

Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Wniosek o włączenie do ZSK kwalifikacji SEKTOROWEJ

Potwierdzenie spełniania warunków do złożenia wniosku

☒ Potwierdzam, iż podmiot składający wniosek spełnia warunki uprawniające go do złożenia wniosku o włączenie kwalifikacji sektorowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, określone w art. 15a ustawy o ZSK. Z wnioskiem o włączenie kwalifikacji sektorowej do ZSK może wystąpić organizacja, jeżeli: 1) prowadzi działalność statutową w obszarze danej branży lub danego sektora, którego dotyczy wnioskowana kwalifikacja, 2) działalność ta ma zasięg ogólnokrajowy, 3) działa na podstawie jednej z poniższych ustaw: a) ustawy z dnia 23 maja 1991 r. o organizacjach pracodawców, b) ustawy z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych, c) ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. – Prawo o stowarzyszeniach (pod warunkiem, że stowarzyszenie zostało wpisane do Krajowego Rejestru Sądowego), d) ustawy z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie, e) ustawy regulującej funkcjonowanie samorządu zawodowego, w tym samorządu zawodu zaufania publicznego oraz samorządu zawodu służby publicznej, f) lub jest sektorową radą do spraw kompetencji działającą na podstawie ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.}

Osoba procedująca

Nazwa kwalifikacji

Nazwa kwalifikacji w języku angielskim

Skrócona nazwa kwalifikacji

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☒ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐

Odniesienie do poziomu Sektorowych Ram Kwalifikacji (SRK)

Nazwa Sektorowej Ramy Kwalifikacji

Proponowany poziom Sektorowej Ramy Kwalifikacji

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☒ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐

Podstawowe informacje o kwalifikacji

Kwalifikacja „Kreowanie produktu agroturystycznego” potwierdza posiadanie umiejętności w zakresie tworzenia i rozwijania oferty turystycznej na obszarach wiejskich z uwzględnieniem zasobów własnych gospodarstwa rolnego oraz lokalnych walorów turystycznych.

Kwalifikacja ta traktuje produkt agroturystyczny nie tylko jako ofertę pojedynczego gospodarstwa rolnego, ale również jako zintegrowany produkt terytorialny turystycznie atrakcyjnego obszaru. Takie podejście uwzględnia szerszy kontekst regionalny oraz możliwości współpracy między różnymi podmiotami z branży turystycznej.

Posiadacz tej kwalifikacji potrafi pozyskiwać i analizować informacje o zasobach regionu, istniejącej ofercie turystycznej oraz oczekiwaniach potencjalnych turystów. Posługuje się wiedzą z zakresu marketingu, finansów i zarządzania w agroturystyce, a także zna aktualne trendy w tej branży.

Osoba z tą kwalifikacją jest przygotowana do opracowania szczegółowej koncepcji produktu agroturystycznego odpowiadającej potrzebom turystów. Koncepcja ta uwzględnia możliwości finansowe i oczekiwania właścicieli gospodarstwa rolnego. Posiadacz kwalifikacji umie przygotować dokładny opis produktu, oszacować koszty i przychody oraz przeprowadzić analizę opłacalności. Ponadto może zaproponować ścieżkę rozwoju produktu, plan promocji oraz podstawową strategię marketingową.

Kwalifikacją mogą być zainteresowani:

- pracownicy doradztwa rolniczego,
- pracownicy doradztwa biznesowego,
- pracownicy doradztwa marketingowego,
- pracownicy lokalnych lub regionalnych organizacji turystycznych,
- pracownicy organizacji pozarządowych (NGO) wspierających agroturystykę,
- uczniowie i absolwenci szkół technicznych o profilu turystycznym lub rolniczym,
- studenci i absolwenci kierunków związanych z turystyką lub rolnictwem,
- właściciele gospodarstw rolnych rozwijający działalność agroturystyczną,
- pracownicy działów promocji lub turystyki w samorządach,
- osoby planujące karierę w sektorze agroturystyki.

Osoba posiadająca tę kwalifikację może znaleźć zatrudnienie w:

- centrach doradztwa rolniczego,
- firmach doradztwa biznesowego dla branży turystycznej,
- firmach doradztwa marketingowego i zajmujących się promocją turystyki,
- lokalnych i regionalnych organizacjach turystycznych,
- organizacjach pozarządowych (NGO) wspierających agroturystykę,
- urzędach samorządowych w działach promocji lub turystyki,
- centrach rozwoju lokalnego i inkubatorach przedsiębiorczości,
- ośrodkach szkoleniowych odnośnie rolnictwa lub turystyki jako wykładowca,
- instytucjach oceniających wnioski o dofinansowanie dla przedsięwzięć agroturystycznych,
- gospodarstwach agroturystycznych na stanowiskach menedżerskich.

Objętość kwalifikacji [w godz.]

