



ACCESS IT

ACCESS-IT

Иновация за достъпен туризъм
в природни и селски райони

Проект №: 2019-1-PL01-KA202-065140

Как да разработим достъпна туристическа оферта и да отговорим на търсенето



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Този документ е изготвен по проект „ACCESS-IT“,
финансиран от Европейската комисия в рамките на КД2 ПОО,
и отразява мнението на страните партньори

CC-BY-NC-SA



Този документ може да бъде копиран, възпроизвеждан или изменен съгласно посочените по-горе правила. В допълнение, трябва да се направи ясно посочване на авторите на документа и всички приложими уведомления за авторски права.

Всички права запазени.

© Copyright 2020 ACCESS-IT

Отказ от отговорност

Вижданията, представени в настоящия документ, отразяват само вижданията на авторите, а не на Европейския съюз. Европейският съюз не носи отговорност за използването на съдържащата се в документа информация. В допълнение, информацията е предоставена както е и не се дава гаранция за нейната пригодност за дадена цел. Ползвателят на тази информация следва да я използва на свой риск и отговорност.

Партньори по проекта



За повече подробности относно партньорите, посетете:

<http://accessitpro.eu/#partners>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Съдържание

1.	Какво	4
2.	Кой	7
3.	Как	8
4.	Мониторинг на качеството на услугите	13
5.	Използвани източници и допълнителни материали	15

Списък с фигури

Фигура 1.	Шест стъпки в разработването на достъпни туристически услуги	8
Фигура 2.	Примери за предоставяне на достъпни услуги	11
Фигура 3.	Трите части на въпросник за мониторинг	14

1. Какво

Настоящото ръководство представлява инструментариум за подкрепа на бизнеса за предприемане на стратегически подход към разработването на достъпни туристически услуги и продукти, както и предоставя информация за достъпността. Както мениджърите в публичния, така и в частния сектор на туризъм и собствениците на МСП могат да използват този инструментариум, за да развият или подобрят своята осведоменост относно изискванията за достъпност на своите клиенти и да придобият нови умения за разработване и прилагане на достъпни и устойчиви решения, което може да им помогне да увеличат своя дял в нарастващия пазар на достъпен туризъм. Това е особено важно и за предприятията в природните и селските райони (ПСР), където достъпните предложения често са ограничени.

Целта на „Туризъм за всички“ е да се даде възможност на всеки да се наслаждава на туристически преживявания равнопоставено. Това означава, че хората с увреждания или с други специфични изисквания за достъпност, както и техните семейства, трябва да имат възможност да избират къде и как да пътуват, независимо, комфортно и безопасно, въз основа на надеждна информация и услуги по цялата верига на стойността в туризма. Туристите със специфични изисквания за достъпност могат да изпитат затруднения във всеки един момент от пътуването си - от най-ранното планиране (събиране и пресяване на информация), през резервацията, пътуването (с различни видове транспорт), настаняването, посещението на забележителности, културни обекти, градски райони или природни пейзажи, в ресторанти и кафенета, при пазаруване или участие в бизнес среща или конференция, до завръщането у дома.

„Пътуването на посетителите“, както е описано в Тема 1, може да се използва за определяне на критичните точки от веригата на услугите, където обикновено могат да се срещнат бариери пред достъпността (фигура 1 по-долу). На всеки етап от пътуването на посетителите, собствениците и мениджърите на предприятия са насочвани към оценка на достъпността на тяхната оферта. Въз основа на тези оценки те могат да разберат и да решат дали са необходими подобрения и адаптиране на съществуващите съоръжения и/или услуги, за да подобрят достъпността на своята оферта и да отговорят на нуждите и очакванията на клиентите.

Фигура 1. Пътуване на посетителите



Фазите на пътуването на посетителите са:

- Планиране и резервиране
- Пътуване до/от дестинацията/мястото
- Нощувка
- Храни и напитки
- Мобилност / Местен транспорт
- Дейности
- Споделяне и припомняне на преживяното.

На всеки етап е важно да се определят специфичните изисквания за достъпност на клиентите въз основа на техните нужди и предпочитания, за да се сведат до минимум бариерите пред достъпността и да се предоставят висококачествени туристически услуги. Ето защо е очевидно, че всички мениджъри и служители, които са заети като обслужващ персонал, в която и да е част от „пътуването на посетителите“, трябва да притежават подходящи знания, умения и компетенции, за да предлагат такива услуги на всички посетители.

