

## **Standardy jakości w turystyce na przykładzie certyfikacji punktów Informacji Turystycznej – pierwsza edycja w Małopolsce**

*Anna Batko*

*Celem artykułu jest omówienie problemu związanego z jakością w regionalnych sieciach informacji turystycznej (it). Analizie poddane zostały zwłaszcza procedury doskonalenia obsługi turysty. Podstawowe pytanie dotyczyło sposobów w jakich obsługa turysty w sieci it poddawana była w latach 2009–2010 audytowi, kto i jak ten proces organizował. Całość opracowania została osadzona w ramach teoretycznych nauk o zarządzaniu. Wyniki są następujące: Do pierwszej certyfikacji w roku 2010 zgłosiło się 17 placówek it. Ocenie zostały poddane kwalifikacje informatorów, usługi dostępne w punktach informacji turystycznej, środki wizualizacji, nośniki promocji, jakość wyposażenia pomocniczego. Stan it wylaniający się z tej punktacji mieści się w grupie ocen dobrych i dostatecznych. Oceny te zostały następnie wykorzystane do poprawienia jakości obsługi klienta w miejscach certyfikowanych.*

### **1. Wstęp**

W porównaniu z innymi branżami, w usługach turystycznych niewiele jest jeszcze przypadków wprowadzania wdrożeń projakościowych. Te, które są zakończone bądź nadal realizowane, nie zawsze są znane bliżej w otoczeniu. Niniejsze opracowanie uzupełnia ten deficyt. Przedstawia problem standardów jakości w ujęciu regionalnym. Jego celem jest zidentyfikowanie norm i procesów jakości kategoryzujących zasoby materialne i niematerialne znajdujące w sieciach informacji turystycznej it. Opracowanie odpowiada na pytania, kto, jak i kiedy wprowadzał certyfikację w sieci, czym ten rodzaj certyfikowania się odznaczał i jakie potrzeby zaspokajał. Okres analizy obejmuje dwa lata (2009 i 2006). Jest to czas wprowadzania pierwszych zmian projakościowych związanych z obsługą klienta w biurach it.

Praca składa się z trzech części. Pierwsza jest przeglądem literaturowym i odpowiada na pytanie, jak interpretowana jest jakość przez znawców tego tematu. Druga charakteryzuje przedmiot badań, to znaczy istniejące wtedy rozwiązania sieciowe na poziomie lokalnym/regionalnym. Trzecia część jest analizą standardów jakości. Wykorzystano w niej podejście procesowe, przy-

mując, że podejmowane wtedy były pewne sekwencje działań, między którymi zachodziły powiązania przekształcające jakość obsługi w kierunku pożądanym przez kreatorów tego rozwiązania. Metodą badawczą jest analiza treści, badania z za biurka i case study.

## 2. Definicja jakości usług turystycznych

Przegląd literaturowy wskazuje, że jakość w praktyce gospodarowania turystycznego pojawia się w połowie lat 90. jako reakcja dostawców usługi turystycznej na trudności związane ze zbytem. W tym czasie zachodzą dynamiczne zmiany w otoczeniu dalszym, popytowym, jak i bliższym, konkurencyjnym, a sam rynek turystyczny jest konfrontowany z zewnętrznymi zagrożeniami i własnymi słabościami. Powszechniejsze staje się wtedy poszukiwanie rozwiązań, procedur i narzędzi pozwalających na efektywniejsze wykorzystanie posiadanych zasobów i tą drogą na dostosowanie ich do turbulentnej zmiany otoczenia (Kowalczyk 2009: 5).

W tego rodzaju uwarunkowaniach środowiskowych termin jakości przeniesiony zostaje najpierw do usług turystycznych z normy ISO 9000:2000. Ma on potem w branży turystycznej kilka interpretacji. W pierwszej interpretacji produktowej jakość to stopień, w jakim zestaw atrybutów (fizycznych, czasowych, ergonomicznych, funkcjonalnych i pozostałych) spełnia oczekiwania, które zostały ustalone systemowo, przyjęte zwyczajowo lub obowiązkowo. W drugiej interpretacji jakość to podsystem zarządzania organizacją turystyczną, do którego głównych zadań należy identyfikacja przyczyn niezgodności zachodzących w procesach rozwoju jakości. W trzeciej interpretacji, opartej na TQM, jakość jest misją, filozofią obsługi turysty-klienta, kreowaną przez następujące składniki: kompleksowe myślenie oraz współdziałanie wszystkich pracowników. Proces ten z założenia prowadzić ma do wzrostu jakości. Ta ostatnia definicja najlepiej oddaje sens wdrożeń realizowanych w punktach informacji turystycznej it po roku 2010 w regionie Małopolski.

W definicjach pojawiają się też określenia „jakość typu” i „jakość wykonania”. Jakość typu to inaczej wzorzec, według którego usługi turystyczne są przeprowadzane. Jakość wykonywana to pochodna jakości typu. Oznacza stopień zgodności wartości rzeczywistej z wzorcem lub wyspecyfikowanymi działaniami wprowadzającymi te wzorce do praktyki funkcjonowania it. W sumie jakość realizowana musi odpowiadać ustalonym we wzorcach warunkom, w jakich produkt turystyczny jest świadczony. Przykładem jest obsługa turysty organizowana przez poszczególnych dostawców produktu turystycznego po przemianach transformacyjnych w kraju w latach 1989–2010 (Kornak i in. 1996: 178).

Jakość jest definiowana jeszcze obsługowo – jako więź typu jeden do jednego albo jeden do wielu. Odpowiednikami są doradcy it i turyści, którzy korzystają z ich obsługi. W zakres tak definiowanej obsługi wchodzi elementy

zarówno materialne, jak i niematerialne sprowadzone do następującej reguły: właściwa ilość, właściwy stan, właściwy czas, właściwe miejsce, właściwy koszt, właściwy klient. Typowe działanie tego rodzaju to satysfakcjonowanie, zwiększenie zadowolenia związanego z decyzjami zakupowymi turysty.

