



Finansuoja  
Europos Sąjunga

# Projekto DIVETOUR cMOOC mokymų medžiaga

## 2 MODULIS

Visiems prieinamas turizmas ir jo potencialas - vienas pagrindinių turizmo sektoriaus atsigavimo svertų

### 1 tema

Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms

[divetour.eu](http://divetour.eu)

# Parengē

DIVETOUR projekto komanda

Dokuments parengtas naudoti skaitmeniniu būdu. Raginame nespauzdinti, nebent manote, kad tai tikrai būtina.

Olimpo kalnas, Graikija | *Aliks Ray* nuotrauka, [pxhere.com](https://pxhere.com)





**Finansuoja  
Europos Sąjunga**

# Turinys

## **Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms**

### 1.1. Mokymasis visą gyvenimą: raktas į turizmo ir svetingumo sektoriaus iššūkius

1.1.1. Profesinis švietimas ir mokymas: raktas  
įveikiant turizmo ir svetingumo sektoriaus  
darbuotojų trūkumą

1.1.2. Skirkite laiko apmokyti darbuotojus: mokymo  
modulių ir skaitmeninių mokymosi priemonių  
pritaikymas laiko neturintiems specialistams

1.1.3. Skaitmenizacija

### 1.2. Minkštųjų įgūdžių tobulinimas: raktas į prieinamesnę ir tvaresnę ekosistemą

1.2.1. Žinių ir kompetencijų įgijimas prieinamumo  
srityje

### 1.3. Visiems prieinamo turizmo ištakos ir raida

1.3.1. Ištakos ir istorija

### 1.4. Universalus dizainas

1.4.1. Septyni universalaus dizaino principai

1.4.2. Kur pritaikysime Universalų dizainą? Ar tai  
tinkama tik pastatų viduje?

1.5. Prieinamumas nėra „atskira“ darbo sritis: jis turi būti integruotas į visą turizmo vertės grandinės veiklą, organizavimą ir paslaugas

1.6. Įvadas į ISO standartą 21902 „Turizmas ir susijusios paslaugos – „Visiems prieinamas turizmas“

1.7. Įvadas į žiniatinklio prieinamumą ir WCAG 2.0 gaires

1.8. Prieinamumas visiems kaip pagrindinė verslo galimybė ir konkurencinis pranašumas

1.8.1. Griaunant mitą, kad prieinamumas būtinai yra brangus

1.8.2. Prieinamumas – inovacijų varomoji jėga

1.8.3. Prieinamumas kaip tvarių, tinkamų gyventi ir lankytinų vietų varomoji jėga

1.8.4. Prieinamumas – aukštesnės kokybės apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų varomoji jėga

1.8.5. Prieinamumas – nauda tiek lankytojams, tiek vietos bendruomenei

1.8.6. Prieinamumas ir investicijų graža (IG)

1.8.7. Žmonių su negalia užimtumas turizmo sektoriuje

# 1 tema

## **Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms**

### **1.1. Mokymasis visą gyvenimą: raktas į turizmo ir svetingumo sektoriaus iššūkius**

## 1.1.1. Profesinis švietimas ir mokymas: raktas įveikiant turizmo ir svetingumo sektoriaus darbuotojų trūkumą

Viena iš COVID pandemijos pasekmių ankstyvosiomis ir dramatiškiausiomis dienomis buvo beveik visiškas turizmo srautų, tiek vietinių, tiek tarptautinių, sustabdymas ir daugelio turizmo objektų uždarymas. Toms organizacijoms, kurios negalėjo garantuoti darbuotojų atlyginimų, tai reiškė, kad darbuotojai buvo priversti būti išlaikomais pagal „darbo užmokesčio kompensavimo fondų“ schemas (jei tokių buvo) arba netekti darbo.

Daugelis įmonių nebuvo užtikrintos, kad, pasibaigus pandemijai arba kai bus taikomos griežčiausios socialinio atsiribojimo priemonės, jos galės vėl atsidaryti. Daugelis darbuotojų, abejodami dėl savo veiklos turizmo srityje tęstinumo, ieškojo įvairių darbo galimybių, kurios galiausiai sutrukdė jiems būti pasiruošusiems ir prieinamiems darbo rinkai, kai turizmo sektorius planavo savo atsigavimo strategiją. Darbuotojų trūkumas dabar yra didelė problema, nes kvalifikuoto ir apmokyto personalo nepakanka.

„Naujokų“ įtraukimas reikalauja ilgo „mokymosi darbo vietoje“, o tai nėra lengva didėjant turizmo srautams, be

to, sezono metu reikia visapusiškai išnaudoti visus turimus žmogiškuosius išteklius.

ES lygmeniu yra daug profesinio mokymo bei kitokio pobūdžio švietimo galimybių: pirminio išsilavinimo, mokymosi visą gyvenimą kursai. Tai yra daugelio projektų, finansuojamų EK pagal tokias programas kaip Erasmus+ arba [EPALE platforma](#), rezultatas. Profesinio mokymo galimybės jauniems žmonėms ir tiems, kurie prarado darbą, gali atverti naujas perspektyvas, egzistuojančias turizmo sektoriuje. Tai ypatingai aktualu darbuotojams, kurie turi „Visiems prieinamo turizmo“ žinių ir įgūdžių. Sutelkiant dėmesį į šią sritį, turintieji minėtas kompetencijas, turės geresnes sąlygas užimti naujas pareigas turizmo ir svetingumo srityse.

Svarbu pažymėti, kad turizmo veiklos atsigavimas priklausys nuo labiau individualizuoto aptarnavimo, nes klientai tikisi daugiau dėmesio savo sveikatai ir saugumui. Tai ypač pasakytina apie turistus, kuriems taikomi specifiniai prieigos reikalavimai, įskaitant senjorus, kurių aptarnavimui reikia atitinkamų žinių, supratimo. Mokymasis šiomis specializuotomis temomis gali būti laikomas pridėtine verte asmens įgytiems įgūdžiams ir kokybiškos pasiūlos didinimui visoms įmonėms, kurios juos priims į savo darbuotojų gretas. Kaip minėta, daugelis projektų, finansuojamų pagal Erasmus+ projektus, jau siūlo įvairius profesinio mokymo mokymus, kurie gali būti pritaikyti prie skirtingos besimokančiųjų situacijos. Tai aptarsime kitame skyriuje.

[Grįžti į turinį](#)



## 1.1.2. Skirkite laiko apmokyti darbuotojus: mokymo modulių ir skaitmeninių mokymosi priemonių pritaikymas laiko neturintiems specialistams

Vienas didžiausių iššūkių įmonėms, kurios dirba visapusiškai įtraukdamos savo darbuotojus, rasti laiko pradiniam arba tęstiniam mokymuisi darbo metu. Tačiau darbo jėgos kompetencijų tobulinimas yra strateginis sprendimas bendram įmonės aptarnavimo tobulinimui ir vienas pagrindinių svertų, padedančių patenkinti klientų poreikius, užsitikrinant jų įvertinimą bei ištikimybę. Įvertinimas yra įrankis, leidžiantis patenkinti klientą, pagerinti įmonės įvaizdį ir konkurencinę poziciją.

Klientai, kuriems taikomi specifiniai prieigos reikalavimai, tikisi, kad bus tinkamai sutikti: darbuotojų elgesys atlieka svarbų vaidmenį jų patirčiai vietovėje. Vieni svarbiausių prioritetų renkantis kelionės tikslą ir apsisprendžiant – gero aptarnavimo lūkestis, teigiamas darbuotojų požiūris ir gebėjimas patenkinti klientų poreikius, tinkamai reaguoti bei suteikti kokybiškas paslaugas.

Todėl įmonių siekis ugdyti savo žmogiškuosius išteklius yra svarbiausias žengiant į visiems prieinamo turizmo

Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms | 10 rinką ir nustatant rinkodaros tikslus bei strategijas.

Atsižvelgdamos į besiformuojančias rinkas ir poreikius (pavyzdžiui, turistus, kuriems taikomi specifiniai prieigos reikalavimai) bei norėdamos išlikti rinkoje, įmonės turi pritraukti naujų žmonių bei nuolat investuoti į profesinių įgūdžių atnaujinimą.

## 1.1.3. Skaitmenizacija

Skaitmeninimo procesas dabar vyksta visose mūsų gyvenimo srityse: darbe, pramogose, laisvalaikyje, kelionėse, santykiuose. Turizmo sektorius, remiamas visuomeninėmis iniciatyvomis atsigavimui po ekstremalios pandemijos, bando išnaudoti naujų technologijų teikiamas galimybes, kad patenkintų rinkos lūkesčius ir pagerintų siūlomų paslaugų kokybę. Profesionalai, ypač dirbantys skaitmeninės rinkodaros srityje, taip pat turi atlikti specifinį vaidmenį kelionių ir svetingumo sektoriuje, nes jie yra nuolatinio mokymo(si) ir at(si)naujinimo proceso dalis.

Visuotinis interneto, socialinių tinklų ir išmaniųjų telefonų naudojimas praplėtė ribas ir pakeitė ne tik mūsų gyvenimą, bet ir kelionių idėją. Turizmo patirtis reklamuojama, perduodama, pasirenkama ir perkama daugiausia per svetaines ir internetines programas.

Pandemijos metu įmonės sutelkė dėmesį į savo tikslus, pasitelkdamos skaitmenines naujoves kaip prioritetą siekiant išlikti rinkoje. Pastebima bendra orientacija į inovatyvių, darbo rinkoje vis paklausesnių profesionalų rengimą: turizmo sektoriaus pardavimų skatinimo ekspertas; maršruto ir turizmo produktų kūrėjas; turistinės vietovės vadybininkas; skaitmeninio turizmo ekspertas; darnaus turizmo operatorius; prieinamo turizmo ekspertas; internetinio užsakymo ir rezervavimo

ekspertas; paveldo propaguotojas ir kt.

Norint susipažinti su šiomis temomis ir neatsilikti nuo rinkodaros tendencijų, pasitelkiamos įvairios mokymosi galimybės:

- internetinės mokymosi valdymo sistemos;
- savarankiško mokymosi programėlių kūrimas ir naudojimas;
- mokymo procesai, pagal cMOOC (atvirų internetinių mokymų) metodiką;
- mokymo pasiūlymų stebėjimas srautiniu būdu, turizmo skaitmeninės rinkodaros internetiniai seminarai.

