

PROGRAM ROZWOJU I FUNKCJONOWANIA ŚLĄSKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ



Katowice, styczeń 2008 r.

© Copyright 2008 by Śląska Organizacja Turystyczna, 40-085 Katowice, ul. Mickiewicza 29

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI.....	2
1. Wprowadzenie.....	3
2. Metodologia.....	6
3. Uwarunkowania wynikające z analizy stanu i funkcjonowania informacji turystycznej na terenie województwa śląskiego.....	8
4. Schemat logiczny Programu.....	11
5. Śląski System Informacji Turystycznej - cele Programu i działania.....	13
5.1. Cel nadrzędny i cel strategiczny Programu.....	13
5.2. Cel operacyjny 1 „Stworzenie i rozwój systemu analogowej informacji turystycznej w województwie śląskim”.....	16
5.3. Cel operacyjny 2 „Stworzenie i rozwój regionalnego cyfrowego systemu informacji turystycznej”.....	33
5.4. Cel operacyjny 3 „Efektywne zarządzanie Śląskim Systemem Informacji Turystycznej”.....	44
6. Wdrożenie i monitoring.....	58
6.1. Harmonogram.....	59
6.2. Źródła finansowania.....	63
6.3. Wskaźniki weryfikacji realizacji Programu.....	69
7. Spis tabel, schematów i rysunków.....	71
8. Załączniki.....	72

1. Wprowadzenie.

Uwagi wstępne

Trudno przecenić znaczenie turystyki dla rozwoju regionalnego i lokalnego. Jednocześnie ze względu na specyfikę turystyki, jej interdyscyplinarność, subiektywność w odbiorze oraz przede wszystkim brak możliwości zmagazynowania nie sposób przecenić znaczenia informacji i promocji dla rozwoju gospodarki turystycznej w regionach. Znaczenie to wzrasta wraz z dynamicznym rozwojem turystyki, a tym samym coraz większą liczbą kreatorów produktów turystycznych i emitentów komunikatów.

Nie należy również zapominać, że jednym z motywów uprawiania turystyki jest zdobycie informacji, poszerzenie posiadanego zasobu wiedzy. Z tego m.in. powodu popyt na informację jest różny w różnych segmentach rynku, podlega różnym zmianom, wynikającym z trendów, gustów, zmieniających się koncepcji. Informacja turystyczna musi reagować na pojawiające się trendy i tendencje, ale też w bardzo aktywny sposób może je kreować.

Informacja turystyczna to nie tylko zbiór niezbędnych danych, ale cały system ustalania ich zakresów, pozyskiwania, gromadzenia, aktualizacji i udostępniania. System ten musi być powiązany jednolitą organizacją i zasadami współpracy poszczególnych jego elementów. Ponieważ informacja turystyczna służy nie tylko turystom, ale również organizatorom turystyki (biura podróży, tour operatorzy, przewodnicy, piloci, animatorzy, etc.), skuteczność jej funkcjonowania zależy właśnie od efektywnej współpracy ze wszystkimi, którzy są zaangażowani w rozwój turystyki na danym terenie.

W tym kontekście należy zwrócić uwagę, że w dobie coraz większej konkurencji na rynku usług turystycznych informacji turystycznej nie da się oddzielić od promocji regionalnej. Coraz częściej informatorzy turystyczni są jednocześnie doradcami, promotorami oraz animatorami życia kulturalnego i turystycznego. Odbiorcami usług są, bowiem, jak wspomniano, nie tylko turyści, ale również animatorzy turystyki, organizatorzy wypoczynku, gestorzy infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, samorząd lokalny i gospodarczy, organizacje pozarządowe, wreszcie mieszkańcy, czyli cała lokalna społeczność.

Od systemu informacji turystycznej oczekuje się obecnie inspirowania, wspierania, koordynowania, współorganizowania lokalnych przedsięwzięć proturystycznych. Jednocześnie poprzez prowadzoną działalność informacyjną i promocyjną system przyczynia się do zwiększenia dochodów branży turystycznej.

Cele projektu

Celem projektu jest opracowanie koncepcji funkcjonowania systemu informacji turystycznej w województwie śląskim. Na system ten składa się zarówno warstwa analogowa (tradycyjna), jak i warstwa cyfrowa korzystająca z nowoczesnych technologii. Śląski System IT będzie spełniał następujące funkcje:

- *Informacyjną* – informowanie o różnorodnych atrakcjach i produktach turystycznych, infrastrukturze turystycznej i paraturystycznej, oferowanych możliwościach spędzania wolnego czasu, ciekawych imprezach, inicjatywach, etc.
- *Doradczą* – pomaganie klientowi w zdefiniowaniu problemu i podjęciu właściwej decyzji w zakresie organizacji czasu wolnego.
- *Promocyjną* – promowanie regionu, jego oferty turystycznej, produktów turystycznych, kanalizowanie ruchu turystycznego, kreowanie popytu (moda na produkty), kreowanie wizerunku województwa.
- *Animacyjną* – stymulowanie rozwoju regionalnych i lokalnych produktów turystycznych, marek turystycznych, uczestnictwo w procesie kreowania produktów turystycznych, koordynowanie inicjatyw lokalnych, organizowanie/współorganizowanie/inspirowanie przedsięwzięć promocyjnych.

Nie wystarczy jednak zaprojektowanie innowacyjnych rozwiązań dla poszczególnych elementów systemu. Efektywne jego funkcjonowanie wymaga wdrożenia przemyślanego i zintegrowanego systemu zarządzania oraz wypracowania profesjonalnej platformy współpracy, ponieważ Śląski System IT obejmuje wiele podmiotów uczestniczących w rozwoju na szczeblu regionalnym i lokalnym.

Za zaprojektowaniem i wdrożeniem systemu zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej przemawia kilka czynników. Turyści potrzebują łatwego dostępu do informacji, ułatwiającego podjęcie decyzji i organizację czasu wolnego, co przekłada się bezpośrednio na wzrost ich zadowolenia i powtarzalność przyjazdów. Ponadto zarządzanie systemem wpływa na treść i sposób przekazywania informacji. Jednocześnie to właśnie zintegrowany, dobrze zarządzany system kreuje pożądaną wizerunek województwa śląskiego.

Efektom realizacji projektu na terenie województwa śląskiego będzie powstanie systemu informacji turystycznej, a więc m.in.: koordynacja systemów lokalnych, ujednolicenie podawanych informacji, kreacja wizerunku, inwentaryzacja istniejących i powstających atrakcji oraz produktów turystycznych, pozyskiwanie danych i ich stała koordynacja, poszerzenie oferty turystycznej. Śląski System Informacji Turystycznej będzie: rzetelny, aktualny, wiarygodny i komunikatywny.

Prezentowany poniżej dokument jest koncepcją rozwoju systemu informacji turystycznej w województwie śląskim jako kluczowego narzędzia regionalnego marketingu i promocji. Przedstawiony projekt jest spójny z założeniami polskiego systemu informacji turystycznej, tworzonego przez Polską Organizację Turystyczną.

Największą trudność przy opracowywaniu koncepcji stanowiło zaprojektowanie systemu w warstwie cyfrowej w taki sposób, aby był on kompatybilny z Internetowym Systemem Informacji Turystycznej (ISIT), który obecnie jest rekonstruowany. W związku z powyższym, w pracach nad częścią cyfrową autorzy dokumentu posilkowali się danymi uzyskanymi z Polskiej Organizacji Turystycznej, z Departamentu Informacji Turystycznej. Dotyczy to w szczególności założeń do harmonizacji bazy danych, technologii i platformy sprzętowej oraz cech rozwiązania portalowego. Dzięki temu system w przyszłości będzie mógł współpracować z systemem krajowym.

Obszar projektu

Projektem objęty jest obszar całego województwa śląskiego. W sposób naturalny w pierwszym etapie realizacji będzie on dotyczył obecnie funkcjonujących jednostek świadczących usługi informacji turystycznej. W długofalowej perspektywie realizacja projektu będzie związana z powstawaniem nowych podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej i ich włączaniem w system. Docelowo całe województwo będzie pokryte równomiernie rozmieszczoną informacją turystyczną, o zróżnicowanych zakresach i różnym standardzie świadczonych usług.

Zakres projektu

Niniejszy dokument został opracowany zgodnie z metodologią konstruowania programów operacyjnych i strategii i składa się z zasadniczo z trzech części: diagnostycznej, strategicznej oraz wdrożeniowej¹.

Pierwszy rozdział dotyczy przedstawienia zastosowanej metodologii. W tym zakresie odnosi się to do omówienia podstawowych źródeł oraz narzędzi konstruowania wizji, drzewa celów oraz wdrażania.

W rozdziale drugim syntetycznie przedstawiono wnioski wynikające z analizy stanu i funkcjonowania IT, będące punktem wyjścia do opracowania kierunków rozwoju Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Analizą objęto wszystkie jednostki świadczące usługi informacji turystycznej na

¹ Metodologia stosowana przez Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Zarys metodyki opracowywania programów strategicznych, Warszawa 2004 r.

terenie województwa śląskiego, jak również system cyfrowy oraz inne niezbędne elementy informacyjne (oznakowanie dróg, system wydawnictw informacyjnych).

Kolejny rozdział jest kluczowym rozdziałem dokumentu i dotyczy programu rozwoju Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Składa się nań: wizja jako prezentacja stanu idealnego Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej w 2013 roku oraz drzewo celów (cel nadrzędny, cel strategiczny, cele operacyjne oraz działania). Koncepcja rozwoju IT w województwie śląskim obejmuje:

- warstwę analogową (m.in. jednostki świadczące usługi informacji turystycznej, ich kategoryzacja, standard usług, wizualizacja, materiały promocyjne, system znakowania dróg i atrakcji),
- warstwę cyfrową (m.in. system cyfrowy, portale internetowe, kioski elektroniczne, materiały multimedialne),
- zarządzanie i współpracę (m.in. podział i zakres kompetencji, platforma współpracy pomiędzy wszystkimi interesariuszami systemu),
- identyfikację wizualną (logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej oraz wizualizacja systemu kategoryzacji).

Ostatni rozdział dokumentu dotyczy harmonogramu wdrażania poszczególnych działań, wskazania źródeł finansowania oraz wskaźników monitorowania stanu realizacji Programu.

2. Metodologia.

Program Rozwoju i Funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej na terenie województwa śląskiego jest dokumentem, który z jednej strony zawiera wytyczne dotyczące wdrożenia i realizacji projektu jako modelowego rozwiązania funkcjonowania informacji turystycznej (w oparciu o przeprowadzoną wcześniej analizę), a z drugiej - kreuje filozofię funkcjonowania systemu, przy jednoczesnym wskazaniu podmiotów odpowiedzialnych za wdrożenie zapisanych działań oraz uszeregowaniu tych działań w czasie i podaniu podstawowych źródeł finansowania, opracowaniu sposobu zarządzania systemem oraz zasad współpracy wszystkich podmiotów.

Punktem wyjścia do opracowania Programu było rzetelne i szczegółowe przeprowadzenie analizy stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim zgodnie z metodologią wykorzystywaną podczas audytu turystycznego. Zgodnie z metodyką zastosowaną dla realizacji projektu, audyt turystyczny jest kluczowym narzędziem dla analizy potencjału, ponieważ stanowi pełną inwentaryzację obszaru pod kątem działania informacji turystycznej, jak również atrakcyjności turystycznej obszaru. Pozwala opracować część strategiczną, jako program działania w oparciu o rzeczywisty potencjał obszaru, jego specyfikę oraz oczekiwania turystów i mieszkańców.

Podczas konstruowania Programu zastosowano metodykę opracowywania programów strategicznych, rekomendowaną przez Rządowe Centrum Studiów Strategicznych. W związku z powyższym, jak wspomniano we wprowadzeniu, Program składa się z części diagnostycznej, strategicznej i wdrożeniowej.

Analiza stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim została opracowana jako osobny i kompleksowy dokument, powstały w wyniku wizji lokalnej na terenie województwa śląskiego, analizy dokumentów źródłowych (strategicznych), ankiet wypełnionych przez podmioty świadczące usługi informacji turystycznej oraz współpracy podczas spotkań roboczych z wyżej wymienionymi podmiotami oraz Śląską Organizacją Turystyczną i Departamentem Promocji Regionu, Turystyki i Sportu Urzędu Marszałkowskiego (obecnie po reorganizacji, problematyką tą, ze strony Urzędu Marszałkowskiego zajmuje się Wydział Promocji i Współpracy Międzynarodowej).

W związku z powyższym w niniejszym dokumencie część diagnostyczną Programu stanowią uwarunkowania wynikające z przeprowadzonej analizy stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim, czyli ujęte syntetycznie wnioski.

W części strategicznej zaprezentowano wizję Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, określony został cel nadrzędny, wyznaczony został cel strategiczny, realizację, którego określają cele operacyjne, a im z kolei zostały podporządkowane działania, które przyczynią się do ich osiągnięcia.

Koncepcja opracowania *Programu rozwoju i funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej* została wypracowana w oparciu o najnowocześniejsze i innowacyjne rozwiązania europejskie w zakresie systemów informacji turystycznej, przy uwzględnieniu specyfiki i potrzeb regionu. Określa sposób i zakres działania podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej, funkcjonowanie systemu analogowej i cyfrowej informacji turystycznej, jak również identyfikuje potrzeby kadrowe, standardy obsługi klienta, kategoryzację jednostek świadczących usługi IT.

Dokument zawiera również harmonogram czasowy realizacji poszczególnych przedsięwzięć w postaci weryfikowalnych, mierzalnych, konkretnych i ściśle określonych celów. Pozwala to na rozłożenie realizacji na etapy oraz bieżącą kontrolę stopnia realizacji założeń Programu. Harmonogram podzielony jest z jednej strony na ramy czasowe, wyznaczone przez okresy budżetowe Unii Europejskiej, a z drugiej na obszary działań (w zależności od określonych celów operacyjnych). Harmonogram identyfikuje również najważniejsze źródła finansowania poszczególnych działań.

Podczas opracowywania dokumentu podjęte zostały następujące rodzaje działań:

- Analizy - analiza działalności i funkcjonowania podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej.

- Konsultacje eksperckie – spotkania z przedstawicielami samorządów, branży turystycznej, organizacji pozarządowych działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie oraz przedstawicielami punktów i centrów informacji turystycznej, mające na celu wspólne wypracowanie założeń do modelu funkcjonowania systemu.
- Opracowanie koncepcji systemu informacji turystycznej w województwie śląskim, przy uwzględnieniu specyfiki oraz potencjału (ilość jednostek, potencjał kadrowy i organizacyjny), na których można budować system.
- Opracowanie harmonogramu wdrożenia wraz z identyfikacją podstawowych źródeł finansowania.

Program Rozwoju i Funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej opracowana została przy wykorzystaniu metody partycypacyjno-eksperskiej. Metoda ta obejmuje pracę jak w metodzie partycypacyjnej oraz istotny wkład koncepcyjny pracy konsultantów i ekspertów. Łączy ona zalety obu podejść metodycznych i polega na tym, że:

- Część prac wykonywana jest w wersji uczestniczącej (partycypacyjnej) z udziałem władz i przedstawicieli opiniotwórczych kręgów z województwa, przedstawicieli podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej.
- Część prac wykonują konsultanci i eksperci (np. niektóre analizy, raporty, syntezy, diagnozy, scenariusze, opracowanie niektórych koncepcji działań).
- Do konsultantów należy też analizowanie i ewentualne korygowanie materiałów wypracowanych w trakcie spotkań, a następnie rozwijanie lub doskonalenie ich treści.
- Wyniki prac konsultantów są udostępniane i dyskutowane z przedstawicielami samorządu terytorialnego, jednostek świadczących usługi informacji turystycznej, branży turystycznej oraz wszystkimi podmiotami zainteresowanymi rozwojem turystyki w regionie.

Prezentacje, spotkania i konsultacje były realizowane z wykorzystaniem techniki moderacji wizualnej, która pozwala na:

- uzyskanie wysokiego poziomu interakcji między uczestnikami spotkań,
- bardzo efektywne z punktu widzenia czasu dochodzenie do wyników pracy w grupie,
- ogniskowanie dyskusji, trzymanie się tematu,
- wizualizację przebiegu pracy i jej wyników.

3. Uwarunkowania wynikające z analizy stanu i funkcjonowania informacji turystycznej na terenie województwa śląskiego.

Ogólne wyniki analizy

Analiza stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim została przeprowadzona w oparciu o badania ankietowe, wizję lokalną, warsztaty, wywiady telefoniczne, rozmowy i konsultacje z przedstawicielami jednostek świadczących usługi informacji turystycznej, branżą turystyczną, przedstawicielami władz samorządowych i Śląskiej Organizacji Turystycznej. Objęła ona 41 jednostek świadczących usługi IT, wśród których były 24 centra i punkty IT, 3 gminne centra informacji oraz 14 podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej dodatkowo, czyli jednostki, które stanowią będą podstawę stworzenia Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej².

Z punktu widzenia wprowadzenia rozwiązań systemowych, kluczową problematyką było przeanalizowanie zarówno cech, jakimi powinna charakteryzować się jednostka świadcząca usługi IT, a także sieci istniejących powiązań, tak w sensie analogowym, jak i cyfrowym.

Jeżeli chodzi o charakterystykę wspomnianych 41 jednostek, ogólnie można stwierdzić, iż jej ocena jest pozytywna. Zarówno lokalizacja, zatrudniane kadry, jak i posiadane materiały promocyjno-informacyjne odpowiadają przyjętym standardom. Poprawy zdecydowanie wymaga wyposażenie podmiotów, jak również ich oznakowanie, nie tylko w sensie jego ujednolicenia, ale również w sensie wprowadzenia znaków kierunkowych dojazdu, zwłaszcza do jednostek oddalonych od centrów miast / miejscowości.

Co do sieci powiązań, analiza jednoznacznie wskazuje na jej brak. Podejmowane są próby wprowadzania rozwiązań sieciowych (Jurajska Informacja Turystyczna, inicjatywy Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”), ale nie mają one zasięgu wojewódzkiego. Brak wypracowanych zasad współpracy skutkuje faktem, iż praktycznie każda jednostka pracuje w izolacji od pozostałych. Przepływ informacji jest ograniczony, brakuje wspólnych materiałów promocyjnych, występuje swoistego rodzaju przypadkowość w podejmowanych próbach współpracy. Obniża to w dużym stopniu kompleksowość i rzetelność informacji przekazywanej turystom.

Z punktu widzenia części cyfrowej można powiedzieć, iż na chwilę obecną cyfrowy system IT nie funkcjonuje. Pozytywnie należy ocenić fakt istnienia regionalnego serwisu informacyjnego www.silesia-region.pl oraz interaktywnego informatora turystycznego www.gosilesia.pl, a także licznych portali informacyjnych zawierających dużą ilość informacji przydatnych dla turystów. Problem polega na tym, iż każdy z tych portali funkcjonuje zupełnie samodzielnie, nie jest stworzona regionalna baza danych, co stanowi podstawę istnienia systemu cyfrowego.

Niezwykle istotną kwestią dla budowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej są ludzie, stanowiący niewątpliwie największą siłę regionu: wykształceni, otwarci, gościnni, aktywni i zaangażowani. Nie boją się nowych wyzwań, już na etapie analizy bardzo aktywnie uczestniczyli w jej przygotowaniu. To, co w nich najbardziej cenne, to praktyczne angażowanie się w realizowanie idei. To, co również bardzo ważne to fakt, że osoby pracujące w informacji turystycznej znają się, co znacznie ułatwi przyszłą współpracę, wymianę informacji, etc.

² W trakcie realizacji projektu zaczęło funkcjonować kilka nowych punktów informacji turystycznej, które nie zostały ujęte w niniejszym opracowaniu.

Patrząc na obecnie funkcjonującą informację turystyczną, można stwierdzić, iż pełni ona praktycznie tylko i wyłącznie funkcję informacyjną oraz – w małym stopniu – promocyjną. Na chwilę obecną nie można mówić o funkcji animacyjnej i doradczej.

Analiza SWOT

Poniżej w formie tabelarycznej, przedstawione zostały mocne i słabe strony informacji turystycznej województwie śląskim, jak również szanse i zagrożenia.

Tabela nr 1. Analiza SWOT województwa śląskiego w kontekście wprowadzenia rozwiązań systemowych w obszarze informacji turystycznej.

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<i>Lokalizacja i dostępność</i> - Dobra lokalizacja i dostępność jednostek świadczących usługi IT - Widoczne oznakowanie jednostek świadczących usługi IT - Jednolite oznakowanie punktów IT należących do Jurajskiej Sieci IT <i>Godziny pracy</i> - Wydłużanie godzin pracy w sezonie <i>Wypożyczenie</i> - Dostęp do Internetu <i>Kadra</i> - Doświadczona i wykształcona kadra - Znajomość języków obcych - Umiejętność wyszukiwania informacji - Przyjazny stosunek do turystów - Udział w szkoleniach podnoszących kwalifikacje kadry <i>Materiały</i> - Różnorodne i ciekawe materiały - Ciekawe i oryginalne rozwiązania graficzne i tematyczne w materiałach - Duża ilość dostępnych materiałów dot. województwa - Duża ilość materiałów w różnych językach obcych	<i>Lokalizacja i dostępność</i> - Mała ilość jednostek świadczących usługi IT dostępna dla osób niepełnosprawnych - Niejednolite oznakowanie jednostek świadczących usługi IT (oznakowanie „it”, „i” lub brak tego typu znaków) - brak systemu identyfikacji wizualnej dla IT w województwie - W wielu przypadkach brak oznakowania dojazdu do jednostek świadczących usługi IT (brak znaków kierunkowych) <i>Godziny pracy</i> - Niedostosowanie godzin pracy jednostek świadczących usługi IT do potrzeb turystów (mała elastyczność godzin otwarcia) <i>Wypożyczenie</i> - Mała ilość kiosków elektronicznych na zewnątrz punktów IT, które umożliwiłyby dostęp do informacji poza godzinami otwarcia - Niedostateczne wyposażenie (mała ilość stojaków na materiały, mała ilość samodzielnych stanowisk z dostępem do Internetu, małe pomieszczenia do obsługi turystów) <i>Kadra</i> - Rotacja kadr - Brak wiedzy samej z siebie (posiłkowanie się Internetem) - Mała ilość organizowanych szkoleń <i>Materiały</i> - Mało elementów wspólnych - Duża ilość materiałów płatnych - Takie same materiały w jednym punkcie płatne, w drugim bezpłatne - Mała ilość materiałów prezentujących produkty turystyczne - Mała ilość materiałów tematycznych i specjalistycznych - Różne materiały w różnych językach (przypadkowość) - Bardzo mało materiałów multimedialnych - Brak koordynacji wydawnictw - Brak systemu dystrybucji materiałów

<i>Inne</i> • Próby scalania i podejścia systemowego (Jurajska Sieć IT, Stowarzyszenie Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”) • Funkcjonowanie strony www.gosilesia.pl • Identyfikacja z regionem, lokalny patriotyzm • Funkcjonowanie kilku wzorcowych punktów i centrów IT	<i>Inne</i> • Mała ilość punktów sprzedaży pamiątek i gadżetów regionalnych w jednostkach świadczących usługi IT • Mały zakres usług świadczonych przez jednostki IT • Brak współpracy pomiędzy jednostkami świadczącymi usługi IT • Brak manuala obsługi turysty • Brak funduszy na budowanie systemu • Brak platformy współpracy publiczno-prywatnej • Brak regionalnego centrum IT
SZANSE	ZAGROŻENIA
• Realizacja projektu dot. budowy systemu informacji turystycznej w województwie śląskim • Podstawy, na których można budować system • Wypracowanie standardów i manuala obsługi turysty • Wzrost świadomości możliwości korzystania z IT • Środki UE • Upowszechnianie wśród samorządów wiedzy na temat roli turystyki jako dochodowej gałęzi gospodarki • Atrakcyjność turystyczna i zróżnicowanie województwa	• Zróżnicowana struktura własnościowa i struktura zarządzania jednostkami świadczącymi usługi IT • Trudności w pozyskaniu dobrych kadr (z uwagi na odpływ ludzi za granicę) • Brak wdrożonego systemu szkoleń • Mało lokalnych organizacji turystycznych • Lokalny patriotyzm • Duża aktywność konkurencji (Czechy, Słowacja, Małopolska) • Pauperyzacja społeczeństwa • Obniżenie aktywności turystycznej społeczeństwa • Brak wypracowanej platformy współpracy z branżą turystyczną

Źródło: Informacja o stanie i funkcjonowaniu informacji turystycznej w województwie śląskim, Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A., Warszawa 2006.

Podsumowanie

Podsumowując, przeprowadzona analiza pozwala zidentyfikować trzy podstawowe wyzwania, przed jakimi stoi Śląski System Informacji Turystycznej:

- 1) zbudowanie kompleksowego analogowego systemu IT (m.in. poprzez poprawę funkcjonowania jednostek IT, stworzenie swoistego rodzaju hierarchii jednostek oraz precyzyjne określenie zakresu kompetencji),
- 2) zbudowanie kompleksowego cyfrowego systemu IT (m.in. poprzez opracowanie struktury regionalnej bazy danych, stworzenie swoistego rodzaju hierarchii poprzez nadanie funkcji użytkowników, administratorów lokalnych i administratora regionalnego, jasne określenie zasad wprowadzania danych, ich edycji, etc.),
- 3) wypracowanie zasad wielopłaszczyznowej współpracy pomiędzy podmiotami tworzącymi Śląski System Informacji Turystycznej.

Realizacja powyższych działań zakłada ponadto wdrożenie systemu zarządzania, który w sposób jasny i przejrzysty wskazywać będzie na kompetencje i obowiązki poszczególnych podmiotów funkcjonujących w ramach Śląskiego Systemu IT.

Podjęcie działań w wymienionych wyżej obszarach pozwoli na stworzenie kompleksowego systemu informacji turystycznej, który obok funkcji informacyjnej, spełniać również będzie inne – równie ważne – funkcje i przyczyniać się będzie w dużym stopniu do wzrostu zarówno zadowolenia turystów, jak i zainteresowania województwem śląskim jako destynacją turystyczną.

4. Schemat logiczny Programu.

Program określa wizję Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej w roku 2013. Wizja ta opisuje pożądany stan rozwoju i funkcjonowania systemu IT i przekłada się bezpośrednio na listę celów, jakie należy osiągnąć oraz działań, jakie należy zrealizować, aby za 7 lat system spełniał warunki w niej opisane.

Wizja oparta jest o nowatorskie podejście do informacji turystycznej, zakładające, iż system IT – obok funkcji informacyjnej – spełnia bardzo ważną rolę promocyjną i animacyjną oraz, że jego funkcjonowanie zależy od współpracy bardzo wielu partnerów rynku turystycznego, nie tylko tych bezpośrednio związanych z systemem. Wizja podkreśla również znaczenie czynnika ludzkiego jako z jednej strony twórcy i realizatora założeń Programu, a z drugiej kadr mających bezpośredni kontakt z turystami.

WIZJA

Śląski System Informacji Turystycznej jest nowoczesnym narzędziem kreowania rozwoju turystyki opartym na międzynarodowych standardach, zbudowanym przy wykorzystaniu nowych technologii w warstwie analogowej i cyfrowej, świadczącym usługi adresowane do odwiedzających region i lokalnej społeczności.

System jest platformą współpracy dla wszystkich interesariuszy rynku turystycznego. Cechuje go zintegrowane zarządzanie, oparte na optymalnej strukturze, zapewniającej efektywność działania.

Najwyższa jakość usług świadczonych przez wysoko wykwalifikowaną kadrę oraz wdrożone standardy obsługi klienta decydują o skuteczności systemu.

Śląski System Informacji Turystycznej to:

- narzędzie rozwoju regionalnej i lokalnej turystyki,
- oś rozwoju regionalnej i lokalnej oferty turystycznej,
- narzędzie koordynacji działań interesariuszy na regionalnym i lokalnym rynku turystycznym,
- czynnik animacji regionalnej i lokalnej turystyki.

Jego siła polega na kompleksowości wynikającej z łączenia funkcji informacyjnej, promocyjnej, doradczej, a także funkcji kreowania wizerunku i stymulowania rozwoju turystyki w regionie.

Jak już wcześniej wspomniano, cele i działania wynikają bezpośrednio z wizji. Program służyć będzie osiągnięciu celu nadrzędnego, poprzez realizację celu strategicznego i 3 celów operacyjnych, którym przypisane zostały konkretne działania.

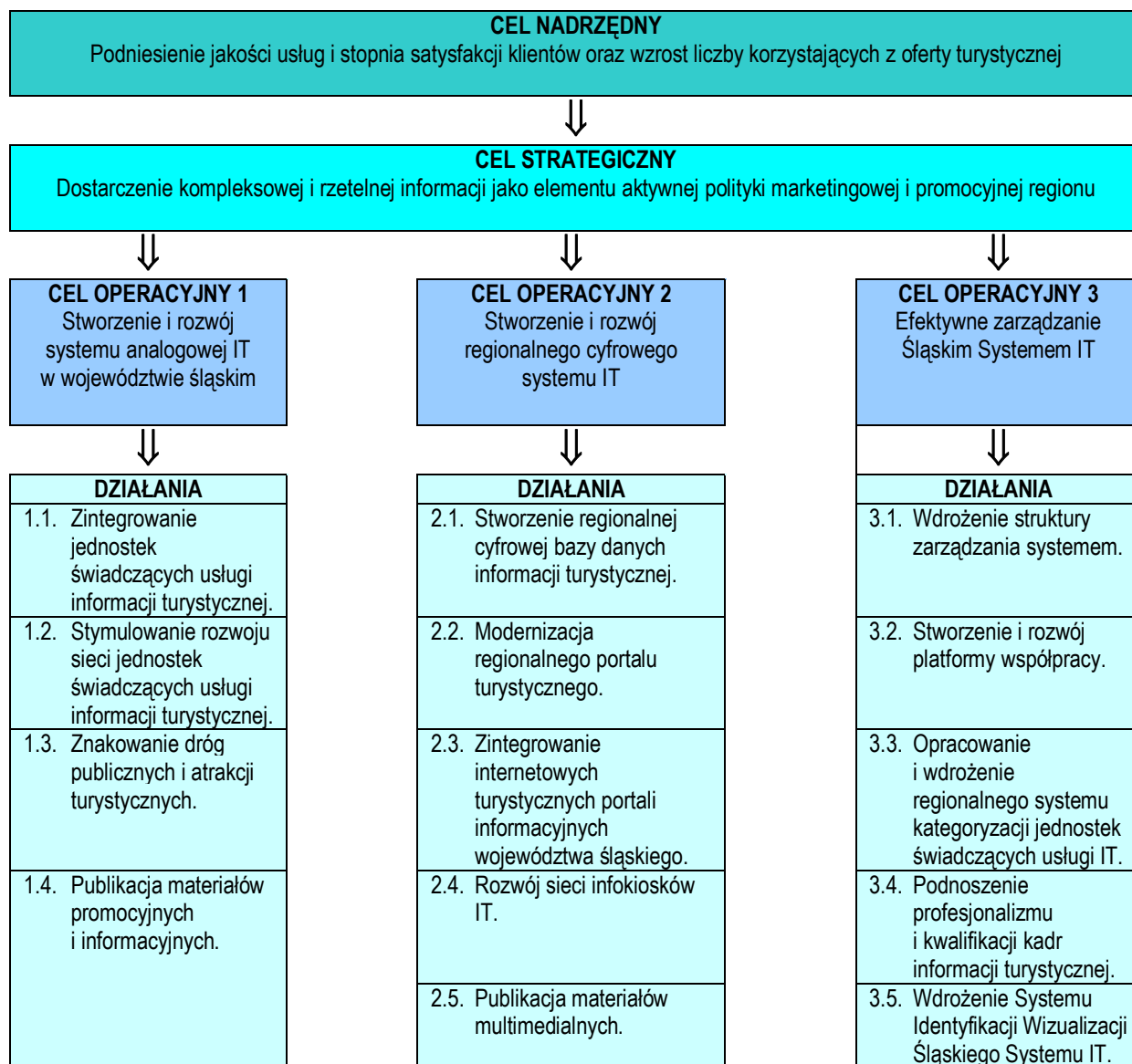
Cel nadrzędny jest celem ogólnym, związanym z rozwijaniem turystyki właśnie poprzez rozwijanie systemu IT. Stworzenie systemu IT nie jest, bowiem celem samym w sobie, tylko swoistego rodzaju narzędziem służącym rozwojowi szeroko pojętej turystyki w regionie. Stąd celem bezpośrednio odwołującym się do IT jest cel strategiczny, którego realizacja uwarunkowana jest podjęciem szeregu działań w trzech obszarach merytorycznych (obszar analogowej / tradycyjnej informacji turystycznej; obszar cyfrowej / elektronicznej informacji turystycznej; obszar zarządzania systemem), gwarantujących

kompleksowość budowanego systemu, a określonych poprzez trzy cele operacyjne. Na końcu hierarchii celów znajdują się konkretne działania, których podjęcie pozwoli na osiągnięcie poszczególnych celów.

