

**WYŻSZA SZKOŁA HANDLOWA
WE WROCŁAWIU**

**Studium podyplomowe
Menadżer turystyki i hotelarstwa
Edycja IV**

Jarosław Wnorowski
Nr albumu: 795

**KONCEPCJA ROZWOJU SYSTEMU INFORMACJI
TURYSTYCZNEJ W WOJEWÓDZTWIE LUBUSKIM**

**Praca napisana pod kierunkiem
prof. dr hab. Jerzego Wyrzykowskiego**

Plan pracy poddyplomowej pt. „Koncepcja rozwoju systemu informacji turystycznej w województwie lubuskim”.

WSTĘP

1. Polski System Informacji Turystycznej jako narzędzie promocji Polski.

1.1 Pojęcie informacji turystycznej.

1.2 Historia systemu informacji turystycznej w Polsce.

1.3 Organizacja punktu informacji turystycznej.

1.3.1 formy organizacyjne i źródła finansowania.

1.3.2 stan lokalowy, czasowy, sprzętowy, kadrowy i oznakowanie.

1.3.3 system certyfikacji punktów IT.

2 System informacji turystycznej w województwie lubuskim.

2.1 inwentaryzacja punktów informacji turystycznej w województwie:

2.1.1 wykaz punktów IT

3 Diagnoza i plan rozwoju lubuskiego systemu informacji turystycznej.

3.1 Pożądana struktura lubuskiego systemu IT.

3.2 Idea sieciowości lubuskiego IT z wykorzystaniem narzędzi informatycznych.

Lubuskie Forum IT jako ciało doradcze regionalnej organizacji turystycznej.

ZAKOŃCZENIE

Bibliografia.

WSTĘP

Niniejsza praca to próba diagnozy systemu informacji turystycznej w województwie Lubuskim, skąd pochodzę. Sami Polacy chwalą bardzo turystyczne osiągnięcia innych krajów, nie wiedząc często, że nasz kraj jest pionierem kontynentu w rozwoju sieci informacji turystycznej. Polska jako kraj w Unii Europejskiej szybko dostosowuje swoje prawo do standardów unijnych, także w dziedzinie turystyki.

Punkty i centra informacji turystycznej są coraz częściej postrzegane, jako źródła czerpania wiedzy o mieście, regionie, ale też i o całej Polsce. Placówki te na równi z innymi instytucjami stają się niezbędnym narzędziem marketingu, ale także zostają podnoszone do rangi ambasadorów turystycznych Polski.

Dzięki staraniom niezliczonej grupy, często anonimowych, działaczy turystycznych w regionach, samorządowcom rozumiejącym istotę i ważne miejsce systemu „it”, Polska z dnia na dzień zyskuje opinię kraju atrakcyjnego turystycznie. Również działania Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie np. opracowania systemu certyfikowania punktów „it”, systemu jednolitego oznakowania i organizacji konkursu „Na najlepsze centrum informacji turystycznej”, przyczyniają się do budowania nowego wizerunku Polski.

Opracowanie zawiera dane historyczne o polskim systemie „it”, opis jego stanu w latach 2005 – 2010 ze szczególnym uwzględnieniem województwa lubuskiego. Na koniec pozwoliłem sobie dokonać próby analizy problemów dotyczących lubuskiej „it” oraz przedstawić kilka propozycji jego rozwoju.

Moją pracę podyplomową dedykuję pamięci tragicznie zmarłych podczas katastrofy samolotu w Smoleńsku (Rosja) - 10 kwietnia 2010, mojej rodzinie w Zielonej Górze, mojemu promotorowi prof. dr hab. Jerzemu Wyrzykowskiemu oraz Pani Annie Kulczyckiej z Wyższej Szkoły Handlowej – dobremu duchowi uczelni.

Jarosław Wnorowski

Zielona Góra, 12 kwietnia 2010 r.

1. Polski System Informacji Turystycznej jako narzędzie promocji Polski.

1.1 Pojęcie informacji turystycznej.

Sieć informacja turystycznej w każdym kraju jest składnikiem promocji turystycznej miast, regionów oraz całego kraju. Sprawnie działający system IT przyczynia się znacznie do kształtowania polityki informacyjnej w zakresie turystyki, kultury i rekreacji. Mówi się także, że w gospodarce rynkowej informacja turystyczna wpływa znacząco na kształtowanie popytu i podaży na usługi turystyczne i okołoturystyczne.

Pojęcie informacja turystyczna oznacza:

1. Uporządkowany zbiór danych służących organizatorom i konsumentom usług turystycznych.
2. System obejmujący sieć centrów i punktów informacji turystycznej.
3. Metodologię gromadzenia, przetwarzania, weryfikowania i udostępniania danych.

Inna definicja określa, że informacja turystyczna jest elementem promocji produktu turystycznego. Jest to zespół działań przyczyniających się do sprawnego przemieszczania się turystów w czasie i przestrzeni, ułatwiających optymalne wykorzystanie poznawczych i wypoczynkowych walorów turystycznych, a także bazy oraz usług turystycznych i paraturystycznych¹. Ten typ informacji służy nie tylko indywidualnym turystom i turystom potencjalnym, ale również organizatorom wypoczynku grupowego. Dotyczy to profesjonalnych biur podróży, zarówno touroperatorów – hurtowników, jak i detalistów, różnorodnych organizacji społecznych i animatorów coraz powszechniejszego wypoczynku w grupach nieformalnych².

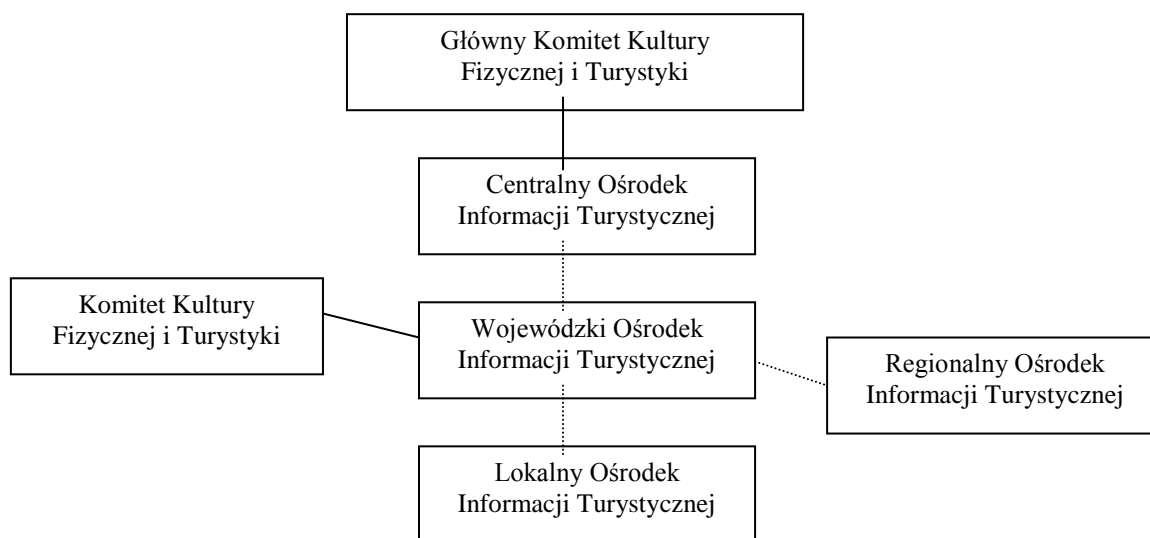
Historia systemu informacji turystycznej w Polsce.

Początki zorganizowanej informacji turystycznej sięgają lat 30. XX wieku. Udzielały jej biura Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego. Po II wojnie światowej, już w latach 50. tych, rolę punktów informacji zaczęły pełnić biura obsługi ruchu turystycznego PTTK.

¹ J. Merski: *Informacja turystyczna w Polsce*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002, s. 7-9.

² J.P. Piotrowski, M. Traczyk: *Promocja i informacja turystyczna: wybrane zagadnienia*. Instytut Turystyki, Kraków 1999, s. 9-10.

Absolutną nowością w powojennej Polsce było uruchomienie w 1963 r. Centralnego Ośrodka Informacji Turystycznej³. Ośrodek ten miał za zadanie promocję Polski w kraju i za granicą. COIT posiadał oddziały wojewódzkie (wtedy 17) oraz jeden tzw. stołeczny w Warszawie. Oddziały wojewódzkie podlegały pod wydziały kultury fizycznej i turystyki przy Radach Narodowych. System wojewódzki wkrótce rozpowszechniono na powiaty. Polska w latach 60 i 70tych miała jeden z lepiej działających systemów informacji turystycznej, w tym także udzielanej w językach obcych. Punkty powstawały oczywiście najczęściej w miejscach dużej recepcji turystycznej. Oprócz systemu rządowego istniał równoległe w tym czasie system oparty na bazie PTTK, domach kultury, bibliotekach, biurach podróży i innych instytucjach.



Rysunek 1 Schemat systemu informacji turystycznej w latach 1963 – 1973

Źródło: J. Merski, *Informacja turystyczna*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002 str. 18

W 1974 r. COIT został przekształcony w Centralny Ośrodek Informacji i Reklamy Turystycznej. Działał on w ramach struktur ORBISU. W tym okresie nadzór merytoryczny nad ośrodkami wojewódzkimi informacji turystycznej sprawował (do 1982 r.) Główny Komitet Turystyki. ORBIS natomiast zajmował się koordynacją turystyki przyjazdowej do Polski. W 1977 r. przewodniczący GKKFiT (Główna Komisja Kultury Fizycznej i Turystyki) wydał zarządzenie powołujące Centralny Ośrodek Informacji Turystycznej, wojewódzkie ośrodki informacji turystycznej oraz punkty „it” w Polsce⁴. W 1982 r.

