Koncepcja Programu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej, w tym analiza wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi informacji turystycznej

Raport końcowy

Finansowane z funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii oraz środków krajowych

Zamawiający:

Gmina Miejska Kościerzyna

ul. 3 Maja 9a

83-400 Kościerzyna

www.koscierzyna.gda.pl

Wykonawca:

EU-CONSULT Sp. z o.o.

Ul. Wały Piastowskie 1

80-855 Gdańsk

www.eu-consult.pl

Gdańsk 2015

Finansowane z funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii oraz środków krajowych

Wyjaśnienie terminów

Oferta pakietowa - oferta systemu zawierającego szereg uzupełniających się funkcjonalności;

WCAG 2.0 - *Web Content Accessibility Guidelines*, dokument zawierający wytyczne dot. przygotowywania serwisów internetowych z uwzględnieniem właściwej dostępności dla wszystkich grup użytkowników;

Cross selling - technika handlowa polegająca na sprzedaży produktu lub usługi klientowi powiązanej z innym zakupem;

Wiadomość PUSH - wiadomości wysyłane z aplikacji mobilnych na urządzenia mobilne.

Zawartość

Wyjaśnienie terminów 3

Wprowadzenie 6

I. Metodologia opracowania 7

II. Diagnoza potrzeb wsparcia informatycznego 9

Zasadność utworzenia Systemu w oparciu o analizę desk research 9

Potrzeba wsparcia informatycznego wg osób badanych 19

Podsumowanie diagnozy 36

III. Charakterystyka planowanego systemu 37

Grupy docelowe przedsiębiorców 37

Grupy docelowe klientów 38

Propozycje aktorów (użytkowników) systemu 42

Narzędzia i programy, umożliwiające rozbudowę i uaktualnianie zawartości systemu 43

System powiadamiania klientów o najnowszych wydarzeniach, w tym mających wpływ na bezpieczeństwo turystów 44

Formy wymiany informacji pomiędzy użytkownikami systemu z zapewnieniem bezpieczeństwa wymiany tych informacji 46

Zakres dostępu do systemu i uprawnień dla użytkowników oraz administratorów 47

Analiza wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi i informacji turystycznej 49

Długofalowy i docelowy zakres funkcjonowania systemu 51

Technologia wykonania systemu dla obowiązujących obecnie standardów, zapewniająca poprawne funkcjonowanie na komputerach typu Desktop, tabletach oraz smartfonach 54

Zakres udostępnienia usług online 56

Możliwość gromadzenia informacji na temat turystów, ich wyborów oraz zainteresowań w celu prowadzenia dostosowanej kampanii promocyjnej Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego oraz badania zadowolenia klientów po zrealizowaniu pobytu 57

Analiza funkcjonalna powiązania systemu informatycznego z danymi geodezyjno-kartograficznymi 58

Określenie zakresu i zasobów wersji mobilnej systemu 59

Analiza funkcjonalności rezerwacji usług 61
Strategia promocji systemu 63
Analiza SWOT 67
IV. Podsumowanie 69
Warianty produktu 69
Wstępny harmonogram prac nad Systemem 72
Szacunkowe koszty wykonania i wdrożenia systemu wraz z późniejszymi kosztami eksploatacyjnymi 76
Spis rysunków 77

Wprowadzenie

Niniejszy dokument stanowi opracowanie koncepcji Programu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej. Celem Programu jest, poprzez jego dedykowane opracowanie i docelowe wdrożenie, wsparcie podmiotów działających w branży turystycznej na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego (KOF).

Wsparcie to, realizowane będzie głównie poprzez dostarczenie informacji osobom zainteresowanym odnośnie do możliwości spędzania czasu wolnego (biorąc pod uwagę zarówno wypoczynek weekendowy, wycieczki jednodniowe, jak i dłuższe urlopy). Tym samym, Program ma na celu przyciągnięcie turystów na teren Powiatu Kościerskiego. Obecnie osiągnięcie tego celu wymaga dużego wysiłku ze strony zarówno podmiotów i organizacji samorządowych, jak i biznesu oferującego towary i usługi na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego. Wdrożenie Programu pozwoli na sprawną organizację działań podmiotów branży turystycznej poprzez udostępnienie narzędzia umożliwiającego im prowadzenie współpracy, tworzenie wspólnych ofert dla turystów, co w długim okresie czasu zaowocować powinno ich integracją i konstruktywną współpracą.

Struktura dokumentu podzielona została na 4 zasadnicze części: zarys metodologii przyjętej podczas sporządzania dokumentu, wyniki diagnozy potrzeb, opis charakterystyki planowanego Programu oraz podsumowanie, zawierające zestawienie głównych jego założeń i funkcjonalności w oparciu o możliwe warianty produktu.

I. Metodologia opracowania

Niniejsze opracowanie sporządzone zostało w oparciu o szereg różnorodnych metod badawczych:

- **Analiza danych zastanych (*Desk research*)**
  - Dane Głównego Urzędu Statystycznego (w tym pochodzące z Banku Danych Lokalnych);
  - *Zintegrowany system informatyczny do obsługi działalności turystycznej w regionie*, D. Sankowski, S. Jeżewski, R. Krzeszewski, J. Nowakowski, Automatyka - tom 12, Zeszyt 3, 2008 r.;
  - *E-turysta – Polski System Informacji Turystycznej. Prezentacja założeń projektu,* Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2015*;*
  - *Diagnoza rozwoju przedsiębiorczości powiatu kościerskiego*, ARP S.A., Gdańsk 2014.
- **Badanie ankietowe CATI**
  - Wielkość próby badawczej: 80 ankiet z przedsiębiorcami (po 10 ankiet przypadające na każdą gminę KOF)
- **Telefoniczne wywiady pogłębione**
  - Wielkość próby badawczej: 15 uczestników (przedstawiciele przedsiębiorców, instytucji otoczenia biznesu oraz przedstawiciele urzędów gmin i powiatu z terenu KOF)
- **Konsultacje z JST**
  - Konsultacje Wykonawca przeprowadzone zostały we wszystkich gminach wchodzących w skład Obszaru Funkcjonalnego Ziemi Kościerskiej (Gmina miejska

Kościerzyna, Gmina Kościerzyna, Gmina Lipusz, Gmina Liniewo, Gmina Dziemiany, Gmina Karsin, Gmina Nowa Karczma, Gmina Stara Kiszewa) oraz ze Starostwem Powiatowym w Kościerzynie. Łącznie odbyło się 9 konsultacji (po jednym w każdej gminie oraz jedno w Starostwie Powiatowym w Kościerzynie).

- **Konsultacje społeczne (spotkania partycypacyjne)**

  - Spotkania (2) przeprowadzono w siedzibie Zamawiającego.

- **Sesje inwentaryzacyjne**

  - Pierwsze spotkanie miało na celu przeprowadzenie sesji inwentaryzacyjnej (inwentaryzacja diagnostyczna), a drugie z kolei miało charakter sesji strategicznej (m.in. określenie efektywności rozwiązań kierunkowych postulowanych przyszłych rozwiązań; zidentyfikowanie punktów węzłowych w zakresie instytucjonalno-podmiotowym pod kątem wdrożeniowym; zaplanowanie modelu wdrożeniowego w kontekście przyszłej skuteczności, sprawności i efektywności; wdrożenie konkretnych rozwiązań). Sesje przeprowadzono z przedsiębiorcami (głównie z zakresu branży turystycznej) z terenu KOF

- **Analiza SWOT.**

II. Diagnoza potrzeb wsparcia informatycznego

Zasadność utworzenia Systemu w oparciu o analizę desk research

Powiat kościerski stanowi dogodne miejsce do rozwoju turystyki, głównie dzięki walorom przyrodniczym i naturalnej urodzie tego terenu - licznym i czystym jeziorom, pięknym lasom, świeżemu powietrzu. Pod względem przyrodniczym i krajobrazowym powiat kościerski należy do jednych z najbardziej atrakcyjnych miejsc w Polsce. Do systemu obszarów chronionych na Ziemi Kościerskiej należą: 2 parki krajobrazowe, 7 obszarów chronionego krajobrazu, 5 rezerwatów przyrody, 63 pomniki przyrody, a także 17 obszarów Natura 2000. Same rezerwaty przyrody zajmują powierzchnię 46,1 ha, natomiast zespoły przyrodniczo-krajobrazowe 77 ha. Na szczególną uwagę zasługuje, położony w całości na terenie powiatu, Wdzydzki Park Krajobrazowy o powierzchni 17 857 ha. Należy zaznaczyć, że bardzo ważnym elementem krajobrazu są jeziora, których w powiecie kościerskim jest około 240. Znajdują się na nich publiczne, strzeżone i niestrzeżone oraz „dzikie" kąpieliska i plaże, w tym również przy ośrodkach wypoczynkowych. Większość z nich to jeziora w pierwszej klasie czystości[1].

Cała strefa pojezierna oraz obszar Borów Tucholskich, z uwagi na walory krajobrazowe (jeziora, lasy) oraz dobry stan środowiska naturalnego posiada bardzo wysoki potencjał dla rozwoju turystyki wypoczynkowej, szczególnie wakacyjnej i weekendowej. Ze względu na swoje bogate walory krajobrazowe, powiat kościerski posiada bardzo dobre warunki dla rozwoju turystyki kwalifikowanej. Na miłośników wędrówek pieszych i rowerowych czeka tu wiele szlaków regionalnych i ścieżek dydaktycznych, których łącznie jest około 30.

Atrakcją dla miłośników przyrody są parki krajobrazowe: Wdzydzki Park Krajobrazowy i Kaszubski Park Krajobrazowy, połączone szlakami turystycznymi: pieszymi (Kaszubski, Wdzydzki, Kamiennych Kręgów) i wodnymi (Wdy, Wierzycy, Trzebiochy). Rzeki powiatu

[1] http://www.powiat-koscierski.kaszuby.info.pl/

sprzyjają rozwojowi turystyki kajakowej, natomiast akweny jeziorne, zwłaszcza zespół Jezior Wdzydzkich, stwarzają bardzo dobre warunki dla uprawiania sportów wodnych, szczególnie żeglarstwa i windsurfingu. Swym niepowtarzalnym urokiem wyróżniają się jeziora rynnowe położone wśród lasów z największym na Kaszubach jeziorem Wdzydzkim zwanym "Kaszubskim Morzem".

Ze względu na dużą powierzchnię lasów oraz występowanie licznych jezior, okolice powiatu kościerskiego to raj dla wędkarzy i myśliwych. Długi okres zalegania pokrywy śnieżnej sprawia również, że niemal cały obszar powiatu posiada dobre warunku dla rozwoju turystyki zimowej.

W obrębie powiatu występują cztery rejony, posiadające zróżnicowane funkcje i sprzyjające rozwojowi różnych form turystyki. Rejony te przedstawiono w poniższej tabeli[2].

Rysunek 1 Rejony sprzyjające rozwojowi turystyki w powiecie kościerskim

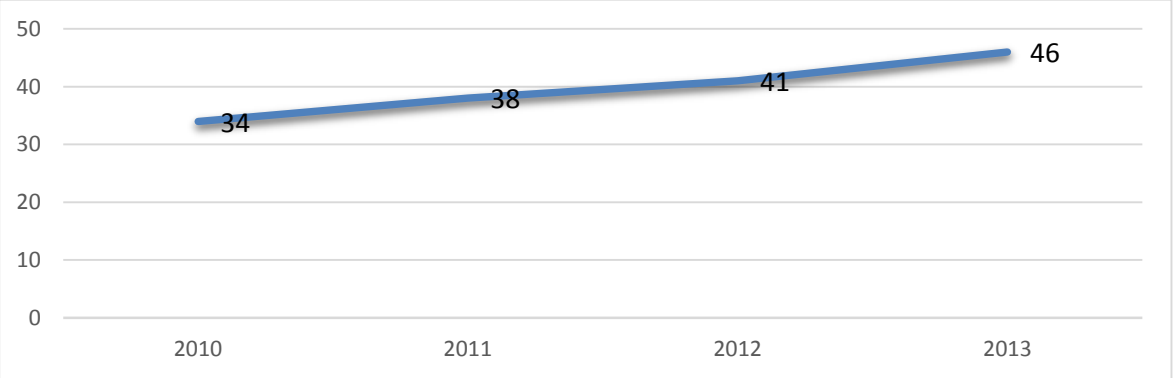
Rejon powiatu	Cechy charakterystyczne	Dogodne formy turystyki
Północny i wschodni	Tereny rolnicze i leśne z jeziorami Gęsta sieć dróg, dobre skomunikowanie z miastami Dobrze rozwinięta baza noclegowa Występują zabytki i atrakcje turystyczne	Turystyka wypoczynkowa Turystyka krajoznawcza
Miasto Kościerzyna	Węzeł ruchu turystycznego Ośrodek handlowy i usługowy dla turystyki	Turystyka kulturowa Turystyka krajoznawcza

[2] Projekt *Aktualizacji Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025 poprzez opracowanie Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Obszaru Funkcjonalnego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025*, Starostwo Powiatowe w Kościerzynie, Kościerzyna 2015

	Występują zabytki i atrakcje turystyczne	
Południowy i zachodni	Obejmuje duży obszar Borów Tucholskich Zdominowany przez obszary leśne i jeziora Słabsza sieć dróg	Turystyka wypoczynkowa Turystyka aktywna - kwalifikowana
Obszar Jeziora Wdzydze	Obecność największego akwenu Pojezierza Kaszubskiego Park etnograficzny	Turystyka wypoczynkowa Turystyka wodna Turystyka krajoznawcza

Źródło: Strategia Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025, Diagnoza Sytuacji Wyjściowej.

Rysunek 2 Turystyczne obiekty noclegowe w latach 2010-2013 na terenie KOF



Źródło: *Turystyczne obiekty noclegowe*, Bank Danych Lokalnych, GUS, www.stat.gov.pl [data dostępu: 16.06.2015]

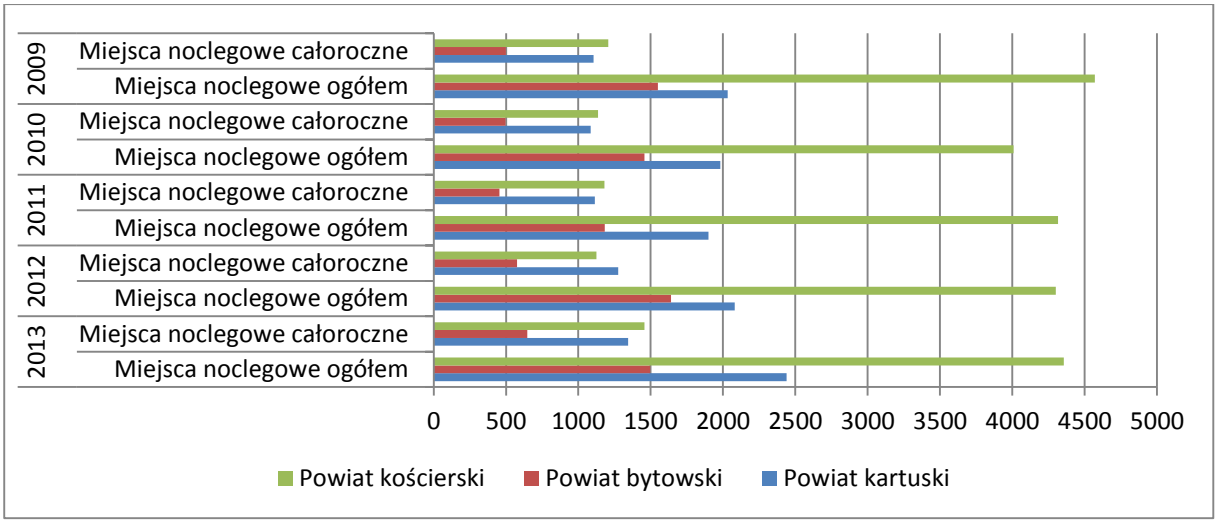
Liczba turystycznych obiektów noclegowych ostatnimi laty ulegała systematycznym wzrostom. W okresie 2010-2013 liczba ta wzrosła o 35%, przy czym największy wzrost odnotowano w ostatnim roku ujętym na powyższym rysunku. Warto więc zauważyć, że liczba obiektów noclegowych wzrasta systematycznie, w przeciwieństwie do ogólnopolskiej liczby tychże obiektów, która największy wzrost odnotowała w okresie 2011/2012 ze względu na organizowane EURO 2012. Świadczyć to może o zapotrzebowaniu związanym z rosnącą rolą turystyki w analizowanym regionie.

Rysunek 3 Liczba obiektów noclegowych w powiecie kościerskim (z wyłączeniem gospodarstw agroturystycznych)

Obiekt noclegowy	2009	2010	2011	2012	2013
Hotele, pensjonaty i inne obiekty hotelowe	9	8	10	11	10
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	4	4	4	3	4
Ośrodki wczasowe i kolonijne	17	15	16	16	17
Szkolne schroniska młodzieżowe	2	2	2	2	1
Zespoły domków turystycznych	1	2	2	3	4
Pola biwakowe	3	2	3	3	2
Pozostałe obiekty	1	1	1	1	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Rysunek 4 Liczba miejsc noclegowych w powiecie kościerskim, kartuskim i bytowskim



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS.

W 2013 roku obiekty noclegowe w powiecie kościerskim (z wyłączeniem gospodarstw agroturystycznych) oferowały 4356 miejsc, z czego 1458 dostępnych przez cały rok kalendarzowy. Jest to dużo lepszy wynik w porównaniu do oferty powiatu kartuskiego i bytowskiego, posiadających kolejno 2440 i 1496 miejsc noclegowych. Mimo że od 2010 roku, kiedy to nastąpił zdecydowany spadek liczby miejsc noclegowych na Ziemi Kościerskiej, sytuacja uległa poprawie, to nie udało się powrócić do poziomu z 2009 roku.

W powiecie istnieje bardzo dobrze rozwinięta sieć punktów gastronomicznych (restauracje, bary), które oprócz tradycyjnych dań, serwują również specjały kuchni kaszubskiej.

Do infrastruktury turystycznej Ziemi Kościerskiej zaliczają się urządzenia umożliwiające aktywne wykorzystanie walorów przyrodniczych. W 2013 roku funkcjonowały 32 kąpieliska, 15 przystani żeglarskich, 23 przystanie kajakowych. Ponadto do dyspozycji turystów pozostaje 704,76 km ścieżek pieszych, rowerowych oraz pieszo – rowerowych[3].

[3] Projekt *Aktualizacji Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025 poprzez opracowanie Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Obszaru Funkcjonalnego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025*, Starostwo Powiatowe w Kościerzynie, Kościerzyna 2015

Rysunek 5 Liczba kąpielisk, przystani żeglarskich i kajakowych (stan na 31.12.2013 r.)

Wyszczególnienie	Miasto Kościerzyna	Gmina Dziemiany	Gmina Karsin	Gmina Kościerzyna	Gmina Liniewo	Gmina Lipusz	Gmina Nowa Karczma	Gmina Stara Kiszewa	Razem
Liczba kąpielisk	1	1	5	19	5	1	0	0	32
Liczba przystani żeglarskich	0	0	4	11	0	0	0	0	15
Liczba przystani kajakowych	0	0	4	15	1	3	0	0	23

Źródło: Raport z ewaluacji Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Ziemi Kościerskiej za rok 2013.

W stolicy powiatu, Kościerzynie, funkcjonuje wielofunkcyjny basen kryty, obejmujący funkcje takie jak pływalnia, fitness, sauny, odnowę biologiczna i fizjoterapię.

Dodatkową infrastrukturą turystyczną na terenie gmin powiatu są Centra Informacji Turystycznej „Brama Kaszubskiego Pierścienia", które mieszczą się w Wilczych Błotach (gmina Stara Kiszewa), w Powiatowym Centrum Młodzieży w Garczynie (gmina Kościerzyna) oraz we Wielu (gmina Karsin).

Szanse na rozwój regionalnego rynku usług turystycznych potwierdza również duża liczba dostępnych atrakcji turystycznych. Prócz lokalnych atrakcji oferowanych np. przez gospodarstwa agroturystyczne, w regionie zobaczyć można:

Rysunek 6 Główne atrakcje turystyczne KOF

Kościerzyna	Ekspozycja Muzealna Polskiego Czerwonego Krzyża
	Muzeum Ziemi Kościerskiej
	Skansen "Parowozownia Kościerzyna"
	Sala Edukacyjna w Zarządzie Wdzydzkiego Parku Krajobrazowego
	Wystawa przyrodnicza
	Sanktuarium Matki Bożej Królowej Rodzin.
	Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej
Gmina Dziemiany	Pomnik ku czci poległych i zamordowanych żołnierzy w walce o wolność polski w latach 1939-1945, Dziemiany
Gmina Karsin	Kalwaria Wielewska, Wiele
	Muzeum Ziemi Zaborskiej, Wiele.
	Pomnik H. Derdowskiego, Wiele.
	Popiersie Wincentego Rogali, Wiele.
	Punkt Widokowy - Biała Góra, Wiele.
	Rezerwat Przyrody "Kręgi kamienne" w Odrach.
	Izba Pamięci, Karsin.
Gmina Kościerzyna	Muzeum - Kaszubski Park Etnograficzny im. Teodory i Izydora Gulgowskich –Wdzydze Kiszewskie
	Zakład porcelany stołowej "Lubiana", Łubiana.
	Kościół w Lizakach
	Wieża widokowa Wdzydze Kiszewskie
	Diabelski Kamień – Owśnice
	Żwirownia

	Juszki
Gmina Liniewo	Ferma strusi Afrykańskich – „Agrostruś"- Garczyn
Gmina Lipusz	Buczyna leśna w leśnictwie Głuchy Bór
	Diabelski Kamień, Lipusz.
	Muzeum Gospodarstwa Wiejskiego, Lipusz.
	Tuszkowska Matka – Tuszkowy.
	Zabytkowy młyn, Lipusz
Gmina Nowa Karczma	Muzeum Hymnu Narodowego – Będomin,
Gmina Stara Kiszewa	Dworek Czarlińskich w Starym Bukowcu, Dworek Czerlińskich w Chwarznie
	Dworek Myśliwski w Czernikach.
	Dwór Skórzewskich - Stare Polaszki.
	Młyn Stary Bukowiec - Stary Bukowiec.
	Zamek krzyżacki - Zamek Kiszewski

Źródło: Na podstawie *Diagnoza rozwoju przedsiębiorczości powiatu kościerskiego*, ARP S.A., Gdańsk 2014

Łącznie, powiat kościerski posiada 33 obiekty wpisane do rejestru zabytków oraz 1467 w ewidencji konserwatorskiej[4].

O dużej roli turystyki w gospodarce regionu świadczą również informacje dot. ruchu turystycznego.

W 2013 roku w powiecie kościerskim udzielono 207 998 noclegów, z których skorzystało 61 478 osób. W latach 2010-2013 statystyki systematycznie się poprawiały. Pod tym względem Ziemia Kościerska prezentuje się o wiele lepiej niż powiat kartuski (119 731 noclegów, z których skorzystało 34 000 osób) oraz powiat bytowski (51 381 noclegów, z których skorzystało 14 359 osób).

[4] http://www.powiatkoscierski.pl/turystyka/

Niekorzystnie natomiast przedstawia się udział turystów zagranicznych w liczbie turystów ogółem, gdzie z wyjątkiem 2012 roku sytuacja nie ulega poprawie. W powiecie kościerskim turyści z zagranicy stanowią 0,4% wszystkich turystów, podczas gdy w powiecie kartuskim jest to 3,5%, a w powiecie bytowskim 10,4%[5].

Rysunek 7 Liczba osób korzystająca z noclegów oraz liczba udzielonych noclegów w powiecie kościerskim, kartuskim, bytowskim w latach 2010-2013

Wyszczególnienie		**Powiat kartuski**	**Powiat bytowski**	**Powiat kościerski**
Korzystający z noclegów ogółem	2010	35 365	20 088	51 918
	2011	31 924	18 052	56 515
	2012	35 480	18 495	58 394
	2013	34 000	14 359	61 478
Korzystający z noclegów turyści zagraniczni	2010	1 664	1 733	361
	2011	2 450	1 254	467
	2012	2 539	1 510	636
	2013	1 779	1 494	260
Udzielone noclegi ogółem	2010	87 937	74 986	199 542
	2011	76 583	48 955	201 284

[5] Projekt *Aktualizacji Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025 poprzez opracowanie Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Obszaru Funkcjonalnego Ziemi Kościerskiej na lata 2010-2025*, Starostwo Powiatowe w Kościerzynie, Kościerzyna 2015

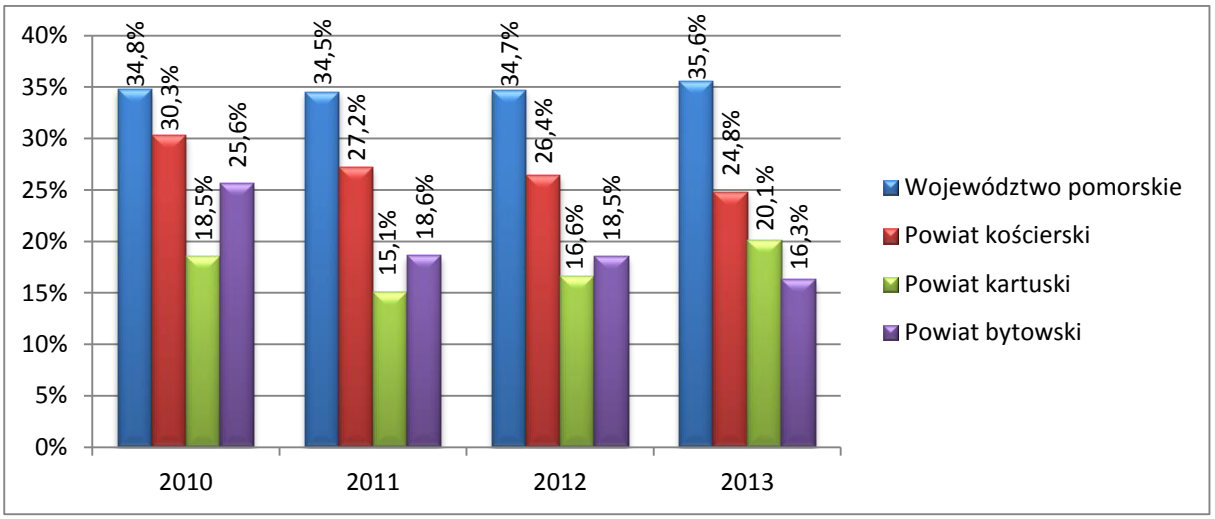
	2012	95 733	61 518	206 245
	2013	119 731	51 381	207 998
Udzielone noclegi turystom zagranicznym	2010	2 806	3 897	1 046
	2011	4 320	2 159	817
	2012	7 552	3 323	1 960
	2013	5 221	2 637	995

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

O atrakcyjności turystycznej powiatu kościerskiego świadczy liczba udzielonych noclegów na 1000 ludności, która jest wyższa zarówno od średniej województwa pomorskiego, jak i sąsiednich powiatach. W 2013 roku na terenie Ziemi Kościerskiej udzielono 2 924 noclegi na 1000 mieszkańców, w Pomorskiem – 2 856, w powiecie kartuskim – 965, a w powiecie bytowskim – 656.

W 2013 roku stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie kościerskim wyniósł 24,8%, co stanowi spadek o 5,5 pkt proc. w porównaniu z rokiem 2010. Pomimo dużego stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie kościerskim, wartość tego wskaźnika jest niższa niż średnia całego województwa, która wynosi 35,6%. Statystyki w sąsiednich powiatach są wyraźnie gorsze – w powiecie kartuskim wykorzystano 20,1% dostępnych miejsc noclegowych, zaś w powiecie bytowskim – 16,3%.

Rysunek 8 Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie kościerskim, powiatach sąsiednich i województwie pomorskim



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS.

Potrzeba wsparcia informatycznego wg osób badanych

Zdecydowana większość osób poddanych badaniu TDI zgodnie stwierdziła, że utworzenie Programu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej jest niezmiernie istotne z punktu widzenia przedsiębiorstw branży turystycznej działających na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego. Obecnie, zdaniem respondentów badania, brakuje spójnej oferty turystycznej regionu, co skutkuje brakiem integracji w organizacji imprez i różnego rodzaju wydarzeń. Ze względu na znaczny udział turystyki w gospodarce poszczególnych gmin wchodzących w skład KOF, System ten zdaniem respondentów będzie tym samym niezwykle ważny dla całej gospodarki regionu (fakt ten wielokrotnie poruszany był przez przedstawicieli lokalnych urzędów gmin). Poniżej zaprezentowano cytaty wypowiedzi odnoszące się do opisanych wniosków.

-Uważam, że jest to jedyny kierunek rozwoju dla takich gmin jak gmina Dziemiany, turystyka. Mamy ponad 60% lasów, około 10% jezior, połowa gminy leży na terenie Wdzydzkiego Parku Krajobrazowego, reszta w jego otulinie. 100% gminy jest [w obszarze] Natura 2000, no i nie ma innych perspektyw rozwoju dla gminy Dziemiany jak turystyka, rozwój turystyki.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Bardzo pozytywnie, i myślę, że jest to bardzo potrzebny projekt(…). Bo co prawda był realizowany projekt taki ogólnowojewódzki, natomiast ciągle na terenie naszego powiatu mamy problem ze spójnością tej oferty turystycznej, raz żeby nie było takiego typowego nakładania imprez, a drugi raz żeby była taka oferta, że odwiedzając na przykład lokomotywownie w Kościerzynie, czy muzeum w Będominie, czy park geograficzny we Wdzydzach żebym wszędzie dostawał informację, że przyjeżdżam do muzeum w Będominie i w niedużej odległości na terenie tego samego powiatu warto zwiedzić jeszcze to, czy odwiedzić jeszcze takie miejsce, że tutaj można jeszcze coś ciekawego zobaczyć. I to na pewno taka spójna oferta w jednym miejscu jest bardzo ważna.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Myślę, że byłby taki program potrzebny, z uwagi na to, że po prostu w tej chwili każdy robi co chce. Nie ma żadnej integracji, po prostu chociażby jakieś wydarzenia, które są, docierają do danych osób, a jeśli byłby taki program no to była by jakaś interakcja i każdy miałby dostęp do tych danych i można by było [to] poustalać, dostosować się do innych osób również.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

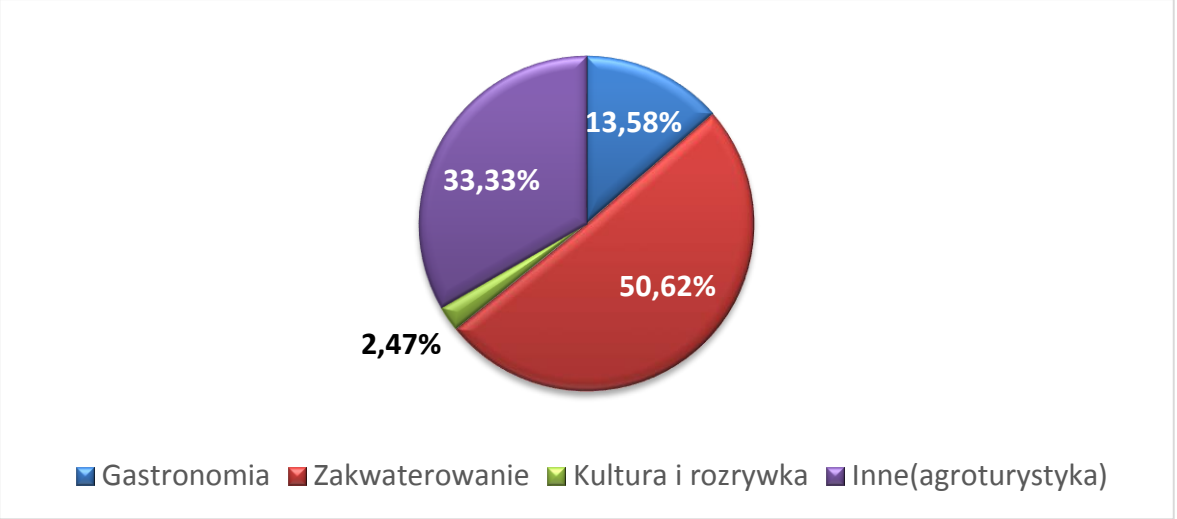
-Wydaje mi się, że jest to dosyć istotny temat chociażby na branże turystyki, która jest w naszym regionie istotna. I tutaj też na spotkaniach partnerów, było to akcentowane, jako ważne, żeby ten temat też opracować.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Natomiast, jeżeli chodzi o program informacji turystycznej, to jest on bezsprzecznie, bezwzględnie wymagany.

Pytanie nt. potrzeby utworzenia informatycznego systemu wsparcia zadano również przedsiębiorcom z zakresu branży turystycznej, w ramach badania CATI.

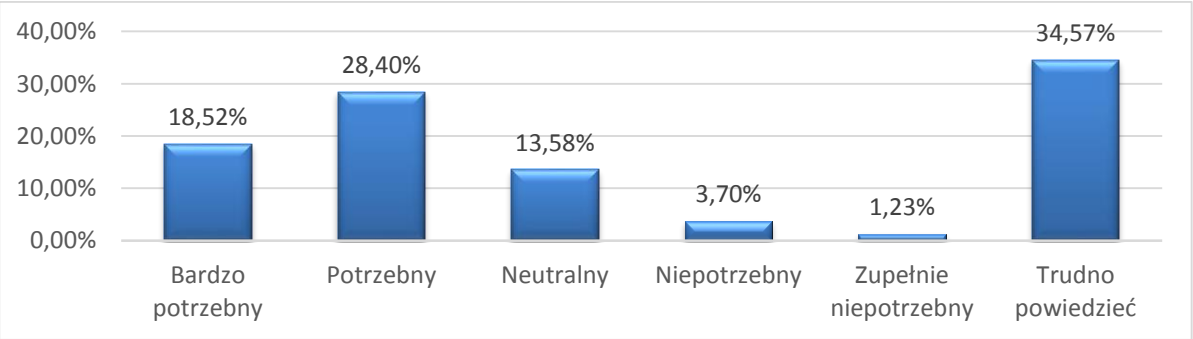
Rysunek 9 Podział branżowy przedsiębiorstw poddanych badaniu



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Wszystkie badane podmioty prowadzą działalność w zakresie turystyki, a spośród nich największa część przypada na zakwaterowanie (50,62%). Wysoki udział w próbie badawczej odnotowały też podmioty działające w ramach agroturystyki (1/3 całości). 13,58% przypadło na gastronomię, a tylko 2,47% respondentów przypadła na działalność w zakresie kultury i rozrywki.

Rysunek 10 Jak ogólnie ocenia Pan potrzebę utworzenia Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego?

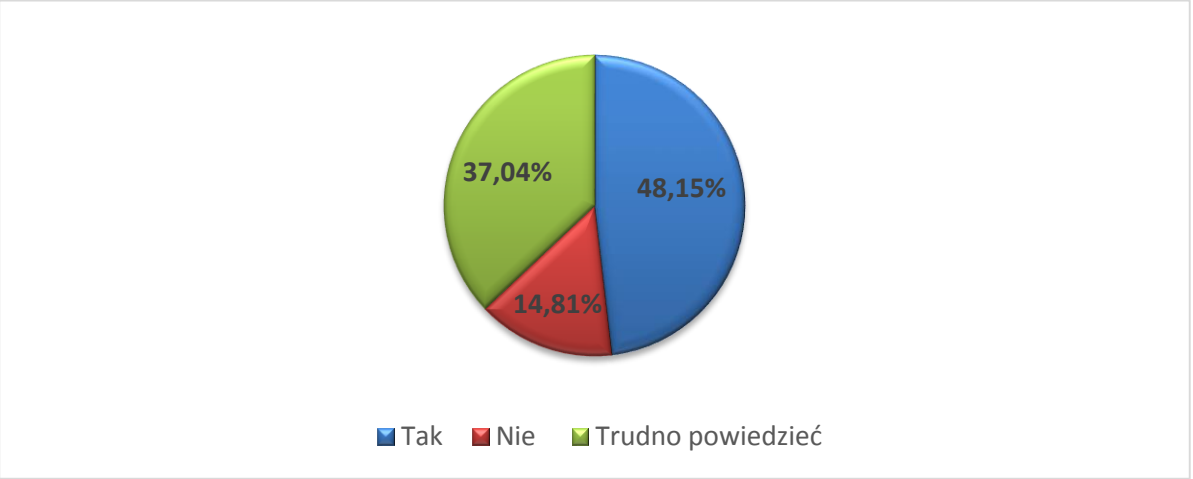


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Badanie przeprowadzone wśród przedsiębiorców z zakresu branży turystycznej z terenu KOF jednoznacznie wskazuje, że istnieje duża potrzeba na utworzenie systemu Informatycznego wspierającego ich działalność. Za taką potrzebą opowiedziało się blisko 47% badanych, lecz ze względu na znaczną część osób niemających zdania w tym temacie, negatywnie oceniło ten pomysł zaledwie niecałe 5% ogółu respondentów.

Ponadto, poproszono badanych o odpowiedź na pytanie dot. możliwości skorzystania przez nich samych z planowanego systemu.

Rysunek 11 Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(a) skorzystać z Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej (w kontekście zaoferowania usług za pośrednictwem budowanej platformy)

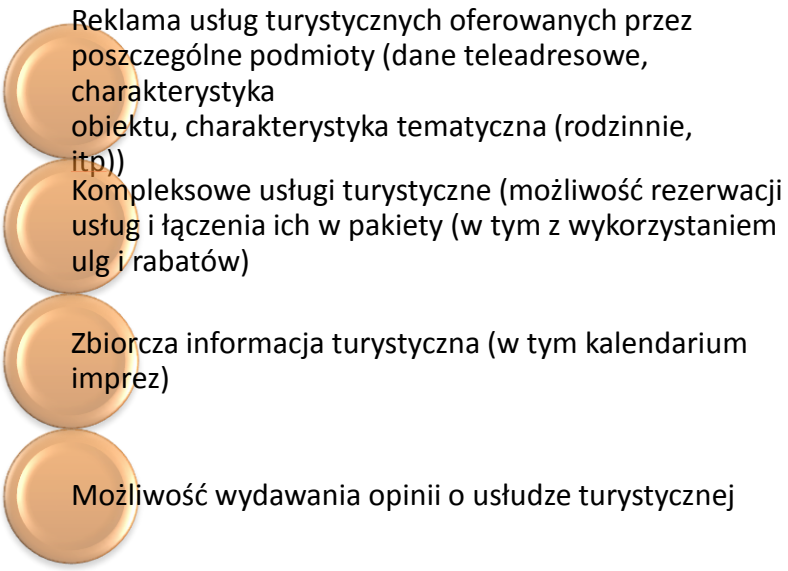


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Największa grupa respondentów (48,15%) była zdecydowana skorzystać z planowanego systemu wsparcia. Ponadto, warto zauważyć, że aż 37,04% badanych było niezdecydowanych. Odpowiednia akcja promocyjna i bogaty zakres funkcjonalny mogłyby mieć wpływ na zmianę nastawienia tak licznej grupy. Tym samym, jedynie niecałe 15% badanych przedsiębiorców nie wyraziło chęci skorzystania z systemu (argumentowano to małą skalą działalności, brakiem zauważania takiej potrzeby, brakiem czasu i chęci na rozwój działalności). Można więc mówić o dużym zapotrzebowaniu na działanie tego typu systemu wsparcia.

Z wypowiedzi osób badanych wynika, że system na który występuje realne zapotrzebowanie winien zawierać następujące funkcjonalności:

Rysunek 12 Jakie usługi/funkcjonalności, oprócz informacji turystycznej i konsolidacji usług świadczonych przez lokalne przedsiębiorstwa z zakresu branży turystycznej, powinien oferować budowany System Informatyczny Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

W ramach badania CATI, najważniejszymi elementami planowanego systemu okazało się być zawarcie w systemie kompleksowej informacji turystycznej i konsolidacji usług świadczonych przez lokalne przedsiębiorstwa z zakresu branży turystycznej. Respondenci poproszeni o wskazanie innych elementów, podawali usługi powiązane z wcześniej wymienionymi, tj. reklamę (zarówno samych przedsiębiorstw turystycznych jak i całego regionu ogółem), zestawienie informacji nt. kompleksowej oferty usług turystycznych zawierających kalendarium imprez i bazę podmiotów świadczących na analizowanym terenie działalność z zakresu branży turystycznej (z uwzględnieniem ich charakterystyki tematycznej, ze względu na dużą liczbę gospodarstw agroturystycznych w regionie.

Bardziej wyczerpujących odpowiedzi udzielono w ramach badania TDI.

Zdecydowanie opowiedziano się za potrzebą utworzenia Systemu, będącego kompleksową ofertą turystyczną regionu. Istotnym elementem jest utworzenie bazy podmiotów oferujących usługi z zakresu branży turystycznej (wynajem pokoi, oferty restauracji, pensjonatów, gospodarstw agroturystycznych) wraz z cennikiem i możliwością rezerwacji miejsc online. Ponadto, zdaniem badanych, system powinien zachęcać do wybrania powiatu kościerskiego jako miejsca wypoczynku, prezentując opis regionu pod względem atrakcyjnych miejsc (w tym trasy rowerowe i szlaki turystyczne), aktualny kalendarz imprez oraz zestawienie lokalnych atrakcji turystycznych. Atrakcje te mogłyby zostać powiązane pakietami usług w ramach współpracy przedsiębiorstw z branży turystycznej. Tym samym, wybierając nocleg w jednym z wybranych podmiotów, użytkownik systemu zostałby poinformowany o atrakcjach zlokalizowanych w pobliżu. Połączenie tychże elementów stanowiłoby gotowy produkt turystyczny (w tym z możliwością zaoferowania ulg i rabatów w przypadku usług łączonych, np. w postaci kodu rabatowego generowanego podczas planowania pobytu i rezerwacji miejsc).

W ramach wspomnianego wcześniej badania TDI stwierdzono, iż duży potencjał widziany jest w odniesieniu do możliwości połączenia świadczonych usług. Dotychczas, turyści odwiedzający daną atrakcję w regionie, nie mieli wiedzy nt. innych ciekawych miejsc. Możliwość zebrania informacji o regionie, atrakcji turystycznych i dostępnych usług w tym zakresie zdecydowanie poprawi atrakcyjność turystyczną analizowanego obszaru i wpłynie na możliwość zaoferowania wspólnej, kompleksowej oferty turystycznej skierowanej ku najbardziej perspektywicznej grupie odbiorców promocji.

Ponadto, badani zauważyli, że działania w dziedzinie turystyki stanowią jednocześnie dobre źródło promocji dla regionu ogółem – wspieranie podobnych inicjatyw pozwala sądzić, że samorząd lokalny aktywnie wspiera rozwój regionu.

Respondentom przeprowadzonych badań zadano również pytanie dot. systemów rezerwacji usług: *Czy przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie branży turystycznej na terenie KOF w ramach prowadzonej działalności posiadają systemy elektronicznej rezerwacji usług?*

Zdania badanych (TDI) w tym zakresie były podzielone. Część przedsiębiorców z zakresu branży turystycznej posiada system elektronicznej rezerwacji usług, lecz systemy te nie są w żaden sposób ze sobą powiązane. Ponadto, system ten w części obiektów opiera się o wiadomości mailowe, niezwiązane z faktycznym systemem automatycznej rezerwacji. Tworzony system musi więc wymieniać informacje między posiadanymi już systemami rezerwacji przez sprzedawców poprzez zastosowanie zewnętrznego dostępu do bazy danych rezerwacji - replikacja części tabeli między systemami centralnym oraz klienckim. Można też zastąpić posiadane przez sprzedawców systemy rezerwacji przez system centralny - osadzenie na stronie sprzedawcy samego modułu rezerwacji, który będzie pochodził z centralnego systemu.

Sprzedawca na swojej stronie będzie posiadał „kalendarz" którego źródłem będzie system centralny.

Niewątpliwie, przedstawiając przedsiębiorcom ofertę przyłączenia się do Programu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej oferującego wspólny system rezerwacji, można liczyć na duże zainteresowanie z ich strony. Turyści poszukujący np. zakwaterowania w dużej mierze nie są w stanie poznać wszystkich dostępnych ofert w danym regionie, poprzez co część ofert nie zostaje przez nich zauważona.

-W części posiadają, ale to jest tak jak mówię oferta indywidualna(…). Jest możliwość tej rezerwacji, ale trudno mi powiedzieć. Na pewno te małe obiekty nie posiadają tego typu możliwości. Ta rezerwacja jeżeli jest już to jest lista mailingowa ze można z automatu wysłać maila i czekać na odpowiedź. To nie jest taka rezerwacja wprost, że się dowiaduję o rezerwację i sobie mogę wydrukować jakąś formę biletu czy karnetu który mnie do tego upoważnia. To na pewno taka część była by ciekawa. No tutaj trzeba żeby to połączyć razem w jedność żeby ta oferta miała szansę wystartowania to na pewno musi być pewna wariantowość przewidziana. Czyli jeżeli wiem, że tego trzeciego dnia jak już tutaj powiedzieliśmy mam wrócić do tej Kościerzyny na niedzielę, i w niedzielę wieczorem koleją metropolitarną wrócić do Gdańska, to ja musze wiedzieć, że jak w sobotę wieczorem wrócę to, raz że musze mieć ofertę na tę sobotę, że o tej godzinie mogę być na basenie i zaznaczę, że chcę bilet w której godzinie, że mogę pójść do kina, czy że nie chcę z tej oferty ani jednego ani drugiego bo chcę posiedzieć na ryneczku. Ale jednocześnie muszę mieć miejsce potem na jakieś noclegi trzy czy cztery hotele gwiazdeczką sobie zaznaczę, w którym będę chciał nocować.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Niewiele osób, z tego co mi wiadomo.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Posiadają zdecydowanie, ale nie wszyscy oczywiście.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Myślę, że coraz więcej, duża część na pewno.

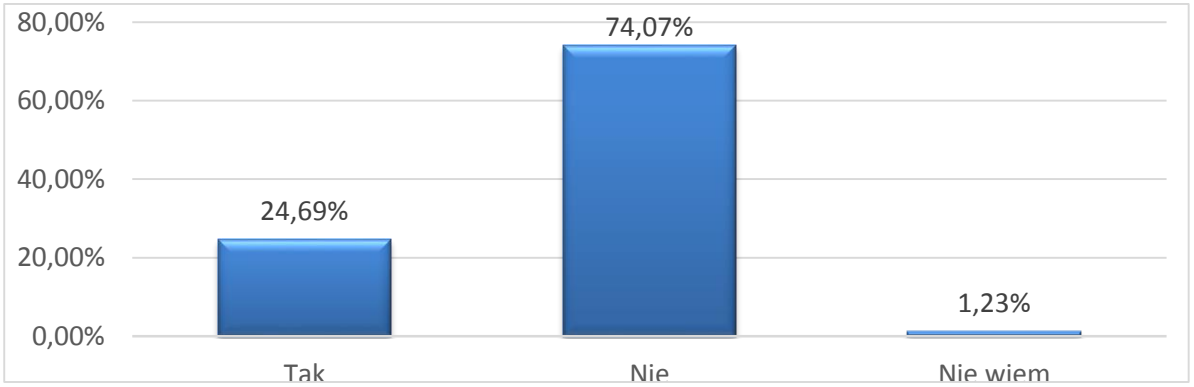
Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – przedsiębiorstwo działające w ramach branży turystycznej

-Nie. To znaczy każdy na swój sposób coś tam ma, bo trudno żeby nie posiadać. Jeżeli ktoś zadzwoni telefonicznie to też można nazwać system rezerwacji usługi, albo napisze kartkę pocztową i też go tam przymnie na dany dzień to też będzie jakiś system informacji, rejestracji usługi. Natomiast taki system, który funkcjonuje w normalnym świecie, gdzie się elektronicznie komunikuje i rezerwuje usługę automatycznie, to myślę, że są to pojedyncze przypadki bądź nie ma ich wcale.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – Lokalna Organizacja Turystyczna

Brak powszechnie występujących systemów rezerwacji usług potwierdzają też badanie przeprowadzone wśród samych przedsiębiorców branży turystycznej (CATI):

Rysunek 13 Czy w ramach prowadzonej działalności posiadają Państwo system elektronicznej rezerwacji usług?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Tylko ¼ badanych przedsiębiorców potwierdziło posiadanie podobnych systemów rezerwacji usług. Celem zawarcia pełnej oferty usług turystycznych w ramach planowanego systemu koniecznym byłoby więc przeprowadzenie szkoleń z zakresu funkcjonowania takiego systemu. W przeciwnym wypadku podmioty, które obecnie nie stosują podobnych metod, mogą być zniechęcone do wzięcia udziału w przedsięwzięciu.

Celem uzupełnienia pozyskanych informacji, poproszono respondentów badania CATI o wyszczególnienie usług, które byliby w stanie zaoferować za pośrednictwem analizowanego systemu informatycznego.

Rysunek 14 Jakie usługi (w ramach prowadzonej działalności) był(a)by Pan/Pani w stanie zaoferować za pośrednictwem Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Pytanie miało charakter otwarty. Z tego względu na powyższym rysunku zestawiono poszczególne, pojawiające się w wypowiedziach osób badanych odpowiedzi.

Najczęściej wskazywaną usługą mogącą zostać zaoferowaną w ramach systemu jest zakwaterowanie. Wynika to w dużej mierze z podziału branżowego przedsiębiorstw biorących udział w badaniu, jak i podziału branżowego względem lokalnego rynku usług turystycznych. Często wskazywaną usługa była również gastronomia, w przypadku której nacisk kładziono na kuchnię regionalną. Turyści wykazują duże zainteresowanie lokalnymi specjałami, lecz często mają problem ze zidentyfikowaniem miejsc, w których mogą je znaleźć. Wspólna oferta w tym zakresie zdecydowanie poprawiłaby rynek lokalnych produktów tradycyjnych. Kolejne usługi stanowiły w dużej mierze pojedyncze wskazania, niemniej odnotowano ich wiele, co świadczy o bogatej ofercie turystycznej regionu. Ze względu na wspomniane pojedyncze wskazania, można wnioskować o rozproszeniu oferty usług turystycznych, co stanowi kolejny argument za utworzeniem tego typu systemu informatycznego.

Podsumowując zebrane w ramach badania informacje, można wyszczególnić szereg podstawowych modułów, w które powinien być wyposażony projektowany system:

Rysunek 15 Podstawowe oczekiwane moduły systemu

Źródło: Opracowanie własne

System umożliwia więc rezerwację noclegów, przegląd atrakcji w okolicy jak również zapoznanie z programem imprez artystycznych. Wszystko to jest dostępne z poziomu komputera jak i w aplikacji mobilnej.

-Jeśli mówimy o turystyce, no to pewnie usługi wynajmu pokoi, czy oferty pensjonatów, oferty restauracji. Jakieś ciekawe miejsca do odwiedzenia przez turystów.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – Lokalna Organizacja Turystyczna

-Na pewno jakaś rezerwacja miejsc, to było by jedno, ale przede wszystkim informacja również. Informacja o tych miejscach gdzie, co, jak można gdzie. Jak można spędzić ten czas wolny, gdzie można się zakwaterować, gdzie można dobrze zjeść. Z jakiej oferty turystycznej mogą ci potencjalni turyści skorzystać.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Na pewno powinien przedstawiać dla tego turysty, dla mnie jeżeli jestem mieszkańcem Gdańska czy Warszawy, no to wchodząc do tego systemu muszę uzyskać przede wszystkim jakąś informację pakietową. Czyli jeżeli chcę przyjechać na weekend na trzy dni, to powinienem pierwszego dnia odwiedzić muzeum w Będominie, następnego dnia odwiedzić Wdzydze i tam wypocząć nad jeziorem i trzeciego dnia być może w niedzielę wjechać do Kościerzyny, usiąść na ryneczku, wypić kawę czy udać się na basen. Czyli to musi być taka oferta typowo informacja, co ma robić każdego dnia. Czyli taka zespolona, taki gotowy produkt. To jest jedno. Drugi oczywiście musi zawierać cenę, no i trzeci musi zawierać możliwość rezerwacji. I tutaj z tym będzie najwięcej problemów, bo oczywiście te muzea są prowadzone przez różnych właścicieli, różne podmioty, tak samo noclegi i tu oczywiście będzie kłopot z tym, bo tu zawsze będzie raz, że różnego rodzaju konkurencja chociażby pomiędzy obiektami hotelowymi i będzie trudno żeby tutaj wskazać, należałoby ją zrobić w taki sposób, że jest możliwość zaznaczenia, że się chce spać nie wiem, w Bazurach, czy w Starym Browarze czy Wdzydzach to pod takim względem.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-(…)A dla turysty, bo to rozumiem, że też dla turystów było taka strona, gdzie mogliby wejść i na przykład zarezerwować różnego rodzaju usługi. Może też jakiś pomysł stworzenia pakietów takich turystycznych tak, że ktoś jednym kliknięciem kupuje sobie pobyt w tej kościerskiej strefie, razem ze zwiedzaniem muzeum akordeonu, spływem kajakowym i wycieczką do Wdzydz na przykład. Że taki kompleksowy pakiet mogą sobie zakupić albo go w ogóle samemu stworzyć w jakiś sposób.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Chodziło tutaj o rezerwację miejsc, żeby też pokazywać jak gdyby pakietowane usługi dla klienta, czyli atrakcje w regionie, trasy turystyczne, rowerowe, szlaki kapliczek, tego typu rzeczy. Żeby też można było ewentualnie rezerwować sobie online jakieś miejsca w poszczególnych punktach, dokonywać płatności tez za nie.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

W trakcie sesji inwentaryzacyjnych przeprowadzonych w ramach niniejszego projektu, lokalni przedsiębiorcy z branży turystycznej wyrazili swoje wątpliwości względem działalności systemu w odniesieniu do rezerwacji miejsc:

-Pojawia się pytanie, w jaki sposób taki system miałby pogodzić konkurencyjne firmy, czy ośrodki? My prowadzimy taką zdrową konkurencję, pomagamy sobie jak potrzeba, współpracujemy, natomiast pytanie jak ten system nas pogodzi? Przecież będzie tak, że ten system komuś przydzieli więcej osób, a komuś mniej"

Źródło: sesja inwentaryzacyjna – przedsiębiorstwo z zakresu branży turystycznej

Przedsiębiorcy z branży turystycznej prowadzą ze sobą współpracę, co może pozytywnie świadczyć o możliwości wdrożenia planowanego systemu. Wątpliwości wskazane powyżej nie powinny stanowić problemu w dłuższej perspektywie, gdyż ujednolicony system elektronicznej rezerwacji umożliwia łatwiejsze znalezienie wolnych miejsc w pobliskich obiektach bazy noclegowej, w momencie gdy wszystkie pokoje w danym terminie w miejscu, którym turysta jest zainteresowany są zarezerwowane. Zwiększa to prawdopodobieństwo, że turysta pozostanie przy planowaniu wypoczynku w regionie KOF, nawet jeśli obiekt, który wyszukał jest w dogodnym dla niego terminie niedostępny.

Ponadto, w trakcie tychże sesji poruszono kwestię potrzeby promocji lokalnych produktów spożywczych:

-Turyści chcą korzystać z regionalnych produktów, szczególnie w zakresie gastronomii. Informowanie o miejscach, gdzie można zjeść tradycyjne potrawy jest dobrym pomysłem, z tym, że u nas często są to małe punkty gastronomiczne lub kuchnie działająca przy pensjonacie. Restauracje z naszego regionu rzadko podają tradycyjne potrawy (np. ruchanki).

Źródło: sesja inwentaryzacyjna – przedsiębiorstwo z zakresu branży turystycznej

Planowany system powinien więc w zakresie bazy podmiotów oferujących usługi turystyczne oferować dostęp do informacji dot. możliwości spożycia lokalnych specjałów. Ze względu na rozdrobnienie podmiotów oferujących tego typu usługi, proponowany system byłby znakomitym źródłem ich promocji.

W ramach ustalenia długookresowych efektów oddziaływania funkcjonowanie systemu, poproszono respondentów o odpowiedź na pytanie dot. możliwości podjęcia współpracy przez przedsiębiorców z zakresu branży turystycznej: *Czy Pana/Pani zdaniem, przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie branży turystycznej na terenie KOF byliby skłonni podjąć współpracę z innymi podmiotami, celem stworzenia wspólnych ofert dla turystów?*

Jak się okazuje, przedsiębiorcy z zakresu branży turystycznej działający na terenie KOF są optymistycznie nastawienie na prowadzenie współpracy z innymi podmiotami. Już obecnie prowadzone są wspólne działania, więc funkcjonowanie elektronicznego systemu wsparcia mogłoby przysłużyć się rozszerzeniu zakresu tejże współpracy.

- No właśnie np. brak wolnych miejsc to na pewno. Mogliby się uzupełniać, bo również ci przedsiębiorcy, może trudno nazwać ich przedsiębiorcami, ale często rolnicy każdy ja jakieś inne możliwości zaoferowania turystom atrakcji. Ktoś tam ma jakieś ogniska, ktoś jakieś spływy organizuje i mogliby się wymieniać. Ktoś tam ma jakieś jeziorko gdzie wędkarze są, tam ktoś inny ma wędzarnie ryb, gdzie wędzi te rybki, tego typu. Pieczenie chleba na przykład, no po prostu mogliby się tymi wzajemnymi usługami wspomagać, żeby było jeszcze bardziej atrakcyjnie dla potencjalnego turysty.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Tak jak mówiłem te usługi ofertowe zdecydowanie, żeby powiązać tę część rekreacyjną z częścią muzealną z częścią noclegową i z częścią gastronomiczną i tutaj w sposób taki wariantowy dać możliwość wyboru lokalu, czy miejsca noclegowego.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Oczywiście jak najbardziej. Ja też jestem takiego zdania żeby to połączyć, aczkolwiek na naszym terenie, chociażby na przykładzie naszej gminy (…) mogę powiedzieć, że my próbowaliśmy tutaj coś takiego zrobić, nawet chodziło o to żeby podmioty, które świadczą usługi noclegowe miały tutaj do mnie do informacji przyjść i jakby złożyć taką swoją ofertę, co też mają i tak dalej, no ale jakby nie było większego zainteresowania. Też mieli przysyłać osoby, turystów tutaj do mnie do informacji turystycznej, ale podmioty turystyczne nie wysyłały tych osób tutaj do mnie, żeby te osoby nie dowiedziały się o konkurencji. Było by to dobre, ale tutaj z mojego doświadczenia bardzo trudne w realizacji.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Wydaje mi się, że tak. My tutaj też prowadząc nasze projekty współpracujemy chociażby z Lokalną Organizacją Turystyczną, która skupia podmioty branży turystycznej i te podmioty były dosyć aktywne w pracach nad programem turystycznym. Chociażby powiedzmy rezerwacja noclegów, z aranżacją takich atrakcji dla turystów, czyli obiadów, organizacji spływów kajakowych. Tak żeby pakietować pewnego rodzaju usługi dla klienta.

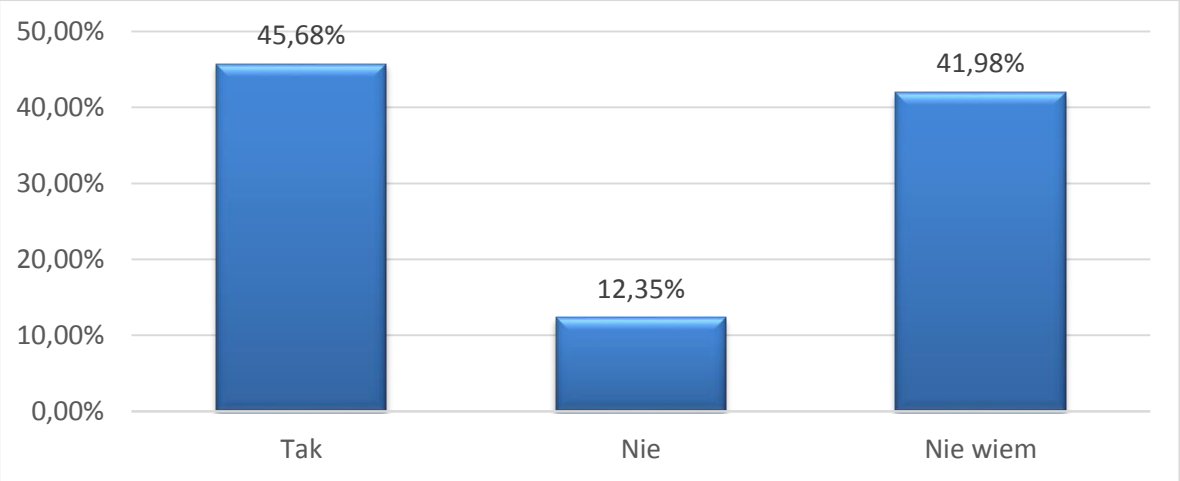
Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-No na przykład wynajem sprzętu pływającego i wynajem pokoi. Czyli ktoś, kto posiada przystań i sprzęt, i ktoś kto posiada pensjonat. Albo oferta jakiegoś muzeum i bilet wstępu powiązany też z miejscem zamieszkania, czyli pokojem wynajętym przez turystę.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – organizacja pozarządowa

Potwierdzeniem tezy dot. występującej powszechnie chęci współpracy przedsiębiorstw branży turystycznej z terenu KOF są wyniki badania ankietowego CATI:

Rysunek 16 Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(a) podjąć współpracę z innymi podmiotami (z branży turystycznej), celem stworzenia wspólnych ofert dla turystów?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Aż blisko 46% badanych przedsiębiorców byłoby w stanie podjąć współpracę z innymi podmiotami z branży turystycznej, celem stworzenia wspólnych ofert dla turystów. Co więcej, tylko 12,35% jest negatywnie nastawiona do tego typu działań, gdyż aż blisko 42% badanych stanowią grupę niezdecydowanych. Odpowiednia promocja systemu i wskazanie spodziewanych efektów jego działania mogłyby przyczynić się do wzrostu zainteresowania możliwością utworzenia wspólnych ofert usług turystycznych.

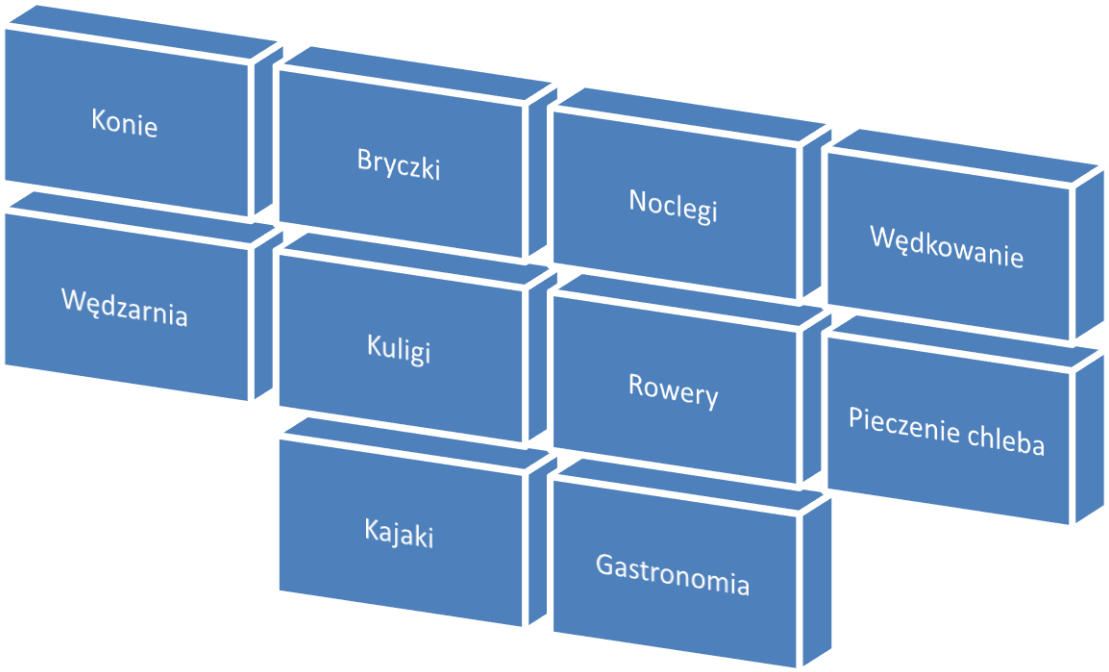
Zaznaczyć też należy, że lokalni przedsiębiorcy z zakresu analizowanej branży często podejmują działania na zasadzie współpracy, nie będąc do końca świadomymi tego faktu:

- Myślę, że przedsiębiorcy na terenie KOF cały czas podejmują wspólne działania, niekoniecznie nawet zdając sobie z tego sprawę. Sytuacja współpracy jest dla nich na tyle oczywista, iż swoich działań nie identyfikują nawet jako coś wyjątkowego. Współpraca, którą podejmują przynosi im wymierne korzyści".

Źródło: Konsultacje społeczne

Uzupełnieniem tej kwestii było kolejne z pytań zadanych respondentom, dotyczące działań, które mogłyby składać się na tego typu wspólną ofertę powiązanych usług.

Rysunek 17 Jakie działania mogłyby się znaleźć w tego typu współpracy? (które usługi mogą zostać powiązane ze sobą)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Wśród wymienionych powyżej usług, mogących zostać ze sobą powiązanymi w ramach współpracy podmiotów branży turystycznej, wskazywano szeroki zakres tematyczny. Związane jest to ze wspomnianym już faktem rozdrobnienia oferty turystycznej regionu. Zaoferowanie wspólnych usług w ramach systemu byłoby więc znakomitym narzędziem wpływającym na zwiększenie zainteresowania lokalnymi atrakcjami.

Podsumowanie diagnozy

Podsumowując, występuje silne zapotrzebowanie na utworzenie Systemu, będącego kompleksową ofertą turystyczną regionu. Istotnym elementem jest utworzenie bazy podmiotów oferujących usługi z zakresu branży turystycznej (wynajem pokoi, oferty restauracji, pensjonatów, gospodarstw agroturystycznych) wraz z cennikiem i możliwością rezerwacji miejsc online. Ponadto, zdaniem badanych, system powinien zachęcać do wybrania powiatu kościerskiego jako miejsca wypoczynku, prezentując opis regionu pod względem atrakcyjnych miejsc (w tym trasy rowerowe i szlaki turystyczne), aktualny kalendarz imprez oraz zestawienie lokalnych atrakcji turystycznych. Atrakcje te mogłyby zostać powiązane pakietami usług w ramach współpracy przedsiębiorstw z branży turystycznej. Tym samym, wybierając nocleg w jednym z wybranych podmiotów, użytkownik systemu zostałby poinformowany o atrakcjach zlokalizowanych w pobliżu. Połączenie tychże elementów stanowiłoby gotowy produkt turystyczny (w tym z możliwością zaoferowania ulg i rabatów w przypadku usług łączonych, np. w postaci kodu rabatowego generowanego podczas planowania pobytu i rezerwacji miejsc).

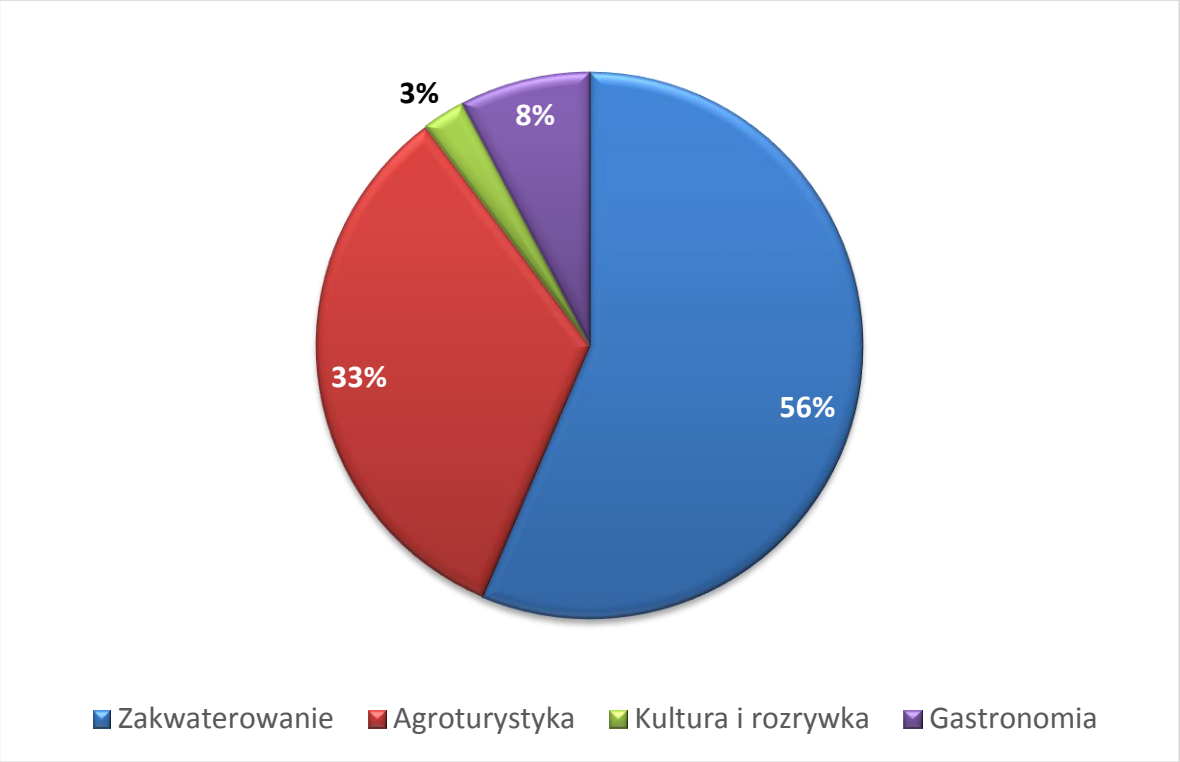
Ponadto, podkreślano potrzebę tworzenia ofert pakietowych, które byłyby możliwe do zaoferowania dzięki funkcjonowaniu systemu.

W dalszej części dokumentu przedstawiono dokładną charakterystykę projektowanego systemu.

III. Charakterystyka planowanego systemu

Grupy docelowe przedsiębiorców

Rysunek 18 Podział przedsiębiorstw wg zakresu oferowanych usług, które wyraziły chęć skorzystania z Systemu



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Spośród badanych przedsiębiorstw, które wyraziły chęć skorzystania z projektowanego Systemu, większość stanowiły podmioty oferujące usługi zakwaterowania (56%). Na drugim miejscu, ze stosunkowo wysokim udziale, znalazły się przedsiębiorstwa agroturystyczne (33%). Podmioty z tych dwóch grup stanowią więc główne grupy odbiorców niniejszego Systemu. Niemniej jednak, za grupę docelową uznać można również podmioty oferujące usługi gastronomiczne, lecz w ich przypadku zainteresowanie okazało się być sporo niższe, niż w poprzednio wymienionych branżach (8%).