120

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba z tą kwalifikacją jest przygotowana do samodzielnego projektowania nowych produktów agroturystycznych oraz wskazywania możliwości rozwoju już istniejącej oferty gospodarstwa agroturystycznego. Przeprowadza dokładne badania rynku, systematycznie zbierając i analizując informacje o zasobach turystycznych regionu. Dokonuje analizy lokalnej oferty konkurencji, identyfikując luki rynkowe oraz obszary potencjalnej współpracy. Bada grupy docelowe potencjalnych turystów, analizując ich preferencje, motywacje podróżowania, możliwości finansowe oraz wzorce zachowań. Na podstawie zebranych danych ustala segmentację klientów według wybranych kryteriów demograficznych, psychograficznych i behawioralnych, a następnie opracowuje persony reprezentujące każdy zidentyfikowany segment. Tworzy szczegółową dokumentację koncepcji produktu agroturystycznego obejmującą opis proponowanych produktów oraz weryfikuje czy koncepcja jest możliwa do zrealizowania. Wykonuje podstawowe analizy finansowe, w tym kalkulacje kosztów operacyjnych i inwestycyjnych, prognozy przychodów oraz ocenę opłacalności inwestycji z uwzględnieniem różnych scenariuszy. Opracowuje strategię marketingową dla wybranych produktów oraz plany ich promocji wykorzystujące odpowiednie kanały komunikacji. Wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu marketingu, finansów, zarządzania i agroturystyki, łącząc teorię z praktyką w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Śledzi aktualne trendy branżowe, analizuje zmiany w zachowaniach turystów oraz monitoruje rozwój nowych technologii wspierających sektor agroturystyczny.

Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu

1

Poziom PRK zestawu

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐

Nazwa zestawu

Wiedza z obszaru kreowania produktów agroturystycznych

Efekty uczenia się

Numer efektu

Nazwa efektu

1

Posługuje się wiedzą z obszaru turystyki

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

a

wyjaśnia pojęcie turystyki, uwzględniając różne aspekty, takie jak: społeczne, ekonomiczne, przestrzenne, psychologiczne lub kulturowe,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

b

wyjaśnia pojęcie ruchu turystycznego, z uwzględnieniem jego przestrzennych i czasowych aspektów,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

c

wyjaśnia pojęcie usługi turystycznej, z uwzględnieniem jej materialnych i niematerialnych aspektów,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

d

wyjaśnia pojęcie produktu turystycznego, uwzględniając jego kompleksowy charakter,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

e

wyjaśnia pojęcia związane z rynkiem turystycznym, takie jak: popyt, podaż, cena, nabywca, sprzedawca,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

f

omawia podmioty związane z rynkiem turystycznym, takie jak: organizator turystyki, agent turystyczny, pozarządowe organizacje wspierające turystykę.

Numer efektu

Nazwa efektu

2

Posługuje się wiedzą z obszaru turystyki wiejskiej i agroturystyki

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

a

omawia specyfikę agroturystyki jako jednej z form turystyki wiejskiej,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

b

omawia formy spędzania wolnego czasu w agroturystyce,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

c

wyjaśnia pojęcie produkt agroturystyczny,

Numer kryterium

Kryterium weryfikacji

d	omawia jakie potrzeby turysty zaspokoją różne produkty agroturystyczny.
---	---

Numer efektu Nazwa efektu

3	Posługuje się wiedzą dotyczącą aspektów prawnych, ekonomicznych i finansowych stosowaną w agroturystyce
---	---

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

a	wymienia aktualne przepisy regulujące działalność rolników świadczących usługi turystyczne,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

b	opisuje różnice pomiędzy działalnością nierejestrowaną a rejestrowaną,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

c	wyjaśnia pojęcia np.: przychody, koszty, dochód, zysk, nakłady inwestycyjne, koszty operacyjne,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

d	omawia wskaźniki finansowe np. rentowności, zadłużenia,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

e	omawia narzędzia analizy opłacalności inwestycji, w tym metody statyczne np. PP (Payback Period) - Okres Zwrotu, SRR (Simple Rate of Return) - Prosta Stopa Zwrotu albo, ARR (Accounting Rate of Return) - Księgowa Stopa Zwrotu, oraz metody dynamiczne np. NPV (Net Present Value) - Wartość Bieżąca Netto, IRR (Internal Rate of Return) - Wewnętrzna Stopa Zwrotu, PI (Profitability Index) - Wskaźnik Rentowności, NPVR (Net Present Value Ratio) - Wskaźnik Wartości Bieżącej Netto,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

f	wymienia dostępne źródła finansowania agroturystyki.
---	--

Numer efektu Nazwa efektu

4	Posługuje się wiedzą z zakresu zarządzania, marketingu, promocji i reklamy stosowaną w agroturystyce
---	--

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

a	definiuje istotę i cele analizy strategicznej w zarządzaniu gospodarstwem agroturystycznym,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

b	identyfikuje czynniki wpływające na gospodarstwo agroturystyczne,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

c	omawia metody i narzędzia analizy strategicznej, np. analiza mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń (SWOT), analiza czynników politycznych ekonomicznych, społecznych i technologicznych (PEST), Business Model Canvas, Zrównoważona Karta Wyników,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

d	wskazuje rynki docelowe dla agroturystyki,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

e	
---	--

omawia elementy modelu marketing mixu (7P - produkt, cenę, promocję, miejsce, ludzi, proces oraz dowody fizyczne),