Daugelis šių galimybių atsižvelgia į jau dirbančių darbuotojų laiko trūkumą, o tai prisideda prie jų įgūdžių tobulinimo darbdaviams svarbiais klausimais. Taigi, mokymo valdymas apima laiką ir trukmę, dėl kurių sprendžiama savarankiškai ir netrukdoma įprastinėms darbuotojų atliekamoms veikloms.

## 1.2. Minkštųjų įgūdžių tobulinimas: raktas į prieinamesnę ir tvaresnę ekosistemą

Minkštieji įgūdžiai yra suprantami ne kaip techniniai gebėjimai, o kaip gebėjimų, susijusių su žmonėmis ir socialinėmis situacijomis, derinys. Kai kurie įprasti minkštųjų įgūdžių pavyzdžiai yra santykių kūrimas, komandinis darbas, bendravimas, problemų sprendimas ir vadovavimas. Jie būtini norint gyventi kokybiškai, gebėti bendrauti, palaikyti ryšį su kitais ir užmegzti tvirtus bei darnius santykius.

Minkštieji įgūdžiai rodo, kaip gerai darbuotojas dirbs su kitais įmonėje ir kaip jis gali elgtis su klientais.

Turizmo sektoriuje šie įgūdžiai yra labai svarbūs, nes santykis su klientais yra turizmo kaip paslaugos kūrimo dalis. Juo labiau, jei įmonės tikslinė grupė yra turistai su specifiniais priedos reikalavimais. Žmonės, turintys specifinių priedos reikalavimų, senjorai ir kitos grupės, kurioms gali prireikti papildomo paslaugų teikėjo dėmesio, labiausiai vertina darbuotojus, gebančius įdėmiai juos išklaudyti ir pozityviai bendrauti.

Daugeliui turistų, turinčių specifinių priedos reikalavimų, reikia daugiau laiko išreikšti savo poreikius, suprasti pateikiamus atsakymus, išsisukti iš probleminių situacijų

kelionės metu. Visas šias situacijas turi valdyti darbuotojai, kurie:

- žino įvairius reikalavimus ir kritines situacijas, su kuriomis klientas gali susidurti;
- išmano būdus, kuriais jo atstovaujama įmonė turi tvarkytis su tokiomis situacijomis ir suranda tinkamą bei klientą tenkinantį sprendimą;
- turi du aukščiau aprašytus gebėjimus kokybiškam paslaugų suteikimui.

Malonus ir paslaugus požiūris yra labai svarbus geriems santykiams su klientais. Šie nauji įgūdžiai padeda sukurti pasitikėjimą klientams, kurie gali būti patenkinti ir apsilankyti pakartotinai.

Dermėje su reikiama techniniais įgūdžiais, minkštieji įgūdžiai yra privalumas įtraukioje aplinkoje kuriant paslaugas, kurios bus tinkamos turistams, turintiems specifinių prieigos reikalavimų. Suvokti poreikius, vadovautis sveiku protu, įsijausti į klientą – tai raktas į kokybiškų paslaugų ir produktų, galinčių patenkinti įvairius reikalavimus, kūrimą.

Minkštiesiems įgūdžiams lavinti reikalinga pasirengimo mokytis ir tobulėti mąstysena.

Turizmo paslaugų teikėjai, be profesinių žinių ir techninių gebėjimų, turi turėti minkštųjų įgūdžių, idant galėtų pasiūlyti kokybiškesnes turizmo paslaugas. Bet kurios turizmo paslaugas teikiančios įmonės vadovybė ir darbuotojai turi turėti tą pačią viziją, kaip priimti ir pasirūpinti savo klientais. Jei įmonė taip pat siekia būti

[Grįžti į turinį](#)

tvaria ir prieinama, labai svarbu, kad kiekvienas darbuotojas, nuo generalinio direktoriaus iki paskutiniojo naujai priimto asmens, žinotų, jog gebėjimas bendrauti ir suprasti klientų poreikius yra raktas į įmonės sėkmę bei kliento pasitenkinimą. Minkštieji įgūdžiai žmonėms iš dalies yra įgimti – kai kuriuos jų turite, kai ką galima patobulinti tikslingai dirbant ta linkme.

Minkštųjų įgūdžių lavinimas yra mokymas, kurio metu daugiausia dėmesio skiriama gebėjimų, tokių kaip bendravimas, komandinis darbas ir problemų sprendimas, tobulinimui. Svarbu prisiminti, kad mokymasis tobulinti minkštuosius įgūdžius gali turėti daug teigiamų aspektų:

1. pagerinsite darbo aplinką, darbuotojai bus patenkinti ir „laimingi“ darbe, taip padidinsite darbuotojų išlaikymo rodiklį.
2. Padidinsite darbo našumą mažindami vidinius konfliktus.
3. Parodysite teigiamą darbuotojų požiūrį į klientus, taip užmegzdami geresnius tarpasmeninius santykius ir geresnę paslaugų kokybę.

Darbuotojai, įgiję minkštųjų įgūdžių yra:

- **patyrę:** kuo daugiau turėsite galimybių patikrinti teigiamą požiūrį į klientus ir kiekvienos su klientu susijusios veiklos rezultatus, tuo labiau tapsite tinkamo požiūrio „ekspertu“;
- **orientuoti į žmones:** tai yra minkštųjų įgūdžių įgijimo

pagrindas. Darbuotojo ir kliento santykiai yra geros paslaugos ar produkto pagrindas, kuris pagerins įmonės ekonominius rezultatus;

- **tinkamai besielgiantys:** tiksliai įvaldę gebėjimą būti profesionaliam ir empatiškam bet kokioje situacijoje.

Minkštųjų įgūdžių naudojimas gali būti laikomas „neapčiuopiamu“. Jis negali būti lengvai išmatuojamas apskaitos sistemose ir yra labiau susijęs su įmonės veiklos gerinimu, kurį gali atspindėti klientų pasitenkinimas.

Minkštųjų įgūdžių mokymas gali pagerinti darbuotojų išsaugojimą. Vadybiniu požiūriu svarbu nenuvertinti minkštųjų įgūdžių tobulinimo ir suteikti jiems deramą svarbą įmonės politikoje, mokymuose ir samdant naujus darbuotojus. Organizacijos gali išlaikyti daugiau talentingų darbuotojų, investuojant į profesinį augimą. Tai atsiperka. Sumažės poreikis samdyti ir apmokyti pakaitinius darbuotojus bei organizacinės išlaidos.



## 1.2.1. Žinių ir kompetencijų įgijimas prieinamumo srityje

Atsižvelgiant į didėjančią minėtų dalykų svarbą turizmo sektoriuje, mokymas neįgaliųjų, prieinamumo ir įtraukties klausimais gali suteikti užimtumo pranašumų bei atverti karjeros galimybes.

Mokymų sritis aprėpia:

- kas yra potencialūs klientai ir kokie jų specifiniai reikalavimai keliaujant (atsižvelgiant į visus skirtingus lankytojo kelionės ir turizmo vertės paslaugų grandinės elementus);
- kokios yra priemonės reaguoti į tuos reikalavimus ir kokių įgūdžių reikia;
- kokia yra įmonės / objekto / turistinės vietovės, kurioje mokinyš gali dirbti, prieinamumo situacija;
- kaip pagerinti prieinamumą planuojant ir projektuojant pokyčius (universalus dizainas, prieinamumo kriterijai, tvarumo kriterijai, ekspertai);
- kaip keičiant įmonės vidines procedūras ir mąstymą, prieinamumą paversti neatsiejama verslo dalimi;
- kaip užmegzti bendradarbiavimą su kitais paslaugų teikėjais.

## 1.3. Visiems prieinamo turizmo ištakos ir raida

Sąvokos „Prieinamas turizmas“ ir „Turizmas visiems“ turi ilgą istoriją ir daugelį metų jas vartojo žmonių su negalia teisių gynėjai, siekdami įtikinti institucijas, piliečius ir turizmo tiekėjus atsižvelgti į daugelio žmonių, iki tol neturėjusių teisės keliauti kaip kiti pasaulio piliečiai, prieigos poreikius. Mažiau nei prieš 50 metų dauguma teisių, kurios dabar laikomos savaime suprantamomis, nebuvo įtvirtintos ir už jas kovojo daug žmonių. Šių teisių įtraukimas į daugelio institucijų darbotvarkę ir žmonių mąstyseną atvėrė kelią naujoms koncepcijoms, susijusioms su verslo galimybe teikti paslaugas žmonėms, kuriems taikomi specifiniai prieigos reikalavimai, bendra turizmo pasiūlos kokybe visiems, kurie nori keliauti turėdami tokias pat galimybes kaip ir visi kiti.

Šiame labai ilgame procese svarbų vaidmenį suvaidino du pagrindiniai veiksniai:

- **negalios sampratos keitimas** iš medicininio modelio į socialinį-aplinkosauginį modelį;
- **į turizmą imta žiūrėti kaip į teisę ir laisvalaikio pramogą kiekvienam, įskaitant žmones su negalia**, o ne tik kai kurių privilegiją – „Turizmas visiems“.

## 1.3.1. Ištakos ir istorija

1976 m. Jungtinių Tautų Generalinė Asamblėja paskelbė 1981-uosius Tarptautiniais **žmonių su negalia metais**, „kad būtų skatinami veiksmų planai nacionaliniu, regioniniu ir tarptautiniu lygiu, akcentuojant lygias galimybes, reabilitaciją ir negalios prevenciją, siekiant visapusiško dalyvavimo ir lygiateisiškumą, neįgaliųjų teisę visapusiškai dalyvauti savo visuomenės gyvenime ir vystymesi, naudotis tokiais pat gyvenimo sąlygomis kaip ir kitų piliečių, turėti galimybę taip pat džiaugtis sąlygų pagerėjimu, atsirandančių dėl socialinės ir ekonominės plėtros“.

Tarptautiniais metais ypatingas dėmesys buvo skiriamas neįgaliųjų įvaizdžiui visuomenėje, pripažįstant, kad socialiniai požiūriai yra pagrindinė kliūtis siekiant visapusiško jų dalyvavimo ir lygybės sociume.

1980 m. **JT Pasaulio turizmo organizacija (JTPTO)** Maniloje surengė svarbią konferenciją, kuri paskelbė „ (...) teisę į turizmą kaip žmogaus suvokimo aspektą“.