Podobne obiekty wskazywali respondenci badania TDI, którzy wymieniali przede wszystkim gospodarstwa agroturystyczne i pensjonaty.

- Ta branża hotelowa, która działa tak na co dzień na pewno tak, może być problem ewentualnie jakiś mniejszych pensjonatów, czy agroturystyk gdzie to ma jakiś wpływ na koszty i obsługę. No pewnie trzeba jak do każdej nowinki trzeba będzie do tego przekonywać , natomiast myślę, że to potem już będzie że tak powiem promowało się samo.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Jakieś gospodarstwa agroturystyczne, tego typu rzeczy.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-(…)kwatery agroturystyczne, rolnictwo ekologiczne, przy okazji tej agroturystyki.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

Grupy docelowe klientów

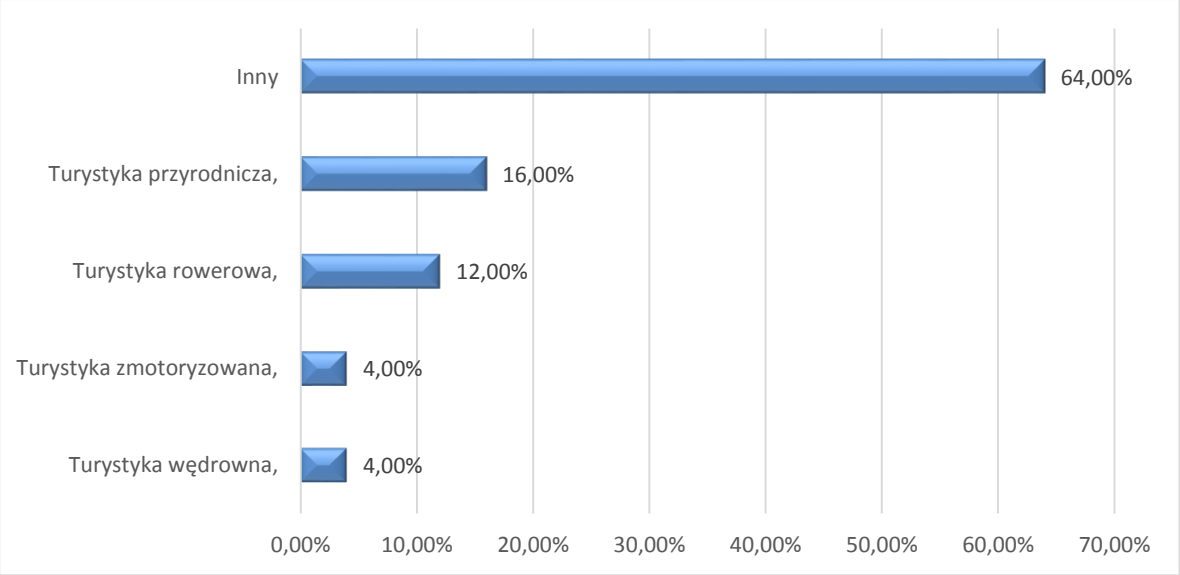
Rysunek 19 Korelacja typ turystyki – użytkownicy serwisu

Źródło: Opracowanie własne

Ze względu na potrzebę określenia grupy docelowej planowanego systemu, poproszono badanych respondentów o wskazanie dominującego typu lokalnej turystyki.

Wyniki w tym zakresie przedstawia poniższy wykres.

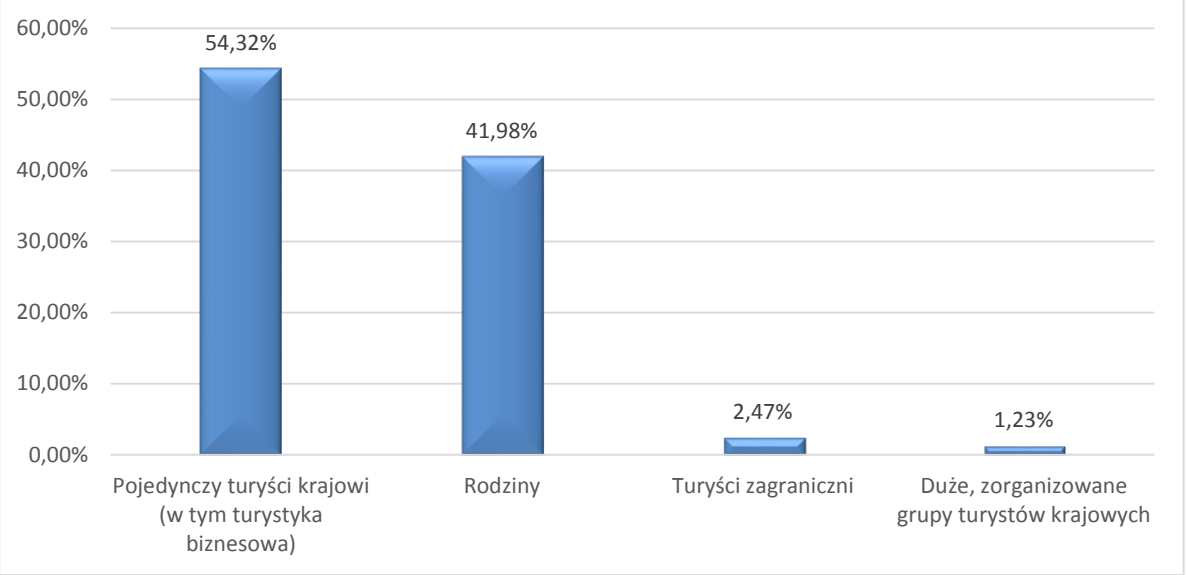
Rysunek 20 Jaki rodzaj turystyki dominuje na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego? (n=25)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Respondenci badania w przypadku pytania o dominujący rodzaj turystyki na terenie KOF wybierali wariant „Inny", w ramach którego wskazywano mieszany model turystyki oraz turystykę biznesową. Oferta turystyczna związana z planowanym systemem skierowana powinna więc zostać głównie do tej grupy odbiorców. Na drugim miejscu znalazła się turystyka przyrodnicza, a na trzecim rowerowa.

Rysunek 21 Jacy klienci stanowią główną grupę odbiorców usług Pana/Pani przedsiębiorstwa?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Prócz wskazania typu turystyki, poproszono respondentów badania CATI (przedsiębiorstwa branży turystycznej z terenu KOF) o wskazanie głównych grup odbiorców ich usług. Jak się okazuje, głównymi klientami są pojedynczy turyści krajowi (w tym turyści biznesowi) oraz rodziny (łącznie 96% wskazań).

Za dużą rolą turystyki rodzinnej opowiedzieli się również respondenci badania TDI. Wskazali również, że perspektywiczną grupę odbiorców stanowić mogą turyści weekendowi, co związane jest z budową kolei metropolitalnej. Planowany system mógłby więc stanowić dobre źródło informacji dla tego typu turystów, którzy zwykle nie poświęcają wiele czasu na zaplanowanie tak krótkich wyjazdów, poprzez co zbiorcza informacji i oferta turystyczna w postaci systemu informatycznego mogłaby wpłynąć na dokonywane przez nich wybory.

-Myślę, że rodziny z dziećmi.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – organizacja pozarządowa

-Głównie to są ludzie starsi, którzy mają tutaj dużo takich miejsc takiego spokoju gdzie mogą odpocząć. Przyjeżdżają tutaj, mają te domki letniskowe, przyjeżdżają tutaj na te domki, na kwatery agroturystyczne gdzie mogą po prostu odpocząć. Ale również młodzi, bo mamy ośrodek na terenie naszej gminy, mamy ośrodek jeździecki, są spływy kajakowe, są piękne tereny do wycieczek rowerowych, do wycieczek pieszych. Również wędkarstwo, bo mamy dużo jezior.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-To jest dosyć trudny temat, bo tutaj jedną grupę, która ma szansę, że tak powiem nawet rozkwitnąć w związku z budową kolei metropolitarnej to jest na pewno turysta weekendowy. To musi być oferta weekendowa, taka że przyjedź z trójmiasta, wysiądź na węźle komunikacyjnym na dworcu nowym w Kościerzynie i stamtąd albo rowerem albo komunikacją miejską możesz dojechać do Wdzydz, do Będomina. I to musi być oferta, która będzie typowo pod tego turystę weekendowego, czyli to jest na pewno jedna grupa. A druga grupa to są turyści, którzy będą związani raczej z Wdzydzami, czyli taka typowo turystyka wypoczynkowa i to są osoby, które właśnie na zasadzie takiego odpoczynku swojego urlopowego, zlokalizowani pewnie w okolicach dużych jezior Wdzydzkich, ale też mamy Karsin, Wiele, gdzie w każdej gminie jezior nie brakuje i tutaj to jest taka turystyka typowo wypoczynkowa. Czyli na pewno ten turysta weekendowy i na pewno ta turystyka wypoczynkowa, jako drugi taki sektor. I myślę, że też atrakcją było by gdyby w to włączyć taką próbkę trochę historyczną, no bo też mamy tak jak powiedziałem ten park etnograficzny przynajmniej i to muzeum w Będominie w połączeniu z tymi imprezami typu Jarmark Wdzydzki czy batalia napoleońska w Będominie no to była by też ciekawa oferta.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Myślę, że mimo wszystko rodziny z dziećmi taka turystyka wypoczynkowa. Jak również młode osoby turystyka aktywna.

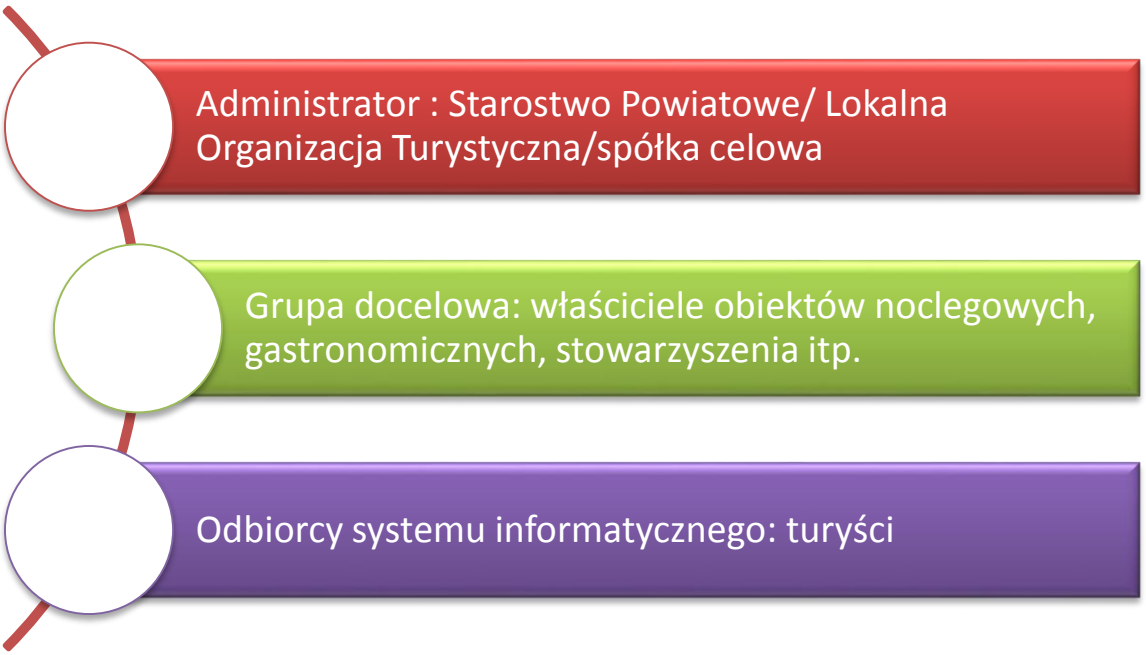
Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – urząd gminy

-Tutaj, jeśli chodzi o nas to jest to, jeżeli chodzi o noclegi to dużo klientów jest po prostu takich z firm, delegacji. Co tutaj przyjeżdżają coś załatwić i korzystają z takiego… to u nas taki klienci są jeżeli chodzi o nocleg. Jeśli chodzi o posiłki to jest dużo szerzej i takie rodzinne posiłki w jakieś weekendy i tez w ciągu dnia pracownicy i jakiś catering dla firm też. Tutaj jak jakieś budowy są to też się zdarza, że dowozimy.

Źródło: telefoniczny indywidualny wywiad pogłębiony – przedsiębiorstwo działające w ramach branży turystycznej

Propozycje aktorów (użytkowników) systemu

Rysunek 22 Użytkownicy systemu



Źródło: Opracowanie własne

Decyzja dot. wybrania administratora systemu leży po stronie całego Partnerstwa i potrzebna w tym zakresie jest wspólna decyzja. Zaproponowane warianty to: Starostwo Powiatowe, LOT lub spółka celowa. Grupą docelową z kolei, mającą zyskać na wsparciu projektowanego systemu informatycznego, są przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie branży turystycznej na terenie KOF (tj. właściciele obiektów noclegowych, gastronomicznych, gospodarstw agroturystycznych itd.). Odbiorcą usług oferowanych przez system (w tym zaoferowanych w jego ramach przez wspomniane przedsiębiorstwa branży turystycznej) są turyści przebywający na terenie KOF. Ze względu na dominujący typ lokalnej turystyki, odbiorcami będą głównie turyści w postaci rodzin.

Narzędzia i programy, umożliwiające rozbudowę i uaktualnianie zawartości systemu

Zarządzanie systemem będzie się odbywało za pomocą przeglądarki internetowej dostępnej w systemie operacyjnym, z którego użytkownik korzysta. Dodawanie nowych treści, uaktualnianie będzie dostępne z poziomu administratora serwisu oraz administratora obiektu, którego aktualizacja dotyczy. Dzięki zastosowaniu takiego rozwiązania użytkownik końcowy jak i administratorzy nie są zmuszeni do instalacji żadnego dodatkowego oprogramowania, a koszty projektu nie są dodatkowo powiększane o zakup lub wytworzenie specjalistycznego oprogramowania. Administratorzy na różnych poziomach nie są dodatkowo obciążeni nauką użytkowania dodatkowych programów.

Komputer Mac

- System OS X Lion 10.7.5 lub nowszy
- Przeglądarka Safari 5 lub nowsza, Firefox 22 lub nowsza albo Google Chrome 28 lub nowsza

Komputer PC

- System Microsoft Windows XP lub nowszy, LINUX aktualna dystrybucja
- Przeglądarka Internet Explorer 10 lub nowsza, Firefox 22 lub nowsza albo Google Chrome 28 lub nowsza

Urządzenia mobile iOS

- System iOS 7.0 lub nowszy
- Wbudowana przeglądarka systemowa

Urządzenia mobile Android

- System Android 4.0 lub nowszy
- Wbudowana przeglądarka systemowa

Urządzenia mobile Windows Phone

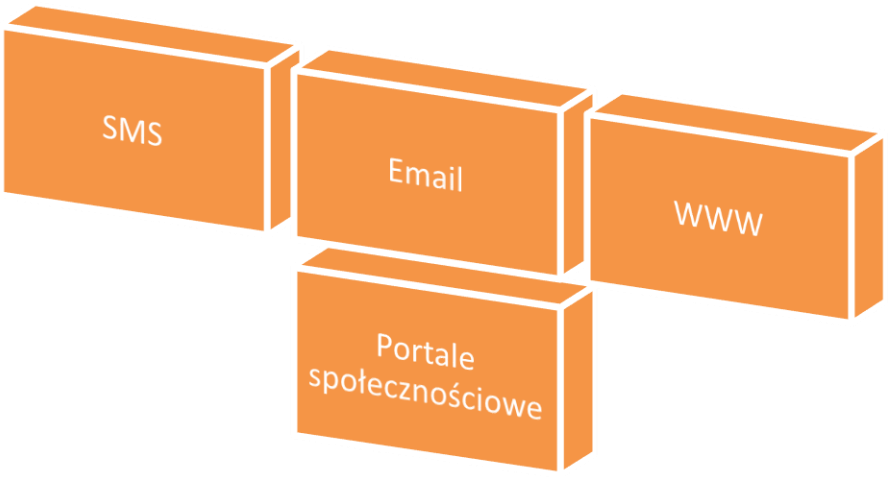
- System Windows Phone 7.8 lub nowszy
- Wbudowana przeglądarka systemowa

Ze względu na bezpieczeństwo danych klienta przeglądarka internetowa jak i system operacyjny powinny być w możliwie najnowszej wersji.

System powiadamiania klientów o najnowszych wydarzeniach, w tym mających wpływ na bezpieczeństwo turystów

Do powiadamiania klientów można zastosować następujące kanały komunikacyjne:

Rysunek 23 System powiadamiania klientów o najnowszych wydarzeniach



Źródło: Opracowanie własne

Poczta email – wiadomości elektroniczne wysyłane przez system. W każdej chwili, kiedy użytkownik ma dostęp do swojego konta pocztowego może odczytać wiadomość systemową. Rozwiązanie można zastosować do informowania o wydarzeniach jak również przesyłać informacje odnośnie bezpieczeństwa. Należy pamiętać, że użytkownik może nie sprawdzać regularnie skrzynki pocztowej.

Powiadomienia na stronie WWW – rozwiązanie można zastosować do informowania o wydarzeniach jak również wyświetlać informacje odnośnie do bezpieczeństwa. Użytkownik ma dostęp do tych informacji tylko w momencie odwiedzania witryny internetowej.

Powiadomienia na portalach społecznościowych – rozwiązanie informacyjno- promocyjne. Każda reakcja użytkownika na zamieszczoną informację skutkuje przekazanie jej do całego grona znajomych danego użytkownika.

Do zrealizowania założenia sugeruję zastosowanie wszystkich wymienionych powyżej sposobów komunikacji.