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

f	omawia formy promocji i rodzaje reklamy.
---	--

Numer zestawu

2

Poziom PRK zestawu

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☒ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐

Nazwa zestawu

Przygotowanie koncepcji produktu agroturystycznego

Efekty uczenia się

Numer efektu

Nazwa efektu

1

Przygotowuje wstępną analizę rynku dla koncepcji produktu agroturystycznego (badanie rynku)

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

a

pozyskuje informacje odnośnie zasobów, możliwości operacyjnych i oczekiwań klienta,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

b

analizuje oferty turystyczne występujące na danym terenie pod kątem identyfikowania produktów agroturystycznych,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

c

analizuje strategiczne dokumenty dotyczące rozwoju turystycznego danego regionu, ustala sylwetkę demograficzną i psychograficzną turysty,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

d

identyfikuje walory turystyczne otoczenia, w którym ma się znaleźć produkt agroturystyczny.

Numer efektu

Nazwa efektu

2

Przygotowuje opis produktu agroturystycznego

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

a

przygotowuje specyfikację produktu zawierającą: nazwę produktu agroturystycznego, krótką charakterystykę produktu, główne założenia, unikalne cechy produktu i potencjalne korzyści dla turystów,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

b

dobiera rozwiązania proekologiczne z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

c

dostosowuje koncepcję do możliwości dostępnych w danych regionie i oczekiwań zleceniodawcy,

Numer kryterium	Kryterium weryfikacji
-----------------	-----------------------

d	uzasadnia zleceniodawcy koncepcję produktu agroturystycznego,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

e	sporządza analizę strategiczną dla koncepcji produktu agroturystycznego, np. SWOT, PEST,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

f	wskazuje obszary potencjalnego zagrożenia bezpieczeństwa turysty, związane z oferowanym produktem agroturystycznym,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

g	proponuje plan promocji produktu agroturystycznego, uwzględniający: kanały promocji i formy reklamy,
---	--

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

h	proponuje ścieżkę rozwoju produktu agroturystycznego.
---	---

Numer efektu Nazwa efektu

3	Dokonuje analizy aspektu finansowego produktu agroturystycznego
---	---

Kryteria weryfikacji

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

a	szacuje potencjalne przychody i koszty realizacji produktu agroturystycznego,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

b	ocenia opłacalność przedsięwzięcia,
---	-------------------------------------

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

c	dokonuje analizy progu rentowności,
---	-------------------------------------

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

d	uwzględnia ryzyko w ocenie opłacalności przedsięwzięcia, np. stosując metody scenariuszy,
---	---

Numer kryterium Kryterium weryfikacji

e	proponuje formę prowadzenia działalności agroturystycznej i uzasadnia jej wybór.
---	--

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

☒ Brak warunków}

Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

W razie potrzeby inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji

☒ Brak warunków}

Inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji

Ramowe wymagania dotyczące walidacji, w tym:

a) wymagania dotyczące metod przeprowadzania walidacji

Walidacja przeprowadzana jest w trzech etapach, z których każdy sprawdza inne aspekty kompetencji kandydatów:

1. Studium przypadku (metoda: analiza dowodów i deklaracji).
2. Test wiedzy (metoda: test teoretyczny).
3. Rozmowa z komisją walidacyjną (metoda: wywiad swobodny).

b) wymagania dotyczące osób przeprowadzających walidację

Komisja walidacyjna składa się z minimum trzech członków komisji walidacyjnej. Przewodniczący jest wybierany spośród członków komisji walidacyjnej. Każdy z członków komisji walidacyjnej posiada wykształcenie wyższe. Członkowie komisji walidacyjnej łącznie spełniają wszystkie poniższe warunki, przy czym każdy z nich spełnia co najmniej jeden warunek:

- posiada co najmniej 5-letnie doświadczenie w zakresie zarządzania w branży turystycznej lub doradztwa w zakresie rolnictwa, turystyki, przedsiębiorczości, marketingu lub promocji;
- od co najmniej 5 lat jest członkiem lokalnej lub regionalnej organizacji turystycznej albo innej organizacji pozarządowej wspierającej rozwój turystyki, lub pracownikiem jednostki samorządu terytorialnego (JST) zajmującym się turystyką lub marketingiem;
- jest egzaminatorem z branży HGT.

c) wymagania dotyczące warunków organizacyjnych i materialnych niezbędnych do prawidłowego i bezpiecznego przeprowadzania walidacji

Walidacja może być przeprowadzona w formie stacjonarnej lub zdalnej.

