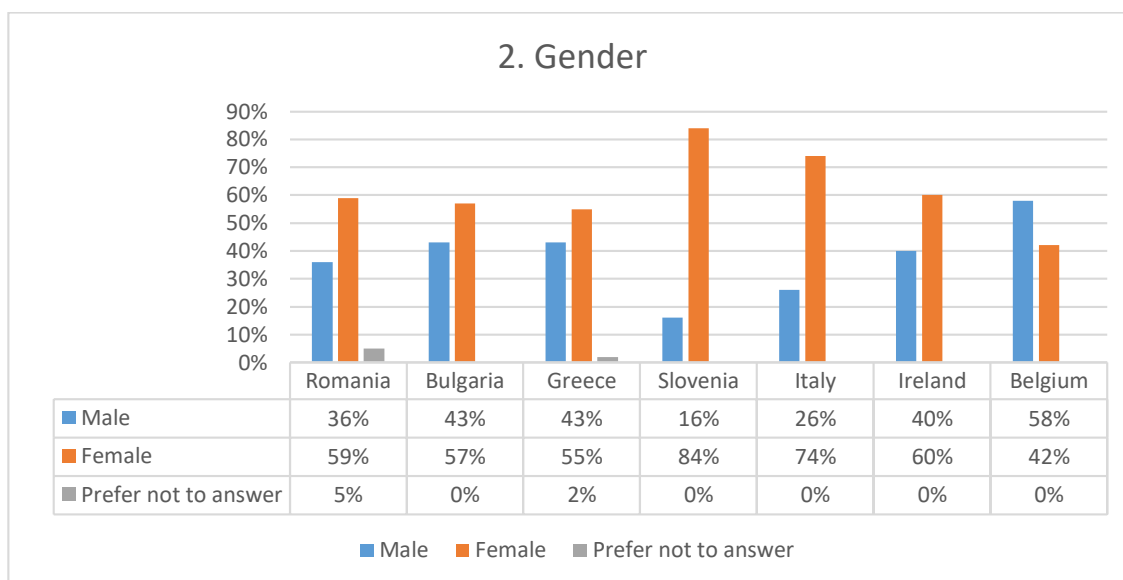


Rezultatele arată că majoritatea respondenților din toate țările participante care au răspuns la chestionar au vârste cuprinse între 40 și 50 de ani.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

2. Gen

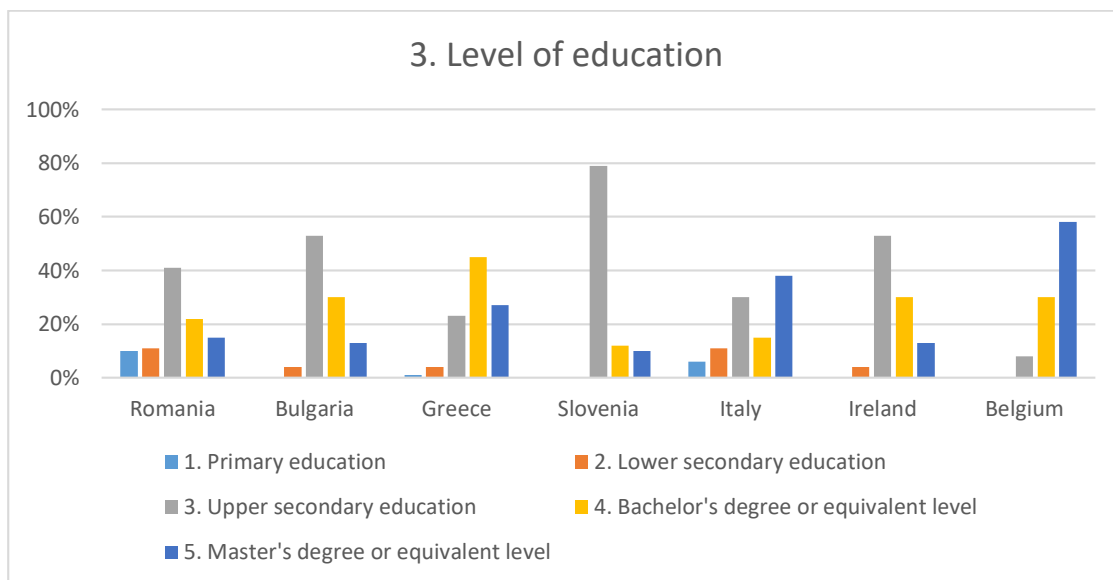


Aproape 60% dintre respondenții din toate țările sunt femei.

3. Nivelul de educație

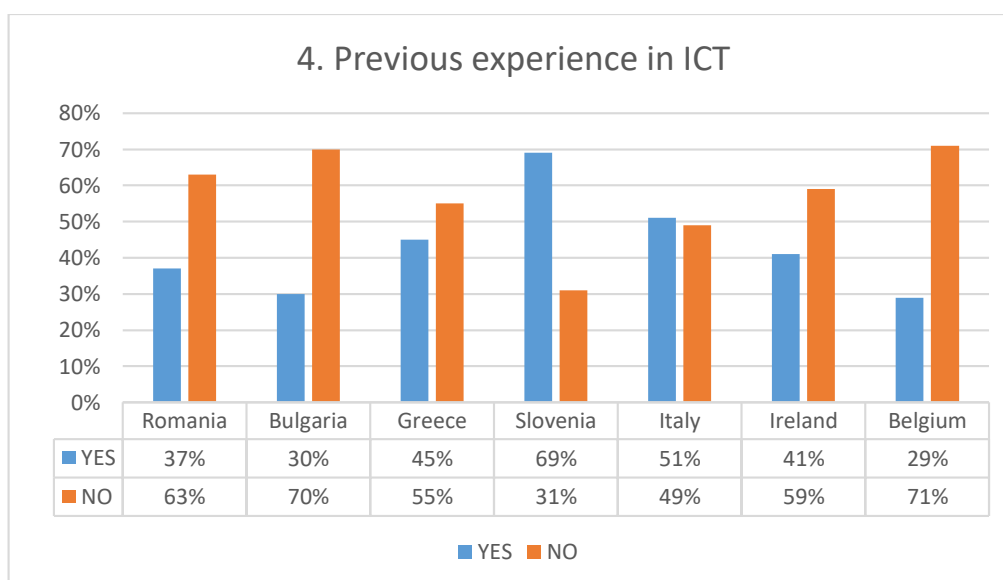
Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]



În ceea ce privește nivelul de educație, statisticile arată că majoritatea respondenților au în general un nivel bun de educație. Grecia și Irlanda au un procent de respondenți mai bine educați decât celelalte țări. *Rețineți situația specială a Belgiei. Vezi observația anterioară.