Wszystkie cele i działania zawarte w niniejszym dokumencie zostały szczegółowo opisane w dalszej części opracowania.

Drzewo celów Programu zostało przedstawione poniżej.

Schemat 1. Drzewo celów Programu.



Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

5. Śląski System Informacji Turystycznej - cele Programu i działania.

Cel nadrzędny i cel strategiczny Programu.

CEL NADRZĘDNY

PODNIESIENIE JAKOŚCI USŁUG I STOPNIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ORAZ WZROST LICZBY KORZYSTAJĄCYCH Z OFERTY TURYSTYCZNEJ

Zaistnienie i utrzymywanie się na dzisiejszym rynku usług turystycznych, w dobie wysokiej konkurencji i globalizacji, jest zadaniem coraz trudniejszym. Głównym elementem staje się, więc klient oraz komunikacja z nim. Od informacji, jaką uzyska turysta zależeć będzie jego zainteresowanie regionem czy produktem turystycznym, ilość czasu, jaki spędzi w danym miejscu oraz jak go spędzi. Wszystkie te czynniki wpłyną na poziom zadowolenia turysty z polecanego miejsca bądź atrakcji. Im większy – tym więcej zyska atrakcja/region przez niego odwiedzany.

W turystyce ogromne znaczenie ma człowiek, zwłaszcza ten zaangażowany w bezpośrednią obsługę klienta. Dlatego tak ważne jest kształcenie profesjonalnych kadr do frontalnej obsługi turysty, a szczególnie tej obsługi, od której zależy organizacja czasu wolnego. Turystyka jest przemysłem czasu wolnego, który jest niezwykle dużym potencjałem do zagospodarowania.

Nie trzeba przekonywać, iż rzetelna, wyczerpująca informacja, rekomendacja bądź doradztwo w kwestii spędzenia wolnego czasu, przekona turystę do ponownego spędzenia urlopu w tak przychylnym regionie bądź – w miarę możliwości – wydłużenia pobytu. Z pewnością „zabierze” on ze sobą pozytywne wrażenia i poleci przyjazny region swoim znajomym. Wynikają z tego korzyści również dla społeczności lokalnej: poprzez sprawnie działające jednostki świadczące usługi IT mieszkańcy regionu będą mieli więcej informacji, co wpłynie korzystnie na jakość spędzania przez nich czasu oraz stopień integracji i świadomość atrakcyjności i potencjały turystycznego.

Jest to element aktywnej polityki marketingowej i promocyjnej regionu. Zintegrowanie powyższych działań na całym obszarze objętym projektem wpłynie na podniesienie jakości usług turystycznych (nie tylko w jednostkach świadczących usługi IT, ale także wśród lokalnych organizatorów turystyki, atrakcji turystycznych, kulturalnych, etc.).

Województwo śląskie słusznie upatruje swoją szansę mocnego zakorzenienia na rynku usług turystycznych w stworzeniu profesjonalnego systemu IT. Dążąc do podniesienia jakości usług oraz stopnia satysfakcji klientów, chce osiągnąć wzrost liczby osób korzystających z oferty turystycznej regionu. Dostarczenie kompleksowej i rzetelnej informacji podczas pierwszego kontaktu turysty z odwiedzanym regionem jest pozytywną wizytówką, która „rozdana niejednokrotnie” przyczyni się do zwiększenia roli turystów i turystyki w gospodarce regionu śląskiego.

Głównym celem rozwoju Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej jest podniesienie jakości usług, a przede wszystkim stopnia satysfakcji klienta, ale ujmowanych w kontekście, jaki wywierają oba te czynniki na wzrost ruchu turystycznego, zarówno w zakresie ruchu przyjazdowego do województwa śląskiego, jak i ruchu wewnątrzregionalnego.

CEL STRATEGICZNY

DOSTARCZENIE KOMPLEKSOWEJ I RZETELNEJ INFORMACJI JAKO ELEMENTU AKTYWNEJ POLITYKI MARKETINGOWEJ I PROMOCYJNEJ REGIONU

W nowoczesnym świecie informacja towarzyszy wszelkim przejawom życia codziennego, gospodarce, nauce, kulturze. Wtedy mamy do czynienia z informacją naukową, kulturalną, gospodarczą, etc. Podobnie można wyodrębnić informację turystyczną, która jest związana z całokształtem zjawisk turystycznych. Jest to tym bardziej istotne, że turystyka jest głównym kołem zamachowym rozwoju regionalnego i lokalnego, a tym trudniejsze, że jest międzysektorową

i interdyscyplinarną gałęzią gospodarki, w związku, z czym informacja musi być kompleksowa. Potrzeba informacji turystycznej wyraża się w zapotrzebowaniu na odpłatne i nieodpłatne udzielanie informacji niezbędne do podjęcia decyzji o miejscu, czasie i rodzaju, warunkach i programie wyjazdu turystycznego, dla orientacji w terenie i sprawnego zorganizowania pobytu.

Informacja turystyczna jest zaliczana do środków pozaekonomicznych, które mają wpływ na rozwój ruchu turystycznego. Informacja turystyczna to niezbędny składnik promocji turystycznej, ma ona służyć nie tylko turystom indywidualnym, ale również organizatorom wypoczynku grupowego i innych form turystyki.

Z informacji turystycznej korzystają biura podróży, tour operatorzy, organizacje społeczne i animatorzy turystyki. Z informacji turystycznej korzystają osoby i grupy zróżnicowane zawodowo, wiekowo, o preferencjach wynikających ze stopnia zamożności i zainteresowań. System informacji turystycznej uczestniczy w upowszechnianiu turystycznego modelu zagospodarowania czasu wolnego, współkształtując modę na turystykę.

Projektując Śląski System Informacji Turystycznej należy kierować się następującymi przesłankami:

- Turystyka jest wspólną sprawą wszystkich i wszyscy mają wpływ na jej rozwój. Interdyscyplinarność turystyki i powiązania międzysektorowe powodują, że w jej rozwój muszą być zaangażowani wszyscy „gracze” na rynku lokalnym i regionalnym. Pęknięcie jakiegokolwiek ogniwa w tym łańcuchu powoduje efekt domina. Wszystkie kanały informacji oraz wszystkie ogniwa, co więcej wszystkie podmioty emitujące przekaz są ze sobą ściśle powiązane. Niewłaściwe funkcjonowanie jakiegokolwiek części śląskiego systemu wpłynie na niewłaściwe funkcjonowanie całego systemu.
- Informacja turystyczna to nie szyld i muszą się za nią kryć konkretne, wysokiej jakości usługi. Oznacza to, że musi być ona rzetelna, aktualna oraz atrakcyjna w swojej formie i treści. Brak którejkolwiek z tych cech zaowocuje brakiem zaufania turystów oraz poszukiwaniem samodzielnym informacji, co będzie, z kolei skutkowało korzystaniem z ofert przypadkowych, nie oddających w żaden sposób potencjału i atrakcyjności turystycznej województwa śląskiego.
- Po pierwsze człowiek, co wskazuje na kluczową rolę zasobów ludzkich w kontekście przede wszystkim sposobu przekazywania informacji. Jakość informacji i efektywność całego systemu zależy głównie od kwalifikacji kadr oraz ich predyspozycji psychologicznych. Upraszczając należy stwierdzić, że w turystyce nie można pracować, jeżeli nie lubi się ludzi. Wśród zawodów turystycznych stwierdzenie to odnosi się przede wszystkim do pracowników informacji turystycznej, którzy stanowią wizytówkę regionu i bezpośrednio wpływają na podejmowane decyzje.

W kontekście marketingowym należy sobie zdać sprawę, że informacja turystyczna jest najważniejszym elementem polityki marketingowej i promocyjnej województwa. Turyści potrzebują zorganizowanego systemu informacyjnego, ułatwiającego do niej dostęp. Wpływa to na łatwiejsze podejmowanie decyzji, zadowolenie klienta i zwiększenie powtarzalności przyjazdów, co jest jednym z celów marketingowych.

Z powyższych rozważań wynika jednoznacznie, że dobrze zorganizowany przepływ informacji w województwie śląskim, a więc Śląski System Informacji Turystycznej przyniesie korzyści wszystkim: zarówno turystom, jak i całej lokalnej społeczności, tj. władzom samorządowym, przedsiębiorcom i organizacjom pozarządowym, ponieważ:

- ułatwia organizację czasu wolnego, a więc rozwój wypoczynku i rekreacji,
- wspiera i kształtuje poczucie przynależności oraz tożsamości regionalnej,
- ułatwia nawiązywanie oraz utrzymywanie kontaktów z turystami oraz wpływa na pozytywnie na stopień ich satysfakcji.

Stąd wynika szereg bardzo istotnych funkcji, które spełniać powinien Śląski System Informacji Turystycznej:

- 1 Dla odwiedzających województwo śląskie:
 - Ułatwianie planowania i organizowania pobytu na terenie województwa.
 - Ułatwianie dostępu do regionalnych i lokalnych usług i produktów turystycznych.
- 2 Dla społeczności lokalnej:
 - Dostarczanie informacji o ofercie turystycznej dostępnej w skali lokalnej i regionalnej.
 - Sprzedaż biletów na lokalne i regionalne imprezy oraz produkty turystyczne.
 - Kreowanie i organizowanie produktów turystycznych na poziomie lokalnym i regionalnym.
- 3 Dla przedstawicieli regionalnego i lokalnego przemysłu turystycznego:
 - Prezentowanie oferty lokalnych i regionalnych organizatorów turystyki.
 - Ułatwianie dostępu do oferty turystycznej organizatorów turystyki: informacja i rezerwacja w systemie „last minute”.
 - Promocja oferty turystycznej.
 - Wsparcie sprzedaży szeroko rozumianych usług turystycznych.
 - Podnoszenie jakości usług turystycznych na poziomie lokalnym i regionalnym.
 - Kreowanie wizerunku turystycznego województwa śląskiego.

W związku z powyższym Śląski System Informacji Turystycznej musi spełniać następujące funkcje:

- Kreowania i organizowania lokalnych organizatorów turystyki, czyli stymulowania powstawania produktów turystycznych opartych na unikalnych walorach naturalnych i przyrodniczych regionu.
- Pośrednictwa między turystami a organizatorami turystyki w regionie poprzez ułatwianie dostępu turystów do oferowanych usług.

Warto również podkreślić, że interdyscyplinarny charakter i wielosektorowe powiązania turystyki w kontekście dostarczania rzetelnej informacji wymagają rozwiązań systemowych. System informacji turystycznej jest w związku z powyższym niezwykle specyficznym systemem. Zawiera informacje pochodzące z różnych źródeł i materiałów, dotyczących różnych zagadnień i obszarów tematycznych. Informacje te są ponadto dostarczane klientom różnymi kanałami dystrybucji.

Z tych powodów gwarancją dostarczenia klientom rzetelnej i kompleksowej informacji jest wdrożenie Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, na który składać się będzie część analogowa i cyfrowa oraz efektywne zarządzanie całym systemem. Turyści postrzegają region jako całość, a jedynie dzięki zarządzaniu kreuje się pożądaný wizerunek. Kluczowe w tym zakresie będzie również stworzenie platformy współpracy oraz sieci powiązań pionowych i poziomych pomiędzy wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego.

Śląski System Informacji Turystycznej będzie bardzo aktywnym partnerem („graczem”) na rynku turystycznym województwa, implementującym nowoczesne wzorce. Obok funkcji informacyjnej, spełniać będzie również istotne funkcje marketingowe i promocyjne (jednostki IT będą kreatorami lokalnego marketingu), przyczyniając się do kreacji wizerunku województwa śląskiego oraz animując życie turystyczne również na szczeblu lokalnym. W kontekście funkcji informacyjnej należy wyodrębnić również funkcję doradczą. Te międzynarodowe standardy w Polsce wciąż budzą kontrowersje, ponieważ są postrzegane jako kryptoreklama. Tymczasem sprawny Śląski System Informacji Turystycznej musi realizować również funkcję doradcy w podróży.

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że na charakter Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej będzie miało również wpływ przygraniczne położenie województwa. Stąd system ten musi tak funkcjonować, aby mógł współdziałać z informacją turystyczną po obu stronach granicy.

Cel operacyjny 1 „Stworzenie i rozwój systemu analogowej informacji turystycznej w województwie śląskim”.

Informacja turystyczna przekazywana w formie analogowej stanowi w pewnym sensie „informację zmaterializowaną”, czyli taką, której przekazanie wymaga kontaktu z drugim człowiekiem bądź materiałami, które on stworzył. Z punktu widzenia jej roli, można mówić o:

- funkcji informacyjnej – informacje są przekazywane turystom zarówno przez pracowników jednostek świadczących usługi turystycznej, jak i poprzez drukowane materiały promocyjno-informacyjne oraz oznakowanie regionu; informacje służą zarówno turystom wypoczywającym w regionie, jak i turystom tranzytowym oraz mieszkańcom województwa,
- funkcji promocyjnej – związanej z dwoma aspektami: kreowania i utrzymywania wizerunku województwa śląskiego na mapie turystycznej Polski i Europy oraz działaniami podejmowanymi na rzecz zwiększenia skuteczności sprzedaży oferty turystycznej,
- funkcji animacyjnej – wykonywanej przez osoby związane z jednostkami świadczącymi usługi informacji turystycznej, zaangażowanymi w aktywne wzbogacanie oferty turystycznej.

Analiza informacji turystycznej w województwie śląskim jednoznacznie pokazuje, iż obecne na rynku elementy analogowej IT nie tworzą systemu w sensie funkcjonalnym. Działalność jednostek świadczących usługi informacji turystycznej nie podlega żadnym wspólnie wypracowanym zasadom i wytycznym, brakuje podmiotu koordynującego i określonej struktury zależności, praktycznie nie istnieje platforma współpracy. Pojawiają się próby integracji jednostek i tworzenia sieci, ale mają one charakter lokalny. Wiele do życzenia pozostawia wyposażenie jednostek. Problemy widoczne są także w takich aspektach systemu analogowego, jak: oznakowanie regionu i atrakcji turystycznych oraz publikacja materiałów promocyjnych. Rozproszenie poszczególnych elementów i brak koordynacji powodują, iż informacja analogowa nie jest pełna ani kompleksowa, nie pełni również niezwykle ważnej funkcji promocyjnej.

Należy pamiętać, iż dla zapewnienia kompleksowości i rzetelności informacji nie wystarczy jedynie sprawnie funkcjonująca sieć jednostek świadczących usługi informacji turystycznej. Informacja przekazywana w formie materiałów promocyjnych czy też za pomocą znaków, jest równie istotna, a czasami może być nawet bardziej poszukiwana.

Stąd realizacji celu operacyjnego 1 służyć będzie zestaw działań, skoncentrowanych na poszczególnych elementach tworzących system analogowy, czyli na: jednostkach świadczących usługi IT (zarówno istniejących, jak i nowych, które w przyszłości będą tworzone), oznakowaniu regionu i drukowanych materiałach promocyjnych. Ważnym będzie również opracowanie zasad obsługi klienta, których wdrożenie w życie zdecydowanie podniesie jakość świadczonych usług.

DZIAŁANIA

Działanie 1.1.

Zintegrowanie jednostek świadczących usługi informacji turystycznej.

Realizacja działania ma doprowadzić do zintegrowania jednostek świadczących usługi informacji turystycznej w kontekście:

- stworzenia hierarchii jednostek świadczących usługi IT,
- lokalizacji, oznakowania, posiadanego wyposażenia, czasu pracy, świadczonych usług, kwalifikacji personelu, udostępnianych materiałów promocyjnych, etc.
- uwarunkowań prawnych,
- kategoryzacji jednostek świadczących usługi IT i określenie kryteriów, jakie jednostka musi spełniać, aby otrzymać kategoryzację.

Integracja ta ma służyć stworzeniu sieci IT na bazie 41 obecnie funkcjonujących jednostek świadczących usługi informacji turystycznej. Jak pokazała analiza stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim, dla wielu z nich warunkiem przystąpienia do sieci będzie wprowadzenie zmian i rozwój (np. doposażenie, zatrudnienie wykwalifikowanej kadry, etc.).

Hierarchia jednostek świadczących usługi informacji turystycznej

Jednostką nadrzędną w stosunku do wszystkich jednostek świadczących usługi informacji turystycznej w województwie śląskim powinno być **Regionalne Centrum Informacji Turystycznej (RCIT)**. Z uwagi na szeroki zakres działalności i zadania, jak również fakt, iż RCIT postrzegane będzie jako swoistego rodzaju wizytówka województwa, najbardziej odpowiednią dla niego lokalizacją jest stolica województwa – Katowice. Zakłada się, iż funkcje RCIT przejmie funkcjonujące obecnie w Katowicach Centrum Informacji Turystycznej prowadzone przez Śląską Organizację Turystyczną i Urząd Miasta Katowice, we współpracy z Górnośląskim oddziałem PTTK, które spełnia rolę informacji miejskiej oraz informacji turystycznej o całym regionie. Kompetencje RCIT, zostały opisane w Działaniu 3.1. Wdrożenie struktury zarządzania systemem.

Następne w hierarchii będą **centra informacji turystycznej (centra IT)**, działające na poziomie kilku wybranych subregionów województwa. Zakłada się, iż ich funkcje zostaną przejęte przez jednostki informacji turystycznej, których zasięg działania jest ponadlokalny. Założeniem jest, bowiem przejęcie przez CIT-y po części koordynacji systemu na poziomie subregionalnym. Rolę CIT-ów mogą pełnić np. jednostki świadczące usługi informacji turystycznej, które zostały uznane za wzorcowe po przeprowadzeniu analizy stanu i funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim.

Potencjał kadrowy i organizacyjny ww. jednostek pozwala na powierzenie im funkcji nie tylko świadczenia usług informacji turystycznej, ale również m.in. zbierania danych z obszaru swojego działania.

Ostatnie w hierarchii będą **punkty informacji turystycznej (punkty IT)**, czyli jednostki świadczące usługi informacji turystycznej i – ewentualnie – inne usługi. PIT-y nie będą z założenia odpowiedzialne za zbieranie i wprowadzanie danych do systemu (nie będą obligatoryjnie pełniły funkcji użytkownika). Mogą one funkcjonować samodzielnie bądź przy podmiotach komercyjnych i publicznych (np. w bibliotekach, w obiektach hotelowych, przy atrakcjach turystycznych, etc.).

Z punktu widzenia podziału województwa, niezbędne minimum to funkcjonowanie:

- 1) RCIT na szczeblu wojewódzkim,
- 2) CIT-ów na szczeblu zidentyfikowanych subregionów, przy czym docelowo CIT-y zasięgiem swojego działania obejmą obszar całego województwa,
- 3) PIT-ów w jak największej ilości miejscowości, zwłaszcza tych generujących największy ruch turystyczny oraz w jak największej ilości miejsc, w których pojawia się turysta (takich, jak dworce, stacje benzynowe, obiekty bazy turystycznej, etc.).

Ogólne założenia – charakterystyka jednostki świadczącej usługi informacji turystycznej

Przedstawiona poniżej krótka charakterystyka jednostki świadczącej usługi IT zawiera podstawowe wytyczne dotyczące: lokalizacji, oznakowania, wyposażenia, zatrudnianego personelu oraz zakresu świadczonych usług. Szczegółowo elementy te opisane są w części dotyczącej kategoryzacji jednostek. Zakłada się, bowiem, iż wszystkie jednostki zostaną skategoryzowane, będzie to jednak proces długotrwały. Dlatego też podana tutaj charakterystyka dotyczy przede wszystkim jednostek, które w początkowej fazie realizacji projektu nie będą mogły ubiegać się o nadanie kategoryzacji. Innymi słowy są to bardzo ogólne założenia, które muszą pojawić się w dokumencie dotyczącym problematyki IT.

Każda jednostka świadcząca usługi IT powinna być zlokalizowana w miejscu łatwo dostępnym i dobrze widocznym dla turystów. Stąd idealna lokalizacja to: centrum miasta / miasteczka, główny pasaż handlowy lub trasa turystyczna, поближе dworców i lotnisk, innymi słowy te miejsca, do których

turysta udaje się po osiągnięciu celu swojej podróży. Jednostka IT powinna być tak usytuowana, aby była jednym z pierwszych punktów odwiedzanych przez turystów. Przy wyborze lokalizacji należy również brać pod uwagę potrzeby osób niepełnosprawnych – stąd niedopuszczalne jest organizowanie IT na piętrze.

Bardzo ważne jest oznakowanie, zarówno samej jednostki, jak i dojścia / dojazdu do niej oraz umieszczanie informacji o jej istnieniu np. na planach miast czy dworcach. System IT tworzony w ramach Programu będzie się posługiwał swoim, oryginalnym znakiem – logo. Obowiązkiem każdej jednostki należącej do systemu będzie jego stosowanie zgodnie z wytycznymi zawartymi w Katalogu Identyfikacji Wizualnej Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

Jeśli chodzi o układ pomieszczeń, niezbędne minimum to wydzielone miejsce do obsługi turystów oraz mały pokój socjalny i magazyn. Co do wyposażenia, niezbędne są stojaki na materiały promocyjno-informacyjne (w przypadku ich braku, specjalnie do tego przeznaczone półki / stoliki). Ważnym jest także zapewnienie turystom bezpłatnego dostępu do Internetu. Ponadto niezwykle istotne jest, aby wszystkie jednostki należące do systemu regionalnego posiadały przynajmniej jeden komputer i łącze internetowe, dzięki którym będą z jednej strony korzystały z regionalnej bazy danych, a z drugiej będą mogły wprowadzać do niej nowe dane. **Podmiot nie posiadający sprzętu komputerowego z dostępem do internetu nie może zostać włączony do systemu, zaburzy to, bowiem całą filozofię jego działania.**

Kwestia zatrudnianego personelu jest także bardzo istotna. Należy dążyć do zatrudniania jak największej ilości osób z wykształceniem wyższym kierunkowym (turystyka, marketing, zarządzanie), znających języki obce i posiadających doświadczenie w pracy z klientem. W okresach wakacyjnych (które notabene są okresami największego ruchu turystycznego) warto zatrudniać / przyjmować na bezpłatny staż studentów.

Co do zakresu świadczonych usług, warto dążyć do poszerzania ich wachlarza. Prowadzenie jednak działalności komercyjnej nie jest najważniejszą oznaką dobrej IT.

Uwarunkowania prawne

Analiza funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim wykazała, iż jednostki świadczące usługi informacji turystycznej posiadają różne formy prawne (jednostki budżetowe – jest ich zdecydowanie najwięcej, organizacje pozarządowe, podmioty komercyjne). Takie zróżnicowanie uwarunkowań prawnych wpływa nie tylko na funkcjonowanie jednostek IT, ale przede wszystkim na wachlarz dodatkowych usług. Wszystkie jednostki prowadzone bezpośrednio przez władze samorządowe nie mają prawa prowadzenia działalności gospodarczej, co wyklucza możliwość sprzedaży pamiątek i gadżetów regionalnych, biletów, organizowania imprez turystycznych, etc., co może w dużym stopniu obniżać stopień zadowolenia turysty. Założeniem dla tworzonego systemu jest satysfakcja turystów, należy, więc dążyć do jak najpełniejszego zaspokojenia zgłaszanych potrzeb i oczekiwań.

Nie jest możliwym pełne ujednolicenie norm prawnych, poprzez wprowadzenie np. zasady tworzenia i prowadzenia jednostek świadczących usługi IT tylko przez podmioty komercyjne czy organizacje pozarządowe. Takie założenie wyklucza efektywność i kompleksowość tworzonego systemu. Należy, bowiem pamiętać, iż to właśnie władze samorządowe są w dużym stopniu odpowiedzialne za promocję, której integralną częścią jest prowadzenie informacji turystycznej. Kwestią niezwykle ważną w tym aspekcie jest organizacyjna strona wydziałów zajmujących się turystyką i promocją. Zdecydowanie zbyt często turystyka i promocja regionu / obszaru jako atrakcyjnego turystycznie łączona jest z takimi sprawami, jak opieka społeczna, edukacja, sport, etc. Dzieje się to dużym kosztem spraw dotyczących turystyki. Dlatego należałoby dążyć do zmiany tej sytuacji poprzez wprowadzanie zmian w strukturach organizacyjnych i regulaminach pracy poszczególnych urzędów poprzez tworzenie wydziałów / departamentów turystycznych.

Jeżeli zaś chodzi o kwestie prowadzenia sprzedaży pamiątek, biletów, etc. sugeruje się korzystanie z następujących rozwiązań:

- zawieranie umów przez władze samorządowe z innymi podmiotami (np. z organizacjami pozarządowymi), które są uprawnione do prowadzenia działalności komercyjnej, pod warunkiem przeznaczania całości dochodów na realizację celów statutowych,
- prowadzenie sprzedaży na zasadach komisji,
- przekształcanie jednostek budżetowych w tzw. gospodarstwa pomocnicze, czyli organizacyjne wyodrębnienie działalności ubocznej jednostki budżetowej finansowanej z przychodów uzyskanych z tej działalności.

Kategoryzacja

Wprowadzenie systemu kategoryzacji jednostek świadczących usługi informacji turystycznej w województwie śląskim będzie elementem integrującym system, wprowadzi, bowiem zasady i kryteria, których przestrzeganie pozwala na wejście do systemu regionalnego. Stanowić będzie również swoistego rodzaju gwarancję wysokiej jakości obsługi turystów.

Zakłada się wprowadzenie systemu 4 kategorii (tzw. gwiazdek). W zależności od spełnianych kryteriów, jednostkom świadczącym usługi informacji turystycznej nadawana będzie kategoryzacja, co będzie je uprawniało do stosowania specjalnego znaku systemu kategoryzacji (1,2,3 lub 4 gwiazdek w kolorach odpowiadających kolorom logo promocyjnego województwa śląskiego; znak kategoryzacji został przedstawiony poniżej; jego dokładny opis znajduje się natomiast w Katalogu Identyfikacji Wizualnej Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej).

Jednostki świadczące usługi informacji turystycznej w sposób najbardziej kompleksowy i zgodny z międzynarodowymi standardami, otrzymywać będą najwyższą kategorię oznaczoną 4 gwiazdkami w kolorach żółtym, zielonym, niebieskim i czarnym, a kolejne – spełniając mniejszą ilość kryteriów – oznakowywane będą 3 gwiazdkami w kolorach żółtym, zielonym i niebieskim, 2 gwiazdkami w kolorach żółtym i zielonym lub 1 gwiazdką w kolorze żółtym.

Poniżej podane zostały minimalne kryteria dla poszczególnych kategorii, również w przejrzystej, tabelarycznej, formie.

Kategoria najniższa – 1 gwiazdka



- oznakowanie: dowolna forma oznakowania
- stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej
- dostępne materiały bezpłatne: o najbliższej okolicy
- języki obce: podstawowa znajomość jednego języka obcego
- zakres informacji: o najbliższej okolicy + dostępna bezpłatna lista wszystkich jednostek świadczących usługi IT należących do systemu, wraz z pełnymi danymi teleadresowymi

- dni i godziny otwarcia: dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone
- kategoria dotyczy przede wszystkim jednostek świadczących usługi informacji turystycznej dodatkowo, poza głównym przedmiotem swojej działalności (gospodarstwa agroturystyczne, hotele i inne obiekty noclegowe, biura podróży, etc.)

Kategoria druga – 2 gwiazdki



- oznakowanie: napis nad wejściem (stały)
- stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej
- układ pomieszczeń: wydzielony obszar konsultacji, pokój socjalny, magazyn
- dostęp do Internetu dla turystów: wymagany, przynajmniej jedno samodzielne stanowisko komputerowe
- dni i godziny otwarcia: dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone
- stojaki na materiały: wymagane
- dostępne materiały bezpłatne: o najbliższej okolicy, ponadlokalne
- doświadczenie kadry: wymagane, co najmniej jedna osoba
- języki obce: znajomość jednego języka obcego w stopniu komunikatywnym
- zakres informacji: szczegółowo - o bliższej i dalszej okolicy + dostępna bezpłatna lista wszystkich jednostek świadczących usługi IT należących do systemu wraz z pełnymi danymi teleadresowymi

Kategoria trzecia – trzy gwiazdki



- lokalizacja: w centrum miasta / miejscowości, przy głównych trasach turystycznych; łatwo dostępna dla turystów (również niepełnosprawnych)
- oznakowanie: podświetlany kaseton + oznakowanie dojazdu

- stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej
- dni i godziny otwarcia: dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone
- układ pomieszczeń: wydzielony obszar konsultacji i obszar samoobsługi, pokój pracy dla personelu, magazyn
- dostęp do Internetu dla turystów: wymagany, przynajmniej dwa samodzielne stanowiska komputerowe
- stojaki na materiały: wymagane
- witryna / gablota: wymagane
- dostępne materiały bezpłatne: o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych
- doświadczenie kadry: co najmniej dwie osoby
- języki obce: znajomość przynajmniej dwóch języków obcych w stopniu dobrym
- zakres informacji: szczegółowo - o bliższej i dalszej okolicy oraz całym województwie + dostępna bezpłatna lista wszystkich jednostek świadczących usługi IT należących do systemu wraz z pełnymi danymi teleadresowymi

Kategoria najwyższa w hierarchii – 4 gwiazdki



- lokalizacja: w centrum miasta / miejscowości, przy głównych trasach turystycznych; łatwo dostępna dla turystów (również niepełnosprawnych)
- oznakowanie: podświetlany kaseton + oznakowanie dojazdu
- stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej
- dni i godziny otwarcia: dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone
- układ pomieszczeń: wydzielony obszar konsultacji i obszar samoobsługi, pokoje pracy dla personelu, pokój socjalny, magazyn
- dostęp do Internetu dla turystów: wymagany, przynajmniej dwa samodzielne stanowiska komputerowe
- stojaki na materiały: wymagane
- witryna / gablota: wymagane
- kiosk elektroniczny: na zewnątrz
- dostępne materiały bezpłatne: o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych; w tym materiały specjalistyczne (tematyczne); materiały szczegółowe i wyczerpujące
- doświadczenie kadry: wszyscy pracownicy powinni mieć wykształcenie wyższe, co najmniej dwie osoby kierunkowe, i posiadać kilkuletnie doświadczenie

- języki obce: znajomość co najmniej czterech języków obcych (dwa w stopniu bardzo dobrym i dwa w stopniu komunikatywnym)
- zakres informacji: bardzo szczegółowo i wyczerpująco o całym województwie oraz o bliższej i dalszej okolicy + dostępna bezpłatna lista wszystkich jednostek świadczących usługi IT należących do systemu wraz z pełnymi danymi teleadresowymi
- sprzedaż pamiątek, publikacji, biletów, etc.: wymagane
- sprzedaż lokalnych usług przewodnickich: wymagane
- funkcje dodatkowe: podejmowanie samodzielnych inicjatyw, animacja życia kulturalnego, prowadzenie badań marketingowych

Tabela nr 2. Minimalne kryteria dla poszczególnych kategorii jednostek IT.