Walidacja stacjonarna

W przypadku walidacji stacjonarnej instytucja certyfikująca powinna zapewnić odpowiednie zasoby lokalowe i techniczne. Powinna dysponować salą dostosowaną do liczby osób przystępujących do walidacji, pozwalającą na samodzielne wykonanie pracy. Instytucja certyfikująca powinna również umożliwić przeprowadzenie rozmowy z komisją walidacyjną w trybie indywidualnym, czyli w taki sposób, aby w spotkaniu uczestniczył wyłącznie kandydat oraz członkowie komisji.

Instytucja certyfikująca powinna ponadto zapewnić stanowiska komputerowe z dostępem do Internetu, projektor multimedialny lub tablicę interaktywną, a także podstawowe materiały do wykonywania notatek lub obliczeń (np. kartki, długopisy). W zależności od przyjętej formy przeprowadzania testów instytucja certyfikująca powinna zapewnić odpowiednie oprogramowanie do testów elektronicznych lub przygotować papierowe arkusze testowe.

Walidacja zdalna

W przypadku walidacji zdalnej instytucja certyfikująca powinna zapewnić niezbędne oprogramowanie umożliwiające przeprowadzenie testu oraz wywiadu. Kandydat zobowiązany jest natomiast we własnym zakresie zapewnić sprawny komputer z działającą kamerą i mikrofonem oraz stabilne łącze internetowe.

Materiały walidacyjne

Instytucja certyfikująca powinna być w stanie przygotować materiały niezbędne do przeprowadzenia walidacji, w tym studia przypadków oraz zestawy testowe, które kandydat zobowiązany jest rozwiązać w ramach walidacji, niezależnie od tego, czy odbywa się ona w formie stacjonarnej, czy zdalnej.

Test powinien być przygotowany w taki sposób, aby weryfikował zestaw efektów uczenia się:

- Wiedza z obszaru kreowania produktów agroturystycznych.

Studium przypadku oraz rozmowa z komisją walidacyjną powinny umożliwiać weryfikację zestawu efektów uczenia się:

- Przygotowanie koncepcji produktu agroturystycznego.

Narzędzia oceny

Instytucja certyfikująca powinna zapewnić komisji walidacyjnej odpowiednie narzędzia oceny, w tym arkusze oceny testu wiedzy teoretycznej, opracowanego przez kandydata studium przypadku oraz wywiadu swobodnego.

d) ewentualnie dodatkowe informacje na temat ramowych wymagań dotyczących walidacji

Nie dotyczy

Zgodność kwalifikacji sektorowej z rozpoznanymi potrzebami danej branży lub sektora

Dynamiczny rozwój sektora agroturystycznego w Polsce stwarza rosnące zapotrzebowanie na wykwalifikowanych specjalistów w zakresie kreowania kompleksowych produktów agroturystycznych. Wprowadzenie nowej kwalifikacji sektorowej stanowi odpowiedź na szereg zidentyfikowanych potrzeb i trendów rynkowych, które wyraźnie wskazują na konieczność profesjonalizacji tej branży. Potwierdza to analiza danych Głównego Urzędu Statystycznego opublikowanych w raporcie "Turystyka w 2023 r." z czerwca 2024 roku, według których odnotowano znaczący wzrost ruchu turystycznego - liczba turystów zwiększyła się o 7,1% w porównaniu z rokiem poprzednim, przy czym szczególnie istotny był wzrost liczby turystów zagranicznych, sięgający 22,3%.

W kontekście turystyki wiejskiej i agroturystyki, statystyki GUS pokazują, że w 2023 roku w Polsce funkcjonowało 3,8 tysięcy kwater agroturystycznych, co stanowiło 16,2% ogółu obiektów turystycznych. Wraz z pokojami gościnnymi i kwaterami prywatnymi, których liczba sięga 12,3 tysięcy obiektów, tworzą one znaczący segment rynku turystycznego, szczególnie istotny dla rozwoju obszarów wiejskich. Niepokojącym zjawiskiem jest struktura wiekowa właścicieli obiektów - według Raportu na temat podaży turystyki wiejskiej po pandemii COVID-19 około 80% właścicieli to osoby między 50 a 70 rokiem życia, co wskazuje na pilną potrzebę przygotowania młodych kadr do profesjonalnego prowadzenia działalności agroturystycznej.