³ Dz. Urzędowy GKKFiT nr 6, poz. 32, Zarządzenie nr 98

⁴ Dz. Urzędowy GKKFiT nr 3 z 1 marca 1977 r. poz. 10

Centralny Ośrodek Informacji Turystycznej stał się samodzielnym przedsiębiorstwem państwowym. Posiadało ono sieć oddziałów międzywojewódzkich, które prowadziły wojewódzkie centra informacji turystycznej. COIT gromadził informacje i udostępniał je jako pierwszy w formie elektronicznej w ramach systemu Infotur. Centralny Ośrodek Informacji Turystycznej działał aż do 1994 roku.

W wyniku zmian gospodarczych w Polsce, oddziały COIT zostały przekształcone w samodzielne jednostki gospodarcze (głównie spółki z udziałem rządu, samorządu i osób prawnych oraz fizycznych). Utworzono je w ramach Polskiej Agencji Promocji Turystyki. Po likwidacji tej agencji koordynacją systemu informacji turystycznej w Polsce zajęła się Polska Organizacja Turystyczna⁵. POT prowadzi kilkanaście tzw. Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej w Europie, USA oraz w Japonii. W miejscach gdzie nie było POIT-ów rolę ośrodków informacji przejmowały np. biura LOT oraz polskie placówki dyplomatyczne. Nie jest jednak ona organem nadrzędnym ani założycielskim dla polskich punktów informacji turystycznej. Od ok. 2000 roku centra informacji turystycznej prowadzą jednostki samorządowe, stowarzyszenia, osoby prywatne jak również i inne podmioty⁶. Wg źródeł szacuje się, że po reformacji systemu IT w Polsce, działało w 2004 r. ok. 300 punktów informacji turystycznej⁷. Ośrodki te jednak w większości koncentrowały się na udzielaniu informacji o bardzo wąskim obszarze, zwykle ograniczonym do zasięgu gminy, miasta czy subregionu. Bardzo mało działało wtedy punktów obejmujących teren np. całego województwa czy całej Polski. Często, z uwagi na wejście Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku, centra informacji turystycznej łączono organizacyjnie z punktami tzw. informacji europejskiej. Powodem takich ruchów były oczywiście większe szanse na uzyskanie środków unijnych niż na zabezpieczenie środków z budżetów lokalnych. Wcześniej jednak, bo już w marcu 2003 roku powstał przy Polskiej Organizacji Turystycznej zespół konsultacyjno - doradczy tzw. Forum Informacji Turystycznej. Forum integruje istniejący polski systemu „it”, koordynuje i opiniuje przedsięwzięcia, których celem jest doskonalenie ogólnopolskiego systemu informacji turystycznej.

W szczególności do zadań Forum należy:

⁵ Dz.U. 62 poz. 689 z 25 czerwca 1999 r. tzw. Ustawa o POT

⁶ J. Merski, J. Piotrowski, *System informacji a ruch turystyczny*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna. Warszawa 2008

⁷ P. Różycki, *Zarys wiedzy o turystyce*. Wydawnictwo Proksenia. Kraków 2009

- opracowywanie wspólnych strategii działania w dziedzinie informacji i promocji turystyki,
- inicjowanie i realizowanie działań wspierających rozwój turystyki i służących poprawie efektywności promocji,
- integrowanie systemu informacji turystycznej, zarówno w skali kraju, jak i województw, powiatów, gmin i regionów turystycznych,
- wspólne wdrażanie nowoczesnych technik i form pracy,
- współdziałanie z jednostkami samorządu terytorialnego i gospodarczego oraz innymi instytucjami i organizacjami zainteresowanymi rozwojem i promocją turystyki,
- współpraca z twórcami produktu turystycznego na etapie budowy produktu i jego promocji,
- prowadzenie działań edukacyjnych, w tym inicjowanie szkoleń i przygotowywanie ich programów,
- inicjowanie i merytoryczne wspieranie działalności wydawniczej na rzecz sieci informacji turystycznej,
- prowadzenie analiz funkcjonowania systemu informacji turystycznej wraz z przygotowywaniem konkretnych wniosków,
- promowanie systemu „it”, kształtowanie świadomości publicznej w kwestiach informacji i promocji turystycznej⁸.

W 2005 roku Polska Organizacja Turystyczna zorganizowała I edycję konkursu „Na najlepsze centrum IT”. Zgłoszenie do konkursu jest dobrowolne a wręczenie nagród i dyplomów następuje od tego czasu co roku podczas Międzynarodowych Targów Poznańskich „Tour Salon”. W 2008 r. zasłużonym pracownikom „it” wręczono podziękowania. Była to okazja do spotkania branżowego i ustalenia dalszych kierunków działania.

⁸ Strona internetowa <http://www.pot.gov.pl/forum-informacji-turystycznej>



Rysunek 2 Podziękowanie Prezesa POT

W 2010 roku wprowadzono system dobrowolnego certyfikowania punktów IT. Szczegóły systemu omówiono w innym rozdziale niniejszej pracy.

Organizacja punktu informacji turystycznej.

Formy organizacyjne i źródła finansowania.

Sposób finansowania polskich ośrodków i centrów informacji turystycznej to bardzo skomplikowane zagadnienie. Podstawową formą organizacyjną działalności sektora finansów publicznych (w tym punktów „it” są **jednostki budżetowe**. Forma taka występuje m.in. w przodujących centrach Informacji Turystycznych w Polsce np. w Toruniu, i w Tarnowie.

Zgodnie z art. 18 ust. 1 ustawy o finansach publicznych są to takie jednostki organizacyjne sektora finansów publicznych, które pokrywają swoje wydatki bezpośrednio z budżetu, a uzyskane dochody odprowadzają odpowiednio do budżetu państwa albo jednostki samorządu terytorialnego. Jednostki budżetowe posiadają natomiast uprawnienia do dysponowania zarobionymi przez siebie dochodami jednak wyłącznie na ściśle określone cele (zwykle związane z przedmiotem działalności np. na produkcję pamiątek, zakupy sprzętu itp. i zwykle nie mogą przeznaczać zarobionych przez siebie dochodów na podwyżki płac czy nagrody). Podstawą gospodarki finansowej jednostki budżetowej jest plan finansowy sporządzany w oparciu o środki przyznane jednostce z budżetu. Jednostki budżetowe nie posiadają osobowości prawnej.

Informacja zielonogórska (obecnie działalność jednostka budżetowa urzędu miasta jakim jest ośrodek sportu i rekreacji) od 2004 r. prowadzi sklepik z pamiątkami. Sprzedaje się w niej np. plany, mapy, albumy oraz oferuje usługi przewodników (ma na to wymaganą koncesję). Gdyby Zielonogórskie Centrum Informacji i Promocji Turystyki podlegało bezpośrednio pod urząd miasta straciłoby całkowicie możliwość zarobkowania. Działalność punktu IT ograniczałaby się do samego wydawania ulotek bez żadnych usług dodatkowych. Dla porównania na Dolnym Śląsku działa kilkanaście punktów informacji turystycznej, będącymi jednostkami budżetowymi m.in. w Szklarskiej Porębie, Karpaczu, Kowarach, Podgórzynie, Kudowie Zdroju i Świeradowie Zdroju. Takie rozwiązanie umożliwia samorządom: sprawowanie – bezpośredniego, stałego nadzoru nad zakresem, standardem i jakością świadczonych usług, zlecenie zadań do wykonania, –daje możliwość zasilania – finansowego z budżetu, ułatwia formalności związane z powołaniem, obsługa – finansową i prowadzeniem jednostki

Kolejną, do niedawna jeszcze bardzo często stosowaną formą organizacyjną funkcjonowania ośrodków informacji turystycznej, był **zakład budżetowy**. Stanowił on formę przejściową między jednostką budżetową a samofinansującym się podmiotem gospodarczym. Zakłady budżetowe tworzone były na mocy art. 6 ustawy o gospodarce komunalnej oraz art. 19 ustawy o finansach publicznych. Wykonywały one odpłatnie wyodrębnione zadania, a koszty swojej działalności pokrywały z przychodów własnych. Mogły także korzystać z dotacji przedmiotowych, podmiotowych i celowych pochodzących z budżetu jednostek samorządu terytorialnego. Łączne dotacje dla zakładu budżetowego nie mogły jednak przekroczyć 50% jego dochodów własnych. Punkty informacji turystycznej działające jako zakłady budżetowe posiadały własny rachunek bankowy i pewną samodzielność finansową. Mogły także pozostawić do swej dyspozycji określoną część dochodów. Mankamentem tej formy organizacyjnej jest wspomniana konieczność samodzielnego wypracowania co najmniej 50% własnych dochodów. Dla wielu ośrodków informacji turystycznej nie było to możliwe, co stanowiło powód rezygnacji większości ośrodków IT z prowadzenia działalności w tej właśnie formie. Centrum zielonogórskie (w latach 2004 – 2007) również nie było w stanie podjąć temu wymogowi.

Kolejną formą organizacyjno-prawną, która miała zastosowanie w odniesieniu do ośrodków informacji turystycznej było gospodarstwo pomocnicze. Jest nim na mocy art. 20 ustawy o finansach publicznych wyodrębniona z jednostki budżetowej, pod względem organizacyjnym i finansowym, część podstawowej działalności lub działalność uboczna. Gospodarstwo pomocnicze pokrywa koszty swojej działalności z uzyskanych przychodów własnych lub z otrzymywanych z budżetu dotacji przedmiotowych oraz ma obowiązek wpłacania do budżetu połowy osiągniętego zysku netto. Gospodarstwo pomocnicze prowadzi produkcję, sprzedaż i świadczenie usług po cenach ustalonych według ogólnie obowiązujących zasad, z tym zastrzeżeniem, że na rzecz macierzystej jednostki budżetowej sprzedaż dokonywana jest po kosztach własnych. Gospodarstwo pomocnicze było swego czasu dość korzystną formą organizacyjno-prawną w przypadku ośrodków informacji turystycznej. Ośrodki tak prowadzone miały sporą niezależność w podejmowaniu decyzji o charakterze finansowym. Samorządy miały oczywiście możliwość sprawowania bezpośredniej kontroli nad ich działalnością. W tej formie organizacyjno-prawnej funkcjonowała przez długie lata np. Informacja Turystyczna w Świdnicy na Dolnym Śląsku. W wyniku reformy finansów publicznych autorstwa minister Zyty Gilowskiej gospodarstwa pomocnicze do końca 2010 roku mają być zlikwidowane⁹.

Kolejną formą organizacyjną polskiego „it” jest spółka prawa handlowego. Spółki prawa handlowego działają za zasadach pełnego rozrachunku ekonomicznego. Aktualnie wyróżniamy następujące spółki prawa handlowego:

spółki osobowe:

- spółka jawna
- spółka partnerska,
- spółka komandytowa,
- spółka komandytowo-akcyjna,

spółki kapitałowe:

- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością,
- spółka akcyjna¹⁰.

W praktyce jednak jest to forma mało popularna w Polsce. W Austrii czy w Niemczech jest to dla porównania forma bardzo popularna z uwagi na jasne zasady starania się o

⁹ Gazeta Prawna, artykuł z 29 października 2009 r. www.gazetaprawna.pl

¹⁰ Dz. U. Nr 94 poz. 1037 z 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych

dofinansowanie działalności z budżetu państwa w formie udziału w przetargach czy konkursach. W Polsce nadal jeszcze wiele do życzenia pozostawia kwestia np. ustawiania przetargów pod konkretne firmy czy też korupcji. Na terenie Lubuskiego nie ma dlatego żadnego punktu informacji turystycznej działającego w tej formie. Od kilku lat działa jednak pierwsze **prywatne centrum informacji** w Żaganiu (woj. Lubuskie). Punkt ten zaczynał od małego pomieszczenia w tzw. inkubatorze przedsiębiorczości. Obecnie dysponuje także filią w żagańskim pałacu i zatrudnia 3 osoby. Jest to punkt działający w ramach jednoosobowej działalności właścicielki p. Beaty Pawlikowskiej (zbieżność imienia i nazwiska do znanej podróżniczki jest przypadkowa).

Kolejną formą organizacyjną jest **punkt informacji prowadzony przez stowarzyszenie lub fundację**. Jest to jednak forma mało popularna w Polsce z uwagi na ogromne trudności w uzyskaniu stałego i pewnego źródła dochodu np. w postaci corocznej dotacji od samorządu. Przy ogromnej niestabilności politycznej oraz zmienności priorytetów samorządów względem turystyki można stwierdzić, że dla stowarzyszenia jest to działalność wielce ryzykowna.

stan lokalowy, czasowy, sprzętowy, kadrowy i oznakowanie.

W Polsce, z uwagi na brak bezpośredniego nadzoru Polskiej Organizacji Turystycznej nad punktami „it”, przez długi czas nie było opracowanych standardów dotyczących wielu aspektów funkcjonowania punktów informacji. Punkty i centra ‘It’ mieszczą się w różnorodnych miejscach: kamienica lub lokal na starym rynku, w hotelu, na dworcach kolejowych lub autobusowych, w sklepach jako działalność dodatkowa, w bibliotekach (zwłaszcza w województwie warmińsko – mazurskim), domach kultury, ośrodkach sportu i rekreacji. Są to lokale od naprawdę małych „klitek” np. informacja w Opolu, poprzez lokale o powierzchni ok. 20 – 30 metrów, do naprawdę okazałych np. w Tarnowie (cała kamienica z pokojami gościnnymi i centrum konferencyjnym na 60 osób).

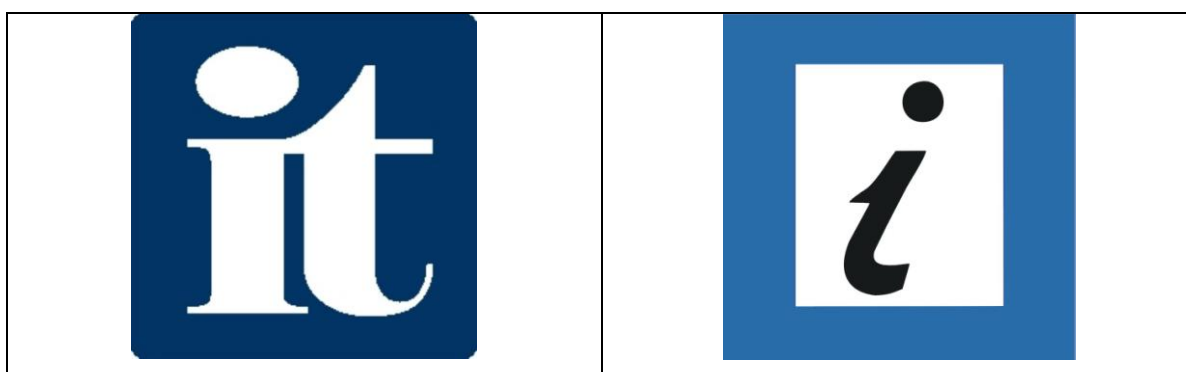
Bardzo zróżnicowane są także godziny i dni otwarcia punktów „it” w Polsce. Standardem stał się system: od poniedziałku do piątku w godz. 9 – 17, w sezonie: dodatkowo od soboty do niedzieli w godz. 10 – 14. Zdarzają się jednak centra otwarte w godzinach pracy urzędu czyli od 7.30 do 15.30, nieczynne w weekendy. Niektóre punkty, które mają odpowiednią

obsadę kadrową, pracują od 8 (9) do 18. Różnie pojmuje się pojęcie – „w sezonie”. Standardowo jest to okres od czerwca do września, lub od 15 czerwca do 15 września. W większych miastach czy popularnych regionach turystycznych jest to zwykle okres od 1 kwietnia do 30 września.

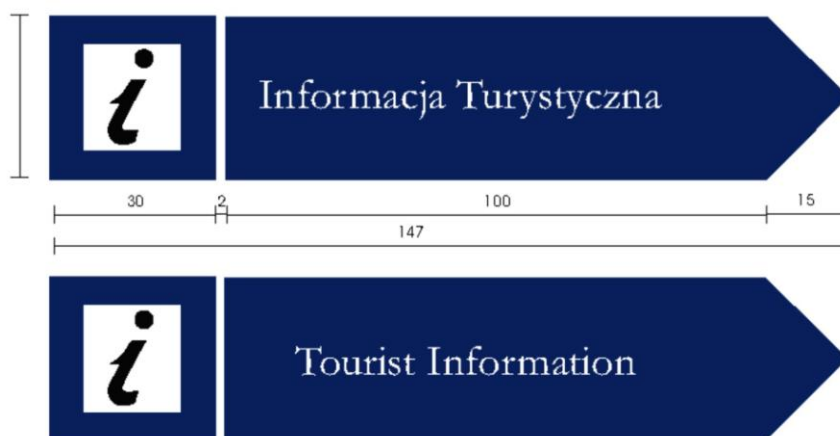
Wyposażenie punktów „it” jest uzależnione przede wszystkim od zasobności budżetu ich jednostek nadrzędnych ale także i rad miasta, gminy czy powiatu danego regionu. Standardem stał się komputer z podłączeniem stałym do internetu, telefon z faksem, kserokopiarka, skaner, stół dla turystów, gabloty i stojaki na ulotki. Bardziej zasobne punkty posiadają także gabloty na odpłatne pamiątki, mapy i przewodniki, biblioteczkę krajoznawczą oraz dodatkowy komputer z podłączeniem do internetu dla odwiedzających.

Stan zatrudnienia także w bardzo dużej mierze zależy od budżetu danego punktu. Ciągłe jeszcze zdarzają się punkty zatrudniające 1 pracownika (tak było np. przez 2 lata w Zielonej Górze), 2 – 3 pracowników (standard) oraz większą ilość pracowników (np. w Tarnowie). Ciekawe zestawienie stanu kadrowego w polskim „it” przedstawia Załącznik nr 2 na końcu niniejszej pracy.

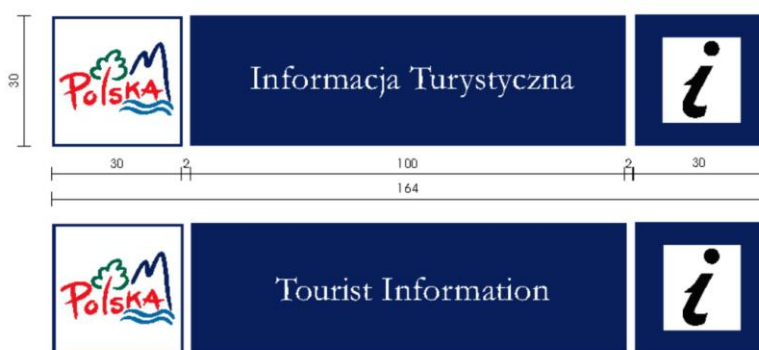
Według standardów Polskiej Organizacji Turystycznej zaleca się oznakowanie punktu „it” jednolitym znakiem. Pierwotnie zalecano znak „it”, jednakże z uwagi na mylenie go z branżą technologii informatycznych (także popularnie nazywaną IT), POT zaproponował przejście na znak zalecany przez WOT (Światową Organizację Turystyki).