	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 dla niepełnosprawnych	-	-	+	+
Oznakowanie (forma)	+	+	+	+
	dowolna forma oznakowania	napis nad wejściem (stały)	podświetlany kaseton	podświetlany kaseton
Oznakowanie dojazdu	-	-	+	+
Stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej	+	+	+	+
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, nie są z góry określone	dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, nie są z góry określone
Układ pomieszczeń	-	+	+	+
		wydzielony obszar konsultacji, pokój socjalny, magazyn	wydzielony obszar konsultacji i obszar samoobsługi, pokój pracy dla personelu, magazyn	wydzielony obszar konsultacji i obszar samoobsługi, pokoje pracy dla personelu, pokój socjalny, magazyn
Samodzielne stanowiska komputerowe	-	+	+	+
		co najmniej jedno	co najmniej dwa	co najmniej dwa
Stojaki na materiały	-	+	+	+
Witryna / gablota	-	-	+	+
Kiosk elektroniczny na zewnątrz	-	-	-	+
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 kadry (w turystyce – np. przewodnicy, w	-	+	+	+
		co najmniej jedna osoba	co najmniej dwie osoby	wszyscy pracownicy powinni mieć

	1 gwiazdka	2 gwiazdki	3 gwiazdki	4 gwiazdki
informacji turystycznej)				wykształcenie wyższe, co najmniej dwie osoby kierunkowe, i posiadać kilkuletnie doświadczenie
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 cztery języki obce (dwa w stopniu bardzo dobrym i dwa 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

„+” - tak / wymagane / określone; „-” – nie / nie wymagane / nie określone

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Działanie 1.2.

Stymulowanie rozwoju sieci jednostek świadczących usługi informacji turystycznej.

Realizacja działania będzie służyła rozwijaniu sieci jednostek świadczących usługi IT poprzez tworzenie nowych i włączanie ich do systemu. Ważnym aspektem tego działania będzie również różnicowanie lokalizacji punktów IT i stymulowanie ich powstawania w takich miejscach, jak stacje benzynowe, dworce PKP i PKS, centra handlowe, itp., zastępując w ten sposób infokioski.

Wśród rodzajów działań, jakie należy tutaj podejmować znajdują się:

- działania o charakterze informacyjno-szkoleniowym – dotyczące roli turystyki i informacji turystycznej, kwestii formalno-prawnych związanych z prowadzeniem jednostki świadczącej usługi IT, zagadnień związanych z lokalizacją, wyposażeniem, niezbędnymi kwalifikacjami, etc. i funkcjami jednostek IT, możliwości pozyskiwania funduszy na rozwój informacji turystycznej oraz rozwój zasobów ludzkich, etc.,
- działania o charakterze doradczym – doradztwo w zakładaniu i prowadzeniu jednostki świadczącej usługi IT.

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację powyższych działań powinna być Śląska Organizacja Turystyczna. Sugeruje się, by z jej inicjatywy zostało powołane do życia **Centrum Doradztwa IT**, działające w ramach Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej, którego głównym zadaniem będzie

bezpłatne świadczenie usług doradczych dla podmiotów pragnących świadczyć usługi IT. Jeżeli chodzi zaś o szkolenia, powinny być one organizowane zarówno przez ŚOT, jak i władze samorządowe i organizacje pozarządowe na obszarze całego województwa.

Poza wyżej wymienionymi działaniami wspomagającymi rozwój sieci jednostek IT, bardzo ważne będą porozumienia o współpracy, które zawierać mogą np. władze samorządowe z podmiotami komercyjnymi czy organizacjami pozarządowymi. Dotyczyć one powinny zasad współpracy: przykładowo prowadzenia punktu IT przez biuro podróży w zamian za promowanie oferty tego biura na targach i imprezach handlowych przez samorząd.

Zasadą przyświecającą rozwojowi sieci jednostek IT jest ich równomierne rozłożenie przy większej koncentracji na obszarach wzmożonej recepcji turystycznej. Należy jednak dążyć do tego, aby w pierwszym etapie realizacji Programu jednostki IT powstały w tym miejscach, gdzie obecnie informacja turystyczna nie funkcjonuje w ogóle. Jest to istotne nie tylko z punktu widzenia turysty pragnącego zasięgnąć informacji, ale przede wszystkim z punktu widzenia wprowadzania rozwiązań systemowych. Jak już wcześniej bowiem wspomniano, w hierarchii jednostek IT znajdują się centra IT, odpowiedzialne również za zbieranie i przetwarzanie danych z obszaru swojego działania (powiatu, gminy, miasta). Ich brak powoduje, iż do regionalnej bazy danych nie będą wprowadzane dane z ich obszaru, co przekłada się na obniżanie stopnia kompleksowości i rzetelności udostępnianych informacji.

Działanie 1.3.

Znakowanie dróg publicznych i atrakcji turystycznych.

Uwarunkowania prawne

Punktem wyjścia do realizacji działań związanych ze znakowaniem dróg i atrakcji turystycznych są obowiązujące przepisy prawne:

- Rozporządzenie Ministrów Infrastruktury oraz Spraw wewnętrznych i Administracji z dnia 31 lipca 2002 r. w sprawie znaków i sygnałów drogowych (Dz. U. nr 170, poz. 1393).
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 3 lipca 2003 r. w sprawie szczegółowych warunków technicznych dla znaków i sygnałów drogowych oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu drogowego i warunków ich umieszczania na drogach (Dz. U. nr 220, poz. 2181) wraz z załącznikami.

Jak omówiono w dokumencie pt. „Informacja o stanie i funkcjonowaniu informacji turystycznej w województwie śląskim” oba dokumenty precyzują sposób i procedurę znakowania na terenie Polski. Poniżej przedstawiono pokrótce rodzaje znaków i zasady znakowania, które powinny być stosowane w województwie śląskim w ramach wdrażania systemu informacji turystycznej.

Znaki do obiektów turystycznych w województwie śląskim

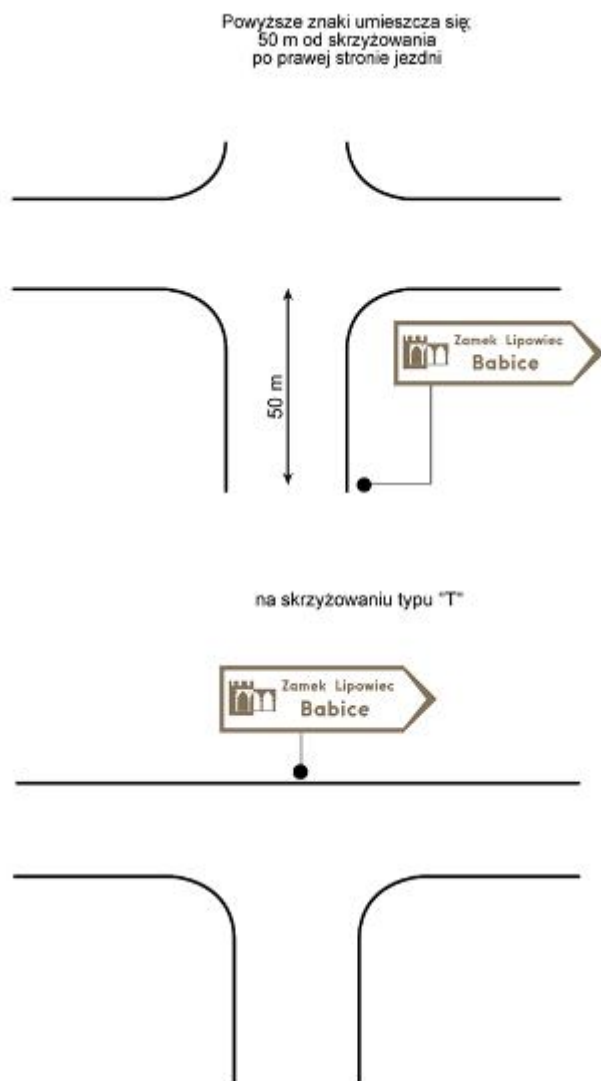
Należą do nich:

- E-7 do przystani wodnej lub żeglugi.
- E-8 do plaży lub miejsca kąpielowego lub ośrodka jazdy konnej.
- E-9 do muzeum.
- E-10 do zabytku jako dobra kultury, również do kościoła, do katedry, do bazyliki, do cerkwi, do cmentarza, do miejsca martyrologii.
- E-11 do zabytku przyrody; na wniosek właściwego terytorialnie Konserwatora Przyrody również do groty, do skały, do ostoi ptaków.
- E-12 do punktu widokowego.
- E-12a do szlaku rowerowego lub szlaku turystyki pieszej.

Zgodnie z zasadami znaki do obiektów turystycznych powinny być umieszczane przy drodze tranzytowej przechodzącej przez miejscowość lub w jej pobliżu. Jeżeli trasa dojazdowa zmienia kierunek, znaki umieszcza się na tych skrzyżowaniach, na których kierunek dojazdu ulega zmianie.

Sposób umieszczania znaków zaprezentowano na rysunku nr 1.

Rysunek nr 1. Lokalizacja znaków do obiektów turystycznych.



Źródło: Na podstawie informacji uzyskanych z Polskiej Organizacji Turystycznej, Prezentacja p. Jacka Idzikowskiego.

Oznakowanie samochodowych szlaków turystycznych w województwie śląskim

Dotyczyć będzie:

- Znak E-22a „samochodowy szlak turystyczny”, wskazujący początek wyznaczonego samochodowego szlaku turystycznego; na znaku obok nazwy szlaku mogą być umieszczone symbol szlaku oraz symbol organizacji turystycznej wytyczającej szlak.
- Znak E-22b „obiekt na samochodowym szlaku turystycznym”, stosowany w celu wskazania kierunku do obiektu położonego przy samochodowym szlaku turystycznym. Na znaku umieszcza się symbol obiektu turystycznego jego nazwę, symbol szlaku turystycznego oraz

strzałkę wskazującą kierunek do obiektu. Stosownie do rodzaju obiektu turystycznego na znaku umieszcza się jeden z symboli ze znaków E-7 do E-12a.

- Znak E-22b „wskazujący szczególną atrakcję turystyczną”, stosowany się w celu wskazania szczególnej atrakcji turystycznej znajdującej się na szlaku. Na znaku umieszcza się sylwetkę wskazanego obiektu turystycznego zamku, pałacu itp. Znak może być umieszczony na początku szlaku turystycznego.
- Znak E-22c „informacja o obiektach turystycznych”, stosowany się w celu wskazania obszaru (miasta), na którym znajduje się szereg godnych uwagi obiektów turystycznych. Na znaku umieszcza się nazwę obszaru (miasta), na którym występują atrakcje turystyczne oraz ich symbole. Znaki umieszcza się przy drogach dojazdowych do obszaru.

Znakowanie dróg w województwie musi się odbywać zgodnie z zakresem kompetencji określonych w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 23.09.2003 r., które stanowi, że:

§ 11. Organizację ruchu, w szczególności zadania techniczne polegające na umieszczaniu i utrzymaniu znaków drogowych, urządzeń sygnalizacji świetlnej, urządzeń sygnalizacji dźwiękowej oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu, realizuje na własny koszt zarząd drogi. Nie dotyczy to umieszczania i utrzymania:

3) znaków informacyjnych oznaczających obiekty mające charakter obiektów usługowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza, umieszczanych na wniosek zainteresowanych przedsiębiorców - zadania te realizują przedsiębiorcy prowadzący tę działalność; przepis stosuje się odpowiednio do znaków informujących o stacjach radiowych;

4) znaków oznaczających szlaki turystyczne i dodatkowych znaków szlaków rowerowych - zadania te realizują zainteresowane organizacje turystyczne;

Zgodnie z interpretacją tego przepisu otrzymaną przez POT z Ministerstwa Infrastruktury znak E-22a (oznaczający samochodowy szlak turystyczny i obiekt na samochodowym szlaku) stawiany jest i utrzymywany przez wnioskodawcę np. zainteresowaną organizację turystyczną, natomiast umieszczenie i utrzymanie znaków E-22c i E-22b (nie oznaczających szlaków turystycznych) należy do obowiązków właściwego zarządu drogi³.

Zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia (Dz. U. z dnia 23 grudnia 2003 r. punkt 6.3.13.) Ministra Infrastruktury z dnia 3 lipca 2003 r. Dz. U. nr 220 poz. 2181 projekty znaków samochodowych szlaków turystycznych opiniuje Kapituła Drogowych Znaków Turystycznych działająca przy Śląskiej Organizacji Turystycznej.

Proces znakowania

Proces znakowania został zapoczątkowany w roku 2006. Rozwój turystyki w województwie śląskim wymaga niewątpliwie intensywnego, stałego znakowania dróg i atrakcji turystycznych na terenie województwa, tym bardziej, że atrakcji tych jest tak wiele. Sam proces znakowania jest bardzo długotrwały i skomplikowany i będzie się składał z wielu etapów, do których należą⁴:

1. Przygotowanie roboczej koncepcji oznakowania turystycznego:
 - Aktywizacja społeczności lokalnej.
 - Konsultacje z branżowymi instytucjami (np. uzdrowiska, pensjonaty, instytucje kultury, etc.).
 - Przygotowanie koncepcji znaków w oparciu o przeprowadzone konsultacje.
 - Przygotowanie map określających orientacyjną lokalizację oznakowania.

³ Opracowano na podstawie materiałów Polskiej Organizacji Turystycznej, Prezentacja p. Jacka Idzikowskiego.

⁴ Opracowano na podstawie materiałów Polskiej Organizacji Turystycznej, Prezentacja p. Jacka Idzikowskiego.

4. Uzyskanie pozwoleń od GDDKiA, ZDW, ZDP
 - Drogi krajowe – Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad,
 - Drogi wojewódzkie – Zarząd Dróg Wojewódzkich (marszałek - zarządzający ruchem); opinia - Komenda Wojewódzka Policji,
 - Drogi powiatowe – Zarząd Dróg Powiatowych (starosta -zarządzający ruchem); opinia - Komenda Powiatowa Policji,
 - Drogi miejskie - Zarząd Dróg Miejskich (prezydent - zarządzający ruchem); opinia - Komenda Powiatowa Policji,
 - Drogi gminne – Zarząd Dróg Powiatowych (starosta -zarządzający ruchem); nie jest wymagana opinia Policji.
5. Wyłonienie wykonawcy w trybie przetargu, w tym kontekście warto antycypować następujące problemy i zagadnienia:
 - Wąska grupa firm posiadających bogate doświadczenie.
 - Problemy ze znalezieniem kilku wykonawców.
 - Konieczność zastosowania technologii określonych przepisami.
 - Możliwość scedowania na wykonawcę wszelkich formalności związanych z uzyskaniem pozwoleń GDDKiA, ZDW, ZGP.
6. Realizacja inwestycji.
7. Monitorowanie efektów.
 - Planowany wzrost liczby osób odwiedzających miejscowość w stosunku do sytuacji przed realizacją inwestycji.

27

muszą, jak zaznaczono powyżej, być realizowane we współpracy z partnerami lokalnymi m.in. samorządami, organizacjami turystycznymi etc.

Znakowanie w województwie śląskim dotyczyć będzie:

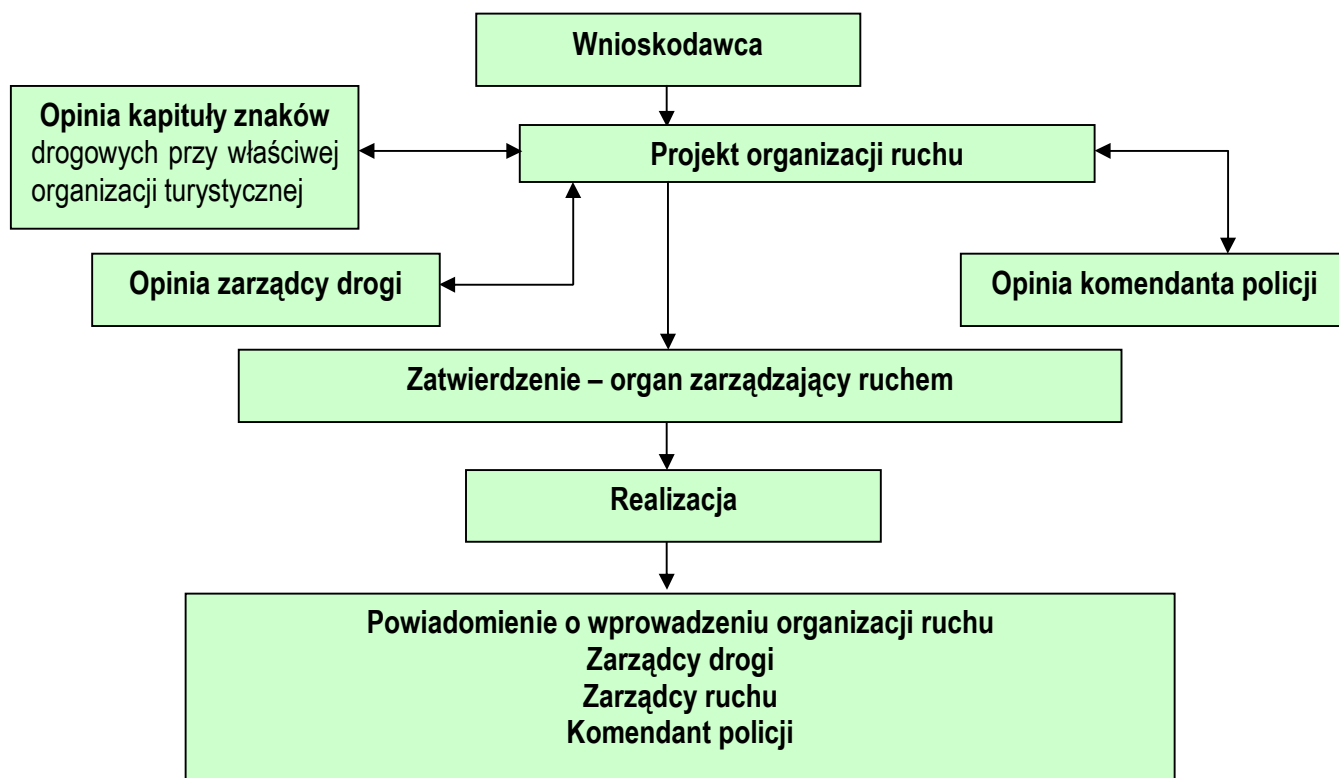
- tablic kierunkowych do obiektów turystycznych,
- samochodowych szlaków turystycznych (oznakowanie na drogach publicznych),
- atrakcji turystycznych (tablice na obiektach),
- szlaków turystycznych,
- systemów identyfikacji miast.

W pierwszym etapie realizacji Programu znakowanie dotyczyć będzie Szlaku Zabytków Techniki. Szlak jest jednym z najnowszych i najciekawszych pomysłów na produkt turystyczny województwa śląskiego. W latach 2005-2006 opracowano logo szlaku oraz Katalog Identyfikacji Wizualnej, a także System Informacji Turystycznej Szlaku Zabytków Techniki – projekty graficzne tablic informacyjnych o obiektach znajdujących się na szlaku. Jesienią 2006 roku oznakowano wspomniane obiekty - zamontowano 29 tablic informacyjnych. W roku 2007 wykonane zostało oznakowanie drogowe obiektów znajdujących się na szlaku.

W kolejnych etapach kontynuowane będzie znakowanie atrakcji turystycznych w województwie śląskim w podziale na subregiony.

Przebieg procesu obrazuje poniższy schemat.

Schemat 2. Przebieg procesu znakowania.



Źródło: Na podstawie obowiązujących przepisów prawnych i doświadczeń Śląskiej Organizacji Turystycznej.

Działanie 1.4.

Publikacja materiałów promocyjnych i informacyjnych.

Z uwagi na wielość podmiotów, które publikują materiały promocyjno-informacyjne (ŚOT, Urząd Marszałkowski, władze powiatowe, gminne i miejskie, organizacje pozarządowe, inne instytucje działające na rzecz rozwoju turystyki i promocji regionu), zakłada się, iż w ramach tworzonego

Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej uporządkowana zostanie kwestia opracowywania, publikowania i dystrybuowania materiałów promocyjno-informacyjnych.

Doświadczenia polskie i europejskie wskazują, iż niemożliwym jest pełne scentralizowanie publikowania i dystrybuowania materiałów, przede wszystkim z powodu zbyt dużej liczby podmiotów uprawnionych lub nawet zobligowanych do ich wydawania.

Założeniem jednak tworzonego systemu będzie dążenie do sytuacji, w której większość materiałów promocyjno-informacyjnych dystrybuowanych w ramach systemu, będzie odpowiadało opisanym poniżej założeniom, przejdzie swoistego rodzaju proces kontroli i pojawi się na rynku po dokonaniu przez ŚOT (lub ŚOT wraz z Urzędem Marszałkowskim) akceptacji.

Ujednolicona szata graficzna

Szata graficzna materiałów zaakceptowanych i dystrybuowanych przez ŚOT i Urząd Marszałkowski powinna posiadać logo „Polska” (Polskiej Organizacji Turystycznej), logo województwa śląskiego oraz logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Pozwoli to nie tylko na zapewnienie wysokiego poziomu wydawnictw (o ich zawartości decydować będzie zespół redakcyjny składający się z ekspertów), ale też identyfikować dane wydawnictwo z siecią IT działającą w obrębie systemu.

Ponadto, w przypadku wydawnictw specjalistycznych, powinna być również stosowana obowiązująca kolorystyka z dominacją koloru przypisanego danemu rodzajowi turystyki (według kolorów logo województwa: żółty - turystyka pielgrzymkowa, zielony - turystyka aktywna, niebieski - turystyka kulturowa, czarny - turystyka industrialna).

Zawartość merytoryczna i wersje językowe

O zawartości merytorycznej materiałów informacyjno-promocyjnych decyduje ich przeznaczenie oraz rodzaj. Ilość i rodzaj zawartych informacji powinna być czytelna i przejrzysta. Dotyczy to również tłumaczenia i poszczególnych wersji językowych, które nie powinny być wierną „kopia” wydawnictwa polskiego, ale powinny zawierać informacje interesujące turystów z danego obszaru językowego (wydawnictwa sprofilowane na konkretne segmenty rynków docelowych). Warto skorzystać przy tym z badań prowadzonych przez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej znajdujące się zagranicą.

Określenie zawartości merytorycznej oraz wersji językowych poszczególnych materiałów pozwoli uniknąć dublowania informacji oraz przypadkowości w ich doborze.

Najobszerniejsze i zarazem najbardziej ogólne wydawnictwa typu *informatory* powinny zawierać, poza danymi dotyczącymi województwa oraz jego umiejscowienia w Polsce (określenie położenia województwa, jego wielkości, podstawowych statystyk demograficznych, charakterystyki geograficzno-przyrodniczej), dane teleadresowe (w tym oficjalne strony www, adres e-mail) Urzędu Marszałkowskiego, ŚOT, również dane instytucji odpowiedzialnej za promocję i polski system IT – POT, Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej, wykaz wszystkich jednostek IT funkcjonujących w systemie oraz instytucji związanych z turystyką. Ponadto informatory powinny zawierać dane dotyczące: atrakcji turystycznych znajdujących się w województwie, kalendarz cyklicznych imprez kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych (turystycznych), wykaz jednostek kultury, bazy noclegowej, w tym gospodarstw agroturystycznych, bazy gastronomicznej, rekreacji - główne znakowane szlaki turystyczne, szlaki rowerowe, wypożyczalnie rowerów; szlaki narciarskie - wyciągi, serwisy narciarskie, wypożyczalnie sprzętu; szlaki konne; szlaki kajakowe - stacje wodne, wypożyczalnie sprzętu; lodowiska; pływalnie całoroczne i odkryte; kąpieliska i wypożyczalnie sprzętu wodnego; sporty lotnicze oraz inne (korty tenisowe, wypożyczalnie sprzętu sportowego, pola golfowe, przejażdżki bryczkami, kuligi, nauka jazdy konnej).

Dostępne wersje językowe powinny być uzależnione od usytuowania danej jednostki IT oraz częstotliwości ruchu turystycznego z danego rynku. Podstawą ich wyboru winny być badania ruchu turystycznego oraz badania marketingowe prowadzone cyklicznie, a w szczególności w czasie pełni sezonu turystycznego (w przypadku województwa śląskiego zalecany okres zimowy i letni) oraz od statystyk ruchu turystycznego prowadzonych w samych jednostkach IT.

Zalecane wersje podstawowe to wersja angielska, niemiecka, rosyjska oraz dodatkowo czeska i słowacka.

Konieczne jest jednolite, profesjonalne tłumaczenie z zachowaniem tych samych nazw własnych w poszczególnych językach obcych. W związku z powyższym konieczne jest sporządzenie wykazu profesjonalnych tłumaczy oraz udostępnienie wykazu nazw własnych używanych w folderach.

Aktualizacja danych

Należy zadbać o aktualizację danych, a także wprowadzanie nowych elementów do wydawnictw. Dotyczy to także zdjęć zamieszczonych obiektów i atrakcji turystycznych (ŚOT i Urząd Marszałkowski powinny prowadzić własną bazę zdjęć). Bardzo istotnym elementem jest aktualizacja danych teleadresowych ważnych z punktu widzenia turysty (obiekty noclegowe, gastronomiczne, banki, bankomaty, etc.). Z uwagi na fakt, iż dane te zmieniają się stosunkowo często, warto wprowadzić zasadę umieszczania ich na tzw. wkładkach do wydawnictw (wówczas zmiana danych teleadresowych nie zdezaktualizuje całego folderu, wymianie podlega jedynie wkładka).

Aktualizacją danych powinny zajmować się wszystkie jednostki IT działające w systemie. Podstawowa baza danych będąca w posiadaniu ŚOT i Urzędu Marszałkowskiego powinna być aktualizowana na bieżąco, co najmniej raz na kwartał. Wskazane jest opracowanie ankiet aktualizacyjnych wysyłanych drogą elektroniczną z uwzględnieniem wszystkich ważnych elementów (zwłaszcza danych teleadresowych) przydatnych turystom.

Jednostki funkcjonujące w sieci powinny być zobligowane do aktualizacji swoich danych teleadresowych tak często jak ulegają one zmianie. Aktualizacja danych w wydawnictwach priorytetowych powinna odbywać się dwa razy w roku. W przypadku, gdy nie jest to możliwe zalecane jest wznowienie wydawnictwa z erratą.

Ponadto formą wymiany i aktualizacji danych będą wysyłane co kwartał ankiety informacyjne dotyczące podstawowych danych teleadresowych.

Nakład

Nakład publikowanych materiałów informacyjno-promocyjnych powinien być dostosowany do potrzeb turystów, ich zapytań pojawiających się w jednostkach IT (oraz w czasie targów turystycznych), preferencji oraz oczekiwań, a także uzależniony od badań marketingowych i głównych celów promocyjnych województwa śląskiego zawartych w strategii rozwoju turystyki województwa śląskiego. Nakład powinien też zależeć od przeznaczenia (rozdawnictwo, reklama i promocja danego obiektu, nowego szlaku lub już istniejącego, atrakcji turystycznej, promocji, np. festiwalu kuchni śląskiej – impreza cykliczna, odbywająca się raz w roku). Większe nakłady powinny być planowane w przypadku materiałów przygotowywanych z myślą o udziale w targach, inne w przypadku rozdawnictwa w czasie imprez promocyjnych (np. Dni Bielska Białej w Ustce, festynów, pikników, Dni Kultury Beskidzkiej).

Nie zaleca się wydawania wydawnictw ogólnych w dużych nakładach, lecz ich wznowianie. Zalecane jest wznowianie podstawowych wydawnictw, np. dwa razy w roku. Ogólne informatory mają zdecydowanie mniej efektywny wydźwięk promocyjny, dlatego wskazane jest skupienie się na wydawaniu w większej ilości wydawnictw specjalistycznych, tematycznych i produktowych, m.in.:

- szlaki tematyczne, oparte na wyjątkowych walorach i atrakcjach turystycznych, np. Szlak Zabytków Techniki, Szlak Śląskich Smaków,
- produkty turystyczne związane z różnymi rodzajami turystyki - np. turystyka pielgrzymkowa w województwie śląskim, turystyka aktywna, kulturowa,
- inne wydawnictwa tematyczne, np. wykaz najbardziej popularnych imprez kulturalnych, wydawnictwa promujące kuchnię śląską (np. przepisy kuchni śląskiej), kalendarze cyklicznych imprez kulturalnych, sportowych i turystycznych,
- informatory dotyczące bazy noclegowej i gastronomicznej, m.in. gospodarstwa agroturystyczne i regionalne restauracje, gospody, karczmy),

- foldery promujące największe atrakcje turystyczne województwa śląskiego, wydawnictwa przygotowywane np. na sezon zimowy lub letni (Informator – Zima w Wiśle, Lato w Szczyrku), na weekend (Śląskie na weekend) lub reklamujące jedną miejscowość (Wisła latem i zimą całą rodziną).

Znacznie większy nakład powinny posiadać mapy i plany miast, w których aktualizacja danych odbywa się rzadziej aniżeli w przypadku innych wydawnictw informacyjno-promocyjnych. Są to najbardziej popularne materiały dostępne najczęściej nieodpłatnie w jednostkach IT i najczęściej poszukiwane przez turystów.

Badania marketingowe

Badania marketingowe są istotnym elementem wszystkich działań promocyjnych. Dotyczy to przede wszystkim planowania nakładu i rodzaju wydawnictw. Zaleca się powierzenie badań specjalistom, którzy w okresie najbardziej nasilonego ruchu turystycznego w miejscach najczęściej odwiedzanych przez turystów (jednostki IT, atrakcje turystyczne, główne szlaki komunikacyjne miast, wejścia na oznakowane szlaki turystyczne oraz komunikacyjne, parkingi, etc.) przeprowadzać będą analizę ruchu turystycznego w województwie śląskim. Warto zaznaczyć, iż niezwykle istotnym elementem efektywności badań marketingowych jest wybór grupy docelowej, liczebność próby losowej oraz miejsc, w których będą ankietowani turyści. Ma to znaczenie szczególnie dla reprezentatywności badań oraz porównywania wyników w przypadku prowadzenia badań cyklicznych.

Najczęściej pierwszym miejscem, do którego trafiają turyści jest centrum lub punkt IT, dlatego w jednostkach IT powinny znajdować się ankiety dla turystów dotyczące ich zainteresowań, celu przyjazdu, zadawanych pytań, wrażeń z pobytu w danej miejscowości. Ważne jest, by ankiety były przygotowane w różnych wersjach językowych i zawierały najbardziej kompleksowy zestaw pytań, w tym pytania najczęściej pojawiające się w jednostkach IT (baza noclegowa, wydarzenia kulturalne, gastronomia, atrakcje turystyczne, dojazd). Ankiety powinny zawierać podział turystów na krajowych (podział na regiony – według województw) i zagranicznych (podział na kraje i języki, jakimi posługują się turyści).