Wyzwaniem dla branży jest również kwestia dostosowania oferty do zróżnicowanych potrzeb klientów. Z przytoczonego raportu wynika, że aż 71,3% obiektów nie jest przystosowanych do obsługi osób ze szczególnymi potrzebami, co znacząco ogranicza możliwości rozwoju tego sektora rynku. Dodatkowo, tylko 5,7% obiektów oferuje kompleksowe usługi z wyżywieniem, podczas gdy 68% jedynie udostępnia miejsce do samodzielnego przygotowania posiłków, co świadczy o ograniczonym zakresie świadczonych usług i niewykorzystanym potencjale rozwoju kompleksowej oferty turystycznej.

Jak wynika z Raportu na temat podaży turystyki wiejskiej po pandemii COVID-19 (Polska Federacja Turystyki Wiejskiej "Gospodarstwa Gościnne", grudzień 2023 r.), jednym z najbardziej palących problemów jest niska rentowność prowadzonej działalności - dla 46% właścicieli gospodarstw agroturystycznych dochody z działalności turystycznej stanowią zaledwie do 20% całkowitych dochodów. Problem ten pogłębia niski stopień wykorzystania miejsc noclegowych w kwaterach agroturystycznych, który według danych GUS wynosi zaledwie 22,4%. Te wskaźniki jednoznacznie wskazują na potrzebę profesjonalizacji i podniesienia efektywności działania w sektorze.

Istotnym wyzwaniem są również wysokie koszty promocji przy jednoczesnym braku umiejętności efektywnego wykorzystania dostępnych narzędzi marketingowych. Właściciele obiektów często nie posiadają wystarczających kompetencji w zakresie analizy rynku, tworzenia atrakcyjnych produktów turystycznych oraz ich skutecznej promocji. Problem ten nabiera szczególnego znaczenia w kontekście rosnącej konkurencji i zmieniających się oczekiwań turystów.

Według raportu "Rural Tourism 2023" opublikowanego przez EPRS z września 2023 r., aż 82% Europejczyków deklaruje chęć korzystania z bardziej zrównoważonych form turystyki, a 76% planuje podróżować w sposób bardziej zrównoważony w najbliższych 12 miesiącach. Te trendy stwarzają sprzyjające warunki dla rozwoju profesjonalnej oferty agroturystycznej, jednocześnie stawiając przed branżą nowe wyzwania związane z koniecznością dostosowania się do rosnących oczekiwań klientów.

Planowana kwalifikacja "Kreowanie produktu agroturystycznego" została skonstruowana tak, aby kompleksowo odpowiadać na zidentyfikowane potrzeby rynku. W ramach pierwszego zestawu efektów uczenia się, obejmującego wiedzę z obszaru kreowania produktów agroturystycznych, szczególny nacisk położono na zrozumienie wieloaspektowego charakteru turystyki, uwzględniającego wymiary społeczne, ekonomiczne, przestrzenne, psychologiczne i kulturowe. Osoba posiadająca kwalifikację będzie rozumieć specyfikę rynku turystycznego, w tym mechanizmy kształtowania popytu, podaży i cen, a także rolę różnych podmiotów działających na tym rynku.

Drugi zestaw efektów uczenia się koncentruje się na praktycznych umiejętnościach przygotowania koncepcji produktu agroturystycznego. Obejmuje kluczowe kompetencje w zakresie przeprowadzania wstępnej analizy rynku, pozyskiwania informacji o zasobach i możliwościach operacyjnych, a także analizy ofert turystycznych na danym terenie. Szczególnie istotna jest umiejętność ustalania profilu demograficznego i psychograficznego turysty oraz identyfikacji walorów turystycznych otoczenia. Te kompetencje są szczególnie cenne w kontekście zmieniającego się profilu klientów agroturystyki, o czym świadczą przytoczone wcześniej badania.

Kwalifikacja kładzie również duży nacisk na aspekty ekonomiczne i finansowe prowadzenia działalności agroturystycznej. Osoba posiadająca kwalifikację będzie potrafiła nie tylko oszacować potencjalne przychody i koszty realizacji produktu agroturystycznego, ale także przeprowadzić kompleksową analizę opłacalności przedsięwzięcia, z uwzględnieniem różnych scenariuszy ryzyka. Jest to szczególnie ważne w kontekście wspomnianego wcześniej problemu niskiej rentowności, który zniechęca młode pokolenie do przejmowania gospodarstw agroturystycznych.

Istotnym elementem kwalifikacji jest również nacisk na rozwój umiejętności marketingowych i promocyjnych. Osoba posiadająca kwalifikację będzie potrafiła wykorzystywać różnorodne narzędzia analizy strategicznej (SWOT, PEST, Business Model Canvas), a także projektować działania promocyjne z wykorzystaniem modelu marketing mix. W dobie cyfryzacji i rosnącej konkurencji na rynku turystycznym, te kompetencje są kluczowe dla sukcesu przedsięwzięć agroturystycznych.

