



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

ANALIZA WPŁYWU NOWYCH TECHNOLOGII INFORMATYCZNO-KOMUNIKACYJNYCH NA MOŻLIWOŚCI ZMIAN SEKTOROWYCH W TURYSTYCE REGIONALNEJ I ZWIĘKSZENIA POPYTU NA LOKALNĄ I REGIONALNĄ OFERTĘ TURYSTYCZNĄ

ANTYCYPACJA NIEZBĘDNYCH ROZWIĄZAŃ TECHNICZNYCH I POTRZEB SZKOLENIOWYCH W DZIEDZINIE WYKORZYSTANIA NOWOCZESNYCH KANAŁÓW INFORMACYJNYCH



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Raport pn. **ANTYCYPACJA NIEZBĘDNYCH ROZWIĄZAŃ TECHNICZNYCH I POTRZEB SZKOLENIOWYCH W DZIEDZINIE WYKORZYSTANIA NOWOCZESNYCH KANAŁÓW INFORMACYJNYCH** opracowany został przez zespół:

59-220 Legnica

ul. Macieja Rataja 26

tel.(76) 862-35-22; (76) 852-30-15; fax.(76) 862-09-68

Biuro: 67-200 Głogów; ul. Budowlanych 6a

tel.(76) 835-68-91; fax. (76) 834-27-97

W składzie:

dr Robert Kropiwnicki

Jarosław Rabczenko

Joanna Milczarz

Maciej Kupaj

Szymon Hnat

Katarzyna Jakubas

Agnieszka Młynarczyk

Bartosz Wawrzyniak

Współpraca:

1.



Leszek Łyszczarek

2. Arkadiusz Dołęga

Legnica 2011



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Spis treści

Wstęp	5
1. Kierunki i sposoby rozbudowy, i zwiększenia oglądalności serwisów internetowej promocji regionu	6
2. Możliwości tworzenia nowych portali i subdomen promocji turystycznej regionu, własnych Samorządu Województwa i na innych serwisach pro turystycznych w systemie zintegrowanym technicznie	16
3. Kierunki, modele i zasady scalania sieci informacji turystycznej oraz systemów przesyłania danych typu WLAN czy HotSPot w regionie	28
4. Kierunki, modele i zasady scalania lokalnych i regionalnych baz danych informacji turystycznej oraz baz informacji o usługach i produktów turystycznych podmiotów regionalnej gospodarki turystycznej.....	44
5. Kierunki, modele i zasady tworzenia baz GIS i GPS d/t sfery turystyki i potencjału turystycznego regionu	51
6. Kierunki, modele i zasady wdrożenia systemów on-line rezerwacji miejsc noclegowych w regionie	57
7. Kierunki, modele i zasady wdrożenia systemów komercjalizacji usług turystycznych ze szczególnym uwzględnieniem systemów lojalnościowych, regionalnych kart turystycznych, wykorzystania technologii GSM	61
8. Kierunki, modele i zasady prowadzenia badań ruchu turystycznego z wykorzystaniem narzędzi elektronicznych i aktualnych technologii komunikacyjnych	67
9. Kierunki, zasady i zakres merytoryczny szkolenia kadr turystycznych w sferze wykorzystania nowoczesnych kanałów informacyjnych do promocji potencjału turystycznego regionu oraz sprzedaży usług i produktów turystycznych.....	74
Podsumowanie	82
Bibliografia.....	83
Strony internetowe.....	84
Spis tabel.....	85
Spis rysunków	85



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Spis wykresów	86
Załącznik nr 1. Ankieta Certyfikacyjna	87



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Wstęp

Celem raportu pn. „*Antycypacja niezbędnych rozwiązań technicznych i potrzeb szkoleniowych w dziedzinie wykorzystania nowoczesnych kanałów informacyjnych*” jest określenie działań związanych z wdrażaniem technologii komunikacyjno – informacyjnych w gospodarce turystycznej regionu oraz tworzenia systemu szkoleń w zakresie nowoczesnych technologii ICT. Ponadto w raporcie analizie poddane zostały możliwości techniczne systemów on-line, systemy e-commerce stosowane przez podmioty branży turystycznej, dokonano analizy systemów GDS i CRS i ich wykorzystania w gospodarce turystycznej regionu, przeprowadzono analizy możliwości zastosowania technologii ICT w promocji turystycznej a także wskazano na potrzeby w zakresie wdrażania narzędzi informacyjno komunikacyjnych.

W raporcie przedstawione zostały rozwiązania techniczne i propozycje wdrożeniowe ukierunkowane na wzrost konkurencyjności oferty turystycznej Dolnego Śląska.

Raport zrealizowany został w ramach projektu systemowego pn. „*Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012*” w poddziałaniu 8.1.4. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Projekt polegał na przeprowadzeniu badań i analiz dotyczących prognoz, jaki wpływ na sektor turystyczny będzie miała organizacja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, które odbędą się w Polsce w 2012r. oraz tendencji rozwojowych, cyklu koniunkturalnego branży turystycznej i analizy potrzeb sektora turystycznego w dziedzinie kapitału ludzkiego. Projekt poprzez analizy wykazał, jakie powinny być kierunki kształcenia kobiet i mężczyzn w stosunku do oczekiwań sektora gospodarki turystycznej w regionie.



1. Kierunki i sposoby rozbudowy, i zwiększenia oglądalności serwisów internetowej promocji regionu

Turystyka należy do dziedzin gospodarki wiodących pod względem wykorzystywania w swojej działalności nowoczesnych rozwiązań informatycznych w tym internetowych. Wynika to między innymi z cech usług turystycznych: niematerialność, nietrwałość oraz nierozdzielność procesów konsumpcji i świadczenia usługi - powodujących, że szybkość przepływu informacji, dotarcie do jak największej liczby potencjalnych klientów, w tym z przekazem promocyjnym w krótkim czasie ma szczególne znaczenie.

Na szczeblu regionalnym promocja internetowa może być wspólnym działaniem trzech interesariuszy, czyli Samorządu Województwa, organizacji zajmujących się promocją regionu) oraz całego sektora przemysłu turystycznego. Oczywiście działania podejmowane na szczeblu regionalnym winne być powiązane z działaniami w dziedzinie promocji internetowej podejmowanymi przez samorządy lokalne i organizacje działające na rzecz lokalnej promocji.

Wdrażanie nowoczesnych narzędzi informacyjno – komunikacyjnych może wzmocnić działania marketingowe w turystyce

Poniżej przedstawiono istniejące narzędzia, które mogą być wykorzystane w promocji regionu w Internecie, poprzez zwiększenie oglądalności stron zawierających informacje o regionie.

Szeroki wachlarz narzędzi ma e-marketing, który może być wykorzystywany do promocji produktów turystycznych Dolnego Śląska. Praktycznie wszystkie te narzędzia można stosować wśród podmiotów branży turystycznej.

E-marketing jest również jednym z elementów kreowania marki, oraz budowania trwałych relacji z klientami. E-marketing można podzielić na:

1. Klasyczny gdzie dominuje reklama banerowa (animowane grafiki wyświetlane na stronach WWW). Reklama w wyszukiwarkach (linki sponsorowane w Google i innych serwisach), gdzie ważną rolę odgrywa e-mail marketing, polegający na wysyłaniu wiadomości elektronicznych do konsumentów.

W tym segmencie dominują cele marketingowe (sprzedaż, przychody).



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Zwiększenie oglądalności serwisów internetowych może nastąpić również m.in. dzięki popularnemu mailingowi¹ poprzez:

- e-mailing,²
- newsletter.³

Celem wykorzystania e-mail marketingu w branży turystycznej jest:

- budowanie lojalności klientów,
- tworzenie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku hotelu/biura/regionu,
- dotarcie w krótkim czasie z ważnym komunikatem do dużej liczby odbiorców,
- poprawa oglądalności strony WWW.⁴

Jednym z kluczowych elementów promowania turystyki w Internecie jest reklama internetowa, umożliwiająca dotarcie do konkretnego odbiorcy, z konkretną ofertą. Bardzo ważne przy planowaniu reklamy są niskie koszty oraz trwałość. W atrakcyjnej

¹ **E-mail marketing (tzw. mailing)** jest formą marketingu online realizowaną przy pomocy poczty elektronicznej. Mailing może być każdą wysyłką korespondencji, skierowaną do określonej grupy odbiorców i zawierającą określone informacje lub komunikaty. Ze względu na możliwość kierowania bezpośredniego przekazu zamieszkania, zawód, wykształcenie, zainteresowania. Usługę, a więc reklamę za pośrednictwem mailingu oferują przede wszystkim dostawcy bezpłatnych kont pocztowych. Do największych polskich firm należy zaliczyć głównie portale: Onet.pl, WP.pl, Interia.pl, O2.pl, strona internetowa <http://turystykawinternecie.pl/e-mail-marketing-w-turystyce/>,

² **E-mailing** – wykorzystywany do wszelkich działań, które związane są z koniecznością jednorazowego przekazania określonego komunikatu i mają na celu uzyskanie konkretnej reakcji adresatów. E-mailing wykorzystywany jest w kampaniach informacyjnych, promocyjnych oraz sprzedażowych. Jest to, zatem reklama rozsyłana za pośrednictwem poczty elektronicznej do potencjalnych klientów. Reklamodawca ma możliwość określenia grupy odbiorców swojej korespondencji – jest to tzw. targetowanie. Targetowanie polega na wybraniu określonych parametrów, charakteryzujących interesującą grupę, przykładem może być: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, zawód, wykształcenie, zainteresowania. Usługę, a więc reklamę za pośrednictwem mailingu oferują przede wszystkim dostawcy bezpłatnych kont pocztowych. Do największych polskich firm należy zaliczyć głównie portale: Onet.pl, WP.pl, Interia.pl, O2.pl, strona internetowa <http://turystykawinternecie.pl/e-mail-marketing-w-turystyce/>,

³ **Newsletter** - wykorzystywany wszędzie tam, gdzie liczą się stały i regularny kontakt z odbiorcami. Mailing w formie newslettera to wysyłanie zamówionych przez odbiorców informacji o charakterze promocyjnym, które dotyczą działalności nadawcy (np. newsletterów, biuletynów, informacji prasowych). Aby przedsiębiorstwo mogło wysyłać newslettery do swoich odbiorców musi wcześniej zebrać bazę adresów e-mail. Stąd też na wielu stronach WWW, biur podróży, hoteli, samorządów, można znaleźć specjalne pola pozwalające na zapisanie się na listę subskrybentów. Każdy członek takiej listy ma możliwość wyłączenia swojego konta z listy dystrybucyjnej ofert komercyjnych. Oznacza to, że reklamę otrzymują tylko osoby, które świadomie to zaakceptowały. Newsletter firmowy traktowany jest, jako jedno z najpopularniejszych narzędzi marketingu online, strona internetowa <http://turystykawinternecie.pl/e-mail-marketing-w-turystyce/>,

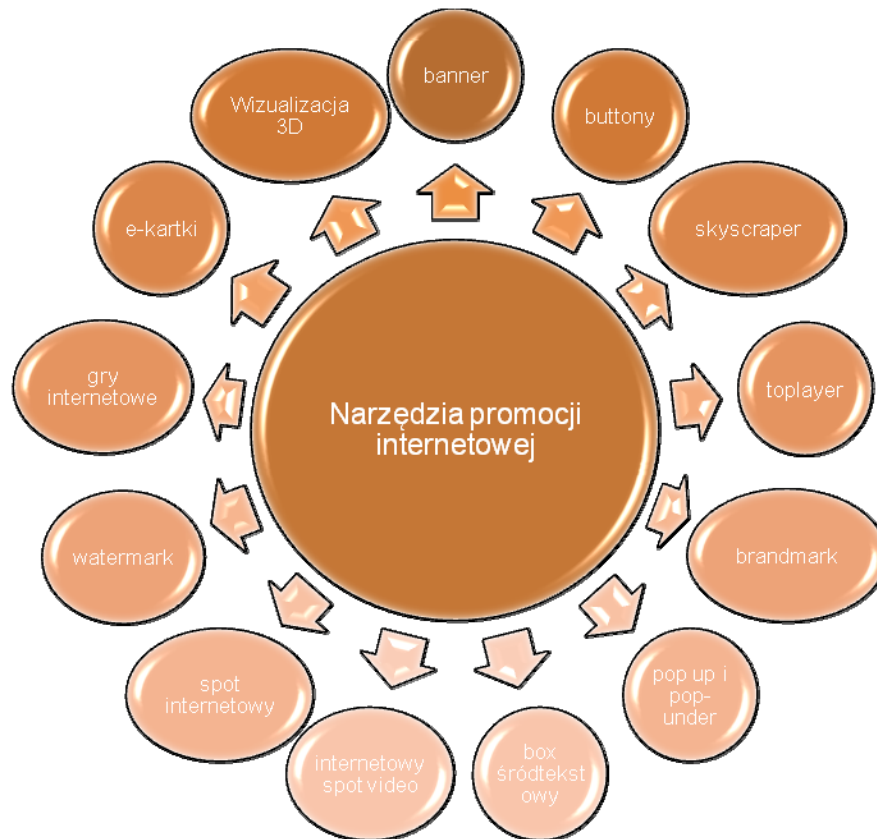
⁴ Strona internetowa <http://turystykawinternecie.pl/e-mail-marketing-w-turystyce/>,



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

cenie w stosunku do innych narzędzi promocji Internet daje możliwość promocji 24 godziny na dobę przez 365 dni w roku.

Rysunek 1. Narzędzia internetowej promocji.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie definicji zawartych na stronach internetowych Wikipedii.

2. Niekonwencjonalny (nowoczesny) - wśród narzędzi można wymienić marketing wirusowy i szeptany (opierający się na samych użytkownikach, jako nośnikach przekazu reklamowego), marketing społecznościowy (wykorzystujący potencjał serwisów społecznościowych, takich jak Nasza Klasa i Facebook) oraz marketing blogowy.⁵

Obecnie zauważyć można dynamicznie rozwijający się marketing społecznościowy np. profile na Facebooku⁶ mają Dolny Śląsk, dolnośląskie miasta⁷,

⁵ Strona internetowa <http://webhosting.pl>,

⁶ Obecnie na portalu profil ma około 800 mln użytkowników, w Polsce około 10.

⁷ Np. Wrocław, Jelenia Góra.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

atrakcje turystyczne⁸, miejsca noclegowe⁹, biura podróży¹⁰, portale internetowe z ofertą turystyczną Dolnego Śląska¹¹. Jest to stale rosnący rynek, który należy wykorzystywać do promocji produktów turystycznych Dolnego Śląska.

Jak wynika z badań¹² średnio około 40% podmiotów z branży turystycznej na Dolnym Śląsku, jako kanału promocji używa strony internetowej (zarówno własnej jak i obcej). W tym kontekście istotne jest zapewnienie odpowiedniej oglądalności serwisów. Można to robić np. poprzez takie elementy jak:

- Odpowiednia treść,
- Projekt graficzny,
- Rejestracja w wyszukiwarkach,
- Pozycjonowanie,
- Linki,
- Wymiana bannerami i buttonami z jak największą liczbą serwisów, stosowanie animacji, jaskrawych kolorów zachęcających do klikania
- Pop – up
- Spam (metoda nie zalecana)
- Konkursy, rankingi,
- Powiadomienia o swojej stronie internetowej,
- Tworzenie społeczności-pełna interaktywność z użytkownikiem,
- Darmowe gadżety
- Współpraca (z innymi partnerami),
- Udostępnianie materiałów.¹³

⁸ Np. Twierdza Kłodzko, zabytki dolnego śląska, uzdrowiskowy Dolny Śląsk.

⁹ Np. Agroturystyka Biały Dom, Hotel Dziki potok w Karpaczu.

¹⁰ Np. Odlot.pl, orlica.pl

¹¹ <http://dolnyslask360.pl/>, <http://www.miabassaslesia.eu/pl/service/af>

¹² Jak wynika z badań realizowanych na potrzeby raportu 6A (pytanie, „Z jakiego kanału korzystacie Państwo w promocji działalności?”) istotnym kanałem promocji jest strona internetowa własna lub obca. Stronę, jako kanał promocji używa 41,0% badanych firm transportowych, 41,40% obiektów noclegowych, 34,7% firmy prowadzące informację turystyczną, 42,7% obiekty gastronomiczne, 39,20 biura podróży, 25,20% atrakcje turystyczne.

¹³ http://www.webpc.pl/artykuly_promocjajawww.php.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

W ramach badań realizowanych na potrzeby raportu 6A¹⁴ przeprowadzono badanie postrzegania stron internetowych jst. Ocena została obliczona na podstawie średniej ważonej (Tab. 1).

Tabela 1. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium postrzegania stron internetowych przez gminy.

Postrzeganie stron internetowych jst	Cecha	3	2	1	0	-1	-2	-3	Cecha
Łatwość zdobywania informacji na stronie	Wysoka		1,72						Niska
Łatwość czytania informacji na stronie	Wysoka		1,82						Niska
Łatwość koncentracji uwagi na stronie	Wysoka		1,70						Niska
Łatwość wyszukiwania informacji na stronie	Wysoka		1,67						Niska
Łatwość użycia stron serwisu	Wysoka		1,77						Niska
Logika nawigacji na stronie	Wysoka		1,74						Niska
Wygląd stron serwisu	Wysoka		1,74						Niska
Jakość grafiki stron serwisu	Wysoka		1,74						Niska
Dobór grafiki stron serwisu	Wysoka		1,74						Niska
Prędkość wyświetlania stron serwisu	Wysoka		1,85						Niska

¹⁴ Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Aktualność danych informacji na stronie	Wysoka		1,94					Niska
Jakość języka na stronach serwisu	Wysoka		1,94					Niska
Rozrywkowość stron serwisu	Dość/raczej wysoka			1,52				Niska

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Poprawa funkcjonalności i użyteczności serwisu www, prezentowanie unikalnej treści, poprawa widoczności w wyszukiwarkach – to warunki, które musi spełniać dziś przedsiębiorstwo turystyczne i każda inna jednostka w sferze turystyki chcące zyskać istotną przewagę konkurencyjną, w tak bardzo istotnym kanale dystrybucji, sprzedaży i promocji, jakim jest bez wątpienia Internet.

W obecnej chwili Internet stanowi najpopularniejszy kanał reklamowy zaraz po telewizji, a jego znaczenie stale rośnie. 15 Najdynamiczniej rośnie obecnie reklama w wyszukiwarkach¹⁶ (SEM - Search Engine Marketing), ponieważ:

- Jest to jedna z najefektywniejszych i zarazem najtańszych dostępnych form reklamy,
- Jest wiarygodna – internauta sam wybiera interesującą go ofertę,
- Jest nienachalna i neutralna,
- Jej efekty są w pełni mierzalne.
- E-marketing stosowany w promocji ma więcej zalet niż wad. Do zalet należą: Stosunkowo niska cena - zależy to od narzędzi reklamowych, jakie są wybierane, jednak narzędzia e - marketingu są tańsze niż ich stacjonarne odpowiedniki, stąd koszt dotarcia do jednego konsumenta w sieci jest bardzo niski,
- Globalny zasięg, możliwość dotarcia do szerokiej grupy odbiorców,

¹⁵ Badania IAB. Reklama w Internecie staje się coraz popularniejsza, w pierwszym kwartale 2010 roku jej wartość wzrosła o 17,5 procent w stosunku do wyników z pierwszych trzech miesięcy 2009 roku. Najważniejszym kanałem reklamy internetowej jest wciąż reklama graficzna z udziałem 46,1 %.

¹⁶Przykładem takich rozwiązań na Dolnym Śląsku są np. wyszukiwarki:
<http://dolnyślask360.pl/>, www.miabassaslesia.eu/pl.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

- Błyskawiczna wymiana informacji w Internecie i interaktywność angażująca potencjalnego klienta (serwisy społecznościowe, reklamowe gry i inne nietypowe formy promocji), co skutkuje zaangażowaniem i wzrostem zaufania konsumentów,
- Łatwość dopasowania przekazów reklamowych do zainteresowań odbiorców,
- Połączenie w sobie cech uniwersalizmu i indywidualizmu.¹⁷

Wśród kampanii promocyjnych z wykorzystaniem narzędzi e – marketingu realizowanych na szczeblu regionalnym można wskazać:

1. kampanię „Uzdrowski Dolny Śląsk”¹⁸. Projekt miał na celu przeprowadzenie działań marketingowych skierowanych na budowę polskiej marki uzdrowskiej w oparciu o najlepsze uzdrowska dolnośląskie.¹⁹ Jednym z elementów działań było stworzenie strony internetowej promującej ofertę uzdrowską regionu.

Wśród podejmowanych działań zmierzających do promocji regionu są również, działania realizowane na szczeblu krajowym. Jedną z form przyczyniających się zwiększeniu oglądalności serwisów internetowych promocji regionu może być wprowadzenie platformy e-learningowej przedstawiającej produkty turystyczne Dolnego Śląska i najciekawsze zakątki turystyczne regionu. Ważnym elementem promocji jest realizacja projektu przez Polską Organizację Turystyczną pn. „Promujemy Polskę Razem”, którego zadaniem jest dostarczenie zagranicznym turystom informacji na temat produktów turystycznych oferowanych przez Polskę.²⁰

¹⁷ Strona internetowa <http://webhosting.pl>.

¹⁸ Działania te obejmować będą m.in.:

-tworzenie i udoskonalanie systemów identyfikacji wizualnej na terenie miejscowości uzdrowskich,- przygotowanie i rozpowszechnianie materiałów promujących dolnośląski potencjał uzdrowski,- przygotowanie i realizację komunikacji unikalnych cech oferty Uzdrowskiego Dolnego Śląska skierowanej do turystów i kuracjuszy z Polski oraz zagranicy,- przygotowanie i przeprowadzenie działań o charakterze Public Relations, mających na celu wzrost zainteresowania ofertą marki Uzdrowski Dolny Śląsk mediów. Lista 10 gmin biorących udział w projekcie: miasto Jelenia Góra (Lider Projektu), gmina Świeradów Zdrój, gmina Niemcza, gmina Kudowa – Zdrój, gmina Duszniki – Zdrój, gmina Polanica – Zdrój, gmina Szczawno – Zdrój, gmina Jedlina – Zdrój, gmina Łądek – Zdrój, gmina Bystrzyca Kłodzka.

¹⁹ <http://uzdrowskiydolnyslask.pl>

²⁰ Celem Projektu jest wsparcie i wzmocnienie działalności promocyjnej Polski we współpracy ze wszystkimi podmiotami działającymi na rzecz promocji kraju na świecie. Zaplanowane przedsięwzięcia mają zintensyfikować przyjazdy turystów zagranicznych do Polski oraz spowodować



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Jeden z kanałów promocji ma stanowić platforma e-learning, która ma pełnić funkcję „informacyjno-edukacyjno-promocyjną”²¹. Celem takiej formy promocji jest zachęcenie poprzez edukację do dalszego poznawania walorów turystycznych regionów, w tym Dolnego Śląska.

Ponadto nowymi kierunkami promocji i sposobami zwiększenia oglądalności serwisów internetowych regionu mogą stać się narzędzia proponowane przez Polską Organizację Turystyczną w dokumencie „Plan Działania na lata 2011-2012”:

- kanały dystrybucji informacji w postaci sieci infokiosków (urządzeń informacyjno-prezentacyjnych),
- wdrożenie kanału informacji mobilnej poprzez uruchomienie serwisu informacji turystycznej na telefony GSM,
- opracowanie aplikacji wspomagającej planowanie podróży na telefony klasy smartphone,
- opracowanie platformy do obsługi treści turystycznej na telefony GSM.²²

Dolnośląska Organizacja Turystyczna prowadzi obecnie zaawansowane prace nad stworzeniem przewodnika turystycznego dostępnego na telefony GSM.²³

Tabela 2. Finansowanie działań związanych z poprawą oglądalności serwisów internetowych.