Siekdama numatyti laikotarpį, per kurį vyriausybės ir organizacijos galėtų įgyvendinti Pasaulinėje veiksmų programoje rekomenduojamą veiklą, JT Generalinė Asamblėja 1983–1992 m. paskelbė Jungtinių Tautų neįgaliųjų dešimtmečiu.

1988 m. JK buvo suburta **darbo grupė „Turizmas visiems“**, o 1989 m. konferencijos pabaigoje paskelbta kelionių organizatoriams skirta ataskaita.

**1992 m.** Jungtinių Tautų Generalinė Asamblėja priėmė rezoliuciją **„Standartinės taisyklės dėl lygių galimybių žmonėms su negalia“**, o 1993 m. konferencijos „Turizmas visiems Europoje – turizmas 2000“ metu buvo paskelbtas Touche Ross pranešimas **„Uždirbti iš galimybių – nauja turizmo rinka“**. Taigi maždaug prieš 30 metų buvo aišku, kad žmonių su negalia kova už teises atnešė naują perspektyvą, taip pat ir turizmo sektoriuje.

Europos lygmeniu 1996 m. Europos Komisijos Generalinis Direktoratas išleido Turizmo pramonės vadovą **„Paversti Europą prieinamą turistams su negalia“**, o pasauliniu lygiu 1999 m. buvo paskelbtas Pasaulinis turizmo etikos kodeksas: **„JTPTO turėtų skatinti ir palengvinti turizmą žmonėms su negalia“**.

Naujasis tūkstantmetis prasidėjo daugybe svarbių iniciatyvų instituciniu lygmeniu.

Kalbant apie negalios sampratą, Pasaulio sveikatos organizacijos paskelbė **Tarptautinę funkcionavimo, negalios ir sveikatos klasifikaciją** (ICF, 2001), kuri pripažino naują tarptautinę, standartizuotą ir vieningą kalbą kalbėti apie žmones su negalia. Dokumente buvo pateiktas pamatinis sveikatos, negalios ir aplinkos veiksnių apibūdinimo modelis, keičiantis negalios

[Grįžti į turinį](#)

paradigmą, apibrėžtą kaip „žmonių sveikatos, savybių ir aplinkos koreliacijos rezultata“, o politikos formuotojams pateikiamos „veiksmų“ priemonės įvairiose srityse (socialinė politika, transportas, (...), turizmas).

**2003-ieji** Europoje buvo paminėti kaip Europos neįgaliųjų metai su garsiuoju šūkiu „**Nieko apie mus be mūsų!**“. Tais pačiais metais EK parengė **Neįgaliųjų veiksmų planą** (2004–2010 m.).

2006 m. **Jungtinių Tautų „Neįgaliųjų teisių konvencija“** tapo dar vienu esminiu momentu, nes ja siekiama „skatinti, apsaugoti ir garantuoti, kad visi žmonės su negalia visapusiškai ir vienodai galėtų naudotis visomis žmogaus teisėmis ir pagrindinėmis laisvėmis, bei skatinti pagarba jų vidiniam orumui“. Ypač 30 straipsnyje akcentuojama: „Vienodos galimybės dalyvauti kultūriniame gyvenime, įskaitant laisvalaikį, turizmą ir sportą“. Per metus konvenciją ratifikavo 185 šalys.

Europos Sąjunga (ES), pastūmėta Konvencijos įgyvendinimo plano, skatina eilę veiksmų tiek pasiekiamumo, tiek prieinamo turizmo srityje. 2009 m. pirmą kartą pagal Lisabonos sutartį ES gali skatinti turizmo veiksmus, išskyrus nacionalinę ir regioninę politiką, o 2011 m. paskelbtas dokumentas „Europa, turizmo vieta Nr. 1 – nauja politinė Europos turizmo sistema“ pabrėžia prieinamumo svarbą turizmo grandinėje!

Tai paskatino atlikti daug svarbių **Europos studijų** (2013–2015 m.) apie prieinamo turizmo paklausą ir pasiūlą, jo **ekonominį poveikį** ir mokymus. Šie tyrimai rodo, koks gali būti reikšmingas ekonomikos augimas, pritaikant turizmo pasiūlymus žmonėms, turintiems prieigos poreikių, ir kaip turi augti pasiūla kad būtų patenkinta didėjanti turistų paklausa. Vėlesniais metais buvo finansuota nemažai Europos projektų, skirtų sukurti prieinamus turizmo produktus ir įgyvendinti pasiūlą Europos turistinėse vietovėse. Šios iniciatyvos padėjo bendradarbiauti, internacionalizuoti geriausias vietovių praktikas ir taikyti bendrą supratimą bei standartus, kad būtų patenkinti visi.

Pastaraisiais metais ES skatino daug iniciatyvų, skirtų remti žmonių su negalia teises, prieinamo turizmo, prieinamų miestų ir vietovių plėtrą, daugiausia dėmesio skiriant jų sąveikai su Jungtinių Tautų skatinamų „**tvaraus vystymosi tikslų**“ (TVG) pasiekimu,. Įvairūs apdovanojimai (nuo 2010 m. teikiami „Prieinamo miesto“, nuo 2018 m. - „Europos išmaniojo turizmo sostinė“) padeda skleisti įtraukties kultūrą ir idėją, kad įtrauktis yra naudinga lankytojams ir ūkio subjektams bei piliečiams.

**Europos prieinamumo akte (2018 m.)** nustatyta daugybė privalomų normų, ypač susijusių su skaitmeniniu prieinamumu ir skaitmeninių paslaugų naudojimu; nauji standartai, kurie pateikia tolimesnius nurodymus dizaineriams ir verslininkams (**CEN-CENELEC JTC 11** 2021 m., Europos standartas dėl pastato aplinkos

prieinamumo ir **ISO DIS 21902:2021** Turizmas ir susijusios paslaugos. Prieinamas turizmas visiems. Reikalavimai ir rekomendacijos), skelbiami Europos ir pasauliniu lygmeniu.

## 1.4. Universalus dizainas

---

„Universalus dizainas – tai gaminių ir aplinkos projektavimas taip, kad visi žmonės galėtų jais kuo geriau naudotis, nereikalaujant papildomo pritaikymo ar specialaus dizaino. Universalaus dizaino koncepcijos tikslas – supaprastinti kiekvieno gyvenimą. Universalaus dizaino koncepcija skirta visiems įvairaus amžiaus, ūgio ir gebėjimų žmonėms.“

Universalaus dizaino centras, Rolis, NC, JAV

---

Universalaus dizaino metodas, skatinantis sukurti prieigą asmenims, turintiems konkrečių prieigos reikalavimų, naudingas visiems vartotojams. Tai taip pat palaiko tvarumo idėją, nes sumažina vėlesnių pritaikymų ir naujo projektavimo poreikį.

Terminą Universalus dizainas (toliau - UD) 1985 m. pirmą kartą pavartojo Ronaldas Mace'as, architektas iš Šiaurės Karolinos valstijos universiteto, kuriam dėl poliomieliito teko judėti naudojantis neįgaliojo vežimėliu. Turima patirtis paskatino jį visą savo darbą skirti šiai koncepcijai, apimančiai pastatų ir aplinkos kūrimą, tinkančią visiems asmenims, nereikalaujant pritaikymų vartotojams, turintiems skirtingų prieigos reikalavimų ir gebėjimų. Šiandien UD koncepcija taip pat pripažįstama kuriant įtraukias paslaugas ir teikiant informaciją.

[Grįžti į turinį](#)



## 1.4.1. Septyni universalūs dizaino principai

1997 m. įvairių sričių profesionalai Šiaurės Karolinos universiteto Universalūs dizaino centre, kur dirbo Ronaldas Mace'as ir jo architektų grupė, sukūrė septynis UD principus:

- **Teisingas naudojimas.**  
Dizainas yra naudingas ir pritaikomas įvairių gebėjimų žmonėms.
- **Naudojimo lankstumas.**  
Dizainas pritaikytas prie įvairių individualių poreikių ir gebėjimų.
- **Paprastas ir intuityvus naudojimas.**  
Dizaino naudojimas yra lengvai suprantamas, neatsižvelgiant į vartotojo patirtį, žinias, kalbos įgūdžius ar esamą koncentracijos lygį.
- **Suvokiama informacija.**  
Dizainas efektyviai perduoda reikiamą informaciją vartotojui, nepaisant aplinkos sąlygų ar vartotojo jutiminių gebėjimų.
- **Tolerancija klaidoms.**  
Dizainas sumažina riziką dėl neigiamų atsitiktinių ar nenumatytų veiksmų pasekmių.
- **Mažos fizinės pastangos.**  
Šis dizainas gali būti naudojamas efektyviai ir patogiai.

- **Dydis ir erdvė prieigai ir naudojimui**  
Numatytas tinkamas dydis ir erdvė prieigai, pasiekiamumui, naudojimui, neatsižvelgiant į vartotojo kūno dydį, laikyseną ar judumą.

---

**Teisingo naudojimo** kūrimas reiškia, kad kiekvienas gali dalyvauti, pasiekti ir naudoti produktą ar paslaugą. Vienas iš pavyzdžių yra bekontakčiai mokėjimo įrenginiai, naudojančys artimojo lauko signalus.

Kiekvienas turi turėti galimybę **lanksčiai naudotis** erdve ar daiktu, pavyzdžiui, naudoti kaire ar dešine ranka, norimu greičiu, tiksliai, net ir esant apribojimams.

Dviejų aukštų savitarnos stalas, pasiekiamas visiems



**Paprastas ir intuityvus naudojimas** yra orientuotas į tai, kad būtų lengviau suprasti, kaip naudoti produktą, neatsižvelgiant į vartotojo patirtį, žinias, kalbos įgūdžius ar esamą koncentracijos lygį.