Planowana kwalifikacja odpowiada na szeroki zakres potrzeb rynku pracy, przygotowując specjalistów zdolnych do kompleksowego zarządzania produktem agroturystycznym. Co ważne, kwalifikacja ma szeroki potencjał zastosowania na rynku pracy. Może być przydatna nie tylko dla właścicieli gospodarstw rolnych planujących rozszerzenie działalności o usługi agroturystyczne, ale również dla pracowników agencji marketingowych, organizacji turystycznych, samorządów lokalnych czy firm doradztwa biznesowego. Jest to szczególnie istotne w kontekście możliwości zatrudnienia - osoby z tą kwalifikacją mogą znaleźć pracę w gospodarstwach agroturystycznych jako menedżerowie, w firmach zajmujących się promocją i marketingiem turystyki, organizacjach turystycznych, a także w urzędach gmin, powiatów i województw w działach promocji lub wspierających turystykę.

Kwalifikacja stwarza również szanse rozwoju zawodowego dla osób poszukujących przekwalifikowania, absolwentów szkół technicznych o profilu turystycznym oraz studentów kierunków takich jak turystyka, marketing czy zarządzanie. Jest to szczególnie istotne w kontekście wspomnianej wcześniej potrzeby odnowienia kadry w sektorze agroturystycznym i zapewnienia następców dla obecnie działających obiektów.

Szczególnie istotne są opinie organizacji branżowych, wśród których Polska Federacja Turystyki Wiejskiej "Gospodarstwa Gościnne" w swoim raporcie "Raport na temat podaży turystyki wiejskiej po pandemii COVID-19 z grudnia 2023 r.", jednoznacznie podkreśla potrzebę profesjonalizacji usług agroturystycznych i kształcenia kadr w tym zakresie. Pracodawcy i pracownicy sektora agroturystyki wskazują na potrzebę specjalizacji, innowacyjności i promocji, co znajduje odzwierciedlenie w efektach uczenia się przewidzianych w ramach kwalifikacji.

Podsumowując, włączenie kwalifikacji "Kreowanie produktu agroturystycznego" do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji stanowi przemyślaną i kompleksową odpowiedź na realne potrzeby sektora turystyki wiejskiej w Polsce. Kwalifikacja wykazuje wysoki stopień zgodności z aktualnymi i przewidywanymi potrzebami branży agroturystycznej, odpowiadając na kluczowe wyzwania sektora, takie jak konieczność profesjonalizacji usług, potrzeba wymiany pokoleniowej, rosnące wymagania klientów oraz postępująca cyfryzacja. Program kwalifikacji, łączący aspekty ekonomiczne, marketingowe i związane ze zrównoważonym rozwojem, umożliwi profesjonalizację branży i podniesienie jakości oferowanych usług. Kompleksowy zakres efektów uczenia się, obejmujący zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne umiejętności z zakresu analizy rynku, tworzenia produktów, marketingu i finansów, doskonale wpisuje się w potrzeby zidentyfikowane przez organizacje branżowe i pracodawców. Szczególnie istotne jest przygotowanie młodych kadr, które będą mogły przejąć i profesjonalnie rozwijać działalność agroturystyczną w obliczu zbliżającej się zmiany pokoleniowej. Szeroki potencjał zastosowania kwalifikacji na rynku pracy, w połączeniu z rosnącym zainteresowaniem turystyką wiejską i agroturystyką, stwarza realne szanse na rozwój tego sektora gospodarki. Kwalifikacja nie tylko odpowiada na bieżące problemy sektora, ale również przygotowuje branżę na przyszłe wyzwania związane z cyfryzacją, zrównoważonym rozwojem i zmieniającymi się oczekiwaniami turystów. Jej wdrożenie przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności polskiej oferty agroturystycznej zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym, wspierając jednocześnie rozwój obszarów wiejskich poprzez tworzenie nowych możliwości zarobkowych i profesjonalizację istniejących działalności.

Podobieństwa i różnice w odniesieniu do kwalifikacji o zbliżonym charakterze, w szczególności kwalifikacji włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Niniejszy opis stanowi porównanie kwalifikacji "Kreowanie produktu agroturystycznego" z zawodem technik turystyki na obszarach wiejskich (numer 515205). W zawodzie tym wyodrębnione są dwie kwalifikacje: HGT.09. Prowadzenie działalności turystycznej na obszarach wiejskich oraz HGT.10. Prowadzenie gospodarstwa agroturystycznego.

Umiejętności i kompetencje:

zarówno niniejsza kwalifikacja jak również istniejące kwalifikacje w zawodzie technik turystyki na obszarach wiejskich (HGT.09 i HGT.10) wymagają znajomości podstaw turystyki na obszarach wiejskich, w tym charakterystyki rynku turystycznego, specyfiki produktów turystycznych oferowanych na wsi oraz różnych form i rodzajów turystyki rozwijanej na terenach wiejskich. Osoby posiadające te kwalifikacje potrafią analizować i opisywać rynek turystyki wiejskiej, identyfikować kluczowe elementy produktu turystycznego oraz rozróżniać i charakteryzować najpopularniejsze formy turystyki na wsi, takie jak agroturystyka, ekoturystyka czy turystyka aktywna.