Podmiot finansujący	Potencjalne źródła finansowania	Proponowane działania
Samorząd	Budżet Samorządu Województwa,	Realizacja projektu E – Dolny Śląsk

wydłużenie sezonu turystycznego w kraju. Działania służące mają także zwiększeniu stopnia rozpoznawalności Polski za granicą, jako kraju atrakcyjnego dla turystów, oferującego konkurencyjne produkty turystyczne wysokiej jakości. W ramach projektu realizowane jest stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej o Polsce i wdrożenie go między innymi poprzez rozbudowę istniejącego portalu internetowego www.polska.travel.pl. Partnerami w projekcie są lokalne i regionalne organizacje turystyczne m.in. DOT.

²¹ Polska Organizacja Turystyczna „PLAN DZIAŁANIA NA LATA 2011-2012”, Warszawa, grudzień 2010 s.24

²² Ibidem przypis 20

²³ System Turystycznego Informatora GSM składa się z dwóch obszarów – komunikacji SMS-owej z turystami oraz z komunikacji poprzez specjalne mobilne strony internetowe zaprojektowane pod korzystanie z nich w telefonach komórkowych. Turyści przy użyciu mobilnych serwisów będą mogli odnaleźć najbliższy punkt gastronomiczny, zarezerwować on-line miejsce noclegowe, sprawdzić warunki pogodowe, ale przede wszystkim dowiedzieć się o oferowanych przez Punkty Usługowe atrakcjach i promocjach. W standardzie znajdują się informacje pogodowe, aktualne imprezy w poszczególnych regionach, informacje o trasach i atrakcjach turystycznych. Podmioty gospodarcze związane z turystyką dodatkowo we własnym zakresie będą aktualizowały informacje o swoich usługach oraz miały kontakt z odwiedzającymi gośćmi, jak również będą miały możliwość zaproszenia do siebie turystów nawet z najbardziej odległych zakątków Polski.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

województwa	ewentualnie środki z UE (również w ramach nowej perspektywy na lata 2014 – 2020 jeżeli będą dostępne środki na ten cel) ²⁴	oraz koncepcji E -turystyka ²⁵ , Stworzenie wyszukiwarki oraz portalu promującego produkty turystyczne Dolnego Śląska (wraz z jego promocją).
Podmioty prywatne działające w branży turystycznej	Środki własne, pożyczki (w tym pożyczki w ramach Dolnośląskiego Funduszu Pożyczkowego – inicjatywa JEREMI)	Tworzenie stron internetowych, dodawanie nowych funkcjonalności stronom (możliwość rezerwacji on – line), stosowanie reklamy w Internecie, pozycjonowanie stron w popularnych wyszukiwarkach. Poprawa szaty graficznej oraz funkcjonalności itp.
Regionalna Organizacja Turystyczna	Składka członkowska, środki z UE, sponsorzy, dochody z działalności komercyjnej.	Zorganizowanie kampanii promującej portale (na rynku krajowym i zagranicznym), wyszukiwarki internetowe, które oferują produkty turystyczne regionu. Organizacja konkursów na najlepszą stronę internetową z tematyką turystyczną.
Lokalne Organizacje Turystyczne	Składka członkowska, sponsorzy	Promocja lokalnych stron z informacją na temat lokalnych produktów turystycznych (np. e-mailing, poprawa szaty graficznej i funkcjonalności stron, powiadamianie o stronie, wymiana bannerami i buttonami, itp.)
Samorządy Lokalne (gminne i powiatowe)	Budżet Samorządu Województwa, ewentualnie środki z UE (również w ramach nowej perspektywy na lata 2014 – 2020 jeżeli będą dostępne środki na ten cel)	Tworzenie i doskonalenie stron internetowych z ofertą turystyczną, w tym z uwzględnieniem kooperacji w subregionach turystycznych Zakładanie profili na portalach społecznościowych.

Źródło: opracowanie własne

Wnioski:

- jak wynika z badań²⁶ duży odsetek firm wykorzystuje strony internetowe, jako kanał promocji i informacji, wskazując na istotne znaczenie przejrzystości i intuicyjnej komunikacji tego serwisu,

²⁴ W pierwszym kwartale 2012 r. w ramach RPO WD planowany jest nabór na projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury.

http://rpo.dolnyślask.pl/fileadmin/user_upload/documents/11pazdziernik/26/111026_RPR.pdf

²⁵ W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel, S.Francuz, „Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007

²⁶ Jak wynika z badań realizowanych na potrzeby raportu 6A (pytanie „Z jakiego kanału korzystacie Państwo w promocji działalności?”) istotnym kanałem promocji jest strona internetowa własna lub obca. Stronę, jako kanał promocji używa 41,0% badanych firm transportowych, 41,40% obiektów noclegowych, 34,7% firmy prowadzące informację turystyczną, 42,7% obiekty gastronomiczne, 39,20 biura podróży, 25,20% atrakcje turystyczne.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

- zauważyć można stale rosnącą rolę portali społecznościowych, jako narzędzia promocji potencjału turystycznego regionu oraz poszczególnych produktów czy atrakcji turystycznych (samorządy jak i podmioty prywatne z branży turystycznej powinny tworzyć swoje profile (osobno lub w partnerstwie),
- do promocji oferty turystycznej za pomocą nowoczesnych technologii (wykorzystanie e-marketingu) należy zaangażować wszystkie zainteresowane podmioty (samorządy, DOT, LOT-y, przedsiębiorców prywatnych),
- koniecznym jest pilne wdrożenie koncepcji e-Dolny Śląsk z elementami d/t sfery turystyki oraz stały rozwój i implementowanie do praktyki nowoczesnych systemów komunikacji i promocji w e-turystyce (m.in. w oparciu o punkty informacji turystycznej, struktury partnerstwa subregionalnego),
- celem było by uruchomienie przez Samorząd Województwa regionalnego projektu szkoleniowego (ze środków POKL) d/t szkolenia kadr jst, organizacji turystycznych i branży z nowoczesnych narzędzi e-turystyki (sprzedaży, marketingu i promocji).



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

2. Możliwości tworzenia nowych portali i subdomen promocji turystycznej regionu, własnych Samorządu Województwa i na innych serwisach pro turystycznych w systemie zintegrowanym technicznie

Do portali internetowych zajmujących się promocją turystyczną regionu zaliczyć można serwisy prowadzone przez Samorząd Województwa (UMWD -www.turystyka.dolnyslask.pl) oraz Dolnośląską Organizację Turystyczną (www.dolnyslask.info.pl, www.dot.org.pl; w tym również zrealizowane w ramach Dolnośląskiego Systemu Informacji Turystycznej: (www.sudety.it.pl, www.karkonosze.it.pl, www.ziemiaklodzka.pl – obecnie funkcjonuje jedynie portal www.sudety.it.pl i www.ziemiaklodzka.pl).

Serwisy o tematyce turystycznej prowadzą również jednostki samorządowe (szczególnie w gminach o dobrze rozwiniętej funkcji turystycznej), a także oczywiście podmioty prywatne z branży turystycznej. Poniżej w tabeli 3 przedstawiono przykładowo serwisy funkcjonujące na Dolnym Śląsku

Tabela 3. Oglądalność wybranych serwisów zajmujących się promocją turystyczną na Dolnym Śląsku

Nazwa serwisu	Liczba odwiedzin
www.turystyka.dolnyslask.pl	Brak danych statystycznych na stronie
www.karkonosze.it.pl	Strona obecnie nie funkcjonuje
www.sudety.it.pl	596130 (licznik na stronie)
www.ziemiaklodzka.pl	297047 (licznik na stronie)
www.dolnyslask.info.pl	Brak danych

Źródło: opracowanie własne

Obecnie funkcjonujące portale działają niestety w sposób niezależny od siebie, co niekorzystnie wpływa na przekaz informacji do potencjalnych turystów. Szansą na zmianę tej sytuacji (zintegrowanie portali) jest realizowany przez POT projekt budowy Systemu Repozytorium Informacji Turystycznej (System szerzej opisany będzie w rozdziale 4 niniejszego opracowania.). Wdrożenie RIT przyczyni



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

się do integracji baz danych regionalnych z bazami ogólnokrajowymi i udostępnienie ich w serwisach www.

W celu ugruntowania pozycji budowanych marek subregionalnych koniecznym wydaje się stworzenie portali lub subdomen przedstawiających ofertę turystyczną subregionów, których obecnie jest brak. Poniżej w zestawieniu tabelarycznym przedstawiono cele i zadania, jakie zaplanowano do realizacji w poszczególnych subregionach.

Tabela 4. Plany poszczególnych subregionów turystycznych Dolnego Śląska w zakresie budowy portali czy subdomen.

Subregion	Cele w zakresie tworzenia portali lub subdomen	Zadania	Przykłady realizacji projektów (portali)
Subregion Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy	Cel Strategiczny 3 Uruchomienie systemu informacji turystycznej.	Utworzenie subregionalnego portalu internetowego	http://kociegory.com/ strona powstała w ramach projektu „Subregionalne Centrum Informacji Turystycznej „BASZTA” w Żmigrodzie. Region na północ od Wrocławia” (dofinansowanie w ramach RPO WD Priorytet 6, działanie 6.4 „Turystyka Kulturowa
Subregion Dolina Odry Wschód „Kraina Grądów Odrzańskich”	Cel strategiczny: Tworzenie i promocja oferty turystycznej w oparciu o walory kulturowo – przyrodnicze regionu. Cel Operacyjny 1.6. Zwiększenie zakresu promocji i informacji o walorach i ofercie turystycznej subregionu	„Aktywna promocja subregionu” Stworzenie portalu internetowego promującego region (z możliwością zamawiania noclegów)	-----
Subregion „Ślęża”	Cel operacyjny III-2 Stworzenie platformy wymiany informacji, konsultingu turystycznego między wszystkimi	III-2.1. Stworzenie profesjonalnego portalu internetowego Subregionu	-----



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	podmiotami uczestniczącymi w tworzeniu i konsumpcji produktu turystycznego.		
Subregion Bory Dolnośląskie	Program promocji Borów Dolnośląskich	W ramach programu przewiduje się tworzenie stronę internetową z ofertą turystyczną subregionu.	http://www.bory-dolnoslaskie.eu strona powstała w ramach projektu „Odkryj urok Borów Dolnośląskich – kampania promocyjna na rzecz zwiększenia ruchu turystycznego w subregionie Bory Dolnośląskie” (dofinansowanie w ramach RPO WD Priorytet 6, działanie 6.5 „Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową”
Subregion Karkonosze i Góry Izerskie	Program promocji subregionu Karkonosze i Góry Izerskie	W ramach działań promocyjnych przewiduje się utworzenie strony internetowej przedstawiającej ofertę turystyczną subregionu.	http://uzdrowiskowydolnyślask.pl/ strona powstała w ramach projektu „Uzdrowiskowy Dolny Śląsk” (dofinansowanie w ramach RPO WD Priorytet 6, działanie 6.1 „Turystyka Uzdrowiskowa”
Subregion Nysa, Kwisa, Bóbr	Program promocji subregionu Nysa, Kwisa, Bóbr	W ramach działań promocyjnych przewiduje się utworzenie strony internetowej przedstawiającej ofertę turystyczną subregionu.	-----
Subregion Pogórze Kaczawskiego	Program promocji subregionu Pogórze Kaczawskie	W ramach działań promocyjnych przewiduje się utworzenie strony internetowej przedstawiającej ofertę turystyczną subregionu	http://www.gorykaczawskie.pl/
Subregion Sudety Wałbrzyskie	Brak określonych celów	Brak określonych celów w zakresie tworzenia portali lub subdomen	Modernizacja i przebudowa serwisu http://www.mtb.walbrzych.pl i wzbogacenie go o interaktywne trasy rowerowe. Zadanie realizowane w ramach projektu „Promocja turystyki rowerowej i tras MTB w Górach Wałbrzyskich” (dofinansowanie w ramach RPO WD Priorytet 6,



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

			działanie 6.2 „Turystyka aktywna”).
Subregion Sowiogórski	Brak określonych celów	Brak określonych celów w zakresie tworzenia portali lub subdomen	-----
Subregion Ziemia Kłodzka	Działanie 2.2 Zintegrowane systemy informacji i promocji	Tworzenie ujednoczonych baz danych, systemów informatycznych, oprogramowania (w tym portali internetowych) poświęconych produktom turystycznym subregionu (str.391)	-----
Subregion Przedgórze Sudeckie	Subregion nie ma opracowanej koncepcji	-----	-----
Subregion Dolina Odry Zachód	Subregion nie ma opracowanej koncepcji	-----	-----
Subregion Wrocław	Działanie operacyjne I-2.1 Budowa bazy danych n/t ofert	Zadanie I.2.1.3 Otwarcie wspólnego portalu informacyjnego „turystyczny Wrocław”	-----

Źródło: Opracowanie własne

W trakcie modernizacji i budowania portali w regionie należy rozważyć dwa scenariusze, tzn. oprzeć system o już funkcjonujące portale, które będą systematycznie modernizowane (z dodawaniem nowych funkcjonalności) lub budować nowy system, co w początkowej fazie może zakłócić bieżące dostarczanie informacji internetowej oraz promocję regionu.

Dla promocji Dolnego Śląska korzystnym wydaje się tworzenie portali lub subdomen obejmujących cały region w zakresie markowych produktów turystycznych, np. serwisy dotyczące uprawiania produktów turystyki aktywnej, biznesowej czy kulturowej, w układzie subregionalnym. Na stronach głównych portali subregionalnych powinny funkcjonować podstrony dotyczące najważniejszych atrakcji Dolnego Śląska oraz możliwość rezerwacji on-line usług np. przez obiekty noclegowe, poprzez włączenie ich systemów rezerwacyjnych w strukturę strony (z zastrzeżeniem promocji tylko obiektów spełniających normy ustawowe - skategoryzowanych lub będących w ewidencji jst).



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



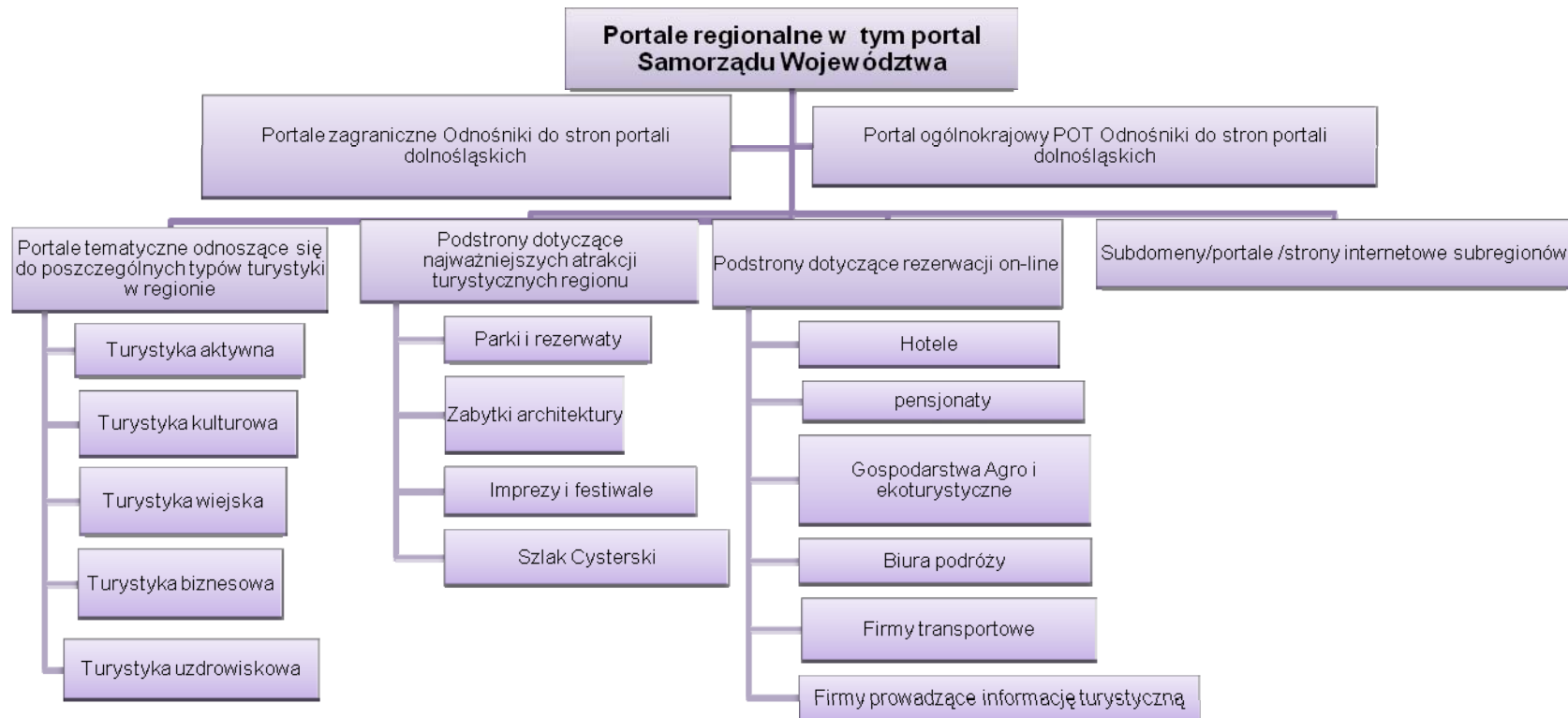
Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Portale dolnośląskie powinny być ściśle powiązane i stwarzać możliwości transferu baz danych z głównym portalem ogólnokrajowym prowadzonym przez POT: www.polska.travel. Poniżej zaprezentowano w formie graficznej proponowany ideowy system tworzenia sieci nowych portali turystycznych i promocyjnych na Dolnym Śląsku (Rys. 2).



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 2. System tworzenia nowych portali i subdomen turystycznych i promocyjnych na Dolnym Śląsku.



Źródło: Opracowanie własne²⁷

²⁷ Podane przykłady portali tematycznych, podstron najważniejszych atrakcji turystycznych oraz podstron dotyczących rezerwacji on – line nie wyczerpują całego katalogu, jaki powinien być dostępny w systemie.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

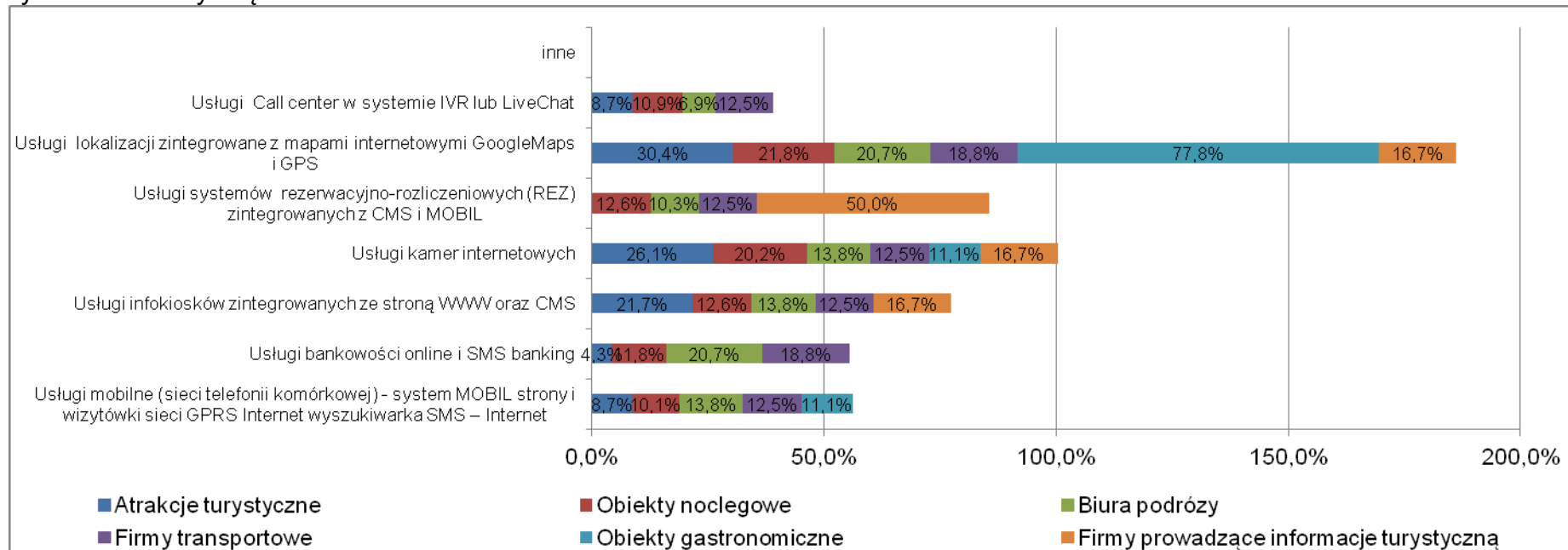
Znaczącym etapem w rozwoju regionu zwiększającym dostępność informacji turystycznych o regionie będzie skuteczna realizacja projektu E-Dolny Śląsk z komponentem e-turystyka. Moduł ten po pełnym wdrożeniu pozwolić może w sposób kompleksowy przedstawić ofertę turystyczną regionu poprzez szereg kanałów komunikacyjnych wykorzystujących sieć internetową (szerzej o tym projekcie w raporcie 6A²⁸ w rozdziale 6).

²⁸ Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce na <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Wykres 1. Wynik badania podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki na Dolnym Śląsku w 2011 roku²⁹ – wg kryterium wykazu usług w dziedzinie nowoczesnych technologii informatycznych, jakie powinny być realizowane w ramach systemu e-Dolny Śląsk.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań realizowanych na potrzeby raportu 6A³⁰

²⁹ Badania były realizowane przez Dolnośląską Organizację Turystyczną w dniach 13.-22.07.2011r. metodą CATI na próbie badawczej (komponent A – 169, komponent B - 167, komponent C 167).

³⁰ Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



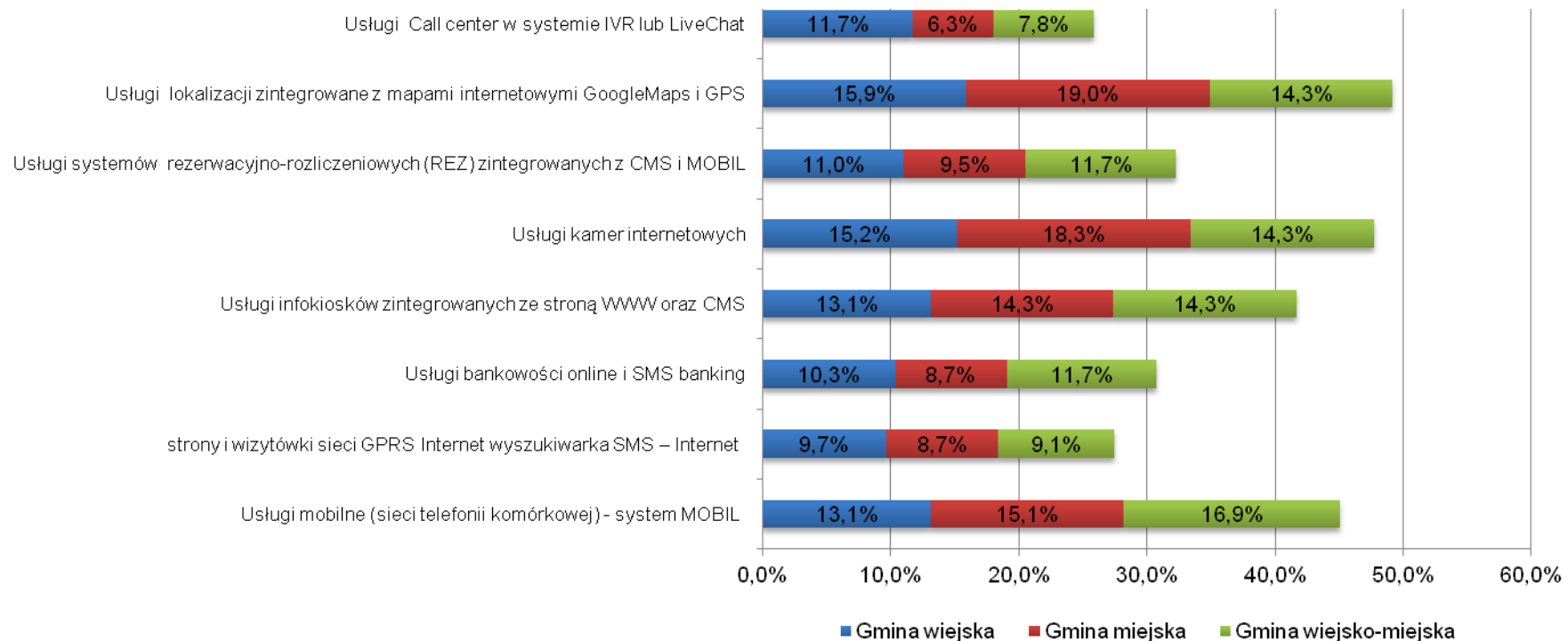
Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Powyższy wykres wskazuje na duże oczekiwania podmiotów w zakresie wykorzystania projektu E-Dolny Śląsk w zakresie wykorzystywania przez nich nowoczesnych technologii informacyjno - komunikacyjnych. Podobne zapotrzebowanie występuje również ze strony gmin Dolnego Śląska. Wyniki przedstawia wykres nr 2 wykonany na podstawie badań realizowanych na potrzeby raportu 6A³¹

³¹ Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce.
Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>.

Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Wykres 2. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium wykazu usług w dziedzinie nowoczesnych technologii informatycznych, jakie powinny być realizowane w ramach systemu e-Dolny Śląsk.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.



Wnioski:

- Dla sprawnego informowania turystów w regionie i o regionie konieczne są działania zmierzające do integracji rozproszonych obecnie funkcjonujących portali, prowadzone w sposób systemowy w oparciu o zaakceptowany przez wszystkie zainteresowane strony mechanizm wdrożenia i finansowania oraz skorelowany z systemami ogólnopolskimi,
- Budowa subdomen/portali subregionalnych powinna wynikać z marek subregionalnych produktów turystycznych i je ugruntowywać, a także być fragmentem systemu promocji regionalnej i jednego portalu wizerunkowego (www.visitsilesia.pl – po jego odzyskaniu, ale przez Samorząd Województwa aby skutecznie konkurować z Województwem Śląskim),
- Podstawą do tworzenia subdomen prezentujących markowe produkty turystyczne regionu powinny być prowadzone stale i cyklicznie badania pod nadzorem i ze środków Samorządu Województwa i uwzględniające główne charakterystyki odbiorców, oraz także informacje pozyskane w toku badań realizowanych na potrzeby tego projektu, (które mogą być okazjonalnie powtarzane i aktualizowane),
- Niezbędnym jest powiązanie (w tym zautomatyzowane) portali regionalnych z portalami zagranicznymi i krajowymi oraz umożliwienie bezproblemowej wymiany bazodanowej pomiędzy tymi serwisami, warunkiem jest kompatybilność systemów CMS. Takie działanie zwiększy możliwości zasięgu oddziaływania portali promocyjnych Dolnego Śląska;
- Konieczne jest stworzenie mechanizmu zachęt (finansowych, konkursowych, certyfikujących) ze strony Samorządu Województwa dla regionalnych jednostek samorządu terytorialnego aktywnie rozwijających, aktualizujących i komercjalizujących lokalne systemy promocji internetowej, w tym własne serwisy www (docenianie dobrych praktyk i liderów ITC).
- Jak wynika z badań istnieje duże oczekiwanie w stosunku do realizowanego projektu E – Dolny Śląsk w zakresie wykorzystania nowoczesnych technologii



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

informatycznych, zarówno przez podmioty gospodarcze z branży jak i jednostki samorządowe.



3. Kierunki, modele i zasady scalania sieci informacji turystycznej oraz systemów przesyłania danych typu WLAN czy HotSpot w regionie

Najważniejszym elementem informacji turystycznej w regionie są punkty (biura) informacji turystycznej. Celem ich działania jest udzielanie rzetelnej informacji zbitej z potrzebami turysty. Od lat 90-tych XX w. w wyniku likwidacji Centralnego Ośrodka Informacji Turystycznej (odpowiadającego m.in. za kategoryzację punktów informacji turystycznej) sieć punktów informacji turystycznej funkcjonowała w pewnym nieładzie. Czynnikiem komplikującym działanie punktów informacji turystycznej był także brak ochrony prawnej nazwy „informacja turystyczna” i loga „IT”. Różne podmioty korzystają (często są to biura podróży) z loga, przez co tworzy się szum informacyjny, który zakłóca dotarcie do turysty rzetelnej informacji.

Pewne zręby funkcjonowania sieci informacji turystycznej (wykorzystującej technologie WLAN i HotSpot) został przedstawiony w projekcie E-turystyka ma Dolnym Śląsku. Zaprezentowany w ramach koncepcji³² system funkcjonowania sieci informacji turystycznej w powiązaniu z POT jest dobrym punktem wyjściowym do uporządkowania systemu informacji turystycznej w regionie. Należy go jednak zmodyfikować w celu uwzględnienia stworzonych subregionów turystycznych po opracowaniu koncepcji.

Od 2010 r. z inicjatywy POT, Forum Informacji Turystycznej oraz Zespołu Roboczego ds. Informacji Turystycznej rozpoczął się proces certyfikacji punktów informacji turystycznej w Polsce. Działania te mają na celu:

- zapewnienie odpowiedniej, jakości obsługi turystów przez jednostki informacji turystycznej,

³² W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel, S.Francuz, „Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

- stworzenie krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej współpracujących na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym.³³

Procedura certyfikacyjna realizowana jest na zasadzie dobrowolności, na poziomie regionalnym przeprowadza ją Regionalna Komisja Certyfikacyjna, w województwie dolnośląskim funkcjonuje ona przy Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej. Decyzja o przyznaniu certyfikatu podejmowana jest w oparciu o regulamin certyfikacyjny oraz minimalne kryteria certyfikacyjne. Dla jednostek informacji turystycznej wprowadza się cztery kategorie jednostek oznaczone odpowiednio gwiazdkami.

Poniżej w formie tabeli przedstawiono minimalne wymagania dla poszczególnych kategorii jednostek informacji turystycznej wg koncepcji POT (Tab. 5)

Tabela 5. Minimalne kryteria certyfikacji jednostek informacji turystycznej w Polsce wg POT.

	1 gwiazdka	2 gwiazdki	3 gwiazdki	4 gwiazdki
Lokalizacja	-	-	+	+
			w centrum miasta / miejscowości; przy głównych trasach turystycznych	w centrum miasta / miejscowości; przy głównych trasach turystycznych
Dostępność architektoniczna dla niepełnosprawnych	-	-	+	+
Oznakowanie (forma)	+	+	+	+
	dowolna forma oznakowania „i”	napis nad wejściem (stały)	podświetlany kaseton (o ile zezwoli konserwator zabytków)	podświetlany kaseton (o ile zezwoli konserwator zabytków)
Oznakowanie dojazdu	-	-	+	+

³³ <http://www.pot.gov.pl/certyfikacje-it/>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	1 gwiazdka	2 gwiazdki	3 gwiazdki	4 gwiazdki
Dni i godziny otwarcia	+ dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone	+ dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone	+ dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego min. 5 dni/tyg.,	+ dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego min. 6 dni/tyg
Układ pomieszczeń	-	+ obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu	+ obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu	+ obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu
Samodzielne stanowiska komputerowe	-	+ co najmniej jedno	+ co najmniej jedno	+ co najmniej dwa
Stojaki na materiały	+	+	+	+
Witryna / gablota	-	-	+	+
Kiosk elektroniczny na zewnątrz lub monitor w witrynie z informacjami chodzącymi w pętli	-	-	-	+
Dostępne bezpłatne materiały drukowane	+ o najbliższej okolicy	+ o najbliższej okolicy oraz ponadlokalne	+ o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych	+ o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych; także materiały tematyczne, specjalistyczne
Doświadczenie informatorów – kierunkowe lub	+ Co najmniej jedna	+ co najmniej jedna	+ co najmniej dwie	+ wszyscy



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	1 gwiazdka	2 gwiazdki	3 gwiazdki	4 gwiazdki
kilkuletnie (w turystyce – np. przewodnicy, w informacji turystycznej)	osoba	osoba	osoby	informatorzy
Znajomość języków obcych	+	+	+	+
	jeden język obcy w stopniu podstawowym	co najmniej jeden język obcy stopniu komunikatywnym	co najmniej dwa języki obce w stopniu dobrym	co najmniej trzy języki obce (dwa w stopniu bardzo dobrym i jeden w stopniu komunikatywnym)
Zakres udzielanych informacji	o najbliższej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi	o bliższej i dalszej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi	o okolicy i całym regionie + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi	bardzo szczegółowo i wyczerpująco o całym regionie i o bliższej i dalszej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi
Sprzedaż pamiątek, publikacji, etc.	-	-	-	+
Sprzedaż usług przewodnickich	-	-	-	+
Dodatkowe funkcje – oprócz świadczenia usług informacji IT i sprzedaży	-	-	-	+
				podejmowanie samodzielnych inicjatyw, animacja życia turystycznego, prowadzenie badań konsumenckich

Źródło: <http://www.pot.gov.pl/certyfikacje-it/>



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Aktualnie proces kategoryzacji przeszło 29 punktów IT na Dolnym Śląsku, w tym poziom cztery gwiazdki uzyskało 14 punktów, 3 gwiazdki - 10, dwie gwiazdki - 2 punkt, a jedną gwiazdkę jeden punkt IT.

Poniżej przedstawiona została lista punktów informacji turystycznej na terenie Dolnego Śląska (stan na wrzesień 2011r.), z uwzględnieniem wyników kategoryzacji prowadzonej przez Dolnośląską Organizację Turystyczną.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Tabela 6. Skategoryzowane punkty informacji turystycznej na Dolnym Śląsku

Punkt IT	wynik ponownej kategoryzacji	adres email	tel	nazwa ulicy i numer	kod	miejsowość	adres www
Bystrzyca Kłodzka	4 gwiazdki	it-bystrzycaklodzka@wp.pl	074 811 37 31	ul. Rycerska 20	57-500	Bystrzyca Kłodzka	www.bystrzycaklodzka.pl
Lwówek Śląski	4 gwiazdki	it@lwowekslaski.pl	075 647 79 12	Plac Wolności 1	59-600	Lwówek Śl	www.lwoewkslaski.pl
Świeradów Zdrój	4 gwiazdki	it@swieradowzdroj.pl	075 781 63 50	ul. Zdrojowa 10	59-850	Świeradów Zdrój	
Ząbkowice Śląskie	3 gwiazdki	pcit@zabkowice-powiat.pl	074 815 74 01	Sw. Wojciecha 5/1	57-200	Ząbkowice Śl	www.ziemiazabkowicka.p
Kłodzko	4 gwiazdki	rit@um.klodzko.pl	074 865 46 89	pl. Bolesława Chrobrego 1	57-300	Kłodzko	www.klodzko.pl/informac
Luban	3 gwiazdki	it@luban.pl	075 722 25 41	ul. Bracka 12	59-800	Luban	www.irc.luban.pl
Kliczków (na Zamku)	3 gwiazdki	marketing@kliczkow.com.pl	075 734 07 00	kliczków 8	59-724	Osiecznica	www.kliczkow.pl
Wałbrzych	4 gwiazdki	cit_walbrzych@poczta.onet.pl	074 842 20 00	ul. Rynek 9	58-300	Wałbrzych	
Polanica Zdrój	4 gwiazdki	info@polanica.pl	074 868 24 44	ul. Zdrojowa 13	57-320	Polanica Zdrój	
Żmigród	4 gwiazdki	it@zmigrod.com.pl	071 385 39 31	ul. Parkowa (baszta)	55-140	Żmigród	www.zmigrod.com.pl
Milicz		it@milicz.pl	071 38 300 35		56-300	Milicz	
Krośnice	3 gwiazdki	info@cets.com.pl	71 384 60 43	ul. Sanatoryjna 19	56-320	Krośnice	www.cets.com.pl
Legnica OSiR	3 gwiazdki	sekretariat@legnica.eu	076 72 33 800	ul. N. M. Panny 7	59-220	Legnica	www.osir.legnica.pl
Kudowa Zdrój	2 gwiazdki	turystyka@kudowa.pl	074 866 13 87	ul. Zdrojowa 44	57-350	Kudowa Zdrój	www.kudowa.pl
Bolesławiec	4 gwiazdki	pitik@bok.boleslawiec.pl	075 644 55 93	pl. Piłsudskiego 1 c	59-700	Bolesławiec	www.it.boleslawiec.pl
Złotoryja	4 gwiazdki	cit_zlotoryja@wp.pl	076 878 18 73	ul. Basztowa 15	59-500	Złotoryja	www.cit.zlotoryja.pl
Jelenia Góra	4 gwiazdki	it@jeleniagora.pl	075 767 69 25	ul. Bankowa 27	58-500	Jelenia Góra	www.jeleniagora.pl
Piechowice	3 gwiazdki	informacja@piechowice.pl	075 76 17 201	ul. Żymierskiego 53	58-573	Piechowice	
Szklarska Poręba	4 gwiazdki	it@szklarskaporeba.pl	075 47 740	ul. Jedności Narodowej 1a	58-580	Szklarska Poreba	www.szklarskaporeba.pl
Świerzawa	2 gwiazdki	centrumkultury@swierzawa.pl	075 71 35 273	ul. Jeleniogórska 58	59-540	Świerzawa	www.it.swierzawa.com
Dolnośląska IT we Wrocławiu	4 gwiazdki	bozena@itwroclaw.pl	071 342 01 85	Sukiennice 12	50-107	Wrocław	
IT Wrocław	4 gwiazdki	info@itwroclaw.pl	71 344 31 11	Rynek 14	50-101	Wrocław	www.wroclaw-info.pl
Kowary	3 gwiazdki	it@kowary.pl	075 718 24 89	ul. 1 Maja 1a	58-530	Kowary	www.kowary.pl
Gryfów Śląski	3 gwiazdki	it@gryfow.pl	075 781 29 44	Rynek 33	59-620	Gryfów Śląski	www.cit.gryfow.pl
Jawor	4 gwiazdki	poczta@gcit.jawor.pl	076 870 33 71	ul. Rynek 3	59-400	Jawor	www.jawor.plw.gci
Bielawa	3 gwiazdki	cit@barl-bielawa.pl	74 833 40 24	Wolności 128 B	58-260	Bielawa	www.cit.barl-bielawa.pl
Legnica Satyrykon	1 gwiazdka	galeriasatyrykon@lck.art.pl	501 504 515	Rynek 36	59-200	Legnica	
Dzierżoniów	3 gwiazdki	cit@um.dzierzoniow.pl	74 645 04 02	Rynek 1	58-200	Dzierżoniów	www.dzierzoniow.pl

Źródło: Dolnośląska Organizacja Turystyczna



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Dla zapewnienia standaryzacji świadczonych usług informacyjnych istotne jest także ujednoczenie systemu baz danych w punktach IT. Dane powinny być ułożone w takiej samej strukturze, tak, aby turysta miał łatwość w dotarciu do nich niezależnie, z którego punktu korzysta. Ważne jest także, aby w każdym punkcie turysta mógł pozyskać informacje na temat całego regionu a nie tylko na temat najbliższego otoczenia.

Istotnym elementem oceny wg Kryteriów POT jest prowadzenie własnej strony informacyjnej, jak również udostępnienie turystom samodzielnych stanowisk komputerowych umożliwiających wyszukiwanie informacji, punkty posiadające najwyższą kategoryzację **** powinny mieć przynajmniej dwa takie stanowiska. Duże znaczenie aczkolwiek dodatkowe ma również wyposażenie najbliższego otoczenia punktu IT w technologii Hot Spot.

Oprócz informacji internetowej zwrócono również uwagę na poziom świadczenia informacji bezpośredniej. Bardzo ważnym krokiem w tej dziedzinie jest także podział informatorów na 3 klasy (z honorowaniem uprawnień uzyskanych wcześniej), odpowiadające kwalifikacjom potwierdzonym egzaminem. System ten wzorowany jest na najlepszych wzorcach krajów europejskich.

Efektywny system informacji turystycznej powinien spełniać następujące cele:

- zapewnić usprawnienie obsługi turystów,
- zapewnić prawidłowe rozmieszczenie ruchu turystycznego w stosunku do możliwości recepcyjnych poszczególnych regionów i miejscowości,
- zapewnić popularyzację mało znanych regionów i miejscowości turystycznych,
- zwiększyć zainteresowanie turystów zagranicznych Polską, jako krajem recepcji turystycznej.³⁴

W wyniku podziału Dolnego Śląska na subregiony turystyczne wydaje się być koniecznym wdrażanie w poszczególnych subregionach jednolitej szaty graficznej na stronach www oraz wizualizacji samych punktów it „np. poprzez zastosowanie jednolitych technik prezentacyjnych i wystroju samych punktów. Powinno być to

³⁴ W.W. Gaworecki: *Turystyka*. PWE 1997, s. 226

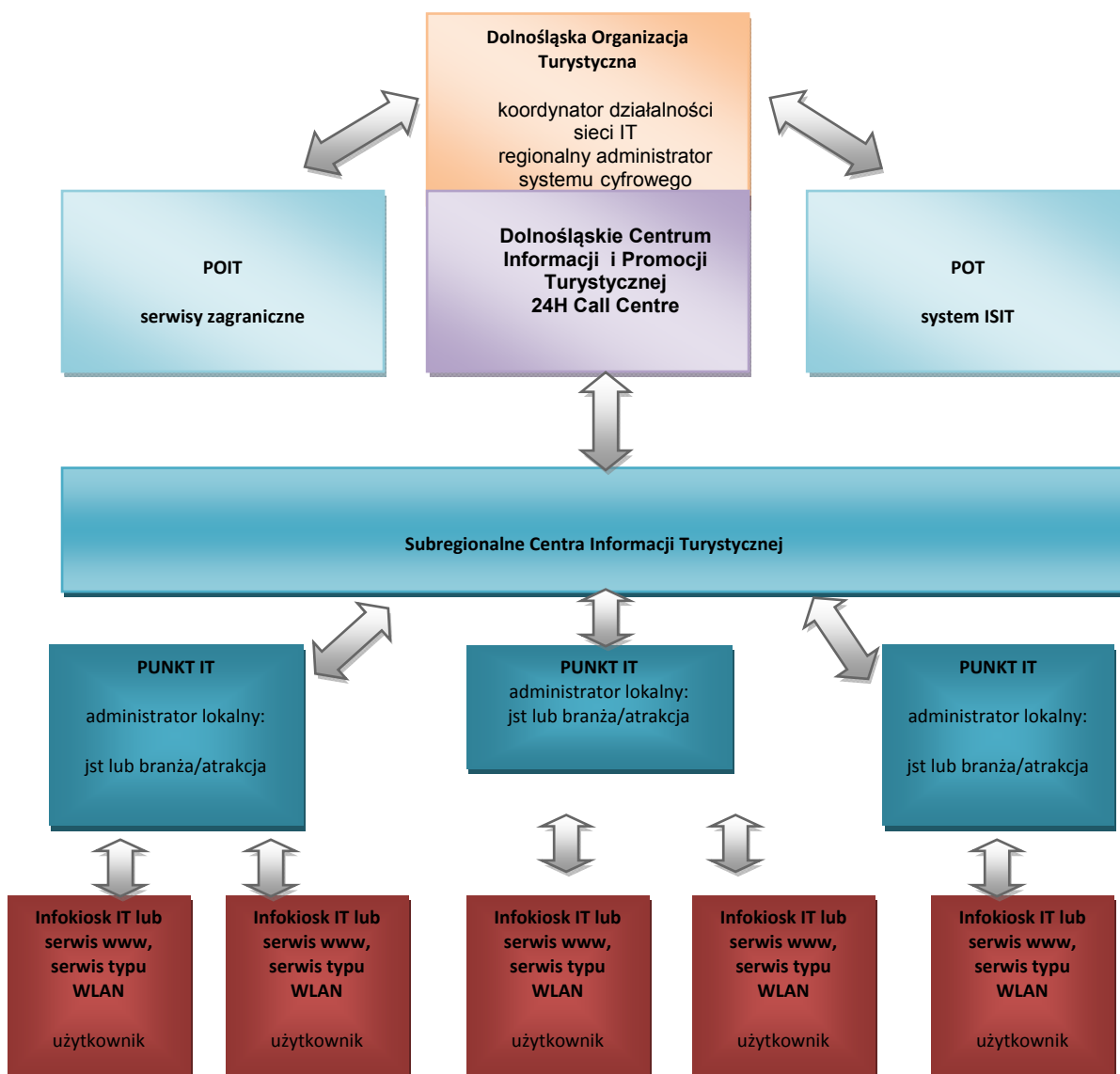


Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

jednak wynikiem zamierzonych i skoordynowanych działań wynikających z uprzednio przygotowanych Systemów Identyfikacji Wizualnej.

Poniżej przedstawiono zmodyfikowaną autorską strukturę zarządzania Systemem Informacji Turystycznej na Dolnym Śląsku (Ryc.3)

Rysunek 3. Struktura zarządzania systemem informacji turystycznej na Dolnym Śląsku



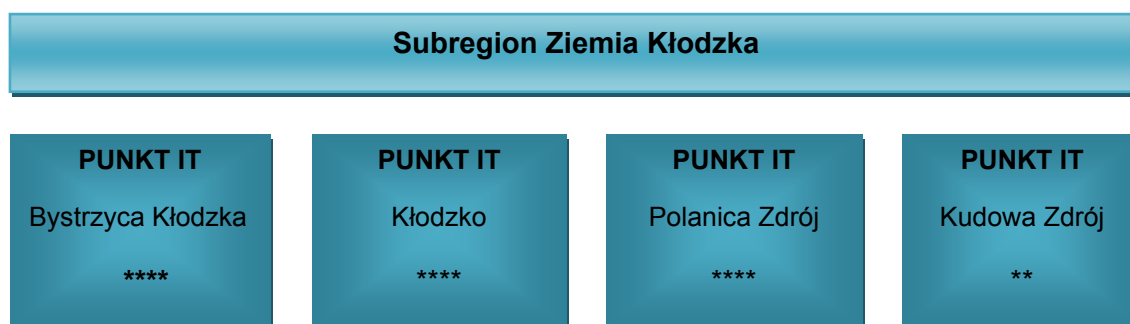
Źródło: Opracowanie na podstawie W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel, S.Francuz, „Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Poniżej dla przykładu przedstawiona została sieć punktów informacji turystycznej w subregionie Ziemia Kłodzka. Na cztery punkty informacji turystycznej, 3 uzyskały kategorię czterech gwiazdek (Ryc. 4)

Rysunek 4. Punkty informacji turystycznej w subregionie Ziemia Kłodzka



Źródło: Opracowanie własne

Rozwój mobilnych urządzeń wyposażonych w technologię WI-FI daje punktom informacji turystycznej możliwość dostarczania treści poprzez sieć bezprzewodową, która cechuje się niskim kosztem obsługi. Pozwala także na zwiększanie możliwości prezentacji walorów turystycznych danego obszaru np. poprzez fotokody, które zamieszczane są na obiektach wartych zwiedzenia.

Przykładem takich rozwiązań jest wdrożony w Łodzi system „Odkoduj Łódź” składający się z tabliczek umieszczonych na wybranych zabytkach (w pierwszym etapie przewiduje się umieszczenie ich na 50 obiektach). W fotokodach zakodowane są informacje. Dzięki specjalnej aplikacji dekodującej zainstalowanej w telefonie komórkowym możliwe jest zeskanowanie fotokodu. Po zeskanowaniu otwiera się mobilna strona wybranego zabytku wraz z wszelkimi informacjami (mapy, filmy, głos lektora itd.).³⁵

Przykładem innych rozwiązań mobilnych była próba wdrożenia systemu we Wrocławiu, który funkcjonuje za pomocą urządzeń komunikujących w technologii bluetooth z telefonami komórkowymi turystów. System umożliwia przesyłanie zdjęć,

³⁵<http://dziennikturystyczny.pl/2009/11/innowacyjny-system-informacji-turystycznej-oparty-o-fotokody-w-lodzi/>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

dynamicznych animacji umożliwi również rezerwację biletu, itp. Jednakże z uwagi na brak środków zaniechano realizacji tego projektu i system obecnie nie funkcjonuje.