Nuleidžiama drabužių kabykla, lengvai pasiekiamo ir naudojama stovintiems bei sėdintiems žmonėms



Čiaupas, kurį paprasta ir lengva naudoti



Universaliojo dizaino **suvokiamos informacijos principas** taikomas informacijos struktūrai ir pateikimui, kad informacija būtų prieinama visiems vartotojams: ji turi būti lengvai randama, suvokiama ir suprantama, naudojant įvairius pojūčius. Be to, informacija turi būti struktūrizuota taip, kad ją būtų galima pateikti alternatyviais formatais ir skleisti įvairiais įrenginiais, įvairiomis technikomis, kuriomis galėtų naudotis ir, pavyzdžiui, turintys regos ar klausos sutrikimų. Tokie informaciniai produktai apima piktogramas ir paveikslėlių meniu, kuriuos būtų galima suprasti. Taip pat naudotini dideli šriftai tiems, kurie turi regėjimo negalią. Vaizdams svetainėse pateikiamas alternatyvus tekstas, įgalinantis ekrano skaitytuvus (naudojamus aklujų) perduoti vaizdinę informaciją garsiniu formatu.

Daugeliui vartotojų tinkami liftų valdymo mygtukai: kontrastingi šriftai, šviečiantys mygtukai ir Brailio raštas, žymintys sustojimus skirtinguose aukštuose



**Tolerancija klaidoms** apsaugo vartotojus nuo netinkamo naudojimo ir nelaimingų atsitikimų pavojaus, sumažina riziką ir užtikrina saugumą. Lygūs ir apvalinti stalų kampai yra paprastas to pavyzdys, nes sumažina vaikų sužalojimus. Didelės įstiklintos plokštės su vaizdiniais ženklais tinkamame aukštyje atkreipia vartotojo dėmesį ir padeda išvengti susidūrimo.

Didelė stiklinė vitrina su įspėjimu, apsaugančiu nuo susidūrimo



Patekti pro automatiškai atsiveriančias ir užsidarančias duris pakanka **mažai fizinių pastangų**, o tai ypač naudinga daugeliui vartotojų, kurie, pavyzdžiui, yra silpni arba gali turėti negalią ar laikiną traumą.

Įėjimo durys su automatine arba mygtuko paspaudimo atidarymo sistema, kuriai nereikia naudotojo pastangų





**Tinkamo dydžio erdvės prieigai** užtikrina galimybę aplinka naudotis įvairių gebėjimų ir išskirtinių fizinių savybių turintiems žmonėms. Šiose erdvėse taip pat galima naudotis pagalbinėmis priemonėmis, tokiomis kaip neįgaliojo vežimėliai, ramentai ar pagalbinės priemonės vaikščiojimui.

Viešbučio kambarys su plačiomis balkono durimis ir pakankamu grindų plotu, užtikrinant galimybę laisvai judėti su neįgaliojo vežimėliu



## 1.4.2. Kur pritaikysime Universalų dizainą? Ar tai tinkama tik pastatų viduje?

Nors UD koncepciją sugalvojo architektas, jos pritaikymas visiškai neapsiriboja architektūrinių barjerų pašalinimu. Kaip jau minėjome, kalbėdami apie žmones, kuriems taikomi specifiniai prieigos reikalavimai, turime omenyje labai platų žmonių ratą su skirtingais poreikiais ir gebėjimais visais jų gyvenimo aspektais – nuo judėjimo, prietaisų naudojimo, žiūrėjimo ir klausymosi, bendravimo, linksminimosi ir mokymosi, kitaip tariant, visos veiklos, kurias žmonės atlieka savo gyvenime.

Dėl pokyčių, vykusių pastaruosius du dešimtmečius, daugiau žmonių gali išvengti marginalizacijos rizikos ir gyventi aktyvesnį gyvenimą, naudojantis pagal UD principus sukurtomis paslaugomis. UD principų taikymas yra skirtas ne tik žmonėms su negalia, bet ir visiems vartotojams, nes sukuria patogią ir saugią aplinką, gaminius ir paslaugas. Tai nėra specifikacijų ar konkrečių sprendimų rinkinys, kaip nurodyta prieinamumo standartuose, o būdas suprasti ir reaguoti į vartotojų įvairovę, siekiant įgyvendinti prieinamus sprendimus, tinkamus kuo platesniam vartotojų ratui.

[Grįžti į turinį](#)

UD gali būti taikomas daugelyje turizmo ir svetingumo sektoriaus sričių, pavyzdžiui, transporte (transporto priemonių ir keleivių terminaluose), apgyvendinimo patalpose, projektuojant baldus, atrakcionuose, muziejuose ir parodose, paveldo apsaugos ir lankytojų informacijos centruose. Universalus dizainas turizmo srityje, skirtas visai tiekimo grandinei, užtikrina tvarumą, kokybę, komfortą, saugumą, įtrauktį, lygybę, nepriklausomybę ir augimą.

UD principų svarbą pramonėje ir jo potencialą visuomenei galima iliustruoti pavyzdžiais, kurie parodo šio požiūrio svarbą įvairiuose kontekstuose – nuo nedidelio masto projektavimo iki pagrindinių infrastruktūros produktų ir paslaugų.

Vienas iš UD taikymo sričių pavyzdžių yra **namų projektavimas ir automatizavimas** bei technologijos, skirtos savarankiškam gyvenimui. Šis klausimas tampa vis svarbesniu, nes neįgaliesiems ir vyresnio amžiaus žmonėms leidžiama išlikti savarankiškais savo namuose. Šiuo atveju universalus dizaino koncepcijos taikymas architektūriniam projektui yra būtinas kuriant erdves, kurias galima nebrangiai pritaikyti visą gyvenimo ciklą ir prireikus įrengti aplinkos kontrolės priemones bei įrenginius.

Taip pat, kuriant vis sudėtingesnes **technologijas**, pvz., išmaniuosius telefonus, galinčius valdyti daugybę funkcijų, inžinieriai turi padaryti jas lengvai

suprantamas ir naudojamas visiems.

Bėgant metams daugelis kompanijų suprato, kad jų sukurti **objektai** nebuvo praktiškai daugeliui žmonių, turinčių prieigos reikalavimus, ir atitinkamai stengėsi patobulinti jų dizainą ir palengvinti naudojimą. Taip tūkstančiams žmonių gyvenimą gerina skaitmeniniai termometrai, supaprastinto naudojimo mobilieji telefonai, konteineriai, kurių dangtelis atsidaro paprastu paspaudimu, ir daugelis kitų objektų, kurie šiandien laikomi įprastais.

**Žiniatinklis** vaidina vis svarbesnį vaidmenį žmonių gyvenime, ir net **virtualūs pasauliai** dabar yra prieinami per „meta visatą“, kad būtų galima bendrauti su kitais virtualiais ar nutolusiais žmonėmis, dirbti ir bendrauti su organizacijomis arba, kaip minėta 1 modulyje, prieš apsilankant ištyrinėti skaitmeninę renginio vietos versiją, kad patikrintumėte jos pritaikymo neįgaliesiems funkcijas<sup>1</sup>. Interneto svetainės, portalo, planšetinio kompiuterio, išmaniųjų telefonų jutiklinės programos naudojimo paprastumas yra labai svarbus, nes vis daugiau didelių ir mažų įmonių permąsto arba perkuria savo produktus, kad jie būtų prieinami visiems.

Kuriant turizmo pasiūlymus, universalus dizaino požiūris gali būti taikomas personalo mokymui, užtikrinant gerą **klientų aptarnavimą**, tinkamą bendravimą ir sąveiką aptarnaujant klientus su

---

<sup>1</sup> Žr. 1 modulio 2.1.2.3 dalį

įvairiais prieigos reikalavimais. Taip bus užtikrinta, kad visi klientai galės naudotis teikiamomis paslaugomis turistinėje vietovėje ar lankomame objekte.

Kalbant apie **viešųjų erdvių** dizainą, labai svarbu, kad miestų ir kelionių kryptių viešosios įstaigos, kurdamos strategiją bei skirdamos lėšas įtraukiajai viešajai sferai skatinti, pritaikytų urbanistinį planavimą.

Nepaisant didėjančio UD žinomumo ir pritaikymo, reikia pabrėžti, kad šis požiūris dar nėra „įprastos“ praktikos dalis. Iš tiesų, tik mažuma universitetų ir dizaino mokyklų Europoje moko to savo studentus. Pagrindinės prieinamumo, įvairovės ir įtraukties sąvokos retai pateikiamos dizainerių mokymo kursuose, o dar mažiau – turizmo ir svetingumo mokyklose. Tačiau UD pamažu atpažįsta turizmo verslininkai ir vadybininkai, susidūrę su jo idėjomis ir naujais gerosios praktikos pavyzdžiais.

UD gali tapti būdu skatinti ekonominį, aplinkos ir socialinį tvarumą, kokybę, komfortą, saugumą ir įtrauktį. Taip pat šis metodas gali skatinti lygybę, savarankišką gyvenimą ir didesnės turizmo rinkos, patrauklios įvairesniems lankytojams, augimą, užtikrinti daugiau darbo vietų ir kurti didesnę vertę. Tai pabrėžia UD svarbą kaip „būtiną“ integraciniam visuomenės vystymuisi bei puikią ekonominę galimybę įmonėms ir bendruomenėms.

Europoje buvo sukurta į UD panaši koncepcija, pavadinta „**Dizainu visiems**“, o tai reiškia pagrindinių produktų, paslaugų, sistemų ir aplinkos projektavimą, kūrimą ir rinkodarą, kad jie būtų prieinami ir naudojami kuo platesniam vartotojų ratui. „Dizainas visiems“ neapibrėžiamas pagal principus, kaip universalusis dizainas, bet vadovaujamosi ta pačia logika, sprendžiant įvairovės, įtraukties ir prieinamumo klausimus. Vienas iš skirtumų yra tas, kad „Dizainas visiems“ daugiau dėmesio skiria žmonėms su negalia skirtų pagalbinių technologijų techninei integracijai, naudojant bendrus protokolus pagrindinėse techninėse sistemose ir įrenginiuose, tokiuose kaip pagalbinių judėjimo priemonės, ekrano skaitytuvai, bankomatai ir kitos komunikacijos sąsajos.

## 1.5. Prieinamumas nėra „atskira“ darbo sritis: jis turi būti integruotas į visą turizmo vertės grandinės veiklą, organizavimą ir paslaugas

Turizmo sektoriaus darbuotojai ir verslininkai puikiai žino, kad jų pačių veikla yra tik viena visos turizmo vertės grandinės grandis. Šią vertės grandinę sudaro visos lankytojams teikiamos paslaugos nuo kelionės tikslo pasirinkimo iki užsakymo: transportas, kelionės tikslas, apgyvendinimas, valgymas, lankytinų vietų ir renginių peržiūra, kelionė namo ir dalijimasis atsiliepimais bei kelionės prisiminimais.