Drugim obszarem wspólnych kompetencji jest zdolność do planowania i realizacji działań marketingowych oraz promocyjnych (HGT.09). Obejmuje to umiejętność wyboru odpowiednich narzędzi i kanałów promocji, dostosowanych do specyfiki oferowanych usług i produktów turystycznych oraz oczekiwań i preferencji docelowych grup turystów. Osoby z tymi kwalifikacjami potrafią opracowywać plany marketingowe, tworzyć przekazy promocyjne, dobierać formy reklamy i skutecznie komunikować ofertę turystyczną na rynku.

Zawód technik turystyki na obszarach wiejskich kładzie duży nacisk na przygotowanie i sprzedaż imprez turystycznych, realizację usług turystycznych, prowadzenie gospodarstwa agroturystycznego, w tym umiejętności związane z produkcją rolniczą.

Natomiast kwalifikacja "Kreowanie produktu agroturystycznego" skupia się głównie na umiejętnościach związanych z przygotowaniem koncepcji produktu agroturystycznego, w tym analizie rynku, analizie finansowej, opracowaniu opisu produktu i strategii rozwoju produktu. Jest to kwalifikacja bardziej wyspecjalizowana.

Poziom zaawansowania:

analiza efektów uczenia się wskazuje, że porównywane kwalifikacje dotyczą zadań zawodowych na poziomie technicznym -

specjalistycznym. Wymagają znajomości zagadnień z zakresu turystyki, marketingu, zarządzania.

Kwalifikacja "Kreowanie produktu agroturystycznego" wymaga bardziej zaawansowanych umiejętności:

- analitycznych: umiejętność przeprowadzenia i wykorzystania narzędzi analizy strategicznej, takich jak SWOT, PEST,
- finansowych: wykonanie analizy opłacalności i zgromadzenie danych do tej analizy,
- marketingowych: analiza rynku, zachowania konsumentów (turystów), wykorzystanie narzędzi marketingowych, np. badania marketingowe, segmentacja rynku, pozycjonowanie produktu.

Kontekst wykorzystania:

wszystkie kwalifikacje przygotowują do pracy w branży turystycznej na obszarach wiejskich, w tym w gospodarstwach agroturystycznych, organizacjach turystycznych, firmach doradztwa biznesowego dla turystyki.

Porównywalne kwalifikacje uzupełniają się. Te wyszczególnione w zawodzie technik turystyki na obszarach wiejskich dają szerokie podstawy do pracy w turystyce wiejskiej, a "Kreowanie produktu agroturystycznego" pozwala wyspecjalizować się w tworzeniu produktów turystycznych i prowadzeniu doradztwa w tym zakresie.

Dysponując pełnym zestawem umiejętności z zawodu technik turystyki na obszarach wiejskich oraz kwalifikacji "Kreowanie produktu agroturystycznego" będą mogły kompleksowo planować, organizować i realizować ofertę turystyczną gospodarstw agroturystycznych.

Efekty uczenia się:

w zakresie wiedzy kwalifikacje pokrywają podstawowe zagadnienia dotyczące turystyki na obszarach wiejskich, w tym agroturystyki. "Kreowanie produktu agroturystycznego" rozszerza wiedzę o zagadnienia marketingowe, finansowe i zarządzania produktem.

W zakresie umiejętności praktycznych technik turystyki na obszarach wiejskich koncentruje się na organizowaniu i realizacji usług turystycznych oraz prowadzeniu gospodarstwa. Natomiast "Kreowanie produktu agroturystycznego" kładzie nacisk na umiejętności analityczne, tworzenie koncepcji produktów i planowanie strategiczne.

Podsumowując, kluczowe obszary wspólne porównywalnych kwalifikacji to wiedza z zakresu turystyki na obszarach wiejskich, umiejętności marketingowe i promocyjne oraz w pewnym stopniu kompetencje społeczne niezbędne w pracy w branży turystycznej.

Natomiast główne różnice dotyczą zakresu kompetencji – zawód technik turystyki na obszarach wiejskich zawiera bardzo szerokie kwalifikacje, obejmujące organizację usług turystycznych i prowadzenie gospodarstwa agroturystycznego (w tym prace w gospodarstwie rolnym), natomiast "Kreowanie produktu agroturystycznego" to kwalifikacja wyspecjalizowana, skoncentrowana na koncepcyjnej pracy nad tworzeniem i rozwojem produktów agroturystycznych. Ponadto 'Kreowanie produktu agroturystycznego' traktuje produkt agroturystyczny nie tylko jako ofertę pojedynczego gospodarstwa rolnego, ale jako produkt terytorialny (zintegrowany) danego obszaru turystycznego.

