



ELEVATOR
**Efficient movement to the higher
 quality staff and services in tourism for
 all**
**Závěrečná konference/
 Final conference**

Jana Szczuková, Kazuist, spol. s r.o.
 18.6.2018

ELEVATOR

- Mezinárodní projekt spolupráce v oblasti vzdělávání dospělých v přístupném cestovním ruchu
- 2015-2018
- Partneři/Partners: Kazuist (ČR), ENAT (Belgie), TANDEM (Itálie), PREMIKI (Slovinsko)
- International project focused on cooperation in adult learning in accessible tourism



ELEVATOR (2015-1-CZ01-KA204-014014)



KAZUIST

KAZUIST, spol. s r.o., Třinec - Regionální poradenská a vzdělávací organizace / **Regional counselling and education organisation, 1991**

Přístupný cestovní ruch / Accessible Tourism – pilotní projekt v ČR (Beskydy pro všechny 2005-2008) a další navazující projekty, mezinárodní spolupráce / **pilot project in the CR (Beskydy for All 2005-2008) and other follow-up projects, international cooperation**



ELEVATOR (2015-1-CZ01-KA204-014014)



KAZUIST & Přístupný cestovní ruch / Accessible Tourism

- Osvěta a propagace
- Mapování přístupnosti
- Vzdělávání, vzdělávací materiály - Přístupný cestovní ruch v kostce, Výukové materiály pro SŠ
- Analýzy, průzkumy, studie
- Sběr dobré praxe
- Raising awareness and promotion
- Accessibility mapping
- Education, Educational materials – Accessible Tourism in a Nutshell, Educational materials for Secondary Schools,
- Analyses, researches, studies
- Collection of good practice



ELEVATOR (2015-1-CZ01-KA204-014014)



Cíle / Objective

- Zvýšení kvality, efektivity a významu vzdělávání v přístupném cestovním ruchu
- Zlepšení přístupu k vzdělávání v přístupném cestovním ruchu pro individuální zájemce
- Zvýšit povědomí o přístupném cestovním ruchu
- Enhance the quality, efficiency and relevance of education for accessible tourism
- Improve the access to education in accessible tourism for individual learners
- Raise the awareness about accessible tourism



ELEVATOR (2015-1-CZ01-KA204-014014)



Aktivity / Activities

- Sdílení informací a zkušeností a společná tvorba výstupů
- Společná setkání/workshopy se zástupci cílových skupin
- Zpravodaje
- Sharing of information and experience and joint production of outputs
- Joint meetings / workshops with representatives of target groups
- Newsletters



ELEVATOR (2015-1-CZ01-KA204-014014)



Výstupy / Outputs

- Srovnávací analýza podmínek a nástrojů vzdělávání v partnerských zemích
- Srovnávací analýza podmínek a nástrojů pro education in accessible tourism
- Vzdělávací materiál pro průvodce v cestovním ruchu
- Educational material for tourist guides
- Stručný průvodce přístupným cestovním ruchem
- Accessible tourism pocket guide

Výstupy / Outputs

- 5 jazykových verzí
- 5 language versions
- Dostupné v elektronické formě spolu se závěrečným zpravodajem
- Available in the electronic form along with the final newsletter

1

Vzdělávání v přístupném CR Accessible Tourism Training



- **Cíl:** informovat o tom, jak integrovat téma přístupného CR do učebního plánu nebo vzdělávacích strategií
- **Aim:** inform how to integrate topic of AT into the curriculum or educational strategies
- **Uživatelé:** tvůrci učebních osnov, tvůrci politik, učitelé
- **Users:** curriculum makers, policy makers, teachers
- **Analytická část:** existující programy a podmínky pro vzdělávání v přístupném CR v Evropě
- **Analytical part:** existing programs and conditions for education in AT in Europe
- **Návrhová část:** kdo by se měl školit, v čem (znalosti a dovednosti) a jak (metody, formy)
- **Proposal part:** who should be trained, in what (skills and competencies) and how (methods, forms)

Analytická část/Analytical part – Hlavní zjištění/Main findings

Nabídka vzdělávání

- Velké rozdíly v dostupnosti vzdělávání a jeho obsahu
- Součást odborného vzdělávání nebo profesního rozvoje, méně často součást základního vzdělávání (absolventi nemají znalosti a dovednosti ve vztahu k přístupnému CR)
- Často je součástí projektů, dočasná záležitost
- Nedostatek lektorů

Supply of training

- Wide differences in availability of training and its content
- Part of VET training or Professional Development, and much less frequently in basic education (school leavers do not have knowledge and skills in relation to AT)
- Often, it is a part of projects, a temporary matter
- Lack of trainers