4. Experiență anterioară în TIC



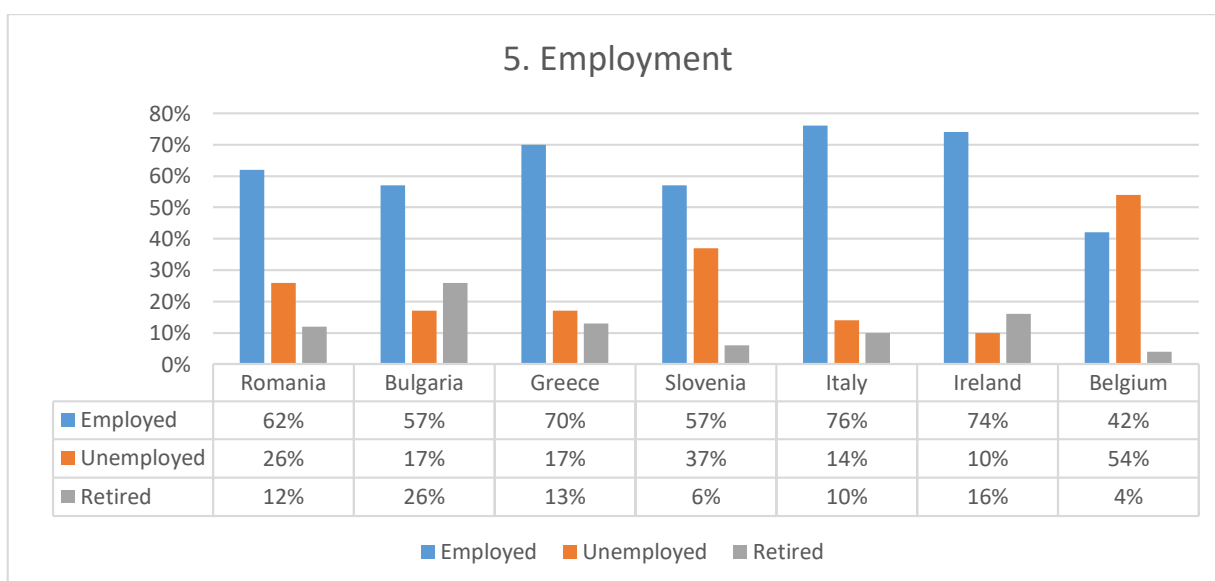
Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Statisticile din grafic arată că majoritatea respondenților din toate țările nu au experiență anterioară în niciun fel de TIC. Singura excepție este Slovenia și Italia, unde 51% dintre respondenți au experiență în TIC.

Examinând media ponderată în acest domeniu a competențelor anterioare TIC putem observa un nivel moderat de cunoștințe în toate țările în același mod, fără decalaje între ele. Cu toate acestea, Bulgaria pare să aibă o medie puțin mai mică în cunoașterea acestor experiențe în comparație cu celelalte țări.

5. Angajare

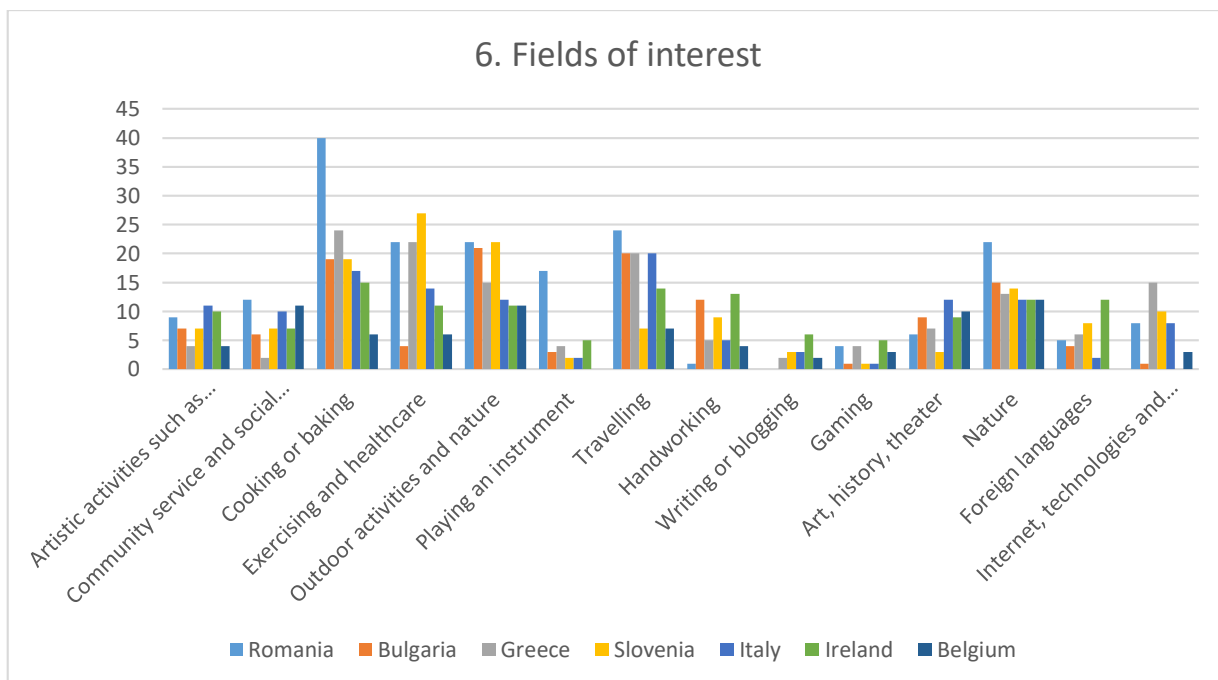


Graficul de mai sus arată că în toate țările majoritatea persoanelor care au răspuns la chestionar sunt angajați. În Italia există o rată ridicată a respondenților angajați 76%.

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

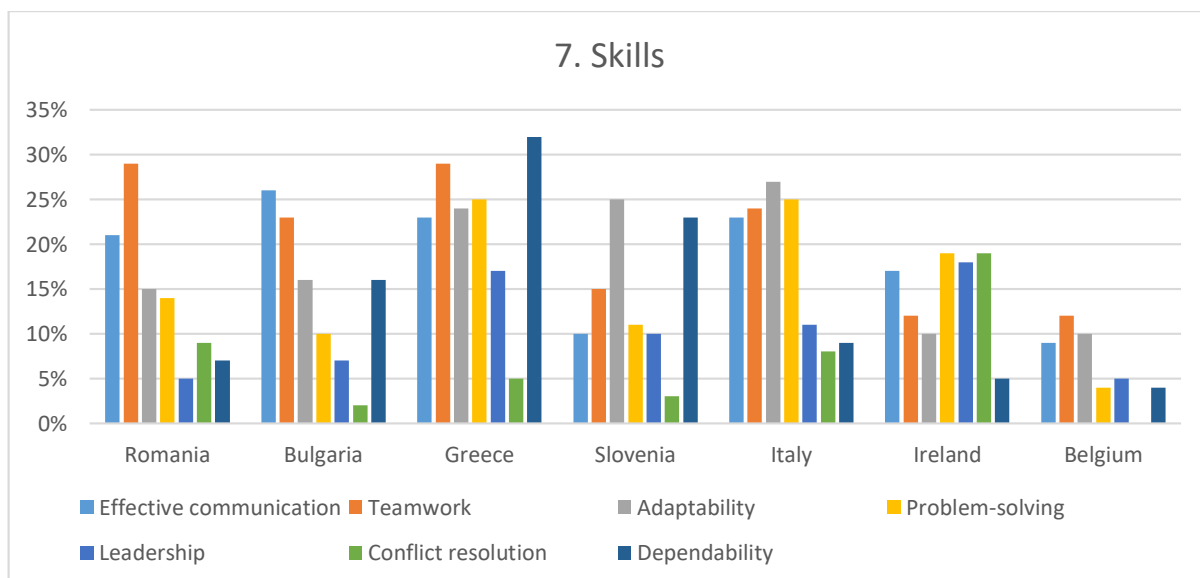
[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

6. Domenii de interes



În general, conform statisticilor, majoritatea respondenților din toate țările sunt interesați de gătit, călătorii, activități în aer liber și natură. Scrisul și jocurile sunt domenii cu mai puțin interes.