Ankieta szczegółowa powinna zawierać takie dane jak: formy pobytu turysty, długość pobytu i główny cel przyjazdu, charakter pobytu (sposób spędzenia wolnego czasu), towarzystwo w podróży, region pochodzenia, rodzaj bazy noclegowej wykorzystywany w czasie pobytu, organizacja pobytu (pobyt zorganizowany, indywidualny), wiek turysty, wykształcenie, zawód, płeć, destynacja – główne miejsca, jakie zamierza odwiedzić (lub odwiedził), wykaz miejscowości i atrakcji, ocena pobytu⁵.

Ważnym elementem badań wspomagających badania marketingowe jest też codzienna statystyka prowadzona w jednostkach IT według schematu podstawowego: ilość zapytań, język zapytań, rodzaj pytania, sposób pytania (bezpośredni, telefoniczny, drogą mailową, fax, skorzystanie ze strony – ilość wejść na stronę), wiek i płeć turysty. Duże znaczenie ma comiesięczne podsumowanie ruchu turystycznego w jednostkach IT.

Wachlarz materiałów dostępnych w jednostkach świadczących usługi informacyjne

W każdej jednostce IT działającej w sieci powinien być dostępny tzw. **podstawowy zestaw materiałów informacyjno-promocyjnych**, ale każda z nich powinna ilość i jakość ww. materiałów rozbudowywać w zależności od stopnia hierarchii w systemie. O ile punkty IT mają obowiązek posiadania materiałów o charakterze lokalnym, o tyle centra IT powinny dysponować również materiałami o charakterze ponadlokalnym, regionalnym, ogólnopolskim (inne regiony Polski) oraz z zagranicy (np. krajów współpracujących w ramach euroregionów miast partnerskich, etc.). Wydawnictwa o innych krajach i regionach świata służą również mieszkańcom danej miejscowości odwiedzającym jednostki IT.

⁵ Przykładowa ankieta badająca ruch turystyczny znajduje się w załączniku nr 1.

RCIT powinno posiadać wszystkie wydawane w regionie materiały (nawet w ilości sygnałnej) oraz wiedzę o tych publikacjach (specjalna baza danych). Umowa pomiędzy jednostkami działającymi w systemie IT oraz RCIT powinna zapewnić obligatoryjne dostarczanie tych wydawnictw, które są przygotowywane w regionach.

Podstawowe materiały znajdujące się w RCIT to: foldery, mapy, plany miast, broszury promocyjne, informatory, przewodniki (popularne i specjalistyczne), monografie, plakaty, kalendarze imprez (również na CD – umożliwia to częściej aktualizację na bieżąco), druki akcydensowe skierowane do konkretnego adresata (filmy promocyjne i turystyczne, prezentacje na CD, katalogi ofert biur podróży, atrakcji turystycznych, restauracji regionalnych, sieci hoteli).

Ujednolicanie procesu publikowania i dystrybuowania materiałów promocyjno-informacyjnych

Proces ten wymaga m.in.:

- Określenia *rocznego planu wydawniczego i budżetu* (wspólnego dla ŚOT i Urzędu Marszałkowskiego), związanego z planem promocji turystyki w regionie. Jest to związane z udziałem we wszystkich imprezach targowych, prezentacjach, imprezach cyklicznych i promocyjnych planowanych w danym roku kalendarzowym. Roczny plan wydawniczy powinien uwzględniać potrzeby województwa oraz wszystkich powiatów, na terenie których istnieją jednostki IT. Ścisła współpraca w tym zakresie pozwoli zapobiec niepotrzebnemu powielaniu wydawnictw oraz błędom związanym z tłumaczeniami. Kolejne wersje językowe powinny być przygotowywane w oparciu o potrzeby rynku (badania marketingowe oraz zapytania pojawiające się w jednostkach IT, pytania pojawiające się na targach turystycznych, nowe produkty, etc.).
- Powołania *Zespołu Redakcyjnego* ds. opracowania materiałów promocyjno-informacyjnych, którego głównym celem będzie opracowanie zawartości merytorycznej oraz ujednoliconej, zgodnej z założeniami, szaty graficznej wszystkich wydawnictw podstawowych. W wersji minimum Zespół powinien się zajmować przynajmniej podstawowymi materiałami informacyjnymi i promocyjnymi województwa. Docelowo zespół będzie też opiniował wszystkie wydawnictwa ukazujące się w ramach „*Biblioteczki Województwa Śląskiego*”. Wszystkie podmioty znajdujące się w systemie będą zobowiązane do przestrzegania ustalonych ogólnie zasad przygotowania materiałów promocyjno-informacyjnych, włącznie z przysyłaniem projektu publikacji do zaopiniowania przed rozpoczęciem procesu wydawniczego.
- Powstanie „*Biblioteczki Województwa Śląskiego*”. „Biblioteczka” to zestaw wszystkich podstawowych materiałów informacyjno-promocyjnych (10-15) ukazujących się rokrocznie w czterech językach podstawowych: angielskim, niemieckim, rosyjskim, czeskim (w niektórych częściach województwa śląskiego zalecany jest też j. słowacki). O treści oraz zawartości merytorycznej „Biblioteczki” decyduje zespół redakcyjny reprezentujący poza ŚOT i Urzędem Marszałkowskim najważniejsze podmioty znajdujące się w systemie IT. „Biblioteczka Województwa Śląskiego” powinna zawierać materiały urozmaicone pod kątem ich zawartości merytorycznej oraz formy wydawniczej (mapy, informatory, katalogi, mapy szlaków specjalistycznych, etc.) dające turystę pełen obraz województwa i jego możliwości turystycznych. Wszystkie materiały wydawane w ramach „Biblioteczki” powinny być przekazywane do wszystkich jednostek „IT” działających w ramach systemu.
- Prowadzenia przez ŚOT *ewidencji publikacji* dostępnych nieodpłatnie i płatnie, wydawanych w całym województwie (istniejących i planowanych) i udostępnianie jej na regionalnym portalu turystycznym wraz z podaniem informacji dotyczącej możliwości pozyskania wymienionych materiałów; w miarę możliwości – udostępnianie ww. materiałów (wydawnictwa przygotowane w ramach Biblioteczki w formie elektronicznej na regionalnym portalu informacyjnym).
- Prowadzenia *księgarni on-line* umożliwiającej zakup przez Internet wszystkich odpłatnych materiałów ukazujących się w ramach „Biblioteczki Województwa Śląskiego”.
- Prowadzenia *ewidencji instytucji oraz wszystkich jednostek IT* działających w ramach systemu otrzymujących podstawowy zestaw materiałów informacyjno-promocyjnych oraz innych

(w zależności od stopnia hierarchii) udostępniającym materiały o zasięgu lokalnym, regionalnym, ogólnopolskim, etc.

- Systematycznego, co najmniej dwa razy w roku, *aktualizowania* zestawu podstawowych materiałów.
- *Archiwizowania publikacji* (przez wszystkie podmioty wydające publikacje).
- *Wzajemnej wymiany* bezpłatnych nowych i archiwalnych materiałów informacyjno-promocyjnych co najmniej raz na kwartał lub w zależności od potrzeb.
- Stworzenia *minimalnej puli materiałów płatnych* przeznaczonych do przekazywania na zasadach nieodpłatnych wszystkim podmiotom działającym w systemie.
- Stworzenia *Banku Zdjęć* używanych w podstawowym zestawie materiałów informacyjno-promocyjnych. Aktualizacja bazy oraz udostępnianie jej nieodpłatnie poprzez zamieszczenie na stronach internetowych.
- Opracowania *bazy instytucji zajmujących się tłumaczeniem* podstawowego zestawu materiałów informacyjno-promocyjnych wraz z podaniem tłumaczy współpracujących z RCIT i ŚOT.

Cel operacyjny 2 „Stworzenie i rozwój regionalnego cyfrowego systemu informacji turystycznej”.

Regionalny Cyfrowy System Informacji Turystycznej, w dobie postępu i rozwoju nowych technologii, będzie odpowiedzią na trwale zmieniające się preferencje i sposoby zarówno oferowania, jak i poszukiwania informacji turystycznej. Przez słowo „cyfrowy” należy rozumieć jako zapisany i podany na cyfrowym (elektronicznym) nośniku oraz niezależny – nie wymagający kontaktu z drugim człowiekiem.

Działania dotyczące powyższego celu skupiają się na przedstawieniu i stworzeniu nowoczesnego, skutecznego i dobrze funkcjonującego Regionalnego Cyfrowego Systemu Informacji Turystycznej w pełni kompatybilnego z krajowym Internetowym Systemem Informacji Turystycznej (ISIT). Rozwinięciem systemu informacji będzie extranetowy system obsługi jednostek IT wspierający komunikację wewnętrzną i kontrolę realizacji procesów zachodzących w systemie.

Analiza dotychczasowej sfery funkcjonowania informacji turystycznej w województwie śląskim pokazuje, iż cyfrowy system wymiany informacji opiera się aktualnie głównie na publikacjach danych w serwisach WWW. Nie stwierdzono istnienia rozwiązań w postaci aplikacji komputerowych lub extranetowych służących wymianie i weryfikacji danych między jednostkami i ich gromadzeniu. Wynikiem tego jest brak kompleksowej, ujednoliconej informacji dostępnej w różnej formie, jak również brak możliwości szybkiej weryfikacji i zmiany informacji / danych ze skutkiem natychmiastowym we wszystkich dostępnych dla interesanta źródłach informacji. Brak centralnej weryfikacji skutkuje także możliwością wystąpienia różnych danych dotyczących tych samych obiektów / zagadnień.

DZIAŁANIA

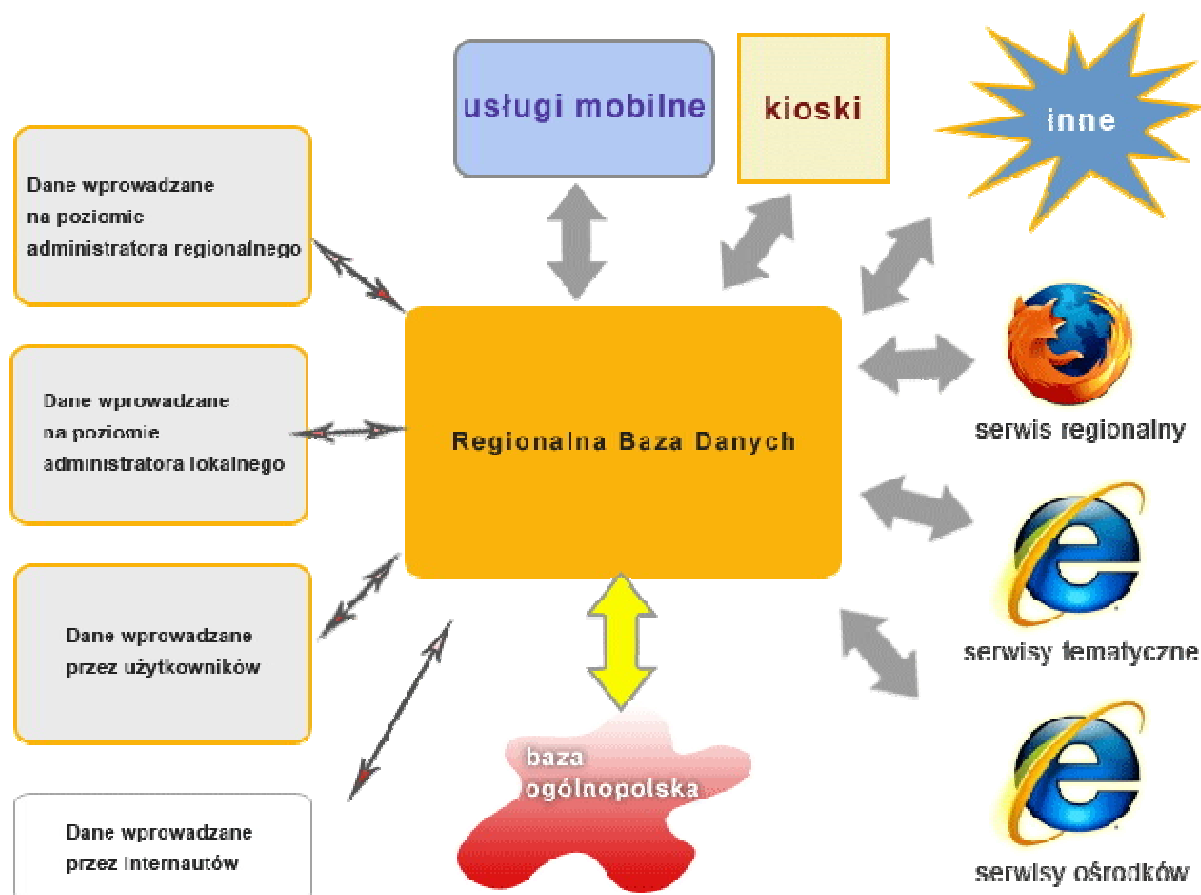
Działanie 2.1.

Stworzenie regionalnej cyfrowej bazy danych informacji turystycznej.

Aktualnie w regionie funkcjonują trzy ośrodki internetowe pełniące funkcje integratora i bazy danych. Dodatkowo funkcjonują strony internetowe jednostek IT. Powoduje to wielokrotne powielanie informacji, zwiększa trudność dotarcia do niej i indeksacji, zwiększa koszty weryfikacji. Wady aktualnej sytuacji z punktu widzenia odbiorcy końcowego, a także kosztów utrzymania aktualnego stanu, można mnożyć.

Nieprzypadkową tendencją jest integrowanie rozwiązań i budowanie baz wiedzy opartych o zwartą lub rozproszoną strukturę. Taki kierunek rozwoju powinny obrać także serwisy internetowe istniejące w województwie śląskim.

Podstawowym zadaniem jest stworzenie regionalnej bazy danych, która zapewni gromadzenie i klasyfikację bazy wiedzy. Regionalna baza danych będzie zawierała całą zbieraną i udostępnianą informację turystyczną, z niej będą pobierane informacje do lokalnych i regionalnych serwisów internetowych, a także innych usług, np. mobilnych. Baza regionalna będzie funkcjonowała w otoczeniu innych baz i aplikacji funkcjonalnych korzystających z jej zasobów. Takie rozwiązanie m.in. zmniejszy koszty rozwoju systemu i procesu dostosowywania do zmian technologicznych. Pozwoli także dowolnie definiować zastosowania gromadzonych danych nie ograniczając publikacji tylko do Internetu. Rysunek nr 3. Funkcje regionalnej bazy danych.



Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Cechy centralnej bazy danych:

- Struktura bazy ujednolicona ze standardem promowanym w ogólnokrajowym systemie ISIT.
- Wielostopniowy system wprowadzania i weryfikacji danych.
- Możliwość dwustronnej wymiany danych z bazami zewnętrznymi.
- Możliwość współpracy z różnymi technologiami i rozwiązaniami (web, mobile, infokioski).
- Możliwość dowolnego generowania wyników, np. w postaci serwisów tematycznych WWW, terenowych (baza jest zbiorem danych, sposób i zakres wykorzystania zależy od koncepcji i potrzeb).
- Możliwość wyszukiwania w bazie z każdego poziomu (np. w serwisie „terenowym” będzie można dotrzeć do danych z całego regionu, a w przypadku synchronizacji z bazą ISIT z terenu kraju).
- Dane zdefiniowane, sklasyfikowane i zweryfikowane jednolicie.

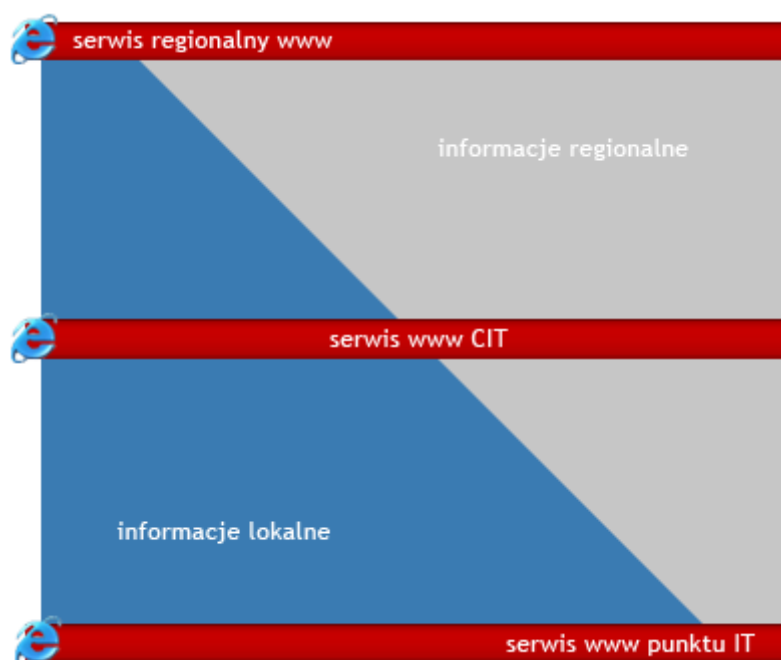
W niniejszym dokumencie regionalną bazę danych należy rozumieć jako miejsce zbierania danych/informacji, do którego będą podłączone różnego rodzaju rozwiązania/interfejsy, etc.,

umożliwiające pobieranie z niej danych w wybranej formie, edycję tych danych i wszelkie inne operacje. Będzie możliwe także podłączenie w zdefiniowanej formie innych baz danych.

Tworzenie i weryfikacja bazy

„Wypełnianie” bazy danymi odbywać się będzie na kilku poziomach, z których każdy definiuje także zakres ich wykorzystania, np. dane (obiekty, wydarzenia, etc.) wprowadzane w jednym z Centrów IT są wykorzystane w całości w serwisie WWW obejmującym tematycznie teren funkcjonowania tego Centrum IT, a jednocześnie całość lub część funkcjonuje w serwisie regionalnym. Podział funkcjonalny poziomów został zaprezentowany w części Działania 3.1.

Rysunek nr 4. Schemat zależności ilości prezentowanej informacji z danego obszaru w strefie „pierwszego kontaktu”, czyli na stronie głównej serwisu WWW danej jednostki.



Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Na powyższym schemacie widać, jak będzie w rzeczywistości prezentowana informacja w zależności od serwisu WWW. W przypadku najmniejszych serwisów (np. punktu IT) w znacznej części strony głównej prezentowana będzie informacja lokalna, zdarzenia i obiekty z najbliższej okolicy. I takie też dane będą wprowadzane do bazy regionalnej. Informacja regionalna będzie dostępna w profilowanych tematycznie modułach i na podstronach lub w formie wyników wyszukiwania. W praktyce internauta odwiedzając serwis lokalny otrzyma pełną informację o miejscu i możliwość dotarcia do każdej innej informacji regionalnej, co otwiera możliwość dokładniejszego planowania, a nawet poszerzenia zakresu zainteresowania.

Serwisy WWW Centrów IT będą miały ten podział zrównoważony z odchyleniami na korzyść informacji lokalnej.

Serwis regionalny WWW z założenia prezentujący dorobek całego regionu z wielu wprowadzonych przez lokalne jednostki informacji zaprezentuje na stronie głównej tylko dane najistotniejsze, ale umożliwi dotarcie do każdej istniejącej w bazie regionalnej.

Treści prezentowane w serwisach można podzielić na dwie główne kategorie, które umownie nazywać można promocyjną i katalogową. Część promocyjna to treści informacyjne: imprezy, zdarzenia, ciekawostki, przedsięwzięcia, etc. Część katalogowa to właściwa zawartość bazy informacji turystycznej: obiekty, miejscowości, etc. i to ona musi być zgodna z ogólnopolską bazą ISIT.

Wprowadzanie danych będzie realizowane na każdym poziomie zarządzania, a powinno zostać w pewnym zakresie poszerzone o internatów, powodując powstawanie interakcji i systematyczne budowanie lojalnej społeczności.

Szczegółowy zakres kompetencji wprowadzających został określony w Działaniu 3.1.

Uogólniając obowiązywać będzie zasada rozłożenia odpowiedzialności za „bogactwo” regionalnej bazy danych na wszystkich uczestników procesu.

Formalna odpowiedzialność za poprawność i weryfikację danych rozpoczyna się od poziomu administratora lokalnego, czyli nie objęci są nią zwykli użytkownicy i punkty IT (w systemie także definiowane jako użytkownicy). Administratorzy lokalni odpowiadają także za poprawność wersji językowych w części promocyjnej, na tym poziomie następuje wybór, co z tej kategorii danych będzie prezentowane w innych wersjach językowych. Administrator lokalny wprowadza własne dane, weryfikuje wpisy użytkowników i określa, które z nich powinny trafić do serwisu regionalnego. Administrator regionalny odpowiada za weryfikację i tłumaczenie części katalogowej zbioru danych, pozostałe uprawnienia są odpowiednio hierarchicznie przenoszone.

Administrowanie bazą, jak i serwisami WWW realizowane będzie przez system CMS (system zarządzania treścią).

Wykorzystanie regionalnej bazy danych

1. Serwisy WWW.

System obsługujący zarządzanie treścią w serwisach korzystających z bazy powinien mieć możliwość generowania samodzielnych treściowo i wizualnie „podserwisów” (strony punktów IT, CIT, organizacji) w oparciu o poddomeny (multisites). Każdy z serwisów korzystałby w części katalogowej z regionalnej bazy danych, a równocześnie generował indywidualne treści promocyjno – informacyjne. W zależności od przyjętych założeń budowania wizerunku, serwisy można połączyć wspólnym elementem (np. system nawigacyjny, „belka” z logo i uproszczonym interfejsem) lub określić jednolite, wspólne zasady wizualizacji (podobna struktura i wygląd, różnice w kolorystyce, nagłówkach)⁶.

Dodatkową zaletą takiego rozwiązania (multisites na poddomenach) będzie normalizacja nazw internetowych źródeł informacji.

Przykład: jeżeli adres głównego serwisu regionalnego będzie miał formę www.gosilesia.pl to adres serwisu np. CIT przyjmie postać www.miejscowosc.gosilesia.pl. Możliwe jest też przyjęcie innej opcji, np. nadawanie adresów w domenach miejscowości z przedrostkiem „it” (www.it.miejscowosc.pl).

Przyjęcie takiego systemu nazw domenowych dla całego regionu spowoduje ułatwienie i intuicyjność dotarcia do informacji. Już po kilku wizytach internauta zorientuje się, że aby znaleźć stronę punktu IT z konkretnej miejscowości wystarczy wpisać nazwę miejscowości.gosilesia.pl, bez poszukiwania w katalogach internetowych i wyszukiwarkach. Podobnie z pocztą elektroniczną, przy określeniu stałej zasady zapytania będzie można wysyłać praktycznie „w ciemno”.

Należy również przewidzieć możliwość „podłączenia do bazy” bezpośrednio lub pośrednio serwisów zewnętrznych, czyli np. nie związanych ze strukturą informacji turystycznej, ale uczestniczących w wymianie informacji.

⁶ Wytyczne znajdują się w Katalogu Identyfikacji Wizualnej Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

Serwisy internetowe korzystające z regionalnej bazy danych można podzielić na:

- Serwisy Punktów IT, Centrów IT, organizacji turystycznych, podmiotów współpracujących.
Funkcje: prezentacja danych dotyczących tematycznie terenu funkcjonowania z możliwością dostępu do pozostałych danych z bazy, łączenie lub rozdzielenie funkcji promocyjnych z informacyjnymi.
- Serwisy tematyczne
Funkcje: udostępnienie serwisów z tematyczną informacją, np. zabytki, imprezy, etc. odpowiadającymi profilowi użytkownika końcowego.
- Serwis regionalny
Skupiający informacje wprowadzone przez wszystkie jednostki współpracujące. Prezentujący je w całości lub częściowo z odwołaniami do serwisów źródłowych. Rozdzielona funkcja promocyjna od informacyjnej.

2. Dostęp mobilny

Dostęp do danych w formie serwisów WWW (PC Pocket, smartfony, etc.), serwisów WAP (większość telefonów GSM), informacji SMS (podstawowe informacje, powitania, rozszerzone na podstawie zapytań i zdefiniowanych usług/pakietów (ewentualny plan biznesowy), GPS. Dostęp mobilny jest tą formą dostępu do regionalnej bazy danych, która wymaga częstej weryfikacji stanu technologii. Rozwój w tej dziedzinie jest bardzo szybki. Na etapie budowania elektronicznej bazy danych i łączenia serwisów WWW (pierwsze 2 lata) praktyczne wykorzystanie ograniczy się prawdopodobnie do serwisów WAP i WWW, ale następnym krokiem powinno być określenie intensywnego wykorzystania tego kanału w oparciu o aktualne możliwości technologii. Dostęp mobilny to nie tylko korzyści dla interesanta, to także narzędzie wspierające zarządzanie jednostek IT, np. dostęp do extranetu, możliwość dodawania informacji do serwisów w formie e-maila z komórki, sms-a.

3. Kioski elektroniczne, szerszy opis poniżej w Działaniu 2.4. „Rozwój sieci infokiosków IT”.

4. Inne

Wszelkie inne wynikające z zarówno z potrzeb zewnętrznych, jak i wewnętrznych (np. potrzeby badawcze, statystyczne, weryfikacyjne). Z elektronicznej bazy danych można pobierać dowolne zestawienia i informacje w zakresie przewidzianej struktury (zawartości).

Technologia

- rozwiązania open source, licencja GNU GPL i podobne
 - niższe koszty startowe projektu,
 - otwartość rozwiązań,
 - łatwiejsza integracja z już istniejącymi rozwiązaniami,
- baza danych np.: MySQL, Postgresql, doboru należy dokonać po określeniu skali projektu i planowanego rozwoju
- usługi hostingowe oparte o serwer Apache w jednej z opcji:
 - własny/-e serwer/-y WWW i innych usług,
 - kolokacja serwera (wyzierżawienie serwera/-ów w zewnętrznej firmie)
 - serwer wirtualny.
- usługi mobilne: indywidualne rozwiązania w oparciu o porozumienie z operatorem/-ami GSM (np. bramka SMS Enterprices)

Oparcie rozwiązania o środowisko WWW uniezależnia od systemu i oprogramowania, jednostka IT może realizować obsługę na komputerze z komercyjnym oprogramowaniem (Windows, MacOS, Linux). Obniża także koszty stanowiskowe. Do obsługi aplikacji web wystarczy jednostka komputerowa z systemem i połączenie do Internetu. Jednocześnie nie wyklucza to budowania w przyszłości autonomicznych aplikacji.

Założenia systemu CMS

- Wielojęzyczność (obsługa wersji językowych), część katalogowa bazy powinna być przetłumaczona w całości, pozostałe w zależności od decyzji, potrzeb, możliwości.
- Intuicyjność (system nawigacji ułatwiający szybkie dotarcie do informacji, grupowanie jej wg cech podobnych, łatwe dodanie/wskazywanie innych przydatnych informacji związanych z zapytaniem, opisywanie obiektów tagami/słowa kluczowymi).
- Modułowość (gotowy zestaw funkcjonalności, przy zakładaniu nowego serwisu administrator wybiera zestaw wymaganych funkcji).
- System grup/użytkowników z możliwością definiowania ról i uprawnień do funkcji i modułów.
- Mechanizm logowania (treści i funkcje dostępne tylko dla osób zarejestrowanych w serwisie np. obsługa cyklu drukarskiego dostępnego tylko dla grupy współpracowników, tworzenie portalu społeczności lub budowanie grupy stałych odbiorców, funkcjonalność ta pozwoli również w sposób kontrolowany przeprowadzać konkursy, ankiety, etc.).
- Edytor treści typu WYSIWIG z menadżerem plików i grafik umożliwiającą zarządzanie treścią bez znajomości podstaw języków opisowych.
- Oddzielenie treści od wyglądu, pozwoli to na bazie jednego skryptu budować wizualnie różne serwisy, umożliwi także łatwiejsze rozbudowywanie ich o dodatkowe moduły i funkcje.
- Tworzenie dynamicznie drzewiastej struktury serwisu, z dowolną ilością zagłębień.
- Możliwość zdefiniowania cyklu życia dokumentu określonego typu (od kiedy do kiedy jest publikowany, dla kogo dostępny, przenoszenie do archiwum).
- Możliwość udostępniania modułów społecznościowych, dyskusyjnych, komentarzy, opinii gdzie każdy może tworzyć wpisy (np. fora dyskusyjne)
- Ocenianie (rating) przez użytkowników opublikowanych wpisów oraz możliwość nadawanie kategorii (tagi) poszczególnym wpisom.
- Należy oddzielić w bazie dane informacyjne od wyniku aktywności użytkowników (np. komentarzy), ponieważ pomimo, iż aktywność użytkowników końcowych wzbogaca bazę wiedzy, to jednak będą to wpisy nie zweryfikowane, często wątpliwej wartości merytorycznej.
- Biblioteka obrazów – zbiór fotografii możliwy do wykorzystania przez wszystkich użytkowników CMS z możliwością wzbogacania jej przez wszystkie poziomy administracyjne i katalogowania.
- Zaawansowana wyszukiwarka wewnętrzna serwisu.
- Zaawansowana wyszukiwarka bazy danych katalogu informacyjnego.
- Galeria zdjęć z cechami web 2.0.
- Wysyłanie pocztówek elektronicznych.
- Newsletter – tworzenie i mechanizmy subskrypcji z kategoryzacją zainteresowań subskrybentów.
- Obsługa kanałów RSS.
- Moduł sond i ankiet.
- Obsługa różnego rodzaju formularzy.
- System reklamowy/bannerowy.
- Live chat – komunikator internetowy, pokój rozmów w ramach serwisu WWW, może być wykorzystany także do prowadzenia jednostki IT on-line.
- Możliwość generowania serwisów WWW w poddomenach.

- Możliwość definiowania indywidualnego wyglądu we „podserwisach” poprzez system skórek/templatek.
- Optymalizacja pod kątem pozycjonowania serwisów (m.in. przyjazne adresy, dynamiczne definiowane tytuły, etc.).
- Przygotowanie systemu pod kątem niepełnosprawnych internatów (wymagania Section 508).
- Inne wspierające realizację Programu z wykorzystanie elektronicznych kanałów informacyjnych.

CMS – poziomy administratorskie

- użytkownicy
- administratorzy lokalni
- administrator regionalny

Dodatkowym elementem informatyzacji procesów w IT jest aplikacja extranetowa zapewniająca koordynację działań, sprawniejszy i ekonomiczniejszy obieg informacji, wspierająca codzienne funkcjonowanie jednostek IT. Aplikacja może pełnić funkcje biznesowe i organizacyjne. Extranet może być powiązany z systemem CMS lub funkcjonować niezależnie realizując wymagane połączenia z regionalną bazą danych. Przykładowe elementy aplikacji to np.:

- system koordynacji publikacji.
- kalendarz.
- komunikacja (komunikator, chat).
- konsultacja.
- elektroniczny system obiegu dokumentów.
- dostęp do wzorców dokumentów.
- wewnętrzne rozliczenia.
- organizery.
- system przypomnień.
- wewnętrzna biblioteka wiedzy.
- inne.

Szczegółowe omówienie zakresu i powiązań z systemem analogowym zostało zaprezentowane w części Działania 3.1.

Działanie 2.2.