Obie kwalifikacje wzajemnie się uzupełniają, dając komplementarny zestaw umiejętności przydatnych w pracy w agroturystyce. Posiadanie ich obu znacząco poszerza możliwości zatrudnienia i rozwoju kariery w tym sektorze.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy

☒ Kwalifikacja może być przydatna dla uczniów szkół branżowych lub techników kształcących się w określonych zawodach}

Wskaż zawody szkolnictwa branżowego, z którymi związana jest kwalifikacja

Technik turystyki na obszarach wiejskich - hotelarsko-gastronomiczno-turystyczna (HGT)

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy

☒ Kwalifikacja zawiera wspólne lub zbliżone zestawy efektów uczenia się z „dodatkowymi umiejętnościami zawodowymi” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego}

Wskaż „dodatkowe umiejętności zawodowe” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego zawierające wspólne lub zbliżone zestawy efektów uczenia się

Koordynowanie opieki nad turystami

Inne przesłanki potwierdzające zgodność kwalifikacji sektorowej z rozpoznanymi potrzebami danej branży lub sektora

Nie dotyczy

Okres ważności certyfikatu kwalifikacji

Bezterminowo

Warunki przedłużenia ważności certyfikatu

Kod Międzynarodowej Standardowej Klasyfikacji Edukacji (ISCED)

1015 - Turystyka i wypoczynek

Kod PKD wg klasyfikacji 2025

70.20.Z - Doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i pozostałe doradztwo w zakresie zarządzania, 73.11.Z - Działalność agencji reklamowych

Kod PKD wg klasyfikacji 2007

Minister właściwy wskazany przez wnioskodawcę

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Minister właściwy rozpatrujący wniosek

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

W razie potrzeby, uzasadnienie wskazania ministra właściwego przez wnioskodawcę

Wnioskodawca

Lokalna Organizacja Turystyczna Made in Zakopane

Dane podmiotu

Ulica

Krupówki

Numer budynku

30

Numer lokalu

Kod pocztowy

Miejscowość

Numer NIP

Numer KRS, o ile został nadany

Numer identyfikacyjny w przypadku osoby zagranicznej

Imię i nazwisko osoby uprawnionej do reprezentowania podmiotu

Imię

Nazwisko

E-mail osoby składającej wniosek

Osoba do kontaktu w sprawie wniosku

Należy wskazać dane kontaktowe osoby, do której będą mogli zwracać się pracownicy ministerstwa rozpatrującego wniosek, np. w przypadku potrzeby dyskusji o treści opisu kwalifikacji.

Imię

Nazwisko

E-mail

Numer telefonu

Klauzula RODO



Oświadczam, że jestem uprawniony/a do przekazywania IBE PIB danych osobowych osób trzecich (pracowników, współpracowników, ekspertów) oraz zobowiązuję się spełnić względem tych osób obowiązek informacyjny IBE PIB, którego treść dostępna jest w Klauzuli informacyjnej (https://cas.kwalifikacje.gov.pl/klauzula_informacyjna.pdf)

Załączniki do wniosku

Załączniki

PLIK: statut_madeinzakopane.pdf

Typ załącznika

Statut

Załączniki

PLIK: Porozumienie BCU Nowy Targ LOT MiZ.pdf

Typ załącznika

Inne

Załączniki

Typ załącznika

Załączniki dot. procedowania wniosku

Zaznacz, o ile dotyczy



Oświadczam, iż podmiot składający wniosek jest organem prowadzącym Branżowe Centrum Umiejętności, o którym mowa w art. 4 pkt 30a ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe, lub jest stroną porozumienia, o którym mowa w art. 8 ust. 3a ustawy – Prawo oświatowe.}

Należy podać numer BCU w Rejestrze Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO) w systemie SIO oraz numer dzielnicy i

należy podać nr wpisu BCU w Rejestrze Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO) w systemie SIO oraz nazwę, dziedzinę i adres Branżowego Centrum Umiejętności, dla którego podmiot składający wniosek jest organem prowadzącym lub jest stroną porozumienia

Numer wpisu BCU w Rejestrze Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO): 484591 Nazwa: Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego im. Augustyna Suskiego Branżowe Centrum Umiejętności w dziedzinie Agroturystyka w Nowym Targu Dziedzina: Agroturystyka Adres: ul. Kokoszków 71, 34-400 Nowy Targ

Zaznacz właściwe:

- ☐ Wnioskodawca jest organem prowadzącym ww. Branżowe Centrum Umiejętności}
- ☒ Wnioskodawca jest stroną porozumienia dla ww. Branżowego Centrum Umiejętności – w takim przypadku do wniosku należy załączyć skan porozumienia z danym BCU}

Oświadczenie

- ☒ Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji sektorowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia}