

Koło Naukowe MERITUM

Raport z badań poziomu jakości świadczonych usług w placówkach IT w województwie śląskim z wykorzystaniem koncepcji badawczej Mystery Shopping

Badanie zostało wykonane przez członków KN Meritum działającego przy Katedrach Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach.

Opracowanie raportu:

dr Zbigniew Spyra- opiekun naukowy KN Meritum

Damian Ciołkowski – przewodniczący KN Meritum

Paweł Piotrowski- z-ca przewodniczącego KN Meritum

Katowice
2009-06-29


meritum
NAUKOWE KOŁO MARKETINGU

Spis treści:

1. Charakterystyka próby badawczej i przebiegu badań.....	3
2. Prezentacja wyników badań dla części pierwszej- jakość obsługi.....	7
3. Prezentacja wyników badań dla części drugiej- wygląd wewnętrzny i zewnętrzny placówki IT.....	27
4. Prezentacja wyników badań dla części trzeciej- subiektywna ocena audytora.....	31
5. Ranking placówek IT województwa śląskiego.....	32
6. Wnioski z badań.....	36
Załącznik 1. Scenariusze badawcze.....	38
Załącznik 2. Lista placówek w których przeprowadzono badania.....	40

1. Charakterystyka próby badawczej i przebiegu badań

Wśród najważniejszych zadań mających na celu stworzenie zintegrowanej sieci Informacji Turystycznej w Polsce wymienia się m.in. wspieranie i monitorowanie działania systemu centrów IT, wprowadzenie ich kategoryzacji w celu podnoszenia jakości obsługi turystów oraz działania mające na celu poszerzenie dostępnych dla turystów placówek IT. Znaczenie nowoczesnego i sprawnie funkcjonującego systemu informacji turystycznej i jego wpływ na poprawę konkurencyjności turystyki w Polsce podkreślono m.in. w „Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015”. Stało się to dla Koła Naukowego Meritum działającego przy Katedrach Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Katowicach inspiracją do podjęcia projektu badawczego mającego na celu dokonanie diagnozy aktualnego stanu funkcjonowania systemu informacji turystycznej w woj. śląskim jako elementu polityki marketingowej regionu w obszarze turystyki. Zasadniczym celem projektu była próba dokonania oceny poziomu jakości obsługi klienta i stopnia satysfakcji klientów z funkcjonowania ośrodków informacji turystycznej w woj. śląskim. Projekt był zrealizowany z wykorzystaniem koncepcji badawczej Mystery shopping. Badanie zostało przeprowadzone przez 19 członków KN Meritum, którzy „wcielili się” w rolę klientów placówek IT w woj. śląskim. Tacy szczególni klienci pojawiając się „incognito” w placówkach IT uważnie obserwowali zachowania pracowników placówek IT, sprawdzali ich kompetencje i fachowość, uprzejmość, komunikatywność, a także szereg innych elementów nie związanych bezpośrednio z procesem świadczenia usługi, jak wygląd placówki, oznakowanie, czystość itp. Oryginalność samej koncepcji badawczej polega na tym, że na żadnym etapie badania nie zbierano informacji od rzeczywistych klientów, a obiektywizm i wiarygodność badania zostały zapewnione poprzez standaryzację przebiegu wizyty, odpowiednio zbudowane narzędzie badawcze (kwestionariusz obserwacji), scenariusze badania dla tzw. klienta indywidualnego oraz klienta zbiorowego (załącznik nr 1). Każda placówka została przebadana dwukrotnie. Jeden z audytów został przeprowadzony zgodnie ze scenariuszem „indywidualnym”. Audytor wcielający się w tę rolę miał za zadanie zorganizowanie pobytu rekreacyjnego w danej miejscowości dla siebie oraz osoby towarzyszącej. Drugi z audytów był przeprowadzony zgodnie ze scenariuszem „grupowym”. Audytor tego scenariusza miał za zadanie zorganizowanie wycieczki dla kilkuosobowej grupy studentów w danej miejscowości.

Badanie właściwe, które odbyło się w kwietniu 2009 r. zostało poprzedzone szkoleniem wewnętrznym audytorów podczas warsztatów zorganizowanych przez KN Meritum w marcu



2009 r. Warsztaty szkoleniowe dla audytorów poprowadzone były przez dyrektora agencji badawczej Pentor Research International w Katowicach.

Łącznie na terenie województwa śląskiego jest 55 placówek IT (wg stanu na dzień 01.01.2009 r.). Badaniem objęto 42 wybrane placówki IT (wykaz placówek, w których przeprowadzono audyty – załącznik nr 2). W każdej z placówek audyt przeprowadzono dwukrotnie. Na wstępie badania zrezygnowano z przeprowadzenia audytów w części placówek z uwagi na ich specyfikę m.in. w placówkach IT zlokalizowanych na terenie gospodarstw agroturystycznych (Brzeziny, Hucisko, Kotowice, Podlesice, Zrębice) oraz w punkcie IT na lotnisku w Pyrzowicach (specyfika punktu IT oraz rodzaj przygotowanych scenariuszy do badania uniemożliwiło przeprowadzenie audytu w tym punkcie IT). Ponadto odstąpiono od przeprowadzenia audytów w jednym z punktów w Janowie z uwagi na występowanie dwóch punktów IT pod jednym adresem (audyt przeprowadzono tylko w jednym punkcie), z kolei w miejscowościach Podzamcze, Pszczyna i Ogrodzieniec (w każdej z tych miejscowości występuje po kilka punktów (dwa lub trzy) IT w stosunkowo niedalekiej odległości od siebie) audyty też przeprowadzono tylko w jednym punkcie ponieważ audytorzy zauważyli przemieszczanie się pracowników z jednego punktu do drugiego. Z kolei w momencie przeprowadzania audytu dwa punkty IT były zamknięte (Siedlec, Żłoty Potok Galeria pod Arkadami).

Po przeprowadzeniu badań terenowych audytorzy - członkowie Koła Naukowego Meritum zorganizowali dwa spotkania robocze by przedyskutować swoje „wrażenia z badań”. Stały się one podstawą do opracowania i przedstawienia wybranych wniosków z badań, które omówiono w punkcie 6 niniejszego raportu.

Podstawowym założeniem badania była próba znalezienia odpowiedzi na postawione pytania badawcze, w tym m.in.:

- Czy pracownicy placówek IT województwa śląskiego sprawiają pozytywne (pierwsze) wrażenie?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim wykorzystują skutecznie techniki identyfikacji potrzeb klientów?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim są w stanie udzielić potrzebnych turystom informacji dotyczących ich okolicy?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim aktywnie angażują się w rozwiązywanie problemów turystów przybywających do placówek IT?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim orientują się w posiadanych materiałach promocyjnych i co się w nich znajduje?

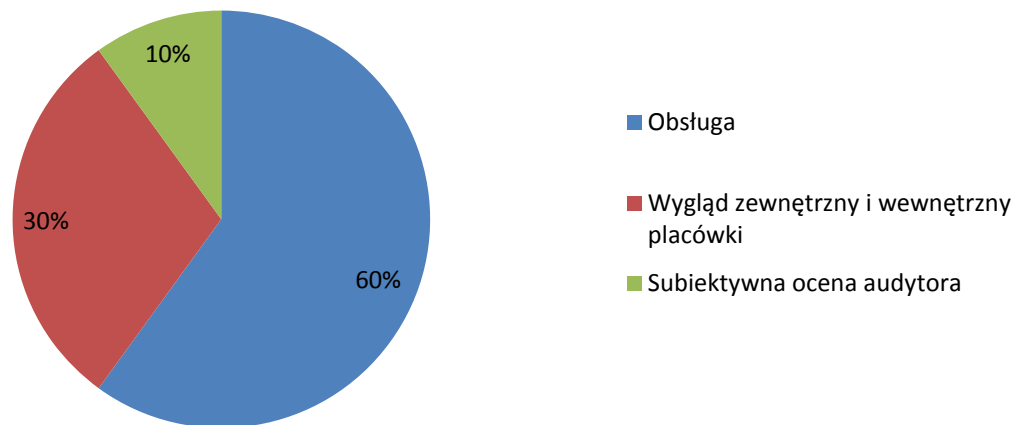
- Czy turyści są zachęceni przez pracowników punktów IT do odwiedzania lokalnych atrakcji turystycznych i korzystania z usług około turystycznych?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim oferują turystom dodatkowe materiały promocyjne w formie pamfletów, filmów itp., bądź też usługi przewodnickie?
- Czy pracownicy punktów IT w województwie śląskim oferują turystom bezpłatne materiały promocyjne?
- Czy punkty IT w województwie śląskim, oferują turystom bezpłatny dostęp do Internetu?
- Czy punkty IT w województwie śląskim, dysponują danymi o pozostałych placówkach IT w województwie śląskim ?
- Czy punkty IT w województwie śląskim, są oznakowane w sposób umożliwiający turystom bezproblemowe dotarcie do nich?
- Czy w pracownicy punktów IT w województwie śląskim dbają o czystość w samych placówkach jak i wokół nich?
- Jak szybko i skutecznie pracownicy punktów IT w województwie śląskim udzielają pomocy turystom?

Badania zostały przeprowadzone zgodnie z koncepcją badawczą Mystery Shopping. Koncepcja należy do metod obserwacji, która odbywała się bez uprzedzenia tak, aby obserwowany pracownik zachowywał się naturalnie; w sposób naturalny audytor obserwował i zapamiętywał elementy obsługi klienta.

Istota audytu bezpośredniego indywidualnego polega na tym, że audytor udaje się do placówki IT i prowadzi systematyczną, zaplanowaną obserwację sposobu obsługi klientów. Badaniu podlegały przede wszystkim takie formy zachowań pracowników IT, jak: powitanie, identyfikacja i analiza potrzeb klienta, optymalna propozycja, elementy komunikacji niewerbalnej pracowników IT, podziękowanie i pożegnanie. Ocenie podlegały również kwestie związane z wyglądem zewnętrznym oraz wewnętrznym placówki, gdzie oceniana była czystość placówki, jej oznakowanie, dostęp do Internetu oraz ilość dostępnych materiałów promocyjnych. Należy podkreślić, że zgodnie z koncepcją badawczą Mystery shopping rola audytora sprowadzała się w głównej mierze do roli obserwatora, a nie do roli komentatora monitorowanych zachowań pracowników placówki IT. Taki sposób oceny był zagwarantowany poprzez przygotowany kwestionariusz obserwacji, który zakładał niewielki stopień subiektywnych interpretacji od audytora. Audytor miał wprowadzić możliwość wyrażenia swojej subiektywnej oceny wrażeń po przeprowadzeniu audytu (ocena taka dokonywana była na skali 5-cio stopniowej), jednakże subiektywna ocena audytora będąca jedną z trzech kategorii wpływających na ogólną ocenę placówki miała tylko 10% udział w ocenie końcowej. Największy - 60% wpływ na ocenę końcową miała kategoria -

obsługa klienta, a z kolei 30% wpływu na ocenę końcową zarezerwowano dla kategorii - wygląd zewnętrzny i wewnętrzny placówki.

Wagi poszczególnych elementów składających się na ogólną ocenę końcową placówki IT zostały uzgodnione podczas wspólnych konsultacji (przed przystąpieniem do badań terenowych) z Dyrektorem Śląskiej Organizacji Turystycznej w Katowicach.

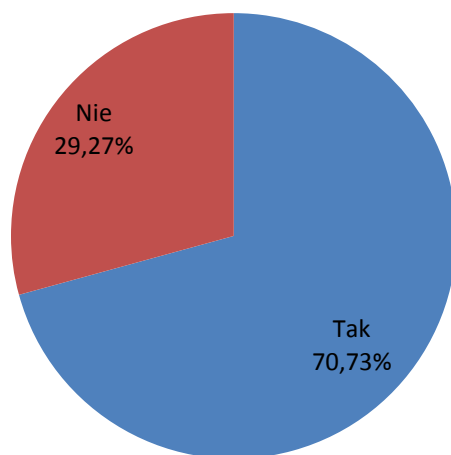


Rysunek 1 Wagi dla poszczególnych kategorii

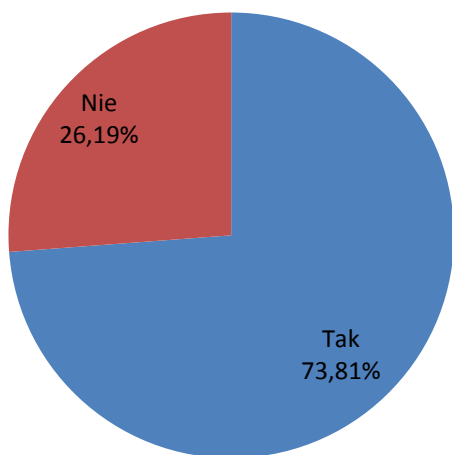
2. Wyniki badania dla części pierwszej – jakość obsługi

Gdy wszedłeś bezpośrednio do placówki IT, czy jakkolwiek pracownik IT nawiązał z Tobą kontakt wzrokowy?

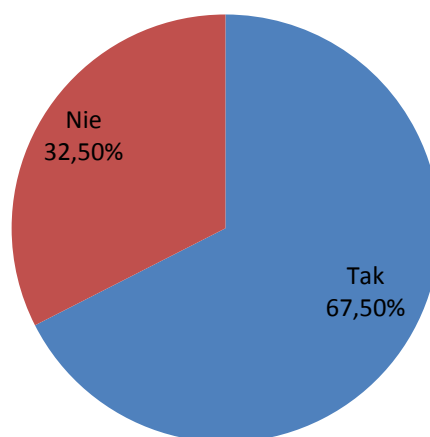
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

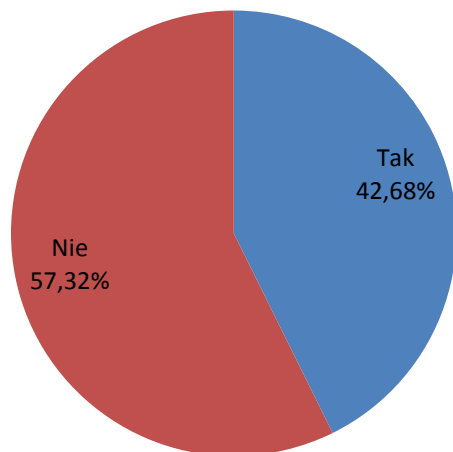


Wg. scenariusza grupowego

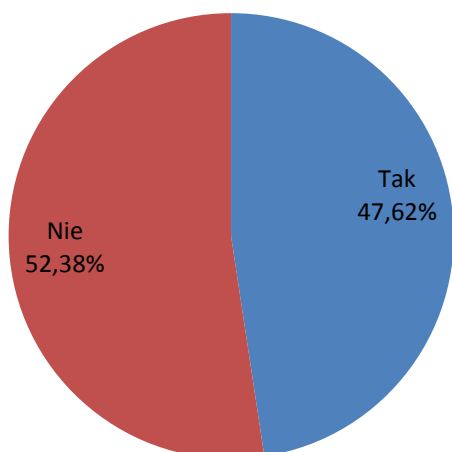


Gdy wszedłeś bezpośrednio do placówki IT, czy jakkolwiek pracownik IT uśmiechnął się?

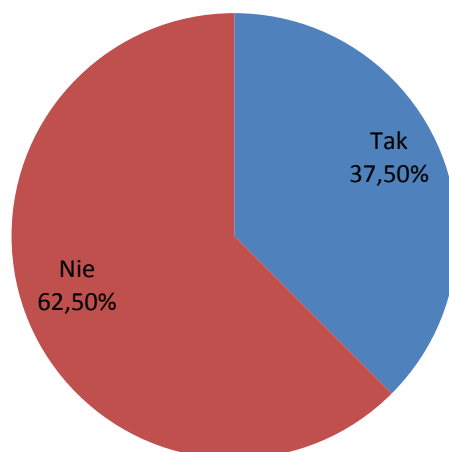
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

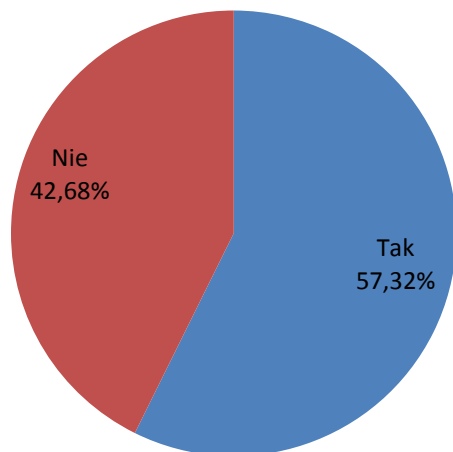


Wg. scenariusza grupowego

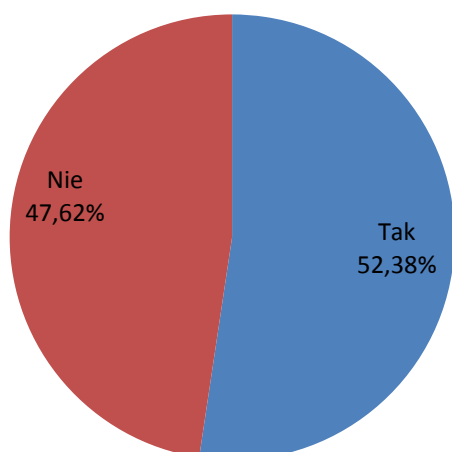


Gdy wszedłeś bezpośrednio do placówki IT, czy jakkolwiek pracownik IT przywitał się?

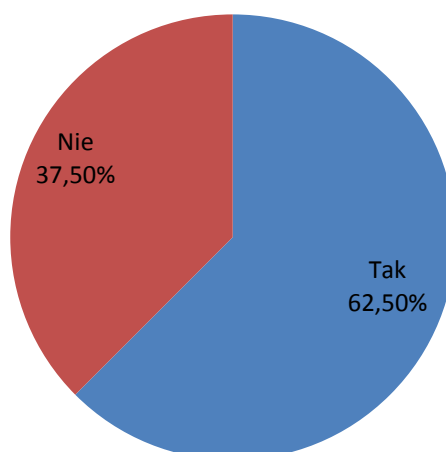
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

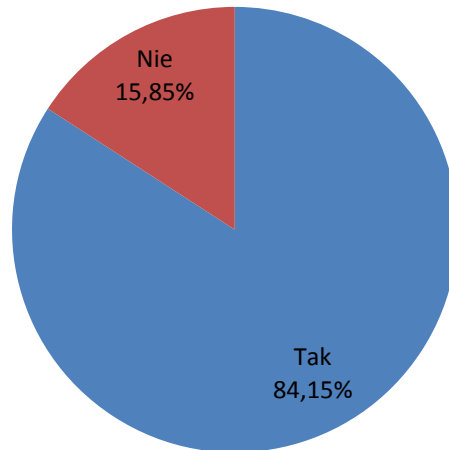


Wg. scenariusza grupowego

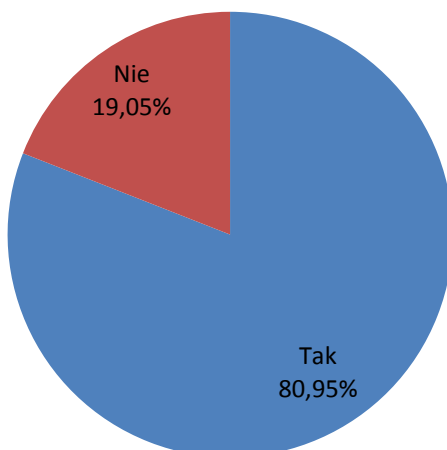


Czy pracownik IT chętnie przystąpił do udzielenia Ci pomocy i nie dał Ci odczuć swojego niezadowolenia z powodu przerwanej pracy?

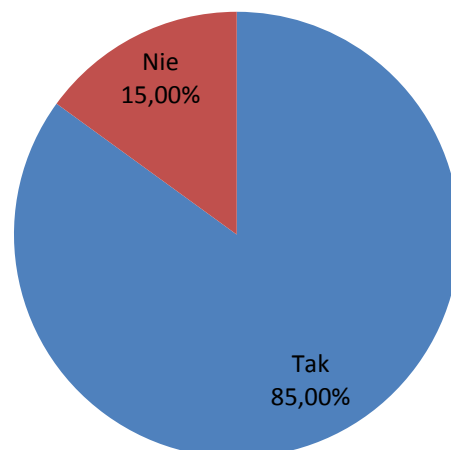
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

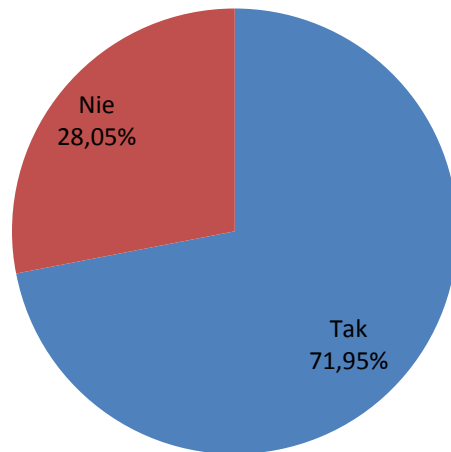


Wg. scenariusza grupowego

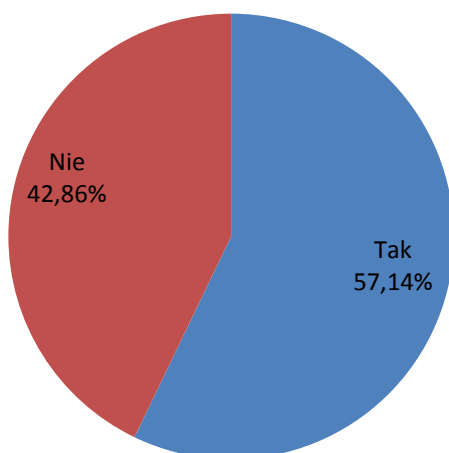


Czy pracownik punktu IT, zadawał pytania otwarte?

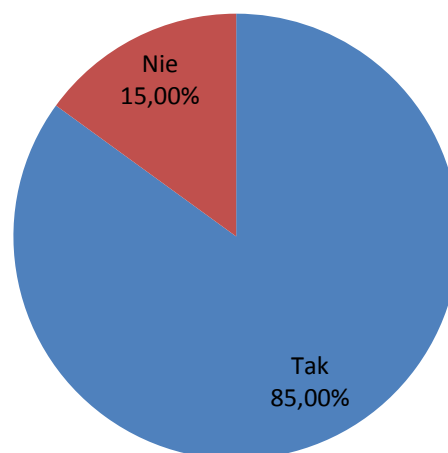
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

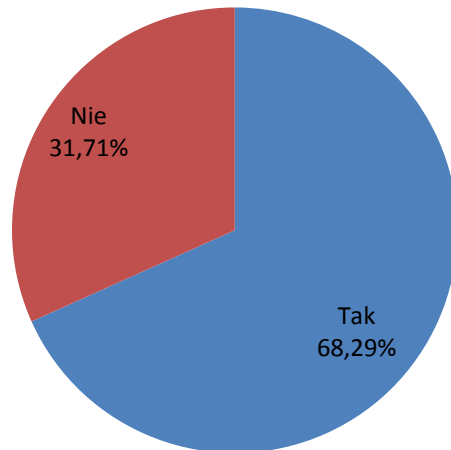


Wg. scenariusza grupowego

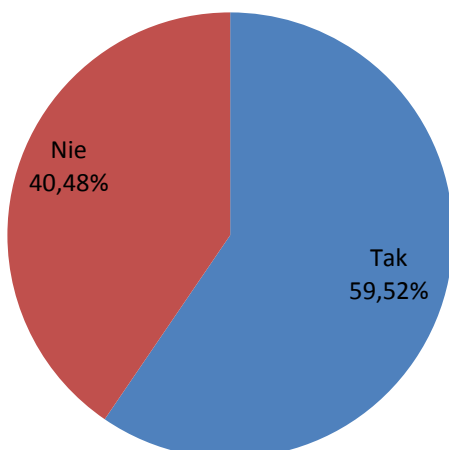


Czy pracownik punktu IT, zadawał pytania zamknięte?