Универсален дизайн: ключът към създаването на достъпни туристически услуги

По същество туристическите услуги трябва да бъдат проектирани така, че да бъдат приобщаващи, доколкото е възможно, без да е необходимо адаптиране за посетители, които могат да имат определени увреждания или изисквания за достъпност. Дизайнът на услугите трябва да следва така наречения подход „Универсален дизайн“, който е разработен в САЩ през 90-те години на миналия век.

„Универсалният дизайн е проектирането на продукти и среда, които да могат да се използват от всички хора във възможно най-голяма степен, без да е необходимо адаптиране или специализиран дизайн. Целта на концепцията за универсален дизайн е да опрости живота на всеки. Концепцията за универсален дизайн е насочена към всички хора на всякаква възраст, с различни размери и възможности“.

(Център за универсален дизайн, Ралей, Северна Каролина, САЩ)

Концепцията за универсален дизайн се основава на 7 принципа:

1. Справедливо използване. Дизайнът е полезен и продаваем за хора с различни способности. Например уебсайт, който е проектиран така, че да е достъпен за всички, включително за незрящи хора, използва този принцип.
2. Гъвкавост при използване. Дизайнът е подходящ за широк спектър от индивидуални предпочитания и способности. Пример за това е осигуряването на маси с регулируема височина за кафе-паузи по време на събития, което позволява на посетителите да седят или да стоят прави.
3. Лесна и интуитивна употреба. Използването на дизайна е лесно за разбиране, независимо от опита, знанията, езиковите умения или текущото ниво на концентрация на потребителя. Пример за прилагане на този принцип са лостовите кранове за използване с една ръка.
4. Възприемаема информация. Дизайнът предава необходимата информация ефективно на потребителя, независимо от условията на околната среда или сетивните способности на потребителя. Пример за това е, когато информацията в шумни обществени зони включва надписи.
5. Допустима грешка. Проектът свежда до минимум опасностите и неблагоприятните последици от случайни или непреднамерени действия. Пример за продукт, в който се прилага този принцип, е образователна софтуерна програма, която осигурява насоки, когато потребителят направи неподходящ избор.
6. Слабо физическо усилие. Дизайнът може да се използва ефективно, удобно и с минимална умора. Вратите, които се отварят лесно от хора с най-различни физически характеристики, демонстрират прилагането на този принцип.
7. Размер и пространство за приближаване и използване. Осигурен е подходящ размер и пространство за приближаване, достигане, управляване и използване, независимо от размера на тялото, позата или подвижността на потребителя. Пример за това е по-ниското гише на рецепцията, подходящо за ползватели на инвалидни колички.

Прилагането на принципите на универсалния дизайн може да изисква насоки от специалист при планирането на нова или подобряването на съществуваща туристическа инфраструктура и услуги.



2. Кой

Настоящото ръководство е насочено към няколко целеви групи, включително туристически оператори и техните доставчици, обучители в областта на ПОО, професионални организации и мениджъри на дестинации. Всички тези групи могат да се възползват от разбирането на потребностите на клиентите със специфични изисквания за достъпност, за да гарантират, че техните гости получават подходящи и качествени услуги, като в същото време демонстрират защо това има добър бизнес смисъл. Ръководството може да бъде използвано от управителите и собствениците на МСП за планиране и разработване на техните достъпни услуги, както и от обучителите за разработване на курсове за професионално обучение.

По-конкретно насоките са насочени към:

- Собственици на малки и средни предприятия (МСП), напр. хотелиерски услуги, храни и напитки, които предоставят туристически услуги на посетители, включително на такива със специфични изисквания за достъпност като част от техния целеви пазар.
- Мениджъри на частни МСП или публични туристически предприятия, включително мениджъри на туристически атракции (напр. музеи, галерии), предоставяйки им добро разбиране относно изискванията на посетителите, съвети за обучение на персонала, значението на премахването на бариерите пред достъпността и начините за разработване на политики за достъпност.
- Персоналът на първа линия, давайки му възможност да обслужва клиенти със специфични изисквания за достъпност.
- Фасилитатори и обучители, участващи в обученията по достъпен туризъм
- Политици и лица, вземащи решения, отговорни за разработването на политики и стратегии в областта на туризма в местните или регионалните власти и в организациите за управление на дестинации.