- Většina kurzů je zaměřená na pracovníky první linie. Důležité je také zapojení manažerů (vlastníků).
- A majority of courses are directed to frontline staff. It is important to reach managers (owners) as well.
- Školení mají tendenci zaměřovat se na potřeby osob se zdravotním postižením, menší důraz je kladen na širší okruh návštěvníků se specifickými potřebami a na zákaznický servis.
- Training tends to focus on the needs of people with disabilities, with less emphasis given to the wider range of visitors with access needs and customer service.
- Kvalita a obsah školení se liší.
- Quality and content of trainings varies.

Poptávka po vzdělávání v PCR

- MSP v CR školení moc nevyužívají – omezené finanční zdroje, čas, nepochopení trhu, vnímání přístupnosti pouze jako náklad, absence poptávky.
- Prvotní kontakt a motivace podniků a také jednotlivých pracovníků ke školení je největší překážkou.

Demand for AT training

- SMEs in the tourism sector don't use training much - limited financial resources, limited time, no understanding of this market, see accessibility only as a cost, lack of demand
- Initial contact and motivation of businesses and as well as individual workers is a major barrier.

Poptávka po vzdělávání v PCR

- Nedostatečná prezentace přesvědčivých lokálních příkladů, které by ukazovaly skutečnou hodnotu a přínosy lepší přístupnosti.

Demand for AT training

- Insufficient presentation of convincing local examples that show the real value and benefits of better accessibility

**Vzdělávací materiál pro průvodce v CR/
Educational material for tourist guides**

2

Průzkum/Survey & Workshop

- Lidé s pohybovým postižením a senioři – potkávají nejčastěji
- Lidé s pohybovým postižením - nejtěžší skupina, pokud jde o přizpůsobení prohlídky a naplnění jejich potřeb.
- Nabídka vzdělávání v zemích partnerů je slabá/zcela chybí
- Preferují prezenční školení mimo hlavní sezónu.
- People with motor impairment and seniors – meet most often
- People with motor impairments - the most difficult group in terms of adapting a tour and meeting their access needs.
- Training offer is weak/absent in partners' countries.
- They prefer face-to-face training during low season.

Průzkum/Survey & Workshop

- Nepřístupné objekty, vstupy, expozice, trasy.
- Nedostatek (přístupných) veřejných toalet.
- Nedostatek přístupné dopravy.
- Špatně přístupná centra měst pro autobusy.
- Nejsou předem informováni o počtu osob se zdravotním postižením ve skupině, o typu postižení a o jejich specifických potřebách, problémy s přístupností nejsou avizovány předem.
- Inaccessible buildings, entrances, exhibitions, routes.
- Lack of (accessible) public toilets.
- Lack of accessible transport.
- Poorly accessible city centres for buses.
- They are not informed in advance about the number of disabled people in a group, about the type of disability and about their specific needs, problems of accessibility are not pointed out in advance.

Průzkum/Survey & Workshop

- Smíšené skupiny, různorodost účastníků a jejich schopností, problémy spojit různé potřeby a pochopit potřeby klientů
- Rodiny s dětmi přerušují výklad průvodce
- Přizpůsobení výkladu nevidomým klientům a dětem
- Lidé s pohybovým postižením - neschopnost odhadnout jejich možnosti pohybu.
- Neočekávané změny v chování
- Mixed groups, diversity of participants and their abilities, difficulties to put together different needs and in understanding the needs of clients
- Families with children interrupt tourist guide's interpretation
- Customize interpretation to the blind clients and children
- People with moving impairments - inability to predict their movement possibilities.
- Unexpected behavioral changes

Inkluzivní průvodcovská činnost (výstup) Inclusive tourist guiding (output)

Obsah

Návštěvníci se specifickými potřebami
Příprava na inkluzivní prohlídku
Inkluzivní komunikace a průvodcovství
Další služby a aktivity
Hodnocení průvodcovských služeb

Forma

Případové studie
Příklady dobré praxe
Interpretace problému – porozumění specifickým potřebám v kontextu průvodcovské činnosti

Content

Visitors with Access Requirements
Preparation for an inclusive guided tour.
Accessible communication and guiding
Other services and activities
Hodnocení průvodcovských služeb
Form
Case studies
Examples of good practice
Interpretation of the issue – understanding access requirements within the context of a guided tour

Průvodce přístupným CR / Accessible Tourism Guide

Albert Einstein

- „Pokud to neumíš vysvětlit jednoduše, nerozumíš tomu dostatečně dobře.“
- “If you can't explain it simply, you don't understand it well enough.”