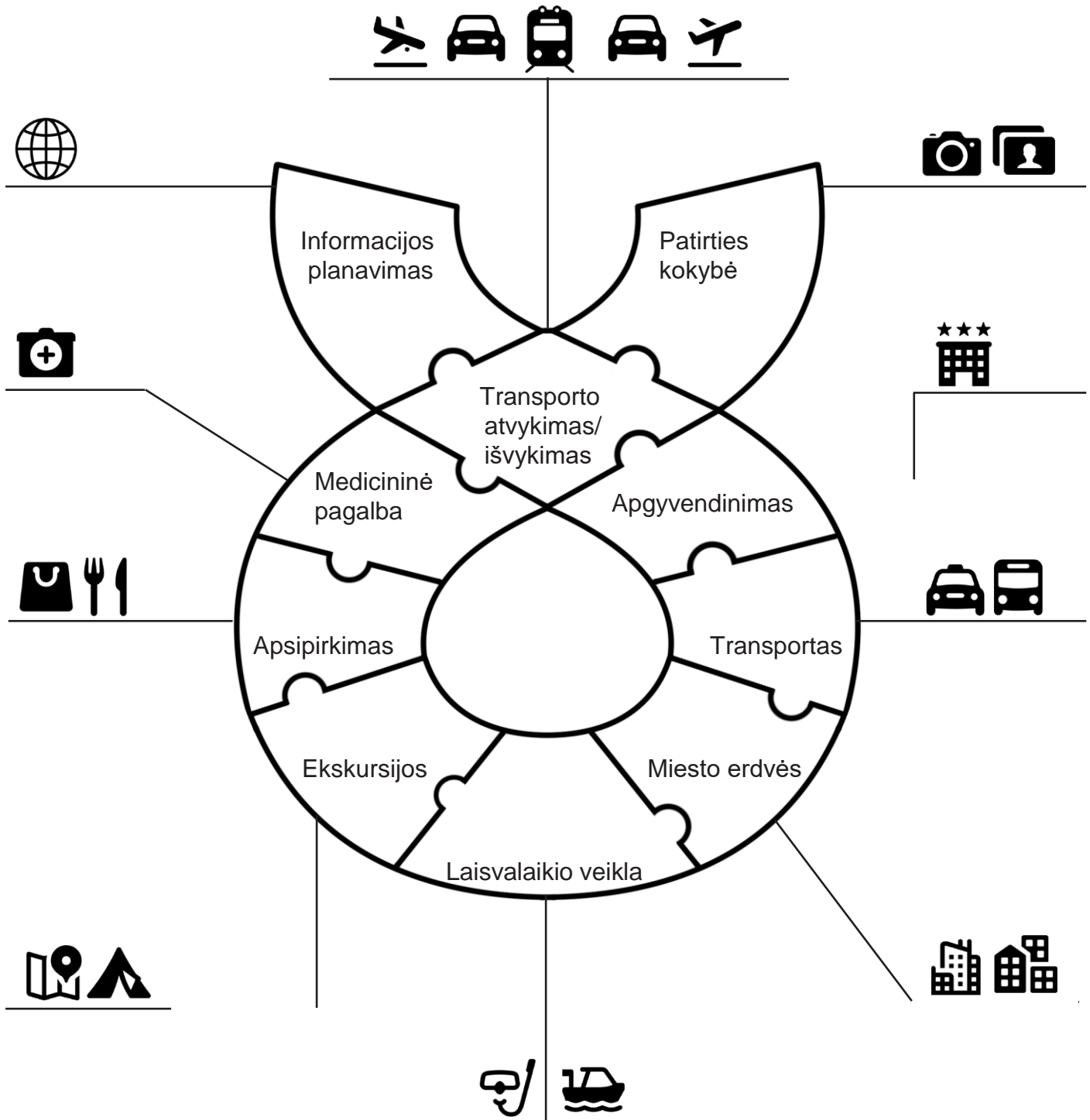
Tai reiškia, kad bent vienai iš grandinės grandžių esant neprieinamai, kelionė gali sutrikti, todėl visos grandinės pastangos gali būti bergždžios ir visa lankytojo kelionė gali būti sugadinta.

Į prieinamumą turi būti atsižvelgta „horizontaliai“ visuose veiklos sektoriuose ir kiekviename žingsnyje organizuojant turizmo paslaugas bei patirtį, nes jis turi apimti visus kelionės patirties aspektus. Turizmo operatoriai turėtų sutelkti dėmesį į bendradarbiavimą ir keitimąsi informacija, pavyzdžiui, kurdami bendrus

pasiūlymus ir rinkodarą. Prieinamos turizmo patirties sėkmė dažniausiai priklauso nuo visų paslaugų teikėjų, kurie turi stengtis atitikti tuos pačius aukštus kokybiškos pasiūlos standartus.



## Turizmo vertės grandinė – Fundación ONCE diagrama



## 1.6. Įvadas į ISO standartą 21902 „Turizmas ir susijusios paslaugos – „Visiems prieinamas turizmas“

Tarptautinė standartų organizacija, kartu su suinteresuotosiomis šalimis sukūrusi standartą 21902:2021 „Turizmas ir susijusios paslaugos. Visiems prieinamas turizmas“, įtvirtino nuostatą, jog prieinamų turizmo krypčių, paslaugų ir infrastruktūros kūrimas ir organizavimas yra svarbus.

Minėtasis standartas, kaip ir bet kuris kitas ISO standartas, yra neprivalomas, tačiau sukurtas taikyti tarptautiniu mastu ir visų ūkio subjektų pripažintas svarbia ir nešališka priemone. Šio standarto poreikį nustatė JTPTO, nes turizmo paslaugų teikėjai nežinojo apie klientų prieigos reikalavimus ir neturėjo žinių apie esamas prieinamumo priemones bei galimus sprendimus.

**Turizmo paslaugų teikėjai** dažnai susiduria su sunkumais ieškant informacijos apie tai, kur gauti patarimų, be to, skirtingos nacionalinės gairės gali pateikti prieštaringą informaciją apie skirtingas šalis ir regionus. Toks sektorius kaip turizmas turi būti tam tikru lygmeniu standartizuotas tarptautiniu mastu, nes paslaugomis besinaudojantys klientai dažnai nėra vietiniai ir negali

[Grįžti į turinį](#)

žinoti vietinių standartų. Todėl jie gali turėti tam tikrų lūkesčių, kurie gali nepasiteisinti.

Pagal JT neįgaliųjų teisių konvencijos 30 straipsnį ir jo įsigaliojimą Europos Sąjungoje ir valstybėse narėse, **viešasis sektorius** yra atsakingas už vienodas galimybes naudotis turizmu ir laisvalaikio praleidimo galimybes neįgaliesiems. Europos Komisija parengė direktyvas ir Europos prieinamumo aktą tam tikroms paslaugoms reguliuoti, pavyzdžiui, reikalaudama prieinamumo standartų viešuosiuose pirkimuose, skiriant viešąsias lėšas sektoriaus plėtrai. Tokiu būdu valdžios institucijos gali vadovauti turizmo plėtrai, reikalaudamos pritaikyti universalus dizaino sprendimus viešuosiuose pirkimuose, finansuoti infrastruktūrą, pastatus, transportą ir įrangą, kuri atitinka reikalavimus. Planuotojai, investuotojai, dizaineriai ir gamintojai būtų skatinami kurti prieinamas turizmo aplinkas ir vietas, kurios būtų naudingos lankytojams, verslui ir bendruomenėms.

ISO dokumentas, kurį galima įsigyti, susideda iš pagrindinių reikalavimų ir rekomendacijų skirtingiems turizmo operatoriams ir turizmo institucijoms visais skirtingais turizmo grandinės aspektais, nepaliekant neaptartos jokios turizmo tiekimo paslaugų grandies. Dokumente pateikiamos rekomendacijos ir vartotojų reikalavimai įvairioms turizmo grandinės sritims: viešojo administravimo institucijoms, kelionių ir turizmo pramonės suinteresuotosioms šalims, įmonėms ir organizacijoms iš paramos sektorių, turistų lankomoms vietoms. Skyriai apima keleivinio transporto, miesto ir kaimo turistinių

erdvių, laisvalaikio veiklos politiką ir strategijas, nuo susitikimų, paskatų, konferencijų ir parodų, iki apgyvendinimo, maisto ir gėrimų paslaugų, kelionių organizatorių ir kelionių agentūrų.

[ISO standarto 21902:2021 tinklalapis](#)

## 1.7. Įvadas į žiniatinklio prieinamumą ir WCAG 2.0 gaires

Šiais laikais aišku, kad ne visiems prieinama žiniatinklio aplinka nepripažįsta žmonių, kurie turi prieigos reikalavimų, teisių. Dėl didėjančios skaitmeninių įrenginių ir interneto svarbos mūsų visuomenėse vis svarbesniu tampa žiniatinklio programavimas taip, kad juo galėtų naudotis visi žmonės, atsižvelgiant į visus būdus, kaip vartotojai gali juo naudotis. Dažnai žmonėms, kurie neturi galimybės naudotis rankomis, reikia kitų prietaisų, pavyzdžiui, burnos lazdelės ar akių, kad galėtų rašyti, o negirdintys žmonės vaizdo įrašams žiūrėti gali naudoti titrus. Žmonės, kurie nemato, gali naudoti ekrano skaitytuvus. Kad tai būtų įmanoma, svetainės ir žiniatinklio įrankiai turi būti tinkamai suprojektuoti, naudojant tinkamą „kodą“, kurį naudotų visi.

Jau daugelį metų „**Žiniatinklio prieinamumo iniciatyva**“ pirmauja kuriant tarptautinius standartus, kurie gali aiškiai apibrėžti, ko reikia žiniatinklio prieinamumui užtikrinti. „Žiniatinklio prieinamumo iniciatyva“ teigia, kad „žiniatinklio tapimas prieinamu naudingas asmenims, įmonėms ir visuomenei“ .