Modernizacja portalu www.gosilesia.pl

Aktualny system regionalny www.gosilesia.pl w pewnym stopniu spełnia wyżej przedstawione wymagania, jednak jeżeli system regionalny ma zapewniać także współpracę z systemem ogólnokrajowym powstanie potrzeba przebudowania struktury bazy danych. Nowe wymagania funkcjonalne wymuszają podjęcie decyzji, czy rozbudowywać aktualny system czy rozpocząć realizację nowego projektu.

Realnie zakres zmian, jaki czekałby aktualnie funkcjonujący system prawdopodobnie byłby tak szeroki, że opcja kontynuacji oznaczałaby „przepisanie” całości.

Dodatkowo przy tak szerokim zakresie informacji serwis musi cechować się intuicyjną i przyjazną nawigacją, „krótką” ścieżką dotarcia do oczekiwanej informacji. Należy pamiętać, że wygląd serwisu to internetowa wizytówka regionu.

Nowa wersja serwisu powinna skuteczniej pełnić także funkcje promocyjne, dlatego należy rozdzielić funkcje promocyjne od informacyjnych, co powinno znaleźć odzwierciedlenie w wyglądzie zewnętrznym serwisu. Internauta na starcie powinien mieć także dostęp do wydarzeń i informacji

wprowadzanych na poziomach lokalnych. Zdefiniowanie, co to ma być i w jakiej formie, powinno nastąpić po określeniu profilu i potrzeb odbiorców. Nie należy jednak oswajać się ze strukturą graficzną serwisu w momencie uruchomienia nowej wersji systemu, ponieważ w tym momencie powinna rozpocząć się systematyczna kontrola i analiza potrzeb odbiorców, a w jej wyniku dostosowywanie go do rzeczywistych oczekiwań i nawyków użytkowników (proces w zależności od potrzeb powinien trwać od 6 do 12 miesięcy). Takie dynamiczne podejście do potrzeb (dotyczy to w znacznej części elementów promocyjnych) wymaga od systemu elastycznego zarządzania modułami.

Bez względu na decyzję o rozbudowie aktualnego czy budowie nowego systemu należy pamiętać, że dane już zgromadzone są wartością, o którą trzeba zadbać migrując je do nowego systemu, przy okazji przeprowadzając weryfikację, aktualizację i tłumaczenie do wersji językowych.

Bardzo ważne poza aspektem technicznym jest wdrożenie systemu w punktach administracyjnych i współtworzących. Nawet najlepszy system, jeżeli użytkownicy nie zostaną przeszkoleni i przekonani do sensu jego wykorzystania i skuteczności jako narzędzia wspierającego ich pracę, będzie tylko coraz mniej aktualnym zbiorem danych.

Decydując się na realizację projektu elektronicznej bazy regionalnej trzeba uwzględnić etap powdrożeniowy, czyli zapewnić wsparcie i dalszy rozwój systemu już po jego realizacji, tak, aby funkcjonował stabilnie, a użytkownicy otrzymywali pomoc techniczną i merytoryczną.

Uruchomienie tego systemu to pierwszy krok, następnymi będzie systematyczne (np. co 2 lata) weryfikowanie skuteczności realizacji, definiowanie zmian i dostosowywanie rozwiązań do aktualnych zmian technologicznych w otoczeniu zewnętrznym (np. dalsze wykorzystanie technologii mobilnych).

ISIT

Powyższe założenia opierają się na wersji utrzymywania własnego systemu obsługującego bazę danych. Możliwe jest jednak wykorzystanie propozycji dołączenia do użytkowników systemu ISIT POT.

System ISIT to podobne rozwiązanie oparte o technologie open source i udostępniane jednostkom regionalnym bezpłatnie (skrypty) z możliwością samodzielnego dalszego rozwijania systemu. Całość oparta na centralnej krajowej bazie danych. ISIT umożliwia dwustronną komunikację z bazami zewnętrznymi, co przy zastosowaniu „własnego” rozwiązania pozwala połączyć je z zasobami krajowymi.

Działanie 2.3.

Zintegrowanie internetowych turystycznych portali informacyjnych województwa śląskiego.

Integracja portali zewnętrznych (organizacje turystyczne i inne) z regionalną bazą elektroniczną może nastąpić na kilka sposobów, choć w aspekcie podstawowym ogranicza się to do trzech opcji: pierwsza opisana wyżej, czyli jeden system udostępniający możliwość generowania samodzielnych „podserwisów”, druga, w dalszym ciągu funkcjonują aktualne serwisy jednostek, ale połączone są z bazą centralną z możliwością pobierania danych. Przy drugiej opcji możliwość uczestniczenia jednostek we wprowadzaniu danych do regionalnej bazy należałoby jednak oprzeć na dostępie do interfejsu w systemie regionalnym. W obu przypadkach trzeba zdefiniować formę i zakres dostępu do bazy danych. Może być to dostęp bezpośredni, pośredni przez dodatkową bazę/-y z opcjami odczytu, edycji, dodawania, kasowania, etc. Rozwiązanie trzecie, hybrydowe – serwisy organizacji i podmiotów zewnętrznych integrują się z bazą (wymiana danych lub jednostronna z uwzględnieniem planu biznesowego), serwisy IT, CIT, etc. pracują na wspólnym systemie. Ta ostatnia opcja pozwoli zachęcić zewnętrznych partnerów do współpracy, a jednostki IT skupi wokół jednego systemu internetowego i extranetu, zwiększając czytelność, skuteczność i obniżając jednocześnie całkowite koszty funkcjonowania rozwiązań informatycznych (np. supportując jeden nawet rozbudowany system ponosi

się mniejsze koszty niż kilkadziesiąt mniejszych, hostując wspólny system także prawdopodobnie uzyska się oszczędności w stosunku to wykorzystywania kilkudziesięciu różnych ofert).

Działanie 2.4.

Rozwój sieci infokiosków IT.

W czasach globalizacji szybkość dostępu do poszczególnej ściśle określonej informacji jest podstawowym elementem rozwoju danej gałęzi przemysłu lub gospodarki i decyduje o jej długookresowym postępie. Informacja turystyczna to także jedno z podstawowych narzędzi służących rozwojowi turystyki. Poprzez gromadzenie i dystrybucję informacji turystycznej, szczególnie w wersji elektronicznej można sobie zapewnić aktywny udział w kształtowaniu podaży i popytu na rynku turystycznym. I tu na przeciw nowym trendom i wyzwaniom wychodzą infokioski IT, zwane też: infomatami, kioskami multimedialnymi, multimedialnymi terminalami informacyjnymi. W poniższym opracowaniu przyjęto nazwę w postaci *infokiosk IT* najlepiej precyzującą przeznaczenie sprzętu.

Niezwykle istotnym elementem funkcjonowania śląskiego cyfrowego systemu informacji turystycznej bezpośrednio wpływającym na jego rozwój i dostępność jest tworzenie sieci infokiosków IT.

Cechy właściwie budowanej sieci

Niezawodność, funkcjonalność oraz dostępność i dobra wizualizacja – tymi 4 cechami powinna się cechować sieć elektronicznych infokiosków rozsiana po całym województwie śląskim. Infokiosk, jako elektroniczny punkt dostępu do informacji turystycznej, będzie niezbędnym spoiwem i ważnym elementem kompleksowego Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. To właśnie infokiosk na trasie turysty, poza godzinami pracy jednostki IT będzie świetnym uzupełnieniem potrzeb informacyjnych, a zarazem „drogowskazem” kierunku i zakresu poznania zasobów turystycznych województwa. Turysta, który nie zdąży zaczerpnąć informacji w godzinach urzędowania jednostki jest w stanie zdobyć szukane informacje w zależności od zasobu bazy bądź rzetelności wprowadzania danych przez obsługujących zasoby kiosku. Dlatego ważnym jest, aby kadra uzupełniająca i weryfikująca poszczególne dane w bazie była odpowiednio przygotowana do właściwego i logicznego wprowadzania danych. Od tego zależy, bowiem czy turysta myśląc o szukanym obiekcie pozyska informacje idąc właściwym kierunkiem zasobu bazy.

Infokiosk – element integralny sieci

Infokioski to w rzeczywistości komputery klasy PC schowane w specjalnej obudowie (korpusie). Korpus (integralna obudowa infokiosku) musi spełniać surowe wymagania dotyczące:

- zmian temperaturowych (od -30 do + 60),
- zmiennych warunków pogodowych (śnieg, deszcz, wiatr, etc.),
- aktów wandalizmu (niszczenie korpusu, zalewanie i uderzenie w matrycę).

Dodatkowo w wyposażeniu infokiosku, oprócz części składowych jak podstawa oraz markiza bezpieczeństwa wpływających na niezawodność i żywotność pracy kiosku, najważniejszą częścią jest matryca dotykowa - bezpośrednio odpowiedzialna za jakość odczytu informacji. Jest to ciekłokrystaliczny dotykowy ekran komputerowy wysokiej rozdzielczości, dzięki któremu, wodząc palcem po ekranie i dotykając go, jest się w stanie znaleźć pożądaną informację. Niezbędnym jest ciągła kontrola właściwego funkcjonowania matrycy po kątem sprawności technicznej i wizualnej.

Oprogramowanie (interfejs)

Kluczowym elementem funkcjonalności infokiosku i jego przydatności dla turystów jest oprogramowanie, które umożliwia korzystanie z informacji znajdujących się w bazie danych. Stąd ważnym jest, aby kioski w województwie śląskim posiadały specjalne oprogramowanie do wyświetlania informacji na matrycy, tzw. interfejs informacyjny, zbudowany w oparciu o regionalną bazę danych.

Oprogramowanie to pozwoli na to, żeby każdy turysta, wodząc palcem po ekranie, w sposób łatwy, a zarazem intuicyjny, odnalazł poszukiwane informacje.

Jeżeli chodzi o łącza internetowe, sugerowanym rozwiązaniem jest stałe łącze. W przypadku jednak, gdy nie jest ono możliwe, rozwiązaniem jest tzw. łącze modemowe (polega ono na tym, że infokiosk automatycznie, minimalnie co 24 godziny, łączy się z Internetem, celem zaktualizowania danych).

Należy tutaj podkreślić, iż stałe łącza internetowe nie oznaczają możliwości dostępu do wszystkich stron WWW – jest to tzw. łącze z możliwością przeglądania wybranych stron, czyli w przypadku Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej – regionalnego portalu turystycznego oraz lokalnego portalu turystycznego.

Dodatkowo oprogramowanie występujące w infokiosku musi uwzględniać specyfikę poszczególnych miast / gmin. To znaczy, iż korzystanie z bazy będzie identyczne dla każdego z infokiosków, ale wygląd interfejsów i strony startowej w poszczególnych miastach będzie inny – charakterystyczny dla danej miejscowości / gminy (kompatybilny ze stroną miejską / gminną).

Patrząc pod kątem użytkowym, oprócz standardowych informacji bazodanowych, możliwe jest umieszczenie linku (przekierowania) na portale rezerwacyjne on-line. Z uwagi jednak na brak klawiatury (a więc możliwości wpisania do systemu rezerwacyjnego swoich danych osobowych, numeru karty kredytowej, etc. – wszelkich danych koniecznych do dokonania rezerwacji) stosowana może być jedynie tzw. czasowa rezerwacja infokioskowa. Polega ona na zarezerwowaniu usługi na 1 do 2 godzin, bez konieczności podawania jakichkolwiek danych i jej anulowaniu, jeżeli w wyznaczonym czasie, turysta nie dotrze do hotelu, pensjonatu, etc.

Odpowiednia lokalizacja

Lokalizacja elektronicznych infokiosków powinna być przemyślana i nieprzypadkowa. Oprócz strategicznie ważnych i niezbędnych miejsc lokalizacyjnych typu: centra i punkty IT (na zewnątrz), porty lotnicze, dworce PKS, PKP, centra miast, nieodzownym jest lokalizacja urządzeń w innych, niezbędnych z punktu widzenia turysty miejscach, typu: trasa turystyczna, obiekt turystyczny, pasaż handlowy. Ważnym jest, aby turysta nie odczuwał dyskomfortu wynikającego z niemożności pozyskania informacji, a docelowo należy doprowadzić do sytuacji, aby informacja „szła” za turystą i była dostępna na każdym kroku. Infokioski spełniają w tym aspekcie funkcję przewodnika po okolicy oraz regionie.

Wizualizacja sieci infokiosków

Łącznie z odpowiednim umiejscowieniem infokiosku podstawowym elementem jest również wizualizacja miejsc lokalizujących infokioski. Niezbędnym działaniem jest przygotowanie tablic informacyjnych wraz z mapą oraz znaków kierunkowych bezpośrednio mówiących o istnieniu infokiosku (lokalizacja: drogi wjazdowe do miast, drogi miejskie, obiekty turystyczne, trasy turystyczne). Dodatkowo ważnym czynnikiem odpowiedniej wizualizacji jest stworzenie przy każdym infokiosku paneli podświetlanych widocznych zarówno w dzień jak i w nocy. Należyta wizualizacja jest decydującym czynnikiem właściwego wykorzystania infokiosku.

Finansowanie

Z uwagi na wysokie koszty związane z zakupem i serwisowaniem kiosków elektronicznych, ich finansowanie powinno należeć do jednostek świadczących usługi IT oraz innych podmiotów, które sprzęt taki chcą zakupić. Ponadto, Śląska Organizację Turystyczną, Wydział Promocji i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego występując jako inicjatorzy kompleksowego rozwoju sektora turystycznego w województwie śląskim, powinni zadbać o to, by w strategicznych punktach województwa pojawiły się elektroniczne punkty IT. Zakłada się jednak, iż zakupione ze środków władz województwa i ŚOT infokioski będą przekazywane na zasadach użyczenia podmiotom, pod warunkiem przejęcia przez nie odpowiedzialności finansowanej związanej

z utrzymaniem i serwisowaniem infokiosku. Jednocześnie warto podkreślić, że z uwagi na obserwowany w Polsce wandalizm należy infokiosk ubezpieczyć, aby nie ponosić kosztów napraw i związanych z tym przerw w funkcjonowaniu.

Dobrym pomysłem na zminimalizowanie kosztów może być umieszczanie w infokioskach płatnych reklam, np. jako wygaszacz ekranu z logo firmy. Jedynym obostrzeniem w tym przypadku jest brak możliwości umieszczania płatnych reklam, jeżeli sprzęt został zakupiony ze środków UE lub budżetu samorządów.

Serwis techniczny

Właściwe i prawidłowe funkcjonowanie infokiosków jest jednym z elementów prawidłowego funkcjonowania systemu informacji turystycznej. Aby infokiosk spełniał swoje funkcje powinien być poddawany okresowej kontroli. Nie rzadziej niż raz na miesiąc serwis winien sprawdzić infokiosk w 3 podstawowych aspektach:

- pod kątem informatycznym: współdziałanie matrycy dotykowej z innymi podzespołami komputera oraz czy infokiosk jest w stanie połączyć się przez sieć Internet i uzupełnić nowe dane przesyłając je na swój dysk;
- pod kątem technicznym: czy lokalizacja i warunki pracy infokiosku są korzystne i czy nie dochodzi np. do aktów wandalizmu i niszczenia sprzętu;
- pod kątem sprzętowym: czy zabezpieczenia sprzętowe są np. temperaturowe zabezpieczenie należycie spełniają swoją rolę oraz czy urządzenia funkcjonują prawidłowo.

Najlepszym i optymalnym rozwiązaniem jest zatrudnienie przez administratora urządzenia specjalisty informatyka (umowa zlecenie) w zakresie spraw związanych z funkcjonowaniem infokiosku który będzie sprawował pieczę nad urządzeniami.

Statystyka odwiedzin

Prawidłowe funkcjonowanie infokiosku oraz dobra lokalizacja musi być połączona z okresowym badaniem statystyki odwiedzin i charakteru poszukiwanych informacji w infokioskach. Jeżeli statystyka odwiedzin nie jest zadowalająca (mała ilość wejść) należy zastanowić się nad zmianą lokalizacji infokiosku. Jest to kosztowne, lecz niezbędne dla prawidłowego funkcjonowania sieci. Dlatego przed decyzją o lokalizacji i właściwym umiejscowieniu infokiosk należy starannie przemyśleć zasadność wyboru danego miejsca, aby był on odzwierciedleniem wielu ważnych czynników (bliskość atrakcji turystycznej, ciąg komunikacyjny, pasaż handlowy, etc.)

Dodatkowo kierunkiem edycji i ciągłego uzupełniania informacji powinny być przedstawiane okresowo wnioski ze statystyki charakteru poszukiwanych informacji w infokioskach. Odpowiednie rozwijanie i uzupełnianie informacji w kierunku potrzeb i zainteresowanego turysty jest rzeczą podstawową i niezbędną.

Podsumowanie

Sieć infokiosków zamknie koło 24 godzinnego dostępu do informacji turystycznej czyniąc system wydajnym i niezwykle przydatnym potencjonalnemu turyście. Ważnym jest, zatem inwestowanie w rozwój sieci infokiosków, aby przynosiła wymierne i widoczne efekty dla całego województwa śląskiego.

Działanie 2.5.

Publikacja materiałów multimedialnych.

Analiza publikacji multimedialnych wykazała ich znikomą ilość w czasie, gdy stają się one jednym z podstawowych narzędzi informacyjno-promocyjnych. Ta sytuacja powinna się zdecydowanie zmienić, a materiały multimedialne powinny stać się równorzędną dla analogowych propozycją informacyjną. Realizacji tego założenia sprzyja stałe obniżanie kosztów produkcji i zwiększanie ilości

form i możliwości. Jako publikacji multimedialnych nie można już traktować wyłącznie samodzielnych publikacji w formie płyt CD, wymagają one faktycznie największego zaangażowania, a odstraszały jest często już sam koszt przygotowania materiału multimedialnego.

Należy zwiększyć ilość metod dotarcia z publikacjami do odbiorcy, np.

- poprzez dodatki w prasie branżowej, dodatkach branżowych, wydawnictwach okolicznościowe,
- rozpowszechnianie na imprezach masowych, regionalnych i branżowych.

W sposób bardziej otwarty należy spojrzeć na treść i zawartość publikacji. Mogą to być publikacje okolicznościowe, tematyczne, regionalne. Zmianie musi także ulec myślenie o formie. Publikacja może powstać nie tylko w zaawansowanych formach multimedialnych, ale także w np. dużo tańszej formie strony WWW, którą użytkownik będzie w stanie odtworzyć na dowolnym komputerze w dowolnym systemie operacyjnym. Dużym wsparciem będzie regionalna baza danych zawierająca szerokie spektrum informacji, system będzie np. mógł generować gotowe serwisy WWW w zadanym zakresie danych.

Następnymi elementami niewykorzystywanymi, a bardzo popularnymi i zwiększającymi lojalność i zainteresowanie, są drobniejsze gadzety multimedialne, które mogą pełnić funkcje promocyjne, ale także informacyjne, takie jak wygaszacze komputerowe, tapety na pulpit, tapety do telefonów komórkowych, etc. Ich rozpowszechnianie może odbywać się poprzez serwisy WWW, jak i w postaci dodatków do płyt i publikacji.

Cel operacyjny 3 „Efektywne zarządzanie Śląskim Systemem Informacji Turystycznej”.

Proces zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej będzie przebiegał na dwóch płaszczyznach merytorycznych: analogowej i cyfrowej, co zagwarantuje, iż elementy składające się na informację turystyczną, będą funkcjonowały jako system. Działania przewidziane do realizacji w ramach celu operacyjnego doprowadzą do efektywności i skuteczności wszystkich procesów odbywających się w ramach systemu, czyli:

- procesu przepływu informacji,
- procesu publikacji i dystrybucji materiałów promocyjno-informacyjnych,
- procesu znakowania dróg publicznych i atrakcji turystycznych,
- procesu kategoryzacji,
- procesu wdrażania standardów jakości,
- procesu włączania do sieci nowych jednostek świadczących usługi IT,
- procesu rozwoju sieci kiosków elektronicznych.

Wielość i różnorodność podmiotów zaangażowanych w tworzenie, wdrażanie i rozwijanie systemu IT, jak również wielość zagadnień składających się na problematykę informacji turystycznej, powoduje konieczność skonstruowania jasnej i przejrzystej struktury zarządzania, co doprowadzi do sytuacji, w której każdy podmiot / jednostka będzie świadoma swoich zadań, obowiązków i kompetencji. Z samą strukturą i wprowadzonym w jej ramach podziałem kompetencji nierozdzielnie związana będzie platforma współpracy pomiędzy wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego.

DZIAŁANIA

Działanie 3.1.

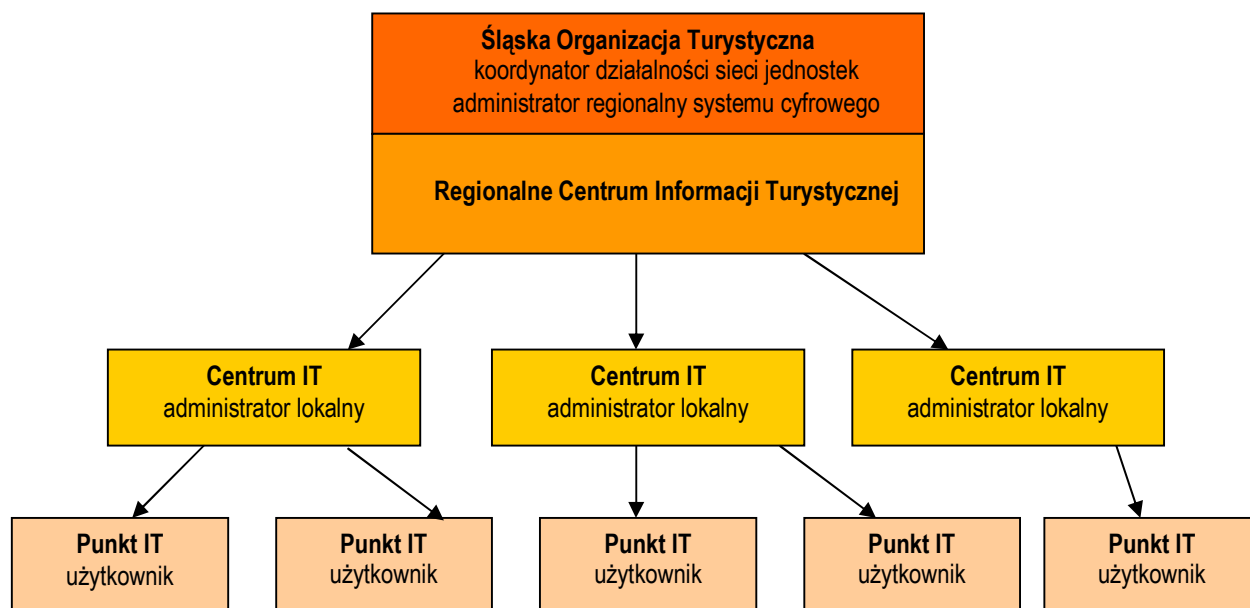
Wdrożenie struktury zarządzania systemem.

Jak już wcześniej wspomniano, elementem gwarantującym efektywne zarządzanie systemem IT w województwie śląskim jest określenie optymalnej struktury zarządzania, dotyczącej warstwy analogowej i cyfrowej.

Zgodnie z opisaną w działaniu 1.1. hierarchią jednostek świadczących usługi informacji turystycznej, system IT tworzyć będą: Regionalne Centrum Informacji Turystycznej, centra informacji turystycznej i punkty informacji turystycznej. Z punktu widzenia funkcjonowania systemu cyfrowego, powyższym podmiotom nadane zostaną funkcje administratora regionalnego, administratorów lokalnych i użytkowników (funkcje administratora lokalnego i użytkownika mogą pełnić również inne podmioty).

Do struktury zarządzania zostanie również wprowadzona **Śląska Rada Informacji Turystycznej**, która będzie podmiotem działającym w oparciu o Regulamin, pełniącym przede wszystkim funkcję doradczą, opiniotwórczą i uchwałodawczą. Jej istnienie zagwarantuje, iż kluczowe decyzje będą podejmowane przez grono osób pełniących różne funkcje w całym systemie, zarówno na szczeblu decyzyjnym, jak i operacyjnym. W ten sposób wszyscy interesariusze, a nie tylko Śląska Organizacja Turystyczna, będą ponosiły odpowiedzialność za podejmowane decyzje. Innymi słowy, funkcjonowanie, w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, Rady zdecentralizuje proces decyzyjny, a tym zwiększy jego efektywność.

Strukturę zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej przedstawia poniższy schemat⁷:



Schemat 3. Struktura zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej.

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Podział kompetencji pomiędzy podmiotami tworzącymi system IT w województwie śląskim został przedstawiony poniżej w formie tabelarycznej.

⁷ W początkowej fazie wdrażania projektu dopuszczalna jest sytuacja, w której punkt IT podlega bezpośrednio pod RCIT. W przypadku, bowiem, w którym obecnie nie funkcjonuje podmiot mogący spełniać funkcję Centrum IT, umożliwi to objęcie takiego punktu IT systemem. Docelowo jednak funkcjonować muszą podmioty na każdym szczeblu hierarchii.

Podmiot wg hierarchii jednostek świadczących usługi turystycznej	Zakres kompetencji		Uwagi
	w warstwie analogowej	w warstwie cyfrowej	
Śląska Organizacja Turystyczna	- Koordinacja działalności sieci jednostek świadczących usługi IT. - Analiza sprawozdań przygotowywanych przez jednostki świadczące usługi IT według określonego przez ŚOT wzoru. - Kształcenie kadr. - Prowadzenie działań mających na celu rozwój sieci jednostek świadczących usługi IT. - Zawieranie Umów z centrami i punktami IT oraz administratorami lokalnymi i użytkownikami. - Prowadzenie procesu kategoryzacji (wraz ze Śląską Radą Informacji Turystycznej). - Publikacja materiałów promocyjnych (o regionie) i ich dystrybucja. - Prowadzenie bazy / ewidencji publikacji promocyjno-informacyjnych (istniejących i planowanych). - Koordinacja i kontrola wydawnictw. Docelowo – weryfikacja (merytoryczna i językowa) publikowanych materiałów promocyjno-informacyjnych (wizualizacja, kategorie tematyczne) – niezbędne minimum to zestaw tzw. materiałów podstawowych.	- Funkcja administratora regionalnego (tę funkcję może delegować do RCIT) – pozyskiwanie i wprowadzanie danych do systemu, edytowanie, weryfikowanie danych pozyskanych z niższych poziomów, przekazywanie wybranych informacji na poziom krajowy. - Prowadzenie elektronicznej ewidencji publikacji promocyjno-informacyjnych. - Zarządzanie i utrzymanie regionalnej bazy danych (administrowanie danymi, wprowadzanie do systemu, edycja, zatwierdzanie prawidłowych danych, które spłynęły z niższych poziomów). - Współpraca z ogólnokrajową bazą danych (ISIT⁸). - Zarządzanie administratorami lokalnymi i użytkownikami systemu (m.in. nadawanie praw dostępu, kasowanie użytkowników i administratorów lokalnych). - Tłumaczenie na języki obce treści wprowadzanych na poziomie regionalnym oraz części katalogowej (statycznej) regionalnego portalu internetowego. - Bieżące aktualizowanie danych. - Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	Ponadto ŚOT jest odpowiedzialna za prowadzenie polityki dotyczącej informacji turystycznej w województwie śląskim oraz wytyczanie jej celów i kierunków. Do innych jej zadań ogólnych, jako instytucji nadzorującej całość zagadnień związanych z problematyką IT, należą: - Wdrażanie Programu i jego dostosowywanie do zmian rynkowych. - Zarządzanie zmianą. - Opracowywanie rocznych planów działania. - Pozyskiwanie środków finansowych na swoją działalność i rozwój informacji turystycznej w województwie, a także na realizację wspólnych przedsięwzięć. Wykonywanie wszystkich zadań, jakie znajdować się będą w kompetencji ŚOT-u uwarunkowana jest wydzieleniem w jej ramach specjalnego departamentu / wydziału ds. rozwoju informacji turystycznej i zwiększenia zatrudnienia. Wykonywanie przez ŚOT obowiązków związanych z nadzorowaniem, koordynowaniem, administrowaniem i rozwojem Śląskiego Systemu IT jest uwarunkowane ścisłą współpracą z Urzędem Marszałkowskim, który wspiera ŚOT merytorycznie i finansowo (w latach 2007-2013 będzie wdrażał Regionalny Program Operacyjny).

⁸ Polska Organizacja Turystyczna jako podmiot odpowiedzialny za tworzenie ogólnokrajowego systemu informacji turystycznej w chwili obecnej jest na etapie rekonstrukcji istniejącego systemu.

Podmiot wg hierarchii	Zakres kompetencji	Uwagi
	• Znakowanie dróg publicznych i atrakcji turystycznych (wraz z istniejącą Kapitułą Drogowych Znaków Turystycznych). • Udostępnianie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. • Analizowanie ankiet zebranych przez CIT-y i PIT-y. • Wdrożenie i koordynacja programów podnoszenia jakości. • Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	•

Podmiot wg hierarchii	Zakres kompetencji	Uwagi
Regionalne Centrum Informacji Turystycznej	- Gromadzenie i przetwarzanie informacji z terenu swojego działania (Aglomeracja Górnośląska) oraz obszaru województwa. - Dystrybucja informacji – świadczenie usług IT. - Świadczenie innych usług – przewodnictwo, sprzedaż pamiątek, gadżetów, biletów, publikacji, organizacja czasu wolnego, etc. - Doradztwo dla turystów indywidualnych i organizatorów wypoczynku. - Świadczenie usług doradczych dla podmiotów pragnących prowadzić jednostkę świadczącą usługi IT (Centrum Doradztwa IT). - Wydawanie i dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych. - Aktywna współpraca z branżą turystyczną, organizacjami pozarządowymi i jednostkami świadczącymi usługi IT, w celu promowania regionu, jego oferty i produktów turystycznych. - Aktywne włączanie się w życie turystyczne województwa. - Prowadzenie ewidencji jednostek świadczących usługi IT w województwie. - Prowadzenie sprawozdawczości ze swojej działalności. - Prowadzenie badań marketingowych. - Ankietowanie turystów i przekazywanie ankiet do ŚOT. - Bieżące aktualizowanie danych. - Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	Z uwagi na wysoki poziom w hierarchii systemu IT, możliwe jest pełnienie przez RCIT funkcji administratora regionalnego, pod warunkiem delegowania tej kompetencji przez ŚOT. Jak już wcześniej wspomniano RCIT będzie podmiotem prowadzonym przez ŚOT przy wsparciu finansowym i organizacyjnym Urzędu Marszałkowskiego oraz Urzędu Miasta Katowice.

