

Łódź, dnia 8 kwietnia 2008 roku

BPT.IV.0570/6/08

Pan

John Abraham Godson

Radny Rady Miejskiej w Łodzi

W odpowiedzi na Pana interpelację, złożoną podczas obrad XXIX sesji Rady Miejskiej w Łodzi w dniu 26 marca 2008 roku w sprawie pracowników Centrum Informacji Turystycznej w Łodzi oraz w sprawie powołania pełnomocnika ds. obcokrajowców i utworzenia Międzynarodowego Centrum dla obcokrajowców pragnę złożyć wyjaśnienia.

Odpowiadając na pytanie Pana Radnego o liczbę osób zatrudnionych w Centrum Informacji Turystycznej w Łodzi informuję, że w obecnej chwili w Instytucji zatrudnione są, na umowę o pracę, 4 osoby: dyrektor – Ryszard Bonisławski, Katarzyna Gębicka – informator turystyczny, Renata Raczek – informator turystyczny oraz Jadwiga Kołodziejska – główny księgowy. W związku ze zbliżającym się okresem wakacyjnym i wydłużeniem godzin pracy Centrum będą zatrudnione nowe osoby, którym stawiane są wysokie wymagania, między innymi wyższe wykształcenie uzupełnione kursem przewodnickim po Łodzi i regionie oraz znajomość przynajmniej jednego języka obcego.

Odnosnie zarzutu podniesionego przez Pana Radnego, jakoby w Centrum Informacji Turystycznej w Łodzi były zatrudnione osoby nie znające języków obcych, informuję, iż jest to informacja niezgodna z prawdą, ani z artykułem, na który Pan Radny się powołuje, a który dołączam do niniejszej odpowiedzi. Obydwaj informatorzy turystyczni posługują się biegle przynajmniej jednym językiem obcym, co jest odpowiednio udokumentowane. Pani Renata Raczek w stopniu biegłym posługuje się językiem angielskim (certyfikat poświadczający zdanie egzaminu państwowego dla pilotów i przewodników turystycznych), a pani Katarzyna Gębicka – językiem angielskim (First Certificate in English), niemieckim (Mittelstufe) i w stopniu średnim, lecz umożliwiającym komunikację werbalną – hiszpańskim. Pragnę

również podkreślić, że informatorzy turystyczni CIT posiadają wyższe wykształcenie i wciąż poszerzają swe kwalifikacje. Pani Renata Raczek z wykształcenia jest historykiem, dodatkowo posiada kwalifikacje pilota wycieczek, przewodnika po Łodzi i regionie, jest także wykładowcą i egzaminatorem Państwowej Komisji Egzaminacyjnej dla Pilotów i Przewodników przy Urzędzie Marszałkowskim w Łodzi. Pani Katarzyna Gębicka jest geografem turystyki, aktualnie kończy Studium Podyplomowe Promocji i Reklamy na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Posiada również uprawnienia pilota wycieczek.

Rozważam natomiast powołanie pełnomocnika ds. obcokrajowców oraz utworzenia Międzynarodowego Centrum dla obcokrajowców.

WZ. PREZYDENTA MIASTA ŁODZI



Marek Michalik

Wiceprezydent Miasta

Do wiadomości:

Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi – Pan Tomasz Kacprzak

Dyrektor Wydziału Organizacji i Kadr – Pani Katarzyna Korowczyk



Centrum Informacji Turystycznej
al. Kościuszki 88
90-437 Łódź

Szanowni Państwo,

Z dużą satysfakcją informuję, że Komisja Konkursowa I edycji konkursu zorganizowanego przez Polską Organizację Turystyczną na „Najlepsze Centrum Informacji Turystycznej w Polsce w 2005 roku” przyznała Państwa placówce wyróżnienie za działalność w sferze promocji regionu i obsłudze turystów.

Składając serdeczne gratulacje zapraszam przedstawicieli Państwa placówki na wręczenie nagród i wyróżnień w konkursie, które odbędzie się w środę 19.10.2005r. o godz. 15.30 na scenie w hali nr 3A Międzynarodowych Targów Poznańskich, ul. Głogowska 14 w Poznaniu.

Z poważaniem


Alina Bittner

Przewodnicząca
Forum Informacji Turystycznej

Obcokrajowiec w Centrum Informacji Turystycznej



■ Michał Jagiełło 2008-03-14, ostatnia aktualizacja 2008-03-14 19:34

Czego dowie się o Łodzi turysta z zagranicy? Na początek, że nie ma mu kto udzielić informacji, bo stoisko jest nieczynne

Obcokrajowiec wchodzi do Centrum Informacji Turystycznej UMŁ przy ul. Piotrkowskiej 87. Bezradnie rozgląda się po parterze. Pusto. Przy jednym biurku nikogo nie ma. Na drugim stoi kartka z napisem po polsku, że stoisko w dniach 6, 7 i 8 marca jest nieczynne. Portier, pytany po angielsku o materiały na temat Łodzi, pokazuje schody: "Wejdz pan na górę!" - radzi turyście. Na piętrze jakaś pani kieruje turystę w lewo, do kolejnego biurka: "Proszę podejść do pań". Tam po dłuższej chwili oczekiwania dostaje papierową torbę z pożądanymi wydawnictwami. Czeka na stojąco, bo nikt nie zaprasza go, żeby usiadł.