Obsługę klienta w systemie jakości można również rozpatrywać w kategoriach określonych mierników wskazujących na stopnie realizacji przyjętych zadań przez organizacje turystyczne. Mierniki tego rodzaju są z natury mierzalne, łatwo poddające się standaryzacji (Strojny 2008: 2). W sumie można uznać, że w turystyce istnieje pewna różnorodność znaczeniowa terminu jakości usług, a w wybranych opracowaniach wyodrębnia się kategorię obsługową na tle ogólniejszej działalności dostawcy polegającej na wykonywaniu czynności służących spełnianiu potrzeb i oczekiwań odbiorców/turystów. Działalność ta po stronie dostawcy podlega organizacji, jak również nadzorowi i analizie wykonawczej realizowanej m.in. poprzez badanie rynku, formułowanie ogólnej oferty, projektowanie i realizowanie procesu uwzględniającego potrzeby i pragnienia odbiorcy finalnego, czyli turysty.

### 3. Standardy po stronie dostawcy

Przyglądając się bliżej dostawcom turystycznym, można zauważyć, że integrują oni ze sobą systemy i procedury zarządzania, opierając je na standardach organizacyjnych. Są to przyjęte w drodze uzgodnienia dokumenty zawierające definicje, zasady, wskazówki i kryteria klasyfikacyjne, jakościowe. W rozumieniu szerszym celem dokumentowania jest zapewnienie jakości na odpowiednim poziomie. W rozumieniu węższym celem standaryzacji jest na ogół bieżąca kontrola zadań i doskonalenie się w ramach przyjętych zobowiązań.

W obu przypadkach standard jest kształtowany dwukierunkowo: od wewnątrz do zewnątrz i od zewnątrz do wewnątrz. Kształtowany od wewnątrz do zewnątrz ma charakter bardziej ogólny i perspektywiczny. Jest też wzorcem, modelem, czyli jakością typu przyjętą dla celu doskonalenia. Kształtowany od zewnątrz do wewnątrz ma charakter szczególny, bo jednostkowy. Realizowany jest tu i teraz, przy uwzględnieniu postępu technologicznego oraz rosnących wymagań ze strony zainteresowanych nim użytkowników: dostawców i odbiorców produktu turystycznego.

W sumie standard obsługi turysty w IT najlepiej definiują ustalone wcześniej i oparte na badaniach rynku kryteria, normy i wzorce ułatwiające kontakty doradców z klientami/dostawcami i odbiorcami usług turystycznych (Kempny 2001: 15).

Proces badania standardów wymaga profesjonalizmu, odpowiedzialności, orientacji na klienta. Badanie jest wielokierunkowe. Badaniu poddawany jest na przykład standard usługi noclegowej, żywieniowej, transportowej, ubezpieczeniowej, bankowej, a także niematerialny charakter produktu obsługowego, jego nietrwałość, nierozzerwalność wytwarzania i konsumowa-

nia. Bada się też związek dostawcy i odbiorcy w biurach IT. Jedną z technik pomiaru w badaniach jest audyt, odmianą audytu jest tajemniczy klient.

Przy wykorzystywaniu audytu ważne jest aktywne uczestnictwo pracowników w prowadzonych badaniach, a w uzasadnionych organizacyjnie przypadkach także klientów wewnętrznych sieciowych. Weryfikowanie ich stanowisk pozwala pogłębić audyt w tych miejscach, w których otrzymywane wyniki wskazują na słabości. *Mystery shopper*, czyli tajemniczy klient, sprawdza bezpośrednio jakość obsługi. Jest to rodzaj obserwacji uczestniczącej, ukrytej, ukazującej silne i słabe strony doradców, wychwytywane w czasie ich pracy z klientem. Chodzi szczególnie o osobowościowe umiejętności rozpoznawania potrzeb turystycznych, o umiejętności kompetencyjne prezentowania ofert również w językach obcych i umiejętności pracy w warunkach trudnych, stresogennych, których i na froncie, i na zapleczu obsługi turystycznej nie brakuje.

W sumie powyższe działania domykają cykl doskonalenia procesu i przenoszą go na wyższy poziom. Zapewniają przy okazji nie tylko kontrolę realizacji zamierzeń, ale również bieżącą naprawę uchybień (Dziatkowiec 2007: 22). Sama procedura badań jest na ogół czteroetapowa. W etapie pierwszym opracowywane są zasady pomiaru. W drugim zbierane są informacje surowe, pierwotne. Etap trzeci jest oznaczony jako weryfikacja danych, a końcowy, czwarty jest oznaczany jako wprowadzanie napraw i wzmocnienie sił pro jakościowych (Łunarski 2008: 294).

Warto na koniec zauważyć, że zdania na temat wykorzystywania standaryzacji są wśród specjalistów turystycznych podzielone. Z jednej strony zauważają oni, że standaryzacja usprawnia gospodarkę turystyczną w miejscach lokalnych i przynosi ekonomiczne korzyści związane z obniżaniem strat, ale z drugiej podkreślają, iż standaryzacja może stanowić zagrożenie dla tak ważnej cechy, jaką jest różnorodność produktu turystycznego. Ponadto podkreślają, że koszty wprowadzania standaryzacji do obiegu dystrybucyjnego są czasami znacznie wyższe od korzyści wynikających z jej zastosowania. W sumie jednak w ocenach standaryzacja pozwala wyrównywać poziomy obsługi klienta w różnego rodzaju organizacjach turystycznych. Zwiększa zauważalność marki i poprawia kompetencje pracowników obsługowych.

W praktyce podejście do norm pro jakościowych jest różnicowane. Tak na przykład w turystyce obiektem normalizacji najczęściej jest sam produkt, czasami system zarządzania. Wśród norm można odnaleźć wewnętrzne i zewnętrzne standardy, normy o charakterze obligatoryjnym, kategoryzacyjnym i fakultatywnym. Imiennie przyjmują one różne nazwy. Na przykład są to wspomniane ISO 9000:2000, europejskie EN, krajowe PN. Wszystkie wymienione normy z założenia umożliwiają lub gwarantują spełnienie podstawowych celów (Łunarski 2008). Oznacza się je poprzez:

- funkcjonalność – rozumianą jako zdolność produktów turystycznych, procesów i usług do spełnienia określonych zadań realizowanych w określonych warunkach lokalnych;

- zamiennność – rozumiana jako możliwość zastąpienia jednego produktu, procesu lub usługi substytutem;
- bezpieczeństwo – rozumiane jako możliwość wyeliminowania nieakceptowanego poziomu ryzyka, szkody ponoszonej w procesie świadczenia;
- regulowanie różnorodności – co rozumiane jest jako dobieranie optymalnej liczby ofert turystycznych w stosunku do potrzeb danego segmentu.