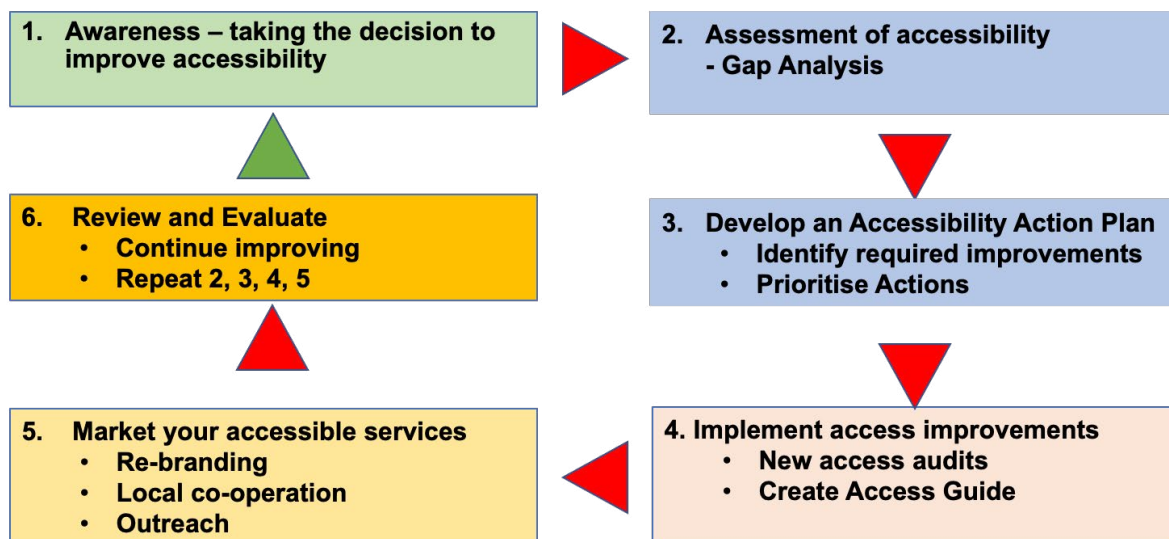
3. Как

Осигуряването на достъпност на туристическата оферта не винаги изисква големи промени. Често някои малки промени и повишаване на осведомеността относно потенциалните бариери пред достъпността могат да доведат до голяма промяна. Достъпният туризъм е нещо повече от осигуряване на физически достъп. Например наличието на хартия и химикалка на рецепцията може да бъде полезно за общуване с посетители с увреден слух или говорни увреждания. Осигуряването на информация и менюта в ресторантите във формат с голям шрифт е полезно за хората със зрителни увреждания.

Обученият персонал, който разбира изискванията на клиентите за достъпност, може да предлага висококачествени услуги, като предвижда и преодолява потенциалните трудности, с които се сблъскват клиентите.

Осигуряването на добър физически достъп е от голямо значение при създаването на дестинация или съоръжение, подходящо за всички посетители. Това важи както за модернизиране на съществуващите съоръжения и услуги, така и за започване на работа „от нулата“. Физическият достъп включва например създаване на равни пътища за достъп (евентуално чрез рампи или преносими рампи в съществуващи обекти), добавяне на добри указателни табели, понижаване на височината на част от рецепционната маса, за да се улесни комуникацията с лица, използващи инвалидни колички, инсталиране на достъпни тоалетни и добавяне на контрастни маркировки на големи стъклени врати и прозорци.

Разработването на достъпна туристическа оферта следва 6 основни стъпки, както е показано на фигура 1.



Фигура 1. Шест стъпки в разработването на достъпни туристически услуги



1. Информираност - вземане на решение за подобряване на достъпността

Повишаването на осведомеността зависи от това дали бизнес лидерите ще получат знания и разбиране, които да ги накарат да променят съществуващия си бизнес модел, като дадат приоритет на достъпността и приобщаването на всички гости. Това включва:

- Разбиране на изискванията на посетителите с увреждания и/или други специфични изисквания за достъпност
- Познаване на стойността на подходите на универсалния дизайн за създаване на оферти, които са подходящи за всички клиенти, до голяма степен без необходимост от специализирани услуги
- Разбиране на пазара на достъпен туризъм и необходимостта от преразглеждане на фирмените политики и практики, за да се направят услугите достъпни за всички клиенти.