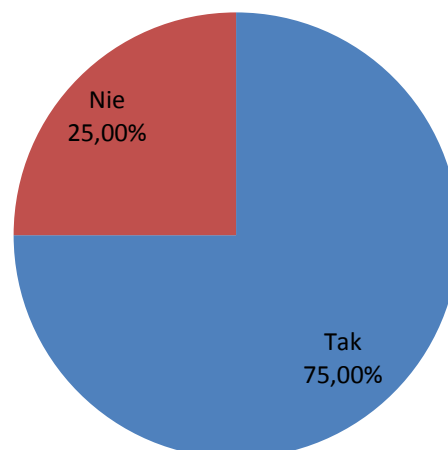
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

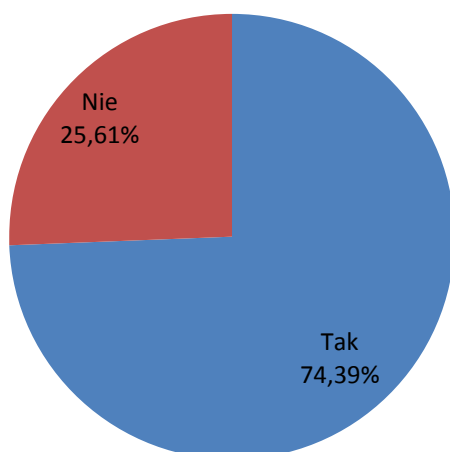


Wg. scenariusza grupowego

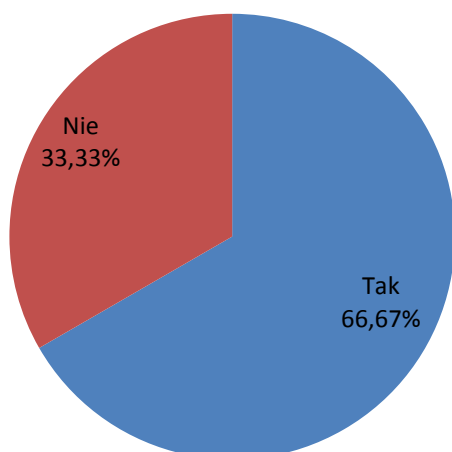


Czy pracownik punktu IT, uzyskał informacje dotyczącą Twoich potrzeb/ sprawy z którą przyszedłeś?

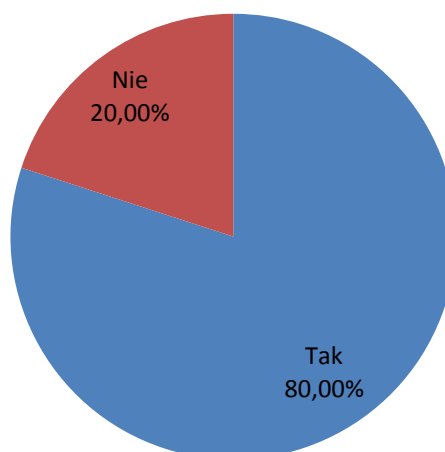
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

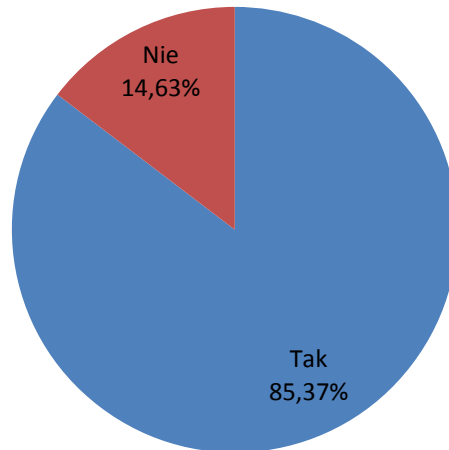


Wg. scenariusza grupowego

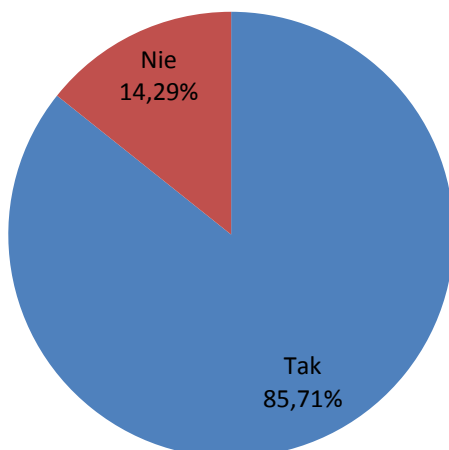


Czy pracownik zaproponował Ci produkt (usługę), którego szukałeś lub produkt podobny (jeżeli nie było tego czego szukałeś)?

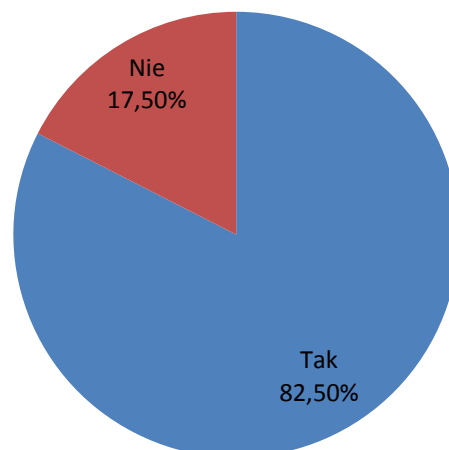
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

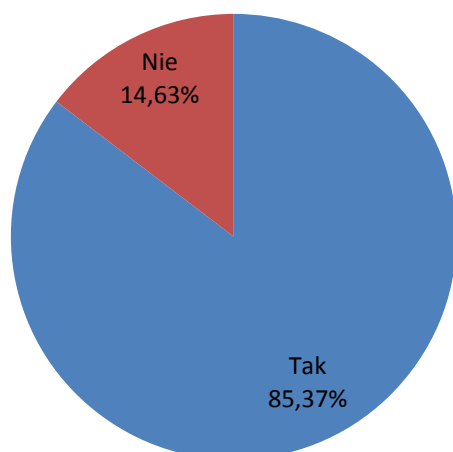


Wg. scenariusza grupowego

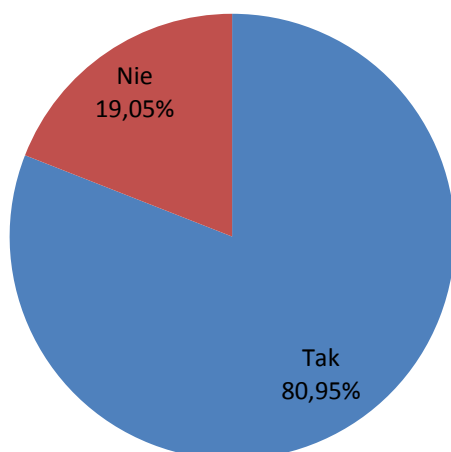


Czy pracownik IT orientował się w ofercie ulotek informacyjnych placówki IT (lub sprawdził dostępność w systemie, aby się upewnić jeżeli chodzi o np. wersje językowe)

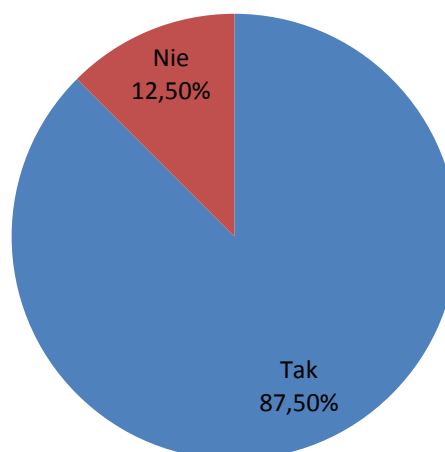
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

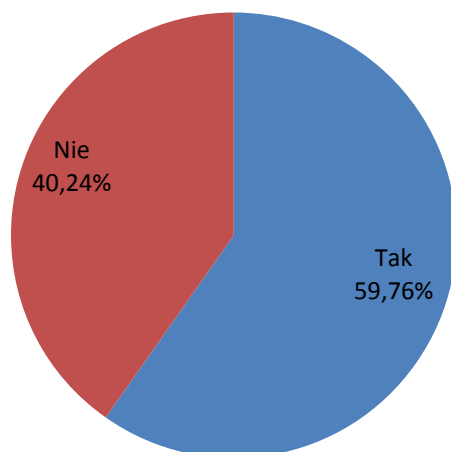


Wg. scenariusza grupowego

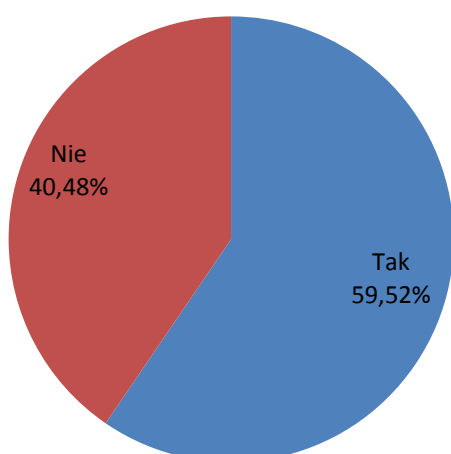


Czy pracownik IT zachęcał Cię do odwiedzenia obiektu turystycznego, który Cię interesował?

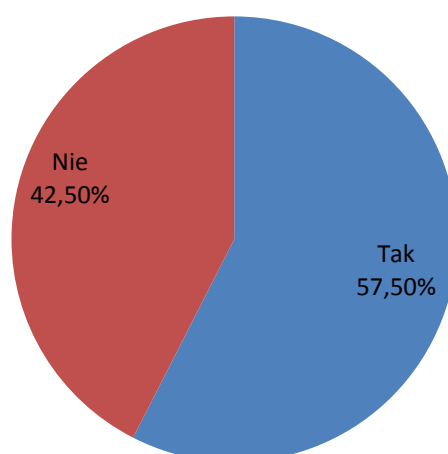
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

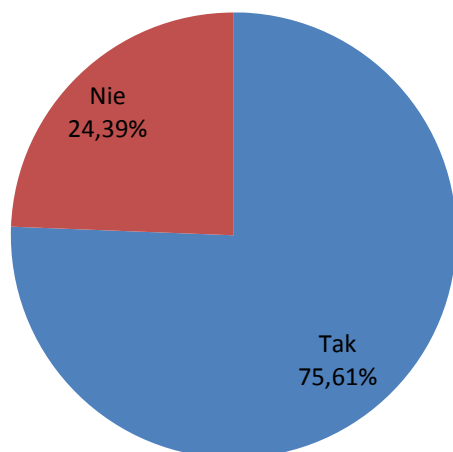


Wg. scenariusza grupowego

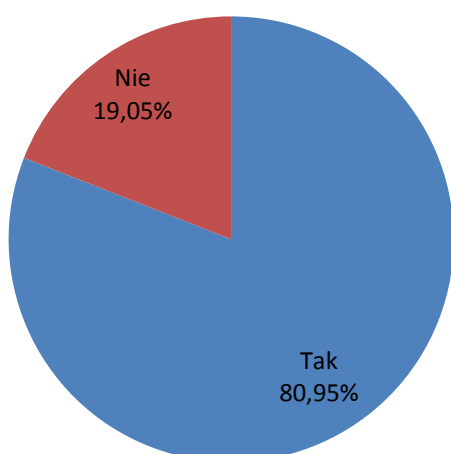


Czy pracownik IT zaproponował Ci inne obiekty interesujące/pokrewne do zwiedzania?

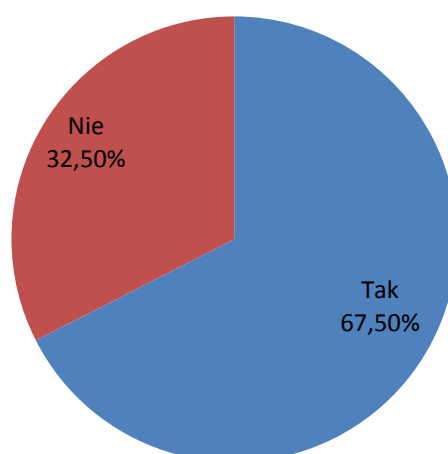
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

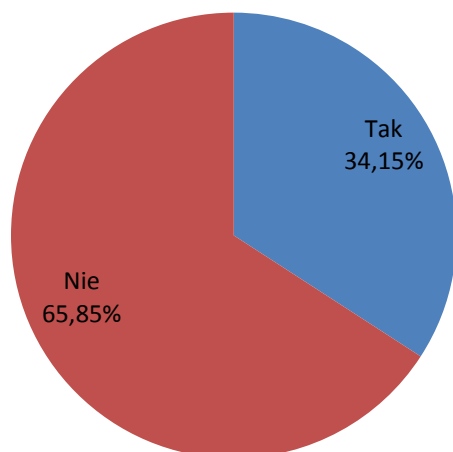


Wg. scenariusza grupowego

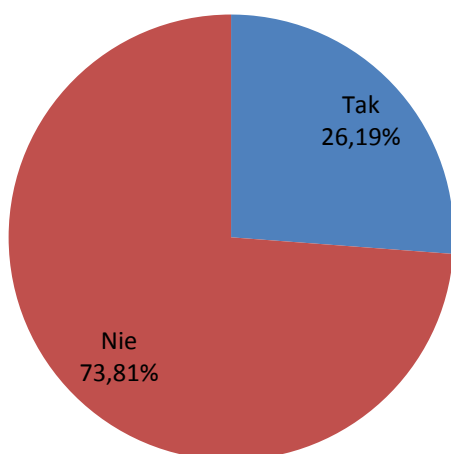


Czy pracownik IT poinformował Cię o swojej dostępności lub o dostępności innego pracownika IT, podczas gdy będziesz potrzebował dodatkowych informacji?