W ramach komponentu B projektu „Promujmy Polskę Razem” (wdrażanym również na Dolnym Śląsku) realizowany jest podprojekt polegający na wzbogaceniu systemu informacji turystycznej o nowy kanał dystrybucji informacji tzn., infokioski, które będą zawierały treści o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym. Na poziomie narodowym za aktualizację treści odpowiedzialna będzie POT z kolei na poziomie regionalnym ROT. Infokioski będą zawierały informacje on-line oraz off-line zapisane na dysku twardym. Poprzez interfejs Bluetooth będzie można dystrybuować pliki przydatne na platformach mobilnych np. mapy, przewodniki głosowe, aplikacje na telefony komórkowe, tablety itp. Obecnie POT jest w trakcie zakupu takich urządzeń otrzymają je na Dolnym Śląsku punkty informacji turystycznej najwyższej skategoryzowane (4 gwiazdki). Docelowa liczba infokiosków to między 8 a 12 zależnie od wyników przetargu. Pozwoli to w niewielkim stopniu uzupełnić duże potrzeby w tej dziedzinie informacji turystycznej dostępnej 24 godziny siedem dni w tygodniu.

Tabela 7. Potencjalne miejsca lokalizacji infokiosków informacji ogólnopolskich i regionalnych na Dolnym Śląsku.

Miejscowość	Subregion
Bystrzyca Kłodzka	Ziemia Kłodzka
Lwówek Śląski	Nysa, Kwisa, Bóbr
Świeradów Zdrój	Nysa, Kwisa, Bóbr
Kłodzko	Ziemia Kłodzka
Wałbrzych	Sudety Wałbrzyskie
Polanica Zdrój	Ziemia Kłodzka
Żmigród	Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy
Bolesławiec	Bory Dolnośląskie
Złotoryja	Pogórze Kaczawskie
Jelenia Góra	Karkonosze i Góry Izerskie
Szklarska Poręba	Karkonosze i Góry Izerskie
Dolnośląska IT we Wrocławiu	Wrocław
Wrocław	Wrocław
Jawor	Pogórze Kaczawskie

Źródło: Opracowanie własne

Istotny wkład w budowanie sieci punktów informacji turystycznych (niektórych wyposażonych w infokioski) jest realizacja projektu pn. „Południowo – Zachodni



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Szlak Cysterski³⁶ wdrażanego przez Województwo Dolnośląskie wraz z partnerami. W tabeli 8 przedstawione zostały punkty informacji turystycznej tworzone w ramach projektu na terenie województwa dolnośląskiego.

Tabela 8. Punkty informacji turystycznej tworzone w ramach Południowo – Zachodniego Szlaku Cysterskiego.

Lp	Partner projektu - gestor punktu IT	Parametry lokalizacji
1	Gm. Kamieniec Ząbkowicki 57-230 Kam. Ząbkowicki ul. Ząbkowicka 26	57- 230 Kamieniec Ząbkowicki, ul Zamkowa 6 Punk Informacji Turystycznej w środku kiosk
2	Gm. Miasto Świdnica 55-100 Świdnica ul. Armii Krajowej 49	Punkt Informacji Turystycznej 155-100 Trzebnica, ul Piłsudskiego 1 Kiosk - 55-100 Trzebnica ul Kolejowa. Dworzec Kolejowy poczekalnia
3	Gm. Jelenia Góra 58-500 Jelenia G. Pl. Ratuszowy 58	Punktu Informacji Turystycznej 58-560 Jelenia Góra, pl. Piastowski 32 Kiosk montowany na zewnątrz
4	Gm. Legnica 59 - 220 Legnica, pl. Słowiański 8	Punkt Informacji Turystycznej 59-220 Legnica, pl. Zamkowa 1 Brama Głogowska Kiosk na zewnątrz punktu.
5	Gm. Wołów 56-100 Wołów, Rynek Ratusz	Punkt Informacji Turystycznej 56-100 Wołów, Lubiąż pl. Klasztorny Kiosk w środku
6	Gm. Jemielnica 47-133 Jemielnica, ul. Strzelecka 67	Punkt Informacji Turystycznej 47-133 Jemielnica, ul Wiejska 65 Kiosk przy punkcie
7	Gm. Kuźnia Raciborska 47-420 Kuźnia Raciborska, ul J. Słowackiego 4	Punkt Informacji Turystycznej 47-420 Kuźnia Raciborska, ul Cysterska Kiosk w punkcie

³⁶Projekt jest realizowany na terenie pięciu województw: wielkopolskiego, małopolskiego, opolskiego, śląskiego, dolnośląskiego w partnerstwie samorządów tych województw oraz regionalnych organizacji turystycznych. Projekt finansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach działania 6.4. W wyniku realizacji projektu powstanie Południowo-Zachodni Szlak Cystersów – liniowy produkt turystyczny przebiegający przez główne korytarze tranzytowe związane z Mistrzostwa Europy 2012 . Trasa przebiegać będzie przez obiekty pocysterskie m.in. w Łądzie, Łeknie, Obrze, Ołoboku, Owińsku, Przemęcie, Wągrowcu, Wieleniu, Ludźmierzu, Mogile, Szczerycy, Szklanych Domach, Henrykowie, Kamieńcu Ząbkowickim, Bardzie, Krzeszowie, Trzebnicy, Jemielnicy, Rudach, Lubiążu, oraz w sąsiedztwie 11 z 19 obiektów wpisanych na listę światowego dziedzictwa kultury UNESCO. Szlak będzie posiadał również pętle lokalne tj. odnogi biegnące przez obszar oddziaływania poszczególnych opactw Cystersów. Na szlaku powstanie podstawowa infrastruktura turystyczna, tj. parkingi z wyposażeniem, sanitariaty, punkty informacji turystycznej itp.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

8	Gm. Jodłownik 34-620 Jodłownik 198	Punkt Informacji Turystycznej 1.Jodłownik 2.Szczyrzyc
---	---------------------------------------	---

Źródło: Wydział Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego.

Ważnym komponentem projektu „Promujmy Polskę Razem” jest również utworzenie Contact Center wykorzystujących różne kanały komunikacji z turystami w oparciu o bazy Repozytorium Informacji Turystycznej.

Na przykładzie takich rozwiązań można budować podobny system na Dolnym Śląsku, integrując go z ogólnokrajowym.

Rysunek 5. Funkcjonalności Contact Center.



Źródło: Prezentacja B. Walasa podczas targów turystycznych MTT Wrocław 2010.

Dla sprawnej informacji ważna jest także współpraca dolnośląskich punktów informacji turystycznej z partnerami z Niemiec i Czech. Dla polepszenia dostępu informacji rekomenduje się wzajemne udostępnianie linków na stronach



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

dolnośląskich IT i stronach serwisów zagranicznych IT. Dobrym rozwiązaniem byłoby przydzielenie pewnej przestrzeni dyskowej w infokioskach³⁷ na terenie Dolnego Śląska (miejscowości przygraniczne oraz Wrocław), w której partnerzy z Niemiec i Czech mogliby zamieszczać swoje informacje. Analogiczna sytuacja dotyczyłaby dolnośląskich IT, które zamieszczałyby informacje po stronie niemieckiej czy czeskiej. Komunikacja pomiędzy partnerami mogłaby się odbywać za pomocą Ekstranetu. Dobrym rozwiązaniem w zakresie zamieszczania danych byłoby zastosowanie aplikacji do zarządzania treścią (CMS). Pozwoli to w łatwy sposób implementować treści również przez personel nietechniczny. Współpraca pomiędzy punktami IT powinna mieć formę uregulowaną za pomocą umów pomiędzy instytucjami zarządzającymi punktami IT.

Ważnym elementem współpracy transgranicznej punktów IT było by wdrażanie wspólnych aplikacji na urządzenia przenośne (przewodniki, mapy, opisy obiektów, itd.). Współpraca powinna być realizowana na poziomie regionu oraz lokalnych punktów IT położonych w pasie przygranicznym. Przykładem takiego rozwiązania jest projekt Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej będący w trakcie oceny eksperckiej (formalno-merytorycznej w procedurze konkursowej) w ramach PO EWT RP – Saksonia „Transgraniczna Sieć informacji turystycznej Borów Dolnośląskich i Górnych Łużyc”.

Wśród szczegółowych celów realizacji w/w projektu, wymienić należy: szkolenia pracowników IT (w zakresie wiedzy o regionie, jakości obsługi turystów, umiejętności językowych), stworzenie jednolitych standardów obsługi, wyglądu punktów IT („podręcznik obsługi w punkcie IT”, jednolity System Identyfikacji Wizualnej) oraz ich doposażenie. Istotnym celem projektu jest również zachęcenie do ścisłej współpracy pomiędzy punktami IT po obu stronach granicy. Cel ten realizowany będzie poprzez wymianę personelu, wspólne „study toury”, spotkania projektowe i komunikatory internetowe, jak również zakrojone na szerszą niż do tej pory skalę działania promocyjne regionu Borów Dolnośląskich i Górnych Łużyc realizowane wspólnie przez pracowników niemieckich i polskich punktów IT. Organizowane również będą

³⁷ Jak wynika z badań realizowanych na potrzeby raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) aż 45, 80% gmin posiada w swojej ofercie usługę infokiosków zintegrowanych ze stroną www oraz CMS.

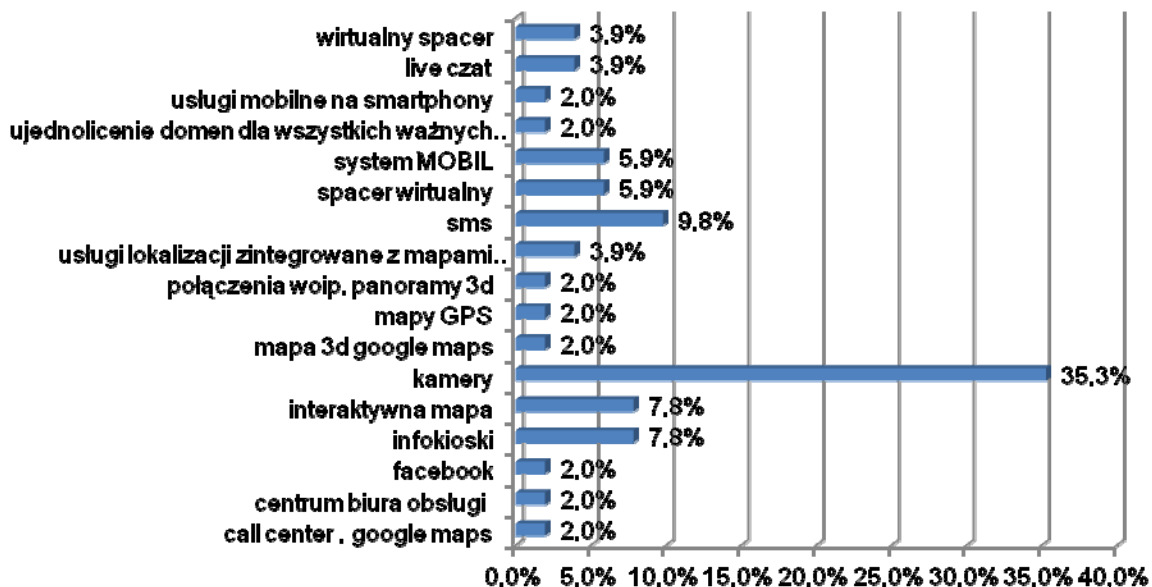


Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

„study toury” dla dziennikarzy i „touroperatorów”, wydawane foldery promocyjne, zaplanowano również wspólny udział obu stron-partnerów w targach turystycznych i imprezach masowych.

Poniżej zaprezentowano dane d/t stopnia i charakteru wykorzystania narzędzi internetowych przez jednostki samorządowe często prowadzące punktu IT (Wykres 3), które wskazują na stosunkowo niski stopień świadomości roli i znaczenie nowoczesnych technik i technologii w rozwoju i promocji turystyki.

Wykres 3. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium planów skorzystania z narzędzi internetowych przez gminy.



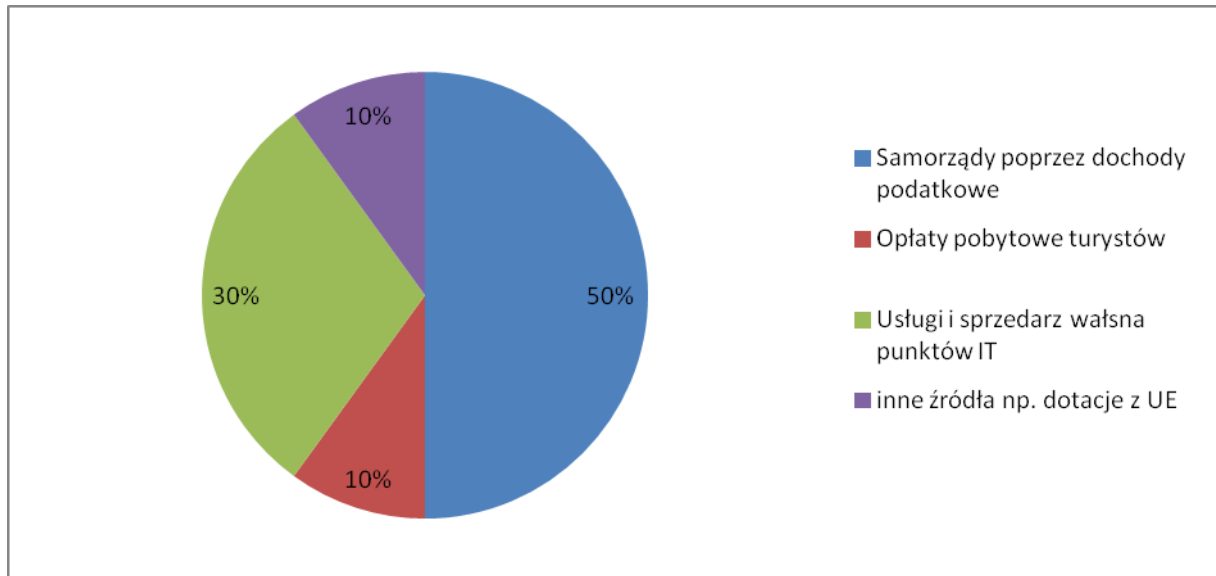
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań przeprowadzonych na potrzeby raportu 6A. Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>

Sprawny i nowoczesny system informacji turystycznej powinien przynosić wymierne korzyści w postaci zwiększenia dochodów dla samorządów, a także przedsiębiorców z branży turystycznej. W zawiązku z tym główny ciężar utrzymania punktów IT powinny ponosić te podmioty. Poniżej przedstawiono udział proponowanych źródeł dofinansowania (Wykres 3. 5):

Wykres 4. Proponowane źródła finansowania działalności punktów IT na Dolnym Śląsku



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"



Źródło: Opracowanie własne.

Wnioski

- Dla sprawnego funkcjonowania informacji turystycznej na Dolnym Śląsku konieczne jest uporządkowanie sieci IT poprzez pełne wdrożenie systemu kategoryzacji dla punktów IT, określenie podziału zasięgu działania dla poszczególnych punktów IT (regionalny, subregionalne oraz lokalne) oraz wdrożenie systemu kształcenia kadry punktów IT wg klas informatorów turystycznych; proces ten jest w trakcie częściowej realizacji (kategoryzacja);
- Niezbędne jest ujednoczenie i techniczne scalenie systemu baz danych w punktach IT, bowiem poprawi to rzetelność i aktualność informacji dostarczanej turystyce oraz pozwoli na wymianę informacji pomiędzy lokalnymi punktami IT (tj. integracja w poziomie), a także w pionie z regionalną informacją turystyczną i dalej docelowo ze informacją turystyczną na szczeblu krajowym (integracja w pionie); wymiana baz danych powinna docelowo mieć także charakter transgraniczny i dotyczyć punktów IT zlokalizowanych na stronie niemieckiej i czeskiej, na zasadzie obustronnej;
- W związku z rozwojem technologii mobilnych punkty IT powinny udostępniać informację i promować obszar, na którym funkcjonują wykorzystując infokioski



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

czy też HotSpot-y znacznie wydłużając dostępność informacji pewne działania w tym kierunku są już obecnie podejmowane np. montowanie infokiosków;

- Należy rozważyć możliwość uruchomienie (analogicznie jak na poziomie krajowym – projekt MSiT i POT) sezonowego telefonu bezpieczeństwa dla turystów w kooperacji Samorządu Województwa oraz Wojewódzkiej Komendy Policji;
- W ramach wdrażania przez Samorząd Województwa projektu E-Dolny Śląsk, koniecznym jest zbudowanie w porozumieniu z punktami IT w regionie komputerowej bazy danych wszystkich rekordów turystycznych będących w zasobach tych punktów (informacje, zdjęcia, bazy adresowe), w celu tworzenie Regionalnej E-Biblioteki Turystycznej (RBT), dającej w przyszłości podstawy do udostępniania informacji z wykorzystaniem technologii WLAN; HotSpot; koniecznym jest stworzenie mechanizmu wsparcia finansowego dla punktów IT ze strony Samorządu Województwa w celu prowadzenia stałej aktualizacji i przesyłania rekordów do RBT;
- Wydaje się uzasadnionym uruchomienie projektu własnego Samorządu Województwa z dotacji RPO (działanie 6.5 na e-usługi w I kw. 2012r.) na stworzenie sieci regionalnych infokiosków w najważniejszych punktach rozrządowych ruchu turystycznego (ok. 30 lokalizacji: centra komunikacyjne, centra turystyczne) skorelowanych z w/w Regionalną E-Biblioteką Turystyczną (RBT) i zdalnie administrowanych przez zespół Wydziału Turystyki UMWD;
- Postulowane jest także stworzenie przez Samorządu Województwa odrębnego profilu pro turystycznego na najpopularniejszych portalach społecznościowych: Twitter, Facebook, NK, MySpace, a także prowadzenia stałej implementacji danych turystycznych na YouTube, Flickr, itp; konieczne jest zagwarantowanie stałej moderacji tych portali (zespół pracowników PR i Wydziału Turystyki Samorządu Województwa),
- Koniecznym jest podjęcia działań d/t stałego wdrażania przez jst nowoczesnych technologii informatyczno-komunikacyjnych w punktach IT oraz we własnych systemach promocji turystyki, oraz działań szkoleniowych dla kadr tych jednostek w zakresie stosowania technologii ITC w turystyce.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

4. Kierunki, modele i zasady scalania lokalnych i regionalnych baz danych informacji turystycznej oraz baz informacji o usługach i produktów turystycznych podmiotów regionalnej gospodarki turystycznej

Obecny regionalny system informacji turystycznej oraz bazy danych o usługach i produktach turystycznych jest niejednorodny i rozproszony, nie funkcjonuje centralna baza danych (nie ma również wymiany danych w na poziomie wertykalnym jak i horyzontalnym), co niekorzystnie wpływa na ich dostępność i aktualność.

Obecnie funkcjonuje serwisy w zakresie wykorzystania technologii opierają się na statycznych i dynamicznych stronach www³⁸.

Na rynku funkcjonuje wiele rozwiązań tworzenia i integracji baz danych; są to zarówno rozwiązania komercyjne jak i realizowane w ramach dostępnego na rynku darmowego oprogramowania.

Na potrzeby stworzenia jednolitej bazy danych, po dokonaniu przeglądu systemów funkcjonujących w regionie oraz dostępnych technologii, rekomenduje się wykorzystanie oprogramowania open source. Dobrym rozwiązaniem w tym zakresie jest zastosowanie popularnego zestawu oprogramowania w skrócie LAMP³⁹, na który składa się:

- System operacyjny Linux (obecnie dostępnych jest wiele dystrybucji linuxa dostępnych w wersji okienkowej, przez co dostępnych dla przeciętnego użytkownika),
- Apache, serwer www - jest to najczęściej stosowany serwer HTML w Internecie,
- MySQL, serwer bazy danych – system zarządzania relacyjnymi bazami danych,
- Perl, PHP, interpreter języka skryptowego.

³⁸ Statyczne serwisy www są już przestarzałą technologią (wykorzystującą język HTML), od której należy odchodzić. Z kolei strony dynamiczne generowane są na bieżąco, co daje nieograniczoną funkcjonalność. Generalnie strona dynamiczna składa się z dwóch współpracujących elementów tj. szablonu oraz zmiennych decydujących o zawartości.

³⁹ Więcej na temat tego rozwiązania: <http://www.lamp-server.pl/mysql/>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Koniecznym elementem sprawnego zarządzania serwisem jest również system zarządzania treścią (CMS⁴⁰). W tym przypadku dobrym rozwiązaniem jest zastosowanie systemu Joomla™, który również należy do rodziny wolnego oprogramowania. System ten umożliwi stworzenie nowej bazy danych wraz z integracją z już istniejącymi⁴¹.

Baza danych powinna obejmować najważniejsze elementy oferty turystycznej: atrakcje turystyczne, bazę noclegową i gastronomiczną, informację o środkach komunikacji, informację o infrastrukturze para turystycznej, położenie, lokalizację, informację o wydarzeniach i imprezach. Niezbędne są działania mające na celu pełną inwentaryzację danych oraz stałą ich aktualizację. Postulowanym jest tworzenie macierzy i struktury tych baz danych analogicznych jak w systemach POT i POIT (ISIT, <http://www.polska.travel/pl>) w celu przyszłościowej integracji merytorycznej rekordów.

Ważnym elementem jest usprawnienie przepływu informacji pomiędzy jednostkami i dostępu ich dla beneficjenta ostatecznego (turysty). W związku z tym konieczna jest pełna integracja baz danych regionalnych z Systemem Repozytorium Informacji Turystycznej (w lipcu 2011r. POT ogłosiła przetarg na wykonanie kompleksowego projektu takiego systemu z uwzględnieniem integracji z zewnętrznymi systemami, w tym na terenie Dolnego Śląska). Poniżej przedstawiono model przepływu informacji (Rys.6).

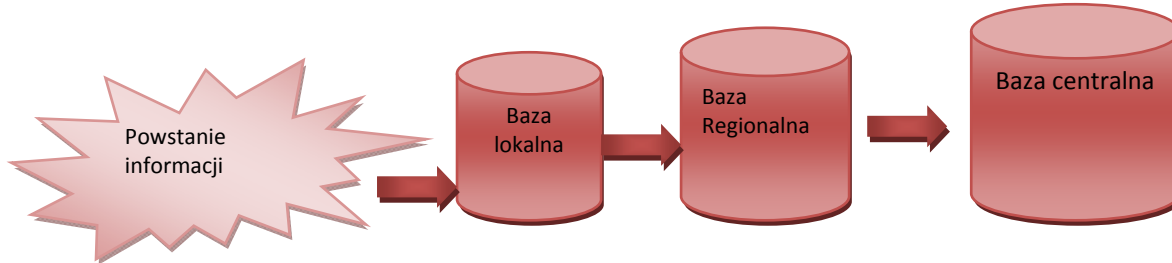
⁴⁰ Wg badań realizowanych w ramach raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) systemy cms są popularne wśród gmin (stosowanie go deklaruje 38,2%, a 19,6% system Joomla).

⁴¹ Więcej informacji na temat korzyści stosowania takiego rozwiązania: <http://www.joomla.pl/index.php/walory-joomla.html>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 6. Model przepływu informacji.



Źródło: M. Bucholz, *Polski System Informacji Turystycznej*, POT, Warszawa 2010, s 53.