Komplementarnym oznaczeniem dla standaryzacji jest kategoria certyfikacyjna rozumiana na ogół jako uznanie przez niezależną stronę, że usługa turystyczna jest zgodna z pewnymi wymaganiami. Certyfikacja dzielona jest na dobrowolną i przymusową. Dobrowolna z punktu widzenia prawa nie obowiązuje, ale bywa konieczna w sytuacji, kiedy organizacja it wchodzi do systemu na podstawie świadectwa. Świadectwo dokumentuje jakość na pewien okres, na przykład jest to okres jednego roku. Przygotowanie do uczestnictwa w procedurze nazywane jest stanem gotowości certyfikacyjnej. Gotowość podmiotu oznaczać może, że system obsługi funkcjonuje zgodnie z opracowaną wcześniej dokumentacją, dokumentacja ta spełnia wymagania wynikające z normy i że procesy obsługowe objęte systemem certyfikacji będą zweryfikowane przez odpowiednie badania własne lub zlecone (Jabłoński i in. 2002: 52).

#### 4. System informacji turystycznej it w Polsce

System informacji turystycznej it w naszym kraju nigdy nie był tworem jednorodnym. Po roku 1989 ogniwami tego systemu są oddziały terenowe oraz centrala Polskiej Agencji Promocji Turystyki (PARP), regionalne organizacje i agencje promocji turystyki, wojewódzkie centra lub ośrodki informacji turystycznej, miejskie ośrodki informacji turystycznej oraz punkty informacji turystycznej. Aktualnie jest tak nadal, przy czym wymienione podmioty działają administracyjnie i geograficznie w strukturach miejskich/wiejskich, lokalnych, regionalnych, krajowych. Realizują zadania własne i funkcjonują zgodnie z założeniami polityki turystycznej prowadzonej przez miasta i gminy. Tworzą w wybranych miejscowościach swoje agendy, ośrodki, centra, ekspozytury. Zakres ich pracy sprowadza się do informacji, poradnictwa i promocji turystycznej (Butowski 1998: 70).

W tej rodzinie regionalne organizacje turystyczne (roty) prowadzą kompleksową działalność. To znaczy ich celem jest m.in. kreowanie i upowszechnianie wizerunku województwa jako miejsca atrakcyjnego dla turystów. Drugim celem jest integrowanie środowiska, a trzecim kreowanie turystyki w otoczeniu. W efekcie roty zwiększają liczbę turystów odwiedzających regiony. Poprawiają infrastrukturę turystyczną i tworzą regionalny system informacji turystycznej. Włączają go w krajowe rozwiązania znane pod nazwą zarządzanie systemem it (*Statut, Regionalna Organizacja Turystyczna...* 2003).

Lokalne ośrodki it stanowią niższe, nie mniej ważne ogniwo organizacyjne w branży turystycznej. Celem lokalnych it jest sprawne funkcjonowanie systemu informacji na obszarach o dużym natężeniu ruchu turystycznego. Zadania na tym poziomie są szczegółowe. Do głównych zalicza się (Ministerstwo Gospodarki i Pracy 2002):

- gromadzenie i przetwarzanie informacji z terenu objętego działaniem danego ośrodka;
- dystrybuowanie informacji i jej udostępnianie zainteresowanym turystom;
- współpracowanie z samorządem lokalnym, gospodarczym, stowarzyszeniami, instytucjami oraz podmiotami gospodarczymi w zakresie kreowania lokalnego produktu turystycznego i jego promocji (targi, festyny, konkursy);
- współpracowanie z branżą turystyczną i mediami;
- kooperowanie z innymi lokalnymi ośrodkami i punktami informacji turystycznej oraz z wojewódzkimi (regionalnymi) centrami informacji turystycznej;
- prowadzenie doradztwa przeznaczonego dla turystów indywidualnych i organizatorów wypoczynku;
- wydawanie i kolportowanie materiałów reklamowych;
- świadczenie usług bezpośrednich, elektronicznych;
- prowadzenie pozostałych usług turystycznych.

Historia rozwoju it wygląda następująco: posługując się umownie cyklem życia, można zauważyć, że w pierwszym okresie wprowadzania po roku 1989 it charakteryzuje nie tylko różnorodność struktur, a także zakresów i form pracy wynikających z nowych, bo rynkowych potrzeb informacyjnych organizowanych zarówno po stronie podaży, jak i po stronie popytu turystycznego. Rozwój it jest wtedy raczej zbieżny z rozwojem samorządności gminnej. Na ten stan nakłada się brak koncepcji krajowych, centralnych odpowiadających na pytanie, jak powinien rozwijać się system it w skali ogólnopolskiej. W efekcie rozwój it jest żywiołowy, następuje likwidacja wielu ogniw, pojawia się deregulacja i rozproszenie działań. obsługowych Stan taki to lata 1995–1999. W tej sytuacji w trzecim etapie powrotu do rynkowej normalności powstaje w 1999 r. Polska Organizacja Turystyczna (POT). Realizując innowacyjne koncepcje promocji turystyki w kraju i za granicą, wypracowuje jako swój własny priorytet nowatorski model organizacyjny it. W modelu tym w ramach działań standaryzacyjnych wprowadzone zostają również m.in. działania projakościowe. Do takich należą, przed pierwszą oceną przeprowadzoną w 2010 r., jednolite oznakowanie potwierdzające wspólnotę systemu informacyjnego it, tworzenie wspólnej bazy danych, której it są zarówno współautorami, jak i użytkownikami, a także certyfikowanie najlepszych rozwiązań. W ujęciu marketingowym elementem szkieletu jakości stają się już wtedy logo (sygnety i logotypy) umieszczane na zewnątrz w postaci podświetlanych kasetonów. Drugim elementem są tablice kierunkowe oznaczające drogi dojazdowe do it. W biurach it rolę

standaryzowania przejmują na siebie nośniki materialne typu: stojaki, monitory, biblioteczki, lamy. Pojawia się Internet, powszechniej wykorzystywany jest telefon. Są organizowane przestrzenie przeznaczone dla turysty (repcje, sale gościnne, pokoje gościnne, łazienki, podjazdy dla gości mniej sprawnych). Częścią usługi jest drobny handel (gadżety, wycieczki, eventy) W ten sposób informacja turystyczna realizowana w it w latach 1999–2009 (trzecia faza rozwoju) nabiera stopniowo cech jednolitości i tożsamości. Te cechy umożliwiają współudział it w tworzeniu swoistej kultury obsługi. Przygotowują ogniwa do pierwszej w historii certyfikacji w zakresie doskonalenia jakości pracy w obsłudze klienta (Idzikowski i Piotrowski 2003: 107).

## 5. Identyfikacja założeń certyfikacji

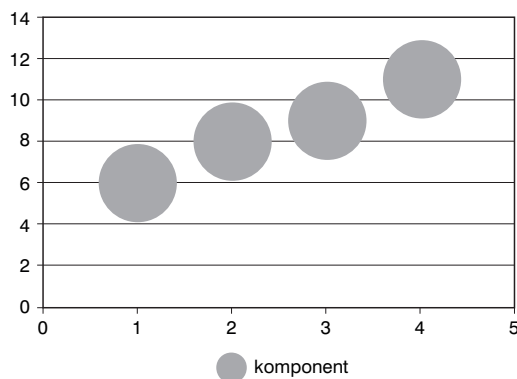
Certyfikacja sieci it w roku 2010 przeprowadzana jest przez POT na zasadzie dobrowolności i organizowana na podstawie indywidualnych zgłoszeń. Jej pierwszym celem staje się potrzeba zapewnienia odpowiedniej jakości obsługi turystów przez jednostki informacji turystycznej oraz drugim celem, nie mniej ważnym, ale potencjalnym, staje się utworzenie wzorca krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej współpracujących na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym. Certyfikacja obejmuje swoim zakresem dwie procedury, to znaczy ocenia zakres usług ogólnie dostępnych dla turysty oraz jakość tych usług na poziomie produktu podstawowego i poszerzanego. W procedurze biuro it może ostatecznie otrzymać od weryfikatorów od jednej do czterech gwiazdek. Nagrodą ma być świadectwo certyfikacyjne przyznawane na jeden rok.

Procedura certyfikacyjna wygląda następująco. Przygotowanie certyfikacji zostaje poprzedzone w styczniu 2010 r. spotkaniem zespołu roboczego. Zespół składa się z przedstawicieli POT, Zarządu Forum Informacji Turystycznej oraz przedstawicieli Regionalnych Organizacji Turystycznych (ROT). Podczas pierwszego spotkania omówione zostają zasady wprowadzania certyfikacji w życie. Na tym etapie opracowywane są również dokumenty. Należą do nich:

- regulamin certyfikacyjny,
- jakościowe i ilościowe kryteria oceny,
- karta (formularz ) zgłoszenia,
- wniosek standaryzacyjny.

Regulamin wprowadza cztery stopniowalne klucze kategoryzacyjne. Oceniane są m.in. dni/godziny otwarcia jednostek it, doświadczenie kierunkowe, kilkuletnie i znajomość języków obcych doradców, zakres udzielanych informacji, dostępność materiałów reklamowych, układ pomieszczeń (obszar konsultacji, obszar samoobsługi, obszar magazynowy i pracy dla personelu, samodzielne stanowiska komputerowe dla interesantów), oznakowania jednostek (napisy nad wejściami) lokalizacja jednostki informacji turystycznej (w centrum miasta/miejscowości, przy głównych trasach turystycznych, dostępność architektoniczna dla niepełnosprawnych). W ten sposób w regu-

laminie zostają zidentyfikowane poszczególne komponenty jakościowe. Są one ujmowane w kategoriach użyteczności dla nabywcy. Wykaz jest szczegółowy, czynniki są wymierne (rysunek 1).



Rys. 1. Klucz kategoryzacyjny w certyfikacji it w kraju w 2010 r. Źródło: opracowanie własne na podstawie Minimalne kryteria certyfikacji jednostek informacji turystycznej it 2010. MOT sekretariat, druk ulotny.

Wniosek tworzy pierwotną bazę danych, dlatego też jest dość szczegółowy. We wniosku zainteresowani umieszczają najpierw dane teled adresowe, to znaczy nazwę własną, adres, województwo, telefon, fax, adres strony www, email, status prawny, podległość, datę powstania (lub) i przekształcenia oraz dane osobowe menedżera kierującego daną placówką it. W drugiej części zainteresowani certyfikacją podają następujące dane: liczbę zatrudnionych, posiadane przez zatrudnionych kwalifikacje, godziny pracy, lokalizację, funkcjonalność, inicjatywy własne, nagrody i wyróżnienia, sumę punktów (ogółem), uzasadnienie wniosku. Dane te można znaleźć w odnośnikach strony <http://www.pot.gov.pl/certyfikacje-it/> (odczyt: 7.01.2011).

Proces certyfikacji opartej na powyższych dokumentach jest prowadzony w następujący sposób: it składają wniosek z prośbą o weryfikację zasobów. Dane znajdujące się w dokumencie weryfikuje Regionalna Komisja i zgłasza je potem do Krajowej Komisji Certyfikacyjnej. Komisja ma na przygotowanie świadectwa certyfikacyjnego do 45 dni. Wnioski mogą być składane 2 razy: 1 czerwca–30 września oraz drugi raz 1 grudnia–15 marca. Analizując te dokumenty, należy stwierdzić, że procedura została przez autorów przygotowana starannie. Dokumenty napisane do tej procedury są czytelne, a informacje umieszczane w formularzach do wypełnienia przez pracowników it podlegają normom jakości. Składniki obsługi podlegające weryfikacji są stosunkowo liczne. Zaliczyć do nich należy w głównej mierze kwalifikacje ludzkie, materialne środki świadczenia oraz materialne i niematerialne nośniki promocji.



## 6. Małopolska Organizacja Turystyczna: profil dostawcy

Małopolska Organizacja Turystyczna MOT powstaje na podstawie kierunkowego zapisu o POT oraz prawa o stowarzyszeniach. Jest organizacją współpracy samorządu terytorialnego i branży turystycznej oraz stowarzyszeniem o charakterze non profit. Celem MOT jako stowarzyszenia jest kreowanie i promowanie atrakcyjnego wizerunku Krakowa i Małopolski na krajowych i zagranicznych rynkach turystycznych, wspieranie rozwoju turystyki zgodnie ze strategią rozwoju turystyki Krakowa i województwa małopolskiego, integracja środowisk, prowadzenie informacji turystycznej, inicjowanie, opiniowanie oraz wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej, doskonalenie kadr turystycznych oraz tworzenie warunków do powstania i promowania produktów turystycznych w województwie małopolskim (Uchwała Nr CXVIII/1099/2002 Rady Miasta Krakowa z dnia 10 lipca 2002 roku).

W strukturze organizacyjnej MOT funkcjonuje w latach 2009–2010:

- Krynicka Organizacja Turystyczna,
- Sądecka Lokalna Organizacja Turystyczna „Beskid Zielony”,
- Lokalna Organizacja Turystyczna Gorlicach,
- Lokalna Organizacja Turystyczna w Zawoi,
- Lokalna Organizacja Turystyczna „Pieniny – Kraina Niezwykła”,
- Tarnowska Organizacja Turystyczna,
- Krakowska Organizacja Turystyczna.

W maju–sierpniu 2010 r. priorytetowym zadaniem dla MOT staje się certyfikacja it (*Plan pracy MOT 2010*).

Procedura certyfikacyjna zostaje przeprowadzona na podstawie umowy zawartej między Małopolską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Krakowie a Polską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem tej umowy jest przeprowadzenie certyfikacji w centrach informacji turystycznej znajdujących się w Małopolsce w terminie od 20 lipca do 30 sierpnia 2010 r. Cel umowy został określony jako:

- skategoryzowanie punktów informacji turystycznej w regionie,
- podnoszenie lokalnej jakości usług i standardów punktów informacji turystycznej,
- usystematyzowanie danych informacyjnych dotyczących regionalnych produktów turystycznych,
- utworzenie lokalnej sieci obsługi turysty o odpowiedniej jakości.

Umową zostają objęte następujące czynności. Pierwszą czynnością jest przesłanie wstępnej informacji do punktów/centrów it. Powiadomiono wtedy zainteresowanych certyfikacją dostawców, że kategoryzacja jest prowadzona po raz pierwszy oraz że poddanie się procesowi kategoryzacyjnemu jest dobrowolne. Podmioty informacji turystycznej zainteresowane kategoryzacją poproszone zostały o przesłanie uzupełnionego wniosku oraz indywidualnej

karty oceny do biura MOT w Krakowie w formie elektronicznego załącznika. Przesłanie było równoznaczne z wyrażeniem zgody na poddanie się procesowi weryfikacji/certyfikacji. Wzór wniosku oraz indywidualnej karty oceny wraz z regulaminem certyfikacji podmiotów informacji turystycznej można było pobrać ze strony. <http://www.mot.krakow.pl>. Termin przesłania uzupełnionego wniosku oraz indywidualnej karty oceny upływał w dniu 30 lipca 2010 r.

Ciałem wykonawczym powołanym w celu przeprowadzenia procedury została pięcioosobowa Regionalna Komisja Certyfikacyjna. Tworzy ją 4 pracowników MOT i 1 pracownik z Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Komisję powołują władze statutowe MOT.

Ocena it przeprowadzana zostaje przez Komisję na podstawie specjalnych wytycznych znajdujących się w załącznikach 1, 2, 3, 4 do Uchwały nr 1 Zarządu MOT (Uchwała 1 Zarządu Małopolskiej Organizacji Turystycznej z dnia 20 lipca 2010 roku). Na podstawie tych wytycznych Komisja prowadzi w sumie swoje prace przez 1,5 miesiąca, porównując dane zamieszczone w formularzach ocen it ze stanem faktycznym. Sprawdza zarówno składniki materialne, jak i niematerialne. Tym samym w certyfikacji wykorzystane są badania terenowe. W badaniach tych komisja sprawdza zwłaszcza:

- przygotowanie pracowników it do obsługi turystów (wykształcenie, znajomość języków, uprawnienia przewodnickie),
- godziny pracy it,
- dostępność punktu wszelkimi możliwymi kanałami komunikacji,
- lokalizację biur,
- wyposażenie biur,
- ofertę bezpłatnych materiałów informacyjno-promocyjnych,
- materiały handlowe przeznaczone do sprzedaży.

Cześć prac wykonuje się za pomocą techniki „tajemniczy klient”. Sprawdzana w ten sposób jest znajomość języków obcych oraz umiejętności komunikacyjne doradców. Pytani przez tajemniczego klienta udzielali odpowiedzi na pytania związane z atrakcjami, gastronomią, noclegami, pamiątkami, połączeniami transportowymi w miejscach lokalnych. W ocenie komisji doradcy obsługiwali klientów właściwie, to znaczy odpowiedzi były wyczerpujące, a problemy klientów doradcy rozwiązywali w sposób satysfakcjonujący.

Koszty wprowadzenia certyfikacji są niewielkie. Wynoszą 10 500 zł z podatkiem VAT. POT pokrywa 48%, a MOT 52% tych kosztów. W ten sposób dostawcy dzielą się stratami. W ramach strat na delegacje członków komisji przeznaczona jest 8 500 zł, na wykonanie świadectw i znaczków certyfikujących 2000 zł (razem 10 500 zł). W sumie w procesie wykorzystana zostaje stosunkowo prosta kontrola jakości organizowana poprzez inspekcję terenową. Audytorzy w ramach prowadzonych działań oceniają obsługę klienta raczej pozytywnie. Sam sposób przeprowadzania przez nich działań nie budzi też zastrzeżeń, jest zgodny z procedurami wcześniej przygotowanymi przez POT.