W celu uatrakcyjnienia serwisu można również posłużyć się systemem do powiadamiania klientów za pomocą krótkich wiadomości tekstowych SMS. Wiadomość taka dotrze do każdej osoby posiadającej telefon komórkowy a nie tylko smartfon lub tablet jak w przypadku wiadomości PUSH. Jest to rozwiązanie generujące dodatkowe koszty podczas jego używania.

Do celów informowania o wydarzeniach mających wpływ na bezpieczeństwo turystów można użyć powiadomienia SMS – dzięki czemu użytkownik otrzymuje od razu informacje na swój telefon lub inne urządzenie mobilne. Jednakże funkcjonalność tą należy traktować jako opcję, gdyż działania w zakresie bezpieczeństwa nie są bezpośrednim celem niniejszego systemu. W ramach realizacji tej funkcjonalności ograniczyć można się do umieszczenia stosownej informacji na stronie www oraz wysłania za pomocą wiadomości email.

Do celów informacyjnych oraz promocyjnych użyć w pierwszej kolejności widomości email oraz strony internetowej. Nie zaleca się stosowania wiadomości SMS.

Formy wymiany informacji pomiędzy użytkownikami systemu z zapewnieniem bezpieczeństwa wymiany tych informacji

Rysunek 24 Formy wymiany informacji

Źródło: Opracowanie własne

Formą komunikacji mogą być komentarze, opinie do obiektów znajdujących się w serwisie. Użytkownicy mogą umieszczać opinie na temat noclegów, atrakcji, jakości serwowanych potraw i dzielić się tym z innymi użytkownikami. Ponadto, za wymianę informacji można uznać przesyłania odgórnych informacji promocyjnych od administratora serwisu (Starostwo) do użytkowników. Nie zaleca się implementacji funkcjonalności w postaci możliwości przesyłania wiadomości prywatnych pomiędzy użytkownikami, gdyż zakładać można, że nie byłaby ona przydatna i stanowiłaby niepotrzebny element systemu.

Od momentu logowania połączenie klient-serwer jest szyfrowane przy użyciu bezpiecznego klucza SSL o sile szyfrowania minimum 128 bitów. Gwarantuje to nam bezpieczeństwo przesyłanych danych, nikt nie jest w stanie podsłuchać tego co jest wysyłane. Problem podsłuchów występuje szczególnie podczas używania niezabezpieczonej sieci bezprzewodowej WiFi.

Zastosowanie zewnętrznych serwisów autoryzacji oraz minimalnych wymagań odnośnie do hasła zwiększa bezpieczeństwo danych. System ten można rozszerzyć o dwu stopniową autoryzacje użytkownika. Po zalogowaniu się do systemu otrzymuje krótką wiadomość tekstowa SMS z kodem, który musi przepisać. Rozwiązanie to traktować należy jednak jako opcje, gdyż podnosi koszty projektu (w tym eksploatacji systemu).

Zakres dostępu do systemu i uprawnień dla użytkowników oraz administratorów

System powinien posiadać zróżnicowane poziomy dostępu:

Rysunek 25 Grupy użytkowników Systemu

Źródło: Opracowanie własne

- Administrator główny – pełen dostęp do systemu

- Właściciel obiektu – dodawanie informacji o obiekcie, zarządzanie grafikiem i cenami, odpowiedzi na pytania, komentarze, opinie użytkowników
- Użytkownik – rezerwacja obiektów, dodawanie opinii
- Moderator – moderowanie opinii dodawanych przez użytkowników/właścicieli

Rysunek 26 Zakres dostępu do systemu i uprawnień

	Administrator	Właściciel obiektu	Użytkownik zalogowany	Użytkownik niezalogowany	Moderator
Administracja serwisem	●	○	○	○	●
Dodawanie użytkowników	●	○	○	○	○
Informacja turystyczna	●	○	○	○	●
Wysyłka materiałów reklamowych	●	○	○	○	○
Zarządzanie obiektami	●	●	○	○	○
Imprezy rozrywkowe (kalendarz)	●	●	○	○	●
Baza gastronomiczna z rezerwacją	○	●	●	○	○
Rezerwacja noclegów	○	○	●	○	○
Dodawanie opinii o jakości usług	○	●	●	○	●
Śledzenie trasy	●	○	○	○	○

Źródło: Opracowanie własne

Poziomy dostępu przyznawane są przez administratora głównego. Dane te zapisane są w bazie danych. Przy próbie wykonania operacji do której nie mamy dostępu uzyskamy odpowiedni komunikat. Dostęp do modułu administratora nie jest w ogóle widoczny dla osób z mniejszymi uprawnieniami.

Analiza wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi i informacji turystycznej

Wdrożenie systemu powinno zostać wykonane z zastosowaniem modelu kaskadowego:

Rysunek 27 Proces wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi turystycznej

Źródło: Opracowanie własne

- Określanie wymagań – określane są cele oraz szczegółowe wymagania wobec tworzonego systemu,
- Analiza – budowany jest logiczny model systemu
- Projektowanie - powstaje szczegółowy projekt systemu

- Implementacja/kodowanie oraz testowania modułów – projekt zostaje zaimplementowany w konkretnym środowisku programistycznym oraz wykonywane są testy poszczególnych modułów,
- Testowanie - następuje integracja poszczególnych modułów połączona z testowaniem poszczególnych podsystemów oraz całego oprogramowania,
- Wdrożenie - system jest wykorzystywany przez użytkownika(ów), a producent dokonuje konserwacji oprogramowania — wykonuje modyfikacje polegające na usuwaniu błędów, zmianach i rozszerzaniu funkcji systemu

Poniżej przykład wdrożenia konkretnej instalacji systemu.

Przygotowanie serwera, na którym zostanie zainstalowany portal przez instalacje odpowiedniego oprogramowania używanego przez system..

Konfiguracja domeny internetowej do pracy z serwerem. Zakupioną wcześniej domenę należy skonfigurować aby poprawnie działała z usługami udostępnionymi na serwerze np. www, poczta. Konfiguracja po stronie dostawcy domeny oraz po stronie serwera.

Konfiguracja systemu pocztowego na serwerze do wysyłania wiadomości email do użytkowników. Założenie odpowiednich skrzynek pocztowych i dostosowanie reguł wysyłki oraz odbioru poczty. Zalecane jest zastosowanie filtru antyspamowego.

Deployment portalu na serwerze aplikacyjnym będzie odbywał się w sposób odpowiedni dla danego sposobu napisania aplikacji. Po uruchomieniu portalu będzie możliwe logowanie się użytkowników za pomocą przeglądarek internetowych w urządzeniach stacjonarnych jak i mobilnych.

Wprowadzenie aplikacji do sklepów mobilnych umożliwi użytkownikom możliwość ściągnięcia jej na swoje urządzenie mobilne (Android/iOS) i korzystanie z niej bez konieczności używania przeglądarek.

Po pozytywnych testach portalu oraz aplikacji mobilnej system jest gotowy do pracy w środowisku produkcyjnym. Wszystkie zmiany na działający systemie powinny być wykonywane w momencie jego najmniejszego obciążenia.

Długofalowy i docelowy zakres funkcjonowania systemu

W zakresie docelowego zakresu funkcjonowania systemu można mówić m.in. o rozwinięciu ofert pakietowych, stanowiących wspólne oferty kilku podmiotów oferujących usługi turystyczne. Tym samym, rozwinięciu ulec może system ulgi rabatów przyznawany przy realizacji usług pakietowych.

Inną docelową funkcjonalnością mogą być wiadomości PUSH wysyłane przez aplikacje mobilną. Klient dostaje krótką informacje bezpośrednio na swój smartfon lub tablet. Nie są tu generowane dodatkowe koszty użytkowania serwisu, gdyż cały ruch idzie przez Internet. Rozwiązanie idealne do powiadomień odnośnie do bezpieczeństwa. Niemniej, na etapie projektowania systemu rozwiązanie to wiąże się z dodatkowym kosztem związanym z dostosowaniem funkcjonalności do aplikacji mobilnej. Z tego powodu, funkcjonalność tą nie należy zakładać w „minimalnej" wersji systemu, lecz stanowić powinna opcję jego dalszego rozbudowy.

Zestawienie funkcjonalności znajduje się w poniższym zestawieniu, podzielonym na dwa warianty produktu. Wybór zależy od decyzji Partnerstwa w związku z kwotą, którą postanowi przeznaczyć na realizację projektu.

Rysunek 28 Warianty systemu

Wariant 1 produktu	Wariant 2 produktu
Informacja turystyczna (dostęp do bazy informacji o atrakcjach turystycznych w obszarze KOF, lista wszystkich imprez	Sprzedaż online towarów lokalnych, sklep internetowy (możliwość rejestracji konta

rozrywkowych, możliwość wysyłki materiałów reklamowych)	sprzedawcy, towary dodawane bezpośrednio przez sprzedających)
Baza noclegowa z systemem rezerwacji (możliwość przejrzenia wszystkich obiektów w serwisie pod kontem dostępności w wybranym terminie, ceny oraz odległości od wybranego miejsca. System oferuje podkategorie obiektów (hotel, pensjonat, ośrodek wczasowy, agroturystyka). Opisana funkcjonalność może zostać zaimplementowana na podstawie filtra do wyszukiwania. Dodatkowo można określić przedział kwotowy. Klient szukając zaznacza sobie odpowiednie „kratki" odpowiadające standardowi i zaznacza przedział czasowy. Możliwe jest też poszukiwanie w uwzględnieniu odległości od wybranej atrakcji turystycznej.	Moduł konkursów organizowanych przez JST (system premiowania np. w postaci gadżetów i upominków w oparciu o logowanie się przy poszczególnych atrakcjach powiatu (w oparciu o funkcjonalność śledzenia trasy)
Gastronomia z systemem rezerwacji (spis lokali gastronomicznych w KOF z możliwą rezerwacją miejsc telefonicznie lub internetowo. Można to również połączyć z informacją turystyczną oraz noclegową)	Przekazywanie danych rezerwacji noclegów do serwisów zewnętrznych np. booking.com (wymiana danych z istniejącymi systemami może odbywać się za pośrednictwem zewnętrznego dostępu do bazy danych – replikacja części tabeli między systemami centralnym oraz klienckim. Można zastosować też

	osadzenie na stronie sprzedawcy samego modułu rezerwacji, który będzie pochodził z centralnego systemu)
Imprezy w okolicy (w oparciu o powyższą funkcjonalność śledzenia trasy)	Oferty pakietowe, cross selling (np. łączenie usług hotelowych i gastronomicznych w oparciu o lokalizację)
System komentarzy (możliwość wprowadzenia informacji zwrotnej o jakości usług)	Rabaty (w oparciu o korzystanie z ofert pakietowych oraz aktywność w dodawaniu opinii)
Powiadomienia email (potwierdzenia rezerwacji, informacje o wydarzeniach)	Program partnerski (oferta powiązania systemu rezerwacji usług z innymi, istniejącymi systemami)
Wersja językowa – język polski	Powiadomienia SMS (związane z rezerwacją usług, najbliższych wydarzeniach oraz informacjami z zakresu bezpieczeństwa)
Cały system na jednym serwerze	Sprzedaż online biletów na lokalne atrakcje – rabaty „przez internet taniej”
Raporty statystyczne generowane lokalnie (ruch na stronie, liczba użytkowników, śledzenie trasy)	Wersja wielojęzyczna (angielski, niemiecki)
Śledzenie trasy (pobieranie danych z systemu lokalizacji satelitarnej GPS oraz GLONASS. Dzięki czemu możliwe będzie analizowanie aktywności użytkownika. Możliwe jest tu wyświetlanie informacji reklamowo promocyjnych w oparciu o region, w którym się znajduje)	Rozdzielenie serwisów na poszczególne serwery

	Wysoka dostępność systemu podczas awarii. Serwery zapasowe w innych serwerowniach
	Zastosowanie zewnętrznych serwisów do generowania raportów
	Wiadomości push (Klient dostaje krótką informacje bezpośrednio na swój smartfon lub tablet)

Źródło: Opracowanie własne

Technologia wykonania systemu dla obowiązujących obecnie standardów, zapewniająca poprawne funkcjonowanie na komputerach typu Desktop, tabletach oraz smartfonach

System Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej powinien być wykonany w technologii z dynamicznym wyświetlaniem zawartości.

Zalecane technologie frontendowe:

- CSS,
- JavaScript
- HTML 5
- języki oparte na XMLu.

Technologie backendowe:

- PHP
- Ruby on Rails
- JAVA
- Python

- Perl
- SQL

Do tworzenia systemu można użyć istniejących na rynku frameworków front-endowych np.:

- Bootstrap
- Foundation
- Gumby
- Semantic UI

Ze względu na dynamiczne zmiany na rynku frameworków, ostatecznego wyboru dokonać należy dopiero na etapie tworzenia systemu.

Wszystkie wymienione wyżej frameworki przystosowane są do projektowania stron dla wszystkich urządzeń. W przypadku wyboru innego należy się upewnić, czy wspiera on urządzenia mobilne.

Nie zaleca się stosowania technologii nieobsługiwanych przez urządzenia mobilne np. Flash. Przy zastosowaniu takiej technologii dane zawarte w tym module nie będą wyświetlane na urządzeniach mobilnych.

Strona ma być zoptymalizowana pod kontem szybkości wyświetlania oraz być skalowalna względem różnych rozdzielczości ekranu. Zapytania do bazy danych powinny zostać również zoptymalizowane, aby nie generowały niepotrzebnego obciążenia procesora. Mobilna wersja portalu musi posiadać identyczną funkcjonalność przy jednoczesnym ograniczeniu ilości przesyłanych danych do urządzeń mobilnych nieużywających aplikacji a jedynie mobilną wersje serwisu.

Całość należy dostosować do standardu WCAG 2.0, który umożliwia korzystanie z niego przez osoby o specjalnych potrzebach (dysfunkcja wzroku lub słuchu).

System logowania do serwisu powinien wspierać zewnętrzne systemy autoryzacji np. portale społecznościowe (Facebook/Google+). Do przygotowania aplikacji mobilnych należy użyć odpowiednich narzędzi programistycznych przewidzianych dla konkretnej platformy.

W przypadku obciążenia systemu spowodowanego dużym zainteresowaniem można zastosować separacje systemu bazodanowego od systemu webowego oraz system do kierowania ruchem www na dodatkowe serwery w klastrze. Instalacja dodatkowych serwerów generuje dodatkowe koszty.

Zakres udostępnienia usług online

Zaleca się, aby portal oraz aplikacja mobilna posiadały podobną funkcjonalność. Minimalny zakres:

- informacja turystyczna – dostęp do bazy informacji o atrakcjach turystycznych w obszarze KOF. Możliwość rezerwacji noclegów w oparciu o interesujące nas atrakcje w okolicy
- rezerwacja noclegów – możliwość przejrzenia wszystkich obiektów w serwisie pod kontem dostępności w wybranym terminie, ceny oraz odległości od wybranego miejsca
- baza gastronomiczna z rezerwacją – spis lokali gastronomicznych w KOF z możliwą rezerwacją miejsc telefonicznie lub internetowo. Można to również połączyć z informacją turystyczną oraz noclegową. Możliwość rezerwacji pakietu usług.
- imprezy rozrywkowe – lista wszystkich imprez rozrywkowych w KOF również można użyć tych informacji jako kryterium do rezerwacji noclegów oraz gastronomii.
- możliwość wprowadzenia informacji zwrotnej o jakości usług

- możliwość planowania pobytu poprzez rezerwacje szeregu usług z możliwością uzyskania kodów rabatowych przy ofertach pakietowych

Jest to zakres usług, które zapewniają podstawową funkcjonalność serwisu. Użytkownik używając portalu bez zalogowania jest w stanie się zapoznać się z aktualną ofertą noclegową, uzyskać informacje na temat ciekawych miejsc w okolicy oraz imprez rozrywkowych. Dostęp do rezerwacji noclegów oraz możliwość wprowadzania informacji zwrotnej dostępne jest dopiero po zalogowaniu się do portalu.

Właściciel serwisu nie jest stroną przy zawieraniu umowy najmu, dostarcza on tylko powierzchnie w serwisie oraz umożliwia kontakt zainteresowanym podmiotom.

Możliwość gromadzenia informacji na temat turystów, ich wyborów oraz zainteresowań w celu prowadzenia dostosowanej kampanii promocyjnej Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego oraz badania zadowolenia klientów po zrealizowaniu pobytu

Każda aktywność zalogowanego w portalu użytkownika, bez względu czy przy użyciu tradycyjnej przeglądarki czy aplikacji mobilnej pozostawia stosowną informację w bazie danych. Po przez odpowiednia analizę zgromadzonych danych możliwe jest wysyłanie spersonalizowanej informacji do konkretnych klientów bazując na ich zainteresowaniach, przyzwyczajeniach, wyborach lub miejscach, które odwiedzili. Użyte technologie umożliwiają takie rozwiązanie. Generowanie statystyk odbywać się będzie w czasie rzeczywistym lub w czasie najmniejszego obciążenia serwera. Do przygotowywania raportów na temat turystów można użyć dodatkowo zewnętrznego narzędzia np. Google Analytics przez zastosowanie odpowiedniej wtyczki do przekazywania informacji na serwery zewnętrznej firmy. Dodanie takiego rozwiązania umożliwi przygotowywanie profesjonalnych raportów bez potrzeby obciążania serwera portalu.

Niektóre z funkcjonalności Google Analytics:

- generowanie około 80 rodzajów raportów związanych z zbieraniem danych dotyczących ruchu internetowego, wskaźników konwersji i ROI;
- możliwość tworzenia segmentów użytkowników według źródła ruchu lub zachowania w serwisie
- łatwe integrowanie konta z kontami AdWords;

Dzięki integracji z serwisem AdWords możemy prowadzić kampanie marketingowe w oparciu o zebrane w naszym serwisie dane.

Rysunek 29 Uzyskanie opinii dot. usługi turystycznej

Źródło: Opracowanie własne

Każdy klient po zakończonym pobycie dostaje stosowną informację z prośbą o wyrażenie swojego zadowolenia. Motywacją do tego mogą być przyznawane wyróżnienia dla aktywnych klientów. Można zastosować systemy rabatowe.