Turysta będzie miał dostęp do Repozytorium poprzez szereg kanałów:

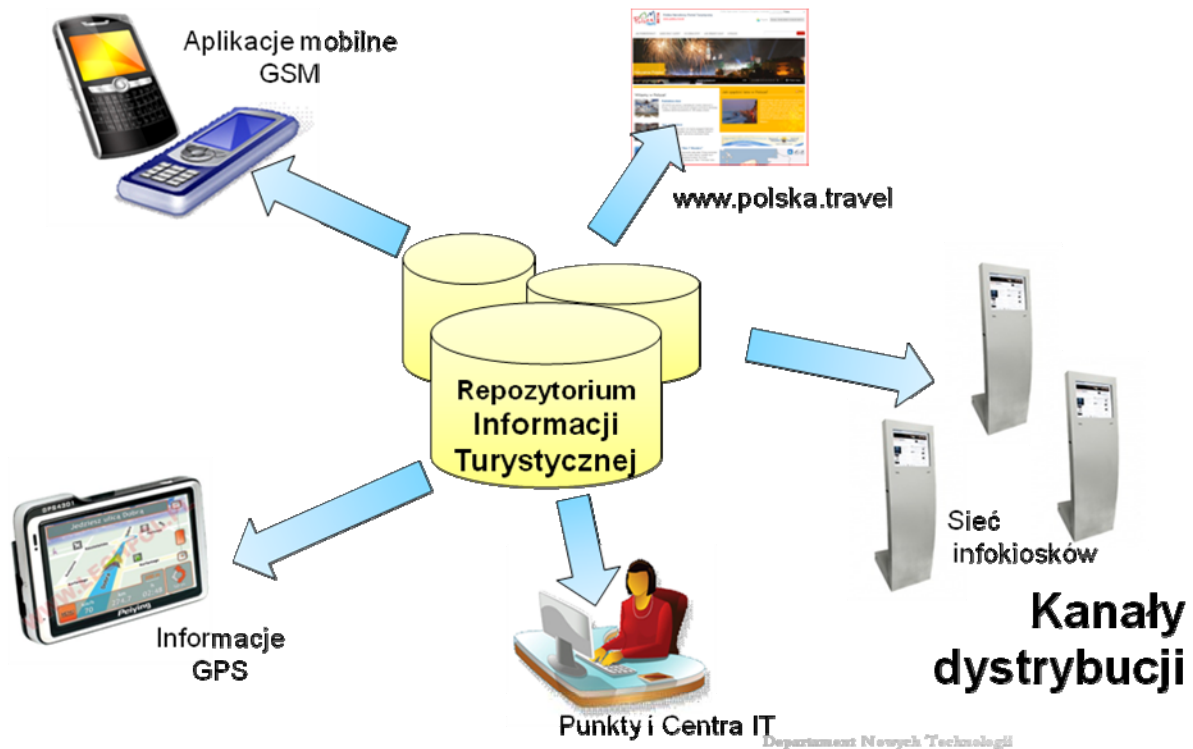
- Strony internetowe,
- Infokioski,
- Aplikacje na urządzenia mobilne (już istniejące lub stworzone specjalnie dla turystów),
- Narzędzia umożliwiające pobranie danych do nawigacji GPS,
- Aplikacje wykonane dla jednostek informacji turystycznej,
- Kanały informacji RSS,
- Web Services.⁴²

⁴² M. Bucholz, *Polski System Informacji Turystycznej*, POT, Warszawa 2010, s 52-53.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 7. Kanäle dystrybucji informacji turystycznej z Repozytorium Informacji turystycznej w ramach projektu „Promujemy Polskę Razem” na szczeblu krajowym.



Źródło: Prezentacja B. Walasa podczas targów turystycznych MTT Wrocław 2010.

Analogicznie kanały dystrybucji przedstawione w powyższym przykładzie powinny być realizowane na poziomie województwa. Istotne jest tu powiązanie baz danych regionalnych z partnerami krajowymi oraz zagranicznymi. Funkcjonalność baz danych powinna być stale rozszerzana poprzez dodawanie nowych kanałów dystrybucji informacji dla turystów ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnych środków przekazu.

Przykładem projektu tworzenia bazy informacyjnej Polski i Niemiec jest realizacja projektu pn. „Inwentaryzacja zasobów turystycznych Borów Dolnośląskich i Powiatu Görlitz i ich promocja”⁴³ realizowanego przez Fundację Pro Culturae Bono (koordynujący partner współpracy) oraz Touristische Gebietsgemeinschaft

⁴³ Więcej o projekcie na stronie: http://www.fundacja-pcb.org/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=22



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Neisseland e.V. Bad Muskau (partnera współpracy) w ramach środków Wspólnego Funduszu Małych Projektów Polska – Saksonia 2007 – 2013 w Euroregionie Nysa.

Projekt został zatwierdzony do realizacji w dniu 30.11.2010r. polega m.in. na inwentaryzacji zasobów turystycznych w Borach Dolnośląskich i powiecie Goerlitz. Jednym z celów projektu jest poprawa transgranicznej wymiany informacji i komunikacji oraz współpraca między dwoma regionami poprzez wspólną realizację projektu. Projekt został już zrealizowany w wyniku, czego na stronach internetowych partnerów projektu (administratorów) znalazła się inwentaryzacja zasobów turystycznych⁴⁴. Dane te są ogólnodostępne, mogą być wykorzystywane zarówno przez turystów jak i podmioty instytucjonalne (np. samorzady, organizacje pozarządowe itd.)

Elementy wspólnej bazy danych zawiera także projekt pn. „Miejskie trasy turystyczne zintegrowanym produktem turystycznym miast czesko-polskiego pogranicza”, w którym partnerem wiodącym jest Gmina Miejska Kłodzko. Projekt polega na stworzeniu sieciowego produktu turystycznego o szerokim obszarze działania. Jednym z elementów jest wykorzystanie nowoczesnych technologii (infokioski oraz audioguide) do przekazu informacji.⁴⁵

Kolejnym przykładem współpracy w zakresie wspólnych baz danych jest projekt VIA FABRILIS – szlak tradycji rzemieślniczych, którego partnerem wiodącym jest Zarząd Karkonoskiego Parku Narodowego Vrchlabí. Jednym z elementów projektu jest opracowanie elektronicznej bazy informacyjnej o tradycjach rzemieślniczych.⁴⁶

Poniżej przedstawiono autorski projekt regionalnego systemu funkcjonowania baz danych w oparciu o hierarchiczną strukturę z elementami wymiany danych na poziomie regionalnym w układzie horyzontalnym (Rys. 8).

⁴⁴http://www.fundacja-pcb.org/index.php?option=com_content&view=article&id=38:inwentaryzacja-zasobow-turystycznych-borow-dolnolskich-i-powiatu-goerlitz-inwentaryzacja-cz1&catid=2&Itemid=23, oraz http://www.fundacja-pcb.org/index.php?option=com_content&view=article&id=39:inwentaryzacja-zasobow-turystycznych-borow-dolnolskich-i-powiatu-goerlitz-inwentaryzacja-cz2&catid=2&Itemid=24

⁴⁵Więcej

na: http://www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_4.pdf

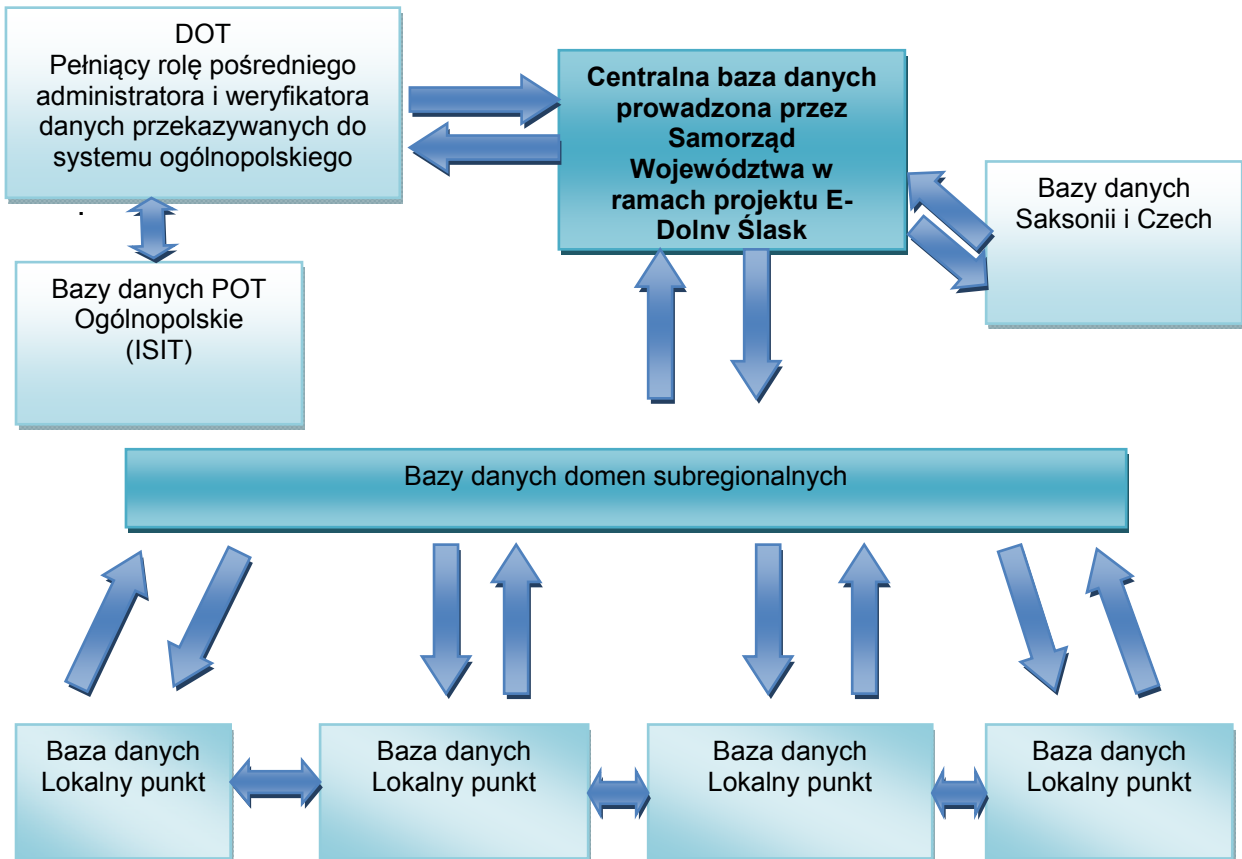
⁴⁶Więcej na:

http://www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_12.pdf



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 8. System funkcjonowania i kooperacji baz danych turystycznych na Dolnym Śląsku.



Źródło: opracowanie własne

Dla sprawnego funkcjonowania baz danych niezbędna jest stała współpraca wszystkich podmiotów uczestniczących w systemie. Istotną rolę odgrywają tu lokalne punkty informacji turystycznej, które gromadzą dane dotyczące oferty produktów turystycznych. Istotna jest również współpraca lokalnych punktów z przedsiębiorcami branży turystycznej w zakresie wymiany danych. Aby ta współpraca miała realne znaczenie dla rozwoju baz danych z informacjami powinna być ona realizowana w oparciu o zawierane umowy współpracy.

Przekazywanie danych z poszczególnych punktów IT do centralnej bazy powinno być realizowane za pomocą kompatybilnego oprogramowania, które posiada wbudowaną obsługę baz danych (pożądane jest wdrożenie tych samych narzędzi w całym województwie). Wszystkie bazy powinny być połączone w jedną sieć za pomocą ekstranetu. W każdym punkcie, który posiada bazę danych powinna



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

znajdować się osoba przeszkolona w zakresie umieszczania danych w bazie oraz przesyłania danych na wyższy poziom. Ważną kwestią jest zapewnienie aktualności danych zawartych w bazach, stąd autorzy niniejszego raportu zalecają częstą weryfikację i aktualizację danych.

Wnioski:

- Jak wynika z badań duża część jednostek samorządu terytorialnego korzysta z systemu zarządzania treścią CMS (w tym w dużej części korzysta z otwartego oprogramowania Joomla), stąd integrację i zarządzanie bazami danych należy przeprowadzać za pomocą takich narzędzi (rozwiązanie takie zmniejszy koszty i umożliwi łatwą wymianę danych).
- Obecnie w województwie dolnośląskim nie funkcjonuje system zapewniający kooperację w zakresie funkcjonowania baz danych. Powiązania baz danych zaprezentowano na rysunku nr 7.
- Niezbędna jest bieżąca integracja powstających baz danych z bazą danych na poziomie ogólnokrajowym oraz z krajami sąsiedzkimi, /bazy danych funkcjonujące w Saksonii i 3: krajach" czeskich.⁴⁷ (patrz rysunek 8)
- Koniecznym jest zwiększanie liczby i typów baz danych d/t regionalnych i subregionalnych produktów turystycznych prowadzonych przez same jednostki samorządowe, a zagregowanych przez Samorząd Województwa w kooperacji z organizacjami turystycznymi (np. DOT),
- Niezbędna jest także agregacja baz danych d/t ruchu turystycznego, podejmowana także w kooperacji z podmiotami branży turystycznej np. z wykorzystaniem analogicznego modelu jak w POT (system SPSS Dimensions).

⁴⁷ Przykłady takiej kooperacji podane były w tym rozdziale.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

5. Kierunki, modele i zasady tworzenia baz GIS i GPS d/t sfery turystyki i potencjału turystycznego regionu

Systemy GIS i GPS⁴⁸ są przydatnym narzędziem wspomagającym turystę podczas jego pobytu na danym obszarze.

Wśród korzyści, jakie daje zastosowanie tych systemów zaliczyć można:

- Śledzenie bieżącego położenia,
- Wizualizację atrakcji turystycznych za pomocą cyfrowych zdjęć i filmów,
- Możliwość przekazania istotnych informacji na temat miejsc turystycznych
- Selektywną informację jak planowanie trasy, noclegi, imprezy kulinarne, specjalne atrakcje itp.,
- Interaktywne mapy odpowiadające na pytania użytkowników.

Wykorzystanie baz GIS usprawni także funkcjonowanie administratorów systemu do najistotniejszych korzyści zaliczyć można:

- *planowanie,*
- *zarządzanie bazami danych,*
- *aktualizacja danych,*
- *planowanie nowych wyborów miejsc.*⁴⁹

Bazy GIS są dobrym narzędziem z uwagi na wielość danych wyjściowych, z jakich można korzystać i przetwarzać, jako dane skierowane do turysty.

Do najważniejszych danych wejściowych na podstawie, których buduje się System Informacji Przestrzennej zaliczyć można:

- mapy,
- zdjęcia satelitarne,

⁴⁸Jak wynika z badań realizowanych na potrzeby raportu 6A Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie:

<http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>) (pytanie, „Jakie usługi w dziedzinie nowoczesnych technologii internetowych i powiązanych dostępne są na Państwa stronie www”): usługi związane z lokalizacją zintegrowane z mapami Google oraz GPS w największym stopniu wykorzystywane były przez: obiekty gastronomiczne-88,5%, firmy transportowe-75,0%, atrakcje turystyczne-65,2%, obiekty noclegowe-55,9%, firmy prowadzące informację turystyczną-50,0%, biura podróży-25,6%. Jednocześnie 77,8%-obektów gastronomicznych, 30,4%-atrakcji turystycznych, 21,8%-obektów noclegowych, 20,7%-biur podróży, 18,8%-firm transportowych oraz 16,7% -firm prowadzących informację turystyczną oczekuje rozwoju tych typów usług w ramach projektu E – Dolny Śląsk.

⁴⁹ Strona internetowa <http://www.cyber-swift.com/gis-tourism.html>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

- radary,
- sonary,
- telemonitoring,
- wszelkie informacje zapisane w formie cyfrowej oraz inne GIS.

Dobrym rozwiązaniem dla poprawy atrakcyjności regionu może być opracowanie map subregionalnych zawierających wszystkie ważne dla turysty informacje (przedstawione w postaci warstw nakładanych na mapę). Dla pełnego komfortu turysty mapy powinny być powiązane z systemem GPS. Pozwoli to na orientację turysty w terenie (informacje czy znajduje się na szlaku, jak daleko ma jeszcze do atrakcji turystycznej itp.). Zakres map mógłby przedstawiać rozmieszczenie np. obiektów noclegowych i gastronomicznych, atrakcji turystycznych, szlaków turystycznych, ważnych obiektów z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej, dojazd do atrakcji, obiekty o podobnej tematyce (zamki w subregionie itp.).

Projekt opracowania map subregionalnych powinien być realizowany przez samorządy zrzeszone w poszczególnych subregionach. One by także zapewniły finansowanie realizacji zadania Projekt należało by powiązać z projektem E-Dolny Śląsk realizowanym przez służby kartograficzne UMWD – Wydział Geodezji w ramach projektu E-Dolny Śląsk w kooperacji z jednostkami geodezyjnymi gmin i powiatów w subregionach.⁵⁰ Samorząd Województwa.

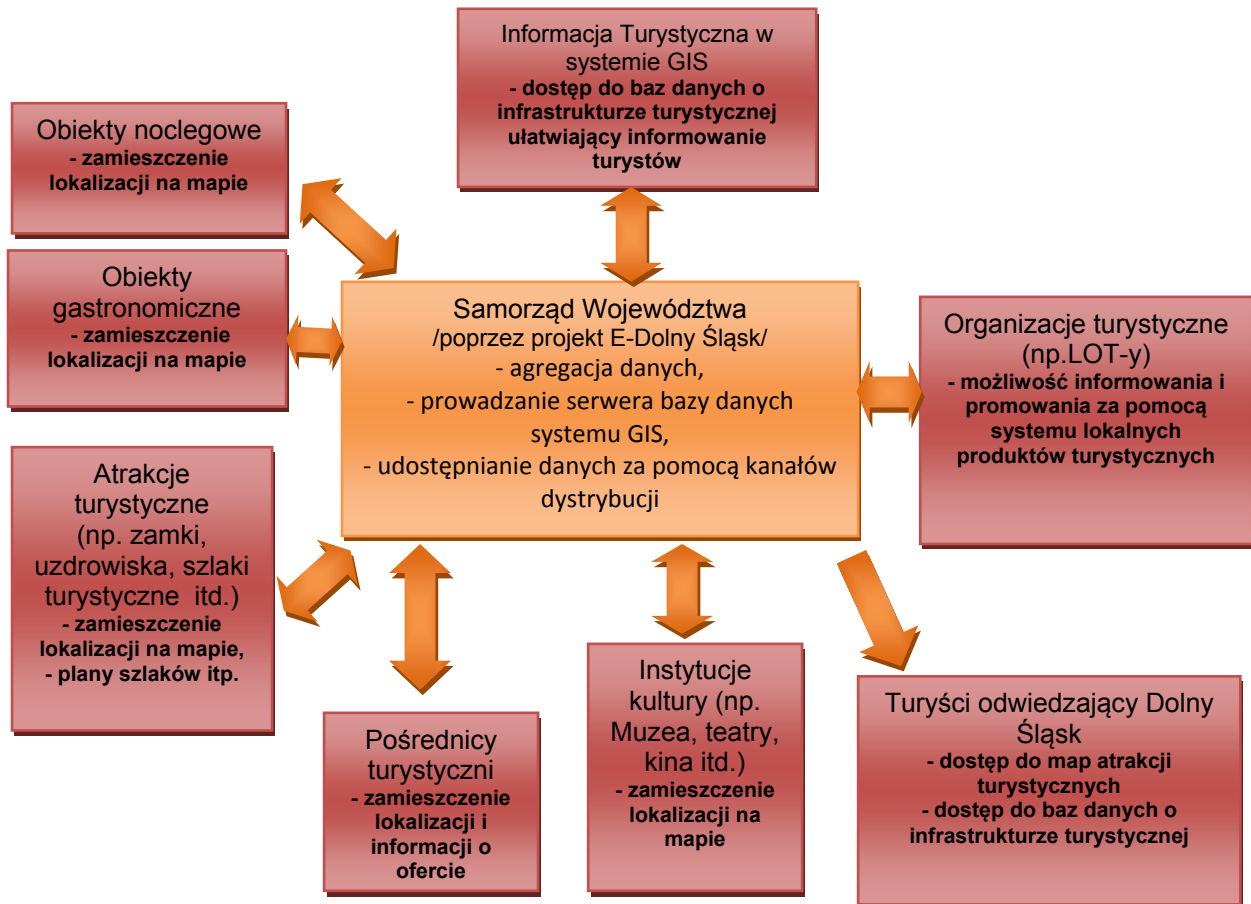
Poniżej przedstawiony został autorski model systemu GIS w turystyce na terenie Dolnego Śląska (Ryc. 9), ukazujący potencjalnych partnerów i jednocześnie beneficjentów systemu oraz wskazujące wzajemne relacje (tym samym przepływ i wymianę także własnych baz danych).

⁵⁰ W pierwszym kwartale 2012 r. w ramach RPO WD planowany jest nabór na projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury, w ramach, którego można by było sfinansować taki projekt.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 9. Model wykorzystania systemu GIS w turystyce Dolnego Śląska.



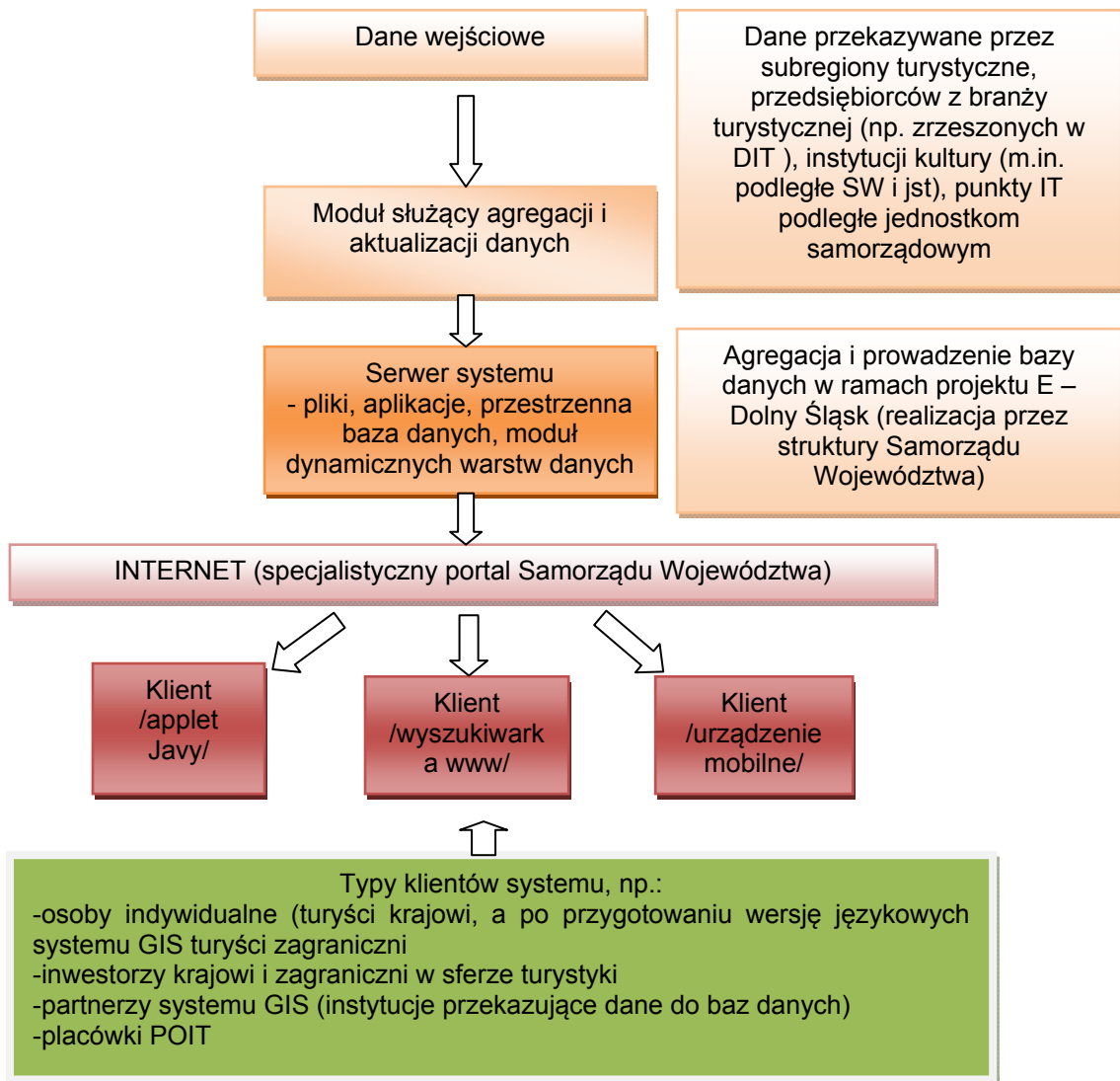
Źródło: Opracowanie własne.