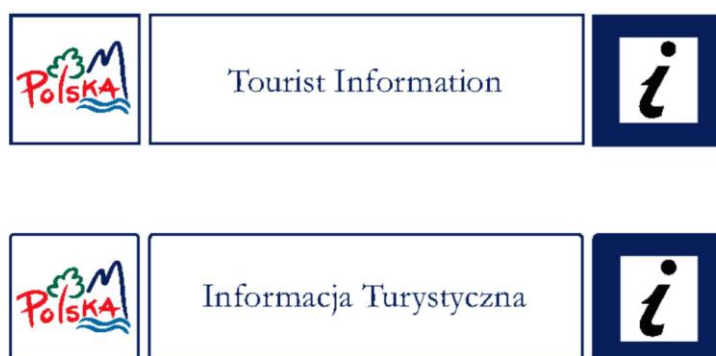
Rysunek 3 Stary i nowy znak polskiego systemu informacji turystycznej Źródło: www.pot.gov.pl



Rysunek 4 Drogowskaz do punktu, który nie należy do sieci ogólnopolskiej



kolor czerwony: C-0% M-91% Y-76% B-6% Pantone 186C



Rysunek 5 Tablice informacyjne punktów należących do sieci ogólnopolskiej „it”

system certyfikacji punktów IT.

Proces certyfikacji punktów „it” rozpoczął się od 2010. Celem przeprowadzenia certyfikacji jest: potrzeba zapewnienia odpowiedniej jakości obsługi turystów przez jednostki informacji turystycznej oraz stworzenia krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej współpracujących na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym. Certyfikacja przeprowadzana jest na zasadzie dobrowolności, na podstawie indywidualnych zgłoszeń podmiotów informacji turystycznej¹¹.

Minimalne kryteria certyfikacji jednostek informacji turystycznej w Polsce określa poniższa tabela.

| Kategoria/kryterium | 1 gwiazdka * | 2 gwiazdki ** | 3 gwiazdki *** | 4 gwiazdki **** |
|--|---|---|---|---|
| Lokalizacja | - | - | + | + |
| | | | w centrum miasta / miejsowości; przy głównych trasach turystycznych | w centrum miasta / miejsowości; przy głównych trasach turystycznych |
| Dostępność dla niepełnosprawnych(1) | - | - | + | + |
| Oznakowanie (forma) | + | + | + | + |
| | dowolna forma oznakowania „i” | napis nad wejściem (stały) | podświetlany kaseton (o ile zezwoli konserwator zabytków) | podświetlany kaseton (o ile zezwoli konserwator zabytków) |
| Oznakowanie dojazdu (2) | - | - | + | + |
| Dni i godziny otwarcia (3) | + | + | + | + |
| | dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, | dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego, | +dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego min. 5 dni/tyg., | +dostosowane do potrzeb i natężenia ruchu turystycznego min. 6 dni/tyg |

¹¹ www.pot.gov.pl

| Kategoria/kryterium | 1 gwiazdka * | 2 gwiazdki ** | 3 gwiazdki *** | 4 gwiazdki **** |
|--|----------------------------|--|--|--|
| | nie są z góry określone | nie są z góry określone | | |
| Układ pomieszczeń | - | + | + | + |
| | | obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu | obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu | obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu |
| Samodzielne stanowiska komputerowe (4) | -... | + | + | + |
| | | co najmniej jedno | co najmniej jedno | co najmniej dwa |
| Stojaki na materiały (5) | + | + | + | + |
| Witryna / gablota | - | - | + | + |
| Kiosk elektroniczny na zewnątrz lub monitor w witrynie z informacjami chodzącymi w pętli | - | - | - | + |
| Dostępne bezpłatne materiały drukowane | + | + | + | + |
| | o najbliższej okolicy | o najbliższej okolicy oraz ponadlokalne | o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych | o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne, również w językach obcych; także materiały tematyczne, specjalistyczne |
| Doświadczenie informerów (w turystyce – np. przewodnicy, w informacji turystycznej) | - | + | + | + |
| | | co najmniej jedna osoba | co najmniej dwie osoby | wszyscy informatorzy z wykształceniem kierunkowym lub posiadać kilkuletnie doświadczenie |

1 - *Obligatoryjnie należy zapewnić dostępność dla niepełnosprawnych przy tworzeniu nowych jednostek informacji turystycznej. Natomiast odstępstwo od tej zasady w odniesieniu do obecnie funkcjonujących jednostek informacji turystycznej możliwe jest tylko w przypadku obiektów zabytkowych oraz przy problemach technologicznych, generujących rażąco wysokie koszty prac budowlanych, na podstawie pisemnej opinii lub decyzji właściwych podmiotów.*

2 - *Zaleca się przy tworzeniu systemu IT, niezależnie od posiadanej kategorii, gdyż stanowi to o skuteczności systemu informacji na poziomie lokalnym.*

3 - *Natężenie ruchu turystycznego określa certyfikowany podmiot. Dane deklarowane poddawane są weryfikacji przez kapitułę certyfikacyjną.*

4 - *Obligatoryjnie dostęp do internetu dla turystów. W przypadku braku możliwości technicznego doprowadzenia sieci lub umiejscowienia urządzeń udostępniających dostęp do Internetu dopuszcza się odstępstwo od tego kryterium na podstawie dokumentacji opinii lub decyzji właściwych podmiotów*

5 - *Przez stojak rozumie się konstrukcję prezentacji wielu materiałów informacyjno-promocyjnych z dowolnego materiału stojącą na ziemi lub ew. przytwierdzoną do ściany.*

| | | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|---|
| Znajomość języków obcych (6) | + | co najmniej jeden język obcy w stopniu podstawowym | + | co najmniej dwa języki obce w stopniu dobrym | + | co najmniej trzy języki obce (dwa w stopniu bardzo dobrym i jeden w stopniu komunikatywnym) |
| Zakres udzielanych informacji | o najbliższej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi | o bliższej i dalszej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi | o okolicy i całym regionie + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi | bardzo szczegółowo i wyczerpująco o całym regionie i o bliższej i dalszej okolicy + dostępna lista jednostek IT wraz z pełnymi danymi teleadresowymi | | |
| Sprzedż pamiątek, publikacji, etc. (7) | - | - | - | + | | |
| Sprzedż usług przewodnickich (8) | - | - | - | + | | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Dodatkowe funkcje – oprócz świadczenia usług informacji IT i sprzedaży | | | | +podejmowanie samodzielnych inicjatyw, animacja życia turystycznego, prowadzenie badań konsumenckich |
|--|--|--|--|--|

(6) Liczbę języków w danej jednostce informacji turystycznej określa suma języków znanych przez wszystkie osoby zatrudnione w funkcji informatora.

(7) W stosunku do jednostek IT, które w związku z formalnymi zobowiązaniami zewnętrznymi np. dofinansowaniem z funduszy unijnych nie mogą przez określony czas sprostać temu kryterium podlegają okresowemu wyłączeniu spod obowiązku jego spełnienia. Okres przejściowy nie może być dłuższy niż okres wymagany zobowiązaniami formalnymi.

(8) W stosunku do jednostek IT, które w związku z formalnymi zobowiązaniami zewnętrznymi np. dofinansowaniem z funduszy unijnych nie mogą przez określony czas sprostać temu kryterium podlegają okresowemu wyłączeniu spod obowiązku jego spełnienia. Okres przejściowy nie może być dłuższy niż okres wymagany zobowiązaniami formalnymi.

Weryfikacja dokonywane będą co najmniej raz do roku nie później niż przed wysokim sezonem turystycznym, tj. 1 czerwca – 30 września oraz 1 grudnia – 15 marca. Jednostki informacji turystycznej, które zostaną certyfikowane otrzymują Certyfikat (w formie dyplomu) oraz emblematy potwierdzające kategorię oraz rok, na który zostały on wydane¹².

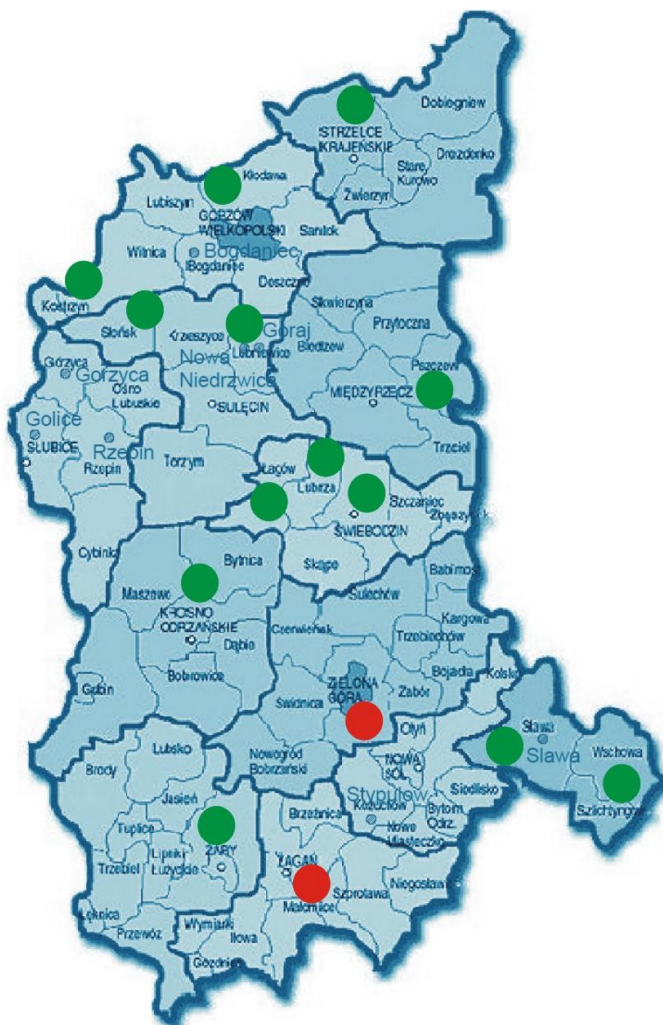
2. System informacji turystycznej w województwie lubuskim.