## 7. Analiza wniosków złożonych do certyfikacji

Analiza wskazuje, że w 2010 r. do procedury przystępuje 17 punktów, z czego 9 z Krakowa, 8 z regionu. Są to stowarzyszenia, jednostki budżetowe i pozabudżetowe, pomniki przyrody, spółki jawne. Wszystkie, poza jednym wyjątkiem, powstają po przemianach ustrojowych 1989 r. Staż pracy doradców w tych punktach to nie więcej niż 10 lat i nie mniej niż 3–5 lat. Staż pracy doradców na danym stanowisku to 2–11 lat. Przystępujące do weryfikacji jednostki it mają logo – białe litery „it” na niebieskim polu. W regionie markę kreuje w nazwie it słowo turystyczny, w Krakowie nfo (*Certyfikacja...* 2010).

Jakość w obsłudze można określić w dwóch wymiarach. Pierwszy należy oznaczyć jako zgodność z wyznaczonymi standardami (specyfikacją) obsługi klienta na poziomie materialnym i niematerialnym, drugi jako użyteczność (dostępność) dla turysty.

W odniesieniu do pierwszego wyznacznika bezpośrednio przy obsłudze turysty w jednym it zatrudnionych jest od 1 do 5 pracowników pierwszej linii, czyli informatorów. W 16 przypadkach informatorzy mają wykształcenie wyższe. Są to absolwenci nauk społecznych (ekonomia i zarządzanie) i humanistycznych (bibliotekarstwo). Ich specjalności (co czwarty informator) to: turystyka, hotelarstwo, zarządzanie działalnością gospodarczą, zarządzanie gospodarką turystyczną; 75% osób pracujących w roli informatora ukończyło kursy. Wśród ukończonych kursów wymieniane są następujące: kreowanie produktów turystycznych, sprzedaż usług turystycznych, ochrona danych osobowych, znajomość obsługi komputera. Co drugi informator deklaruje uprawnienia przewodnickie. Tak więc, przygotowanie kadry należy ocenić w punktacji szkolnej jako dobre. Znajomość języków w tej grupie jest dobra i dostateczna. Podstawowy jest język angielski, drugi język to francuski. Po jednej do dwóch osób deklaruje znajomość rosyjskiego, włoskiego, hiszpańskiego niemieckiego, czyli języków pozostałych, głównie europejskich.

W odniesieniu do drugiego wyznacznika wewnątrz placówek można wyodrębnić przestrzeń funkcjonalną dla turystów. W przestrzeni tej lokowane są lady szybkiej obsługi, kąciki konsultacji umożliwiające korzystanie z materiałów reklamowych, kąciki samoobsługowe z dużymi planami miasta i mapami okolic.

Rdzeniem oznakowania wizualnego jest logo umieszczane na zewnątrz, najczęściej nad drzwiami prowadzącymi do biura. Na zewnątrz nośnikami wizualnej strony obsługowej są tablice kierunkowe wskazujące drogę do it, witryny i szyby wystawowe. Kolor tablic informacyjnych jest, tak jak jest to zwyczajowo przyjęte w turystyce, brązowy. Wewnątrz pierwszorzędny nośnikiem informacji turystycznej jest komputer/Internet, stojaki i lady, antyramy z miejscami przeznaczonymi na materiały reklamowe.

Do materiałów reklamowych wykorzystywanych nieodpłatnie należą mapy, ulotki, katalogi, foldery, informatory regionalne, w sumie „drobnica”

turystyczna. Materiały pełnią funkcje: informacyjną i perswazyjną. It promują również miejsca docelowe poprzez realizację własnych imprez, współorganizują *study press*, udostępniają turystom pieczątki i wysyłają gadżety w rodzaju próbek herbaty Tarnowianka. Z innych inicjatyw prowadzą badania ankietowe wśród turystów, organizują spotkania w szkołach z młodzieżą, kursy języka angielskiego i słowackiego. Jednostkowo (na ul. Jana w Krakowie) można skorzystać już wtedy z mapy dla niedowidzących.

Jeżeli chodzi o dostępność, to it są raczej korzystnie lokalizowane w przestrzeniach miast i gmin, czyli w miejscach, gdzie po pierwsze może potencjalnie przebywać duża liczba turystów i po drugie gdzie łatwiej jest turystom docierać. Najlepiej to widać w Krakowie i w Tarnowie. W Tarnowie it jest zlokalizowana w rynku. W Krakowie centra informacji turystycznej są zlokalizowane: na Lotnisku Balice, na Rynku Głównym, w pobliżu Dworca Kolejowego, w Centrum Jana Pawła II w Łagiewnikach, w Pawilonie Wypiańskiego. Architektonicznie są to nowe pawilony, kioski, ale również zabytkowe kamienice i budowle. Przykładem może być Wieża Ratuszowa czy kamienica Hipolitów w Krakowie. O dostępności świadczy zakres usług przeznaczonych dla turysty. Tu do silnych stron zaliczyć należy: umiejętność udzielenia wyczerpujących odpowiedzi na pytania turysty, nie tylko w języku polskim, ale także angielskim, dotyczących bazy noclegowej, atrakcji lokalnych, organizowanych imprez.

Godziny otwarcia to część dostępności. Biura it pracują z różną częstotliwością. W pierwszym przypadku w sezonie w dni powszednie i w soboty od 10 do 14, w niedziele i święta są nieczynne. Drugi wariant w sezonie to czynne codziennie, również w soboty oraz w niedziele i święta od 9 do 19. Poza sezonem (miesiące październik–kwiecień) od 9 do 17.

W it mogą, ale nie muszą być dostępne parkingi, WC, pokoje gościnne (jeden przypadek), stanowiska komputerowe (ogólnie jedno lub dwa stanowiska). W jednym przypadku jest przechowalnia bagażu użyczana nieodpłatnie i do dyspozycji turysty dwa pokoje gościnne. Odpłatnie it świadczą usługi ksero i fax. Ponadto w punktach informacji turystycznej można kupić gadżety i wydawnictwa. Podjazdy dla turystów niepełnosprawnych są rzadkością.

W sumie pomiar wskazuje, że rdzeniem wyglądu it od zewnątrz jest przede wszystkim znak/logo umieszczone nad wejściem, one same znajdują się w miejscach koncentracji ruchu turystycznego, a prowadzą do nich tablice informacyjne. Wewnątrz są zachowane podstawowe standardy, ale ułatwień materialnych służących turyście nie ma zbyt wiele. Do tych niewielu zaliczyć należy parkingi, pokoje gościnne, łazienki, podjazdy dla turystów niepełnosprawnych. Wszystkie it posiadają materiały reklamowe i stanowiska komputerowe. Są plany okolic i mapy. Drobny handel prowadzony w tych miejscach stanowi raczej działalność uboczną. W ten sposób można ocenić obsługę klienta jako produkt dopiero rozwijający się, to znaczy w fazie wzrostowej.

## 8. Wyniki certyfikacji

Zderzenie założeń certyfikacyjnych POT z analizą obsługi wygląda następująco: średnia to trzy gwiazdki. W Krakowie trzy gwiazdki to norma, w pozostałych miastach i gminach Małopolski są i dwie, ale najwyższą lokuje się Tarnowskie Centrum Informacji, które otrzymuje cztery gwiazdki (zob. tabela 1).

Lp.	Nazwa	Status prawny	Liczba punktów
1	Stowarzyszenie Krynicka Organizacja Turystyczna	Stowarzyszenie	3
2	Informacja Turystyczna w Gorlicach	Punkt informacji Turystycznej prowadzony przez Stowarzyszenie Beskid Zielony	2
3	Tarnowskie Centrum Informacji	Jednostka budżetowa miasta Tarnowa	4
4	Jurajski Punkt Informacji Turystycznej Jaskinia Wierchowska	Pomnik Przyrody dzierzawiony przez B.U.T. Gacek	1
5	Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej w Wygiezłowie	Filia Wydziału Promocji i Funduszy Pozabudżetowych Starostwa Powiatowego w Chrzanowie	2
6	Centrum Informacji Turystycznej i Zakwaterowania Jordan	Prywatna działalność gospodarcza	4
7	Miejska Biblioteka Publiczna-Punkt Informacji Turystycznej	Miasto Myślenice	1
8	Informacja Turystyczna Marco Der Pole	Spółka jawna	3
9	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, św. Jana 2	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	2
10	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków Łągiewniki	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3
11	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, Józefa 7	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3
12	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, Pawilon Wyspiańskiego	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3
13	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, Szpitalna 25	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3

Cd. tab. 1.

Lp.	Nazwa	Status prawny	Liczba punktów
14	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, Wieża Ratuszowa	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3
16	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków, os. Słoneczne 16	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3
17	Punkt Sieci Informacji Miejskiej Infokraków Balice	Gmina Kraków w ramach Krakowskiego Biura Festiwalowego	3

Tab. 1. Punkty it po certyfikacji w roku 2010 w Małopolsce. Źródło: opracowanie własne na podstawie Propozycja Małopolskiej Regionalnej Komisji Certyfikacyjnej w sprawie kategoryzacji punktów informacji turystycznej w oparciu o wytyczne i regulamin w sprawie kategoryzacji Informacji Turystycznej w Polsce 2010. załącznik 1, teczka Pierwsza certyfikacja it, MOT, druk ulotny.

Wyróżnione punkty it otrzymują dwie nagrody. Pierwsza to Certyfikat Polskiego Systemu Informacji Turystycznej w danej kategorii przyznany na jeden rok, druga to możliwość otrzymania infokiosku. Certyfikat jest świadectwem jakości. W formie graficznej jest to druk raczej skromny, spełniający rolę wizytówki. Infokiosk pełni rolę całodobowej informacji. Turysta może z infokiosku wysłać film wykonany przez kamerę wbudowaną w kiosk albo wirtualną pocztówkę. Ma dostęp do bezprzewodowej sieci Wi-Fi.

Opinie o zakończonym projekcie wśród doradców it są bez wyjątku pozytywne (Krynica, Gorlice, Tarnów, Kraków, Myślenice). Wymieniają oni wymierne korzyści pozwalające lepiej pracować. Dzięki projektowi certyfikacyjnemu w Krynicy utworzono nowe stanowisko komputerowe. To właśnie biuro już po przekształceniach organizacyjnych otrzymało dwa etaty z Urzędu Miasta Krynica.

W Tarnowskim Centrum Informacji (TCI) pracownicy ściśle podporządkowują się wymogom standaryzacyjnym narzuconym przez kierownictwo tej placówki zgodnie z koncepcją, która mówi, że to właśnie od informatora zależy w głównej mierze satysfakcja klienta: gościa/turysty. Dla potrzeb turysty niepełnosprawnego zostało przygotowane odpowiednio wyposażone stanowisko komputerowe oraz specjalistyczne przewodniki (audio oraz w formie map tyflogicznych i reliefowych grafik dotykowych). Dla matek z niemowlętami przygotowany zostaje przewijak. Poprawia się współpraca z otoczeniem. Na przykład hotele i muzea przekazują materiały reklamowe o swojej działalności. Ponadto w TCI dostępne są materiały regionalne (z MOT, Urzędu Marszałkowskiego, pozostałych miast w Małopolsce) oraz ogólnopolskie (z POT). TCI prowadzi również sprzedaż publikacji o mieście i regionie, a także oferuje szeroką gamę planów miast i map z kraju i Europy. Materiały te w pełni zaspokajają potrzeby informacyjne turysty – klienta

TCI. W sumie prowadzi się tu wiele działań oraz uwzględnia wiele czynników pro jakościowych znajdujących m.in. odbicie na stronie internetowej: <http://www.it.tarnow.pl/index.php/pol>.

W kolejnym it, znajdującym się w Wieży Ratuszowej w Krakowie, poprawione zostaje oświetlenie górne oraz uzupełnione boczne o halogeny, ponadto dla turysty wygospodarowano tu dodatkowe miejsce do siedzenia przy stolyczku. Na Powiślu w Krakowie kończy się aktualnie procedura uruchomienia infokiosku otrzymanego w ramach gratyfikacji pocertyfikacyjnej. W Gorlicach infokiosk jest również instalowany.

W Krakowie, Krynicy, Tarnowie, Myślenicach doradcy bez wyjątku oceniają wysoko jakość materiałów reklamujących lokalne atrakcje rozprowadzane w ramach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej (MSIT). Doceniana jest zwłaszcza szata graficzna, różnorodność i wielojęzyczność reklamówek. To znacznie, jak twierdzą informatorzy, ułatwia im pracę oraz komunikację z turystą. Finansowo odciąża też gminy, które mogą przeznaczyć trochę więcej środków na inne, dodatkowe imprezy organizowane w miejscach lokalnych atrakcyjnych turystycznie.

W wymiarze promocyjnym certyfikacja z 2010 r. służy zwiększaniu wartości marki własnej. To dlatego świadectwa certyfikacyjne oprawiane są i zawieszane w jednostkach it w miejscach zauważalnych dla turysty. Są również eksponowane na stronach domowych. Tak dyskontuje udział Biuro Podróży Jordan w Krakowie (<http://www.jordan.pl/?menu=1>, odczyt: 13.01.2012). Niektóre it biorą udział w kolejnych edycjach certyfikacyjnych. Dotyczy to Gorlic, Łagiewnik, Osiedla Słonecznego w Nowej Hucie, ul. Józefa w Krakowie. W sumie można stwierdzić, że pierwsza edycja była raczej jakością typu, poprawiającą dostępność usługi certyfikowanej po stronie materialnych, niematerialnych, w tym kompetencyjnych składników. Była również usługą profesjonalnie świadczoną przez osoby o specjalistycznym wykształceniu, którym szczególnie zależało na poprawianiu własnych miejsc pracy.

## 9. Wnioski

Pierwsza certyfikacja it w Małopolsce zostaje przeprowadzona zgodnie w wymogami proceduralnymi. Jej organizatorami jest Polska Organizacja Turystyczna, Małopolska Organizacja Turystyczna, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego. W ramach proceduralnych norm jakościowych organizatorzy zidentyfikowali zasoby 17 placówek it. Ocena tych zasobów nie jest jednolita. Ogólnie jest dobra w Krakowie, a w regionie najlepszą pozycję zajmuje Tarnowskie Centrum Informacji. W procesie standaryzacji udaje się usunąć niektóre bariery związane z promocją miejsc lokalnych. Poprawia się dostępność it do materiałów reklamowych, co znacznie ułatwia pracę biur. Poprawia się również wyposażenie, ale w odniesieniu tylko do wybranych punktów informacji turystycznej.

### Informacje o autorce

**Dr Anna Batko** – adiunkt, Wydział Zarządzania i Administracji, Uniwersytet im Jana Kochanowskiego w Kielcach. E-mail: anna.batko@interia.pl.

### Bibliografia

- Butowski, L. 1998. *Organizacja turystyki w Polsce*, Warszawa: Agencja Promocji Turystyki MART.
- Certyfikacja, Karty zgłoszenia 2010/1-17/2010*. MOT,teczka archiwalna, odczyt: 13.01.2012.
- Cholewicka-Goździk, K. 2008. Istota zarządzania jakością. *Problemy Jakości*, czerwiec.
- Dziatkowicz, J. 2007. Model zarządzania jakością usług. *Problemy Jakości*, sierpień.
- Idzikowski, J. i J.P. Piotrowski 2003. Informacja Turystyczna, w: *Turystyka w gminie i powiecie*, Warszawa: POT.
- Jabłoński, A., Raczka, M., Kowalczyk, J., Srebro, B. i S. Wawak 2002. *Zbuduj swój system zarządzania jakością*, Warszawa: Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki.
- Kempny, D. 2001. *Logistyczna obsługa klienta*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kornak, A. (red.) 1994. *Zarządzanie turystyką*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowalczyk, J. (red.) 2009. *Zarządzanie organizacją turystyczną*, Warszawa: CeDeWu.
- Łunarski, J. 2008. *Zarządzanie jakością Standardy i zasady*, Warszawa: Wyd. Naukowo-Techniczne.
- Minimalne kryteria certyfikacji jednostek informacji turystycznej* it 2010. MOT sekretariat, druk ulotny.
- Ministerstwo Gospodarki i Pracy 2002. *Projekt bliźniaczy: przygotowanie do wdrażania ERDF w Polsce*, www.erdf.edu.pl, odczyt: 14.01.2012.
- Propozycja Małopolskiej Regionalnej Komisji Certyfikacyjnej w sprawie kategoryzacji punktów informacji turystycznej w oparciu o wytyczne i regulamin w sprawie kategoryzacji Informacji Turystycznej w Polsce* 2010. załącznik 1,teczka Pierwsza certyfikacja it, MOT, druk ulotny.
- Plan pracy MOT* 2010. Załącznik nr 1 do Uchwały nr 3 Walnego Zebrania MOT w dniu 25.05.2010.
- Regulamin certyfikacji informacji turystycznej w Polsce* (niedatowane).teczka archiwalna MOT, odczyt: 13.01.2012.
- Statut Małopolskiej Organizacji Turystycznej* (niedatowane). www.mot.krakow.pl/f\_menage, odczyt: 14.01.2012
- Statut, Regionalna Organizacja Turystyczna załącznik nr 6 zebrania założycielskiego stowarzyszenia* 2003, w: Podstawy organizacyjno-prawne regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, Warszawa: POT. Biblioteczka Polskiej Organizacji Turystycznej.
- Strojny, S. 2008. Uwarunkowania standaryzacji interpersonalnej obsługi klienta. *Log Forum* nr 4, Poznań: Wyższa Szkoła Logistyki.
- Uchwała 1 Zarządu Małopolskie Organizacji Turystycznej z dnia 20 lipca 2010 roku.
- Uchwała Nr CXVIII/1099/2002 Rady Miasta Krakowa z dnia 10 lipca 2002 roku.
- Załącznik nr 2 do umowy Kalkulacja kosztów przeprowadzonej kategoryzacji punktów informacji turystycznej w województwie małopolskim* 2010. zasoby archiwalne MOT, Tezka certyfikacja, druk ulotny.