2. Оценка на достъпността (анализ на пропуските), свързана с цялостното преживяване на посетителите на място:

Познаването на бариерите пред достъпността, които посетителите могат да срещнат в настоящата оферта, е предпоставка за разбиране на начините за тяхното преодоляване. Необходимо е да се проведат поредица от одити на достъпността:

- Оценка на физическата достъпност - среда и съоръжения
- Оценка на достъпността на предлаганите услуги
- Оценка на обслужването на клиентите от страна на персонала
- Оценка на предоставянето на информация за достъпността на офертата
- Оценка на достъпността на информационните канали (уебсайт, печат, глас и т.н.) за различните потребители.

(ЗАБЕЛЕЖКА: Тема 1 от курса за обучение ACCESS-IT разглежда подробно методите за оценка на достъпността).

3. Разработване на план за действие за достъпност с цел предприемане на коригиращи мерки

3.1 Идентифициране на необходимите подобрения въз основа на оценките

- Физическа инфраструктура
- Услуги
- Обучение на персонала
- Информация и комуникация

3.2 Приоритизиране на действията

- Изготвяне на график с краткосрочни, средносрочни и дългосрочни планове за подобряване на обучението на персонала, инфраструктурата, съоръженията, услугите и информацията/маркетинга.
- Анализирание на ресурсите, необходими за изпълнението на:
 - Лесни и евтини подобрения
 - Подобрения, които могат да бъдат направени по време на текущата поддръжка и чрез промяна на работните процедури
 - По-големи подобрения, които изискват дългосрочно планиране и капиталови инвестиции
- Идентифициране на източниците на финансиране и други ресурси, които може да са необходими (напр. обучение на персонала, консултанти).

4. Извършване на подобрения на достъпността

- Обучение на мениджъри и служители на компанията относно информираност за уврежданията, изисквания на потребителите, обслужване на клиенти - взаимодействие с клиенти, универсален дизайн, достъпност и специфични теми, свързани с тяхната роля в организацията.
- Създаване на процедури за непрекъснато наблюдение и подобряване на достъпността
- Извършване на инфраструктурни дейности
- Стартиране на нови услуги и оценяването им от потребителите
- Извършване на нови одити за достъп до помещения, съоръжения и услуги
- Използвайте одитите за достъпност, за да създадете „Ръководство за достъпност“, в което да обясните характеристиките за достъпност на вашите съоръжения и услуги за гости със специфични изисквания за достъпност.



5. Продавайте достъпните си услуги

Подчертайте достъпността за всички като ключова част от вашата бизнес политика и маркетингова стратегия и се ангажирайте с пазара на достъпен туризъм:

- (Ре-) брендиране на компанията/дестинацията като „приобщаваща и достъпна за всички“.
- Сътрудничество с местни и регионални доставчици за съвместен маркетинг на достъпни туристически оферти
- Обхващане на нови целеви групи.

6. Преглед и оценка

- Проверка на всички аспекти на офертата след 4 (Изпълнение) и 5 (Маркетинг)
- Събиране на обратна връзка от клиентите и планиране на допълнителни подобрения, ако е необходимо.

При планирането на подобренията на достъпността, освен мерките за физически достъп, предприятията трябва да обмислят и подобряването на качеството на всяка отделна услуга.

Някои примери за достъпни услуги са дадени във фигура 2.

ИНФОРМАЦИЯ	АСИСТЕНЦИЯ	СПЕЦИАЛНА ДИЕТА	НАЕМАНЕ ИЛИ ЗАЕМАНЕ НА ОБОРУДВАНЕ	ПАКЕТИ ЗА ДЕЙНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> • предоставянето на туристическа информация трябва да бъде в достъпни, алтернативни формати, като например цифрови версии или версии с голям шрифт и аудио. 	<ul style="list-style-type: none"> • помощ от персонал или доброволци на определени места или за определени дейности, например пазаруване, достъп до плажа, носене на багаж. 	<ul style="list-style-type: none"> • осигуряване на храна за хора с алергии, диабет, непоносимост към храни и др. 	<ul style="list-style-type: none"> • наемането на автомобил може да включва адаптирани превозни средства или допълнителни услуги, като например преносим електрически скутер. Плажни инвалидни колички, помощни средства за ходене и др. също могат да бъдат наети или дадени назаем на клиентите 	<ul style="list-style-type: none"> • туристически пакети, които са достъпни за всички клиенти. • липса на допълнителни разходи за хора с увреждания

Фигура 2. Примери за предоставяне на достъпни услуги

За разработването на план за действие за достъпност на компанията, предприятията трябва да се позоват на основните приоритети, разгледани в насоките ACCESS IT по теми 1, 2, 4 и 5, които заедно предоставят подробна информация за това как да се предоставят достъпни туристически услуги.