Podmiot wg hierarchii	Zakres kompetencji	Uwagi
Centrum IT	- Gromadzenie i przetwarzanie informacji z terenu swojego działania. - Dystrybucja informacji – świadczenie usług informacji turystycznej. - Prowadzenie ewidencji jednostek świadczących usługi IT funkcjonujących na terenie działania. - Aktywna współpraca z samorządem lokalnym, gospodarczym, organizacjami pozarządowymi (w tym ŚOT-em) i innymi instytucjami w zakresie kreowania lokalnego produktu turystycznego i lokalnej oferty turystycznej, m.in. udział w targach, imprezach kulturalnych, festynach, konkursach, etc. - Poradnictwo dla turystów indywidualnych i organizatorów wypoczynku. - Wydawanie i dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych. - Prowadzenie innych usług (sprzedaż biletów, publikacji, gadżetów, usługi przewodnickie, organizacja zwiedzania miasta, wymiana walut, etc.). - Prowadzenie sprawozdawczości ze swojej działalności. - Ankietowanie turystów. - Bieżące aktualizowanie danych. - Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	Funkcję administratora lokalnego może pełnić, oprócz centrum IT, starostwo powiatowe, urząd gminy, urząd miasta, bądź duże instytucje znaczące dla rozwoju turystyki (np. organizacje pozarządowe, zarządy parków narodowych, etc.) na podstawie umowy zawartej ze Śląską Organizacją Turystyczną. Proces przepływu danych przedstawia się następująco: 1) dane wprowadzane są przez użytkownika, 2) w przypadku, gdy na terenie, z którego pochodzi użytkownik, funkcjonuje administrator lokalny na poziomie gminy, to on weryfikuje wprowadzone dane, 3) w przypadku, gdy na terenie, z którego pochodzi użytkownik, działa jedynie administrator lokalny na poziomie powiatu, do jego zadań należy weryfikacja wprowadzonych danych, 4) w przypadku, gdy nie ma administratora lokalnego, weryfikacja dokonywana jest na poziomie administratora regionalnego. Zweryfikowane dane pojawiają się na regionalnym portalu turystycznym.

Podmiot wg hierarchii	Zakres kompetencji		Uwagi
Punkt IT	• Świadczenie usług informacji turystycznej i ewentualnie innych usług. • Wydawanie materiałów promocyjno-informacyjnych. • Współpraca z branżą, organizacjami pozarządowymi, samorządem oraz innymi jednostkami świadczącymi usługi IT. • Prowadzenie sprawozdawczości ze swojej działalności. • Ankietowanie turystów i przekazywanie ankiet do ŚOT. • Bieżące aktualizowanie danych. • Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	• Funkcja użytkownika - pozyskiwanie, wprowadzanie danych do systemu oraz ich edycja. • Inne, uzgodnione w ramach wdrożenia Programu.	Nie każdy punkt IT pełni funkcję użytkownika. Użytkownikiem jest, bowiem każdy podmiot, który na najniższym poziomie będzie wprowadzał dane na podstawie umowy zawartej ze Śląską Organizacją Turystyczną. Użytkownikiem może być: punkt IT, organizacja pozarządowa, osoba, prywatna, placówka edukacyjna, etc.

W analizie powyższej tabeli należy dodatkowo uwzględnić, iż za infokioski odpowiedzialne będą podmioty, które taki sprzęt zakupią. Może się zdarzyć również sytuacja, w której jeden podmiot uzyska dofinansowanie na zakup kilku kiosków (np. Urząd Marszałkowski). Wówczas, podmiot taki może przekazać infokioski w użytkowanie innym podmiotom, pod warunkiem, iż będą one ponosiły wszelkie koszty związane z utrzymaniem i serwisowaniem sprzętu.

Działanie 3.2.

Stworzenie i rozwój platformy współpracy.

Dla efektywnego funkcjonowania systemu oraz samego wdrożenia struktury zarządzania, niezbędnym elementem jest stworzenie platformy współpracy. Współpraca ta powinna przebiegać na kilku poziomach: w układzie pionowym (Urząd Marszałkowski, ŚOT, RCIT, centra IT i punkty IT), w układzie poziomym (pomiędzy centrami IT i punktami IT), jak również na poziomie gmin, powiatów, miast, organizacji pozarządowych i branży. Należy dążyć do stanu, w którym platforma współpracy dotyczyć będzie wszystkich interesariuszy rynku turystycznego.

Platforma współpracy dotyczyć będzie różnych obszarów. Podstawowym, który zagwarantuje funkcjonowanie systemu, jest obszar związany z organizacją systemu zależności pomiędzy poszczególnymi podmiotami. System będzie się opierał o umowy, podpisywane pomiędzy Śląską Organizacją Turystyczną a centrami i punktami IT, które zobligują te podmioty do prowadzenia określonych działań, jak również przestrzegania ustalonych standardów jakości. Na podstawie umów będą również funkcjonować administratorzy lokalni i użytkownicy⁹.

Podstawowe zagadnienia określone w ww. umowach to:

- 1) W przypadku umów o prowadzenie centrum IT / punktu IT:
 - Określenie minimalnej liczby pracowników i ich kwalifikacji (również znajomości języków obcych).
 - Określenie lokalizacji, układu pomieszczeń i wyposażenia.
 - Określenie godzin pracy.
 - Określenie oznakowania.
 - Określenie minimalnej ilości posiadanych materiałów promocyjno-informacyjnych udostępnianych bezpłatnie.
 - Określenie zestawu materiałów promocyjno-informacyjnych przekazywanych na rzecz ŚOT.
 - Określenie zakresu zadań i obowiązków.
 - Określenie zasad prowadzenia sprawozdawczości.
- 2) W przypadku umów o pełnienie funkcji administratora lokalnego / użytkownika:
 - Określenie zasad funkcjonowania systemu cyfrowego w zakresie przepływu i weryfikacji danych.
 - Określenie obowiązków administratora regionalnego.
 - Określenie obowiązków administratora lokalnego.
 - Określenie obowiązków użytkownika.
 - Określenie kodów dostępu, haseł, etc. umożliwiających wprowadzanie danych do systemu.

Poza wyżej wymienionymi, umowy będą również zawierane pomiędzy jednostkami świadczącymi usługi IT a organizacjami pozarządowymi lub innymi instytucjami współpracującymi z branżą turystyczną o następującym charakterze:

- umowy współpracy,
- umowy o partnerstwie,

⁹ Wzory umów zawarte są w załącznik nr 5 i nr 6.

- umowy o koordynację wspólnych działań promocyjnych,
- umowy o wymianie materiałów promocyjno-informacyjnych,
- umowy na prowadzenie punktu sprzedaży,
- inne ważne z punktu widzenia rozwoju turystycznego województwa.

Współpracę determinują również te dokumenty, na bazie, których powstają i działają jednostki świadczące usługi informacji turystycznej (np. uchwały, zarządzenia określające regulaminy organizacyjne). W związku z powyższym należy zadbać o umieszczenie takich zapisów, które zagwarantują efektywne funkcjonowanie jednostek.

Jeżeli chodzi o inne obszary współpracy dotyczyć one będą szeroko rozumianego przepływu informacji (analogowej i cyfrowej, nie tylko w postaci danych dotyczących walorów turystycznych, atrakcji, czy oferty, ale również w dziedzinie realizowanych i planowanych projektów, wymiany doświadczeń, dzielenia się problemami, etc.).

Elementem wspierającym przepływ informacji będzie **Śląskie Forum Informacji Turystycznej** – corocznie organizowana 2-dniowa konferencja, na której spotykać się będą wszystkie instytucje zainteresowane rozwojem informacji turystycznej w województwie śląskim, przede wszystkim przedstawiciele podmiotów prowadzących jednostki świadczące usługi IT. Jej celem będzie z jednej strony wymiana doświadczeń, a z drugiej spotkania z ekspertami. W przygotowaniach do Forum udział powinny brać wszystkie jednostki IT. Jest to bardzo istotne przede wszystkim przy wyborze ekspertów. Tematyka, bowiem ich prezentacji powinna odpowiadać na problemy, z jakimi boryka się system IT. Do innych obszarów współpracy zaliczyć należy:

- logistykę związaną z publikacją i dystrybucją materiałów promocyjno-informacyjnych,
- wykorzystywanie wspólnego cyfrowego systemu IT,
- pozyskiwanie środków na realizację wspólnych przedsięwzięć,
- realizowanie wspólnych przedsięwzięć podejmowanych w ramach systemu.

Działanie 3.3.

Opracowanie i wdrożenie regionalnego systemu kategoryzacji jednostek świadczących usługi IT.

Regionalny system kategoryzacji będzie 4-stopniowy. Jednostkom świadczącym usługi informacji turystycznej, które spełnią określone wytyczne i kryteria (przedstawione w opisie działania 1.1.), nadawane będą kategorie. Podmiotem odpowiedzialnym za nadawanie kategorii będzie Śląska Rada Informacji Turystycznej.

Przebieg procesu kategoryzacji:

- zgłoszenie wniosku o nadanie kategorii do Śląskiej Organizacji Turystycznej,
- przeprowadzenie wizji lokalnej jednostki przez przedstawiciela / li Rady oraz sporządzenie pisemnego raportu,
- zebranie Rady i podjęcie decyzji (podejmowana zwykła większością głosów – wymagana jest nieparzysta liczba osób w Radzie),
- nadanie kategorii.

Kategoryzacji podlegać będą wszystkie jednostki świadczące usługi informacji turystycznej. Każda skategoryzowana jednostka będzie podlegała permanentnej kontroli, prowadzonej przez Śląską Organizację Turystyczną i Regionalne Centrum Informacji Turystycznej (kontrole będą prowadzone na bieżąco, raz na rok sporządzany będzie pisemny raport z kontroli danej jednostki). Kategoryzacja nie będzie nadawana „na zawsze” – jeśli jednostka przestanie spełniać kryteria, kategoryzacja zostanie jej odebrana lub zredukowany zostanie jej poziom (w tym przypadku wnioski o odebranie kategoryzacji lub

zredukowanie jej poziomu składu ŚOT do Rady i Rada go rozpatruje). W przypadku, gdy jednostka zacznie spełniać więcej kryteriów, może ubiegać się o wyższą kategorię (obowiązuje standardowa procedura kategoryzacyjna). Ponadto, turyści będą mieli możliwość składania ewentualnych skarg do RCIT (w przypadku chęci zgłoszenia skargi na RCIT, do ŚOT).

Działanie 3.4.

Podnoszenie profesjonalizmu i kwalifikacji kadr informacji turystycznej.

Informacja turystyczna jest usługą, a więc charakteryzują ją wszystkie cechy właściwe usługom turystycznej, m.in.: niematerialność, brak możliwości zmagazynowania, a nade wszystko subiektywność w odbiorze. W związku z powyższym kluczowe znaczenie mają ludzie, od których zależy jakość przekazywanej informacji oraz, co ważniejsze, sposób jej przekazu. Znaczenie to wynika przede wszystkim z faktu, iż w turystyce występuje zjawisko stałego kontaktu klienta (turysty) ze wszystkimi osobami, które go obsługują, opiekują się nim lub doradzają podczas planowania podróży i w trakcie jej trwania.

Należy wziąć również pod uwagę zaznaczone powyżej funkcje informacji turystycznej w województwie. Szczególnie dotyczy to promowania regionu oraz kreowania jego turystycznego wizerunku. To pracownicy informacji turystycznej będą odgrywali pierwszoplanową rolę w zakresie organizowania czasu turysty oraz promowania największych atrakcji na poziomie lokalnym i regionalnym. W tym kontekście warto pamiętać, iż trudna rola doradcy wymaga ogromnej wiedzy i znajomości nie tylko najbliższej okolicy, ale także całego województwa. Zadanie to jest tym trudniejsze, ponieważ omawiany region jest niezwykle różnorodny, co wymaga wiedzy niezwykle horyzontalnej i interdyscyplinarnej. Należy zdać sobie sprawę z wagi informacji turystycznej. To te produkty i oferty turystyczne będą częściej sprzedawane, o których klienci pozyskają informacje i które zostaną im zarekomendowane. W związku z powyższym, szczególnie w kontekście polskim należy przygotowywać personel informacji turystycznej do prawidłowego pełnienia roli doradcy, który nie będzie posądzany o lobbing lub kryptoreklamę, nauczyć ich wielkiej sztuki prawidłowej rekomendacji.

Zasoby ludzkie są i będą kluczowym czynnikiem sukcesu sprawnie funkcjonującej informacji turystycznej w regionie. Obok wiedzy istotne znaczenie mają również standardy obsługi klienta, gościnność i serdeczność. Jest to czynnik niezwykle istotny i jednocześnie bardzo subtelny z uwagi na wspomnianą subiektywność w odbiorze.

Wizja lokalna dokonana przez konsultantów PART S.A. w jednostkach świadczących usługi informacji turystycznej (polegająca również na osobistym sprawdzeniu jakości i standardu usługi), przeprowadzone rozmowy oraz wyniki spotkań warsztatowych prowadzą do jednoznacznego wniosku, że kwalifikacje kadr informacji wymagają stałych działań zmierzających do ich ciągłego podwyższania. Nie oznacza to oczywiście, iż województwo nie dysponuje kompetentnymi zasobami ludzkimi. Chodzi raczej o ujednolicenie standardów oraz wdrożenie działań systemowych.

Należy pamiętać, że rekomendowane lokalizacje jednostek informacji turystycznej na terenie województwa śląskiego, w centralnych punktach miejscowości, w pobliżu dworców, atrakcji turystycznych, w miejscach o natężonym ruchu turystycznym, powoduje, że IT będzie w wielu przypadkach pierwszym punktem kontaktu turystów z województwem śląskim. Oznacza to, że pierwsze wrażenie będzie zależało od osób pracujących właśnie w informacji turystycznej. W tym kontekście nie sposób przecenić znaczenia informatorów turystyki, którzy przede wszystkim muszą lubić turystykę i muszą lubić ludzi. Jest tu konieczna identyfikacja ludzi z wykonywanym zawodem.

Przygotowanie profesjonalnych kadr informacji turystycznej wymaga wdrożenia następujących działań:

1. Wdrożenia zintegrowanego systemu szkoleń.

System ten powinien uwzględniać specyfikę turystyki, przede wszystkim jej interdyscyplinarność, wymagającą równie panoramicznej wiedzy. Rekomenduje się realizowanie programów szkoleniowych m.in. w zakresie:

- znajomości języków: angielskiego, niemieckiego, francuskiego, czeskiego, słowackiego, rosyjskiego,
- standardów obsługi klienta (w korelacji z opracowanym podręcznikiem procedur),
- wiedzy o regionie, jego historii, tradycjach oraz walorach, atrakcjach i produktach turystycznych,
- funkcjonowania informacji turystycznej (uwarunkowania organizacyjne, prawne, finansowe, etc.),
- nowoczesnych technologii oraz rozwiązań informatycznych, obsługi komputera, Internetu (w tym m.in. szkolenia dla różnych szczebli administratorów systemu cyfrowego),
- nowoczesnych narzędzi marketingowych, promocyjnych oraz kreowania kompleksowych produktów turystycznych,
- upowszechnienia wiedzy o założeniach i funkcjonowaniu projektowanego w niniejszym dokumencie regionalnego systemu informacji turystycznej,
- pozyskiwania środków na informację turystyczną: działania infrastrukturalne, promocyjne i szkoleniowe

2. Realizacji krajowych i zagranicznych podróży studyjnych (study tourów).

Organizacja podróży studyjnych powinna pozostawać w korelacji przynajmniej z częścią realizowanych programów szkoleniowych. Wiele z nich może być realizowanych wspólnie, łącząc część teoretyczną i część praktyczną. Znaczenie podróży i możliwość doświadczenia praktycznego wynika z faktu, że żadna przeczytana lub usłyszana informacja nie zastąpi tego, co się widzi na własne oczy. Pracownicy informacji turystycznej powinni sami obejrzeć rekomendowane atrakcje i produkty turystyczne, powinni z autopsji znać swój region, powinni sami zobaczyć, jak najwięcej, doświadczyć jak najwięcej, aby jak najlepiej pracować.

Obok wiedzy dotyczącej regionu i jego oferty turystycznej również istotna jest możliwość zapoznania się z różnymi koncepcjami funkcjonowania informacji turystycznej i modelowymi rozwiązaniami zarówno krajowymi, jak i zagranicznymi.

W związku z powyższym na terenie województwa śląskiego należy podjąć następujące działania:

- Organizacja wycieczek krajoznawczych w najbliższej okolicy i po całym województwie – zwiedzanie przyrodniczych i kulturowych atrakcji turystycznych, uczestnictwo w imprezach, zapoznanie się z produktami turystycznymi.
- Organizacja podróży studyjnych po różnych jednostkach świadczących usługi informacji turystycznej, zarówno na terenie województwa (zwiedzanie kolejno wszystkich jednostek, szkolenia odbywane w miejscu świadczenia usług informacyjnych), w innych województwach (wymiana doświadczeń) oraz innych krajach (zapoznanie się z różnymi systemami, ich zaletami i wadami, zbadanie możliwości adaptacji tych wzorców w Polsce).

3. Opracowania i wdrożenia podręcznika procedur dla pracowników informacji turystycznej w zakresie standardów obsługi klienta.

Podręcznik taki powinien zapewnić ujednolicenie zachowań pracowników jednostek IT na terenie całego województwa. Najważniejszym jego elementem będą standardy w zakresie doradztwa. Jak wspomniano już parokrotnie najważniejszą cechą Śląskiej Informacji Turystycznej będzie elastyczność i działanie na rzecz satysfakcji klienta. W tym zakresie podstawową kwestią będzie dostarczenie turystom informacji, które wywołają podjęcie konkretnej decyzji. W związku z powyższym pierwszym zadaniem informatora jest dowiedzieć się, czego oczekuje klient. Doradca sekwencją konkretnych pytań powinien doprowadzić do skonkretyzowania oczekiwań, które czasami są nieuświadomione przez turystę odwiedzającego województwo śląskie po raz pierwszy. W tej sytuacji turysta udaje się do informacji turystycznej, kierując się zasadą „chcę, żeby ktoś mi pomógł zdefiniować mój problem, a potem przedstawił rozwiązanie”. Tak naprawdę najwięcej czasu pracownik jednostki IT spędzi właśnie na zdefiniowaniu problemu, w myśl zasady „pozволь pomóc sobie podając właściwą

decyzję”, mając również świadomość, że rozwiązanie znajduje się w zasięgu ręki, jeżeli problem jest właściwie zdefiniowany.

W związku z powyższym kluczową kwestią jest opracowanie w podręczniku procedur obsługi klienta, tak, aby śląskie jednostki IT mogły realizować funkcję doradczą. W chwili obecnej doradztwo takie jest realizowane w bardzo niewielu jednostkach świadczących usługi turystyczne w województwie śląskim. Jednocześnie podręcznik powinien krok po kroku precyzować standardy obsługi turysty, zawierając również instrukcję obsługi klienta od momentu jego pojawienia się aż do opuszczenia jednostki informacji turystycznej¹⁰.

Opracowanie podręcznika procedur jest jednym z kluczowych czynników wdrażania jakości w województwie śląskim. W dalszym etapie powinien to być również niezbędny element certyfikacji usług świadczonych w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Podręcznik procedur obsługi klienta powinien zawierać następujące elementy:

- Określenie ogólnej polityki informacji turystycznej i celów wdrażania standardów jakości.
- Organizacja i identyfikacja zakresów kompetencji poszczególnych ogniw systemu informacji turystycznej.
- Procedury obsługi klienta w jednostkach IT (opis ogólnego funkcjonowania i wytyczne dotyczące udzielania informacji telefonicznych oraz obsługi klienta).
- Wytyczne dotyczące procesu pozyskiwania i dystrybucji informacji.
- Standardy świadczenia usług dodatkowych.
- Ścieżka rozwoju osobistego (ustawiczne kształcenie).
- Analizy kwestionariuszy satysfakcji klienta.
- Wzorce postępowania w konkretnych przypadkach (elastyczne podejście do klienta i jego oczekiwań, postępowanie w przypadku niezadowolenia klienta i reklamacji, etc.).
- Wzorce dokumentów dotyczących podnoszenia jakości (archiwizacja dokumentów, sposób ankietowania turystów, etc.).

4. Wdrożenia programów podnoszenia kwalifikacji dla pracowników Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, m.in.:

- W długofalowej perspektywie przewiduje się wypracowanie specjalnego programu certyfikacji jakości dla jednostek informacji turystycznej w województwie „Śląska Doskonałość” w celu wsparcia informacji turystycznej, aby stała się bardziej efektywna i bardziej konkurencyjna, odgrywając aktywną rolę w regionalnym marketingu. Program będzie skoncentrowany na poprawianiu jakości oraz na dostarczaniu wiedzy i umiejętności w zakresie obsługi klienta, a szerzej w osiąganiu doskonałości zawodowej. Program będzie pomagał placówkom świadczącym usługi informacji turystycznej (pracownikom i menedżerom) osiągnąć zawodową doskonałość we wszystkich aspektach ich zawodowego funkcjonowania: od obsługi klienta do zarządzania. Program przewiduje trzy stopnie „wtajemniczenia”:
 - „Dobry start”- którego celem jest rozwój kultury obsługi klienta i który kładzie nacisk na rolę każdego pracownika w procesie obsługi klienta.
 - „Marka sprawdzona w praktyce” – który koncentruje się na wyprzedzaniu oczekiwań klienta, oferując wartość dodaną. Koncentruje się na nowoczesnych procesach zarządzania, planowania oraz zarządzania zasobami ludzkimi.
 - „Certyfikat Doskonałości” – przeznaczony dla naprawdę najlepszych, dotyczy zarówno najlepszego standardu obsługi klienta, jak i efektywnego zarządzania jednostką świadczącą usługi informacji turystycznej.
- Program „Witamy na Śląsku”, którego celem jest podnoszenie jakości w jednostkach świadczących usługi informacji turystycznej w województwie śląskim poprzez konkurs na najlepsze, bardziej gościnne przyjęcie przeprowadzany wśród turystów. Idea programu odnosi

¹⁰ Przykładowa instrukcja została zamieszczona w załączniku nr 3.

się do tradycyjnej śląskiej gościnności, która jest obecnie istotnym elementem produktu turystycznego, a przede wszystkim usługi turystycznej. Informacja turystyczna jest wysublimowaną usługą i, jak wspomniano, ogrywa kluczową rolę w organizowaniu pobytu oraz postrzeganiu regionu. Śląski System Informacji Turystycznej będzie budowała swoją przewagę konkurencyjną na profesjonalizmie, uśmiechu, serdeczności, wykraczającej poza oczekiwania klienta. Województwo będzie kojarzone jako region atrakcyjny, przyjazny i gościnny, świadczący usługi wysokiej jakości. Będzie to podlegało ocenie klientów-turystów, którzy nominując jednostki świadczące usługi informacyjne do nagrody, otrzymają szansę na atrakcyjną nagrodę (pobyt w hotelu, uroczysta kolacja, zabiegi spa, etc.). Program będzie wdrażany i koordynowany przez Śląską Organizację Turystyczną.

- Program „Najlepszy Doradca w Twojej Śląskiej Podróży”, którego celem jest wspieranie i rozwój doradczej funkcji informacji turystycznej. Podobnie, jak powyżej będzie to konkurs przeprowadzany wśród turystów, którego celem będzie wyłonienie jednostki świadczącej usługi informacji turystycznej, umiejącej najlepiej zagospodarować czas turysty w regionie, zatrzymując go jak najdłużej.

Działanie 3.5.

Wdrożenie Systemu Identyfikacji Wizualnej Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

Wszystkie jednostki świadczące usługi IT włączone do systemu będą miały obowiązek stosowania logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

LOGO ŚLĄSKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ



Logo swoją kolorystyką nawiązuje bezpośrednio do kolorów zastosowanych w logo województwa śląskiego, a oznaczających różne formy turystyki, rozwijane w regionie. Kolorami tymi zostały również oznaczone kategorie – gwiazdki. Zabieg ten pozwolił na zaprojektowanie autorskiego znaku regionalnego systemu IT, jakim będzie Śląski System Informacji Turystycznej, ściśle powiązanego z „turystycznymi barwami województwa”.

Należy jednak podkreślić, iż logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej nawiązuje również bezpośrednio do zmian wdrażanych obecnie przez Polską Organizację Turystyczną dotyczących zmiany oznakowania centrów informacji turystycznej. Wykorzystuje, bowiem literkę „i”, nie „it”, jak to miało miejsce do tej pory. Jednocześnie zastosowana typografia jest bezpośrednim przełożeniem typografii proponowanej przez POT¹¹.

¹¹ Nowe oznakowanie centrów informacji turystycznej – zmiana [it] na [i], Departament Informacji Turystycznej POT

Przy stosowaniu logo niezwykle ważnym jest poszanowanie wszystkich zasad i wytycznych podanych w Katalogu Identyfikacji Wizualnej, który stanowi Załącznik nr 7 do Programu.

Katalog składa się z dwóch części: standaryzacji znaku oraz aplikacji logo na różnych nośnikach (m.in. oznakowanie zewnętrzne jednostki świadczącej usługi IT, baner informacji turystycznej na strony internetowe, stojak na materiały informacyjno-promocyjne, przenośny punkt IT - zewnętrzny i wewnętrzny, wspólny element wizualizacji stron informacji turystycznej partnerów projektu).

Integralną częścią systemu jest także wizualizacja oznaczenia kategorii jednostek świadczących usługi IT (jak już wspomniano – również bezpośrednio związana z „turystycznymi barwami województwa”), do stosowania, której uprawnione będą jednostki skategoryzowane.

Kolejnym ważnym elementem obok logo Śląskiej Informacji Turystycznej, jest oznakowanie jednostki świadczącej usługi informacji turystycznej. Biorąc pod uwagę identyfikację systemu i rozpoznawalność marki przez turystów, której sprzyja ujednolicenie nazewnictwa, zaleca się, aby oznakowując lokal nie stosować hierarchii systemowej (Regionalne Centrum IT, centra i punkty IT), ograniczając się do tablicy z napisem: „Informacja Turystyczna”.

6. Wdrożenie i monitoring.

Zasady dotyczące wdrożenia Programu stanowią kluczowy warunek realizacji jego założeń, pokazują, jakie podmioty, w jakim czasie, przy wykorzystaniu, jakich źródeł finansowania mają realizować poszczególne działania. Opracowanie niniejszego dokumentu jest pierwszym, kluczowym etapem. Wdrażanie, czuwanie nad jego realizacją i kontrolowanie przebiegu wdrażania Programu przyniesie zaplanowane efekty przyczyniając się do realizacji wizji Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, który jest nowoczesnym narzędziem kreowania rozwoju turystyki opartym na międzynarodowych standardach, zbudowanym przy wykorzystaniu nowych technologii w warstwie analogowej i cyfrowej, świadczącym usługi adresowane do odwiedzających region i lokalnej społeczności.

Warunkiem skutecznego i efektywnego wdrożenia Programu jest odpowiednia koordynacja wszystkich działań, zarówno w kontekście organizacyjnym, jak i czasowym.

Rozpoczynając proces wdrażania Programu określono obszary istotne z punktu widzenia możliwości funkcjonowania dokumentu w działalności jednostek i podmiotów świadczących usługi informacji turystycznej na obszarze objętym projektem. Są to:

- Czynniki ludzkie – podmioty odpowiedzialne za realizację Programu.
- Zasady – reguły, z którymi zgodna jest Program oraz reguły, którymi należy się kierować podczas procesu wdrażania (w tym zasady zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej).
- Harmonogram – rozłożenie w czasie poszczególnych etapów realizacji Programu.
- Źródła finansowania.

Dla powodzenia wdrożenia Programu należy przyjąć tzw. zasadę partnerstwa, czyli współpracę poszczególnych podmiotów i jednostek świadczących usługi informacji turystycznej, instytucji samorządowych, organizacji pozarządowych (przede wszystkim Śląskiej Organizacji Turystycznej) oraz innych osób i instytucji ważnych dla jego wdrożenia.

Następne zasady to:

- Dodatkowości – która stanowi, że fundusze Unii Europejskiej mają być uzupełnieniem środków krajowych, przeznaczonych na realizację danego zadania.
- Koncentracji – która nakłada obowiązek określenia priorytetów rozwoju oraz koncentracji środków finansowych na wybranych celach i obszarach geograficznych.
- Programowania – która nakłada obowiązek przygotowania wieloletnich programów rozwoju i innych dokumentów planistycznych na szczeblu krajowym i regionalnym, a także w ujęciu sektorowym.

Do istotnych zasad wdrażania Programu należy ponadto zaliczyć:

- zasadę elastycznych zmian – według zmieniających się warunków otoczenia,
- zasadę ciągłości i otwarcia procesu planowania,
- zasadę dopasowania zadań i celów Programu do priorytetów funduszy strukturalnych, w tym w szczególności dostosowanie formy dokumentów do szablonów właściwych standardom Unii Europejskiej,
- zasadę konkurencyjności - należy uwzględnić i prognozować wpływ planowanych działań w relacji do otoczenia konkurencyjnego regionu.

6.1. Harmonogram.

Poniżej wskazano na główne, rekomendowane obszary koncentracji działań w poszczególnych okresach wdrażania *Programu rozwoju i funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej*.

Zamieszczony poniżej harmonogram został opracowany przy uwzględnieniu założeń wynikających z:

- analizy dokumentów strategicznych rządowych/ogólnokrajowych, transgranicznych oraz regionalnych, co gwarantuje kompatybilność Programu ze wspomnianymi dokumentami i ułatwi proces jego wdrażania,
- analizy możliwości pozyskania środków finansowych na realizację poszczególnych działań (pod uwagę brano okres programowania Unii Europejskiej na lata 2007-2013),
- logiki i filozofii funkcjonowania oraz zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej.

Część działań ujętych w niniejszym programie zostało zrealizowanych jeszcze w trakcie prac nad dokumentem, należą do nich:

- Zatwierdzenie przez Forum Informacji Turystycznej Województwa Śląskiego logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej z Katalogiem Identyfikacji Wizualnej, przyjęcie zasad wizualizacji oznakowania kategorii jednostek IT,
- Ustanowienie Śląskiej Rady Informacji Turystycznej,
- Stworzenie Centrum Informacji Turystycznej w Katowicach, które docelowo pełnić będzie rolę Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej,
- Opracowanie podręcznika obsługi turysty w jednostkach świadczących usługi IT.

Obszary koncentracji działań	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Wzmocnienie podmiotów odpowiedzialnych za wdrażanie Programu, m.in. szkolenia dotyczące zasad funkcjonowania Śląskiego Systemu IT, zarządzania projektem, pozyskania środków finansowych na realizację działań						
CO 1: Stworzenie i rozwój systemu analogowej IT w województwie śląskim poprzez wykonanie działań:						
1.1. Zintegrowanie jednostek świadczących usługi informacji turystycznej						
1.2. Stymulowanie rozwoju sieci jednostek świadczących usługi informacji turystycznej	działanie ciągłe					
1.3. Znakowanie dróg publicznych i atrakcji turystycznych						
1.4. Publikacja materiałów promocyjnych i informacyjnych	działanie ciągłe					
CO 2: Stworzenie i rozwój regionalnego cyfrowego systemu IT poprzez wykonanie działań						
2.1. Stworzenie regionalnej cyfrowej bazy danych informacji turystycznej						
2.2. Modernizacja regionalnego portalu turystycznego, jego aktualizacja i udoskonalanie	działanie ciągłe					

Obszary koncentracji działań	2008	2009	2010	2011	2012	2013
2.3. Zintegrowanie internetowych turystycznych portali informacyjnych województwa śląskiego						
2.4. Rozwój sieci infokiosków IT						
2.6. Publikacja materiałów multimedialnych	działanie ciągłe					
CO 3: Efektywne zarządzanie Śląskim Systemem IT poprzez wykonanie działań:						
3.1. Wdrożenie struktury zarządzania Systemem						
3.2. Stworzenie i rozwój platformy współpracy	działanie ciągłe					
3.3. Opracowanie i wdrożenie regionalnego systemu kategoryzacji jednostek świadczących usługi IT						
3.4. Podnoszenie profesjonalizmu i kwalifikacji kadr informacji turystycznej	działanie ciągłe					
3.5. Wdrożenie Systemu Identyfikacji Wizualnej Śląskiego Systemu IT						
Montaż finansowy projektów na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym.						
Analiza okresowa - analiza ex middle - oraz po zakończeniu poszczególnych działań – analiza ex post						

Obszary koncentracji działań	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Analiza ex-post Programu na lata 2007-2013						
Bieżący monitoring procesu wdrażania Programu	działanie ciągłe					

W ramach pierwszego etapu wdrażania przypadającego na rok 2008, można wydzielić specjalny okres tzw. przygotowania technicznego oraz tworzenia struktur zarządzania i wdrożenia. Do głównych zadań warunkujących skuteczne wdrożenie oraz efektywny proces zarządzania należy zaliczyć rozszerzanie kompetencji Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej, jako koordynatora prac nad systemem. Do ważnych działań na etapie przygotowawczym należy zaliczyć również przygotowanie kadr podmiotów wdrażających Program poprzez m.in. zwiększenie potencjału kadrowego oraz przeprowadzenie szkoleń specjalistycznych z zakresu funkcjonowania systemu, zarządzania projektami, marketingu, pozyskiwania środków finansowych na realizację projektów etc. Ważnym momentem będzie uruchomienie konkursów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego województwa śląskiego oraz innych programów celowych, co umożliwi skonkretyzowanie źródeł finansowania oraz pozwoli na dokonanie montażu finansowego poszczególnych projektów.