7. Abilități

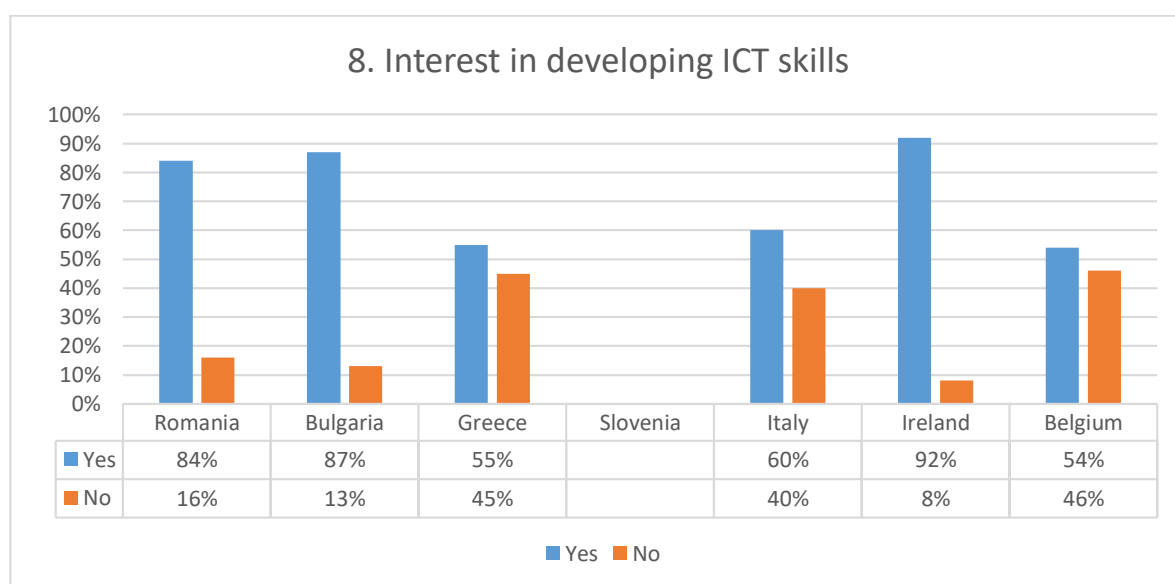


Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Conform statisticilor, majoritatea respondenților din toate țările consideră că au abilități pentru „Comunicare eficientă” și „Munca în echipă”. „Rezolvarea conflictelor” este o abilitate pe care o medie de 10% din grupul țintă consideră că o posedă. Doar în Grecia observăm un procent care depășește 50% în domeniul „fiabilitatea” al competențelor.

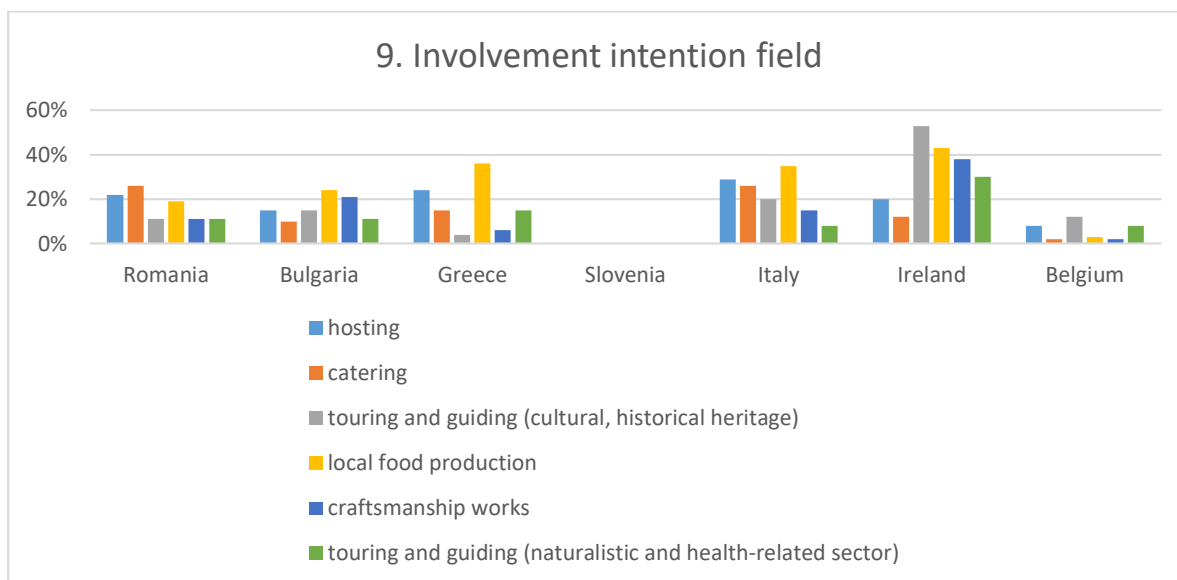
8. Interes pentru dezvoltarea competențelor TIC



Analizarea diagramelor 8 ar putea da naștere unor observații speciale. Statisticile arată că majoritatea persoanelor care au răspuns la chestionar doresc să-și dezvolte competențe digitale. În toate țările, procentul respondenților care au răspuns „da” la această întrebare este mult mai mare decât al respondenților care nu au niciun interes în dezvoltarea competențelor TIC. Cu excepția Greciei și Belgiei, unde acest decalaj este mai puțin remarcabil.

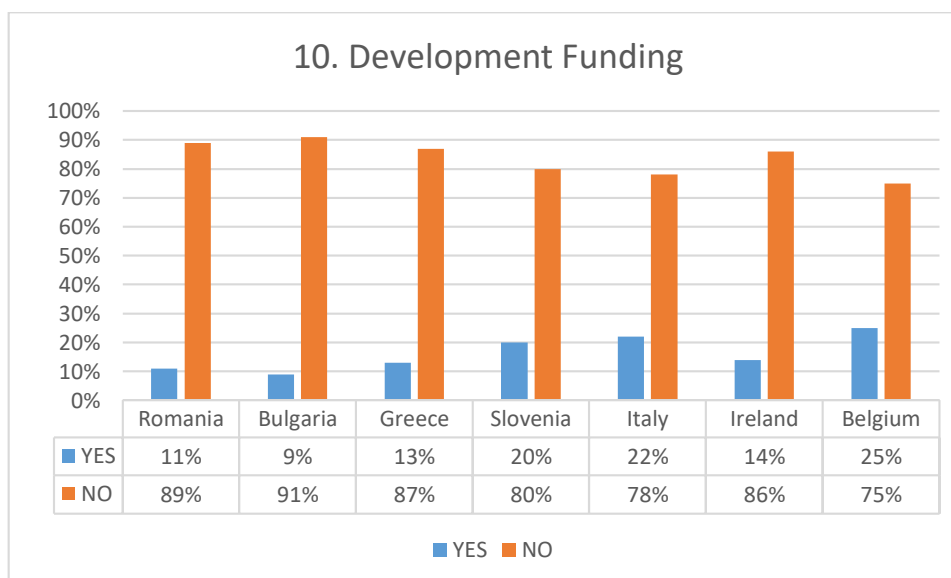
[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

9. Domeniul intenției de implicare



În acest caz, statisticile arată că majoritatea respondenților doresc să se implice în activitățile locale de producție alimentară și de catering. În Irlanda, un număr de 53 de persoane care au răspuns la chestionar sunt interesate de tururi istorice și de ghidare

10. Finanțarea dezvoltării



Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

În general, în ceea ce privește modul în care sunt informați respondenții, persoanele care au răspuns la chestionar nu au informații despre fondurile sau programele existente privind finanțarea dezvoltării.

4.4. RAPORTUL SONDAJULUI PĂRȚILOR INTERESATE

Al doilea grup țintă examinat pentru sondaj a fost cel al educatorilor de adulți și al părților interesate.

4.4.1 România

Sectorul care predomină între respondenți este companiile private și sectorul turismului. Activitățile care fac parte din sectorul privat implică artizanat din piele, suveniruri și produse de sezon-magazine, școli, apicultura. Sectorul turismului este implicat preponderent în activități legate de cazare, industria hotelieră și catering.

Majoritatea respondenților cred că multe afaceri locale se vor confrunta cu probleme mari după criza COVID-19 și doar cea care are capacitățile de a se reinventa va supraviețui.

Economia circulară și reducerea impozitelor sunt printre soluțiile pe care grupul țintă le percepe ca fiind eficiente. Ele sunt cruciale pentru a ajuta și sprijini comunitatea de afaceri locală. Fondurile de dezvoltare pentru producătorii locali și promovarea muncii lor par să fie o idee bună pentru majoritatea respondenților.

Rezultatele pun în lumină atât fragilitatea financiară a multor întreprinderi mici, cât și impactul semnificativ pe care l-a avut COVID-19 asupra acestor afaceri. Cele mai afectate afaceri sunt în sectorul ospitalității, urmat de domeniile culturale.

TIC oferă instrumente și oferă oportunități pentru dezvoltarea turismului local pentru a funcționa într-un mod mai ușor și pentru a crea noi oportunități, deoarece oferă un plus de valoare produselor turistice.

Turism, gastronomie locală și muncă meșteșugărească. Aceste domenii sunt considerate a fi cele care necesită îmbunătățiri în ceea ce privește serviciile pe care le oferă sau care lipsesc și modul în care aceste servicii pot fi promovate publicului și legate de furnizorii de servicii. În ceea ce privește alimentația și cazarea, activitățile în aer liber sunt altele care pot fi legate aici.

4.4.2 Italia

În general, părțile interesate spun că IMM-urile eșuează din cauza crizei Covid și doar cele mari vor continua. TIC și instrumentele digitale sunt considerate fundamentale pentru viitor, la fel ca acum. Cu

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

toate acestea, sustenabilitatea și respectul pentru mediu sunt considerate și aspecte importante pentru viitoarele afaceri.

Unii cred că ajutorul major ar trebui să vină de la guvernul care ar trebui să aloce mulți bani pentru a ajuta IMM-urile să repornească după Covid.

99% au spus da, dar nu au dat niciun răspuns cu privire la cum. 1% au spus nu/da, ceea ce înseamnă că TIC și tehnologiile digitale pot ajuta și sprijini turismul doar parțial, deoarece turismul este acum și real și trebuie făcut astăzi. TIC erau importante înainte de blocare și sunt importante acum la același nivel. Turismul trebuie recuperat și dat o nouă imagine și să țină cont de aspectul durabil și verde.

4.4.3 Belgia

Răspuns de la 10 persoane, trei dintre ei pensionați, doi de la școli, câte unul de la fiecare: asigurări, universitate, berărie și un fermier. Aceștia activează în domeniile educației (4), agricultură, „nourriture et boisson”, fost poștaș, servicii (serviciu financiar, chelneriță), turism (ghid turistic).

Întrebarea cu privire la modul în care grupul nostru țintă vede criza coronavirusului pentru întreprinderi, majoritatea răspunsurilor se concentrează pe închideri de pretutindeni (în special în ramura ospitalității și micile întreprinderi locale). Există puțină încredere că acestea vor putea să se redeschidă și să continue să existe în viitor. Conform constatărilor sondajului. Unul dintre respondenți vede noi oportunități dacă accentul se îndreaptă către cicluri de producție mai scurte pentru afacerile locale.

Respondenții menționează sprijinul financiar (de mai multe ori), asistența din partea guvernului, educația și formarea (4) în domeniile în care lipsește forța de muncă, cum ar fi TIC și noile tehnologii, companiile de promovare și crearea de rețele ca factori care ar sprijini economia să crească din nou în regiune.

Servicii (turism/ospitalitate (6), coafor și fitness), orice nu este considerat esențial, întreprinderile mici care nu sunt flexibile de adaptare sau absente din media digitală sunt sectoarele economice/afacerile care sunt considerate a fi cele mai afectate de pandemia corona.

Sprijinul financiar și/sau economiile/cu o bază de clienți sănătoasă sunt considerați factori care vor permite recuperarea. Dincolo de aceasta, întreprinderile locale și micile, cele care manifestă flexibilitate pentru inovare și sectoarele care favorizează economia circulară și resursele locale, inclusiv noile mijloace de diseminare și crearea de rețele, sunt menționate ca supraviețuitori.

Mulți respondenți cred că TIC poate ajuta turismul să revină pe drumul cel bun după criza coronavirusului. În detaliu, ei sugerează vânzarea online, strategii de marketing și tururi virtuale pentru a atrage mai mulți turiști și a-i informa despre moștenirea locală. De asemenea, actorii locali sunt rugați să contribuie la îmbogățirea și întreținerea permanentă a patrimoniului și să ridice interes pentru

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

acesta. Instrumentele TIC sunt sugerate pentru a răspunde nevoilor unei astfel de baze de date colective de patrimoniu, care ar putea include și activități economice din regiune (cazare, catering, activități) și pentru a crea o strategie de marketing.

Serviciile comunitare pe care respondenții doresc să le împuternicească includ turismul (!!), transportul și infrastructura (inclusiv infrastructura TIC). Se menționează importanța vieții satului, serviciile sociale, activitățile de construire a comunității și conservarea patrimoniului, precum și sprijinul pentru artiști și meșteri. Un respondent relatează despre crearea unei supravegheri permanente pentru punerea în valoare a patrimoniului și interacțiunea acestuia cu activitățile economice locale, folosind instrumente digitale pentru rezidenții voluntari pentru a-și împărtăși cunoștințele despre patrimoniul local. Acesta pare a fi un partener interesant pentru proiectul nostru SMART VILLAGE.

4.4.4 Irlanda

Sectoarele cele mai afectate de pandemie includ CCS (sectorul cultural și creativ cu accent pe turism și promovarea artei, precum și afacerile locale care sunt închise din cauza blocării globale (bănci, vânzători buni, restaurante și cantine, hoteluri etc.).)

Majoritatea întreprinderilor se luptă acum să supraviețuiască într-o piață extrem de competitivă, închisă și fără călătorii, întreprinderile implicate în TIC fiind o excepție strălucitoare de la această normă.

Rolul TIC în turismul (local) este considerat crucial, deoarece există mai multe soluții care pot fi oferite pentru revigorarea industriei. Acestea includ comerțul electronic, marketingul electronic, automatizarea managementului afacerilor și chiar utilizarea gamification pentru promovarea și creșterea e-turismului.

Pentru a supraviețui atacului COVID-19, afacerile au nevoie de sprijin financiar și tehnologic în ceea ce privește finanțarea și resursele digitale. Formarea cu privire la modul de transformare digitală a afacerilor (lor) este o altă condiție prealabilă importantă.

4.4.5 Slovenia

Majoritatea părților interesate sunt de acord că cele mai importante măsurători care ar ajuta economia nu numai în economia lor locală de afaceri, ci în întreaga țară ar fi deschiderea tuturor activităților sub reguli precise și clar stabilite. Acesta din urmă este important deoarece deschiderea activităților prin respectarea recomandărilor ar menține cel puțin toate sectoarele economiei într-o stare minimă mai bună decât închiderea (permanentă) a acestora. Regulile și condițiile ar trebui stabilite cu mult timp înainte și nu de astăzi pe mâine, ceea ce ar ajuta la organizarea antreprenorilor și a serviciilor. Exemplu:

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Astăzi, 23 martie, ar trebui să fie clar că pentru sărbătorile de 1 Mai vom putea călători în Croația pentru o scurtă pauză și în ce condiții. În acest fel, toate părțile interesate ar putea pregăti, accepta, și procesează rezervările la timp și organizează mai bine munca. Oamenii vor să călătorească și ar face rezervări acum dacă ar ști care ar fi regulile. Dar ar avea, de asemenea, speranță și un obiectiv clar de când este necesar să „strângem” și să o facă – dar acum totul este atât de „cețos” încât oamenii nu mai au motivația și voința potrivite pentru a adera strict la măsuri.

O altă măsură importantă care a fost menționată de multe părți interesate a fost asistența financiară. Părțile interesate sunt de acord că răspunsul guvernului trebuie să fie mai rapid, asta înseamnă o plată mai rapidă și mai mare a ajutorului financiar. Acestea din urmă ar trebui, de asemenea, distribuite în toate domeniile, nu doar economiei, ci și culturii, agriculturii etc. Lucrătorii care nu au putut sau nu au avut voie să lucreze în timpul acestei pandemii ar trebui să primească asistență financiară și contribuții de asigurare. Unele companii care sunt deschise pentru afaceri se luptă și ele, prin urmare, acoperirea acelor costuri care le-ar permite companiilor să supraviețuiască și să mențină locurile de muncă este crucială (adică, costurile fixe și costurile cu forța de muncă).

Primele trei opțiuni, selectate de toate părțile interesate, au fost turismul, afacerile de catering și cultura. Acestea sunt zonele care au fost indisponibile publicului de cel mai mult timp deoarece restricțiile guvernamentale nu le permit să se deschidă.

Părțile interesate sunt de acord că toate sectoarele vor crește din nou. Oamenii doresc să călătorească din nou și să revină la stilul de viață „normal”. În prezent cu toții ne dorim să călătorim, să mergem la un restaurant pentru prânz sau o cafea sau să mergem la un concert. Întrebarea este însă cât de rapidă va fi creșterea/restabilirea și dacă toate sectoarele vor putea crește la fel de repede în același ritm.

Majoritatea părților interesate sunt de acord că TIC poate ajuta turismul local. Tehnologia poate ajuta la depășirea impactului negativ al unei pandemii, în sensul că a fost posibil să se dezvolte produse, precum și să le prezinte unui cerc mai larg de oameni (de exemplu, online etc.), ceea ce poate fi important în atragerea de noi oaspeți. Acele afaceri care și-au oferit serviciile online (de exemplu, magazinele online) au avut unele venituri chiar și în lunile de izolare totală. Când vine vorba de turism, este posibil să ții legătura cu potențialii oaspeți care vor începe să exploreze colțuri ascunse mai puțin cunoscute ale mediului local după încheierea pandemiei. Cei care lucrează în sectorul turismului observă deja unele schimbări pozitive în eliberarea interdicției de circulație între municipalități și regiuni.

Părțile interesate au avut multe sugestii în timp ce au răspuns la această întrebare. Ei consideră că multe servicii existente necesită îmbunătățiri, cum ar fi calitatea serviciilor, promovarea afacerilor, conexiunea cu alți furnizori de servicii etc. Unele au deja succes în unirea furnizorilor locali de bunuri și servicii deoarece cooperează cu TIC (Centrul de Informare Turistică). Ei creează noi produse turistice și au o promovare mai bună împreună. De asemenea, oferă experiențe bune care sunt pregătite de calitate.

4.4.6 Bulgaria

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

10 persoane au răspuns la chestionarul părților interesate, dintre care 5 reprezentanți ai ONG-urilor, 2 sunt din administrația municipală și 1 este de la o firmă, 1 este de la o instituție de învățământ și 1 este de la o agenție de turism. Aceștia activează în domeniile politici publice, administrație locală, turism și cultură, servicii administrative, turism cultural, ONG-uri, servicii turistice, sprijin pentru afaceri, servicii de sprijin pentru afaceri, educație.

Majoritatea respondenților au observat consecințele negative asupra afacerilor locale, în special a celor care operează în sectoarele turistice, toate cauzate de coronavirus. Cu toate acestea, doi dintre ei văd noi oportunități în criză, precum și progresul afacerii către digitalizare, modernizare și flexibilitate.

Activitățile posibile pentru a ajuta comunitatea de afaceri locală, propuse de participanții la sondaj, includ: strategii comune de marketing, furnizarea de training online, consultații, webinarii, servicii de călătorie comune și idei pentru produse inovatoare, tranziția afacerii lor într-un mediu online. și, dacă este posibil, organizarea și desfășurarea de forumuri de carieră pentru recrutarea angajaților, organizarea de festivaluri, prezentarea oportunităților locale pentru turism, precum și a regiunii ca destinație turistică după pandemie, cu servicii de călătorie comune și idei pentru produse inovatoare, reducând o parte din plățile afacerii către buget și ajutor financiar direct.

Toți respondenții sunt unanimi că sectorul turismului (inclusiv segmentele sale precum: restaurante, catering, turism de petrecere, precum și sectoarele conexe – transport, divertisment etc.) este cel mai afectat de criza coronavirusului.

În același timp, în ceea ce privește sectoarele cu potențial de a crește din nou și de a conduce o nouă eră a afacerilor, răspunsurile sunt împărțite mai ales între turism și sectoarele conexe și TIC, comerț online, asistență pentru clienți și servicii de curierat.

Majoritatea respondenților văd potențialul TIC de a ajuta turismul local să facă față impactului negativ al coronavirusului, inclusiv în domeniul marketingului și furnizării de informații, al prezenței tangibile și al reclamei online, al platformelor de promovare și informare, al logisticii, al urmării fluxurilor de persoane și al ofertei. servicii individuale, implementare a realității virtuale. Desigur, unii sunt sceptici și văd turismul în forma sa tradițională sau cred că TIC poate fi utilă pentru revigorarea sectorului după încheierea pandemiei.

Părțile interesate consideră în primul rând că turismul (local) trebuie promovat la nivel local, precum și producția de alimente ecologice, sectoarele tradiționale ale regiunii - companii care activează în domeniul forestier și prelucrarea lemnului, farmacie, chimie, turism, industria îmbracamintei și inginerie mecanică; meseri din toate domeniile și firme din domeniul serviciilor IT.

4.4.7 Grecia

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Fiecare dintre părțile interesate operează în diferite tipuri de organizații. Aceștia lucrează în sectorul unui magazin de retail, al unui muzeu, al unui salon de înfrumusețare, al unei agenții de turism și majoritatea în sectorul hotelier.

Sectorul care predomină este cel privat și cel turistic. Activitățile lor care fac parte din sectorul privat sunt implicate în magazine de bijuterii, saloane de înfrumusețare, magazine de suveniruri și produse de sezon. Sectorul turismului implică în mare parte activități legate de industria hotelieră și de catering.

Pentru toate părțile interesate care au activități în sectorul hotelier, retail și alimentar, nivelul lor de durabilitate, rolul lor în protejarea mediului natural și caracterul zonei, precum și gradul de responsabilitate socială sunt câteva dintre modalitățile prin care oamenii și organizațiile locale ajută comunitatea de afaceri locală.

Sectoarele care au fost afectate cel mai mult din cauza crizei și care sunt de mare îngrijorare cu privire la modul în care își vor reveni sunt turismul, cateringul și sectorul mai larg de retail, care pune accent pe îmbrăcăminte și încălțăminte. Mai detaliat, se așteaptă că pandemia va duce la pierderea a peste 1 milion de locuri de muncă în turism. Se așteaptă ca efectele pandemiei asupra turismului să fie de multe ori mai dificile decât criza financiară din 2008.

TIC poate ajuta turismul local să facă față efectelor negative cauzate de Coronavirus. Turismul local este afectat de noul model de mediu de afaceri pe care îl creează dezvoltarea TIC. TIC oferă instrumente și permit ca dezvoltarea turismului local să funcționeze într-un mod mai ușor și să creeze noi oportunități, deoarece oferă un plus de valoare produselor turistice.

Ei cred că, în funcție de teritoriul lor, serviciile comunitare pe care și-ar dori să le împuternicească sunt în sănătatea comunității, curățenia, cultură, serviciile de divertisment, producția alimentară locală și piața locală. Aceste domenii sunt considerate a fi cele care necesită îmbunătățiri în ceea ce privește serviciile pe care le oferă sau care nu le oferă, cu privire la modul în care serviciile sunt promovate publicului și furnizorilor de servicii conectați. În conformitate cu catering și cazare, o altă zonă legată sunt activitățile în aer liber, deoarece unele locuri, cum ar fi insulele, au nevoie disperată de un transport public mai bun.

4.5 ANALIZA COMPARAȚĂ A SONDAJULUI PĂRȚILOR INTERESATE

a) Unde se află organizația dvs.? (Țară)

Majoritatea părților interesate se află în țara lor de reședință, cu excepția respondenților din Irlanda, care sunt localizați în toată Europa.

b) Pentru ce fel de organizație lucrezi?

Fiecare dintre părțile interesate lucrează pentru un tip diferit de organizație. Aceștia lucrează în domeniile unei agenții de consultanță, a unei comunități locale, a municipiului, a activității auxiliare la

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

o fermă, o instituție privată, Centru de informare turistică, fermă turistică, instituție publică, agenție de turism și o organizație de voluntariat care se ocupă de cultura, obiective istorice și naturale.

c) Care este sectorul dvs. de aplicare?

Sectoarele care predomină în rândul părților interesate sunt sectorul public și turismul. Activitățile desfășurate în cadrul turismului sunt organizarea de evenimente, editarea ziarului local și munca în muzee. Alte sectoare menționate au fost agricultura (fie domeniul prelucrării produselor sau al cazării), comunitatea locală și voluntariatul. Putem găsi, de asemenea, alte sectoare de activități precum Formare și Educație, Cercetare și Dezvoltare, inițiative sociale, TIC și Resurse Umane.

d) Cum vedeți afacerile locale după criza coronavirusului?

Situația economică se deteriorează, mai ales în domeniul precum turismul și afacerile de catering care au intrat în impas cu luni în urmă. Probabil că unele restaurante vor fi închise definitiv, iar afacerile agențiilor de turism sunt, de asemenea, discutabile. Multe măsurători au trebuit să fie acceptate de guvern din cauza crizei coronavirusului. Multe companii și antreprenori și-au menținut parțial operațiunile în timpul epidemiei, dar și mai mulți dintre aceștia așteaptă în continuare încetarea crizei și a măsurătorilor pentru a-și reporni afacerile. În același timp, în ceea ce privește sectoarele cu potențial de a crește din nou și de a conduce o nouă eră a afacerilor, răspunsurile sunt împărțite mai ales între turism și sectoarele conexe și TIC, comerț online, asistență pentru clienți și servicii de curierat.

Majoritatea respondenților au spus că digitalizarea afacerilor va accelera redresarea după criza coronavirusului.

e) Ce ați face dumneavoastră/organizația dumneavoastră pentru a vă ajuta comunitatea de afaceri locală dacă ați avea posibilitatea de a decide?

Respondenții menționează sprijinul financiar (de mai multe ori), asistența din partea guvernului, educația și formarea în domeniile în care forța de muncă lipsește, cum ar fi TIC și noile tehnologii, promovarea și crearea de rețele de companii locale ca factori care ar sprijini economia să crească din nou în regiune. În plus, ei sugerează să alegeți unii dintre producătorii locali ca furnizori de materii prime pentru un restaurant sau să creați o zonă de recepție sau un stand permanent, de exemplu într-un hotel cu produse locale, ca o mică reclamă indirectă pentru magazinele locale și afacerile de familie. Unii au menționat că, mai ales în această perioadă dificilă, este vorba despre unirea forțelor cu restul comunității de afaceri într-o zonă care poate forma un singur front de afaceri, poate crește serviciile, dar și nivelul general al comunității de afaceri.

f) Care credeți că sunt cele mai afectate sectoare de criza Coronavirus?