Ocena pobytu przechowywana jest w bazie danych oraz wyświetlana w odpowiednim miejscu na portalu.

Analiza funkcjonalna powiązania systemu informatycznego z danymi geodezyjno-kartograficznymi

Aplikacja mobilna jest w stanie pobierać dane z systemu lokalizacji satelitarnej GPS oraz GLONASS. Dzięki czemu może analizować aktywności użytkownika. Możliwe jest tu wyświetlanie informacji reklamowo promocyjnych w oparciu o region, w którym się

znajduje. Do wyświetlenia informacji bezpośrednio na urządzeniu klienta można użyć technologii PUSH wykorzystującej sieć Internet (należy to jednakże traktować jako opcje, gdyż wymaga rozbudowania aplikacji mobilnej, co dodatkowo zwiększałoby koszt przedsięwzięcia). W połączeniu z danymi z bazy danych można kierować turystę w miejsca atrakcyjne w okolicy oraz atrakcyjne pod kontem aktywności klienta.

Dodatkowym atutem może być publikowanie przez turystę na portalach społecznościowych informacji o przebytej trasie oraz o atrakcjach, jakie spotkał. Daje to dodatkową reklamę dla systemu oraz KOF.

Kolejną z zalet analizy danych dostarczonych z aplikacji mobilnych jest informacja o zainteresowaniu turystów obszarami KOF, pokazać można które z nich cieszą się jakim zainteresowaniem. Dzięki temu można dostosować ofertę do potrzeb klientów (z tymże opcja śledzenia trasy powinna być widoczna jedynie dla administratora, aby po pewnym czasie można było opracować główne ścieżki którymi podążają turyści).

Zachętą do korzystania z systemu lokalizacji mógłby być system ulg i rabatów, w zamian za logowanie się w określonej liczbie lokalizacji będącymi atrakcjami turystycznymi regionu bądź miejscami świadczenia usług turystycznych. Mobilizowałoby to turystów do odwiedzenia jak największej liczby miejsc, jak i skłoniłoby to powrotu w ramach wykorzystania otrzymanych kodów rabatowych (sami przedsiębiorcy świadczący lokalne usługi turystyczne w znacznej mierze potwierdzili gotowość przygotowania podobnych ofert rabatowych).

Określenie zakresu i zasobów wersji mobilnej systemu

Portal w wersji tradycyjnej jak i mobilnej oraz aplikacja mobilna powinny posiadać identyczną funkcjonalność, minimalny zakres :

	Desktop	Mobilna WWW	Aplikacja mobilna
informacja turystyczna (dostęp do bazy informacji o atrakcjach turystycznych w obszarze KOF, lista wszystkich imprez rozrywkowych)	●	●	●
administracja serwisem	●	●	●
wysyłka materiałów reklamowych	●	○	○
baza gastronomiczna z rezerwacją (spis lokali gastronomicznych w KOF z możliwą rezerwacją miejsc telefonicznie lub internetowo. Można to również połączyć z informacją turystyczną oraz noclegową. Możliwość rezerwacji pakietu usług)	●	●	●
imprezy rozrywkowe	●	●	●
możliwość wprowadzenia informacji zwrotnej o jakości usług	●	●	●
śledzenie trasy (pobieranie danych z systemu lokalizacji satelitarnej GPS oraz GLONASS. Dzięki czemu możliwe będzie analizowanie aktywności użytkownika. Możliwe jest tu wyświetlanie informacji reklamowo promocyjnych w oparciu o region, w którym się znajduje)	○	○	●
„w pobliżu" informacje o atrakcjach (w oparciu o powyższą funkcjonalność śledzenia trasy)	○	○	●
Dodawanie i przeglądanie opinii (możliwość wprowadzenia informacji zwrotnej o jakości usług)	●	●	●

Rezerwacja noclegów (możliwość przejrzenia wszystkich obiektów w serwisie pod kontem dostępności w wybranym terminie, ceny oraz odległości od wybranego miejsca)	●	●	●

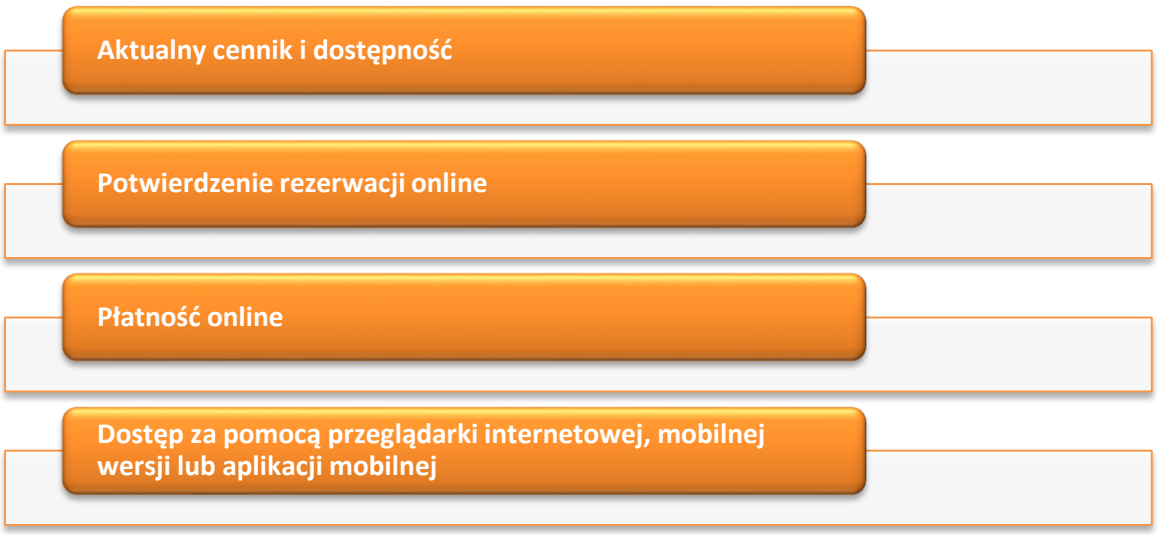
Źródło: Opracowanie własne

Dzięki zastosowaniu takiego rozwiązania użytkownik będzie mógł dokonywać takich samych działań na każdej z dostępnych wersji systemu. Niewielkie różnice spowodowane są trudnością w realizacji zadania na platformach mobilnych.

Analiza funkcjonalności rezerwacji usług

System posiada moduł rezerwacji usług noclegowych jak i gastronomicznych. Podmioty branży turystycznej wprowadzają swoją ofertę i na bieżąco aktualizują. Klient może w prosty sposób wybrać sobie interesujący go lokal i w funkcji kalendarza może sprawdzić cenę za pobyt oraz zarezerwować nocleg przez zaznaczenie odpowiednich dat. Administrator obiektu może też ręcznie wpisywać daty, w których lokal jest niedostępny np. rezerwacja w lokalu lub modernizacja placówki. Wybór lokalu może być też automatyczny w oparciu o atrakcje w okolicy – polecane lokale. Potwierdzenie rezerwacji wysyłane jest zarówno do dostawcy, jak i do klienta. W tym celu można zastosować można takie kanały komunikacji jak e-mail czy sms.

Rysunek 30 Rezerwacja usług - funkcjonalności



Źródło: Opracowanie własne

Istnieje możliwość zastosowania płatności online, dzięki czemu klient ma pełen komfort i nie musi się już martwić o regulowanie płatności w lokalu. Na ryku istnieje wiele firm zajmujących się pośrednictwem w płatnościach np. PayU, PayPal. Obsługa tych płatności będzie polegała na dodaniu odpowiedniego modułu do systemu. Rezerwacji można dokonać za pomocą przeglądarki internetowej, mobilnej wersji lub aplikacji mobilnej. Płatność online jest przekazywana na rachunek bankowy sprzedającego.

Wprowadzenie danych przez podmioty turystyczne odbywać się będzie z poziomu przeglądarki internetowej, co wykluczy problem dopasowania zgodności systemu danych.

Narzędzie daje nam możliwość wprowadzenia cross selingu, tworzenia ofert pakietowych. Do rezerwacji noclegu dokupić można wyżywienie w jednym z proponowanych lokali gastronomicznych. Sugerowane to może być ze względu na odległość lub na atrakcje w okolicy. Dostępna też może być sprzedaż w pakietach - nocleg z wyżywieniem taniej, stosowanie upustów przy zakupie większej liczby usług. Przy zaplanowaniu pobytu i rezerwacji szeregu usług, wygenerowany może zostać kod rabatowy możliwy do zrealizowania przy korzystaniu z tychże łączonych pakietów usług.

Strategia promocji systemu

Niniejszy dokument odnosi się w głównej mierze do charakterystyki samego systemu, tym samym strategia promocji wymaga sporządzenia dodatkowej dokumentacji. Poniżej zaprezentowano jedynie główny zakres, jaki powinna uwzględniać promocja systemu.

System informatyczny z racji swej istoty, potrzebuje w głównej mierze promocji internetowej. Można zakładać, że turyści którzy mieliby z niego skorzystać (za pośrednictwem Internetu) będą poszukiwali w sieci informacji dot. ciekawych miejsc względem planowanego wypoczynku. Należy więc w głównej mierze zadbać o to, aby bez problemu mogli znaleźć odnośnik do planowanego systemu. Potwierdzają to słowa przedsiębiorców, odnotowane podczas przeprowadzonych sesji inwentaryzacyjnych.

-Istotne jest pozycjonowanie w wyszukiwarce. Promocja i reklama w naszej branży jest bardzo ważna.

Źródło: sesja inwentaryzacyjna – przedsiębiorstwo z zakresu branży turystycznej

-Ważne, żeby to nie było dublowanie istniejących systemów. Przedsiębiorcy ponoszą zazwyczaj opłaty w związku z przynależnością do danej struktury i nie będą chętni do płacenia kilku opłat za taką samą usługę.

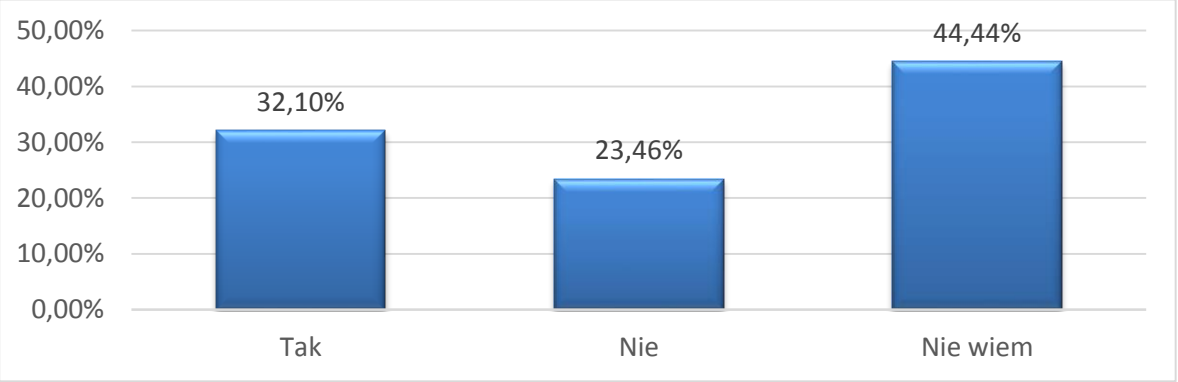
Źródło: sesja inwentaryzacyjna – przedsiębiorstwo z zakresu branży turystycznej

Z względu na dużą konkurencję na rynku usług turystycznych, pozycjonowanie serwisu w wyszukiwarce internetowej stanowi główny aspekt jego promocji. W przypadku samych przedsiębiorstw, można zakładać, że będą oni zainteresowani taką formą promocji, a informacja o istnieniu systemu rozpowszechni się w krótkim czasie. Aspektem który zniechęciłby ich do skorzystania zeń stanowiłyby ewentualne opłaty z tym związane.

Pozycjonowanie w wynikach wyszukiwania wspomóc warto poprzez promocję w serwisie Google. W tym celu sugerowane jest skorzystanie z planu promocji **Google AdWords**. Naliczanie kosztów za kliknięcia uzależnione jest od wybranego planu promocji. Decydując się na automatyczne wypozycjonowanie wyniku jako top1 należy liczyć się z wysokimi kosztami promocji. Koszt obliczany jest na bieżąco na zasadzie licytacji, stąd niemożliwym jest oszacowanie tego kosztu przed startem systemu, określeniem słów kluczowych i poznaniem stawek oferowanych przez konkurencję (nie istnieją tym samym uniwersalne stawki za kliknięcie). Budżet promocji ustalać można jednak również osobiście i w takim przypadku koszt dziennej promocji nie przekroczy ustalonego przez nas z góry poziomu. Skutkować będzie to jednak możliwością uzyskania gorszych efektów promocji niż w przypadku serwisów konkurencyjnych, oferujących wyższe stawki za promocję.

Tym samym, w przypadku wdrożenia Systemu można na sam początek ustalić budżet promocji AdWords na poziomie np. 500 zł miesięcznie. Po pewnym czasie, dzięki dostępnej analizie wyszukiwania i kliknięć zadecydować będzie można o ewentualnym zwiększeniu budżetu, celem zwiększenia liczby kliknięć.

Rysunek 31 Czy był(a)by Pan/Pani zainteresowany(a)możliwością umieszczenia oferty rezerwacji oferowanych przez Pana/Pani przedsiębiorstwo usług na budowanej platformie Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Fakt dużego zainteresowania tego typu promocją wśród przedsiębiorców potwierdzają również dane zawarte na powyższym rysunku. Aż 32,1% już w tej chwili wyrazili chęć skorzystania z systemu, a kolejne 44,44% jest niezdecydowana. Można zakładać, że po faktycznym starcie systemu zainteresowanie to znacznie wzrosłoby.

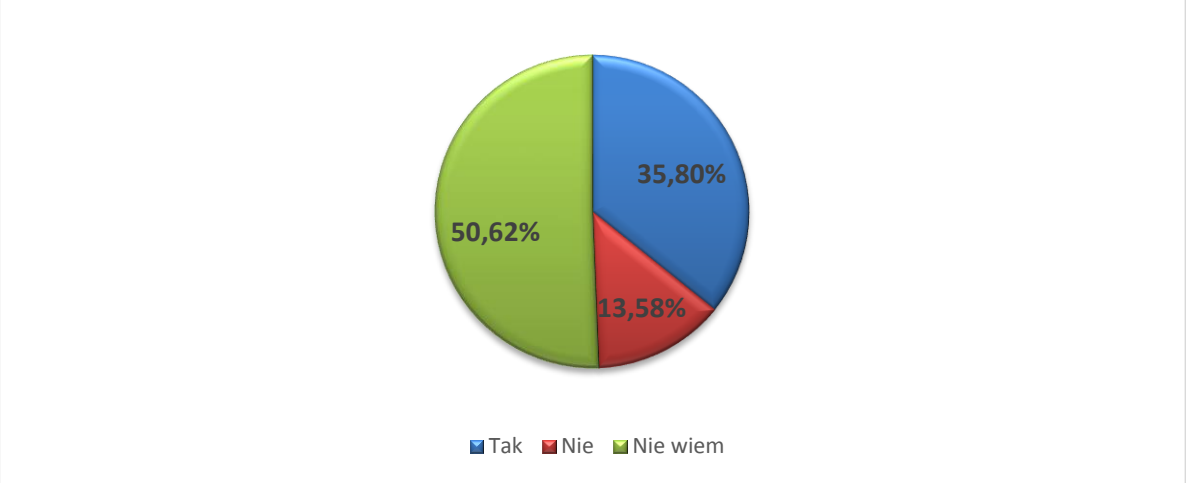
Promocja bezpośrednia, w postaci oferty skorzystania z serwisu mogłaby zostać skierowana do przedsiębiorstw, które już oferują swoje usługi online. Warto zauważyć, że część z podanych funkcjonalności (które planowane są do wdrożenia w ramach niniejszego systemu) w pewnym stopniu działa już poprzez serwis stworzony przez Lokalną Organizację Turystyczną Serce Kaszub. Oferta podmiotów branży turystycznej ogranicza się jednak w tym przypadku do podstawowych informacji, bez możliwości poznania aktualnych cen, liczby wolnych miejsc i nie uwzględnia możliwości bezpośredniej rezerwacji usług (nie uwzględniając odnośników do zewnętrznych, pojedynczych systemów rezerwacji). Można sądzić, że przedsiębiorcy obecnie już korzystający z tej formy promocji, byliby zainteresowani rozszerzeniem zakresu wsparcia.

-Portal powinien zawierać szczegółowe informacje o obiektach, dzięki czemu będzie konkurencyjny w stosunku do pozostałych dostępnych portali o podobnej tematyce, gdzie często ogłoszenia są niepełne lub też nieczytelne.

Źródło: Konsultacje społeczne

Prócz ułatwienia dotarcia do systemu przez turystów istotnym elementem promocji jest również zachęcenie do skorzystania z niego. W tym celu, można zaproponować program ulg i rabatów dla klientów budowanego serwisu. O możliwości wykorzystania takiego rozwiązania świadczą odpowiedzi respondentów w tym wymiarze:

Rysunek 32 Czy był(a)by Pan/Pani gotów zaoferować ulgi/rabaty dla klientów pozyskanych poprzez budowany System Informatyczny Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań CATI (N=80)

Już w chwili przeprowadzania badania, aż blisko 36% badanych przedsiębiorców z zakresu branży turystycznej było w stanie zaoferować ulgi i rabaty klientom pozyskanym w ramach projektowanego systemu. Po starcie serwisu i zapoznaniu się przedsiębiorców z jego działaniem z pewnością liczyć można na wzrost tego odsetka, gdyż w chwili badania aż połowa respondentów była niezdecydowana w tej kwestii. Negatywnie nastawiona do tego pomysłu była tylko niewielka cześć badanych przedsiębiorców (13,58%).