Prieinamumas gali būti naudingas visiems, pavyzdžiui, subtitrai naudingi visiems, esantiems garsioje arba

tylioje aplinkoje, o geras spalvų kontrastas gali būti naudingas visiems, naudojantiems išmanųjį telefoną ar ekraną apšviestoje aplinkoje, sukeliančioje ekrano atspindžius. Tuo pat metu daugelis vyresnio amžiaus žmonių gali patirti naudojimosi rankomis problemų, tokių kaip miklumas.

Žiniatinklio turinio prieinamumo gairės skirtos žiniatinklio kūrėjams ir programuotojams, siekiant sukurti prieinamą žiniatinklį, be to, suteikti jiems įrankių, leidžiančių patikrinti, ar kūrinys atitinka prieigos reikalavimus. Toliau pateikiami keturi esminiai šio pagrindinio dokumento (versija WCAG 2.0) prieinamumo principai. Kiekvienas principas padeda numatyti prieinamumo problemas ir sprendimus iš vartotojo perspektyvos.

### 1 principas: **Suvokiamas**

Vartotojai turi sugebėti suvokti pateikiamą informaciją. Ji negali būti nesuvokiama visais jų pojūčiais. Žvelgiant iš „paslaugų dizaino“ pusės, programuotojai turėtų savęs paklausti, ar jų svetainėje ar programėlėje yra ko nors, ko žmogus, turintis negalią, nesugebėtų suvokti?

Programuotojai turėtų atsižvelgti į įvairius pagalbinių technologijų prietaisų tipus, taip pat į pačius įvairiausius prieigos poreikius, pavyzdžiui, teksto alternatyvų patalpinimą šalia nedekoratyviųjų paveikslėlių elementų; vaizdo įrašų antraščių ir titrų patalpinimą, užtikrinant, kad spalva nebūtų vieninteliu metodu, naudojamu prasmei perteikti.

[Grįžti į turinį](#)

## 2 principas: **Veikiantis**

Vartotojai turi turėti galimybę valdyti sąsają. Sąsaja negali reikalauti sąveikos, kurios vartotojas negali atlikti. Žiniatinklio ar programų kūrėjas turėtų savęs paklausti, ar vartotojai gali valdyti interaktyvųjį elementą. Naujoje svetainėje gali būti vadinamieji „klaviatūros spąstai“ – viena iš tų klaidų, neleidžiančių vartotojui rasti išėjimo iš puslapio rašant klaviatūra. Todėl siūloma apsvarstyti galimybę naudoti tik klaviatūros naršymą, kad produktas būtų prieinamas. Taip pat reikėtų įsitikinti, kad pateikčių peržiūroje ir medijos leistuvėse yra visi rodomi valdikliai.

## 3 principas: **Suprantama**

Vartotojai turi sugebėti suprasti informaciją ir vartotojo sąsajos veikimą. Turinys ar operacija negali būti už jų supratimo ribų. Atsižvelgdamas į naudotojo perspektyvą, dizaineris turėtų pagalvoti, ar visas turinys aiškiai parašytas, ar visos pasiekiamos sąveikos yra lengvai suprantamos ir ar loginė puslapių tvarka yra prasminga. Atliepiant šiuos aspektus, galite parašyti paprastesnį tekstą su labiau nuspėjamomis sąveikomis ir pasirinkimais.

## 4 principas: **Pasiekiamas**

Tobulėjant technologijoms ir naudojamoms priemonėms, turinys turėtų likti pasiekiamas. Dizaineriai turėtų svarstyti, ar jų kūrinys gali būti naudojamas tik naujausiose operacinės sistemos ar naršyklės versijose

kitu režimu, atsižvelgiant į naudojamus ekranus ir įrenginius (horizontali arba vertikali orientacija). Todėl būtina užtikrinti, kad svetainė / programa vis dar būtų pasiekiamą vystantis žiniatinklui.

Kaip jau minėta įžanginėje pastraipoje, **Europos prieinamumo aktas** (2019 m.) papildė Žiniatinklio prieinamumo direktyvą (2016 m.) ir įpareigoja Europos šalis laikytis skaitmeninio prieinamumo standartų, pateiktų **CEN / CENELEC standarte EN 301 549**, apimančio visas **WCAG** gaires.



## 1.8. Prieinamumas visiems kaip pagrindinė verslo galimybė ir konkurencinis pranašumas

Kiekvieno teisė yra mėgautis kelionių patirtimi kaip galimybe pažinti naujas vietas, aplinkas ir kaip asmeninio augimo motyvą. Nors kai kuriems žmonėms tai padaryti yra sunkiau nei kitiems: šis sunkumas dažnai kyla dėl egzistuojančių kultūrinių ir architektūrinių kliūčių.

Prieinamas turizmas yra galimybė suteikti geresnę patirtį visiems, todėl juo rūpinasi ir įsitraukia visa visuomenė.

Kalbama apie paslaugų gerinimą ir prieinamumo užtikrinimą apgyvendinimo infrastruktūroje, transporto ir judumo, restoranų, slaugos ir laisvalaikio bei poilsio organizavimo paslaugoms. Tai reiškia, kad visos paslaugos yra susijusios ir būtina, kad jomis visomis būtų galima vienodai, lengvai bei sklandžiai naudotis, kad žmonėms, turintiems specialių prieigos reikalavimų ir jų šeimoms būtų suteikta daugiau savarankiškumo mėgaujantis kelionių patirtimi. Taigi, prieinamumo užtikrinimas yra RAKTAS į sėkmę.

## 1.8.1. Griaunant mitą, kad prieinamumas būtinai yra brangus

Maži požiūrio, elgsenos ir siūlomų paslaugų pokyčiai gali turėti didelį poveikį.

Yra daug mitų ir išankstinių nuostatų apie prieinamas aplinkas, infrastruktūrą ir kelionės tikslus, kurių dažniausi yra šie:

- prieinamumas naudingas mažai gyventojų grupei;
- prieinamumas yra negražus;
- prieinamumu turėtų būti rūpinamasi paskiausiai;
- prieinamumo užtikrinimas yra sudėtingas ir brangus.

Bet kokio viešojo ar privataus objekto, viešbučio ar muziejaus, restorano ar prekybos centro valdytojai turi turėti koncepciją ir siekti, kad bet koks pastatas (viešasis ar privatus) būtų prieinamas ir tinkamas naudoti kiekvienam asmeniui, bet koku galimu naudojimo pobūdžiu ir bet koku asmeniniu sprendimu kaip mėgautis turizmu ir leisti laisvalaikį.

Tai konceptualus atspirties taškas, nuo kurio priklausys bet koks vėlesnis sprendimas prireikus keisti pastatytą aplinką ir svetingumą. Su prieinamumu susijusios intervencinės priemonės skiriasi dviem atvejais:

1. pradedamos naujos statybos;
2. atnaujinami pastatai.

Pirmuoju atveju daugelyje šalių galioja keletas įstatymų bei kitų teisės aktų, nurodančių architektams ir statytojams būtinuosius prieigos reikalavimus, kad baigtas pastatas būtų patogus naudoti ir visiškai prieinamas visiems.

Universalus dizaino principų laikymasis turės įtakos prieinamos, estetiškos ir visiškai prieinamos aplinkos kūrimui. Be to, nuo pat pradžių planuojant visas pastato pritaikymo žmonėms, turintiems negalią, funkcijas, statybos procese neatsiras jokių papildomų nenumatytų išlaidų.

Antruoju atveju galima taikyti valdymo sprendimus, kuriais siekiama sumažinti renovacijos kaštus:

1. Pradėkite nuo patobulinimų, kurie yra pigiausi ir kuriuos paprasčiausia įrengti. Trumpalaikiai veiksmai gali būti labai efektyvūs parodant klientams, kad verslui rūpi prieinamumas ir vyksta teigiami pokyčiai.
2. Planuokite didesnius pakeitimus ilgesniam laikotarpiui, kad investicijos būtų paskirstytos vidutinės trukmės ir ilguoju laikotarpiu, jas patiriant per kelerius finansinius metus.

Abiem atvejais prieinamumas ilgainiui bus naudingas pastatų savininkams ir valdytojams, nes padidės ne tik pastatų vertė, bet ir klientų ratas.

## 1.8.2. Prieinamumas – inovacijų varomoji jėga

Siekiant patenkinti klientų, kuriems taikomi specialūs prieigos reikalavimai, poreikius, būtina teikti paslaugas, sudarančias sąlygas visapusiškai prieinamam ir įtraukiam dalyvavimui bet kokioje veikloje visose turizmo paslaugų grandinės dalyse.

Taigi, prieinamumas reikalauja suteikti visas sąlygas, kurios leistų visiems turistams dalyvauti be jokių kliūčių jų pasirinktose veiklose. Norint patenkinti poreikius, reikia juos žinoti ir suteikti visas priemones, įveikiančias apribojimus naudojant asmeninius technologinius pagalbinus įrenginius.

Norėdami parodyti, kad prieinamumas gali būti naujovių varomoji jėga, siūlome pažvelgti į kai kuriuos **klientų poreikius**:

**1. Surinkite aiškią ir patikimą informaciją** apie kelionės tikslą, veiklas, kuriomis nori užsiimti, aplinkines lankytinas vietas ir pan.

Siekiant patenkinti tokį svarbų reikalavimą, buvo sukurta daug skaitmeninių sistemų. Jos - labai įvairios: įmonių svetainės, (sukurtos pagal WAI W3C kriterijus), socialinė žiniasklaida, (kurioje buvo keičiamasi informacija lygiagrečiai), vaizdo įrašai, (rodantys paskirties vietą ir jos prieinamumo lygį), bei pagalbiniai prietaisai, kurie atitiko žmonių su konkrečia negalia (regos ir klausos) poreikius turėdami įgarsintus ar subtitruotus tekstus.

Taip pat svarbu pastebėti, kad tas pačias priemones

[Grįžti į turinį](#)

Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms | 53  
turizmo pramonė daugiausia naudojo reklamuodama savo produktus ir paslaugas, kalbėdama savo potencialių klientų „kalba“.

Daugybė informacinių programėlių užpildė „tradicinių informacinių sistemų“ spragą, teikdamos interaktyvią momentinę informaciją ir nurodydamos objektų buvimo vietą, atrinktą pagal naudotojų įvardintus filtrus (pavyzdžiui, prieinamumo) ir sudarytą taip, kad būtų prieinama visiems.