Poniżej przedstawiony jednocześnie autorski model zastosowania systemu GIS (Rys.10), istotny w budowaniu systemu baz informacji pro turystycznych na Dolnym Śląsku.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 10. Przykładowy model tworzenia oraz dystrybuowania informacji w systemie GIS na Dolnym Śląsku.



Źródło: Opracowanie własne

Z uwagi na fakt dużej oraz wzrastającej popularności systemów GPS stosowanych w nawigacjach samochodowych należy równolegle prowadzić działania mające na celu integrację systemu informacji turystycznej z głównymi dostawcami takich rozwiązań (Automapa, TomTom, Igo czy Garmin⁵¹ (tak, aby

⁵¹Przykładem takiego rozwiązania może być projekt Topo_PL_100 wytyczający szlaki. Mapy zoptymalizowane są dla outdoorowych odbiorników Garmina. Więcej na <http://gpsmaniak.com/new/download-garmin-kod.htm>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

na swoich mapach zamieszczali informacje na temat atrakcji turystycznych regionu). Współpraca powinna być także realizowana w zakresie zamieszczenia informacji na internetowych mapach (dominujące w tym zakresie wydają się być, GoogleMaps-), które mają szeroki wachlarz możliwości prezentacji atrakcji turystycznych. Wdrażanie i finansowanie takich rozwiązań może być realizowane zarówno przez podmioty prywatne (przedsiębiorstwa z branży turystycznej) jak i podmioty instytucjonalne (samorządy skupione w poszczególnych subregionach czy też Samorząd Województwa w ramach projektu E-Dolny Śląsk lub z dotacji RPO na rozwój e-usług w I kw. 2012r.).⁵²

Działania podejmowane w regionie powinny korelować z projektem rozbudowy Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, w którym jednym z nowych kanałów rozpowszechniania informacji będzie standard geolokalizacyjny GPS oraz zdobywające coraz większą popularność technologie mobilne. Nowe kanały będą służyły do wyeksportowania informacji z RIT.⁵³ Standardy geolokalizacyjne zostały w pewnym stopniu wprowadzone już podczas budowania serwisu www.polska.travel. Głównym źródłem danych zawartych w RIT jest sieć regionalnych i lokalnych repozytoriów danych. Obecnie na terenie Dolnego Śląska nie funkcjonują takie repozytoria danych. Jediną możliwością opracowywania danych jest w ramach struktur centralnych.⁵⁴

Wnioski:

- Postulowane wdrożenie interaktywnych subregionalnych map powiązanych z nawigacją GPS, co może przyczynić się do ułatwienia w planowaniu czasu wolnego (planowanie tras, zwiedzania itp.) przez zainteresowanych turystów;
- Niezbędna podjęcie kooperacji przez podmioty prywatne z branży turystycznej oraz podmioty instytucjonalne (samorządy) z firmami oferującymi systemy nawigacji oraz mapy internetowe w celu budowy map szlaków pieszych,

⁵² W pierwszym kwartale 2012 r. w ramach RPO WD planowany jest nabór na projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury -

http://rpo.dolnyślask.pl/fileadmin/user_upload/documents/11pazdziernik/26/111026_RPR.pdf

⁵³ M. Bucholz, *Polski System Informacji Turystycznej*, POT, Warszawa 2010, s 54.

⁵⁴ Ibidem, s.54



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

rowerowych itp., co przyczyni się ona do większej rozpoznawalności oferty turystycznej regionu,

- Jak przedstawiają badania spory odsetek badanych firm wykorzystuje, jako nowoczesne narzędzie usługę lokalizacji wraz z integracją z mapami Google oraz GPS. Jednocześnie duża część badanych oczekuje, że taka usługa będzie również dostępna w ramach projektu E-Dolny Śląsk,
- Postuluje się, aby proces tworzenia oraz dystrybuowania informacji w systemie GIS realizowany był w ramach projektu E- Dolny Śląsk w modelu przedstawionym na rycinie 9 i 10,
- Koniecznym wydaje się powołanie przez Samorząd Województwa formalnego zespołu ekspertów, że środowiska turystycznego zajmującego się planowaniem i wdrażaniem komponentów turystycznych w budowanym systemie E-Dolny Śląsk.



6. Kierunki, modele i zasady wdrożenia systemów on-line rezerwacji miejsc noclegowych w regionie

Przedsiębiorcy działający w branży turystycznej mają aktualnie szereg możliwości technicznych na wdrożenie w swoich firmach systemów dystrybucji oferty on-line, z zastrzeżeniem posiadania stosownych zasobów finansowych. Do dyspozycji na rynku ITC są gotowe rozwiązania w postaci komputerowych systemów rezerwacyjnych (CRS – w tym systemy krajowe i implementowana na polski rynek modele zagraniczne) oraz globalnych systemów dystrybucyjnych (GDS – w tym poprzez firmy zlokalizowane w Polsce lub na zasadach najmu licencji, franszyzy, leasingu, itp.).⁵⁵ Wśród firm korzystających z w/w systemów dominują biura podróży, obiekty noclegowe oraz firmy prowadzące informację turystyczną. W niewielkim stopniu wykorzystują je także atrakcje turystyczne.⁵⁶ Korzystanie z działających dotychczas rozwiązań w zakresie rezerwacji on-line wiązało się z dużymi kosztami (wykupienie licencji połączenie systemu ze stroną internetową oraz obsługa informatyczna), stąd takie bariery mogą ograniczać wykorzystywanie takich rozwiązań.

Na rynku funkcjonują firmy, które oferują usługi rezerwacji i płatności on-line dla mniejszych obiektów noclegowych, jednakże takie rozwiązanie nie stanowi dostatecznej zachęty do korzystania na dużą skalę tych rozwiązań przez przedsiębiorców tego typu⁵⁷.

Dobrym rozwiązaniem dla obiektów, które mają ograniczone możliwości korzystania z rozwiązań komercyjnych wydaje się być wykonanie i wdrożenie

⁵⁵ Systemy te można podzielić na globalne, narodowe i regionalne. Dostarczają wiele funkcjonalności, które mają zapewnić profesjonalną obsługę klienta (więcej na temat GDS i CRS w raporcie 6A Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>) - rozdział 3.

⁵⁶ Jak wynika z badań realizowanych na potrzeby raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyślask.pl/>) z systemów GDS korzysta aż 82, 5% biur podróży, 50,0% obiektów noclegowych, 20% firm prowadzących informację turystyczną oraz 4,8% atrakcji turystycznych. W ogóle z takich systemów nie korzystają firmy transportowe oraz obiekty gastronomiczne. W przypadku systemów CRS w największym stopniu korzystają obiekty noclegowe 62, 5%, dalej biura podróży 41,0%, w pozostałych badanych podmiotach wyniki są takie same jak w przypadku systemów GDS.

⁵⁷ Np. <https://www.e-rezerwacje24.pl/kontakt/>, <http://www.agrobooking.pl>



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Systemu Rozproszonych Punktów Dostarczania (RPD) i Odbioru Informacji. Rozwiązanie to zostało zaproponowane w opracowaniu pod nazwą: *„Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”* autorstwa W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel oraz ekspertów zewnętrznych.

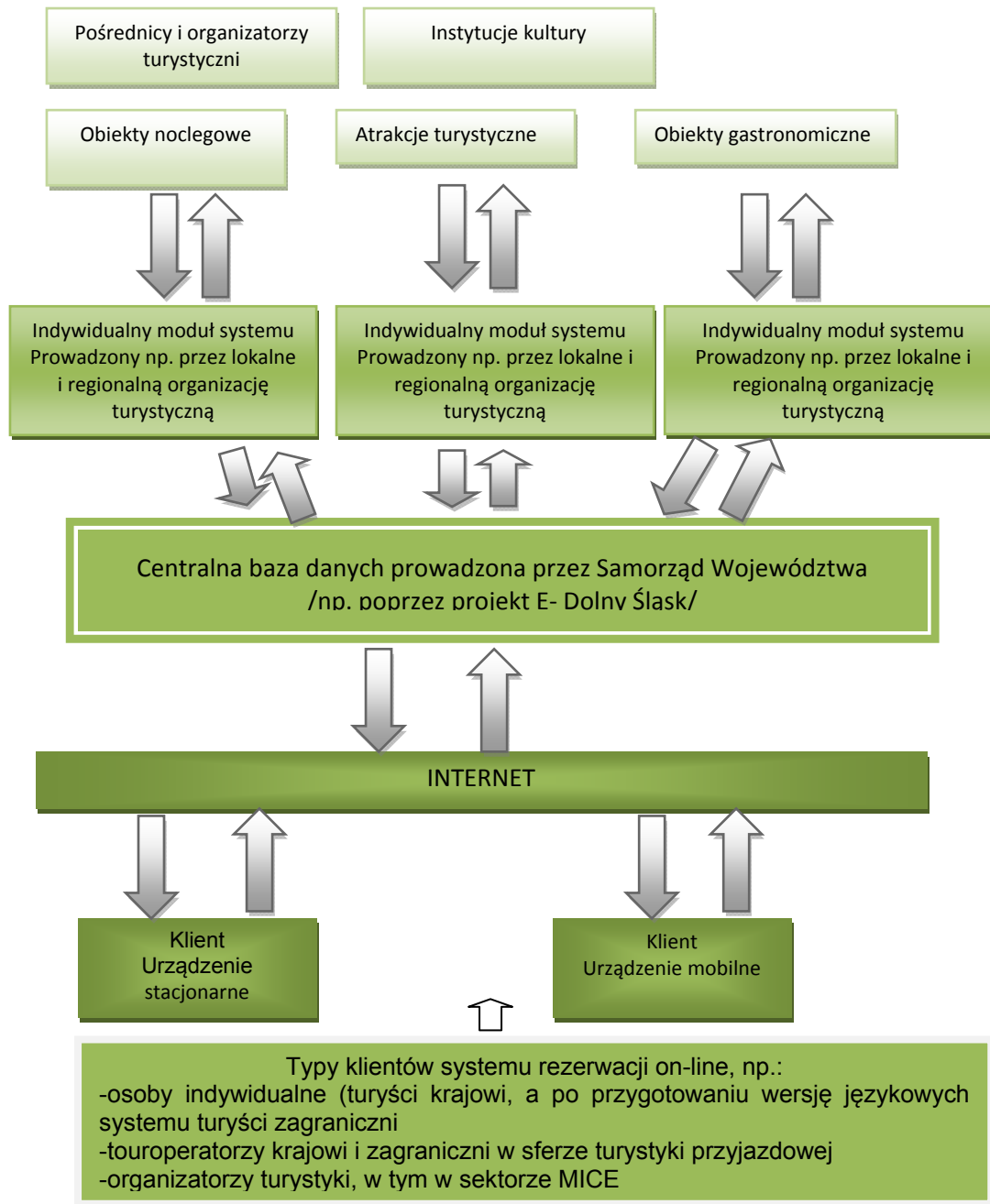
W w/w systemie odbiorca końcowy - obiekt noclegowy czy gestor atrakcji będzie miał udostępniony moduł, do którego będzie mógł wprowadzać niezbędne dane przedstawiające ofertę i możliwość rezerwacji klientowi. Wprowadzone dane będą umieszczone w centralnej bazie danych i udostępnione poprzez wyszukiwarkę (w komputerze lub urządzeniu przenośnym) potencjalnym klientom. Aby w pełni dokonać zakupu usługi system umożliwi przeprowadzenie płatności za pomocą karty płatniczej lub poprzez telefon komórkowy.⁵⁸

⁵⁸W. Fedyk, A. Dołęga, P. Gryszel wraz z ekspertami zewnętrznymi, *„Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”*, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007, s.118.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 11. Model rezerwacji on-line za pomocą Systemu Rozproszonych Punktów Dostarczania i Odbioru Informacji wg Koncepcji kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie W. Fedyk, A. Dołęga, P. Gryszel wraz z ekspertami zewnętrznymi, „Konceptcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007, s.118.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Wnioski:

- Konieczne prowadzenie stałego monitoringu działających, lub wprowadzanych, w regionie systemów rezerwacji usług turystycznych on-line,
- Postulowane nawiązanie kooperacji jednostek samorządu terytorialnego z podmiotami branży turystycznej d/t wprowadzenia do systemów on-line rezerwacji obiektów i atrakcji turystycznych zarządzanych przez jst w celu ich komercjalizacji,
- Jak wynika z badań z systemów GDS korzystają głównie biura podróży, z kolei z systemów CRS obiekty noclegowe. Dla większego wykorzystania możliwości rezerwacji on – line postuluje się wdrożenie systemu Rozproszonych Punktów Dostarczania i Odbioru Informacji wg modelu wskazanego na rycinie 11.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

7. Kierunki, modele i zasady wdrożenia systemów komercjalizacji usług turystycznych ze szczególnym uwzględnieniem systemów lojalnościowych, regionalnych kart turystycznych, wykorzystania technologii GSM

Turystyka na Dolnym Śląsku nie może prawidłowo się rozwijać bez wykorzystania nowoczesnych technologii, jako narzędzi do m.in. zwiększania ilości turystów odwiedzających region i budowania wizerunku interesującej destynacji turystycznej. W realiach rosnącej konkurencji w zakresie oferowanych produktów turystycznych (przede wszystkim konkurencja ze strony innych regionów Polski oraz ze strony Niemiec i Czech) istotne jest pozyskanie nowych turystów oraz zachęcenie tych, którzy odwiedzili region do powrotu z wykorzystaniem innowacyjnych systemów zachęt.

Jednym z rozwiązań wpływających na zwiększenie sprzedaży usług turystycznych jest wdrożenie programu lojalnościowego, którego ogromnym atutem jest również możliwość stworzenia bazy danych zachowań konsumenckich klientów, a tym samym precyzyjnego rozpoznawania grup docelowych klientów regionalnej gospodarki turystycznej. Program taki może być uruchomiony dzięki dostępnym systemom lojalnościowym⁵⁹, na które składają się urządzenia i aplikacje umożliwiające identyfikację klienta oraz stworzenie bazy danych.

Najczęściej w programach lojalnościowych stosuje się karty klienta, mają one postać kart z paskiem magnetycznym (z uwagi na słabe zabezpieczenia odchodzi się od tej technologii) oraz kart chipowych (bardziej bezpiecznych oraz dających więcej możliwości poprzez zapewnienie szeregu usług i aplikacji, które mogą być dodawane w pamięci mikroprocesora karty).

⁵⁹ System lojalnościowy wprowadziła m.in. firma Geovita prowadząca sieć hoteli (na terenie województwa dolnośląskiego w Łądku Zdroju) – karty rabatowe. Kartę Stałego Klienta „Od pomysłu do projektu” wdrożyła również Lokalna Grupa Działania „Kłodzka Wstęga Sudetów”, więcej na http://www.kws.org.pl/strona_ambasadorzy.html. Kolejnym przykładem programu lojalnościowego może być Karkonoska Karta Rabatowa, więcej na <http://www.karpacz.pl/pl/karkonoska-karta-rabatowa>. System kart lojalnościowych ma także grupa z projektu TWS „Od Złota do Srebra”.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Stosowanie programu lojalnościowego w regionie będzie miało wiele korzyści, do który można zaliczyć:

- Kształtowanie pozytywnego wizerunku regionu,
- Zwiększenie obrotu i zysków przedsiębiorców z branży turystycznej,
- Pozyskiwanie wiedzy na temat preferencji turystów, co wpłynie na precyzyjne kierowanie kampanii promocyjnych,
- Wzrost konkurencyjności regionu,
- Wzrost turystów powracających,
- Wydłużenie czasu pobytu (dzięki zniżkom, promocjom i powiązaniom różnych usług),
- Zmniejszenie kosztów pozyskania nowych turystów.

Przykładem takiego systemu lojalnościowego (w części skorelowanego z ruchem turystycznym) na terenie Dolnego Śląska jest URBANCARD Wrocławska Karta Miejska, które jest nowoczesnym i wielofunkcyjnym nośnikiem usług i produktów elektronicznych.⁶⁰ Na karcie kodowane są bilety komunikacji miejskiej, umożliwia ona dodatkowo wdrażanie nowych usług np. można kodować elektroniczne bilety do wrocławskiego Aquaparku lub ZOO. Do systemu wprowadzane są nowe usługi jak np. Wrocławski Rower Miejski, dzięki której za pomocą karty można wypożyczyć rower (system umożliwia również wypożyczenie roweru za pomocą zbliżeniowej karty płatniczej). Funkcjonalność karty może być rozszerzona również o bilet parkingowy, bilet do muzeum, na mecze piłkarskie, czy włączając funkcjonalności skierowane do mieszkańców np. możliwość płacenia podatków komunalnych.

Do systemu mogą wchodzić również banki, przykładem tego jest jeden z banków, który udostępnił Miejską Kartę Debetową (na zasadzie, co-branded, która jest zarówno kartą programu oraz zwyczajną kartą debetową banku). Korzyścią w tym przypadku jest uzyskanie rabatów na zakup biletów.

Ważną informacją w kontekście stworzenia regionalnej karty turystycznej jest fakt, że Wrocław nie ponosi żadnych kosztów wdrożenia systemu. Mennica Polska, która

⁶⁰ <http://www.urbancard.pl/pl/article/show/category,1,id,18-.html>,



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

wdrożyła system pokrywa swoje wydatki, otrzymując przez cztery lata 8% zysk ze sprzedaży biletów.

Należy zaznaczyć, iż proces stworzenia karty miejskiej Wrocławia był długotrwały (prace trwały od 2007 roku), a w swej pierwotnej formie karta obejmowała zaledwie jedną funkcjonalność, czyli bilety komunikacji miejskiej.

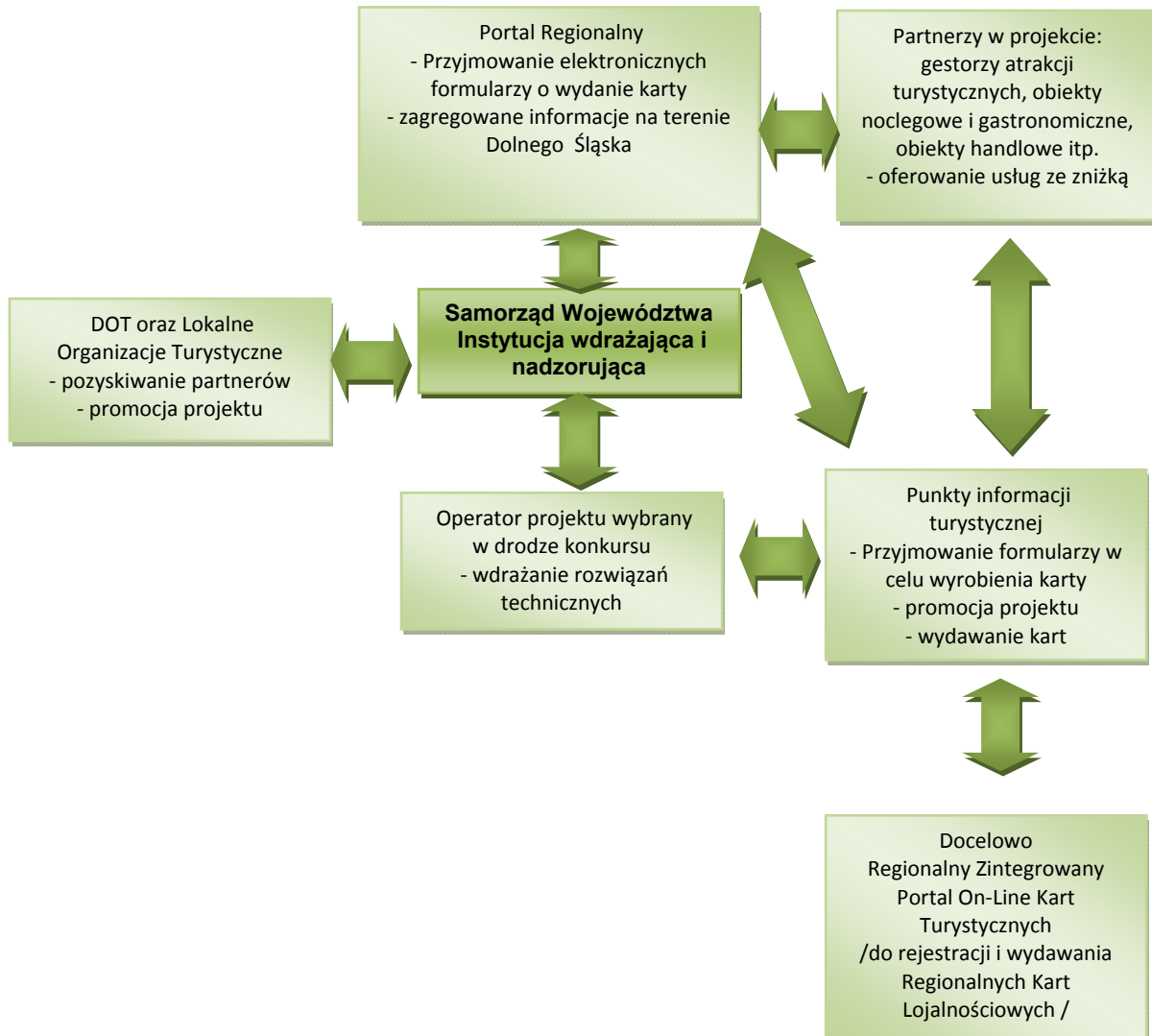
Wdrożenie karty lojalnościowej na Dolnym Śląsku może być, zdaniem autorów raportu, realizowane w modelu subregionalnym, w którym każdy subregion posiada własną kartę lub na poziomie całego regionu. Bardziej racjonalne wydaje się rozwiązanie budowy systemu lojalnościowego w całym regionie, z uwagi na zwiększenie mobilności turystów. System zniżek i promocji w całym regionie może przyczynić się do większej eksploracji regionu przez turystów. Istotną kwestią mającą wpływ na powodzenie systemu jest udział jak największej liczby podmiotów z branży turystycznej (oraz ich zgoda na częściowe przeznaczanie zysków na pokrycie uruchomienia systemu). Istotną zachętą dla turystów byłby jednolity system zniżek, jednakże należy zadbać o to by był on oparty na tym samym procencie upustu.⁶¹

⁶¹ Przykładem innego rozwiązania ze zróżnicowanym systemem zniżek zależnie od deklaracji uczestnika /gestora bazy noclegowej, gastronomicznej czy atrakcji turystycznej jest Polska Karta Turystyczna przygotowywana rokrocznie przez Polską Organizację Turystyczną. Karta ta nie zdała swojego egzaminu i była w niewielkim stopniu wykorzystywana przez turystów odwiedzających nasz kraj (do karty dołączona był gruby katalog obiektów z całego kraju i zniżek oferowanych przez nie dla posiadacza karty, całkowicie zaciemniający obraz korzyści celu).



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 12. Model wdrażania Dolnośląskiej Karty Lojalnościowej.



Źródło: Opracowanie własne

Instytucją wdrażającą i nadzorującą projekt DKL powinien być Samorząd Województwa. Przy regionalnym punkcie informacji turystycznej powinna powstać komórka wydająca karty oraz prowadząca bazę klientów. Zbieraniem formularzy w celu wyrobienia karty zajmowałyby się wszystkie punkty informacji turystycznej (ewentualnie podmioty - partnerzy projektu). Od strony technicznej wdrażaniem karty powinien zająć się operator wybrany w drodze konkursu. Podstawą sukcesu karty regionalnej byłaby również zakrojona szeroką skalę akcja promująca korzyści



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

z wdrażanego systemu, skierowana zarówno do gestorów jak i turystów (DOT, LOT-y, punkty IT).

Należy stworzyć możliwość wysłania takiego formularza drogą elektroniczną lub wypełnienia go na specjalnie dedykowanej stronie internetowej, (na której zamieszczone były by informacje m.in. o promocjach, partnerach programu itp.). Turysta mógłby ją odebrać w dowolnym punkcie IT zaraz po przyjeździe.