2.1 inwentaryzacja punktów informacji turystycznej w województwie:

Obecnie (stan na 10 kwietnia 2010 r. w województwie lubuskim działa zaledwie kilkanaście punktów informacji turystycznej. O dwóch z nich (w Zielonej Górze i w Żaganiu) można powiedzieć, że spełniają większość norm proponowanych przez Polską Organizację Turystyczną. Reszta to punkty sezonowe lub dosłownie „przyklejone” organizacyjnie, często na siłę, do jednostek kultury (gminny lub miejski ośrodek kultury, biuro wystaw artystycznych, muzeum regionalne). W niektórych miastach punkty działają w strukturach organizacyjnych samorządów i jako jednostki polsko – niemieckie w ramach euroregionu. W Żaganiu oraz w Słońsku punkty informacji turystycznej są prywatne tj. prowadzone przez osobę fizyczną. W Lubniewicach punkt prowadzi właścicielka księgarni jako działalność dodatkową. Ogromnym problemem systemu jest brak wojewódzkiego

¹² www.pot.gov.pl oraz materiały Forum Informacji Turystycznej

centrum informacji turystycznej, rozbieżności organizacyjne, brak jednolitego oznakowania, ogromne dysproporcje lokalowe, kadrowe, zaopatrzenia w materiały oraz w zakresie finansowania.



Rysunek 6 Rozmieszczenie punktów informacji turystycznej w województwie lubuskim (stan na 10 kwietnia 2010 r.), na czerwono oznaczono punkty wiodące.

2.1.1 Wykaz punktów IT.

Dane adresowe punktów informacji turystycznej w województwie Lubuskim według stanu na 10 kwietnia 2010 r.

Zielonogórskie Centrum Informacji i Promocji Turystyki

ul. Kupiecka 15

65-426 Zielona Góra

tel./fax +48 (0)68 323 22 22

turystyka@zielona-gora.pl

Filia w Ratuszu

Stary Rynek 1

65-067 Zielona Góra

tel. (068) 329 23 93

Punkt Informacji Turystycznej „Bimba”

Wełniany Rynek - obok Arsenалу
66-400 Gorzów Wielkopolski
tel. + 48 95 729 74 64
tel. kom +48 697 523 375

Punkt Informacji Turystycznej

ul. Szkolna 1 - Zamek Piastowski
66 - 600 Krosno Odrzańskie
tel. 068 383 89 94
it@krosnoodrzańskie.pl

**Stanowisko ds. Promocji, Turystyki
i Inicjatyw Gospodarczych**

Urząd Miejski, II piętro, pokój 203
ul. Henryka Pobożnego 10
67-410 Sława
tel./fax +48 68 355 83 23
slawa@slawa.pl

Punkt Informacji Turystycznej

Rynek
66-500 Strzelce Krajeńskie
tel.: (0)95/763 21 00
punktit@strzelce.pl

Punkt Informacji Turystycznej przy GOK

ul. Rynek 19 – Muzeum (Dom Szewca)
66-330 Pszczew
tel. (095) 7492327
goczek@pszczew.pl

Punkt Informacji Turystycznej

Biuro Turystyki Przyrodniczej "DUDEK"
Stacja Pomp 2
66-436 Słońsk
tel. (095) 757 2212 i 607 081 317.
hoopoe@hoopoe.com.pl

Punkty Informacji Turystycznej

ul. 1 Lutego 12 - Świetlica Gminna
tel.: (0-68) 34-12-731
ul. Kościuszki
66-220 Łagów
tel.: (0-68) 341 20 62
uglagow@wp.pl

Centrum Informacji Turystycznej

ul. Jana Pawła II 15
tel. + 48 68 477 10 90
it@um.zagan.pl

Filia w Palacu

ul. Szprotawska 4 - Pałac Książęcy
68-100 Żagań
tel./fax. +48 68 477 10 01

Punkt Informacyjno - Promocyjny

Rynek 17 - Salon Biura Wystaw Artystycznych
68-200 Żary
tel./fax +48 68 374 05 08
dkzary@pro.onet.pl

Punkt Informacji Turystycznej

ul. Piłsudskiego 20 - Hotel Lubuski
66-200 Świebodzin
tel. +48 68 47 55 375
biuro@hotellubuski.pl

Punkt Informacji Turystycznej

ul. Jana Pawła II 2 - w siedzibie księgarni
69-210 Lubniewice
tel. + 48 95 755 76 09

Punkt Informacji Turystycznej

ul. Świebodzińska 41 - Gminny Ośrodek Kultury
66-218 Lubrza,
tel. /068/ 38 130 48
uglubrza1@wp.pl

Punkt Informacji Turystycznej

plac Zamkowy 3 - Muzeum
67-400 Wschowa
tel. 065 540 59 980
promocja@wschowa.pl

Polsko-Niemiecko Biuro Promocji Turystycznej

ul. Kopernika 1 - Urząd Miasta
66-470 Kostrzyn nad Odrą
tel. / fax +48 95 727 81 23
promocja@kostrzyn.um.gov.pl



Fotografia 1 Centrum Informacji Turystycznej w Żaganiu (biuro główne i filia)





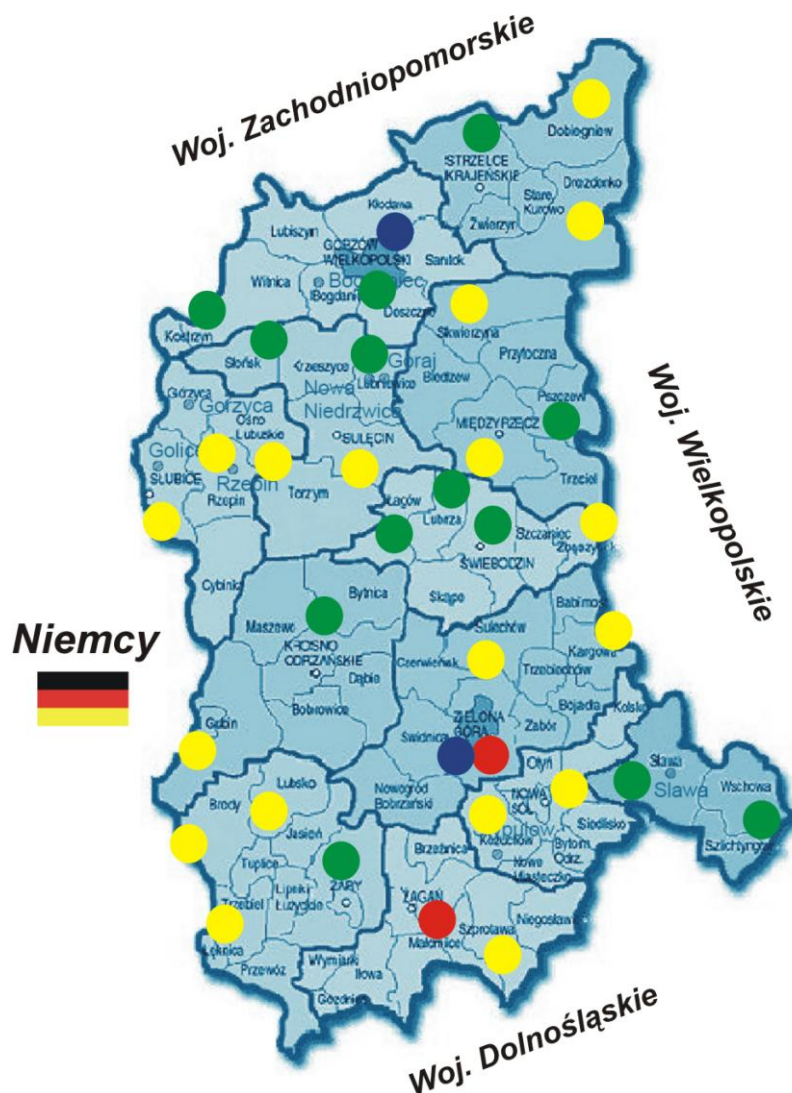
Fotografia 2 Informacja Turystyczna w Zielonej Górze (siedziba główna i filia)

3. Diagnoza i plan rozwoju lubuskiego systemu informacji turystycznej.

3.1 Pożądana struktura lubuskiego systemu IT.

Przede wszystkim region lubuski powinien posiadać **wojewódzkie centrum informacji turystycznej**. Z uwagi na podział ośrodków władzy na dwa miasta – stolicy, powinny powstać dwa centralne i równorzędne punkty informacji turystycznej w Gorzowie Wielkopolskim (siedziba wojewody) i w Zielonej Górze (siedziba marszałka). Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna potrzeby powstania takich punktów wydaje się nie dostrzegać od początku swojego powstania i problem najwyraźniej lekceważy, udając że go nie ma. Lubuski system „it” powinien także zostać zasilony przynajmniej przez jeden punkt o zasięgu powiatu (12), **punkty przy dawnych na przejściach granicznych z**

Niemcami o zasięgu regionalnym – lubuskim ale także i ogólnopolskim (Łęknica – w sąsiedztwie obiekt na liście Światowego Dziedzictwa UNESCO – Park Mużakowski, Brody – miasteczko w sąsiedztwie niemieckiego Forst - na trasie do Lubka i Żar, Gubin – ważny ośrodek nadgraniczny nad Nysą Łużycką blisko jej ujścia do Odry, Świecko – przy autostradzie A2 /jeden z najważniejszych szlaków drogowych w Europie centralnej/, Słubice – ważny ośrodek nadgraniczny w sąsiedztwie Frankfurtu nad Odrą/. Celowym jest także powstanie punktu „it” w powiecie nowosolskim np. w Nowej Soli (miasto nad Odrą, z bardzo nowoczesną przystanią dla statków wycieczkowych) i w Kożuchowie (miasteczko z bardzo dobrze zachowaną linią murów obronnych, zamkiem piastowskim i lapidarium rzeźby nagrobnej w pobliżu malowniczych tzw. Wzgórz Dalkowskich. Na październik 2010 r. planowane jest uruchomienie punktu „it” w Sulechowie – siedzibie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej z wydziałem turystyki. Centrum informacji w Zielonej Górze ulegnie także w 2010 r. transformacji w ośrodek polsko – niemiecki, finansowany w ramach projektu unijnego. Ostatnim postulatem rozbudowy lubuskiego systemu „it” jest zagęszczenie go o punkty znajdujące się w miejscowościach wypoczynkowych Pojezierza Lubuskiego w pobliżu lubuskiego odcinka przyszłej autostrady A2 (zwłaszcza w powiecie świebodzińskim, międzyrzeckim, sulęcińskim i słubickim) oraz na północno – wschodnich rubieżach województwa w powiecie strzelecko – drezdeneckim.