W kolejnym etapie, na podstawie kryteriów wskazanych przez Śląską Organizację Turystyczną wraz z Urzędem Marszałkowskim (Wydziałem Promocji i Współpracy Międzynarodowej), jak również kryteriów związanych ze źródłami finansowania poszczególnych projektów, nastąpi inicjacja działań w ramach realizacji celów operacyjnych pozwalających na osiągnięcie celu strategicznego i nadrzędnego Programu.

Podczas realizacji założeń Programu odbywać się powinien bieżący monitoring procesu wdrażania. Końcowym etapem powinno być opracowanie wniosków dotyczących stopnia wdrożenia Programu jako analiza ex post.

6.2. Źródła finansowania.

Z punktu widzenia charakteru przedsięwzięcia, głównym źródłem pozyskania środków na realizację Programu będą środki Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego, w którym znalazło się działanie ukierunkowane na budowę i rozwój systemów informacji turystycznej. Nie wyklucza się możliwości pozyskania środków z innych źródeł na realizację niektórych elementów Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

Celem głównym „Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013” jest stymulowanie dynamicznego rozwoju, przy wzmocnieniu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej regionu. Rozwój należy tu rozumieć bardzo szeroko, jako proces zachodzący na wielu komplementarnych płaszczyznach, w tym gospodarczej, społecznej, środowiskowej i infra-technicznej.

Realizacja celu głównego i wprowadzenie regionu na ścieżkę dynamicznego wzrostu wymaga stworzenia korzystnych warunków do przeobrażenia gospodarki opartej na przemyśle ciężkim w gospodarkę opartą na wiedzy i informacji. Sukces regionu zależy w dużej mierze również od przezwyciężenia barier stojących na drodze zrównoważonego rozwoju, takich jak: zły stan środowiska, niedrożny system transportowy, liczne zdegradowane obszary miejskie, w których kumulują się problemy społeczne i gospodarcze, czy wysoki stopień zużycia infrastruktury edukacyjnej i zdrowotnej. Wzrost gospodarczy i poprawa jakości życia wspomagana będzie także przez umiejętne wykorzystanie potencjału turystycznego i kulturowego.

Do osiągnięcia celu głównego „Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007 – 2013” prowadzić będzie realizacja 10 priorytetów z których każdy jest zorientowany na osiągnięcie jednego z dziesięciu celów szczegółowych programu.

Priorytet III: Turystyka

Znaczącym czynnikiem przyczyniającym się do podniesienia konkurencyjności sektora turystycznego jest profesjonalna promocja lokalnych i regionalnych produktów turystycznych. Konieczne jest, zatem także usprawnienie systemu promocji produktów turystycznych w kraju i za granicą, obejmującego sieć informacji i obsługi turystycznej, z zastosowaniem nowoczesnych technik informatycznych. Zmiany w tym zakresie pozwolą na wykreowanie nowego, przyjaznego turyście wizerunku regionu, stymulując rozwój przedsiębiorstw oraz powstawanie nowych i utrzymanie istniejących miejsc pracy.

Cel główny priorytetu: Wzrost konkurencyjności turystycznej regionu będzie realizowany przez następujące cele szczegółowe priorytetu:

- Poprawa jakości infrastruktury turystycznej regionu.
- Tworzenie i rozwój regionalnych produktów turystycznych.
- Zwiększenie dostępu do informacji turystycznej.
- Wzrost rozpoznawalności regionalnej oferty turystycznej.

W ramach priorytetu będą wspierane działania z zakresu infrastruktury zaplecza turystycznego, infrastruktury okołoturystycznej, systemu informacji turystycznej, promocji turystyki.

Infrastruktura zaplecza turystycznego będzie wspierana poprzez przedsięwzięcia w zakresie tworzenia bazy noclegowej i gastronomicznej. Rozwojowi regionalnych produktów turystycznych będą służyć inicjatywy w zakresie m.in. aktywnych form turystyki, bazy okołoturystycznej i parków tematycznych.

W zakresie systemu informacji turystycznej będą tworzone i rozwijane sieci centrów i punktów informacji turystycznej, platformy informatyczne i bazy danych oraz systemy oznakowania atrakcji turystycznych.

Promocja turystyki będzie prowadzona poprzez wsparcie organizacji imprez i kampanii promocyjnych, a także poprzez przygotowanie programów rozwoju i programów promocji produktów markowych.

Działanie 3.3. Systemy informacji turystycznej

Tabela nr 3. Wyciąg z uszczegółowienia RPO 3.3. Systemy informacji turystycznej

1.	Nazwa programu operacyjnego	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego 2007-2013
2.	Numer i nazwa priorytetu	III. Turystyka
3.	Nazwa Funduszu finansującego priorytet	Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego
4.	Instytucja Zarządzająca PO / RPO	Zarząd Województwa Śląskiego Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego
5.	Instytucja Pośrednicząca	Nie dotyczy
6.	Instytucja Wdrażająca (Instytucja Pośrednicząca II stopnia)	Nie dotyczy
7.	Instytucja Certyfikująca	Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Departament Instytucji Certyfikującej
8.	Instytucja pośrednicząca w certyfikacji	Wojewoda Śląski
9.	Instytucja odpowiedzialna za otrzymywanie płatności dokonywanych przez KE	Ministerstwo Finansów
10.	Instytucja odpowiedzialna za	Zarząd Województwa Śląskiego

	dokonywanie płatności na rzecz beneficjentów	Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego
11	Numer i nazwa działania	3.3. System informacji turystycznej
12	Cel i uzasadnienie działania	Celem działania jest zwiększenie dostępu do informacji turystycznej. Uzasadnieniem podjętego działania jest przyjęcie założenia, iż sprawny system informacji turystycznej obejmujący zintegrowaną sieć punktów informacji turystycznej, platformy informatyczne i bazy danych oraz stworzenie systemów oznakowania obszarów atrakcyjnych turystycznie pozwolą na wykreowanie nowego wizerunku województwa, będą stymulowały rozwój nowych przedsiębiorstw i powstawanie nowych miejsc pracy.
13	Komplementarność z innymi działaniami i priorytetami	1. Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013. Oś priorytetowa III: Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej. 2. Zrównoważony rozwój rybołówstwa i przybrzeżnych obszarów rybackich na lata 2007-2013. Oś priorytetowa IV: Zrównoważony rozwój obszarów zależnych od rybactwa. 3. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka. Oś priorytetowa VI: Polska gospodarka na rynku międzynarodowym. 4. Programy Współpracy Transgranicznej, Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Rzeczpospolita Polska – Republika Słowacka 2007 – 2013, Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska na lata 2007 – 2013. 5. Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007 – 2013. Priorytet II. Społeczeństwo informacyjne, działanie: Rozwój elektronicznych usług publicznych. Priorytet IV. Kultura, działanie: Infrastruktura kultury, działanie: Systemy Informacji Kulturalnej, działanie: Promocja kultury.
14	Przykładowe rodzaje projektów ¹²	1. Tworzenie i rozwój sieci centrów i punktów informacji turystycznej (w tym także przygotowanie i dystrybucja nieodpłatnych publikacji służących informacji turystycznej, tylko jako element większego projektu). 2. Tworzenie i rozwój platform informatycznych i baz danych, jako elementów systemu informacji turystycznej. 3. Tworzenie i rozwój systemów oznakowania obszarów i atrakcji turystycznych.
15	Klasyfikacja kategorii interwencji funduszy strukturalnych	
	a	Temat priorytetowy
		13 – usługi i aplikacje dla obywateli, 57 – inne wsparcie na rzecz wzmacniania usług turystycznych
	b	Temat priorytetowy (dla
		Nie dotyczy

¹² Podane typy (rodzaje) projektów stanowią listę zamkniętą.

		interwencji cross-financing)	
	c	Forma finansowania	01 - pomoc bezzwrotna
	d	Typ obszaru	01 - obszar miejski 02 - obszar górski 05 - obszary wiejskie
	e	Działalność gospodarcza	17 - administracja publiczna 22 - inne niewyszczególnione usługi 00 - nie dotyczy
	f	Lokalizacja	PL 22 Śląskie
16	Lista wydatków kwalifikowalnych w ramach działania		Wszystkie wydatki w ramach projektu muszą być ponoszone zgodnie z Ustawą Prawo Zamówień Publicznych. Wydatki powinny być udokumentowane fakturami wystawianymi przez wykonawców prac lub innymi równoważnymi dokumentami księgowymi. Za kwalifikowalne mogą być uznane wyłącznie wydatki niezbędne do realizacji projektu. W ramach działania 3.3. do wydatków kwalifikowalnych, wyłącznie w przypadku przyjęcia projektu do realizacji mogą zostać zaliczone koszty zgodne z zasadami określonymi w Rozporządzeniu nr 1083/2006/WE, Krajowych Wytycznych dot. kwalifikowania wydatków w ramach Funduszy Strukturalnych i Funduszu Spójności w okresie programowania 2007-2013 oraz w Wytycznych w sprawie kwalifikowalności wydatków w RPO WSL na lata 2007-2013 (załącznik nr 2 do Uszczegółowienia RPO WSL na lata 2007-2013).
17	Zakres stosowania cross-financingu (jeśli dotyczy)		Nie dotyczy
18	Beneficjenci		
	a	Typ beneficjentów	1. Jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia. 2. Podmioty, w których większość udziałów lub akcji posiadają jednostki samorządu terytorialnego lub ich związki i stowarzyszenia. 3. Podmioty działające na zlecenie jednostek samorządu terytorialnego wybrane zgodnie z Prawem Zamówień Publicznych. 4. Jednostki sektora finansów publicznych. 5. Organizacje turystyczne, nie działające w celu osiągnięcia zysku. 6. Organizacje pozarządowe. 7. Kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych. 8. Porozumienia podmiotów wymienionych w pkt 1-7 reprezentowane przez lidera. 9. Podmioty działające w oparciu o umowę/ porozumienie zgodne z zapisami Ustawy o partnerstwie publiczno - prywatnym.
	b	Grupy docelowe (osoby, instytucje, grupy społeczne bezpośrednio korzystające z pomocy) (jeśli dotyczy)	Nie dotyczy
19	Tryb przeprowadzania naboru		

	i oceny operacji/projektów		
	a	Tryb przeprowadzania naboru wniosków o dofinansowanie	Ocena formalna – Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego Ocena merytoryczna – Komisja Oceny Projektów Decyzja o dofinansowaniu – Instytucja Zarządzająca RPO: Zarząd Województwa Śląskiego Tryb odwoławczy: protest - Wojewoda Śląski wniosek o ponowne rozpatrzenie sprawy - Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Procedura konkursowa (zamknięta)
	b	Tryb oceny wniosków o dofinansowanie	Zarząd Województwa Śląskiego Zarząd Województwa Śląskiego
Część finansowa			
20	Alokacja finansowa na poddziałanie ogółem		6 426 472 EUR
21	Wkład ze środków unijnych na poddziałanie		5 000 000 EUR
22	Wkład ze środków publicznych krajowych na działanie		882 353 EUR
23	Przewidywana wielkość środków prywatnych na działanie		544 119 EUR
24	Maksymalny udział środków UE w wydatkach kwalifikowalnych na poziomie projektu (%)		Wsparcie dla projektów, które nie nosi znamion pomocy publicznej, jest możliwe do wysokości 85% kosztów kwalifikowalnych projektu. Wsparcie dla projektów, które nosi znamiona pomocy publicznej, jest możliwe do wysokości określonej w właściwym rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego w sprawie pomocy publicznej. W przypadku projektów objętych pomocą publiczną, dofinansowanie z RPO WSL składa się w 85% ze środków pochodzących z EFRR oraz w 15% ze środków Budżetu Państwa. W przypadku projektów nie objętych pomocą publiczną, dofinansowanie pochodzi w 100% ze środków EFRR. Minimalny udział środków UE w wydatkach kwalifikowalnych na poziomie projektu wynosi 20%.
25	Minimalny wkład własny beneficjenta (%)		15% kosztów kwalifikowalnych inwestycji
26	Pomoc publiczna (jeśli dotyczy)		Szczegółowy zakres rzeczowy pomocy publicznej oraz zasady jej udzielania zostaną określone we właściwych Rozporządzeniach Ministra Rozwoju Regionalnego.
27	Dzień rozpoczęcia kwalifikowalności wydatków		W zakresie projektów, których wsparcie nie nosi znamion pomocy publicznej, rozpoczęciem okresu kwalifikowalności jest 1 stycznia 2007 r. W zakresie projektów, których wsparcie nosi znamiona pomocy publicznej, rozpoczęcie okresu kwalifikowalności wynikało będzie z zapisów właściwych rozporządzeń Ministra Rozwoju Regionalnego.

28	Minimalna / Maksymalna wartość projektu (jeśli dotyczy)	Minimalna wartość całkowita projektu kwalifikującego się do dofinansowania w ramach działania wynosi 100 000 PLN
29	Minimalna / Maksymalna kwota wsparcia (jeśli dotyczy)	Nie dotyczy
30	Forma płatności	Refundacja, zaliczka
31	Wysokość udziału cross-financingu (%)	Nie dotyczy

Źródło: Szczegółowy opis priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007 - 2013

W ramach realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 zostanie zaangażowane 1712,98 mln EUR, ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. W niniejszym Programie przyjęto wkład Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w odniesieniu do publicznych wydatków kwalifikowalnych. Wielkość środków prywatnych zaangażowanych we współfinansowanie Programu została wstępnie oszacowana na poziomie 341,82 mln EUR.

Dofinansowanie projektów w ramach priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007 – 2013 wynosi do 85% kosztów kwalifikowalnych, za wyjątkiem Priorytetu X Pomoc techniczna, gdzie dofinansowanie wynosi do 100% kosztów kwalifikowalnych projektu.

Organizacja monitoringu

W procesie monitoringu zbierane będą w sposób systematyczny dane pozwalające kontrolować postęp w realizacji celów Programu i jego efektów. Ogólny nadzór nad wdrażaniem Programu pełniony będzie przez Śląską Organizację Turystyczną. Śledzenie przebiegu realizacji Programu i przygotowywanie opinii na ten temat należy do wyznaczonego w jej ramach komitetu wdrażającego.

W trakcie procesu wdrażania Programu komitetowi wdrażającemu powinny zostać powierzone następujące funkcje:

- 1) Organu analizującego i na tej podstawie opiniującego wyniki procesu wdrażania Programu. W ten sposób realizowana będzie funkcja tzw. monitoringu ogólnego, sprowadzająca się do poszukiwania odpowiedzi na trzy kluczowe pytania:
 - W jakim stopniu osiągany jest cel strategiczny?
 - W jakim stopniu osiągane są rezultaty zaplanowane w ramach poszczególnych celów operacyjnych?
 - Co stoi na przeszkodzie osiągnięcia zaplanowanych rezultatów w ramach celów operacyjnych?
- 2) Adresata szczególnych pytań i problemów pojawiających się w trakcie procesu wdrażania Programu.
- 3) Platformy dyskusji na temat efektów poszczególnych działań realizowanych w ramach Programu.
- 4) Organu odpowiedzialnego za modyfikowanie zapisów Programu w odpowiedzi na ewentualne zmiany w otoczeniu rynkowym.

Według podstawowej formuły monitoring stanowi proces zbierania i przekazywania do jednostki wdrażającej Program podstawowych informacji o postępach w realizacji działań oraz o jego bezpośrednich obserwowanych efektach (zazwyczaj w formie podziału na zadania, które już zostały

zrealizowane, i na te, które nie zostały jeszcze zrealizowane). Uzyskane w ten sposób dane są okresowo zestawiane np. w raportach w formie tabeli (często wraz z zapisami dotyczącymi podziału odpowiedzialności za poszczególne zadania, zakładanych terminów realizacji zadań i ich planowanych kosztów)¹³. W związku z tym w celu zapewnienia ciągłości procesu monitorowania członkowie komitetu wdrażającego powinni przygotowywać raz na kwartał raporty okresowe z realizacji Programu w celu przedstawienia ich Zarządowi ŚOT-u.

6.3. Wskaźniki weryfikacji realizacji Programu.

Okresowe raporty z monitoringu tworzone przez komitet wdrażający przyjmować będą charakter okresowego sprawozdania, w którym dane o realizacji poszczególnych działań będą analizowane zazwyczaj w formie prezentacji dynamiki wartości wyznaczonych uprzednio wskaźników.

Zaawansowany system monitoringu oraz ewaluacji Programu oparty będzie na kilku płaszczyznach, w tym m.in.:

- Wskaźniki Programu – określenie wskaźników realizacji Programu, w tym poszczególnych obszarów priorytetowych.
- Monitoring wewnętrzny Programu.
- Monitoring na poziomie operacyjnym, w tym pojedynczych projektów – zastosowanie metodyki zarządzania projektem, we współpracy z wybranym ekspertem zewnętrznym lub partnerem społecznym programu.
- Monitoring cykliczny z przebiegu i efektów prac bieżących.
- Oficjalne raporty z analiz okresowych (audyty Programu) – w tym dwa raporty w trakcie realizacji (analiza ex middle) oraz po zakończeniu cyklu poszczególnych projektów – analiza ex post, w tym raport (ocena) z oddziaływania Programu oraz wdrażanych w jego ramach działań.
- Raport z oddziaływania Programu oraz wdrożonych w jego ramach działań.

Poniżej podano propozycje wskaźników dla weryfikacji stopnia realizacji Programu.

Tabela nr 4. Wskaźniki weryfikacji.

Założenia	Wskaźniki produktu	Wskaźniki rezultatu	Wskaźniki oddziaływania
Stworzenie i rozwój systemu analogowej IT w województwie śląskim	• Liczba nowych jednostek świadczących usługi informacji turystycznej • Ilość oznakowanych atrakcji turystycznych • Ilość oznakowanych dróg publicznych oraz szlaków turystycznych • Ilość oznakowanych obiektów turystycznych • Ilość wydawnictw tematycznych • Ilość wydanych materiałów informacyjnych • Liczba opracowań	• Liczba potencjalnych turystów, którzy uzyskali informacje o atrakcjach i produktach turystycznych będąc na obszarze objętym projektem • Wzrost długości pobytu turysty na analizowanym obszarze • Wzrost wydatków turystów • Wzrost turystów tranzytowych • Zwiększenie ruchu turystycznego	• Poprawa ogólnego wizerunku obszaru objętego projektem w kraju i za granicą • Wzrost rozpoznawalności logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej • Wzrost atrakcyjności oferty turystycznej województwa • Wzrost internetowej sprzedaży oferty turystycznej województwa • Poprawa jakości obsługi ruchu turystycznego • Wzrost jakości obsługi

¹³ Na podstawie Zarysu metodyki opracowania programów strategicznych, Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa 2004.

Założenia	Wskaźniki produktu	Wskaźniki rezultatu	Wskaźniki oddziaływania
Stworzenie i rozwój regionalnego cyfrowego systemu IT	promocyjnych ze wspólną szatą graficzną i marką - Ilość wydanych materiałów multimedialnych - Ilość zainstalowanych kiosków elektronicznych (infokiosków) - Ilość zintegrowanych portali internetowych	Liczba potencjalnych turystów, którzy uzyskali informacje o produktach poprzez Internet	klienta - Wzrost stopnia satysfakcji klientów - Rozwój współpracy międzynarodowej - Zbudowanie platformy współpracy pomiędzy wiodącymi instytucjami i przedsiębiorcami zaangażowanymi w rozwój turystyki w województwie
Efektywne zarządzanie Śląskim Systemem IT	- Ilość jednostek świadczących usługi informacji turystycznej poddanych procesowi kategoryzacji - Liczba umów zawartych z ŚOT (umowy na pełnienie funkcji punktu IT, centrum IT, administratora lokalnego i użytkownika) - Ilość zrealizowanych programów podnoszenia kwalifikacji - Ilość wypełnionych ankiet przez turystów krajowych/zagranicznych - Ilość zorganizowanych podróży studyjnych oraz wymian zagranicznych - Ilość wspólnie złożonych wniosków o dofinansowanie z UE	- Wzrost kompetencji zawodowych kadr na skutek szkoleń - Wzrost poziomu usług turystycznych na terenach wiejskich - Wzrost kwalifikacji kadr	

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

7. Spis tabel, schematów i rysunków.

TABELE

Numer tabeli	Tytuł	Strona
1	Analiza SWOT województwa śląskiego w kontekście wprowadzenia rozwiązań systemowych w obszarze informacji turystycznej.	9
2	Minimalne kryteria dla poszczególnych kategorii jednostek IT.	22
3	Wyciąg z uszczegółowienia RPO 3.3. Systemy informacji turystycznej	64
4	Wskaźniki weryfikacji.	69

SCHEMATY

Numer schematu	Tytuł	Strona
1	Drzewo celów Programu.	12
2	Przebieg procesu znakowania.	28
3	Struktura zarządzania Śląskim Systemem Informacji Turystycznej.	45

RYSUNKI

Numer rysunku	Tytuł	Strona
1	Lokalizacja znaków do obiektów turystycznych.	25
2	Przykładowy projekt organizacji ruchu.	27
3	Funkcje regionalnej bazy danych.	34
4	Schemat zależności ilości prezentowanej informacji z danego obszaru w strefie „pierwszego kontaktu”, czyli na stronie głównej serwisu WWW danej jednostki.	35

8. Załączniki.

ZAŁĄCZNIK NR 1 PRZYKŁADOWE ANKIETY BADAJĄCE RUCH TURYSTYCZNY¹⁴

ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W ZABRZU / TURYSTY INDYWIDUALNI /	
Szanowni Państwo serdecznie prosimy o wypełnienie poniższej ankiety dotyczącej przyjazdów turystycznych do Zabrza. Ankieta umożliwi zbadanie ruchu turystycznego oraz ocenę świadczonych usług na terenie Zabrza i okolicy.	
1. Czy był/a Pan/i już kiedyś w Zabrze?	
☐ tak	☐ nie
2. W jakim województwie Pan/i zamieszkuje na stałe?	
.....	
3. Jak długo zamierza Pan/i zostać w Zabrze?	
☐ 1 – 4 godzin	☐ 3 dni
☐ 1 dzień bez noclegu	☐ 4 dni
☐ 2 dni	☐ powyżej 5 dni
4. Czy podróżuje Pan/i (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź):	
☐ sam/a	☐ z dziećmi
☐ z mężem / żoną	☐ ze znajomymi
5. Gdzie zamierza Pan/i nocować?	
☐ Zabrze	☐ Katowice
☐ Gliwice	
Inne jakie ?	
6. Z jakiej bazy noclegowej Pan/i korzysta?	
☐ hotel	☐ kwatera prywatna
☐ pensjonat	☐ u znajomych, krewnych
☐ bursa	
Inne jakie?	
7. Jakie miejscowości poza Zabrzem podczas tego pobytu zamierza Pan/i odwiedzić?	
☐ Gliwice	☐ Kraków
☐ Oświęcim	☐ Częstochowa
Inne jakie ?	
8. Które miejsca w trakcie pobytu w Zabrze Pan/i odwiedził/a lub zamierza odwiedzić?	
☐ Muzeum Górnictwa Węglowego	
☐ Skansen Górnictwa „Królowa Luiza”	
☐ Muzeum Miejskie	
☐ Szyb Kopalniany „Maciej” w Maciejowie	
☐ Kościół pw. Św. Józefa	
☐ Osiedle robotnicze „Borsigwerk” w Biskupcach	
☐ Ogród Botaniczny	
Inne jakie ?	

¹⁴ Ankiety zostały udostępnione autorom niniejszego Programu przez Punkt Informacji o Mieście w Zabrze.

**ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W ZABRZU
/ TURYSTY INDYWIDUALNI / - cd.**

9. Jaki jest główny cel Pani / Pana przyjazdu do Zabrza?

- ☐ zwiedzenie atrakcji turystycznych Zabrza i okolic
☐ turystyka
☐ praca zawodowa
☐ zakupy
☐ odwiedzić krewnych i znajomych
☐ sport

Inne jakie ?

10. Czy zamierza Pan/i przyjechać ponownie do Zabrza?

- ☐ tak ☐ nie

11. Jak Pan/i ocenia poziom usług świadczonych w Zabrze (proszę w każdej rubryce zaznaczyć odpowiedź znakiem: x).

	bardzo dobrze	dobrze	raczej źle	źle	nie mam zdania
zakwaterowanie					
usługi gastronomiczne					
usługi turystyczne					
poziom personelu w usługach turystycznych					

12. Jak ocenia Pan/i dbałość o rozwój ruchu turystycznego w poniższych dziedzinach (proszę w każdej rubryce zaznaczyć odpowiedź znakiem: x).

	bardzo dobrze	dobrze	raczej źle	źle	nie mam zdania
świadczenie informacji o regionie					
oznaczenie miasta					
dbałość o zabytki i atrakcje turystyczne					
dbałość o bezpieczeństwo turystów					
punkty handlowe (gastronomia, pamiątki)					
stosunek ludności miejskiej do turystów					

13. Wiek

- ☐ do 25 lat ☐ od 26 do 35 lat ☐ od 36 do 45 lat
☐ od 46 do 55 lat ☐ powyżej 56 lat

14. Wykształcenie

- ☐ podstawowe ☐ średnie ☐ wyższe

15. Płeć

- ☐ kobieta ☐ mężczyzna

Prosimy o wyrażenie swojej opinii o Zabrze. Czego Państwu brakuje, co przeszkadza, a co sprawiło dobre wrażenie.

DIĘKUJEMY ZA WSPÓŁPRACĘ I ŻYCZYMY PRZYJEMNEGO POBYTU

**ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W ZABRZU
/ GRUPY ZORGANIZOWANE /**

Szanowni Państwo serdecznie prosimy o wypełnienie poniższej ankiety dotyczącej przyjazdów turystycznych do Zabrze. Ankieta umożliwi zbadanie ruchu turystycznego oraz ocenę świadczonych usług na terenie Zabrze i okolicy.

1. Z jakiego województwa przyjechała grupa?

.....

2. Jak długo zamierzają Państwo zostać w Zabrzu?

- | | |
|--|--|
| ☐ 1 – 4 godzin | ☐ 3 dni |
| ☐ 1 dzień bez noclegu | ☐ 4 dni |
| ☐ 2 dni | ☐ powyżej 5 dni |

3. Gdzie zamierzają Państwo nocować? (wypełniają grupy, korzystające z noclegu)

- | | | |
|--------------------------------|------------------------------------|---|
| ☐ hotel | ☐ pensjonat | ☐ dom wypoczynkowy |
| ☐ bursa | | |
- Inne jakie?

4. Czy korzystają Państwo z usług przewodnickich w Zabrzu?

- ☐ tak ☐ nie

5. Na jak długo wynajmują Państwo przewodnika?

- ☐ 1 godzina ☐ 2 godziny ☐ 3 godziny ☐ cały dzień

6. Czy są Państwo zadowoleni z usług przewodnickich?

- ☐ tak ☐ raczej tak ☐ raczej nie ☐ nie

Jak oceniają Państwo pracę przewodnika?

7. Które miejsca w trakcie pobytu w Zabrzu Państwo odwiedzili lub zamierzają odwiedzić?

- ☐ Muzeum Górnictwa Węglowego
- ☐ Skansen Górnictwa „Królowa Luiza”
- ☐ Muzeum Miejskie
- ☐ Szyb Kopalniany „Maciej” w Maciejowie
- ☐ Kościół pw. Św. Józefa
- ☐ Osiedle robotnicze „Borsigwerk” w Biskupcach
- ☐ Ogród Botaniczny

Inne jakie ?

8. Jakie miejscowości poza Zabrzem podczas tego pobytu zamierzają Państwo odwiedzić?

- ☐ Gliwice ☐ Oświęcim ☐ Kraków ☐ Częstochowa

Inne jakie ?

9. Jak Państwo oceniają poziom usług świadczonych w Zabrzu (proszę w każdej rubryce zaznaczyć odpowiedź znakiem: x).

	bardzo dobrze	dobrze	raczej źle	źle	nie mam zdania
zakwaterowanie					
usługi gastronomiczne					
usługi turystyczne					
poziom personelu w usługach turystycznych					

**ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W ZABRZU
/ GRUPY ZORGANIZOWANE / - cd.**

10. Jak ocenia Pan/i dbałość o rozwój ruchu turystycznego w poniższych dziedzinach (proszę w każdej rubryce zaznaczyć odpowiedź znakiem: x).

	bardzo dobrze	dobrze	raczej źle	źle	nie mam zdania
świadczenie informacji o regionie					
oznaczenie miasta					
dbałość o zabytki i atrakcje turystyczne					
dbałość o bezpieczeństwo turystów					
punkty handlowe (gastronomia, pamiątki)					
stosunek ludności miejskiej do turystów					

11. Wiek (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ do 25 lat ☐ od 26 do 35 lat ☐ od 36 do 45 lat
☐ od 46 do 55 lat ☐ powyżej 56 lat

12. Kto jest organizatorem Państwa podróży?

- ☐ biuro podróży ☐ szkoła ☐ kościół ☐ zakład pracy
 Inne jakie ?

Prosimy o wyrażenie swojej opinii o Zabrzu. Czego Państwu brakuje, co przeszkadza, a co sprawiło dobre wrażenie.

DIĘKUJEMY ZA WSPÓŁPRACĘ I ŻYCZYMY PRZYJEMNEGO POBYTU

**ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ
W ZABRZU /TURYSTY ZAGRANICZNI /**

Szanowni Państwo serdecznie prosimy o wypełnienie poniższej ankiety dotyczącej przyjazdów turystycznych do Zabrza. Ankieta umożliwi zbadanie ruchu turystycznego oraz ocenę świadczonych usług na terenie Zabrza i okolicy.

1. Z jakiego kraju Pan/i pochodzi?

2. Jak długo zamierza Pan/i zostać w Zabrzu?

☐ 1 – 4 godzin ☐ 1 dzień bez noclegu ☐ 2 dni ☐ 3 dni
☐ 4 dni ☐ powyżej 5 dni

3. Czy podróżuje Pan/i (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź):

☐ sam/a ☐ grupa zorganizowana
☐ z mężem / żoną ☐ ze znajomymi ☐ z dziećmi

4. Gdzie zamierza Pan/i nocować ?

☐ Zabrze ☐ Katowice
☐ Gliwice Inne jakie ?

5. Z jakiej bazy noclegowej Pan/i korzysta ?

☐ hotel ☐ kwatery prywatna
☐ pensjonat ☐ u znajomych, krewnych
☐ bursa
Inne jakie?