- ✓ **Тема 1.** Как да оцените достъпността на даден туристически продукт/услуга
- ✓ **Тема 2.** Как да отговорите на изискванията на целевите сегменти клиенти
- ✓ **Тема 4.** Как да пуснете на пазара и да популяризирате достъпен продукт
- ✓ **Тема 5.** Как да включите заинтересованите страни в разработването на достъпни продукти.



4. Мониторинг на качеството на услугите

Във връзка със стъпка 6 от действията, описани в настоящото ръководство, „Преглед и оценка“, целта на наблюдението на качеството на услугите чрез обратна връзка от посетителите е да се идентифицират както добрите, така и лошите страни, които могат да покажат как услугите могат да бъдат допълнително подобрени или развити.

По-специално, мониторингът на ефективността на услугите има за цел да проучи степента на удовлетвореност на туристите по отношение на наличната инфраструктура и услугите, предлагани по време на престоя им, и по този начин да определи тяхното възприятие за продукта и услугите, предлагани от МСП в селски район.

Предприятията могат да използват няколко начина за събиране на информация от клиентите, като основните методи са анкетиране на клиенти и „проверка“ на сайтове на социални медии и отзиви в уебсайтове, в които са представени туристически предприятия, като например TripAdvisor.

Обикновено проучванията на клиентите трябва да са кратки и с лесни отговори. Те могат да включват следните въпроси:

- Коя е целевата група и какви са нейните специфични изисквания за достъпност, ако има такива?
- Каква помощ, ако има такава, е била необходима (и използвана) по време на престоя им?
- Какво е нивото на удовлетвореност на целевата група от наличната инфраструктура и услугите, предлагани по време на престоя им?
- Предложения за подобряване на услугите, инфраструктурата и транспорта.

Въпросникът за проучване може да се състои от затворени въпроси и отворен въпрос, в който участниците ще бъдат помолени да предоставят мнение или информация, които според тях биха били полезни за мониторинга.

Той може да се състои от въпроси с възможности за отговор, като например квадратчета за отметка или радио бутони, с незадължителни коментари в свободен текст. Той може да бъде структуриран в три части, както е показано в следния пример:

1. Въпроси относно демографските данни на участниците, включително въпрос за евентуална нужда от помощ по време на престоя им

2. Въпроси относно изискванията за информация във връзка с пътуването (транспортни средства, места за настаняване, продължителност на пътуването, придружаващи лица...)

3. Въпроси относно удовлетвореността на туристите и цялостното им преживяване по време на престоя им с предложения за подобрения

Фигура 3. Трите части на въпросник за мониторинг

Мониторингът на туристическите услуги трябва да идентифицира видовете изисквания за достъпност, които се представят сред отделни лица или групи посетители на бизнеса или селския район. Въпросникът може да се разпространява във всяка дейност/атракция/услуга/място за настаняване. Ако е необходимо, на туристите с увреждания може да се предложи помощ при попълването на въпросника.

Алтернативно, посетителите могат да получат въпросник за проучването по електронна поща, така че да го попълнят, след като се завърнат у дома. В анкетата за посетителите следва да се поясни, че целта е да се установи дали селският бизнес може да отговори на очакванията на посетителите по отношение на цялостното им преживяване и достъпността на инфраструктурата и услугите, с оглед да се направят подобрения.

Отзивите на клиентите трябва да се третират като поверителна информация съгласно Общия регламент за защита на данните на Европейската комисия.

Туристическите предприятия трябва да използват и преглеждат каналите на социалните медии като FaceBook, Instagram, YouTube и уебсайтовете с отзиви, като TripAdvisor, за да събират информация, публикувана от посетителите, и, когато е необходимо, да дават отговори на въпроси или критични мнения.

Отзивите на клиентите, които дават положителна обратна връзка за достъпността на услугите, могат да бъдат полезна информация за бъдещите гости и могат да бъдат включени на уебсайта на компанията или в Ръководството за достъпност.

5. Използвани източници и допълнителни материали

ENAT Website

<https://www.accessibletourism.org/>

Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.

New South Wales Government Website (Australia)

<https://future.transport.nsw.gov.au/>

Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, and Gregg Vanderheiden (1997).

The Principles of Universal Design

https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm



ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovation for Accessible Tourism
in Natural and Rural Areas

www.accessitpro.eu