Rysunek 7 Pożądana struktura terytorialna lubuskiego systemu informacji turystycznej (na żółto oznaczono punkty które powinny powstać, na niebiesko wojewódzkie centra informacji turystycznej w Zielonej Górze i w Gorzowie Wlkp.)

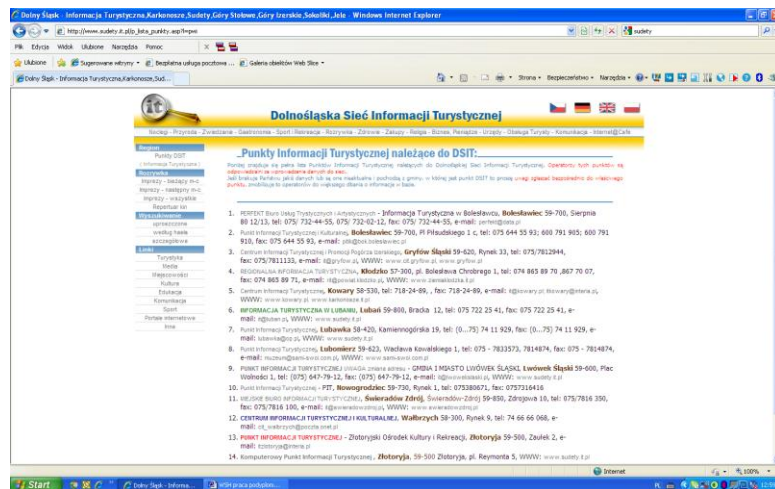
3.2 Idea sieciowości lubuskiego IT z wykorzystaniem narzędzi informatycznych. Lubuskie Forum IT jako ciało doradcze regionalnej organizacji turystycznej.

Mówiąc o idei sieciowości lubuskiego systemu „it” należy za przykład godny naśladowania podać projekt zrealizowany przez Dolnośląską Organizację Turystyczną, a mianowicie znajdujący się pod adresem <http://www.turystyka.dolnyslask.pl> portal turystyczny Dolnego Śląska. Jego częścią w dziale PRZYDATNE jest także poddział Informacja Turystyczna. Można tam znaleźć dane teleadresowe dolnośląskich punktów „it”. Każdy z punktów może też w każdej chwili udzielić informacji o dowolnym regionie Dolnego Śląska przy wykorzystaniu portalu. Poszczególne punkty mogą także kontaktować się ze sobą i wymieniać ulotkami, w tym o całym województwie.



Rysunek 8 Portal turystyczny Dolnego Śląska

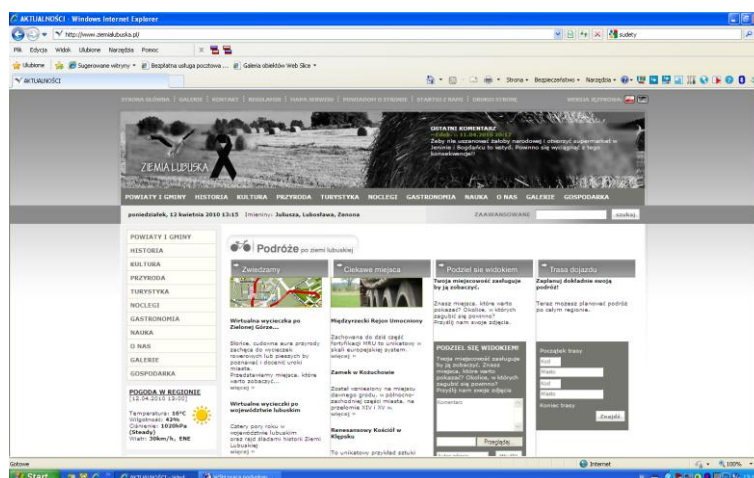
Bardzo ciekawe narzędzie dla pracy systemu „it” stworzono na portalu <http://www.sudety.it.pl>, w którym można znaleźć np. mapkę istniejących punktów informacyjnych w ramach tzw. DSIT (Dolnośląskiego Systemu Informacji Turystycznej).



Rysunek 9 Portal Dolnośląskiego Systemu Informacji Turystycznej

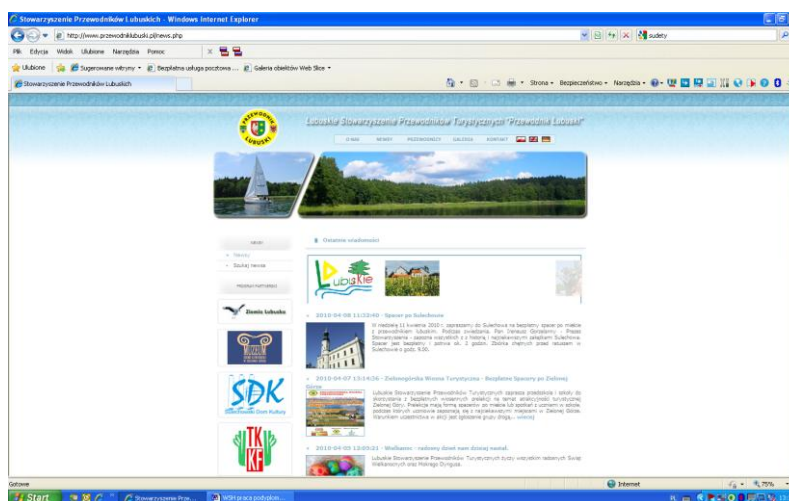
W województwie lubuskim nie istnieje do tej pory żaden oficjalny portal turystyczny. Pustkę wypełnia natomiast od paru lat portal prywatny portal prowadzony przez miłośniczkę przyrody z Lubuskiego Klubu Przyrodników. Portal ten działa pod adresem www.ziemialubuska.pl i gromadzi dane o najciekawszych miejscach w województwie lubuskim. Portal ten aż do października 2009 roku nie był dofinansowany przez

samorządy, dopiero w br. uzyskał dotacje celową na rozwój z Lubuskiego Urzędu Marszałkowskiego¹³. Na portalu nie ma jednak działu z adresami lubuskich punktów „it”.



Rysunek 10 Portal turystyczny www.ziemia-lubuska.pl

Kolejną próbę przedstawienia województwa jako atrakcyjnego turystycznie podjęło Lubuskie Stowarzyszenie Przewodników Turystycznych. Jego członkowie w miejscach swojego zamieszkania w całym województwie pełnią rolę lokalnych informatorów turystycznych.

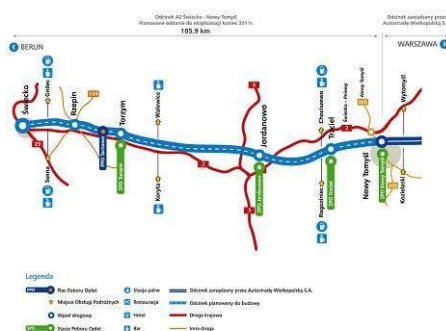


Rysunek 11 Portal www.przewodniklubuski.pl

Na podstawie wyżej opisanych przykładów można wysnuć tezę, że województwo lubuskie powinno stworzyć osobny i **oficjalny lubuski portal turystyczny** zawierający także dane

¹³ www.lubuskie.pl Portal Lubuskiego Urzędu Marszałkowskiego

adresowe do punktów informacji turystycznej. Dodatkowym elementem systemu powinno być **utworzenie Lubuskiego Forum „it”** jako ciała doradczego regionalnej organizacji turystycznej. Członkowie forum powinni reprezentować interesy branży wobec samorządów i użytkowników całego systemu. Forum powinno dbać o jednolite oznakowanie lubuskich punktów „it”, zaopatrzenie w materiały o całym regionie i **połączenie się siecią informatyczną** z wykorzystaniem np. programu Skype, który umożliwia bezpłatne rozmowy internetowe między użytkownikami oraz przysyłanie plików z obrazami, dźwiękami i dokumentami w bardzo krótkim okresie czasu. Z systemu Skype od ponad 4 lat korzysta już informacja w Zielonej Górze, która wszelkie rozmowy pomiędzy filiami prowadzi w oparciu o to narzędzie. Konta Skype mają już także prawie wszystkie Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej (POIT). Z uwagi na powstający obecnie lubuski odcinek autostrady A2 warto zaplanować **utworzenie punktów „it” na stacjach benzynowych** przy zjazdach z tej autostrady (Zatankuj informację). Będzie to znakomita okazja do promowania lokalnych usług turystycznych (noclegów, gastronomii, atrakcji itp.).