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

Sectorul turismului care implică în mare parte activități legate de industria hotelieră și de catering este cel mai afectat din toate țările. În Bulgaria, toți respondenții au menționat afacerile din turism ca fiind cel mai afectat sector de criza Coronavirus. De asemenea, au fost afectate micile afaceri locale și întreprinderile care nu au fost flexibile pentru a se adapta. Sectorul cultural și de divertisment a suferit foarte mult de restricțiile de izolare.

g) Ce sectoare credeți că vor avea cele mai multe șanse să se ridice din nou și să conducă o nouă eră a afacerilor?

Afacerile care se reinventează și au cunoștințele necesare pentru a se adapta sunt printre care părțile interesate cred că vor crește din nou. Afaceri locale care își vând produsele prin utilizarea tehnicilor de comerț electronic. Părțile interesate sunt de acord că toate sectoarele vor crește din nou. Oamenii doresc să călătorească din nou și să revină la stilul de viață „normal”. În prezent, cu toții ne dorim să călătorim, să mergem la un restaurant pentru prânz, cafea sau la un concert. Întrebarea este cât de rapidă va fi creșterea și dacă toate sectoarele vor putea crește uniform.

h) Credeți că TIC poate ajuta turismul local să facă față impactului negativ al coronavirusului? Dacă da, cum?

Grupul țintă din toate țările partenere consideră că rolul TIC în turism este crucial. Comerțul electronic permite afacerilor locale să vizeze un public global. Tehnologia poate ajuta la depășirea impactului negativ al unei pandemii în sensul că a fost posibilă dezvoltarea produselor și prezentarea acestora unui cerc mai larg de oameni (online etc.), ceea ce poate fi important în atragerea de noi oaspeți. Acele afaceri care și-au oferit serviciile online (de exemplu, magazinele online) au avut unele venituri chiar și în lunile de izolare totală. În domeniul marketingului și furnizării de informații, prezența tangibilă și publicitatea online, promovarea și platformele de informare, logistica, urmărirea fluxurilor de oameni și oferirea de servicii individuale, implementarea realității virtuale, TIC este foarte importantă.

h) Gândindu-vă la teritoriul dvs., ce servicii comunitare ați dori să împuterniciți?

Părțile interesate au avut multe sugestii în timp ce au răspuns la această întrebare. Activitățile legate de turism și promovarea producătorilor locali sunt cele care pot fi găsite prin respondenții din fiecare țară. Fonduri/Sprijin financiar pentru transformarea digitală, inclusiv instrumente și resurse tehnologice și pentru afacerile locale pentru dezvoltarea economiei circulare. Unii au deja succes în unirea furnizorilor locali de bunuri și servicii deoarece cooperează cu TIC (centrul de informare turistică). Ei creează noi produse turistice și au o promovare mai bună împreună

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

● 5. CONCLUZIA GENERALĂ A SONDAJULUI

Rezultatele arată că cunoașterea competențelor digitale continuă să fie o provocare în toate țările participante la sondaj.

Majoritatea adulților intervievați au intenții de a dezvolta activități (producție alimentară locală, turism și îndrumare, găzduire) în domenii în funcție de domeniul lor de interes precum gătit, activități în aer liber, natură și consideră ideea de a-și dezvolta abilitățile TIC ca o bună oportunitate. . Acest lucru demonstrează intenția de a-și îmbunătăți propriul nivel în lumea digitală.

În general, toți membrii grupului țintă au un nivel mediu de experiență în domeniul TIC și acest lucru este în concordanță cu nivelul lor de educație.

De asemenea, grupul țintă a observat că informațiile despre Fondurile de Dezvoltare Locală sau Finanțare sunt foarte limitate în toate țările.

Unele domenii de abilități sunt considerate mai importante decât altele, cum ar fi „Lucrarea în echipă” și „Comunicare eficientă”. Respondenții declară că au mai puține abilități în domeniul abilităților mai specifice precum „Rezolvarea conflictelor”.

Dezvoltarea turismului rural are nevoie de capacitatea de a oferi o imagine nouă și schimbată. O provocare economică atât de specifică acestei perioade cu totul speciale (adică pandemia de COVID 19!). Această cercetare poate ajuta cetățenii din mediul rural care intenționează să fie implicați în turismul rural să utilizeze mai eficient resursele disponibile din turism rural, precum și să îi ajute să facă schimbări esențiale în calitatea produselor din turism rural. Toate acestea în perspectivă pentru a crește satisfacția turiștilor!

Grupurile țintă din toate țările partenere consideră că rolul TIC în turism este crucial. Comerțul electronic permite afacerilor locale să vizeze un public global. Tehnologia poate ajuta la depășirea impactului negativ al unei pandemii în sensul că a fost posibilă dezvoltarea produselor și prezentarea acestora unui cerc mai larg de oameni (online etc.), ceea ce poate fi important în atragerea de noi oaspeți. Acele afaceri care și-au oferit serviciile online (de exemplu, magazinele online) au avut unele venituri chiar și în lunile de izolare totală. În domeniul marketingului și furnizării de informații, prezența tangibilă și publicitatea online, promovarea și platformele de informare, logistica, urmărirea fluxurilor de oameni și oferirea de servicii individuale, implementarea realității virtuale, TIC este foarte importantă.

O implicație practică importantă a acestei cercetări constă în promovarea unui nou mod de gândire și în adoptarea unei noi filozofii de afaceri adaptate tendințelor recunoscute la nivel mondial, care introduce noi standarde în dezvoltarea economică viitoare, mai degrabă cu un simplu potențial decât să fie un activitate economică reală.

Având în vedere diversitatea din fiecare țară, putem considera că acest raport ar putea fi un bun punct de vedere în ceea ce privește utilizarea adecvată a avantajelor împrejurimilor naturale și a moștenirii

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

culturale care necesită educarea populației rurale prin inovare care intenționează să se implice în turismul rural. .