6. Jakie miejscowości poza Zabrzem podczas tego pobytu zamierza Pan/i odwiedzić?

☐ Częstochowa ☐ Kraków ☐ Oświęcim
Inne jakie ?

7. Jaki jest główny cel Pani / Pana przyjazdu do Zabrza?

☐ zwiedzenie atrakcji turystycznych Zabrza i okolic ☐ turystyka
☐ zakupy
☐ praca zawodowa
☐ sport
☐ odwiedzić krewnych i znajomych
Inne jakie ?

8. Jak ocenia Pan/i dbałość o rozwój ruchu turystycznego w poniższych dziedzinach (proszę w każdej rubryce zaznaczyć odpowiedź znakiem: x)

	bardzo dobrze	dobrze	raczej źle	źle	nie mam zdania
świadczenie informacji o regionie					
oznaczenie miasta					
dbałość o zabytki i atrakcje turystyczne					
dbałość o bezpieczeństwo turystów					
punkty handlowe (gastronomia, pamiątki)					
stosunek ludności miejskiej do turystów					

9. Wiek

☐ do 25 lat ☐ od 26 do 35 lat ☐ od 36 do 45 lat ☐ od 46 do 55 lat
☐ powyżej 56 lat

10. Wykształcenie

☐ podstawowe ☐ średnie ☐ wyższe

11. Płeć

☐ kobieta ☐ mężczyzna

**ANKIETA DLA POTRZEB WEWNĘTRZNYCH INFORMACJI TURYSTYCZNEJ
W ZABRZU /TURYSTY ZAGRANICZNI / - cd.**

Prosimy o wyrażenie swojej opinii o Zabrzu. Czego Państwu brakuje, co przeszkadza, a co sprawiło dobre wrażenie.

DIĘKUJEMY ZA WSPÓŁPRACĘ I ŻYCZYMY PRZYJEMNEGO POBYTU

ZAŁĄCZNIK NR 2
PRZYKŁADOWA ANKIETA DOTYCZĄCA FUNKCJONOWANIA SYSTEMU CYFROWEGO

ANKIETA
DOTYCZĄCA FUNKCJONOWANIA SYSTEMU CYFROWEGO

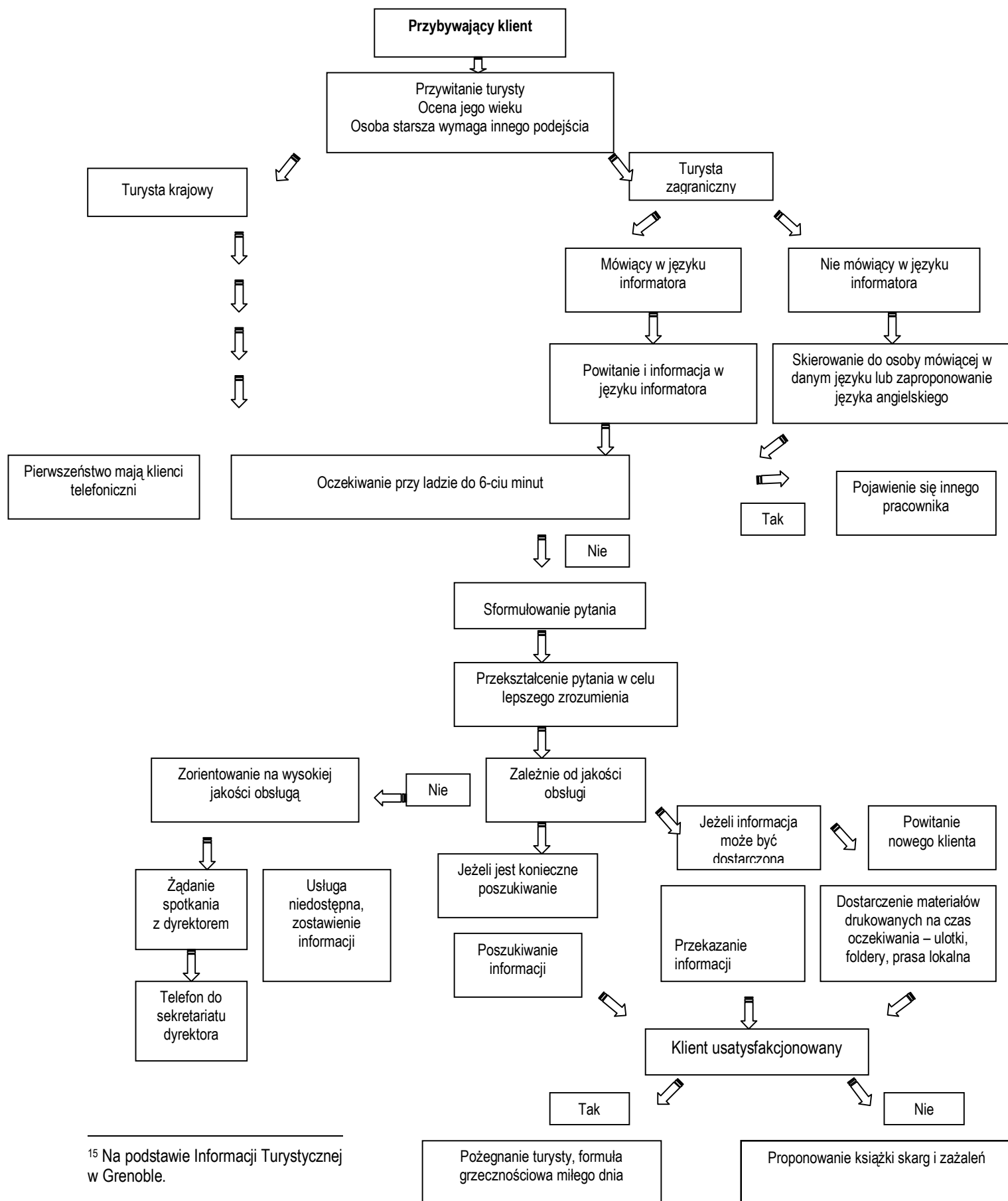
Administrator lokalny:

dane teleadresowe:

1. Jakie Pani/Pan ma problemy natury technicznej przy wprowadzaniu danych do generatora/funkcjonowania systemu:
2. Jakie są najczęściej występujące błędy podczas funkcjonowania generatora/systemu:
3. Jakie Pani/Pan uważa funkcje w generatorze: za niezrozumiałe, problemowe, etc.:
4. Powtarzające się problemy, trudności:
5. Spostrzeżenia, uwagi, potrzeby, sugestie dotyczące funkcjonowania generatora oraz systemu:

Dziękujemy za wypełnienie ankiety

ZAŁĄCZNIK NR 3 PRZYKŁADOWA INSTRUKCJA OBSŁUGI TURYSTY W JEDNOSTCE IT¹⁵



ZAŁĄCZNIK NR 4

PRZYKŁADOWA UMOWA DOTYCZĄCA CYFROWEGO SYSTEMU IT ¹⁶

UMOWA NA ŚWIADCZENIE USŁUG ADMINISTRATORA INTERNETOWEGO SERWISU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ (ISIT)

Zawarta w dniu w pomiędzy Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną (PROT) z siedzibą w Białymstoku, ul. Malmeda 6, zwaną dalej „Administratorem Regionalnym”, reprezentowaną przez:

1. - Prezesa PROT
2. - Skarbnika PROT

a

.....

zwaną dalej „Administratorem Lokalnym”, reprezentowaną przez:

1.
2.

§ 1

Obowiązki i oświadczenia „Administratora Regionalnego”

1. „Administrator Regionalny” dostarczy nieodpłatnie „Administratorowi Lokalnemu” oprogramowanie oraz założenia programowe do wprowadzania i aktualizacji baz danych stworzone przez Polską Organizację Turystyczną.
2. „Administrator Regionalny” dostarczy w ramach opłaty rocznej licencję na korzystanie z nowego interfejsu do obecnie funkcjonujących kiosków informacji turystycznej.
3. „Administrator Regionalny” we współpracy z Samorządem Województwa Podlaskiego umożliwi przechowywanie i administrowanie bazami danych w ramach nowego serwisu informacji turystycznej i promocji Polski na serwerze fizycznym i wirtualnym „Wrota Podlasia”
4. „Administrator Regionalny” we współpracy z „Administratorem Lokalnym” będzie na bieżąco uaktualniał rekordy baz danych o znaczeniu regionalnym oraz będzie umożliwiał ich wykorzystywanie w serwisie centralnym Polskiej Organizacji Turystycznej
5. „Administrator Regionalny” zobowiązuje się do uaktualniania rekordów baz danych przynajmniej raz w miesiącu, a w sytuacji, kiedy będzie zachodzić konieczność, bazy uaktualnianie będą częściej niż raz w miesiącu.
6. „Administrator Regionalny” zapewni dbałość o techniczne funkcjonowanie oprogramowania w punkcie informacji turystycznej prowadzonym przez „Administratorem Lokalnego”, polegającą na odbyciu 12 wizyt w ciągu roku, średnio jednej wizyty w miesiącu, podczas której dokonywane będą należne przeglądy funkcjonowania oprogramowania i dokonywane będą należne jego naprawy.
7. „Administrator Regionalny” zapewni ponadto w oparciu o stronę internetową www.podlaskieit.pl
 - a. prowadzenie bieżącej informacji turystycznej o województwie podlaskim w oparciu o dostępną wiedzę i posiadane rekordy z serwisu informacji turystycznej,
 - b. promocję produktów turystycznych regionu w oparciu o stronę internetową
 - c. publikowanie na stronie Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej informacji o uczestnikach serwisu informacji turystycznej i promocji Polski poprzez umieszczanie stałych adresów www „Administratorów Lokalnych” oraz czasowo umieszczanych banerów.
 - d. zamieszczenie informacji o działaniu systemu informacji turystycznej na stronach innych organizacji i instytucji turystycznych,
 - e. bezpieczeństwo i stabilność publikowanych danych,
 - f. przyjmowanie, na bieżąco zgłoszeń od „Administratorów Lokalnych” o problemach w funkcjonowaniu ISIT,
 - g. przekazywanie, do Polskiej Organizacji Turystycznej raportów okresowych i rocznego z zakresu funkcjonowania serwisu informacji turystycznej w województwie podlaskim

¹⁶ Umowa stosowana w województwie podlaskim.

8. „Administrator Regionalny” nie odpowiada za parametry techniczne i ogólny stan techniczny sprzętu będącego w posiadaniu „Administradora Lokalnego”.
9. „Administrator Regionalny” nie ponosi odpowiedzialności za wadliwe działanie regionalnego serwisu informacji turystycznej i promocji Polski, jeśli przyczyna nie leży po stronie „Administradora Regionalnego”

§ 2

Obowiązki „Administradora Lokalnego”

1. „Administrator Lokalny” zobowiązuje się do wprowadzania aktualnych danych do Internetowego serwisu informacji turystycznej i promocji Polski, którego właścicielem jest Polska Organizacja Turystyczna, a „Administratorem Regionalnym” Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna.
2. „Administrator Lokalny” zobowiązuje się do używania powierzonego oprogramowania w sposób odpowiadający jego właściwościom oraz przeznaczeniu.
3. W przypadku stwierdzenia, iż „Administrator Lokalny” używa oprogramowania powierzonego mu przez „Administradora Regionalnego” w sposób sprzeczny z umową, właściwościami lub jego przeznaczeniu jak również z naruszeniem § 2 pkt.4 „Administratorowi Regionalnemu” przysługiwać będzie prawo rozwiązania umowy ze skutkiem natychmiastowym bez wymaganych terminów zawartych w §5 pkt.2
4. „Administrator Lokalny” nie może przekazać osobom trzecim otrzymanego od „Administradora Regionalnego” oprogramowania, służącego wprowadzaniu i aktualizacji baz danych,
5. Zakres informacji, o którym mowa w § 2 ust. 1 obejmuje obszar administracyjny i zakres merytoryczny zawarty w załączniku nr 1 do niniejszej umowy.
6. W przypadku, gdy zakres wprowadzanych rekordów pokrywa się administracyjnie i/lub merytorycznie z zakresem innych „Administratorów Lokalnych”, których spis znajduje się w załączniku nr 1 do niniejszej umowy, „Administrator Lokalny” zobowiązany jest, przed uzupełnieniem rekordów baz danych sprawdzić i upewnić się, czy dana informacja nie została już wprowadzona przez innego „Administradora Lokalnego”
7. W przypadku zaniechania czynności, o których mowa w ust 6, „Administratorowi Regionalnemu” przysługuje prawo do usunięcia jednego z rekordów.
8. Zadania wymienione w pkt. 1 powinny być wykonywane na bieżąco, nie rzadziej jednak niż raz w miesiącu,
9. „Administrator Lokalny” odpowiada za prawdziwość i jakość danych wprowadzanych do Internetowego Serwisu Informacji Turystycznej ISIT.
10. „Administrator Lokalny” odpowiada za parametry techniczne i ogólny stan techniczny własnego sprzętu.
11. Przez parametry techniczne rozumie się posiadanie odpowiedniego systemu operacyjnego zainstalowanego w komputerze tj. Windows Professional, lub Windows XP Professional oraz możliwość odbierania i wysyłania poczty elektronicznej.

§ 3

1. Z tytułu działań „Administradora Regionalnego” zawartych w § 1, „Administrator Lokalny” dokona zryczałtowanej opłaty w wysokości:

a) 2 250,00 zł brutto z VAT (*słownie: dwa tysiące dwieście pięćdziesiąt złotych*) w przypadku posiadania jednego komputera bazowego z oprogramowaniem ISIT i infokiosku elektronicznego informacji turystycznej z zainstalowanym interfejsem użytkownika.

b) 1 800,00 zł brutto z VAT (*słownie: tysiąc osiemset złotych*) w przypadku posiadania tylko jednego komputera bazowego z oprogramowaniem ISIT.

§ 4

1. Płatność wynikająca z § 3, będzie dokonana za dany rok obowiązywania umowy, przelewem na konto „Administradora Regionalnego”, po wystawieniu faktury VAT.
2. Płatność o której mowa w ustępie 1 dokonana zostanie w terminie 30 dni od dnia wystawienia faktury VAT przez „Administradora Regionalnego”.
3. W przypadku, gdy „Administrator Lokalny” nie dokona wpłaty w ciągu 30 dni od daty wystawienia faktury VAT, „Administratorowi Regionalnemu” przysługuje prawo naliczenia odsetek ustawowych od kwoty wynikającej z § 3

§ 5

1. Umowa podpisana zostaje na czas nieograniczony.
2. Stronom przysługuje możliwość 1- miesięcznego wypowiedzenia umowy
3. Wypowiedzenie każdej ze stron umowy musi być dokonane w formie pisemnej z podaniem konkretnej przyczyny wypowiedzenia.
4. W przypadku, gdy umowę wypowiada „Administrator Lokalny” a przyczyn wypowiedzenia nie wynika z winy i zaniedbań „Administratora Regionalnego” wówczas „Administratorowi Lokalnemu” nie przysługuje możliwość żądania zwrotu kosztów poniesionych i wynikających z opłat rocznych.
5. Zwrot kosztów nie przysługuje „Administratorowi Lokalnemu” również w przypadku, gdy umowę wypowiada „Administrator Regionalny” powołując się na § 2 pkt.3 niniejszej Umowy.

§ 6

Osobami uprawnionymi do występowania w imieniu stron, odpowiedzialnymi za realizację zadań wynikających z niniejszej umowy są:

ze strony „Administratora Regionalnego”

..... - **Dyrektor**

ze strony Administratora Lokalnego

.....

§ 7

1. „Administratorowi Lokalnemu” przysługiwać będzie prawo naliczenia kary umownej „Administratorowi Regionalnemu” w wysokości 10 % opłaty rocznej, w przypadku niewykonania przez niego zadań określonych w § 1.
2. Naliczenie kar umownych nie wyłącza możliwości dochodzenia przez „Administratora Lokalnego” odszkodowania uzupełniającego, w przypadku powstania szkody przewyższającej wysokość kar umownych.

§ 8

1. „Administratorowi Regionalnemu” przysługiwać będzie prawo naliczenia kary umownej „Administratorowi Lokalnemu” w wysokości 10 % opłaty rocznej, w przypadku niewykonania przez niego zadań określonych w § 2.
2. Naliczenie kar umownych nie wyłącza możliwości dochodzenia przez „Administratora Regionalnego” odszkodowania uzupełniającego, w przypadku powstania szkody przewyższającej wysokość kar umownych.

§ 9

W sprawach nie uregulowanych w niniejszej Umowie mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego

§ 10

Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 11

Niniejsza Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednej dla każdej ze stron.

ADMINISTRATOR REGIONALNY

ADMINISTRATOR LOKALNY

ZAŁĄCZNIK NR 5 PRZYKŁADOWE UMOWY DOTYCZĄCE ANALOGOWEGO SYSTEMU IT

UMOWA

Zawarta w dniu w pomiędzy Śląską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Katowicach, przy ul., zwaną dalej **ŚOT**, reprezentowaną przez:

1.
2.

a

Centrum Informacji Turystycznej, z siedzibą w
zwanym dalej **CIT**, reprezentowanym przez:

1.
2.

§ 1

Oświadczenia i obowiązki ŚOT

1. ŚOT oświadcza, iż przyjmuje funkcję koordynatora działalności sieci jednostek świadczących usługi informacji turystycznej w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Dla sprawnego funkcjonowania Systemu ŚOT deleguje część swoich kompetencji do Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej.
2. ŚOT jest wspierany w wykonywaniu swoich zadań w odniesieniu do Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej przez Śląską Radę Informacji Turystycznej, która jest organem doradczym i opiniotwórczym działającym w oparciu o Regulamin.
3. W ramach świadczonej funkcji ŚOT będzie realizował następujące zadania:
 - a) Publikacja drukowanych materiałów promocyjnych o regionie i ich dystrybucja; dostarczenie do CIT zestawu materiałów promocyjnych o regionie w liczbie, w tym zestawu materiałów podstawowych.
 - b) Opracowywanie rocznego planu wydawniczego i udostępnienie go CIT.
 - c) Prowadzenie ewidencji publikacji promocyjno-informacyjnych wydawanych przez CIT-y i PIT-y.
 - d) Koordynacja i kontrola wydawnictw CIT; weryfikacja merytoryczna i językowa.
 - e) Udostępnianie CIT logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej; dostarczenie Katalogu Identyfikacji Wizualnej.
 - f) Kontrolowanie sposobów wykorzystania logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.
 - g) Realizacja programów szkoleniowych przeznaczonych dla pracowników CIT.
 - h) Wdrażanie programów podnoszenia jakości obsługi w CIT.
 - i) Dostarczenie manuala obsługi klienta do CIT.
 - j) Przygotowanie i dostarczenie do CIT wzoru sprawozdań.
 - k) Analiza sprawozdań przygotowywanych przez CIT.
 - l) Prowadzenie procesu kategoryzacji CIT (wraz ze Śląską Radą Informacji Turystycznej) zgodnie z zasadami kategoryzacji określonymi w
4. Zadania świadczone na rzecz CIT przez Regionalne Centrum Informacji Turystycznej:
 - a) Prowadzenie Centrum Doradztwa IT.
 - b) Dostarczanie drukowanych materiałów promocyjno-informacyjnych do CIT.
 - c) Prowadzenie ewidencji jednostek funkcjonujących w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.
 - d) Gromadzenie i przetwarzanie informacji z terenu swojego działania określonego jako Aglomeracja Górnośląska oraz z terenu całego województwa śląskiego.
 - e) Prowadzenie badań marketingowych i przekazywanie ich wyników w formie opracowań do wszystkich jednostek świadczących usługi informacji turystycznej funkcjonujących w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

§ 2

Oświadczenia i obowiązki i CIT

1. CIT oświadcza, że będzie pełnił funkcję Centrum Informacji Turystycznej w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.
2. Obszar działalności CIT obejmuje:
3. Do obowiązków CIT należy:
 - a) Prowadzenie jednostki świadczącej usług informacji turystycznej dla turystów i mieszkańców w (opcjonalnie: oraz świadczenie innych usług niż usługi informacji turystycznej).
 - b) Gromadzenie i przetwarzanie informacji z obszaru swojego działania, określonego w pkt. 2 § 2 i ich dostarczanie do Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej.
 - c) Bieżące aktualizowanie danych.
 - d) Prowadzenie ewidencji jednostek świadczących usługi informacji turystycznej funkcjonujących na obszarze działania, określonym w pkt. 2 § 2 i ich przekazywanie do Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej.
 - e) Nadzorowanie pracy punktów informacji turystycznej znajdujących się na obszarze działania CIT, określonym w pkt. 2 § 2.
 - f) Ankietowanie turystów i przekazywanie wyników do Śląskiej Organizacji Turystycznej.
 - g) Przygotowanie rocznego planu wydawniczego i przekazanie go do ŚOT.
 - h) Wydawanie drukowanych materiałów promocyjnych, pod nadzorem merytorycznym ŚOT i RCIT.
 - i) Przekazywanie drukowanych materiałów promocyjnych do RCIT.
 - j) Dystrybucja drukowanych materiałów promocyjnych do PIT funkcjonujących na obszarze działania określonym w pkt. 2 § 2.
 - k) Przygotowywanie półrocznych sprawozdań z działalności według dostarczonego przez ŚOT wzoru.
 - l) Stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z zasadami zawartymi w Katalogu Identyfikacji Wizualnej.
 - m) Wdrożenie standardów obsługi klienta zgodnie z dostarczonym przez ŚOT manuałem.
 - n) Podnoszenie jakości świadczonych usług poprzez udział w szkoleniach, zakup nowego sprzętu, dbałość o wystrój jednostki, etc., przy czym CIT deklaruje, iż będzie uczestniczył w procesie kategoryzacji, zgodnie z zasadami kategoryzacji określonymi w
 - o) Informowanie ŚOT o zmianie siedziby, przynajmniej na 2 tygodnie przed dokonaniem zmiany.

§ 3

Czas trwania Umowy

1. Umowa zostaje zawarta na czas nieograniczony.
2. Stronom przysługuje możliwość jednomiesięcznego wypowiedzenia Umowy.
3. Wypowiedzenie każdej ze Stron Umowy musi być dokonane w formie pisemnej z podaniem konkretnej przyczyny wypowiedzenia.
4. ŚOT ma prawo do natychmiastowego wypowiedzenia Umowy w przypadku stwierdzenia niedotrzymywania obowiązków przez CIT.

§4

Osoby odpowiedzialne

Osobami uprawnionymi do występowania w imieniu Stron, odpowiedzialnymi za realizację zadań wynikających z niniejszej Umowy są:

Ze strony ŚOT

.....

Ze strony CIT

.....

§5

Inne postanowienia

1. W sprawach nie uregulowanych w niniejszej Umowie mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego.

§6

Postanowienia końcowe

1. Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Niniejsza Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednej dla każdej ze stron.

ZA ŚOT

ZA CIT

UMOWA

Zawarta w dniu w pomiędzy Śląską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Katowicach, przy ul., zwaną dalej **ŚOT**, reprezentowaną przez:

3.

4.

a

Punktem Informacji Turystycznej, z siedzibą w
zwanym dalej **PIT**, reprezentowanym przez:

3.

4.

§ 1

Oświadczenia i obowiązki ŚOT

5. ŚOT oświadcza, iż przyjmuje funkcję koordynatora działalności sieci jednostek świadczących usługi informacji turystycznej w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej. Dla sprawnego funkcjonowania Systemu ŚOT deleguje część swoich kompetencji do Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej.
6. ŚOT jest wspierany w wykonywaniu swoich zadań w odniesieniu do Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej przez Śląską Radę Informacji Turystycznej, która jest organem doradczym i opiniotwórczym działającym w oparciu o Regulamin.
7. W ramach świadczonej funkcji ŚOT będzie realizował następujące zadania:
 - a) Publikacja drukowanych materiałów promocyjnych o regionie i ich dystrybucja; dostarczenie do PIT zestawu podstawowych materiałów promocyjnych o regionie w liczbie
 - b) Opracowywanie rocznego planu wydawniczego i udostępnienie go PIT.
 - c) Prowadzenie ewidencji publikacji promocyjno-informacyjnych wydawanych przez CIT-y i PIT-y.
 - d) Udostępnianie PIT logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej; dostarczenie Katalogu Identyfikacji Wizualnej.
 - e) Kontrolowanie sposobów wykorzystania logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.
 - f) Realizacja programów szkoleniowych przeznaczonych dla pracowników PIT.
 - g) Wdrażanie programów podnoszenia jakości obsługi w PIT.
 - h) Dostarczenie manuala obsługi klienta do PIT.
 - i) Przygotowanie i dostarczenie do PIT wzoru sprawozdań.
 - j) Analiza sprawozdań przygotowywanych przez PIT.
 - k) Prowadzenie procesu kategoryzacji PIT (wraz ze Śląską Radą Informacji Turystycznej) zgodnie z zasadami kategoryzacji określonymi w
8. Zadania świadczone na rzecz PIT przez Regionalne Centrum Informacji Turystycznej:
 - a) Prowadzenie Centrum Doradztwa IT.
 - b) Prowadzenie ewidencji jednostek funkcjonujących w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.
 - c) Gromadzenie i przetwarzanie informacji z terenu swojego działania określonego jako Aglomeracja Górnośląska oraz z terenu całego województwa śląskiego.
 - d) Prowadzenie badań marketingowych i przekazywanie ich wyników w formie opracowań do wszystkich jednostek świadczących usługi informacji turystycznej funkcjonujących w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

§ 2

Oświadczenia i obowiązki PIT

1. PIT oświadcza, że będzie pełnił funkcję Punktu Informacji Turystycznej w ramach Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej.

2. Do obowiązków PIT należy:
- q) Świadczenie usług informacji turystycznej i ewentualnie innych usług dla turystów i mieszkańców.
 - r) Gromadzenia informacji oraz bieżące aktualizowanie danych, w szczególności wszelkich danych teleadresowych.
 - s) Dystrybucja drukowanych materiałów promocyjnych.
 - t) Ankietowanie turystów i przekazywanie wyników do ŚOT.
 - u) Przygotowywanie półrocznych sprawozdań z działalności według dostarczonego przez ŚOT wzoru
 - v) Stosowanie logo Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej zgodnie z zasadami zawartymi w Katalogu Identyfikacji Wizualnej.
 - w) Wdrożenie standardów obsługi klienta zgodnie z dostarczonym przez ŚOT manuałem.
 - x) Informowanie ŚOT o zmianie siedziby, przynajmniej na 2 tygodnie przed dokonaniem zmiany.

§ 3

Czas trwania Umowy

- 5. Umowa zostaje zawarta na czas nieograniczony.
- 6. Stronom przysługuje możliwość jednomiesięcznego wypowiedzenia Umowy.
- 7. Wypowiedzenie każdej ze Stron Umowy musi być dokonane w formie pisemnej z podaniem konkretnej przyczyny wypowiedzenia.
- 8. ŚOT ma prawo do natychmiastowego wypowiedzenia Umowy w przypadku stwierdzenia niedotrzymywania obowiązków przez PIT.

§4

Osoby odpowiedzialne

Osobami uprawnionymi do występowania w imieniu Stron, odpowiedzialnymi za realizację zadań wynikających z niniejszej Umowy są:

Ze strony ŚOT

.....

Ze strony PIT

.....

§5

Inne postanowienia

- 2. W sprawach nie uregulowanych w niniejszej Umowie mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego.

§6

Postanowienia końcowe

- 3. Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
- 4. Niniejsza Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednej dla każdej ze stron.

ZA ŚOT

ZA PIT

ZAŁĄCZNIK NR 6

STRUKTURA BAZY DANYCH¹⁷ (Opracowana wdrażana przez Polską Organizację Turystyczną w ramach Internetowego Systemu Informacji Turystycznej, przeznaczona również do implementowania w systemach regionalnych)

Struktura Katalogu

Tabela nr 1: Struktura Katalogu Informacyjnego

Struktura Katalogu Informacyjnego		
Pobyty	Noclegi	Hotele
		Motele, Zajazdy
		Pensjonaty
		B&B
		Zamki, Dwory i Pałace
		Wakacyjne Apartamenty
		Domy studenckie
		Dom pielgrzyma
		Domy wycieczkowe
		Schroniska, Hostele
		Sanatoria (Domy uzdrowiskowe)
		Ośrodki wypoczynkowe
		Agroturystyka
		Pokoje gościnne i Kwatery prywatne
		Camping i Pola Biwakowe
		Leśniczówki i Kwatery myśliwskie
		Miejsca niezwykle
		Inne obiekty noclegowe
	Gastronomia	Restauracje
		Puby, Winiarnie
		Smacznie i Tanio
		Na słodko
Atrakcje	Wydarzenia	
	Dziedzictwo	UNESCO
		Muzea, galerie
		Zamki, pałace
		Zabytki sakralne
		Sanktuaria i Miejsca Kultu
		Judaica
		Fortyfikacje, twierdze i militaria
		Technika, Nauka, Przemysł
		Zabytki archeologiczne
		Podziemne trasy turystyczne
		Źródła Historii (Epokowe wydarzenia)
		Inne ciekawe miejsca i obiekty
	Przyroda	Highlights
		Parki Narodowe
		Obserwacja Zwierząt
		Ogrody zoologiczne, Ogrody botaniczne

¹⁷ Struktura bazy danych w trakcie wdrażania poddawana będzie procesowi konsultacji społecznych, przez co może być w niewielkim zakresie modyfikowana i dostosowywana do faktycznych potrzeb.

		Inne ciekawe miejsca
		Żeglarstwo
		Kajak, Canoe, Tratwa
		Windsurfing, kitesurfing
		Rower
		Narty, snowboard
		Jazda konna
		Wędrówki piesze
		Wędkarstwo i Myślistwo
		Przygoda i Ekstremalnie
		Na sportowo(sporty tradycyjne)
		Inne
	Dla zdrowia i urody	
	Rozrywka i relaks	Teatry, Opery, Filharmonie
		Kluby, Puby, Dyskoteki
		Kina
		Kasyna, Bingo
		Parki rozrywki, Aqua Parki
		Ogrody zoologiczne i botaniczne
		Centra handlowo kulturalno - rozrywkowe
		Inne
	Inne ciekawe miejsca	
Oferty Turystyczne	Dla Aktywnych	
	Kulturowe	
	Citybreaks	
	Słodkie lenistwo	
	Wakacje na wsi	
	Dla zdrowia i urody	
	Dla pielgrzymów	
	Edukacyjne	
	Fortyfikacje i militaria	
	Technika, Nauka, Przemysł	
	Dla biznesu	
	Objazdowe	
	Weekend poza domem	
	Dla dzieci i młodzieży	
	Z rodziną	
	Inne	
Praktyczne Informacje	Informacja Turystyczna	
	Telefony alarmowe	
	Porty lotnicze, linie lotnicze	
	Dworce kolejowe, rozkłady jazdy	
	Dworce autobusowe, rozkłady jazdy	
	Porty morskie, linie promowe	
	Wypożyczalnie samochodów	
	Pomoc drogowa	
	Taxi	
	Banki i Bankomaty	

	Placówki dyplomatyczne	
	Biura Podróży	

Powyższa struktura powinna mieć charakter otwarty tzn. powinno być możliwe dodanie do bazy danych nowych kategorii na dowolnym poziomie struktury. Pozwoli to zaspokoić przyszłe potrzeby użytkowników związane z katalogiem informacyjnym w serwisie narodowym, które będą mogły być rozwijane w fazie dalszego rozwoju serwisu.