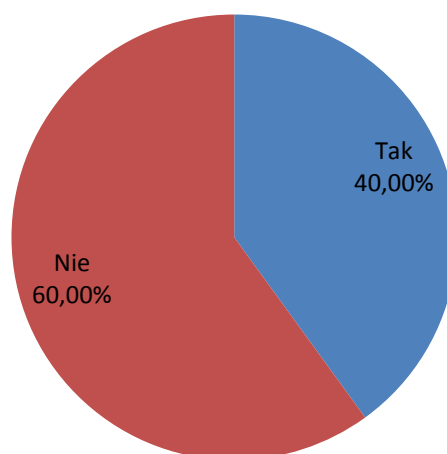
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

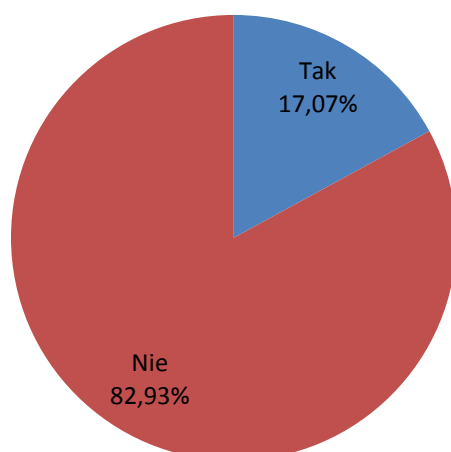


Wg. scenariusza grupowego

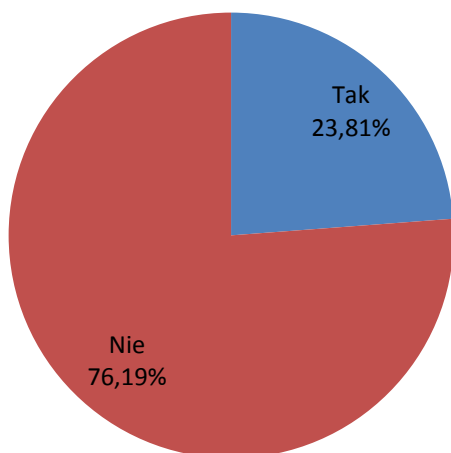


Czy podczas jakiegoś momentu wizyty w placówce IT pracownik IT proponował Ci dodatkowe produkty tworzące komplet usługi (np.: wydawnictwo płytne, płytę video, pamiątkę, bilety itp. które korespondowałyby z produktem, który był przedmiotem Twojego zainteresowania ale niejako z innej grupy towarowej itp.)?

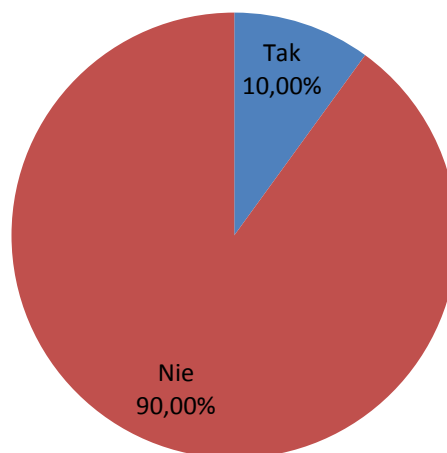
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

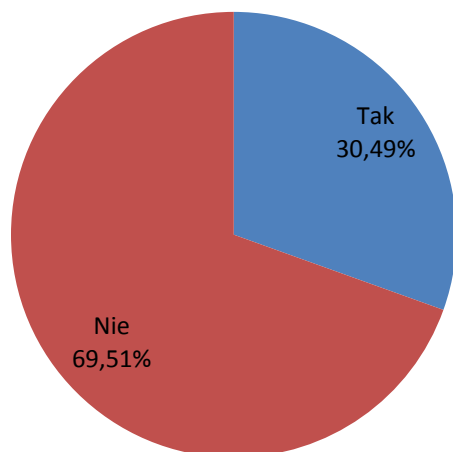


Wg. scenariusza grupowego

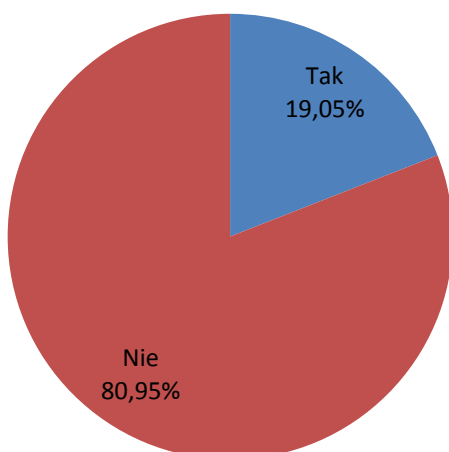


Czy pracownik IT poinformował o możliwości bądź konieczności skorzystania z usług przewodnickich w interesującym Cię obiekcie.

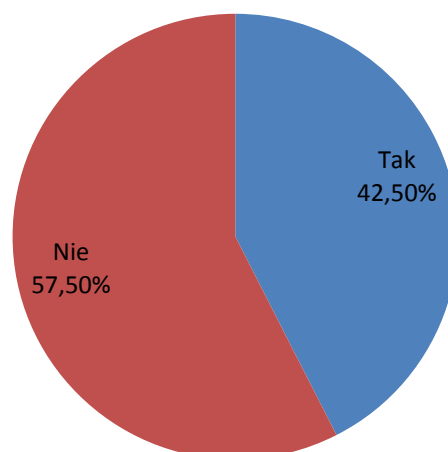
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

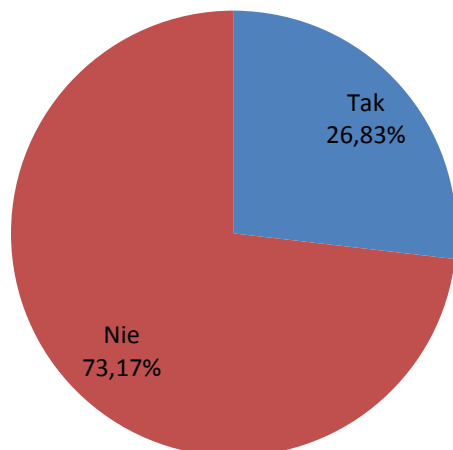


Wg. scenariusza grupowego

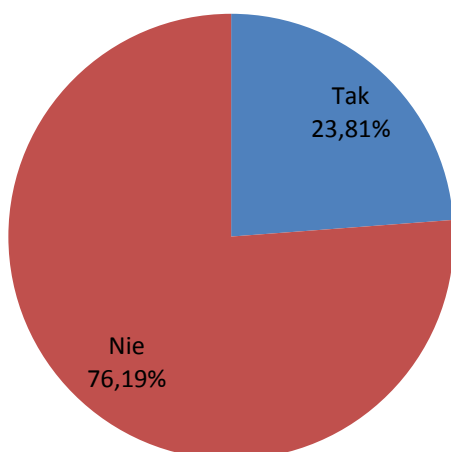


Czy placówka IT na Twoje życzenie udostępniła Ci wykaz wszystkich jednostek świadczących usługi „IT” w województwie?

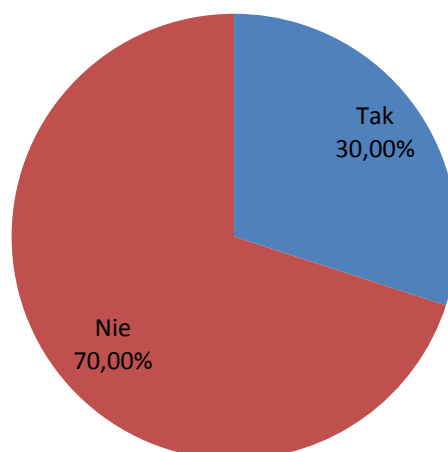
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

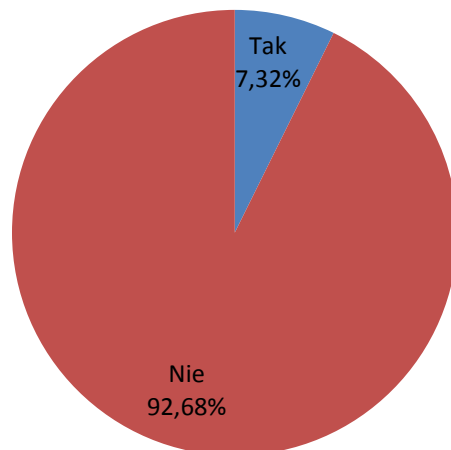


Wg. scenariusza grupowego

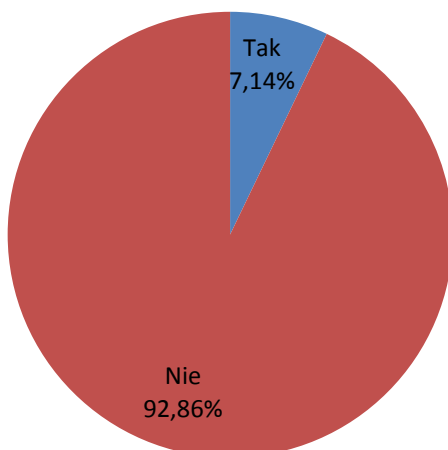


Czy pracownik IT obsługujący Cię widząc dużą ilość zebranych materiałów informacyjnych zaproponował Ci zapakowanie materiałów informacyjnych np. do firmowej torby?

Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

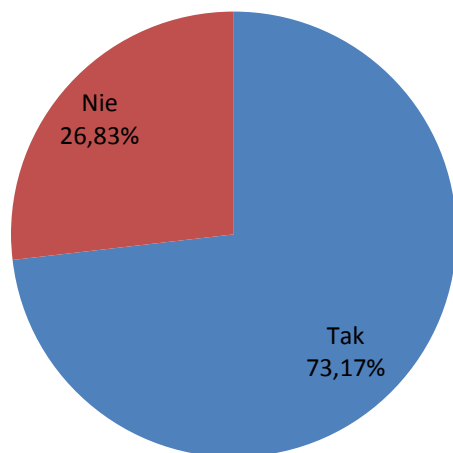


Wg. scenariusza grupowego

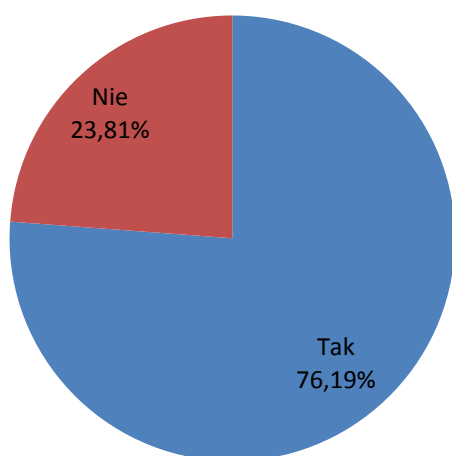


Czy podczas obsługi pracownik nie przerywał rozmowy z Tobą czynnościami nie związanymi z obsługą (np. prywatna rozmowa telefoniczna, rozmowa z innym pracownikiem nie dotycząca funkcjonowania placówki).

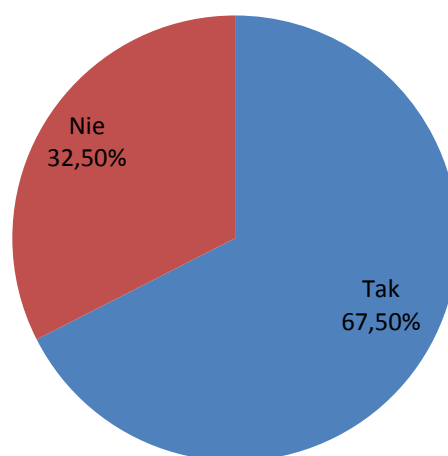
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

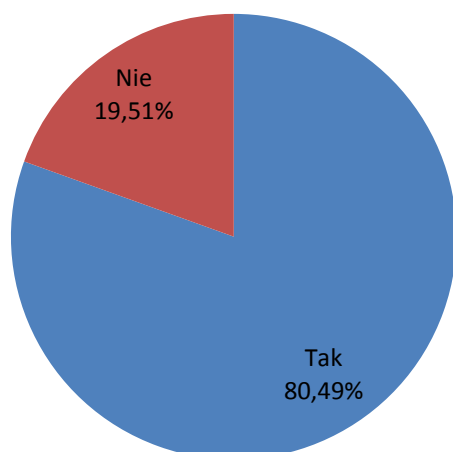


Wg. scenariusza grupowego

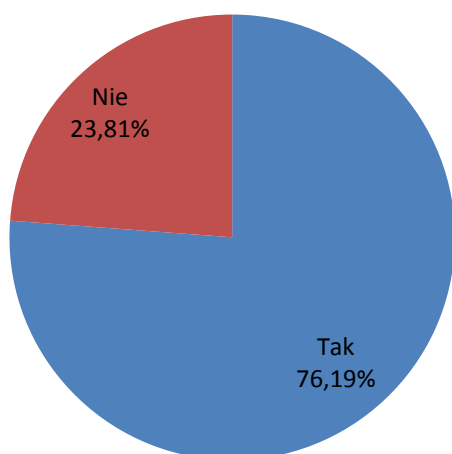


Czy podczas rozmowy pracownik aktywnie się angażował okazując to werbalnie i pozawerbalnie?