● 6. GRUP CONSULTATIV

Țară	NUMELE EXPERT/INSTITUȚIE/ORG	TIP DE ORGANIZARE/ DOMENIUL DE INTERES	TIP DE ORGANIZARE/ DOMENIUL DE INTERES	A LUA LEGATURA
România	Asociația pentru Promovarea Văii Șomuzului	Asociație de promovare a satului Dolheștii Mici și a împrejurimilor	Organizația promovează satul, comunitatea locală, organizează evenimente de presă sau evenimente locale pentru turiști	0040756087821
	Primăria Targu Neamț	Municipiul Targu Neamt	Instituția este decidentul orașului Târgu Neamț, dar fiind și un oraș înconjurat de sate, poate influența deciziile în unele dintre satele din jur.	Tg. Municipiul Neamt
	Eugenia Niculescu	Educație în turism	Profesor în turism	niculescu_eugenia@yahoo.com
Belgia	Wallonia België Toerisme	Vereniging	Organisatie die de promotie van het toerisme in naar Wallonië en de Ardennen verzorgt.	j.henneke@wbtoerisme.nl
	Blue Turtles Development / Urban Living Lab Breda	Întreprindere / Educație / Economia Circulară	Inițierea de proiecte cu întreprinderi locale, fermieri și cetățeni de către studenți și profesioniști	tjebbe.will@blue-turtles.com
	Kasbah du Toubkal Discover Ltd	Turism rural/turism durabil	Operator de turism rural durabil în Maroc, în special Kasbah du Toubkal www.kasbahdutoubkal.com	mike@discover.ltd.uk
Italia	MAG VERONA	Cooperativa Socială pentru Autogestionare	Societatea Mutuală MAG pentru Autogestionare s-a născut la Verona în 1978 din voința bărbaților și femeilor care credeau ferm în economia solidarității și în noile forme de muncă autogestionată. Astăzi Mag a devenit o rețea de conectare pentru aproximativ 400 de Întreprinderi Sociale - Cooperative, Asociații, Fundații, Onlus și Comitete - și 250 de persoane pentru un total de aproximativ 2300 de persoane care lucrează în diverse domenii, de la servicii de îngrijire	https://magverona.it/ info@magverona.it

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

			până la agricultura ecologică; de la finanțarea etică la producția de produse manufacturate; de la comerț echitabil până la activități culturale, artistice și noi de bunăstare.	
	GEA ONLUS	Organizație non-governamentală	Asociația de educație pentru mediu „GEA” s-a născut cu dorința de a disemina cunoștințe și angajament față de mediu; aceasta prin promovarea activităților la nivel de școală și conștientizarea cetățenilor și administratorilor. Asociația dorește să satisfacă nevoia de o mai mare atenție și conștientizare pe probleme precum: resursele naturale, deșeurile, cunoașterea diferitelor ecosisteme, hrana naturală, energia regenerabilă și dezvoltarea durabilă a teritoriului.	http://www.gea-onlus.it/wp/associazionegea@yahoo.it
	AMENTELIBERA	Asociația Culturală	Realitatea noastră a fost înființată în 2008 cu scopul de a promova stiluri de viață „sustenabile” prin crearea de experiențe în aer liber și de trasee de educație pentru mediu bazate pe edutainment și educație în practicile naturii. De-a lungul timpului, aceste obiective s-au transpus în trasee educaționale pentru durabilitate pentru copii și adulți și în experiențe legate de comunitățile, culturile și mediile din diferitele teritorii cu care interacționăm, care ne permit să creăm relații și să răspândim cunoștințele peisajelor italiene. , rodul muncii omului și naturii de-a lungul secolelor. Propunerile noastre de a încuraja oamenii să „... să aibă curiozitate față de ceea ce ne înconjoară, să fie deschiși către noi experiențe și să folosească o nouă privire pentru a observa lumea, să se implice pentru a ieși din obiceiurile	https://www.viaggiamentelibera.it/info@viaggiamentelibera.it

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

			lor...” prin practici de edutainment	
Irlanda	Soluții HeartHands	Organizație de consultanță tehnică și de afaceri specializată în soluții de învățare digitală	Organizația conceptualizează, proiectează, dezvoltă și implementează căi inovatoare și durabile către digitalizarea eficientă a educației pentru o varietate de scopuri și grupuri țintă. În acest scop, își dezvoltă propriile instrumente digitale în scopuri educaționale, inclusiv platforme de e-learning, jocuri serioase online și aplicații de realitate augmentată. Organizația va sprijini astfel implementarea tehnică a proiectului și dezvoltarea instrumentelor digitale.	info@hearhands.solution
	EKVASIS	Întreprindere socială care oferă servicii de coaching și consultanță	Principalele domenii de interes ale organizației sunt: marketing digital, dezvoltare personală și profesională, competențe digitale, angajare, e-democrație și economie circulară. Organizația utilizează, de asemenea, instrumente digitale pentru a-și promova serviciile (Realitate Augmentată, Inteligență Artificială etc.)	info@ekvasis.online
	Digicult	Expert organizație culturală în domeniul patrimoniului cultural și al turismului durabil	Organizația valorifică tehnologiile TIC pentru a promova activități culturale legate de: Turism Proprietatea intelectuală în patrimoniul cultural Sustenabilitatea de mediu și financiară a experiențelor și produselor CH Educația civilă	info@digicult.team
	KOMICHA	Centru de formare a adulților care implică cursanți din diferite grupuri țintă (adulți slab calificați din zonele rurale, minorități etc.)	Organizația oferă cursuri hibride și mixte pentru o varietate de scopuri pentru îmbunătățirea competențelor adulților și creșterea gradului de conștientizare cu privire la diferite aspecte legate în principal de digitalizare, dezvoltare personală și profesională, îmbunătățire	info@ekvasis.eu

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.

[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

			continuă, oportunități de învățare pe tot parcursul vieții etc.	
Slovenia				
Bulgaria	Desislava Dimitrova – expert în formare	Organizație de sprijinire a afacerilor	Expertul în formare are o vastă experiență în cartografierea nevoilor de formare, dezvoltarea formării metodologii și materiale în domeniile dezvoltării modelelor de afaceri, antreprenoriatului și incubăției inovației sociale. Expertul are, de asemenea, experiență practică în activități legate de perfecționarea personalului și managementul IMM-urilor care operează în sectorul turistic.	info@innobridge.org
	Nikolay Tsolev – expert în turism	Organizație de sprijinire a afacerilor	Expertul în turism are experiență practică în efectuarea de analize și cercetări în sectorul turismului. De asemenea, participă la activități legate de sprijinirea și promovarea turismului.	info@innobridge.org
	Ivanichka Yankova - factori de decizie	Municipiul Dve mogili	Municipalitatea lucrează activ la proiecte care vizează dezvoltarea și promovarea turismului rural și ecoturismului în regiune.	info@innobridge.org
Grecia	George Kaplanis	Asociația Hotelurilor din Kefalonia și Ithaca	Principalele obiective ale Uniunii, pe lângă rolul său sindical, sunt promovarea și modernizarea produselor turistice din Kefalonia și Ithaca.	giorgoskap@gmail.com
	George Ntaikos	Uniunea Cooperativă Agricolă din Agrinio	Această cooperativă este activă în sectorul de prelucrare a produselor agricole produse în regiune. Ei detin filiale pentru a servi nevoilor membrilor sai si au capacitatea de a interveni in formarea preturilor pietei dar si prin scopuri in asigurarea unui venit economic mai mare producatorilor.	ntaikos152@gmail.com
	Myrsini Rachani	Municipiul Mytilene/Lesvos	În colaborare cu ETAL SA, municipalitatea a aplicat un	dimos@mytilene.gr

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.



[Cartea albă IO1 – Cadru metodologic]

			proiect numit Metro3 care constă din 4 subcategorii pentru a dezvolta zona Mitilene. În plus, ele promovează acțiuni pentru dezvoltarea turismului local, producției și economiei locale și formarea digitală a cetățenilor.	
--	--	--	--	--

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în ea.