## 2. Dalyvaukite

Bet kuris turistas, esantis pasirinktoje vietoje, ieško veiklos, kuri papildytų jo viešnagę, pavyzdžiui, architektūrinių paminklų lankymas, dalyvavimas sporto renginiuose, valgymas, dalyvavimas renginiuose ar konferencijose.

Tai paskatino sukurti ir įdiegti kai kuriuos įrankius, kurie vėliau pasirodė esą naudingi kiekvienam lankytojui.

- Audiogidai muziejuose ar istorinėse vietovėse.
- Paveikslėlių meniu restorane vaikams, žmonėms, turintiems mokymosi sunkumų, arba tiems, kurie negali suprasti kalbos.
- Informacija dideliais šriftais ant spausdintos medžiagos ir kintamo šrifto dydžio svetainėse žmonėms su regėjimo negalia.
- Kalba su subtitrais konferencijoje ir renginiuose.
- Klausos stiprinimo sistemos, tokios kaip indukcinės kilpos žmonėms, turintiems klausos sutrikimų. „Indukcinė kilpa“ arba „klausos kilpa“ radijo dažnio bangomis sujungia garsiakalbio mikrofoną tiesiai su vartotojo klausos aparatu.

## 1.8.3. Prieinamumas kaip tvarių, tinkamų gyventi ir lankytinų vietų varomoji jėga

Kaip jau akcentuota pirmame modulyje, prieinamumas ir tvarumas yra glaudžiai susiję. Atsakomybė turizmo srityje reiškia pagarbą tiek turistinei vietai, tiek jos gyventojams ir turizmo paslaugų teikėjams bei kiekvieno kliento, nepriklausomai nuo jo būklės, teisių mėgautis turizmu ir laisvalaikiu pripažinimą.

Tvaraus turizmo koncepcija reiškia, kad visi tiekimo grandinės dalyviai turėtų būti dėmesingi turistinės vietovės gerovei ir išsaugojimui. Su turistu, turinčiu negalią, turėtų būti elgiamasi taip pat, kaip ir su bet kuriuo kitu turistu, atsakingai teikiant pasiūlymą, kuriuo galėtų mėgautis.

Prieinamumas padeda sukurti įtraukią kelionės tikslo vietą tiek, kiek įvairūs turizmo paslaugų grandinės pasiūlymai yra atviri visiems kaip vientisa sistema. Tai apima visus subjektus, atsakingus už lankytinos vietos plėtrą ir reklamą, viešąsias ir privačias įstaigas, kad būtų sukurtas priimtinas ir patogus keliavimo būdas.

Keliautojai, turizmo vietovės, vietos bendruomenės, turizmo operatoriai gali būti laikomi tos pačios ekosistemos dalimi. Šiuo požiūriu tiekėjai ir turistinių vietų valdytojai turėtų pradėti svarstyti naujus turizmo plėtros modelius. Tuo tarpu turistų lankomos vietos užduotis –

[Grįžti į turinį](#)

suburti kelionių organizatorius ir bendruomenes, kad jie kartu parengtų savo pasiūlymus.

Klestinti turistų lankoma vieta yra vietovė, kur svečiai ir bendruomenė gali „duoti daugiau“ vieni kitiems, sukurdami didesnę gerovę (ekonominę, aplinkos, socialinę).

Bendruomenė, pasirinkusi būdą, kaip priimti lankytojus, bus **svetingesnė, įtraukesnė ir prieinamesnė**.

## 1.8.4. Prieinamumas – aukštesnės kokybės apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų varomoji jėga

Prieinamumas turizme reiškia kokybę. Tai paslaugų, įrenginių ir infrastruktūros rinkinys, leidžiantis turistams, turintiems specialių prieigos reikalavimų, mėgautis atostogomis ir laisvalaikiu be kliūčių ar sunkumų.

Tai yra priėmimo ir apgyvendinimo paslaugų gerinimo, transporto ir judumo, maitinimo ir laisvalaikio infrastruktūros prieinamumo užtikrinimo klausimas. Šias paslaugas reikia susieti, kad jomis būtų galima naudotis be pertrūkių, užtikrinant visišką savarankiškumą. Jei prieinamumo užtikrinimas planuojamas remiantis universalus dizaino principais ir nesukuriant „atskirų“ zonų patalpose, kur bus priimami tik svečiai, turintys prieigos reikalavimus, visa struktūra bus suprojektuota kaip įtrauki aplinka, kurioje kiekvienas svečias jausis patogiai.

Be to, visi klientai gali įvertinti skaitmeninių įrenginių, kurie buvo sukurti siekiant padėti lankytojams, turintiems konkrečius prieigos reikalavimus, naudojimą. Kai kuriems turistams palengvinti gyvenimą yra privaloma, tačiau tai itin palankiai vertina visi klientai. Prieinamumas turi būti laikomas priemone, kuria didinamas bet kokio objekto patrauklumas. Tai pagrindinis sėkmės veiksnys siekiant didesnės rinkos dalies, didesnio klientų pasitenkinimo ir didesnio svečių lojalumo.

[Grįžti į turinį](#)



---

Tai, kas jums patogiu, gali būti svarbu kitiems. Patobulinimai, kuriuos atliekame savo viešbučiuose, yra naudingi ne tik svečiams su negalia. Ar žinojote, kad tokie patogumai kaip reguliuojamo aukščio lovos, nuotolinio valdymo pultai ir vieno sukibimo maišytuvo čiaupai iš pradžių buvo sukurti padėti neįgaliesiems. Tačiau tai netrukdo šiems įrenginiams būti naudingiems visiems.

Citata iš „Scandic Hotel Group“

---

## 1.8.5. Prieinamumas – nauda tiek lankytojams, tiek vietos bendruomenei

Jei prieinamumas taikomas laikantis bendros „kelionės tikslo prieinamumo“ vizijos, reikėtų atsižvelgti į visus skirtingus turizmo paslaugų grandinės komponentus. Daugeliu šių komponentų (transportu, kultūros paveldo vietomis, sporto infrastruktūra, parkais, restoranais, bankomatais, prekybos centrais ir t.t.) naudosis lankytojai, kuriems taikomi specialūs prieigos reikalavimai, tačiau šiomis paslaugomis paprastai naudojasi ir vietos gyventojai. Gyventojams taip pat gali būti taikomi tam tikri specifiniai prieigos reikalavimai.

Tai, kas paprastai laikoma turistams prieinama paslauga, bus naudinga ir patogu vietos gyventojams. Gyvenimo kokybė bus labai pagerinta.

Norint pasiekti šį tikslą, viešosios ir privačiosios įstaigos turi turėti bendrą savo gyventojų gerovės viziją, patikimas strategijas bei trumpalaikius ir vidutinės trukmės planus, kad formuotų „visiems prieinamos vietovės“ įvaizdį.

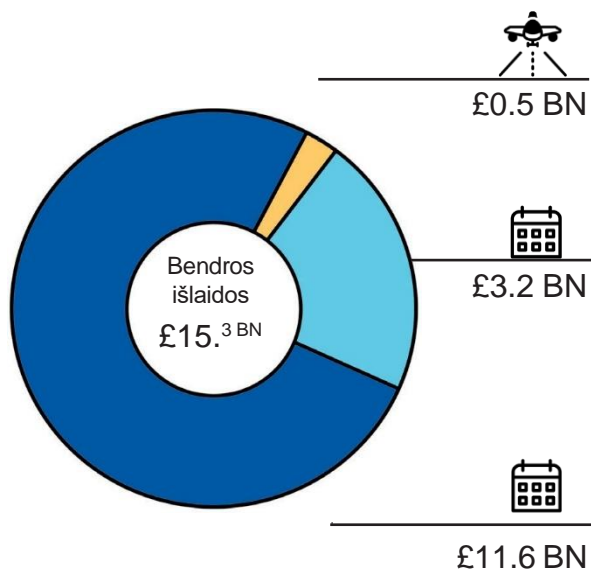
## 1.8.6. Prieinamumas ir investicijų grąža (IG)

Prieinamumo priemonių investicijų grąža (IG) turi būti vertinama atsižvelgiant į duomenis, kurie rodo, kad turistų su negalia rinka yra didžiulė ir vis dar nepakankamai aptarnaujama. Nepaisant sumažėjusio kelionių skaičiaus, dėl pandemijos galinčių ir norinčių keliauti žmonių su negalia skaičius vis dar yra didelis, jie pasirengę artimiausiu metu atnaujinti keliones.

Įmonės, kurios tikisi didesnės vertės valdymo strategijose, vertais dėmesio turėtų laikyti ankstesnius duomenis apie turistų su negalia kelionių apimtį. Keletas pavyzdžių rodo, kad produktai, kurių tikslinė auditorija yra žmonės, turintys konkrečius prieigos reikalavimus, atneša didelę grąžą. Ši auganti rinka yra aktyvesnė ir generuoja daugiau pajamų, palyginti su likusia.

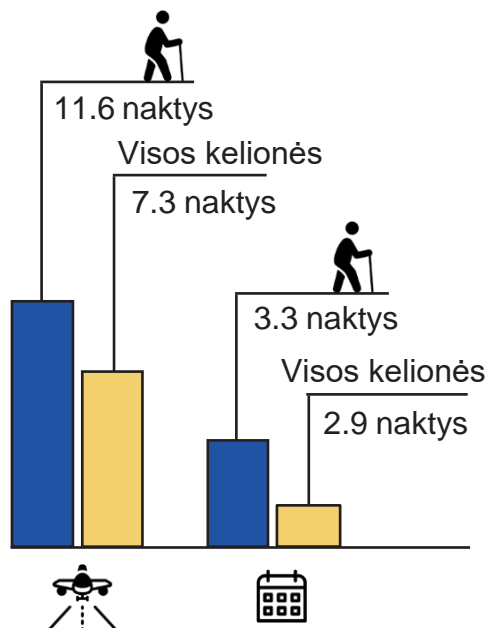
Bendra prieinamo turizmo rinkos vertė Didžiojoje Britanijoje siekia apie 17,7 milijardo svarų sterlingų (Anglija – 15,3 milijardo svarų sterlingų, Škotija – 1,3 milijardo svarų sterlingų, Velsas – 1,11 milijardo svarų sterlingų).<sup>2</sup>

## VisitEngland duomenys (2018)



### Bendros išlaidos

- Apskaičiuota, kad visos išlaidos, kurias patyrė asmenys, turintys sutrikimų, arba asmenys, keliaujantys grupėje, kurios narys turi sutrikimų, sudaro 15,3 mlrd. svarų sterlingų.
- Šios grupės atvykstančių lankytojų išlaidos 2018 m. buvo 0,5 mlrd. svarų sterlingų, o vietinėms nakvynėms 2015 m. ši grupė išleido 3,2 mlrd. svarų sterlingų.
- Dienos lankytojų išlaidos šioje grupėje 2018 m. buvo 11,16 mlrd. svarų sterlingų.