Należy również zaznaczyć, że już podczas samego funkcjonowania systemu, informacje przesyłane do użytkowników nie mogą posiadając charakteru reklamowego, gdyż uznane mogą zostać przez nich za spam, co w rezultacie negatywnie wpłynie na stopień wykorzystania serwisu.

-Aplikacja i system informatyczny powinny posiadać w swojej funkcjonalności możliwość informowania ludzi o interesujących ich wydarzeniach. Uważam, że istotne jest, aby stosować filtrowanie reklam i informacji tak, aby turyści nie odczuwali naszych informacji jako niepożądane reklamy, a raczej jako propozycję wydarzeń, atrakcji, które naprawdę mogą ich zainteresować.

Źródło: Konsultacje społeczne

Analiza SWOT

Mocne strony	Słabe strony
➢ Bogate zasoby naturalne regionu ➢ Bliskość Trójmiasta ➢ Bogata baza noclegowa ➢ Liczne atrakcje turystyczne ➢ Korzystne warunki do uprawiania turystyki przyjaznej środowisku ➢ Szeroka oferta gospodarstw agroturystycznych ➢ Bogata oferta usług turystycznych ➢ Rozwinięta turystyka rodzinna ➢ Gospodarka regionu nastawiona na rozwój turystyki, jako istotnego bodźca rozwoju	➢ Brak dotychczasowej wspólnej, spójnej oferty turystycznej (wspólne oferowanie usług) ➢ Sezonowy charakter turystyki ➢ Mała liczba całorocznych obiektów noclegowych ➢ Niedostateczne wykorzystanie walorów kulturowych w ofercie turystycznej ➢ Rozproszenie usług turystycznych
Szanse	**Zagrożenia**
➢ Budowa kolei metropolitalnej ➢ Wzrost zainteresowania turystyką weekendową ➢ Pozyskanie klientów (turystów) z terenu woj. kujawsko-pomorskiego ➢ Przedsiębiorcy z zakresu branży turystycznej optymistycznie	➢ Bliskość powiatu kartuskiego (również stawiającego na rozwój turystyki) ➢ Brak powszechności w wykorzystaniu elektronicznego systemu rezerwacji usług ➢ Ewentualna odpłatność za korzystanie z systemu przez

nastawieni na możliwość tego typu promocji i rozwój współpracy ➢ Bogata oferta usług turystycznych ➢ Prężna działalność LOT Serce Kaszub ➢ Funkcjonalności systemu opracowywane w oparciu o zapotrzebowanie przedsiębiorców branży turystycznej	przedsiębiorców miałaby wpływ na jego wykorzystanie ➢ Niedokładne rozpoznanie potrzeb biznesowych ➢ Niejasna wizja końcowej formy serwisu ➢ Niedoszacowanie czasu realizacji projektu ➢ Możliwe małe zainteresowanie ze strony małych podmiotów, poprzez co korzyści z serwisu czerpać będą duże jednostki, które zdecydują się na jego wykorzystanie

Źródło: Opracowanie własne

IV. Podsumowanie

Warianty produktu

Analiza dostępnych na rynku produktów nie wykazała dostępności gotowych narzędzi zdatnych do implementacji na potrzeby niniejszego projektu. Systemy oferowane na rynku odnoszą się najczęściej do potrzeb poszczególnych hoteli/ośrodków wypoczynkowych/biur podróży, oferując jedynie cześć spośród wymaganych funkcjonalności (systemy rezerwacji usług turystycznych).

Podsumowując charakterystykę przedstawionego systemu, przytoczyć należy podział na dwa warianty produktu (w zakresie dostępnych funkcjonalności). Wybór zależy od decyzji Partnerstwa w związku z kwotą, którą postanowi przeznaczyć na realizację projektu.

Rysunek 33 Warianty systemu

Wariant 1 produktu	Wariant 2 produktu
Informacja turystyczna (dostęp do bazy informacji o atrakcjach turystycznych w obszarze KOF, lista wszystkich imprez rozrywkowych, możliwość wysyłki materiałów reklamowych)	Sprzedaż online towarów lokalnych, sklep internetowy (możliwość rejestracji konta sprzedawcy, towary dodawane bezpośrednio przez sprzedających)
Baza noclegowa z systemem rezerwacji (możliwość przejrzenia wszystkich obiektów w serwisie pod kontem dostępności w wybranym terminie, ceny oraz odległości od wybranego miejsca. System oferuje podkategorie obiektów (hotel, pensjonat, ośrodek wczasowy,	Moduł konkursów organizowanych przez JST (system premiowania np. w postaci gadżetów i upominków w oparciu o logowanie się przy poszczególnych atrakcjach powiatu (w oparciu o funkcjonalność śledzenia trasy)

agroturystyka). Opisana funkcjonalność może zostać zaimplementowana na podstawie filtra do wyszukiwania. Dodatkowo można określić przedział kwotowy. Klient szukając zaznacza sobie odpowiednie „kratki" odpowiadające standardowi i zaznacza przedział czasowy. Możliwe jest też poszukiwanie w uwzględnieniu odległości od wybranej atrakcji turystycznej.	
Gastronomia z systemem rezerwacji (spis lokali gastronomicznych w KOF z możliwą rezerwacją miejsc telefonicznie lub internetowo. Można to również połączyć z informacją turystyczną oraz noclegową)	Przekazywanie danych rezerwacji noclegów do serwisów zewnętrznych np. booking.com (wymiana danych z istniejącymi systemami może odbywać się za pośrednictwem zewnętrznego dostępu do bazy danych – replikacja części tabeli między systemami centralnym oraz klienckim. Można zastosować też osadzenie na stronie sprzedawcy samego modułu rezerwacji, który będzie pochodził z centralnego systemu)
Imprezy w okolicy (w oparciu o powyższą funkcjonalność śledzenia trasy)	Oferty pakietowe, cross selling (np. łączenie usług hotelowych i gastronomicznych w oparciu o lokalizację)
System komentarzy (możliwość wprowadzenia informacji zwrotnej o jakości usług)	Rabaty (w oparciu o korzystanie z ofert pakietowych oraz aktywność w dodawaniu opinii)

Powiadomienia email (potwierdzenia rezerwacji, informacje o wydarzeniach)	Program partnerski (oferta powiązania systemu rezerwacji usług z innymi, istniejącymi systemami)
Wersja językowa – język polski	Powiadomienia SMS (związane z rezerwacją usług, najbliższych wydarzeniach oraz informacjami z zakresu bezpieczeństwa)
Cały system na jednym serwerze	Sprzedaż online biletów na lokalne atrakcje – rabaty „przez internet taniej”
Raporty statystyczne generowane lokalnie (ruch na stronie, liczba użytkowników, śledzenie trasy)	Wersja wielojęzyczna (angielski, niemiecki)
Śledzenie trasy (pobieranie danych z systemu lokalizacji satelitarnej GPS oraz GLONASS. Dzięki czemu możliwe będzie analizowanie aktywności użytkownika. Możliwe jest tu wyświetlanie informacji reklamowo promocyjnych w oparciu o region, w którym się znajduje)	Rozdzielenie serwisów na poszczególne serwery
	Wysoka dostępność systemu podczas awarii. Serwery zapasowe w innych serwerowniach
	Zastosowanie zewnętrznych serwisów do generowania raportów
	Wiadomości push (Klient dostaje krótką informacje bezpośrednio na swój smartfon lub tablet)

Źródło: Opracowanie własne

Wstępny harmonogram prac nad Systemem

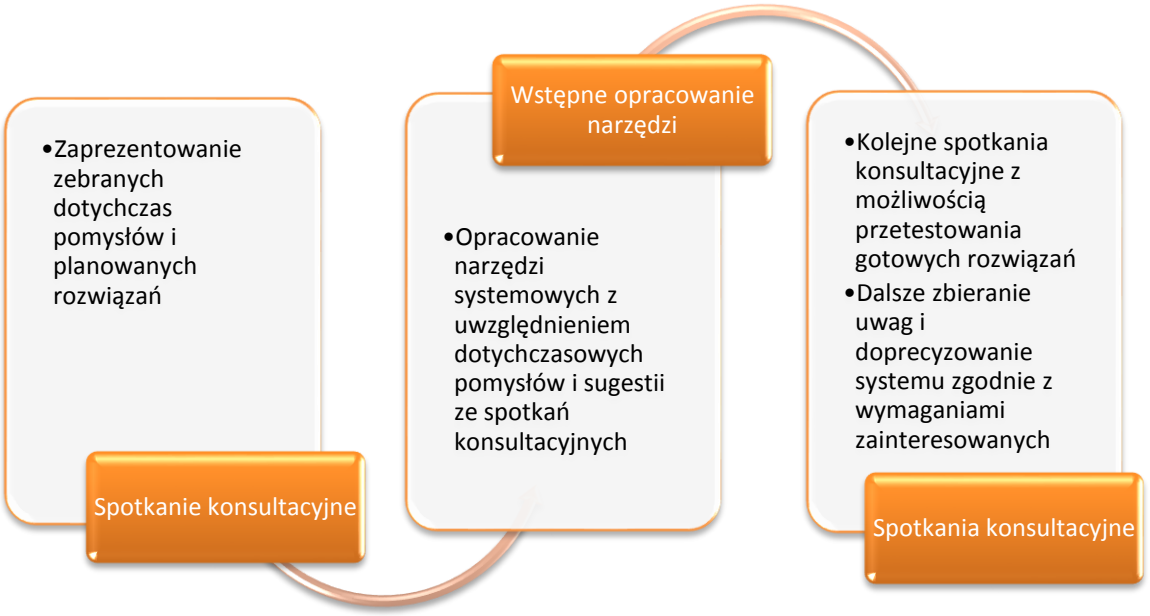
Na temat prac nad wdrożeniem systemu wypowiedzieli się sami przedsiębiorcy z terenu KOF podczas sesji inwentaryzacyjnych.

-Informowanie przedsiębiorców na temat nowych rozwiązań powinno odbywać się na zasadzie takich spotkań, jak dzisiejsze konsultacje. Musiałby zostać przedstawiony gotowy produkt i zasady jego działania. Najpierw coś zaproponować, a dopiero potem z nami konsultować, w celu naniesienia poprawek.

Źródło: sesja inwentaryzacyjna – przedsiębiorstwo z zakresu branży turystycznej

Działania/funkcjonalności zaprezentowane w niniejszym dokumencie powinny zostać zaprezentowane zainteresowanym przedsiębiorcom podczas konsultacji społecznych. Zainteresowanie tego typu komunikacja wyraziły same przedsiębiorstwa, więc można liczyć na zainteresowanie spotkaniami o takim charakterze.

Rysunek 34 Cykl wdrożenia systemu



Źródło: Opracowanie własne

Cykl spotkań konsultacyjnych stanowiłby właściwą platformę wymiany myśli, względem wdrażania poszczególnych elementów systemu. Ewentualne uwagi mogłyby zostać uwzględniane na bieżąco, a sam produkt stanowiłby odzwierciedlenie potrzeb przedsiębiorców.

Poniżej przedstawiona została koncepcja harmonogramu wdrożenia analizowanego Systemu na przykładzie wykresu Gantt'a.

Rysunek 35 Wstępny harmonogram prac nad Systemem

	Miesiąc 1	Miesiąc 2	Miesiąc 3	Miesiąc 4	Miesiąc 5	Miesiąc 6	Miesiąc 7	Miesiąc 8	Miesiąc 9	Miesiąc 10	Miesiąc 11	Miesiąc 12
Przygotowanie serwera instalacja odpowiednich programów, konfiguracja, zabezpieczanie												
Przygotowanie wstępnej wersji portalu, równolegle z przygotowaniem aplikacji mobilnej												
Wprowadzenie danych do systemu												
Testy funkcjonalne												
Konsultacje społeczne z możliwością przetestowania gotowych rozwiązań												
Audyt strony względem dostępności dla osób z dysfunkcjami wzroku / słuchu – widzialni.org , certyfikat „Strona internetowa bez barier”												
Wewnętrzne testy obciążeniowe, testy systemu wysokiej dostępności												

Poprawki portalu po testach wewnętrznych, konsultacjach i audycie												
Ponowne testy funkcjonalne												
Ewentualne poprawki portalu po testach wewnętrznych												
Wprowadzenie systemu do testów zewnętrznych												
Poprawki portalu po testach zewnętrznych												
Oddanie serwisu na produkcje												
Kampania promocyjna systemu												
Bieżące nadzorowanie pracy systemu i obsługa techniczna												

Źródło: Opracowanie własne

Szacunkowe koszty wykonania i wdrożenia systemu wraz z późniejszymi kosztami eksploatacyjnymi

Szacunkowe koszty wykonania i wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi i informacji turystycznej zależą od wielu czynników, w tym technologii, która zostanie ostatecznie wykorzystana do realizacji przedsięwzięcia oraz, przede wszystkim, wariantu produktu na który zdecyduje się Partnerstwo. Tym samym, różnice w proponowanych wycenach mogą być na tyle duże, że nie jest zasadnym prezentowanie na tym etapie samej kwoty realizacji i kosztów eksploatacji. Kwoty te mogą się zmienić w zależności od przyjętego wariantu rozwiązania oraz zastosowanych technologii. Ponadto, jak zauważono we wcześniejszej części dokumentu, również koszty promocji możliwe są do oszacowania dopiero po starcie systemu i fazie jego testowania (próbie pozycjonowania i wykorzystania Google AdWords). Wdrożenie systemu od czasu skompletowania całej dokumentacji wraz z oczekiwaniami nie powinno być dłuższe niż 12 miesięcy.

Administratorem systemu może zostać pracownik Partnerstwa. Rozwiązanie wymagałoby przeprowadzenia szkolenia z funkcjonowania i administrowania systemem.

W celu sfinansowania systemu w kolejnych latach jego funkcjonowania rozważyć można wprowadzenie opłat związanych z reklama bądź systemu prowizji od usług sprzedanych za pośrednictwem systemu rezerwacji online.

Spis rysunków

Rysunek 1 Rejony sprzyjające rozwojowi turystyki w powiecie kościerskim 10
Rysunek 2 Turystyczne obiekty noclegowe w latach 2010-2013 na terenie KOF 11
Rysunek 3 Liczba obiektów noclegowych w powiecie kościerskim (z wyłączeniem gospodarstw agroturystycznych) 12
Rysunek 4 Liczba miejsc noclegowych w powiecie kościerskim, kartuskim i bytowskim 13
Rysunek 5 Liczba kąpielisk, przystani żeglarskich i kajakowych (stan na 31.12.2013 r.) 14
Rysunek 6 Główne atrakcje turystyczne KOF 15
Rysunek 7 Liczba osób korzystająca z noclegów oraz liczba udzielonych noclegów w powiecie kościerskim, kartuskim, bytowskim w latach 2010-2013 17
Rysunek 8 Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie kościerskim, powiatach sąsiednich i województwie pomorskim 19
Rysunek 9 Podział branżowy przedsiębiorstw poddanych badaniu 21
Rysunek 10 Jak ogólnie ocenia Pan potrzebę utworzenia Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego? 21
Rysunek 11 Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(a) skorzystać z Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej (w kontekście zaoferowania usług za pośrednictwem budowanej platformy) 22
Rysunek 12 Jakie usługi/funkcjonalności, oprócz informacji turystycznej i konsolidacji usług świadczonych przez lokalne przedsiębiorstwa z zakresu branży turystycznej, powinien oferować budowany System Informatyczny Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej? 23
Rysunek 13 Czy w ramach prowadzonej działalności posiadają Państwo system elektronicznej rezerwacji usług? 27
Rysunek 14 Jakie usługi (w ramach prowadzonej działalności) był(a)by Pan/Pani w stanie zaoferować za pośrednictwem Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej? 28
Rysunek 15 Podstawowe oczekiwane moduły systemu 29
Rysunek 16 Czy był(a)by Pan/Pani skłonny(a) podjąć współpracę z innymi podmiotami (z branży turystycznej), celem stworzenia wspólnych ofert dla turystów? 34
Rysunek 17 Jakie działania mogłyby się znaleźć w tego typu współpracy? (które usługi mogą zostać powiązane ze sobą) 35

Rysunek 19 Podział przedsiębiorstw wg zakresu oferowanych usług, które wyraziły chęć skorzystania z Systemu 37
Rysunek 20 Korelacja typ turystyki – użytkownicy serwisu 38
Rysunek 21 Jaki rodzaj turystyki dominuje na terenie Kościerskiego Obszaru Funkcjonalnego? (n=25) 39
Rysunek 22 Jacy klienci stanowią główną grupę odbiorców usług Pana/Pani przedsiębiorstwa? 40
Rysunek 23 Użytkownicy systemu 42
Rysunek 24 System powiadamiania klientów o najnowszych wydarzeniach 44
Rysunek 25 Formy wymiany informacji 46
Rysunek 26 Grupy użytkowników Systemu 47
Rysunek 27 Zakres dostępu do systemu i uprawnień 48
Rysunek 28 Proces wdrożenia informatycznego systemu wsparcia biznesu i jednolitego systemu obsługi turystycznej 49
Rysunek 29 Warianty systemu 51
Rysunek 30 Uzyskanie opinii dot. usługi turystycznej 58
Rysunek 31 Rezerwacja usług - funkcjonalności 62
Rysunek 32 Czy był(a)by Pan/Pani zainteresowany(a)możliwością umieszczenia oferty rezerwacji oferowanych przez Pana/Pani przedsiębiorstwo usług na budowanej platformie Systemu Informatycznego Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej? 64
Rysunek 33 Czy był(a)by Pan/Pani gotów zaoferować ulgi/rabaty dla klientów pozyskanych poprzez budowany System Informatyczny Wsparcia Biznesu i Obsługi Turystycznej? 66
Rysunek 34 Warianty systemu 69
Rysunek 35 Cykl wdrożenia systemu 72
Rysunek 36 Wstępny harmonogram prac nad Systemem 74