Rysunek 12 Lubuski odcinek autostrady A2, Źródło: www.strefabiznesu.gazetalubuska.pl

Kolejną ważną sprawą jest opracowanie wzoru turystycznego logo województwa lubuskiego, do tej pory brak takiego znaku. Próbę wypełnienia tej luki podjęło Lubuskie Stowarzyszenie Przewodników Turystycznych promujące także hasło „Lubuskie – tu się wypoczywa”.



Rysunek 13 Próbką turystycznego znaku województwa lubuskiego

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzona próba analizy lubuskiego systemu „it” oraz postawienia diagnozy jego rozwoju, pokazuje, że system ten jest jeszcze w powijakach. Brak koordynacji działań i pomysłu na funkcjonowanie tego systemu. W województwie występują bardzo duże dysproporcje lokalowe, kadrowe, sprzętowe i organizacyjne pomiędzy poszczególnymi placówkami.

Należy wykorzystać szansę jaką daje prowadzona obecnie budowa lubuskiego odcinka autostrady A2. Jeśli zabraknie drogowskazów turystycznych i punktów informacji turystycznej w okolicy zjazdów z autostrady, może dojść do sytuacji, że goście i zmotoryzowani poruszający się tą trasą nie będą mieli zachęty do zjechania z rasy głównej. Może to więc także doprowadzić do marginalizacji regionu. Podobna sytuacja miała miejsce w Bolesławcu (woj. Dolnośląskie). Od czasu jak to piękne miasto znalazło się poza zasięgiem głównej drogi a w pobliżu autostrady Wrocław – Drezno, narzeka się na mniejszą ilość odwiedzających. Także bardzo ważne jest rozwijanie systemu w miejscach dawnych przejść granicznych z Niemcami. Są to znakomite punkty do promowania nie tylko regionu ale i całej Polski.

W celu opracowania jednolitego systemu lubuskiego zaproponowano w tej pracy utworzenie Lubuskiego Forum Informacji Turystycznej. Byłoby to ciało doradcze, składające się z autorytetów turystycznych województwa oraz jego dotychczasowych uczestników.

Wyrażam nadzieję, że część z propozycji zyska zrozumienie u osób zajmujących się turystyką w swoich samorządach, a lubuski system informacji turystycznej zyska na sile i znaczeniu w regionie, w Polsce i za granicą.

BIBLIOGRAFIA

- Dz. Urzędowy GKKFiT nr 6, poz. 32, Zarządzenie nr 98
- Dz. Urzędowy GKKFiT nr 3 z 1 marca 1977 r. poz. 10
- Dziennik Ustaw 62 poz. 689 z 25 czerwca 1999 r. tzw. Ustawa o POT
- Dziennik Ustaw Nr 94 poz. 1037 z 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych
- J. Merski: *Informacja turystyczna w Polsce*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002, s. 7-9.
- J. Merski, J. Piotrowski, *System informacji a ruch turystyczny*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna. Warszawa 2008
- J.P. Piotrowski, M. Traczyk: *Promocja i informacja turystyczna: wybrane zagadnienia*. Instytut Turystyki, Kraków 1999, s. 9-10.
- P. Różycki, *Zarys wiedzy o turystyce*. Wydawnictwo Proksenia. Kraków 2009
- Gazeta Prawna, artykuł z 29 października 2009 r.
- Materiały szkoleniowe Polskiej Organizacji Turystycznej
- Materiały Forum Informacji Turystycznej

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1 Ankieta zgłoszeniowa punktu „it” do bazy danych POT, Źródło: www.pot.gov.pl



Ankieta dla potrzeb wewnętrznych Polskiej Organizacji Turystycznej

Dotyczy: Centrów Informacji Turystycznej

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---------------|----------------|---|----------------|---|---|---|---|---|
| Dokładna nazwa | | | | | | | | | | | | |
| Adres | | | | | | | | | | | | |
| Województwo | | | | | | | | | | | | |
| Telefon | | | | | | | | | | | | |
| Fax | | | | | | | | | | | | |
| www | | | | | | | | | | | | |
| E-mail | | | | | | | | | | | | |
| Status prawny | | | | | | | | | | | | |
| Podległość (urząd marszałkowski, powiat, miasto, gmina, inna – jaka?) | | | | | | | | | | | | |
| Data powstania, przekształcenia | | | | | | | | | | | | |
| Imię i nazwisko stanowisko kierującego centrum | | | | | | | | | | | | |
| Liczba zatrudnionych w tym informatorów | | | | | | | | | | | | |
| Posiadane kwalifikacje – szkoły, kursy itp. (dot. informatorów) | | | | | | | | | | | | |
| Informator I | Informator II | | | | Informator III | | | | | | | |
| Znajomość języków obcych | | | | | | | | | | | | |
| | Informator I | | | Informator II | | | Informator III | | | | | |
| Język | Znajomość [biegła (B), zaawansowana (Z), średnia (Ś), podstawowa (P)] | | | | | | | | | | | |
| | B | Z | Ś | P | B | Z | Ś | P | B | Z | Ś | P |
| angielski | | | | | | | | | | | | |
| niemiecki | | | | | | | | | | | | |
| francuski | | | | | | | | | | | | |
| rosyjski | | | | | | | | | | | | |
| włoski | | | | | | | | | | | | |
| hiszpański | | | | | | | | | | | | |
| Godziny pracy | <u>Dni powszednie</u> | | | | | | <u>Święta</u> | | | | | |
| w sezonie (miesiące) | | | | | | | | | | | | |
| poza sezonem | | | | | | | | | | | | |
| Dostępność poprzez własne serwisy internetowe (adres) | | | | | | | | | | | | |
| Dostępność poprzez | | | | | | | | | | | | |

| | |
|--|--|
| tel./call center – jakie, czas dostępu | |
|--|--|

Lokalizacja

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------|------------------|--------------------|-------|-------|--------|-------------|-----------------|------|-----------|-------|-------|--|
| rynek | centrum | dworzec kolejowy | dworzec autobusowy | zamek | pałac | muzeum | hipermarket | ciąg turystyczn | park | przystaiń | urząd | kiosk | |
| | | | | | | | | | | | | | |

Inna – jaka?

Funkcjonalność

| | | | | | | | | | | | | | |
|---------|--------------------------|------------------|--------|------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|-----------------|------------------|---------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| Parking | podjazd dla niepełnospr. | witryna od ulicy | parter | informacja na witryni. | plan/mapa witryna | darmowe materiały | stolik dla petentów | oznakowanie „j” | oznakowanie „it” | oznakowanie do „IT” | biblioteka turystyczna | pomieszcz. socialne | informacja telefoniczna |
| | | | | | | | | | | | | | |

Inna – jaka?

Narzędzia wykorzystywane w codziennej pracy (komputery, programy komputerowe, internet itp.)

Czynniki utrudniające działalność „it”

-

Wnioski i propozycje rozwiązań służące rozwojowi systemu „it”

-

Miejscowość

Dnia200 . r.

Pieczętka

Osoby odpowiedzialna

Załącznik 2 Formy organizacyjne punktów informacji turystycznej w Polsce w 2005 r. Źródło: opracowanie własne (dane historyczne z 2005 r.)

| Miasto Region | Nazwa | Komu podlega organizacyjnie | Ilość pracownik ów | Dni i godziny otwarcia | Licen cja na usługi turyst yczne wg ustaw y | Inne źródła przychodów |
|------------------|--|--|--------------------------|--|--|---|
| Zielona Góra | Zielonogórskie Centrum Informacji i Promocji Turystyki | Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji | 1 | Cały rok poniedziałek – piątek 9.00 – 17.00 od 15 VI do 15 IX także soboty i niedziele 10.00 – 14.00 | NIE | Sprzedaż planów, map, wydawnictw turystycznych, pocztówek, pamiątek, usługi marketingowe (promocja i reklama) |
| Wrocław | Centrum Informacji Turystycznej | Dolnośląska Organizacja Turystyczna | 2 | Poniedziałek – piątek 9-17, sobota 10-14 Sezon letni: poniedziałek – piątek 9-18, sobota, niedziela 10-14 | TAK | Sprzedaż planów, map, promocji i reklamy, wynajmem usług przewodnickich |
| Tarnów | Tarnowskie Regionalne Centrum Koordynacji i Obsługi Turystyki | Urząd Miasta Wydział Edukacji, Sportu i Turystyki | 8 | Poniedziałek 10 – 17, wt – soboty 9 – 17.00 | TAK | Sprzedaż map, wydawnictw turystycznych, pocztówek, pamiątek, wynajem pokoi gościnnych, sal konferencyjnych, organizowanie szkoleń i spotkań biznesowych |
| Opole | Miejska i Regionalna Informacja Turystyczna Opole | Urząd Miasta Wydział Strategii Rozwoju i Promocji Miasta | 2 | Poniedziałek – piątek 10.00 – 17.00, soboty 10.00 – 13.00, w sezonie letnim poniedziałek – piątek 10.00 – 18.00, soboty – niedziele 10.00 – 13.00 | TAK | Sprzedaż wydawnictw informacyjno – promocyjnych, plany i foldery, z których dochód jest przekazywany na rachunek bankowy UM |
| Kołobrze g | Centrum Promocji i Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Biuro Prezydenta | 5 | Styczeń – maj oraz wrzesień – grudzień, pon – pt 8.00 – 16.00, czerwiec – sierpień pon – niedziela 8.00 – 18.00 | TAK | Sprzedaż przewodników, map, terenów miejskich, słupów miejskich, organizacja impresz lokalnych, konferencji, promocja |
| Kalisz | Centrum Informacji Turystycznej Ośrodka Sportu, rehabilitacji i Rekreacji | Ośrodek Sportu, rehabilitacji i Rekreacji (zakład budżetowy UM w Kaliszu) | 3 | Poniedziałek – piątek 10.00 – 17.00, sobota 10.00 – 14.00 | NIE | Organizacja giełdy turystyki i sprzętu sportowo - turystycznego Calisia, organizacja stoiska promocyjnego regionu pld. Wielkopolski na targach turystycznych kraju, prowadzenie księgarni turystycznej |