### Vidutinė viešnagės trukmė

- Vidutinė vieno atvykstančio vizito apsilankymo trukmė buvo 7,3 nakvynės visų kelionių atveju, palyginti su 11,6 nakvynių, kai keliavo žmonės su negalia ir lydinčiais asmenimis.
- Vidutinė viešnagės trukmė vienos vietinės kelionės su nakvyne metu buvo 2,9 nakvynės visų kelionių metu, palyginti su 3,3 nakvynėmis kelionių, į kurias vyko asmenys su negalia ir jų palydovai.

<sup>2</sup> 2018 m. Didžiosios Britanijos vienos dienos lankytojų apklausa, 2015 m. Didžiosios Britanijos turizmo ir tarptautinių keivių apklausa

Žiūrėkite Youtube kanale

[Advice from Ross Calladine, VisitEngland - Boost Accessibility - YouTube](#)

Papildomus duomenis apie prieinamos turizmo rinkos apimtį ir vertę teikia JAV įsikūrusi „Open Doors Organization“, kuri paskelbė savo 4-ąjį visos šalies tyrimą apie suaugusių amerikiečių su negalia kelionių tipus ir išlaidas. Harris Poll 2020 m. birželio – liepos mėn. atliktame tyrime daugiausia dėmesio skiriama 2018 – 2019 m., kai kelionės vis dar klestėjo. Per tą 2 metų laikotarpį 27 milijonai keliautojų iš viso į keliones vyko 81 milijoną kartų ir išleido 58.7 milijardo dolerių tik savo kelionėms, palyginti su 34.6 milijardo dolerių ankstesniame 2015 m. tyrime.

## 1.8.7. Žmonių su negalia užimtumas turizmo sektoriuje

Žmonių su negalia įdarbinimas sukuria verslo galimybes. Remiant teises ir galimybę išplėsti lūkesčius keliauti ir mėgautis turizmo patirtimi žmonėms, turintiems prieigos poreikių, labai svarbus yra darbuotojų ir vadovų mokymas. Prieinamumo, universalaus dizaino, klientų aptarnavimo ir paslaugų visiems temų įtraukimas į kokybišką sektoriaus darbuotojų mokymo programą gali padidinti įmonės vertę ir darbo jėgos įgūdžius bei įsidarbinimo galimybes. Tačiau reikia apsvarstyti dar vieną abipusiai naudingą aspektą (**laimėtojo-laimėtojo strategija**), t.y. svarbą ir **galimybę įdarbinti žmones su negalia šiame sektoriuje**. Tai papildoma profesinio rengimo ir mokymo sektoriaus praktika, kai **dirbama kartu su žmonėmis, turinčiais negalią**.

Prieinama aplinka gali būti įtrauki žmonėms su negalia, o tuo pat metu žmonės su negalia gali tapti svarbiu turizmo įmonės ištekliumi dėl savo žinių apie įvairius žmonių poreikius ir tinkamai į juos reaguoti su reikiama empatija.

Svarbiame Tarptautinės darbo organizacijos (TDO) leidinyje nurodoma daug neįgaliųjų įdarbinimo darbo rinkoje privalumų, įskaitant šiuos:

- teigiamas poveikis darbuotojų moralei;

[Grįžti į turinį](#)

- įvairios darbo jėgos, įskaitant žmones su negalia, privalumai;
- geresnės paslaugos klientams su negalia;
- geras produktyvumo lygis dėl žemo pravaikštų ir rotacijos lygio;
- verslo praktikos tobulinimas, siekiant prisitaikyti prie žmonių su negalia poreikių, o tai reiškia, kad tai praktika, naudinga visiems darbuotojams<sup>3</sup>.

### **„Patirti“ negalią: kaip pristatyti bendradarbiams ir darbuotojams bei juos informuoti**

Svarbu pabrėžti, kad visas darbuotojų paieškos, pokalbių, samdymo ir žmonių, turinčių prieigos reikalavimus, priėmimo procesas gali tapti teigiamu ir perspektyviu verslo argumentu tik tuo atveju, jei vadovai ir įmonės tinkamai žiūrės į žmonių su negalia įdarbinimą. Tokios organizacijos kaip TDO teikia daug oficialių šaltinių, pristatančių svarbių įžvalgų, priemonių ir instrumentų, padedančių žmonėms su negalia pasirengti darbui; vadovams ir darbuotojams pasiruošti priimti tokius kolegas darbo vietoje. Taip pat yra keletas svarbių geriausios praktikos pavyzdžių ir istorijų, kurias reikia prisiminti. Juos galima rasti vaizdo įrašuose ir žiniasklaidoje internete.

Nepaisant to, kad nacionaliniuose teisės aktuose gali būti nustatytos skirtingos nuostatos dėl žmonių su negalia įdarbinimo, reikėtų apžvelgti keletą bendrų aspektų, kurie gali padėti vadovams, bendradarbiams ir neįgaliems darbuotojams.

---

<sup>3</sup> Neįprastas verslas: Darbo vietų pritaikymas žmonėms su negalia (ILO, 2014)

Visų pirma svarbu apsvarstyti visą kandidato „kelionę“ į poziciją, kuri prasideda nuo **darbo paieškos**, dar prieš gyvenimo aprašymą ar pokalbį. Svarbu, kad informacijos kanalai, kuriais reklamuojamas įrašas, būtų prieinami žmonėms su negalia. Antra, svarbu, kad ta pati **reklama būtų įtrauki** ir be sąlygų, kurios galėtų būti kliūtis žmonėms, turintiems prieigos poreikių.

**Skaitmeniniai komunikacijos kanalai** taip pat turi būti įtraukūs, kad padėtų kandidatams išreikšti bet kokią galimą pačių pareigų ar pokalbio proceso poreikį.

**Pokalbis** turi vykti prieinamoje aplinkoje, o vadovas neturėtų nuvertinti darbo įtraukioje aplinkoje svarbos. Reikėtų parengti ir kandidatui pateikti **klausimyną** su prašymu įvardinti **konkrečius poreikius**, susijusius su prieinamumu ir tinkamomis sąlygomis. Klausimyną turėtų pateikti vadovas.

Šiuo atžvilgiu svarbu paaiškinti skirtumą tarp prieinamumo ir „tinkamų sąlygų sudarymo“ sąvokų. Prieinamumas apima tokius klausimus kaip apstatytos aplinkos projektavimas, darbo vietoje naudojamų technologijų rūšys ar kiti darbo struktūros būdai. Prieinamumas reiškia strateginį vadovų ir verslininkų planavimą iš anksto ir nuolat. Kaip minėta anksčiau, universalus dizainas – tai požiūris, kuriuo siekiama užtikrinti, kad gaminiais, aplinka, programomis ir paslaugomis be papildomo pritaikymo galėtų naudotis visi žmonės.

Veiksmingi prieinamumo užtikrinimo metodai turėtų

[Grįžti į turinį](#)



sumažinti poreikį ieškoti tinkamų sąlygų. Jei **informacinių technologijų (IT)** įranga yra skirta įvairių vartotojų poreikiams, prašymai dėl konkrečių pritaikymų bus retesni.

Didelis svečiams **prieinamo viešbučio ar restorano planavimo** privalumas yra tas, kad ta aplinka tikriausiai **jau bus įtrauki darbuotojams su negalia**, o vadovai ir darbuotojai turės tik sužinoti, kaip efektyviau dirbti su nauju kolega, būti pasirengusiems galimoms adaptacijoms.

Viena iš geriausių praktikų turizmo sektoriuje yra Ispanijos tinklo [ILUNION HOTELS](#), vienijančio 29 viešbučius (3, 4 ir 5 žvaigžduotes) 13 krypčių, kuriame dirba 40 proc. darbuotojų turinčių tam tikrą negalią, patirtis. Be to, keturi viešbučiai yra specialieji užimtumo centrai – darbo vietos, kuriose ne mažiau kaip 70 proc. darbuotojų yra žmonės su negalia. Pagrindinis tikslas yra sukurti ir užtikrinti apmokamą darbą žmonėms su negalia tokiomis pačiomis sąžiningomis sąlygomis, kokios gali būti ir kitose įmonėse. Taip suteikiamos galimybės tiems, kurie susiduria su didžiausiomis problemomis ieškodami darbo, įskaitant žmones, turinčius intelekto ir fizinę negalią, psichikos ligas, regos ir kalbos sutrikimų.

[Peržiūrėkite „ILUNION Hotels“ vaizdo įrašą](#)

Briuselyje [65 degrés](#) restoraną valdo ne pelno siekianti asociacija, kurios tikslas - remti mokymosi sunkumų turinčių asmenų įtrauktį į visuomenę ir užimtumą. Darbuotojų tarpe yra kognityvinių sutrikimų turinčių jaunuolių, dirbančių virėjais, padavėjais ir kitose pareigose.

Italijoje ir kitose ES šalyse „[Valueable Network](#)“, kuri sudaro socialiai atsakingos apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriaus įmonės, remia intelekto sutrikimų turinčių asmenų užimtumą.

Vienas iš didžiausių šių iniciatyvų privalumų yra tas, kad viskas suplanuota ir suprojektuota taip, jog būtų prieinama visiems. Bendros erdvės ir kambariai yra ypač patogūs, su įtraukiais skaitmeniniais įrenginiais ir paslaugomis. Visi darbuotojai išklauso specialius mokymus apie prieinamumą ir klientų su negalia aptarnavimą.



**Finansuoja  
Europos Sąjunga**

Šis projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai.

Nr. 2021-1-LT01-KA220-VET-000032925

Leidinyi atspindi tik autorių požiūrį, todėl Europos Komisija, jos institucijos ir Švietimo mainų paramos fondas negali būti laikomi atsakingi už šios medžiagos turinį ir bet kokią pateikiamos informacijos naudojimą.