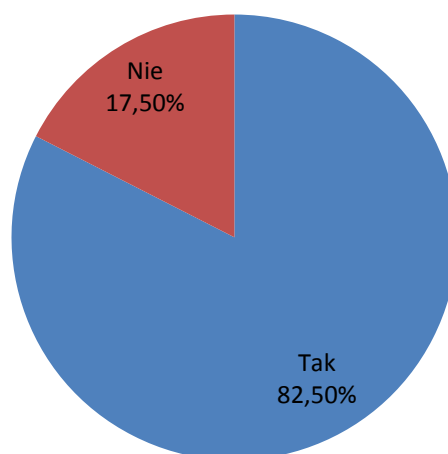
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

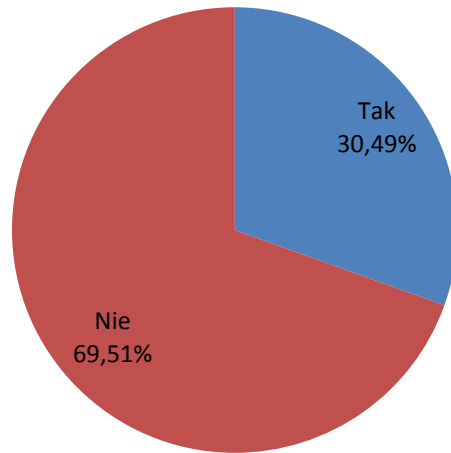


Wg. scenariusza grupowego

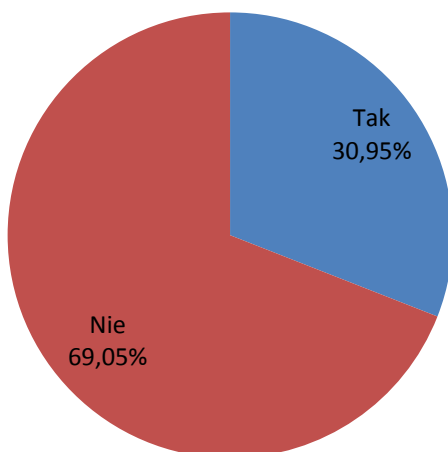


Czy pracownik punktu IT, podziękował za wizytę w obiekcie?

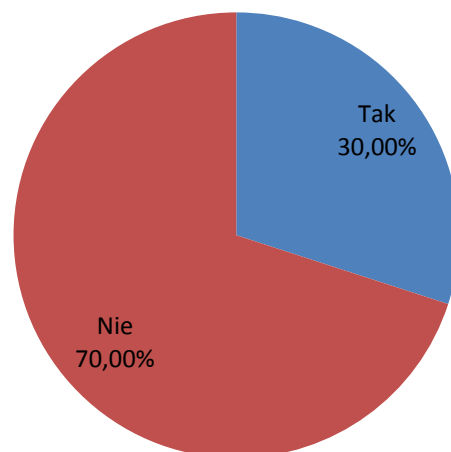
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

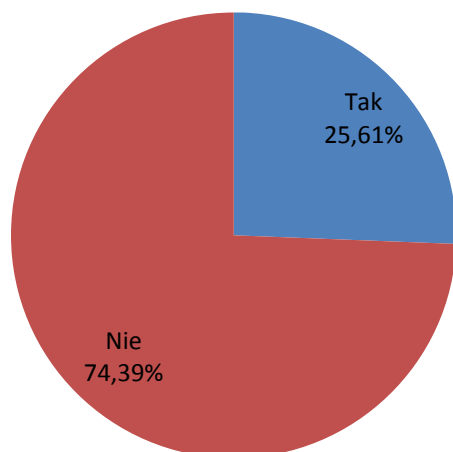


Wg. scenariusza grupowego

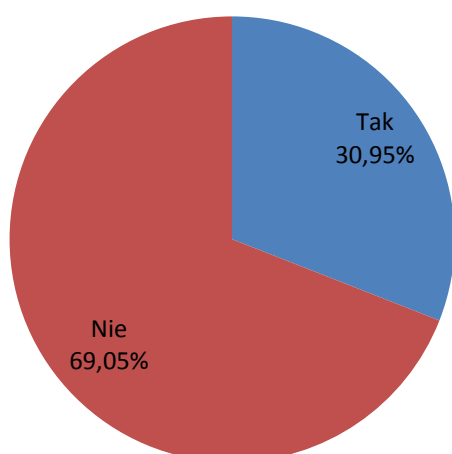


Czy pracownik punktu IT, życzył Ci miłego pobytu w okolicy?

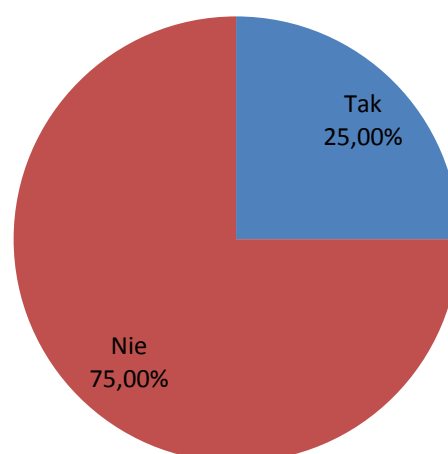
Ogółem



Wg. scenariusza indywidualnego

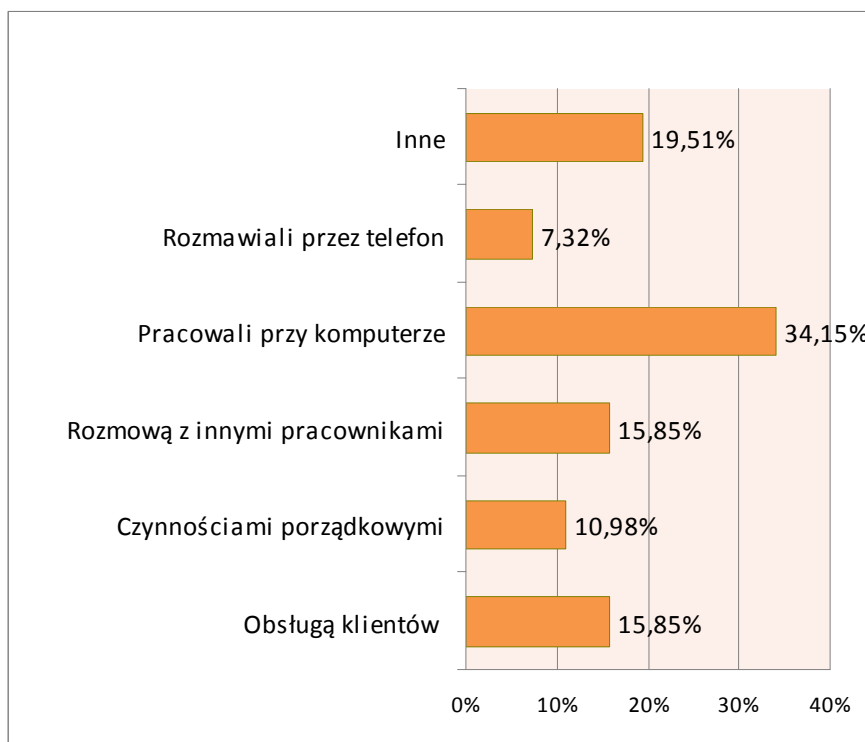


Wg. scenariusza grupowego

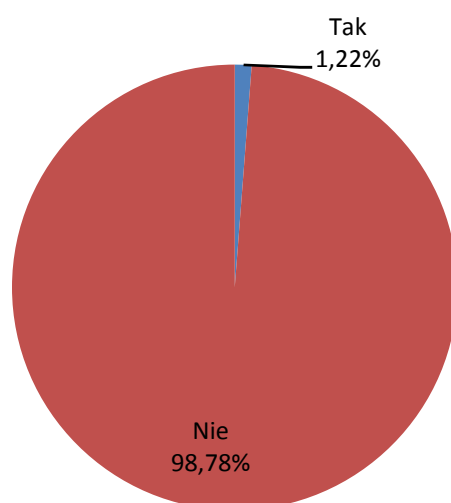


3. Wyniki badania dla części drugiej – wygląd wewnętrzny i zewnętrzny placówki

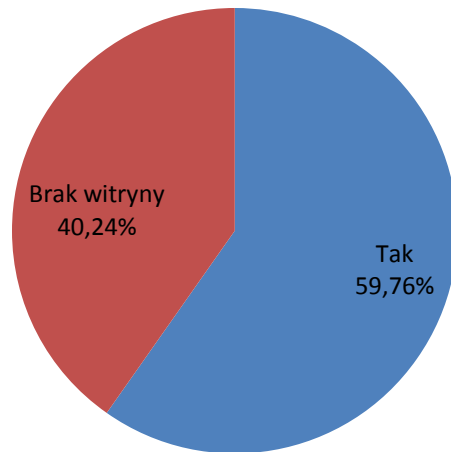
Czym zajmowali się pracownicy, gdy wszedłeś do punktu IT?



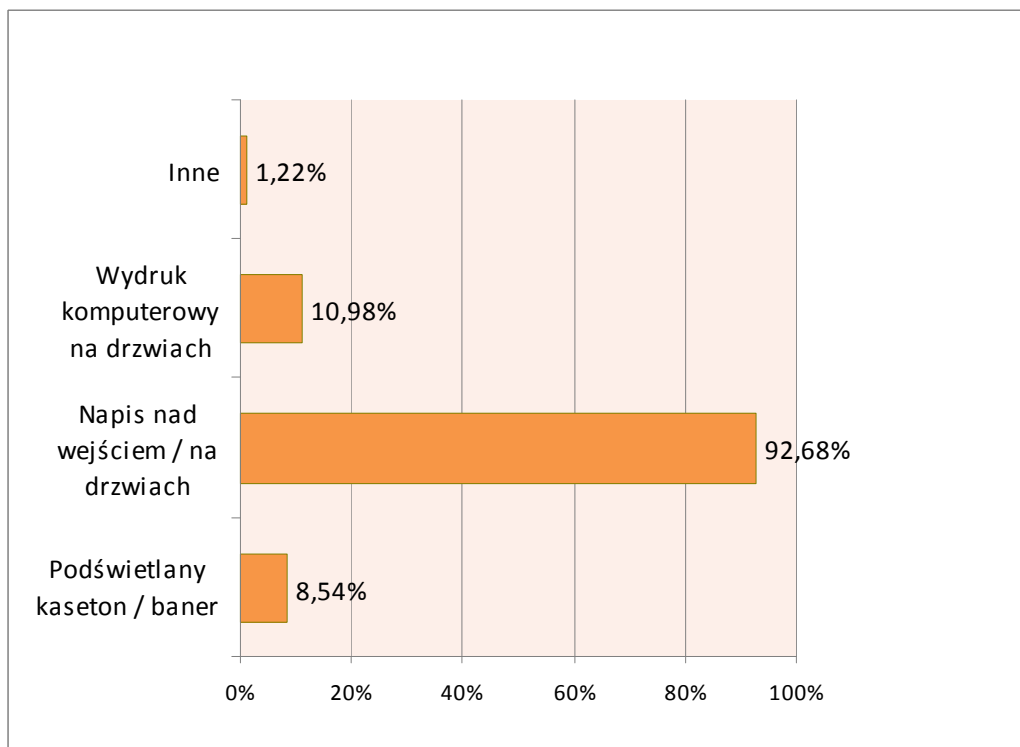
Czy pracownik obsługujący posiadał identyfikator?



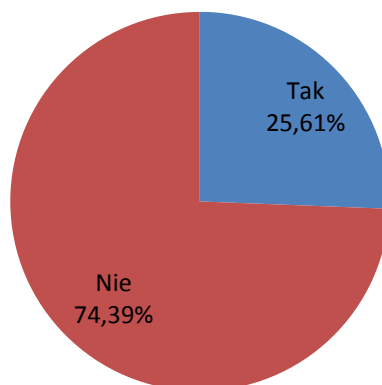
Czy witryna punktu IT była czysta?



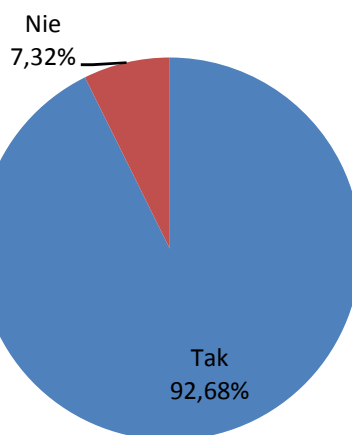
Forma oznakowania punktu IT:



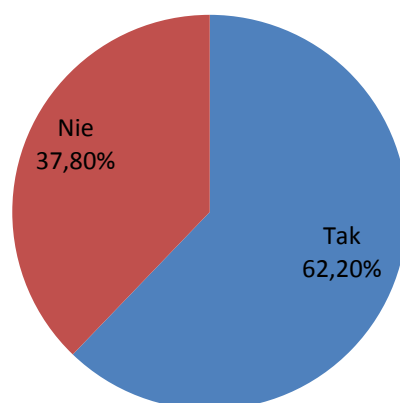
Czy idąc do punktu IT, zauważyłeś/-aś oznakowanie trasy prowadzącej do niego?



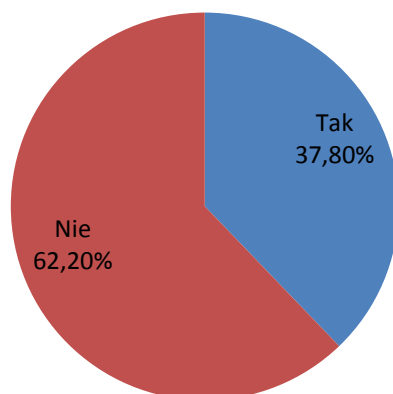
Czy bezpośrednio wokół punktu IT, było czysto?



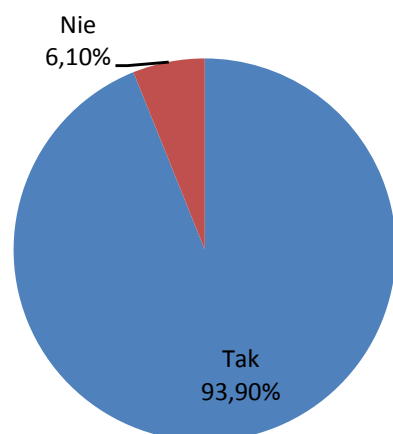
Czy punkt IT posiadał wydzielony obszar konsultacji i obszar samoobsługi?



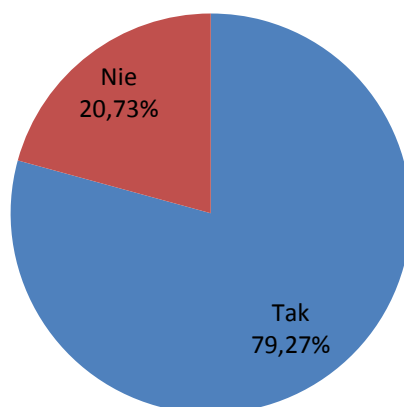
Czy w punkcie IT można było skorzystać bezpłatnie z zasobów Internetu?



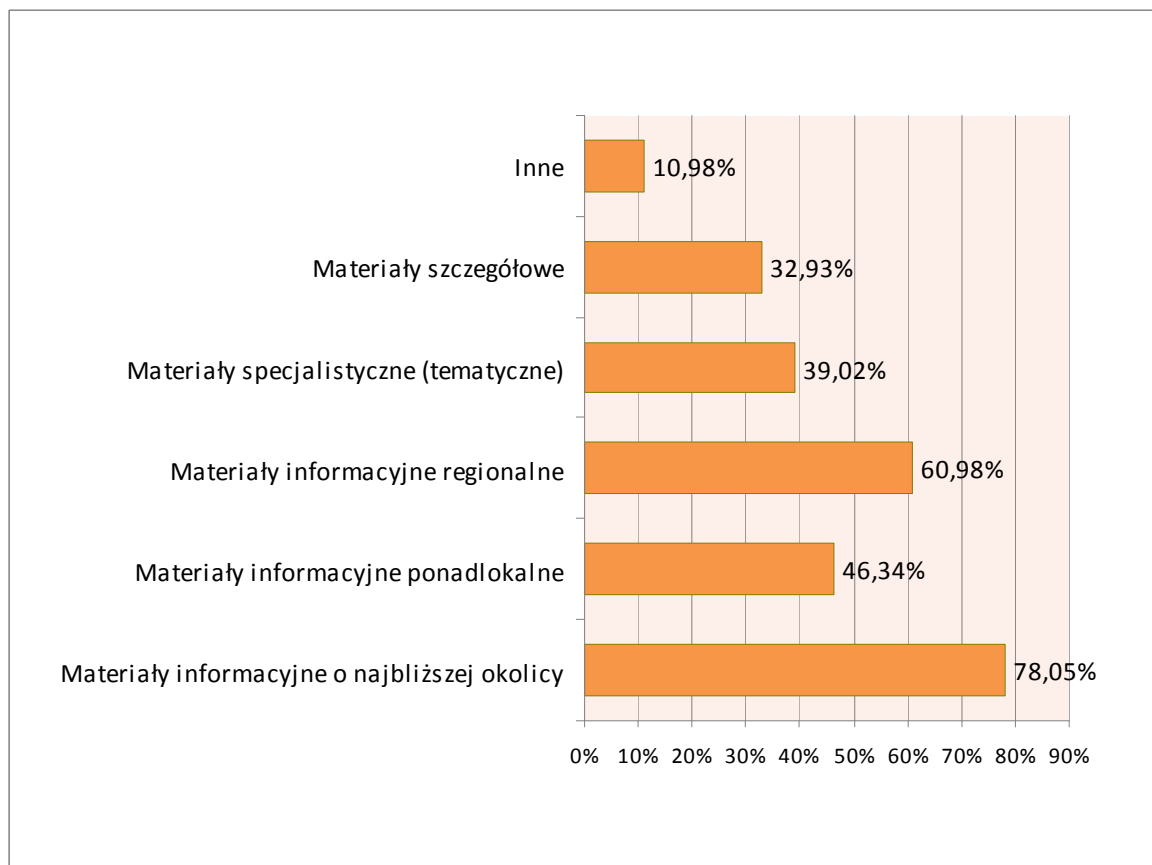
Czy podłoga w punkcie IT była czysta?



Czy w ekspozycji materiałów informacyjnych w gablotach, stojakach lub witrynach zauważalne były braki, puste miejsca?



Czy dostępne były bezpłatne materiały?



4. Prezentacja wyników badań dla części trzeciej- subiektywna ocena audytora

Audytorzy, w ostatniej części kwestionariusza, mieli możliwość wystawienia oceny związanej z ich subiektywnym odczuciem co do poziomu obsługi klienta w danej placówce IT. Dana placówka mogła otrzymać ocenę od 1 do 5, gdzie ocena 1 świadczyła o zupełnym braku satysfakcji, natomiast 5 o całkowitym usatysfakcjonowaniu audytora z wizyty w placówce IT. Średnia subiektywna ocena audytorów wyniosła 3,72 punktu. W przypadku audytów indywidualnych średnia ta wyniosła 3,66 natomiast dla audytu grupowego 3,78.

5. Ranking placówek IT województwa śląskiego

Średnia ocen z dwóch audytów przeprowadzonych w placówkach IT.

	Nazwa placówki	Miejscowość	Liczba uzyskanych punktów
1.	Regionalne Centrum Informacji Turystycznej	Katowice	81
2.	Centrum Rezerwacji Noclegów, IT „Wistour”	Wisła	79,5
3.	Gminne Centrum Informacji Turystycznej	Lipowa	76
4.	Informacja o Mieście	Tarnowskie Góry	73,5
5.	Chorzowskie Centrum Informacji i Turystyki	Chorzów	72,5
	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Sosnowiec	72,5
7.	Miejskie Centrum Informacji	Częstochowa	71,5
	Punkt Informacji Turystycznej	Węgierska G.	71,5
9.	Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, Informacja Turystyczna	Cieszyn	70,5
10.	Biuro Informacji Turystycznej	Pszczyna	70
11.	ARTadres - Biuro Promocji i Informacji, Galeryjka Miejska	Skoczów	68,5
12.	Miejskie Centrum Informacji	Racibórz	67
13.	Punkt Informacji Turystycznej, Urząd Gminy Janów	Janów	64
14.	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-Zawodzie	63,5
15.	Punkt Informacji Turystycznej, Dział Kultury Dawnej Miejskiego Ośrodka Kultury	Sławków	63
16.	Gminny Punkt Informacji	Brenna	62,5
17.	Punkt Informacji Miejskiej	Zabrze	60,5
18.	Punkt Informacji Turystycznej, PTTK Oddział Ziemi Gliwickiej	Gliwice	60
	Centrum Informacji Turystycznej	Wisła	60
	Biuro Informacji Turystycznej	Żywiec	60
21.	Centrum Informacji Kulturalnej i Edukacji Regionalnej Zamek Piastowski	Gliwice	59,5
22.	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-Centrum	59
23.	Cieszyńskie Centrum Informacji	Cieszyn	57
24.	Punkt Informacji Turystycznej	Istebna	54
	Informacja Turystyczna	Jeleśnia	54
26.	Punkt Informacji Miejskiej	Żory	52
27.	Miejskie Centrum Informacji i Turystyki, Sp. z o.o.	Piekary Śląskie	51,5
28.	Informacja Turystyczna	Szczyrk	50,5
29.	Jasnogórskie Centrum Informacji Klasztor OO. Paulinów na Jasnej Górze	Częstochowa	50
	Punkt Informacji Turystycznej, Szkolne Schronisko Młodzieżowe	Sławków	50
31.	Centrum Informacji Miejskiej, Centrala Jurajskiej Informacji Turystycznej	Zawiercie	49
32.	Gminne Centrum Informacji	Koziegłowy	46
33.	Informacja Turystyczna Zawiercie (Kiosk PTTK)	Zawiercie	45,5

34.	Gminna Informacja Turystyczna	Poraj	44,5
35.	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Bielsko-Biała	41
36.	Związek Gmin Jurajskich	Ogrodzieniec	37,5
37.	Biuro Promocji Miasta	Bytom	36
38.	Punkt Informacji Turystycznej, Hotel Podkowa	Siewierz	36
39.	Zamek Ogrodzieniec – kasa	Podzamcze	38
40.	Punkt Informacji Turystycznej, Muzeum Regionalne im. Z. Krasińskiego	Złoty Potok	31,5
41.	Punkt Informacji Turystycznej OL-TUR-2 Bogusław Bednarek	Olsztyn	31
42.	Punkt Informacji Turystycznej, P.U.H PREMI	Pilica	25

Ocena placówek w audytach indywidualnych

	Nazwa placówki	Miejscowość	Liczba uzyskanych punktów
1.	Regionalne Centrum Informacji Turystycznej	Katowice	84
2.	Centrum Rezerwacji Noclegów, IT „Wistour”	Wisła	78
3.	Gminne Centrum Informacji Turystycznej	Lipowa	76
4.	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Sosnowiec	75
5.	Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, Informacja Turystyczna	Cieszyn	72
	Punkt Informacji Turystycznej	Węgierska G.	72
7.	Biuro Informacji Turystycznej	Pszczyna	71
	Centrum Informacji Kulturalnej i Edukacji Regionalnej Zamek Piastowski	Gliwice	71
	ARTadres - Biuro Promocji i Informacji, Galeryjka Miejska	Skoczów	71
10	Chorzowskie Centrum Informacji i Turystyki	Chorzów	70
	Miejskie Centrum Informacji	Częstochowa	70
	Biuro Informacji Turystycznej	Żywiec	70
13.	Informacja o Mieście	Tarnowskie Góry	67
14.	Miejskie Centrum Informacji	Racibórz	66
15.	Punkt Informacji Turystycznej, PTTK Oddział Ziemi Gliwickiej	Gliwice	64
	Punkt Informacji Turystycznej, Urząd Gminy Janów	Janów	64
	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-Zawodzie	64
18.	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-Centrum	62
19.	Gminny Punkt Informacji	Brenna	61
20.	Punkt Informacji Turystycznej, Dział Kultury Dawnej Miejskiego Ośrodka Kultury	Sławków	59
	Centrum Informacji Turystycznej	Wisła	59
22.	Informacja Turystyczna	Jeleśnia	58
23.	Punkt Informacji Turystycznej	Istebna	56
24.	Punkt Informacji Miejskiej	Zabrze	54
25.	Punkt Informacji Miejskiej	Żory	52
26.	Jasnogórskie Centrum Informacji Klasztor OO. Paulinów	Częstochowa	50

	na Jasnej Górze		
27.	Cieszyńskie Centrum Informacji	Cieszyn	47
28.	Punkt Informacji Turystycznej, Szkolne Schronisko Młodzieżowe	Sławków	46
	Gminna Informacja Turystyczna	Poraj	46
30.	Gminne Centrum Informacji	Koziegłowy	43
	Związek Gmin Jurajskich	Ogrodzieniec	43
32.	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Bielsko-Biała	42
	Miejskie Centrum Informacji i Turystyki, Sp. z o.o.	Piekary Śląskie	42
	Informacja Turystyczna	Szczyrk	42
	Centrum Informacji Miejskiej, Centrala Jurajskiej Informacji Turystycznej	Zawiercie	42
36.	Punkt Informacji Turystycznej OL-TUR-2 Bogusław Bednarek	Olsztyn	39
37.	Informacja Turystyczna Zawiercie (Kiosk PTTK)	Zawiercie	39
38.	Biuro Promocji Miasta	Bytom	38
	Zamek Ogrodzieniec – kasa	Podzamcze	38
40.	Punkt Informacji Turystycznej, Hotel Podkowa	Siewierz	36
41.	Punkt Informacji Turystycznej, Muzeum Regionalne im. Z. Krasińskiego	Złoty Potok	30
42.	Punkt Informacji Turystycznej, P.U.H PREMI	Pilica	21

Ocena placówek w audytach grupowych.

	Nazwa placówki	Miejscowość	Liczba uzyskanych punktów
1.	Centrum Rezerwacji Noclegów, IT „Wistour”	Wisła	81
2.	Informacja o Mieście	Tarnowskie Góry	80
3.	Regionalne Centrum Informacji Turystycznej	Katowice	78
4.	Gminne Centrum Informacji Turystycznej	Lipowa	76
5.	Chorzowskie Centrum Informacji i Turystyki	Chorzów	75
6.	Miejskie Centrum Informacji	Częstochowa	73
7.	Punkt Informacji Turystycznej	Węgierska G.	71
8.	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Sosnowiec	70
9.	Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, Informacja Turystyczna	Cieszyn	69
	Biuro Informacji Turystycznej	Pszczyna	69
11.	Miejskie Centrum Informacji	Racibórz	68
12.	Cieszyńskie Centrum Informacji	Cieszyn	67
	Punkt Informacji Turystycznej, Dział Kultury Dawnej Miejskiego Ośrodka Kultury	Sławków	67
	Punkt Informacji Miejskiej	Zabrze	67
15.	ARTadres - Biuro Promocji i Informacji, Galeryjka Miejska	Skoczów	66
16.	Gminny Punkt Informacji	Brenna	64
17.	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-	63

		Zawodzie	
18.	Miejskie Centrum Informacji i Turystyki, Sp. z o.o.	Piekary Śląskie	61
	Centrum Informacji Turystycznej	Wisła	61
20.	Informacja Turystyczna	Szczyrk	59
21.	Punkt Informacji Turystycznej, PTTK Oddział Ziemi Gliwickiej	Gliwice	56
	Miejska Informacja Turystyczna	Ustroń-Centrum	56
	Centrum Informacji Miejskiej, Centrala Jurajskiej Informacji Turystycznej	Zawiercie	56
24.	Punkt Informacji Turystycznej, Szkolne Schronisko Młodzieżowe	Sławków	54
25.	Punkt Informacji Turystycznej	Istebna	52
	Punkt Informacji Miejskiej	Żory	52
27.	Jasnogórskie Centrum Informacji Klasztor OO. Paulinów na Jasnej Górze	Częstochowa	50
	Informacja Turystyczna	Jeleśnia	50
	Informacja Turystyczna Zawiercie (Kiosk PTTK)	Zawiercie	50
	Biuro Informacji Turystycznej	Żywiec	50
31.	Gminne Centrum Informacji	Koziegłowy	49
32.	Centrum Informacji Kulturalnej i Edukacji Regionalnej Zamek Piastowski	Gliwice	48
33.	Gminna Informacja Turystyczna	Poraj	46
34.	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	Bielsko-Biała	42
35.	Biuro Promocji Miasta	Bytom	34
36.	Zamek Ogrodzieniec – kasa	Podzamcze	33
	Punkt Informacji Turystycznej, Muzeum Regionalne im. Z. Krasińskiego	Złoty Potok	33
38.	Związek Gmin Jurajskich	Ogrodzieniec	32
39.	Punkt Informacji Turystycznej, P.U.H PREMI	Pilica	29
40.	Punkt Informacji Turystycznej OL-TUR-2 Bogusław Bednarek	Olsztyn	23

6. Wnioski z badań

Wnioski z badania zostały wyciągnięte na podstawie zaprezentowanych wyników badań opracowanych zgodnie z kwestionariuszem badawczym oraz dodatkowych opinii wszystkich audytorów- członków KN, którzy po przeprowadzeniu badania spotkali się dwukrotnie, by przedyskutować swoje „wrażenia z badań”.

W przeprowadzonych audytach maksymalna liczba uzyskanych punktów przez jedną placówkę wyniosła 81 (średnia z dwóch audytów) natomiast 25. Prawie połowa z badanych placówek (46%) osiągnęła wynik w przedziale punktowym 41-60 punktów, drugą co do liczebności grupę (34%) stanowiły placówki z przedziału punktowego 61-80 punktów.

Audytorzy stwierdzili ponadto, iż stosunkowo często pracownicy punktów IT nie nawiązywali pozytywnego pierwszego kontaktu z klientem. Bardzo często to sami audytorzy musieli jako pierwsi odezwać się do pracownika, co nierzadko było wymuszone przez wygląd placówki IT, jej niewielkie rozmiary i brak wydzielonego obszaru samoobsługi. Jeśli już audytorzy byli witani przez pracowników punktów IT, najczęściej padało sformułowanie: „Dzień dobry! W czym mogę pomóc?”

Pracownicy punktów IT mieli również problemy z identyfikacją potrzeb klientów, bardzo często to audytorzy musieli sami precyzować swoje potrzeby, a nie było to konsekwencją pytań zadawanych przez pracowników punktów IT. Zdarzały się sytuacje, że pracownicy punktów IT nie byli w stanie zaproponować odpowiednich produktów klientom, np. w momencie gdy padło pytanie o tani nocleg w okolicy, pracownik punktu IT proponował skorzystanie z usług noclegowych w pobliskim trzygwiazdkowym hotelu, gdzie ceny przekraczały możliwości finansowe osoby w którą „wcielił się” audytor. Ten częściowy brak kompetencji często był tłumaczony przez pracowników punktów IT, tym, że działalność informacyjna jest jedynie dodatkową działalnością danej placówki.

Często zdarzały się także sytuacje, że w miarę zwiększania się poziomu wiedzy na temat potrzeb turysty, wzrastało zaangażowanie pracowników punktu IT w udzielaniu pomocnych informacji, a także poszukiwanie produktów odpowiadających potrzebom klientów (dotyczy to zwłaszcza sytuacji w której przeprowadzano audyt według scenariusza grupowego) . Sytuacja taka miała miejsce pomimo faktu, iż często na początku rozmowy pracownicy punktów IT nie do końca sprawiali wrażenie osób chętnych do niesienia pomocy. Interesujący jest również fakt, iż miały miejsce sytuacje w których poza pracownikiem IT w placówce znajdowały się osoby trzecie, które były bardziej skłonne do udzielenia pomocy audytorom aniżeli sami pracownicy tych punktów.

Audytorzy podkreślili także, że występowały takie sytuacje w których okazywało się, iż pracownicy punktów IT nie posiadają wystarczającej wiedzy na temat lokalnej oferty turystycznej i około turystycznej. Miało to swoje konsekwencje w przywołanym już oferowaniu

nieodpowiednich produktów w stosunku do potrzeb, a także w tym, że czasem pracownicy punktów IT wprost zniechęcali do pozostania w danej miejscowości bądź jej najbliższej okolicy i odsyłali w inne, z pozoru bardziej atrakcyjne miejsca, w dalszej odległości (np. w placówkach IT znajdujących się w obrębie Jury Krakowsko-Częstochowskiej, z różnych miejsc odsyłano na zamek w Ogrodzieńcu, który w ich ocenie wydawał się być „sztandarowym” obiektem znajdującym się na tym terenie).

Pracownicy punktów IT chętnie wydawali różnego rodzaju materiały promocyjne związane z okolicą, jeśli tylko byli w ich posiadaniu. Zdarzało się bowiem, że punkty nie dysponowały mapkami najbliższej okolicy czy też samymi planami miast w najprostszej, bezpłatnej wersji. Trzeba także zaznaczyć, że miały miejsce sytuacje w których pracownicy punktu sprawiali wrażenie osób nie zorientowanych co do zawartości wydawnictw promocyjnych wydawanych bezpłatnie. Jednocześnie należy podkreślić, że pracownicy punktów IT generalnie nie oferowali dodatkowych, odpłatnych, materiałów promocyjnych w formie pamiałek, filmów, innych wydawnictw itp.

Stosunkowo niewielka liczba placówek IT oferuje klientom bezpłatny dostęp do Internetu, w placówkach brakuje stanowisk, które by to umożliwiała. Zdarzyła się sytuacja w której pracownik punktu IT nie dysponującego wydzielonym stanowiskiem, zaproponował skorzystanie z Internetu za pośrednictwem służbowego komputera.

Duże problemy może sprawiać turystom samo dotarcie do punktów IT ze względu na ich niewystarczające oznakowanie. Audytorzy zwracali bowiem uwagę na to, że gdyby nie posiadali dokładnych adresów placówek, to jako zwykłym turystom ciężko byłoby do nich dotrzeć. Ponieważ, jak wspomiano, placówki IT czasami znajdują się w budynkach użyteczności publicznej takich jak poczty czy biblioteki, po wejściu do takich miejsc nie do końca wiadomo do kogo należy się skierować w celu uzyskania potrzebnych informacji i kto tak naprawdę w danym punkcie odpowiada za ich udzielanie (99% pracowników punktów IT nie posiadało identyfikatorów osobistych umieszczonych w widocznym miejscu). Ponadto zdaniem audytorów godziny jak i dni otwarcia placówek, mogą być nieodpowiednie w stosunku do potrzeb turystów, bowiem są one otwarte w dni powszednie, często w godzinach od 8 do 16, kiedy turyści mogą potrzebować informacji w dni świąteczne i wolne od pracy.

Załącznik 1. Scenariusze badawcze.

Scenariusz do badań MS w placówkach IT- turysta indywidualny

Charakterystyka osoby w którą wciela się Audytor	Podróżny jest studentem i podróżuje wraz z osobą towarzyszącą. Przyjechał do miasta w którym odwiedza punkt IT z innego miasta znajdującego się w województwie śląskim (miasto musi być oddalone przynajmniej o 50 km, tak by uzasadnione było korzystanie z noclegu). Turysta jest zainteresowany usługami punktu IT, ze względu na to iż jest to wyjazd spontaniczny, słyszał od znajomych o danym miejscu, że jest ciekawe jednak o szczegóły nie wypytywał, bo gdyby okazało się, że jest inaczej to wróci do domu, albo pojedzie gdzieś indziej, w miejsce które położone jest niedaleko, ale jest ciekawsze. Turysta podróżuje z wykorzystaniem transportu publicznego. Posiada legitymację studencką, oraz kartę EURO 26.
Atrakcje	Turysta pyta pracownika IT, czy warto spędzić w samej miejscowości i okolicy dwa dni. Czy liczba atrakcji jest wystarczająca by młode osoby mogły się nie nudzić przez ten okres. Chciałby odwiedzić dwa, trzy ciekawe obiekty w okolicy, takie do których da się dojechać komunikacją miejską, a wieczorem wyjść do pubu, dyskoteki. Jeśli pracownik powie, że warto tu zostać, to spytać go jakie atrakcje poleca i co warto zobaczyć w pierwszej kolejności, poprosić o jakąś darmową mapę okolicy. Jeśli poleci konkretne obiekty, warto spytać o jakieś darmowe materiały promocyjne tych obiektów. Z jakimi kosztami wiązałoby się zwiedzanie tych obiektów, czy są jakieś zniżki dla studentów, czy konieczne jest zwiedzanie z przewodnikiem, w jakich godzinach można te obiekty zwiedzać, oraz czy konieczna jest wcześniejsza rezerwacja zwiedzania. Spytać czym sam obiekt się wyróżnia, co ciekawego oferuje turystom. W trakcie rozmowy pytać o numery linii autobusowych, tramwajowych, konieczności przesiadek. Częstotliwość kursowania danych linii, niekoniecznie o konkretny rozkład jazdy, ewentualnie spytać czy sam rozkład można sprawdzić w Internecie.
Gastronomia	Gdzie warto w okolicy zjeść, tanio i dobrze. Turysta będzie się kierował relacją ceny do jakości, nie będzie preferował konkretnej kuchni, choć może warto byłoby spróbować czegoś lokalnego. (W niektórych przypadkach, może być wegetarianinem), oraz musi zapytać gdzie warto wyjść wieczorem (pub, dyskoteka). Będąc w jakimś mieście, może preferować lokal w którym nie ma żadnej selekcji, bo dysponuje jedynie strojem sportowym.
Nocleg	Poszukuje pokoju dwuosobowego, nie ma dla niego znaczenia czy pokój będzie miał łazienkę, czy w cenę noclegu wliczone jest również śniadanie. Główne kryterium wyboru miejsca noclegowego, będą dla niego stanowić koszty. Turysta będzie dysponował własnym śpiworem, gdyby pracownik punktu IT będzie o to pytał. Obiekt noclegowy musi być w takim miejscu by można było dostać się do niego Zwrócić uwagę by łatwo było się dostać do miejsca noclegu z pubu/dyskoteki, bądź ostatniej atrakcji na trasie zwiedzania.
Wyjście	Wychodząc z punktu IT, pyta o możliwość skorzystania z bankomatu w okolicy (warto by zasugerował bank, z którego posiada kartę, bo nie chciałby płacić prowizji)
Kwota jaką dysponuje turysta	Ok. 150 złotych od osoby, za dwudniowy pobyt (nie licząc kosztów dojazdu oraz powrotu do domu. Na nocleg nie chce przeznaczyć kwoty większej niż 30-35 złotych od osoby.
Ubiór	Strój musi być odpowiedni, w związku z tym audytor musi mieć na sobie sportowe wygodne ubranie, szczególną uwagę należy zwrócić na obuwie. Musie też mieć niewielki ok. 30l plecak.

Scenariusz do badań MS w placówkach IT- organizator wycieczki

<p>Charakterystyka osoby w którą wciela się Audytor</p>	<p>Podróżny jest studentem ekonomii, który w danej miejscowości ma rodzinę. Właśnie przebywa u rodziny z wizytą. Rodzina bardzo zachwala daną miejscowość, dlatego podróżny jest zainteresowany zorganizowaniem wycieczki dla swojej grupy studenckiej. Rodzina natomiast nie orientuje się dokładnie co można zaproponować studentom, dlatego zasugerowano, by skorzystać z punktu IT. Student do danej miejscowości przyjechał samochodem, natomiast z grupą znajomych poruszać się będzie komunikacją miejską. Grupa liczyć będzie 15-20 osób. Podróżny oraz jego znajomi nie posiadają zbyt „grubego portfela”, dlatego zakładają, że na jeden dzień chcą przeznaczyć kwotę maksymalnie 100 zł (dojazdy, wyżywienie, noclegi, atrakcje)</p>
<p>Atrakcje</p>	<p>Turysta pyta pracownika IT, czy warto spędzić w samej miejscowości i okolicy trzy dni (dwa noclegi). Czy liczba atrakcji jest wystarczająca by młode osoby mogły się nie nudzić przez ten okres. Chciałby odwiedzić dwa, trzy ciekawe obiekty w okolicy, takie do których da się dojechać komunikacją miejską. Po południu grupa chciałaby wybrać się na jakiś obiekt sportowy (siatkówka, tenis, łyżwy, itp.), a wieczorem wyjść do pubu, dyskoteki. Jeśli pracownik powie, że warto tu zostać, to spytać go jakie atrakcje poleca i co warto zobaczyć w pierwszej kolejności, poprosić o jakąś darmową mapę okolicy. Jeśli poleci konkretne obiekty, warto spytać o jakieś darmowe materiały promocyjne tych obiektów. Z jakimi kosztami wiązałoby się zwiedzanie tych obiektów, czy są jakieś zniżki dla studentów, czy konieczne jest zwiedzanie z przewodnikiem, w jakich godzinach można te obiekty zwiedzać, oraz czy konieczna jest wcześniejsza rezerwacja zwiedzania. Spytać czym sam obiekt się wyróżnia, co ciekawego oferuje turystom.</p> <p>W trakcie rozmowy pytać o numery linii autobusowych, tramwajowych, konieczności przesiadek, ceny biletów. Częstotliwość kursowania danych linii, niekoniecznie o konkretny rozkład jazdy, ewentualnie spytać czy sam rozkład można sprawdzić w Internecie.</p>
<p>Gastronomia</p>	<p>Gdzie warto w okolicy zjeść, tanio i dobrze. Turysta będzie się kierował relacją ceny do jakości, nie będzie preferował konkretnej kuchni, choć może warto byłoby spróbować czegoś lokalnego. Niektórzy uczestnicy wycieczki mogą być wegetarianami. Organizator chciałby uzyskać informację o trzech różnych miejscach (interesują go 3 obiady).</p>
<p>Nocleg</p>	<p>Poszukuje miejsc noclegowych dla grupy 15-20 osób. Pokoje powinny być 2,3-osobowe. Ewentualnie może być to pokój 4-osobowy. Nie ma dla niego znaczenia czy pokoje będą miały łazienkę. Nie jest zainteresowany śniadaniem w cenie pokoi, chciałby natomiast by grupa miała dostęp do kuchni, by mieć możliwość samemu przygotować śniadanie czy kolację. Główne kryterium wyboru miejsca noclegowego, będą dla niego stanowić koszty. Turyści będą dysponowali własnym spiworem, gdyby pracownik punktu IT o to pytał. Obiekt noclegowy musi być w takim miejscu by łatwo się do niego dostać. Zwrócić uwagę by łatwo było powrócić do miejsca noclegu z pubu/dyskoteki.</p>
<p>Wyjście</p>	<p>Wychodząc z punktu IT, pyta o możliwość skorzystania z bankomatu w okolicy, pyta dokładnie o bankomaty Euronet, gdyż z nich może bezpłatnie korzystać większość grupy.</p>
<p>Kwota jaką dysponuje turysta</p>	<p>Maksymalnie 100 złotych od osoby na jeden dzień. Nie liczy tutaj kosztów dojazdu oraz powrotu do domu. Na nocleg organizator chce przeznaczyć kwoty 30-35 złotych od osoby.</p>
<p>Ubiór</p>	<p>Audytor posiada codzienny, wygodny strój. Może być sportowy.</p>

Załącznik 2. Lista placówek w których przeprowadzono audyty.

lp	miejsowość	nazwa	adres
1	Bielsko-Biała	Miejskie Centrum Informacji Turystycznej	pl. Ratuszowy 4
2	Brenna	Gminny Punkt Informacji	ul. Wyzwolenia 77
3	Brzeziny	Terenowy Punkt Informacji Turystycznej, Agroturystyka "Zacisze"	Brzeziny 1
4	Bytom	Biuro Promocji Miasta	Rynek 7
5	Chorzów	Chorzowskie Centrum Informacji i Turystyki	ul. Floriańska 42/1
6	Cieszyn	Cieszyńskie Centrum Informacji	ul. Rynek 1
7	Cieszyn	Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, Informacja Turystyczna	ul. Zamkowa 3 a,b,c
8	Częstochowa	Jasnogórskie Centrum Informacji Klasztor OO. Paulinów na Jasnej Górze	ul. Kordeckiego 2
9	Częstochowa	Miejskie Centrum Informacji	Aleja Najświętszej Maryi Panny 65
10	Gliwice	Centrum Informacji Kulturalnej i Edukacji Regionalnej Zamek Piastowski	ul. Pod Murami 2
11	Gliwice	Punkt Informacji Turystycznej, PTTK Oddział Ziemi Gliwickiej	ul. Rynek 11
12	Hucisko	Gospodarstwo Agroturystyczne Wikarek Małgorzata i Andrzej	Hucisko ul. Skalny Widok 15
13	Istebna	Punkt Informacji Turystycznej	Istebna 68
14	Janów	Punkt Informacji Turystycznej, Gminna Biblioteka Publiczna	ul. Częstochowska 1
15	Janów	Punkt Informacji Turystycznej, Urząd Gminy Janów	ul. Częstochowska 1
16	Jeleśnia	Informacja Turystyczna	ul. Plebańska 1
17	Katowice	Regionalne Centrum Informacji Turystycznej	ul. Rynek 13
18	Kotowice	Gospodarstwo Agroturystyczne "Między Zamkami"	ul. Zamkow 48
19	Koziegłowy	Gminne Centrum Informacji	ul. Żarecka 28
20	Lipowa	Gminne Centrum Informacji	Lipowa 654
21	Ogrodzieniec	Firma Usługowo-Handlowa "New Standard"	ul. T. Kościuszki 11
22	Ogrodzieniec	Związek Gmin Jurajskich	Plac Wolności 42
23	Olsztyn	Punkt Informacji Turystycznej OL-TUR-2 Bogusław Bednarek	ul. Zamkowa 13

24	Piekary Śląskie	Miejskie Centrum Informacji i Turystyki, Sp. z o.o.	ul. Bytomska 157
25	Pilica	Punkt Informacji Turystycznej, P.U.H PREMI	Pl. Mickiewicza 34
26	Podlesice	Punkt Informacji Turystycznej, Gościniec Jurajski	
27	Podzamcze	Pokoje Gościnne "BONER"	ul. Wojska Polskiego 21
28	Podzamcze	Punkt Informacji Turystycznej kiosk z pamiątkami	ul. Zamkowa 19
29	Podzamcze	Zamek Ogrodzieniec - kasa	ul. Zamkowa
30	Poraj	Gminna Informacja Turystyczna	Ul. Górnicza 21
31	Pszczyna	Biuro Informacji Turystycznej	Brama Wybrańców 1
32	Pszczyna	Biuro Informacji Turystycznej (Pokazowa Zagroda Żubrów w Zabytkowym Parku Pszczyńskim)	ul. Żorska 5
33	Pyrzowice	Międzynarodowy Port Lotniczy Katowice - Pyrzowice, Informacja Lotniskowa	ul. Wolności 90
34	Racibórz	Miejskie Centrum Informacji	ul. Długa 2
35	Siedlec	Punkt Informacji Turystycznej, Szkolne Schronisko Młodzieżowe PTSM	ul. Szkolna 8
36	Siewierz	Punkt Informacji Turystycznej, Hotel Podkowa	ul. Sucha 4
37	Skoczów	ARTadres - Biuro Promocji i Informacji, Galeryjka Miejska	Rynek 18
38	Sławków	Punkt Informacji Turystycznej, Dział Kultury Dawnej Miejskiego Ośrodka Kultury	ul. Rynek 9
39	Sławków	Punkt Informacji Turystycznej, Szkolne Schronisko Młodzieżowe	ul. Niwa 45
40	Sosnowiec	Centrum Informacji Miejskiej	ul. Modrzejowska 1a
41	Szczyrk	Informacja Turystyczna	ul. Beskidzka 41
42	Tarnowskie Góry	Informacja o Mieście	Rynek 4
43	Ustroń	Miejska Informacja Turystyczna	Rynek 2
44	Ustroń-Zawodzie	Miejska Informacja Turystyczna	ul. Sanatoryjna 7
45	Węgierska Górka	Punkt Informacji Turystycznej	ul. Zielona 43
46	Wisła	Centrum Informacji Turystycznej	pl. B. Hoffa 3
47	Wisła	Centrum Rezerwacji Noclegów - Wisła, Informacja Turystyczna	ul. Wodna

48	Zabrze	Punkt Informacji Miejskiej	pl. Dworcowy 5
49	Zawiercie	Centrum Informacji Miejskiej, Centrala Jurajskiej Informacji Turystycznej	ul. Piastowska 1
50	Zawiercie	Informacja Turystyczna Zawiercie (Kiosk PTTK)	ul. 3-go Maja
51	Złoty Potok	Punkt Informacji Turystycznej, Galeria Pod Arkadami	Pl. Jana Chrzciciela 1
52	Złoty Potok	Punkt Informacji Turystycznej, Muzeum Regionalne im. Z. Krasińskiego	ul. Kościuszki 11
53	Zrębice	Informacja turystyczna - Agroturystyka Folwark Zrębice	ul. Główna 17
54	Żory	Punkt Informacji Miejskiej	ul. ks. Klimka 4
55	Żywiec	Biuro Informacji Turystycznej	Rynek 12

Legenda:

	Punkty w których audyty zostały przeprowadzone
	Punkty które w trakcie przeprowadzania były zamknięte, lub wystąpiły inne okoliczności uniemożliwiające przeprowadzenie audytu
	Punkty które odrzucono ze względu na ich specyfikę