| | | | | | | |
|-------------------|--|---|---|--|-----|--|
| Bydgoszcz | Miejskie Centrum Informacji Turystycznej | Urząd Miejski Wydział Promocji | 3 | Poniedziałek – piątek 8.00 – 20.00, sobota – 10.00 – 14.00 | TAK | Sprzedaż przewodników, planów miast, usługi przewodnickie, pośrednictwo w organizowaniu pobytów turystycznych |
| Woj. małopolskie | Małopolskie Centrum Informacji Turystycznej (Kraków) | Sp. Z o.o. | 2 | Okres zimowy Poniedziałek – piątek 9.00 – 17.00 Sobota 9.00 – 14.00 Okres letni Poniedziałek – piątek 8.00 – 20.00 Sobota, niedziela 9.00 – 14.00 | TAK | Utrzymują się ze sprzedaży wydawnictw, map, kart turystycznych, prowizji od organizatorów ze sprzedaży biletów na imprezy kulturalne, organizujemy imprezy turystyczne z wynajmem przewodników, prowadzimy rezerwacje hotelowe i w pensjonatach, ale prowizję otrzymujemy od nich, nie od klienta. |
| Częstochowa | Centrum Informacji Turystycznej | Miejski Ośrodek Promocji i Rozwoju Regionalnego | 2 | Poniedziałek – piątek 9.00 – 17.00 Sobota 9.00 – 14.00 | NIE | Brak innych źródeł przychodów |
| Kielce | Miejski Ośrodek Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Wydział Edukacji, Kultury i Ochrony Zdrowia | 3 | Pn. – pt. 7.30. – 17.00 w sezonie od 1.IV. – 31.X - 7.30 – 19.00 Sob 10.00 – 15.00 w sezonie od 1.IV. – 31.X - 10.00 – 15.00 | NIE | brak |
| Koszalin | Regionalna Agencja Promocji Turystyki | spółka z o.o. (większość udziałów ma Urząd Miejski) | 7 | poniedziałek – piątek 9.00 – 17.00 sobota 10.00 – 14.00 | TAK | sprzedaż wydawnictw turystycznych, promocja regionu (organizacja stoisk targowych) usługi turystyczne (wczasy, kolonie, wycieczki) sprzedaż biletów na przejazdy autokarowe i mikrobusowe sprzedaż legitymacji PTSM |
| Krosno Odrzańskie | Punkt Informacji Gospodarczej i Turystycznej | Urząd Miasta Wydział Organizacyjny | 1 | Poniedziałek – piątek 10.00 – 18.00 | NIE | Sprzedaż materiałów promocyjnych /mapy, foldery/, obsługa turystów indywidualnych i grupowych jako przewodnik po Izbie Muzealnej w zamku piastowskim, w którym ponadto swoje prace wystawiają plastycy (prace są do kupienia). |
| Włocławek | Informacja Turystyczna Urzędu Miasta we Włocławku | Urząd Miasta Wydział Rozwoju, Promocji i Współpracy | 2 | Poniedziałek – piątek 8.00 – 16.00 | NIE | Brak innych źródeł dochodów |

| | | | | | | |
|-----------------|--|--|---|--|-----|---|
| | | zagranicznej | | | | |
| Głuchola zy | Centrum Informacji Turystycznej Miast Przygranicznych Głucholazy – Złote Hory | Urząd Miejski Wydział Promocji, Planowania i Integracji Europejskiej | 2 | Pon – pt 7 – 17.00, sob 10.00 – 13.00 | NIE | Brak innych źródeł dochodów |
| Karpaty | Ośrodek Informacji Turystycznej Karpaty | Agencja Rozwoju Regionalnego Karpaty spółka akcyjna | 2 | Poniedziałek - piątek | NIE | Prowadzenie serwisu internetowego, organizacja wyjazdów na targi turystyczne |
| Jelenia Góra | Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej | Urząd Miasta bezpośrednio podlega Prezydentowi Miasta, merytorycznie Wydziałowi Kultury, Sportu i Turystyki, zakład budżetowy | 9 | Sezon letni (lipiec-wrzesień) od poniedziałku do piątku od 9.00 do 18.00, soboty i niedziele od 10.00 do 14.00, sezon zimowy od poniedziałku do piątku od 9.00 do 18.00 w soboty od 10.00 do 14.00. | TAK | Sprzedż planów, map, przewodników, promocja i reklama, wynajem usług przewodnickich |
| Sopot | Centrum Informacji Turystycznej i Uzdrowskiej | Urząd Miejski Wydział Kultury, Zdrowia, Turystyki i Sportu | 3 | Codziennie 8.00 – 16.00 W sezonie od 15.V do 15.IX czynne od 8.00 do 20.00 | TAK | Sprzedż planów, map, albumów i pocztówek |
| Nowy Sącz | Centrum Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Kolejowe Stowarzyszenie Animatorów Kultury | 3 | Pon – piątek 9.00 – 17.00 sobota 9.00 – 14.00 | TAK | Sprzedż biletów międzynarodowej komunikacji autokarowej, agencyjna, sprzedż imprez turystycznych (wczasy, kolonie, zielone szkoły), sprzedż biletów lotniczych, sprzedż ubezpieczeń turystycznych, usługi przewodnickie, sprzedż międzynarodowych kart młodzieżowych (EURO 26) |

| | | | | | | |
|-------------|--|---|-------------------------------------|--|-----|---|
| Gdynia 1 | Miejska Informacja Turystyczna | Urząd Miasta Wydział Polityki Gospodarczej, Referat Turystyki) oraz Fundacja Rozwoju Wyższej Szkoły Morskiej w Gdyni | 2 | W sezonie: 1.maja-30września: poniedziałek – piątek 8.00-18.00, sobota 9.00-16.00, niedziela i święta 9.00-15.00. Po sezonie: 1.października-30.kwietnia: poniedziałek – piątek 10.00-17.00, sobota 10.00-15.00, niedziela i święta - nieczynne. | NIE | Sprzedaż map, przewodników, pamiątek, kart telefonicznych, pocztówek. Docelowo planowane jest zawarcie umów prowizyjnych z gestorami bazy noclegowej i prywatnymi kwaterodawcami. |
| Gdynia 2 | Bałtycki Punkt Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Wydział Polityki Gospodarczej, Referat Turystyki) oraz Fundacja Rozwoju Wyższej Szkoły Morskiej w Gdyni | 2 | Tylko w sezonie: 1 maja – 30 września pon – piątek 9.00 – 18.00, sobota 10.00 – 17.00, niedziela i święta 10.00 – 16.00 | NIE | Sprzedaż map, pocztówek, przewodników, pamiątek i kart telefonicznych |
| Świnoujście | Centrum Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Wydział Promocji i Turystyki | 1 | Poza sezonem: pon – piątek 9 – 17.00, w sezonie: pon – piątek 8.30 – 17.30, soboty i niedziele 9.00 – 16.00 | NIE | Brak innych źródeł dochodów |
| Poznań | Centrum Informacji Miejskiej | Urząd Miasta Wydawnictwo Miejskie w Poznaniu (jednostka pomocnicza UM) | 8 osób w tym jedna na ½ etatu | Od poniedziałku do piątku w godz. 10.00 – 19.00, soboty 10.00 – 17.00 | NIE | Sprzedaż planów, map, wydawnictw o Poznaniu (przewodniki, albumy), pocztówek, biletów komunikacji miejskiej, biletów na imprezy kulturalne i rozrywkowe. Przy CIM działa również salon – galeria sprzedająca pamiątki i dzieła sztuki tematycznie związane z Poznaniem |
| Konin | Informacja Turystyczna | PTTK O/Konin | 1 + studenci | W okresie VI – IX codziennie od 8 do 16.00, poza tym kontakt poprzez pocztę i e-mail | NIE | Tak, różna działalność gospodarcza |
| Bielsko - | Miejskie Centrum | Urząd Miasta | 6 | Poniedziałek – piątek 8-18.00, | NIE | Sprzedaż map, czasopism, pocztówek, |

| | | | | | | |
|---------------------|---|---|--|--|-----|--|
| Biała | Informacji Turystycznej | Wydział Promocji Miasta (jednostka budżetowa) | (5,5 etatu) | soboty 8.00 – 16.00 | | upominków |
| Łódź | Centrum Informacji Turystycznej | Urząd Miasta Wydział Edukacji i Kultury Fizycznej jednostka budżetowa | 3,5 etatu | Pon – piątek 8.30 – 16.30, sobota 9.00 – 13.00 | NIE | NIE |
| Gorzów Wielkopolski | Punkt Promocji i Informacji Turystycznej PTTK | Oddział Miejski PTTK w Gorzowie | IV – IX – 2 osoby X – III – 1 osoba | Sezon pon – sob 9.00 – 17.00, poza sezonem pon – czwartek 9.00 – 17.00 | NIE | Sprzedaż planów, map, biletów MZK, promocja i reklama, rezerwacja noclegów, wynajem usług przewodnickich, usługi ksero, pośrednictwo fotograficzne |



Rysunek 14 Schemat Lubuskiego Systemu Informacji Turystycznej