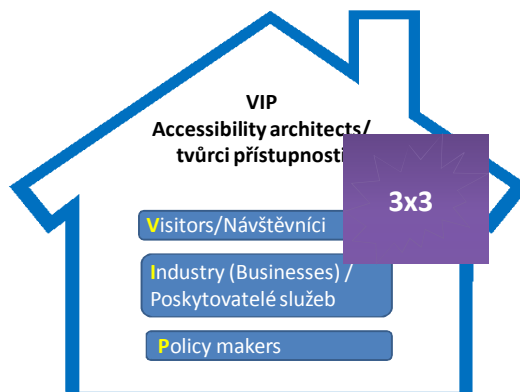
Focus Group & Top 10 bariér a otázek o PCR / Top 10 barriers and questions about AT

- Terminologie** - Co je to přístupný cestovní ruch? Zahnuje pouze architektonická řešení ve vztahu k poruchám mobility?
- Informace o cílové skupině** - Kdo jsou lidé se specifickými potřebami? Co potřebují? Jak vypadá jejich rozhodovací proces? O kolik lidí se jedná?
- Informace o dostupnosti turistických zařízení na rezervacích portálech a webových stránkách poskytovatelů** - Jak přimět poskytovatele služeb ke zveřejňování informací o přístupnosti na webu? Jaký rozsah a formu by informace měly mít? Jak zajistit spolehlivost a aktuálnost dat?
- Hodnocení přístupnosti** - Jak a co hodnotit? Kdo by to měl dělat?
- Řešení přístupnosti** - Jaká řešení jsou vhodná / nevhodná? Existují snadná (levná) řešení?
- Terminology** – What is accessible tourism? Does it include only architectural solutions in relation to the mobility impairments?
- Information about the target group** – Who are people with access needs? What do they need? How looks like their decision-making process? How many people are involved?
- Information about accessibility of tourist facilities on booking portals and providers' websites** – How to make providers to publish on the website information about accessibility? What scope and form should information have? How to ensure reliability and up-to-dateness of data?
- Evaluation of accessibility** – How and what to evaluate? Who should do it?
- Accessibility solutions** – What solutions are appropriate/inappropriate? Are there easy (inexpensive) solution?

- Přístupné produkty** - Jaké jsou jejich rysy? Měla by se pro ně používat speciální marketingová značka, ekvivalent „baby friendly“ nebo „senior friendly“?
- Propagace přístupných služeb a zařízení** - Jak je propagovat? Jak přilákat cílovou skupinu a neodradit stávající klienty? Jak podpořit lepší propagaci stávajících přístupných služeb?
- Školení personálu** - Jak školit personál v otázce přístupu/komunikace / poskytování informací o přístupnosti, když není zájem o tradiční školení a existuje vysoká fluktuace zaměstnanců v odvětví cestovního ruchu?
- Spolupráce a systematická řešení** - Jak se mohou jednotlivé zainteresované strany vzájemně podporovat a spolupracovat? Jak se mohou zapojit tvůrci politik? Jaká je role destinačních organizací?
- Přístupnost – byznys nebo charita?** Může být přístupnost konkurenční výhodou? Je bezbariérový produkt prodejný?
- Accessible products** – What are their features? Should a special marketing brand be used for them, equivalent of „baby friendly“ or „senior-friendly“?
- Promotion of accessible services and facilities** – How to promote them? How to attract the target group and no to discourage current clients? How to support better promotion of the existing accessible services?
- Training of staff** - How to train the staff on the issue of access/communication/ providing information about accessibility, when there is no interest in traditional training and there is a high fluctuation of employees in tourism industry?
- Cooperation and systematic solutions** – How can individual stakeholders support each other and cooperate? How the policy makers can be involved? What is the role of destination organisations?
- Accessibility – business or charity?** – Can accessibility be an competitive advantage? Is accessible product marketable?

Průvodce přístupným CR (výstup)/ Accessible Tourism Guide (output)

- Stručný a věcný
- Inspirativní
- Zvyšující povědomí a zájem
- Praktický
- Brief and to the point.
- Providing inspiration
- Raising awareness and interest
- Practical





Obsah/Content

- | | |
|---|---|
| 1. Co je přístupný cestovní ruch | 1. What is accessible tourism |
| 2. Jak může cestovní ruch učinit přístupnější | 2. How can you make tourism more accessible |
| 3. Co vám může přístupnost přinést | 3. What can accessibility bring you |