Usługi turystyczne w obecnej chwili, aby sprostać wyzwaniom przyszłości muszą korzystać również z technologii GSM.⁶² Telefony komórkowe to obecnie wielofunkcyjne urządzenia przenośne, które dzięki możliwości instalowania aplikacji mają szerokie spektrum zastosowania. Rozwój Internetu wykorzystywanego przez telefony komórkowe (GPRS, 3G, 4G) prowadzi do wzrostu użytkowników korzystających z telefonu poza jego normalną funkcją również z usług portali społecznościowych, usług GPS, usług płatniczych itd. Rozwiązania wykorzystujące sieć komórkową mogą przyczynić się do usprawnienia systemu rezerwacji on-line w regionie (w tym szczególnie w gospodarce turystycznej i komercjalizacji produktu turystycznego - m.in. klient poprzez telefon komórkowy może uzyskiwać wszelkie niezbędne informacje potrzebne do rezerwacji i opłacenia noclegu).

Inną formą wykorzystania technologii GSM są wdrażane obecnie płatności zbliżeniowe, dzięki którym można płacić za usługi i atrakcje telefonem komórkowym.⁶³

Kolejną funkcją wykorzystującą technologię GSM może być powiadamianie SMS/MMS⁶⁴, które jest dobrym narzędziem marketingowym zarówno dla samorządów jak i przedsiębiorców z branży turystycznej. Ta technologia może służyć do powiadamiania klientów o nowych promocjach, wolnych terminach, potwierdzania rezerwacji, szczegółach oferty, przywitania turysty po przekroczeniu

⁶² Jak wynika z badań (pytanie 3.12, komponent B) realizowanych w ramach raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) średnio około 10% podmiotów gospodarki turystycznej chce, aby w ramach projektu E- Dolny Śląsk były dostępne usługi mobilne (sieci telefonii komórkowej)

⁶³ W 2010 r. taką formę płatności wprowadzili wspólne Bank Zachodni WBK, sieć Plus oraz Visa Europe.

⁶⁴ Takie rozwiązania znajdują się na rynku, przykładem może być firma SMSAPI - <http://www.smsapi.pl/zastosowanie/agencje-turystyczne>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

danego obszaru itd. (może to być dobre narzędzie do promowania i budowania marki poszczególnych subregionów, które wciąż są mało rozpoznawalne wśród turystów).

Dobrym rozwiązaniem byłoby tworzenie baz danych numerów telefonów (za zgodą klientów) przez punkty IT oraz podmioty prywatne, byłoby to korzystne dla promocji regionu umożliwiając np. przesłanie zaproszeń na imprezy czy informacji o nowych produktach turystycznych.

W tym kierunku realizowany jest przez DOT projekt Sytemu Turystycznego Informatora⁶⁵, GSM, który składa się z dwóch kanałów komunikacji tj. SMS –owej oraz specjalnych zaprojektowanych lekkich stron na telefony komórkowe. System umożliwi np. odnalezienie najbliższego punktu gastronomicznego, rezerwację on-line noclegu, sprawdzenie warunków pogodowych, uzyskać informacje o atrakcjach i produktach turystycznych itd.⁶⁶

Wnioski:

- Konieczna realizacja wdrażania Dolnośląskiej Karty Lojalnościowej pod auspicjami Samorządu Województwa. Stworzenie programu Regionalnej Karty Turysty we współpracy z podmiotami regionalnej gospodarki turystycznej (patrz rysunek 12).
- Postulowane wdrażanie także subregionalnych systemów lojalnościowych oraz rabatowych w usługach turystycznych w kooperacji jst i lokalnych podmiotów branży turystycznej,
- Jak wynika z badań w ramach projektu E-Dolny Śląsk należy rozwijać usługi mobile w oparciu o sieć GSM.

⁶⁵ System Turystycznego Informatora GSM składa się z dwóch obszarów – komunikacji SMS-owej z turystami oraz z komunikacji poprzez specjalne mobilne strony internetowe zaprojektowane pod korzystanie z nich w telefonach komórkowych. Turyści przy użyciu mobilnych serwisów będą mogli odnaleźć najbliższy punkt gastronomiczny, zarezerwować on-line miejsce noclegowe, sprawdzić warunki pogodowe, ale przede wszystkim dowiedzieć się o oferowanych przez Punkty Usługowe atrakcjach i promocjach. W standardzie znajdują się informacje pogodowe, aktualne imprezy w poszczególnych regionach, informacje o trasach i atrakcjach turystycznych. Podmioty gospodarcze związane z turystyką dodatkowo we własnym zakresie będą aktualizowały informacje o swoich usługach oraz miały kontakt z odwiedzającymi gośćmi, jak również będą miały możliwość zaproszenia do siebie turystów nawet z najbardziej odległych zakątków Polski.

⁶⁶ Więcej o projekcie na stronie: <http://www.dot.org.pl/aktualnosci/z-ostatnich-dni/turystyczny-informator-gsm-----przewodnik-po-dolnym-slasku-w-twoim-telefonie.html>



8. Kierunki, modele i zasady prowadzenia badań ruchu turystycznego z wykorzystaniem narzędzi elektronicznych i aktualnych technologii komunikacyjnych

Badanie ruchu turystycznego są niezbędnym narzędziem planowania marketingowego. Informacje pozyskane od turystów są ważnym źródłem informacji o preferencjach i trendach, jakie obowiązują wśród odwiedzających Dolny Śląsk.

Realizacja badań powinna być jednym z zadań statutowych Wydziału Turystyki UMWD finansowanym z budżetu Samorządu Województwa, ewentualnie ze środków UE. Wykonawca badań może być wybierany w drodze konkursu, zapewni to transparentność wyboru na zasadzie konkurencyjności. Badania te powinny być prowadzone cyklicznie i wg jednakowej metodologii, tak, aby umożliwiały analizę porównawczą. Realizacja badań poza standardowymi metodami, powinna uwzględniać nowoczesne narzędzia (w miarę możliwości i potrzeb).

Rozwój technologii informacyjno – komunikacyjnych daje nowe narzędzie badawcze, które w znaczny sposób mogą ułatwić badanie ruchu turystycznego w regionie.

W przypadku wywiadów osobistych ankieterzy mogą korzystać z komputera przenośnego, który poprzez połączenie internetowe może wpisywane dane na bieżąco przetrzucać do bazy danych. Jest to znaczne ułatwienie dla ankieterów w stosunku do ankiety papierowej, którą potem trzeba przepisać do np. formularza Excel (CAPI – wywiady osobista, w których ankieter – respondent używają kwestionariusza na laptopie).

Jednym z narzędzi wykorzystujących Internet jest ankieta internetowa (CAWI - ankiety internetowe do samodzielnego wypełnienia przez respondentów), która może być realizowana na potrzeby badań w regionie (powinna ona być skorelowana z ankietą internetową zaplanowaną przez POT odnośnie badania wizerunku Polski). Obecnie POT wdraża jednolity model zintegrowanego systemu badań regionalnych. Jednym z pierwszych działań będzie stworzenie poradnika metodologicznego zawierającego podstawowe pojęcia (zgodne z wytycznymi UNWTO, UE, POT oraz potrzebami regionów) stosowane w badaniach konsumentów usług turystycznych.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Dużym ułatwieniem w realizacji badań będzie wykorzystanie narzędzie PASW Statistics. System zapewni szerokie możliwości w zakresie analizy danych, raportowania wyników, realizowania projektów badawczych samodzielnie lub z dowolną liczbą partnerów. Korzystanie z systemu nie będzie wymagało specjalistycznej wiedzy w zakresie informatyki i programowania.⁶⁷

Ankiety powinny być zamieszczane na stronach internetowych różnych instytucji oraz przedsiębiorstw turystycznych (lub ankieta będzie wysyłana do klienta po realizacji pobytu w określonym miejscu) w reprezentatywnych miejscach dla regionu (w celu pozyskania obiektywnego obrazu). Umożliwi to przedstawienie danych również na poziomie subregionalnym i ich porównywanie dając tym samym obraz rozwoju funkcji turystycznej w poszczególnych subregionach. Narzędzie to ma również jeszcze jedną istotną przewagę nad tradycyjnymi metodami badawczymi pozwala na poznanie opinii turysty o poszczególnych elementach produktu turystycznego ex post. A nie jak to ma w przypadku badań terenowych w trakcie pobytu.

Kolejnym narzędziem pokazującym ruch turystyczny są statystyki odwiedzin na stronach internetowych firm działających w branży turystycznej, portalach o tematyce turystycznej itp.. Dzięki takiemu rozwiązaniu można się dowiedzieć m.in. o ilości odwiedzin, wpisywanych hasłach w wyszukiwarkach, czasie odwiedzin na stronie, zagadnieniach, jakie interesowały odwiedzającego na stronie czy podstronach itd. Ważną informacją jest geolokalizacja wejść na turystyczną stronę internetową, która pozwala określić rynki docelowe zainteresowane danym produktem turystycznym i w dalszej perspektywie określenie celów realizowanych kampanii marketingowych.

Kolejnym narzędziem badawczym jest panel internetowy, w którym po zarejestrowaniu można dzielić się opinią o usługach i produktach turystycznych. Rozwiązanie to umożliwi dobór respondentów pod kątem wieku, wykształcenia, zamieszkania a także pod kątem wyrażania opinii na temat konkretnego produktu turystycznego lub całego subregionu.

⁶⁷ T. Buczak, Rola POT w tworzeniu zintegrowanego systemu badań konsumentów usług turystycznych w: *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych* pod red. E.Dziedzic, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010r, str. 140-144.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

W badaniach może zostać wykorzystane Contact Center, które ma się znaleźć w strukturze dolnośląskiej informacji turystycznej. Contact Center może przeprowadzać przez Internet pogłębione wywiady w formie chatu lub przy pomocy komunikatorów internetowych.

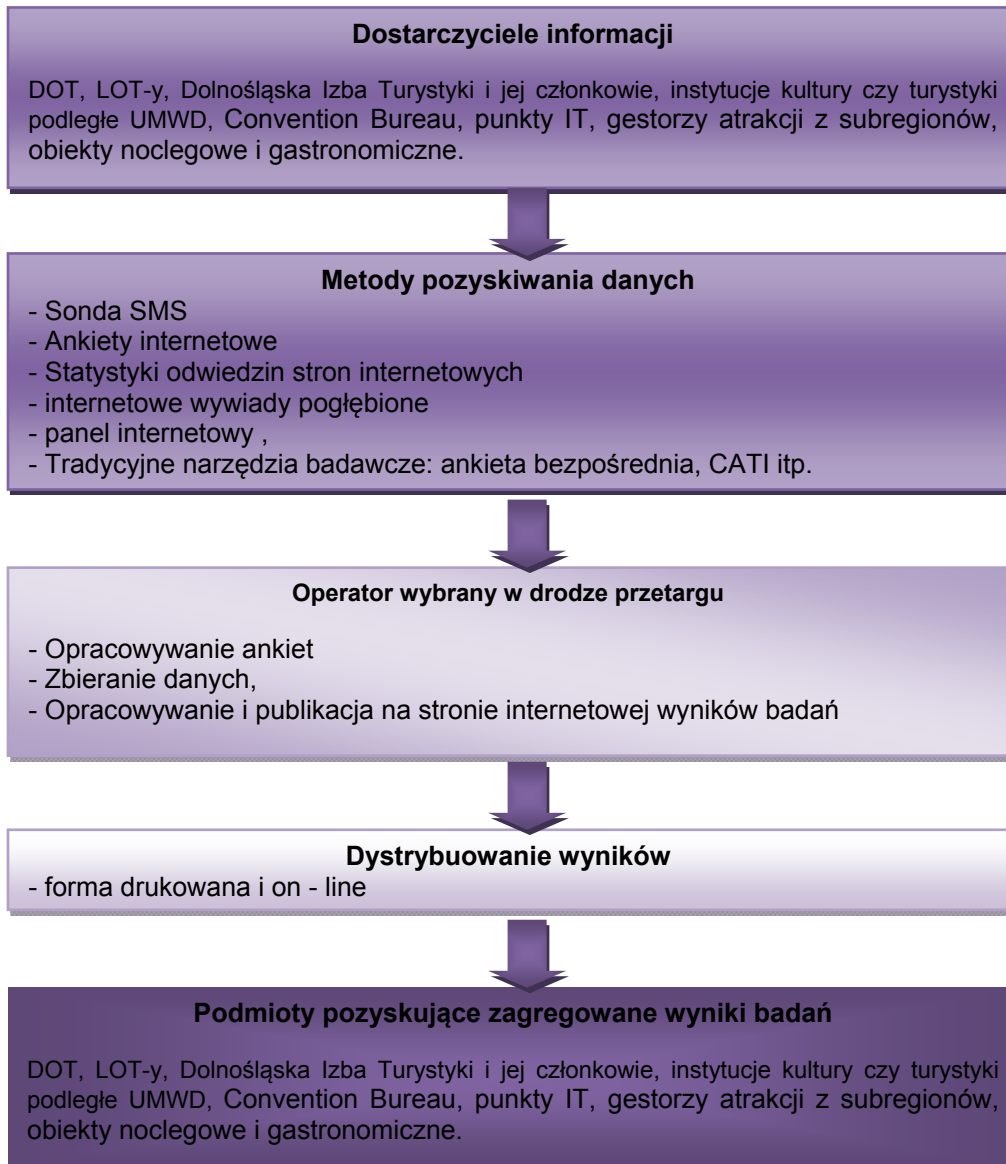
W badaniach nad ruchem turystycznym może być także wykorzystywana technologia GSM np. w postaci sondy SMS. Badanie takie mogłoby być organizowane ad-hoc np. dotyczyć najlepszego produktu turystycznego regionu itp.

W badaniach ruchu opracowywaniem pozyskanych danych zajmowałaby się Operator wybrany w drodze przetargu spełniający określone kryteria. Współpraca operatora z podmiotami dostarczającymi danych powinna być realizowana na podstawie umów, które wprowadzą jasne reguły współdziałania. Poniżej przedstawiono model pozyskiwania i opracowywania danych o ruchu turystycznym przy pomocy narzędzi elektronicznych.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 13. Model pozyskiwania, opracowywania i dystrybuowania danych o ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku



Źródło: Opracowanie własne

Poza badaniami ruchu turystycznego nowoczesne technologie można również wykorzystywać do badania strony podaźowej oraz punktów informacji turystycznej.

Dobrym rozwiązaniem byłoby dostarczanie drogą mailową cyklicznej ankiety skierowanej do pracowników branży turystycznej i punktów informacji turystycznej. Pozwoli to określić m.in. potrzeby szkoleniowe kadr turystycznych, plany rozwoju itp.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Takim zadaniem mogłyby się zająć DOT (np. opracowanie jednolitej ankiety oraz Lot-y (wysyłanie i odbiór ankiet).

Podstawową kwestią związaną z badaniami jest zapewnienie odpowiedniego finansowania. W obecnej chwili realizowane badania są w wysokim stopniu niewystarczające, co negatywnie wpływa na branżę turystyczną i utrudnia prawidłowe określanie kierunków rozwoju oferty turystycznej oraz promocji produktów turystycznych (Tabela 9)

Tabela 9. Potencjalne źródła finansowania badań ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku.

Podmiot finansujący	Źródło finansowania	Zakres merytoryczny
Samorząd Województwa Dolnośląskiego	Budżet Samorządu Województwa lub środki z dotacji UE (POKL – projekty systemowe, ewentualnie środki w ramach nowej perspektywy na lata 2014 – 2020)	Prowadzenie stałych badań ruchu turystycznego w formule zlecenia wyspecjalizowanym firmom z zachowaniem ujednoliconej metody i metodologii przyjętej dla regionów (wg wytycznych POT i MSIT), lub poprzez dotacje celowe (konkursy lub za pośrednictwem składki członkowskiej) dla DOT
Dolnośląska Organizacja turystyczna	Odpis ze składki członkowskiej do LOT w ramach corocznych planów merytoryczno – finansowych organizacji lub montaż finansowy obejmujący środki ze składki członkowskiej i pozyskane środki zewnętrzne (sponsorzy, zlecenia komercyjne z MSP, sprzedaż wyników badań rynku turystycznego.	Koordinacja procesu badań w regionie, szczególnie w sferze badań ankietowych (szkolenia, współpraca z jst, punktami IT, gestorami atrakcji turystycznych, touroperatorami turystyki przyjazdowej). Opracowanie rezultatów badań ankietowych, przygotowywanie i upowszechnianie raportów.
Lokalne Organizacje Turystyczne	Odpis ze składki członkowskiej do DOT w ramach corocznych planów merytoryczno – finansowych organizacji lub montaż finansowy obejmujący środki ze składki członkowskiej i pozyskane środki zewnętrzne np. sponsoring.	Ponoszenie kosztów badań ankietowych (przygotowanie ankiet, dystrybucja ankiet, koszty ankieterów, tworzenie plików danych bazowych ankiet w kooperacji z członkami LOT: Obiektami noclegowymi, gastronomicznymi i gestorami atrakcji turystycznych poprzez przeszkolonych pracowników tych obiektów działających, jako ankieterzy - wolontariusze.
Punkty informacji Turystycznej podległe jednostkom samorządu	Budżet jednostki samorządu terytorialnego na pokrycie kosztów i działania punktów IT (w tym badania	Ponoszenie kosztów badań ankietowych (przygotowanie ankiet, dystrybucja ankiet,



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

terytorialnego	ruchu turystycznego)	koszty ankietów, tworzenie plików danych bazowych ankiet w kooperacji z członkami LOT: Obiektami noclegowymi, gastronomicznymi i gestorami atrakcji turystycznych poprzez przeszkolonych pracowników tych obiektów działających, jako ankietery - wolontariusze.
Wyższe uczelnie turystyczne w regionie	Granty naukowe lub w ramach wsparcia wolontariatem w badaniach ankietowych ruchu turystycznego.	Ponoszenie kosztów opracowań naukowych d/t statystyki ruchu turystycznego, organizacja konferencji tematycznych, organizacja wolontariatu - ankietów w ramach staży czy praktyk studenckich lub ćwiczeń.
Stowarzyszenia turystyczne	Środki własne - barter	Wolontariat członków stowarzyszeń przy badaniach ankietowych (w tym w trakcie własnych imprez turystycznych) – w barterze bezpłatne otrzymywanie opracowanych wyników i raportów z DOT.
Gestorzy atrakcji turystycznych	Środki własne - barter	Ponoszenie kosztów dystrybucji ankiet w badaniu ruchu, wolontariat pracowników przy badaniach ankietowych w obiekcie, atrakcji - w barterze bezpłatne otrzymywanie opracowanych wyników i raportów z DOT.
Touropreatorzy turystyki przyjazdowej	Środki własne - barter	Przekazywanie danych własnych d/t ruchu turystycznego – w barterze bezpłatne otrzymywanie opracowanych wyników i raportów z DOT

Źródło: Opracowanie własne na podstawie W. Fedyk, *Obecni i potencjalni zleceniodawcy badań w regionach. Źródła finansowania badań w: Regionalne badania konsumentów usług turystycznych* pod red. E.Dziedzic, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010r, str. 136-140.

Wnioski:

- Zakres badań ruchu turystycznego powinien być skorelowany z zakresem badań realizowanym przez POT, (co pozwoli na analizy porównawcze - jednolita metodologia),
- Fundamentalną kwestię w badaniach ruchu turystycznego jest zapewnienie odpowiedniego i stałego finansowania (tak, aby nie zaistniała sytuacja, że w niektórych latach nie przeprowadza się badań). Przedstawiona koncepcja



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

finansowani badań w tabeli nr 9 jest dobrym modelem, który powinien wyeliminować takie przypadki,

- Poza tradycyjnymi formami pozyskiwania danych należy wprowadzać nowe metody związane z zastosowaniem nowoczesnych technologii (patrz rysunek nr 13). Jak wynika z badań podmioty regionalne gospodarki turystycznej w znaczącym stopniu wykorzystują nowoczesne rozwiązania (strona internetowa, komunikator, portale społecznościowe itd.)⁶⁸

⁶⁸ Patrz odpowiedzi na pytanie 2.1, 2.3 komponent B oraz pytanie 3.1 komponent A w ramach badań realizowanych do raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>).



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

9. Kierunki, zasady i zakres merytoryczny szkolenia kadr turystycznych w sferze wykorzystania nowoczesnych kanałów informacyjnych do promocji potencjału turystycznego regionu oraz sprzedaży usług i produktów turystycznych

Rozbudowa systemu informacji i promocji turystycznej o nowe elementy wykorzystujące technologie komunikacyjno informacyjne, a także nowe techniki sprzedaży usług turystycznych za pomocą nowoczesnych kanałów nie może się obejść bez zapewnienia profesjonalnej kadry do ich obsługi.

Obsługa nowoczesnych rozwiązań wykorzystujących Internet, technologie mobilne czy geolokalizację wymaga od pracowników informacji turystycznej oraz branży turystycznej sprawnego poruszania się w sieci oraz znajomości aplikacji przydatnych dla turystów.

W przypadku informatorów turystycznych szczegółowy zakres wiedzy i umiejętności opracowany został przez Piotra Gryszela w „Koncepcji kompleksowego scalania systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystykana Dolnym Śląsku”

Tabela 10. Postulowany zakres wiedzy i umiejętności informatorów turystycznych w systemie regionalnym Dolnego Śląska.

Klasa informatora	Zakres wiedzy i umiejętności
Informator turystyczny klasy trzeciej	Powinien przejść podstawowe szkolenie pierwszego stopnia przewidziane w programie szkolenia informatorów, wykazać się podstawową znajomością jednego języka obcego, co najmniej 5-6 miesięcznym stażem pracy w punkcie informacji turystycznej, znajomością obsługi komputera i urządzeń biurowych, zdać pozytywnie egzamin sprawdzający.
Informator turystyczny klasy drugiej	Powinien przejść wcześniej szkolenie pierwszego stopnia i zdać pozytywnie egzamin sprawdzający, a następnie szkolenie drugiego stopnia przewidziane w programie szkolenia informatorów, wykazać się znajomością jednego języka obcego, co najmniej 2 letnim stażem pracy w punkcie informacji turystycznej, zdać



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	pozytywnie egzamin sprawdzający drugiego stopnia.
Informator turystyczny klasy pierwszej	<p>Powinien przejść wcześniejsze szkolenia IT i zdać pozytywnie egzaminy sprawdzające, a następnie szkolenie trzeciego stopnia przewidziane w programie szkolenia informatorów, wykazać się biegłą znajomością jednego języka obcego i podstawową znajomością drugiego języka, co najmniej 5 letnim stażem pracy w punkcie informacji turystycznej, zdać pozytywnie egzamin sprawdzający pierwszego stopnia.</p> <p>Odstępstwa od zasad mogą być dokonywane w stosunku do osób posiadających uprawnienia przewodników lub pilotów wycieczek.</p>

Źródło: W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel, S.Francuz, „Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007, s.91-92.

Przedstawiony w powyższej tabeli zakres wiedzy w sposób minimalny określa wymagania dla informatorów turystycznych w zakresie wdrażania rozwiązań związanych z nowoczesnymi technologiami. Wiedza informatorów powinna zostać rozszerzona o następujące elementy:

- Umiejętność obsługi aplikacji zarządzających treścią (CMS). Jest to kluczowa umiejętność, jeżeli chodzi o aktualizowanie stron oraz wprowadzanie danych do Systemu Repozytoriów,
- Umiejętność obsługi aplikacji (również posiadanie wiedzy odnośnie instalacji tego typu instalacji np. w telefonach turystów) przesyłających dane z Repozytoriów do urządzeń mobilnych turystów,
- Umiejętność obsługi aplikacji wykorzystujących technologię GPS do lokalizacji miejsca pobytu turysty,
- Umiejętność przekazania turystyce wiedzy na temat korzystania z map interaktywnych wykorzystujących System Identyfikacji Geograficznej (GIS),
- Umiejętność przedstawienia turystyce wszystkich funkcjonalności infokiosków,



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

- Umiejętność przygotowywania multimedialnych prezentacji za pomocą aplikacji biurowych.⁶⁹

Szkolenia dla kadr pracujących w branży turystycznej powinny obejmować:

- Umiejętności dotyczące implementacji danych do systemu służących rezerwacji miejsc on-line. Szkolenia powinny obejmować te podmioty, które nie korzystają z rozwiązań komercyjnych w zakresie rezerwacji miejsc,
- Obsługę aplikacji zarządzających treścią (CMS) i techniki przesyłu danych do Repozytorium,
- Nowoczesne techniki promocji i reklamy w Internecie.⁷⁰

Szkolenia powinny być realizowane w sposób cykliczny, wskazane by było, jako źródło finansowania wykorzystać środki z POKL.⁷¹ Szczegółowe programy szkoleń powinny być uzgadniane z Polską Organizacją Turystyczną. Wiedza osób przechodzących szkolenie powinna być potwierdzona egzaminem i certyfikatem. W celu pogłębienia i rozszerzenia szkolenia powinny być powtarzane (jest to istotne z uwagi na szybki postęp w technologii komunikacyjno – informacyjnej).

Rekomenduje się, aby szkolenia były przeprowadzane również z wykorzystaniem e-learningu. W ramach projektu E-DolnySlask udostępniony będzie moduł szkoleniowy wykorzystujący platformę e-learningową, która dostarczy rozwiązania polegające na tworzeniu i udostępnianiu pakietu kursów, szkoleń interaktywnych a także prezentacji multimedialnych dostosowanych do poziomu zaawansowania osób szkolących się.⁷² Na rynku funkcjonują platformy e-learningowe, wśród których

⁶⁹ Patrz raport 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) odpowiedzi na pytania 2.13. – 2.15. (komponent A).

⁷⁰ Patrz raport 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>)– odpowiedzi na pytania 2.1. – 2.5. (komponent B).

⁷¹ Potencjalnym źródłem finansowania szkoleń może być przede wszystkim poddziałanie 8.1.1 POKL. Wg planów nabór w tym działaniu przewiduje się w kwartale 2012 r.. Jednym z typów projektów wpieranych w tym działaniu będzie wykorzystanie w prowadzonej działalności technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

⁷² <http://www.umwd.dolnyslask.pl/edolnyslask/e-moduly/e-learning/>



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

dobrym rozwiązaniem wydaje się platforma Moodle⁷³. Platforma ta w przystępny sposób umożliwia prowadzenie szkoleń (również daje możliwość kontaktu na czacie z wykładowcą w określonych godzinach).

Również w planach POT na lata 2011 – 2012 organizowane będą szkolenia (organizowane w ramach Projektu „Promujmy Polskę Razem” – szkolenia marketingowe – Komponent C), wśród których znajdą się takie o tematyce związanej z wykorzystywaniem nowoczesnych kanałów informacyjnych i promocyjnych. Szkolenia zaprezentowano w tabeli poniżej (Tab.11).

⁷³ Środowisko nauczania zdalnego za pomocą sieci teleinformatycznych, dostępne przez przeglądarkę internetową. Platforma e-learningowa Moodle została stworzona w oparciu o Apache, PHP i MySQL lub PostgreSQL. Można ją uruchomić w systemach operacyjnych Linux, MS Windows, Mac OS X, NetWare 6. Moodle jest rozprowadzany za darmo, jako oprogramowanie open source zgodnie z licencją GNU GPL - <http://pl.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Przykładem zastosowania takiego rozwiązania na Dolnym Śląsku jest platforma e-learningowa w ramach nowej specjalności „Organizator mega imprez” wprowadzonej przez Wyższą Szkołę Handlową.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Tabela 11. Planowane szkolenia przez POT w zakresie wykorzystania nowoczesnych technik informacyjnych skorelowane z potrzebami na Dolnym Śląsku

Tytuł	Zakres/Cel szkolenia	Zapotrzebowanie na szkolenia w regionie
„E-marketing”	Szkolenie umożliwi uczestnikom nabycie wiedzy i umiejętności pozwalających na samodzielne prowadzenie działań marketingowych w Internecie; dodatkowo zwierają będzie wiedzę z zakresu współpracy w tym zakresie z wyspecjalizowanymi agencjami.	<ul style="list-style-type: none"> •Szkolenie wpisuje się w rekomendację z raportu 2B „W XXI w. dominującą rolę w przekazywaniu informacji zdobywa Internet, który staje się najważniejszym rynkiem reklamy. W związku z tym należy zwiększać nakłady finansowe na promocję, poprzez portale i strony internetowe, czy też publikacje elektroniczne. Niezwykle istotne jest podawanie precyzyjnych i rzetelnych danych, które są podstawą „promocji reputacji”. W tym kontekście ważne jest budowanie e-turystyki.” •Zapotrzebowanie na tego typu szkolenia wynika również z potrzeb gmin odnośnie planów związanych z wykorzystaniem nowoczesnych technologii internetowych.⁷⁴
„Media Relations”	Celem szkolenia jest przekazanie uczestnikom wiedzy umożliwiającej samodzielne budowanie i utrzymywanie prawidłowych relacji z mediami (z wyłączeniem e-media relations, któremu poświęcone jest osobne szkolenie).	<ul style="list-style-type: none"> •Szkolenie wpisuje się w rekomendację z raportu 2B „W XXI w. dominującą rolę w przekazywaniu informacji zdobywa Internet, który staje się najważniejszym rynkiem reklamy. W związku z tym należy zwiększać nakłady finansowe na promocję, poprzez portale i strony internetowe, czy też publikacje elektroniczne. Niezwykle istotne jest podawanie precyzyjnych i rzetelnych danych, które są podstawą „promocji reputacji”. W tym kontekście ważne jest budowanie e-turystyki.”

⁷⁴ Jak wynika z badań realizowanych z na potrzeby raportu 6A Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) na pytanie odnośnie planów gmin w zakresie korzystania z narzędzi w dziedzinie nowoczesnych technologii internetowych 38,0% gmin wiejskich, 43,2% gmin miejskich oraz , 60,5% gmin miejsko – wiejskich planuje korzystać. Stąd istnieje zapotrzebowanie na szkolenia wykorzystujące nowoczesne narzędzia.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

<p>„E-Media Relations”</p>	<p>Celem szkolenia jest nabycie przez uczestników umiejętności umożliwiających samodzielne budowanie i utrzymywanie prawidłowych relacji z mediami przy użyciu Internetu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Szkolenie wpisuje się w rekomendację z raportu 2B „W XXI w. dominującą rolę w przekazie informacji zdobywa Internet, który staje się najważniejszym rynkiem reklamy. W związku z tym należy zwiększać nakłady finansowe na promocję, poprzez portale i strony internetowe, czy też publikacje elektroniczne. Niezwykle istotne jest podawanie precyzyjnych i rzetelnych danych, które są podstawą „promocji reputacji”. W tym kontekście ważne jest budowanie e-turystyki.” • Zapotrzebowanie na tego typu szkolenia wynika również z potrzeb gmin odnośnie planów związanych z wykorzystaniem nowoczesnych technologii internetowych.⁷⁵
<p>„Obsługa turysty w punktach informacji turystycznej”</p>	<p>Celem szkolenia jest doskonalenie przez uczestników umiejętności profesjonalnej obsługi turysty, bezpośredniej, telefonicznej, za pomocą poczty elektronicznej i innych narzędzi elektronicznych, w punktach informacji turystycznej</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Szkolenie wpisuje się w rekomendację z raportu 2B „Włączanie lokalnych punktów informacji turystycznej będących w gestii jednostek samorządu terytorialnego w system regionalnej E-turystyki w kooperacji z DOT i systemem POT, uruchomienie i finansowanie Dolnośląskiego Centrum Informacji Turystycznej spełniającego standardy centrum 4* wg systemu POT /, wdrożenie i sfinansowanie przez Samorząd Województwa projektu „Koncepcja E-turystyki na Dolnym Śląsku” wg raportu DOT. • Zapotrzebowanie na tego typu szkolenia wynika również z

⁷⁵ Jak wynika z badań realizowanych z na potrzeby raportu 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) na pytanie odnośnie planów gmin w zakresie korzystania z narzędzi w dziedzinie nowoczesnych technologii internetowych 38,0% gmin wiejskich, 43,2% gmin miejskich oraz , 60,5% gmin miejsko – wiejskich planuje korzystać. Stąd istnieje zapotrzebowanie na szkolenia wykorzystujące nowoczesne narzędzia.



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

		potrzeb gmin odnośnie planów związanych z wykorzystaniem nowoczesnych technologii internetowych. ⁷⁶
--	--	--

Źródło: Opracowanie na podstawie: Polska Organizacja Turystyczna „PLAN DZIAŁANIA NA LATA 2011-2012”, Warszawa, grudzień 2010 oraz raportów: 2B (Wpływ zidentyfikowanych tendencji w ruchu turystycznym w regionie na trendy rozwojowe w gospodarce turystycznej na Dolnym Śląsku), 6A (Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce.) Raporty dostępne są na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>.

Poniżej w tabeli przedstawione zostaną dane dotyczące zapotrzebowania regionalnego na szkolenia marketingowe realizowane przez POT, które wskazują na kierunki kształcenia kadr turystycznych Dolnego Śląska dla nowoczesnej konkurencyjnej gospodarki turystycznej.

Tabela 12. Skala zrekrutowanych osób na szkolenia marketingowe na Dolnym Śląsku.

Nazwa szkolenia	Liczba osób reprezentujące poszczególne podmioty z Dolnego Śląska
E-marketing Marka, pozycjonowanie, strategię komunikacji marketingowej	- JST – 6 osób, - LOT – 0 osób, - Organizacja turystyczna – 3 osoby, - ROT – 4 osoby, - Stowarzyszenia turystyczne – 3 osoby
Budowanie marki Promocja prowadzona przez Jednostki Samorządu Terytorialnego (marketing miejsc)	- JST – 13 osób, - LOT – 0 osób, - Organizacja turystyczna – 1 osoby, - ROT – 1 osoby, - Stowarzyszenia turystyczne – 2 osoby
Pozyskiwanie inwestorów do gmin/regionu, jako element rozwoju produktu turystycznego Obsługa Turysty w punktach informacji turystycznej	- JST – 12 osób, - LOT – 0 osób, - Organizacja turystyczna – 2 osoby, - ROT – 3 osoby, - Stowarzyszenia turystyczne – 3 osoby

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez firmę Ecorys współrealizatora projektu szkoleniowego (Współpraca z POT - szkolenia organizowane w ramach Projektu „Promujmy Polskę Razem” – szkolenia marketingowe – Komponent C)

⁷⁶ Jak wynika z badań realizowanych z na potrzeby raportu 6A Analiza stanu bieżącego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w turystyce. Raport dostępny na stronie: <http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>) na pytanie odnośnie planów gmin w zakresie korzystania z narzędzi w dziedzinie nowoczesnych technologii internetowych 38,0% gmin wiejskich, 43,2% gmin miejskich oraz , 60,5% gmin miejsko – wiejskich planuje korzystać. Stąd istnieje zapotrzebowanie na szkolenia wykorzystujące nowoczesne narzędzia.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Wnioski:

- Jak wynika z badań podmioty regionalnej gospodarki turystycznej korzystają i planują rozszerzać wykorzystanie nowoczesnych narzędzi informacyjno - komunikacyjnych. W ślad za tym należy podnosić kompetencje kadr odnośnie wykorzystania ICT w ich działalności,
- Koniecznym jest budowanie zintegrowanego modelu szkolenia kadr turystycznych w regionie zgodnie z rekomendacjami zawartymi w raporcie 2B (patrz tabela nr 12 niniejszego raportu) oraz z wykorzystaniem środków w ramach naborów POKL poddziałanie 8.1.1 przewidzianych w 2012r.



Podsumowanie

Wykorzystanie technologii informacyjno – komunikacyjnych daje szansę na szybszy rozwój gospodarki turystycznej regionu. Technologie ICT (Information and Communication Technologies) są nośnikiem innowacyjnych i konkurencyjnych rozwiązań, które z powodzeniem mogą być implementowane do sektora turystycznego. W Polsce rynek wykorzystujący ICT jest wciąż mały w porównaniu do krajów Zachodniej Europy (np. Holandia, Szwecja, Dania). Z jednej strony jest to problem dla konkurencyjności polskiej gospodarki, z drugiej zaś szansa na dynamiczny rozwój usług z wykorzystaniem najnowszych technologii.

Przedstawione w niniejszym raporcie rozwiązania ICT będą istotnym elementem kształtowania e-gospodarki turystycznej, w tym e-systemu informacji turystycznej. Implementacja postulowanych rozwiązań przyczyni się do usprawnienia przekazywania informacji turystycznej oraz wzmocni działania promocyjne.

Bardzo istotną kwestią w tym zakresie jest integracja baz danych w regionie przy zachowaniu ich spójności. Ważnym elementem w tym zakresie będzie połączenie baz danych z bazą ogólnopolską tworzoną w ramach Systemu Repozytorium Informacji Turystycznej. W ramach systemu planuje się wdrożeniu szeregu narzędzi ułatwiających turystom pobieranie niezbędnych informacji. Przykładem takich rozwiązań jest rozpoczęty proces instalacji infokiosków. Dla zawieszenia dostępności informacji niezbędne są również działania związane z wykorzystaniem technologii GSM czy systemu GPS a także GIS (np. poprzez tworzenie specjalnych aplikacji).

System musi być także powiązany z przedsiębiorcami z branży turystycznej, proponowane w raporcie rozwiązania powinny przyczynić się do zwiększenia odsetka firm korzystających ze sprzedaży usług on-line.

Wdrożenie nowych rozwiązań wiąże się z koniecznością szkolenia kadr sektora turystyki tak, aby narzędzie, jakimi dysponują były w pełni wykorzystywane. W raporcie zaproponowano kompleksowy model takiego procesu edukacji.

Wdrożenie tych rozwiązań wiąże się z koniecznością pokrywania kosztów stąd konieczne są rozwiązania systemowe regulujące te kwestie, których przykłady zawarto w niniejszym raporcie. Istotne w tym zakresie jest uświadomienie podmiotom branży turystycznej o korzyściach płynących dla regionalnej gospodarki turystycznej.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Bibliografia

1. B. Walasa, *Prezentacja podczas targów turystycznych MTT*, Wrocław 2010.
2. M. Bucholz, *Polski System Informacji Turystycznej*, POT, Warszawa 2010
3. Polska Organizacja Turystyczna „*PLAN DZIAŁANIA NA LATA 2011-2012*”, Warszawa, grudzień 2010.
4. T. Buczak, Rola POT w tworzeniu zintegrowanego systemu badań konsumentów usług turystycznych w: *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych* pod red. E.Dziedzic, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010r,
5. W. Fedyk, *Obecni i potencjalni zleceniodawcy badań w regionach. Źródła finansowania badań w: Regionalne badania konsumentów usług turystycznych* pod red. E.Dziedzic, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2010r
6. W.Fedyk, A.Dołęga, P.Gryszel, S.Francuz, „*Koncepcja kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku*”, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, 2007



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Strony internetowe

<http://turystykawinterneecie.pl/e-mail-marketing-w-turystyce/>

<http://webhosting.pl>

<http://dolnyslask360.pl/>,

<http://www.miabassaslesia.eu/pl/service/af>

<http://uzdrowiskowydolnyslask.pl>

<http://www.pot.gov.pl/certyfikacje-it/>

<http://dziennikturystyczny.pl/2009/11/innowacyjny-system-informacji-turystycznej-oparty-o-fotokody-w-lodzi/>

<http://www.lamp-server.pl/mysql/>

<http://www.polska.travel/pl>

<http://www.joomla.pl/index.php/walory-joomla.html>

www.fundacja-pcb.org

http://www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_4.pdf

http://www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_12.pdf

<http://www.cyber-swift.com/gis-tourism.html>

<http://gpsmaniak.com/new/download-garmin-kod.htm>

<http://google-latlong.blogspot.com/2010/03/its-time-to-bike.html>

<https://www.e-rezerwacje24.pl/kontakt/>,

<http://www.agrobooking.pl>

<http://www.urbancard.pl/pl/article/show/category,1,id,18-.html>

<http://www.smsapi.pl/zastosowanie/agencje-turystyczne>

<http://www.dot.org.pl/aktualnosci/z-ostatnich-dni/turystyczny-informator-gsm-----przewodnik-po-dolnym-slasku-w-twoim-telefonie.html>

<http://www.umwd.dolnyslask.pl/edolnyslask/e-moduly/e-learning/>

<http://pl.wikipedia.org/wiki/Moodle>



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Spis tabel

Tabela 1. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium postrzegania stron internetowych przez gminy.....	10
Tabela 2. Finansowanie działań związanych z poprawą oglądalności serwisów internetowych.	13
Tabela 3. Oglądalność wybranych serwisów zajmujących się promocją turystyczną na Dolnym Śląsku.....	16
Tabela 4. Plany poszczególnych subregionów turystycznych Dolnego Śląska w zakresie budowy portali czy subdomen.	17
Tabela 5. Minimalne kryteria certyfikacji jednostek informacji turystycznej w Polsce wg POT.....	29
Tabela 6. Skategoryzowane punkty informacji turystycznej na Dolnym Śląsku.....	33
Tabela 7. Potencjalne miejsca lokalizacji infokiosków informacji ogólnopolskich i regionalnych na Dolnym Śląsku.	37
Tabela 8. Punkty informacji turystycznej tworzone w ramach Południowo – Zachodniego Szlaku Cysterskiego.	38
Tabela 9. Potencjalne źródła finansowania badań ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku.....	71
Tabela 10. Postulowany zakres wiedzy i umiejętności informatorów turystycznych w systemie regionalnym Dolnego Śląska.....	74
Tabela 11. Planowane szkolenia przez POT w zakresie wykorzystania nowoczesnych technik informacyjnych skorelowane z potrzebami na Dolnym Śląsku	78
Tabela 12. Skala zrekrutowanych osób na szkolenia marketingowe na Dolnym Śląsku.....	80

Spis rysunków

Rysunek 1. Narzędzia internetowej promocji.....	8
Rysunek 2. System tworzenia nowych portali i subdomen turystycznych i promocyjnych na Dolnym Śląsku.....	21



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Rysunek 3. Struktura zarządzania systemem informacji turystycznej na Dolnym Śląsku.....	35
Rysunek 4. Punkty informacji turystycznej w subregionie Ziemia Kłodzka	36
Rysunek 5. Funkcjonalności Contact Center.....	39
Rysunek 6. Model przepływu informacji.	46
Rysunek 9. Model wykorzystania systemu GIS w turystyce Dolnego Śląska.	53
Rysunek 10. Przykładowy model tworzenia oraz dystrybuowania informacji w systemie GIS na Dolnym Śląsku.	54
Rysunek 11. Model rezerwacji on-line za pomocą Systemu Rozproszonych Punktów Dostarczania i Odbioru Informacji wg Koncepcji kompleksowego scalenia systemów informacji turystycznej na Dolnym Śląsku na potrzeby przygotowania i wdrożenia projektu E-turystyka na Dolnym Śląsku.	59
Rysunek 12. Model wdrażania Dolnośląskiej Karty Lojalnościowej.	64

Spis wykresów

Wykres 1. Wynik badania podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium wykazu usług w dziedzinie nowoczesnych technologii informatycznych, jakie powinny być realizowane w ramach systemu e-Dolny Śląsk.	23
Wykres 2. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium wykazu usług w dziedzinie nowoczesnych technologii informatycznych, jakie powinny być realizowane w ramach systemu e-Dolny Śląsk.	25
Wykres 3. Wynik badania jednostek samorządów terytorialnych na Dolnym Śląsku w 2011 roku – wg kryterium planów skorzystania z narzędzi internetowych przez gminy.	41
Wykres 4. Proponowane źródła finansowania działalności punktów IT na Dolnym Śląsku.....	41



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Załącznik nr 1. Ankieta Certyfikacyjna

DANE TELEADRESOWE

Dokładna nazwa centrum informacji turystycznej							
Woj.		Gmina		Miejscowość			
Adres		nr domu		nr lokalu			
Telefon		kier.					
Fax		kier.					
E-mail							
Osoba kierująca IT							

Liczba zatrudnionych w tym informatorów			*	**	***	****	Punkty

Posiadane kwalifikacje	Uwagi	*	**	***	****	Punkty
–						
Informator I	Uwagi					
Informator II						
Informator III						
Informator IV						
Informator V						
Informator VI						
Razem kategoria						



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Znajomość języków obcych										*	**	***	****	Punkty
Język	Informator I			Informator II			Informator III			Uwagi:				
	Znajomość [biegła (B), zaawansowana (Z), średnia (Ś), podstawowa (P)]													
angielski														
niemiecki														
francuski														
rosyjski														
włoski														
hiszpański														
(inny – jaki?)														

Znajomość języków obcych										*	**	***	****	Punkty
Język	Informator IV			Informator V			Informator VI			Uwagi:				
	Znajomość [biegła (B), zaawansowana (Z), średnia (Ś), podstawowa (P)]													
angielski														
niemiecki														
francuski														
rosyjski														
włoski														
hiszpański														
(inny – jaki?)														



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Godziny pracy		Dni powszednie	Soboty	Niedziele	Święta	*	**	***	****	Punkty
W sezonie	Miesiące									
	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....					
	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....					
Poza sezonem	Miesiące									
	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....					
	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....	od.....do.....					

	*	**	***	****	Punkty
Dostępność poprzez własne serwisy internetowe					
Dostępność poprzez tel./call center – jakie, czas dostępu					

Lokalizacja	*	**	***	****	Punkty
Rynek					
Centrum					
Dworzec kolejowy					
Dworzec autobusowy					
Port lotniczy					
Port morski					
Obiekt zabytkowy (zamek, pałac)					



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Muzeum						
Hipermarket						
Szkoła						
Biblioteka						
Urząd						
Hotel						
Gospodarstwo agroturystyczne						
Przystań						
Park						
Główny ciąg komunikacyjny						
Główny ciąg turystyczny						
Inna						
	Razem kategoria					

	Funkcjonalność	Uwagi	*	**	***	****	Punkty
Oznakowanie	Dowolna forma oznakowania „i”						
	Stały napis nad wejściem						
	Podświetlany kaseton						
	Oznakowanie dojazdu do centrum						
Witryna	Informacja na witrynie (np. wykaz hoteli, ważnych telefonów, adresów)						



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	Plan/mapa na witrynie						
	Monitor z informacjami w witrynie						
	Kiosk elektroniczny na zewnątrz						
	Stojaki na materiały						

Materiały bezpłatne	O najbliższej okolicy						
	O najbliższej okolicy oraz ponadlokalne						
	O najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne , również w językach obcych						
	O najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne , również w językach obcych; także materiały tematyczne, specjalistyczne						
Dostęp do Internetu	Komputery dla turystów z Internetem – jedno stanowisko						
	Komputery dla turystów z Internetem – dwa stanowiska						
	Komputery dla turystów z Internetem – więcej stanowisk						
	Punkt przystosowany jest do potrzeb osób niepełnosprawnych						
	Parter						
	Piętro						
	Parking						
	Poczekalnia (przechowalnia bagażu)						
	Biblioteka turystyczna ogólnodostępna						
	WC dla interesantów						
	Sala konferencyjna z wyposażeniem						
	Pomieszczenie sanitarne /WC/ do użytku turystów						
	Samobsługowy informator multimedialny						
	Kontuar szybkiej obsługi klienta						
	Usługi ksero, faks						



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

	Materiały handlowe – publikacje (mapy, plany miast, przewodniki, itp.)						
	Materiały handlowe – pamiątki						
	Sprzedaż usług turystycznych						
	Obszar konsultacji						
	Obszar samoobsługi dla turystów						
	Obszar pracy dla personelu						
	Obszar magazynowy						
	Pomieszczenie socjalne dla pracowników						
	Inna						
		Razem kategoria					

INICJATYWY WŁASNE (szkolenia z zakresu „it”, działania w celu wytyczenia i oznakowania atrakcji i tras turystycznych dla zmotoryzowanych, animacja życia turystycznego, tworzenie produktu turystycznego, prowadzenie badań konsumenckich itp.)

	Inicjatywy	Uwagi	*	**	***	****	Punkty
		Razem kategoria					

DODATKOWE INFORMACJE (niewymienione w niniejszej karcie oceny: np. nagrody, wyróżnienia, itp.)



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zadanie współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"
POKL.08.01.04-02-001/09"

Zgodnie z kartą zgłoszenia	Uwagi	

Wypełniono w dniu

Podpis

Źródło: POT