Anglik nie był prawdziwy. Udawał go "brite77", jeden z członków Grupy Pewnych Osób, która organizuje w Łodzi różne akcje i happeningi. Ukradkiem sfilmował swoją wizytę w CIT. W scenie oczekiwania na torbę musiał użyć czterokrotnego przyspieszenia, żeby filmik zmieścił się w czterech minutach. "Wizyta zagranicznego turysty w Łodzi, czyli Wejdz pan na górę" internauci mogą oglądać na stronach www.youtube.pl, www.gpo.blox.pl i miastozinneczeki.blox.pl. - No cóż... Frontem do klienta... To się nazywa profesjonalna obsługa. Nic dziwnego, że turysta zagraniczny na każdego przechodnia, który mówi po angielsku i udziela jakiegokolwiek informacji, patrzy jak na zbawienie - skomentował na stronie GPO jeden z internautów.

Inne komentarze są podobne. - Smutne - pisze "eoos". - Ale popłoch... Co by było, gdyby zagadać po francusku czy hiszpańsku? - zastanawia się "yez.hodowca".

- Nigdy nie powinienem trafić na piętro - podsumowuje autor filmu. - Informacja turystyczna jest na parterze. Nie wiem, czy zwykły turysta miałby cierpliwość zwracać się do stróża, żeby wreszcie się nim zainteresowano.

Film pokazała też łódzka telewizja. Jednych zirytował, drugich rozbawił. Także Ryszarda Bonisławskiego, dyrektora Centrum Informacji Kulturalnej. - Śmieszą mnie takie rzeczy - wyznał. - Na filmie wszystko wygląda nieco inaczej niż w rzeczywistości. "Turysta" czekał na materiały dwie minuty. Oczywiście mogło mu się wydawać, że czeka w nieskończoność. Ale to były dwie minuty! Dziewczyny chciały dać mu tych materiałów aż za dużo. Trzeba było pójść do magazynu, wziąć klucze. Rzeczywiście było błędem, że nie poprosiły obcokrajowca, żeby usiadł. Z drugiej strony mógł usiąść bez pytania, przecież stoi tam fotel dla gości.

Pustki na parterze były zasługą... targów turystycznych w Berlinie. Większość pracowników CIT pojechała tam promować Łódź. Pani, która została na posterunku, zachorowała. Dlatego turyści musieli fatygować się na piętro. - To, że portier nie zna angielskiego, nie jest winą CIT - tłumaczy Bonisławski. - To nie nasz pracownik, nie my zatrudniamy ochronę. "Anglik" został naprawdę bardzo dobrze obsłużony.

Autor "prowokacji" sam przyznaje, że historia zakończyła się happy endem, bo materiały dostał, i to po angielsku. Ale jego koledzy z Grupy Pewnych Osób zapowiadają dalsze akcje filmowe. Nie zdradzają, która instytucja znajdzie się teraz na celowniku, a raczej w obiektywie kamery. W każdym razie zalecamy czujność i szczególnie pilne obsługiwanie interesantów!

Michał Jagiełło

Tekst pochodzi z portalu Gazeta.pl - www.gazeta.pl © Agora SA

Dr. T. 24 05

Dzielnicowy nie zna obcego języka,
ale odprowadza mnie pod sam dworzec

Rozmówki angielsko-łódzkie

Życie obcokrajowca w Łodzi nie jest łatwe. Jeśli nie zna polskiego, najczęściej pozostaje mu tylko język „migowy”, czyli dogadywanie przy użyciu rąk.

Udaję zagraniczną studentkę, która błądząc po Piotrkowskiej, najpierw próbuje dotrzeć na Dworzec Łódź Fabryczna.

Pierwsza zatrzymana przeze mnie osoba – elegancki mężczyzna w średnim wieku – ucieka na dźwięk obcych słów. Zaczepiam więc parę młodych ludzi. Nie wiedzą, gdzie jest dworzec, ale usmiechają się szeroko. – Przyjeżdża taka do Polski, to niech się uczy polskiego – słyszę za plecami.

Kilka kolejnych osób tylko przepraszając wzrusza ramionami. W końcu trafiam na studenta, który mówi po angielsku. Dla pewności na skrzyżowaniu Traugutta i Sienkiewicza zaczepiam dzielnicowego. Nie zna angielskiego, ale odprowadza mnie pod sam dworzec.

W dworcowej informacji pani od razu przyznaje, że nie zna angielskiego, ale proponuje niemiecki. Od (obcego) słowa do słowa, otrzymuje na kartce wszystkie informacje, dotyczące połączeń z Warszawą.

Rozochociona powodzeniem, jęde na Kaliską. Niestety, klęska – pa-

nie w informacji i w kasach nie tylko nie mówią po angielsku, ale całkiem tracą zdolność komunikowania.

To może w Centrum Informacji Turystycznej...? Pracownicy biura informacji mówią po angielsku, francusku, niemiecku i rosyjsku. Proponują również informatory turystyczne we wszystkich tych językach. – W czasie wakacji odwiedza nas wielu turystów. Na co dzień przychodzą studenci, szkolne grupy z zagranicy – mówi Iwona Borowińska, pracownik Centrum Informacji.

Obcokrajowcy, poszukujący informacji o wydarzeniach kulturalnych w Łodzi, mogą zajrzeć do serwisu kulturalnego na stronie internetowej www.reymont.pl. Także w wersji angielskiej.

Informacja także w sobotę

17 XII 2007

Centrum Informacji Turystycznej przy ul. Piotrkowskiej 87 zacznie wkrótce pracować również w każdą sobotę, w godz. od 9 do 16. Wiąże się to jednak z koniecznością zatrudnienia dwóch nowych pracowników. Pozostałym trzeba urealnnić płace, bo pod tym względem nasz CIT pozostaje na szarym końcu w porównaniu z innymi ośrodkami w kraju. – Pracowaliśmy już w niektóre soboty i sporo gości hotelowych zaglądało do nas, żeby przygotować się

do całodziennego zwiedzania, zakupów, szukania korzeni rodzinnych, itd. – mówi Ryszard Bonisławski, dyr. CIT. – Natomiast w niedziele nie jesteśmy potrzebni. Piotrkowska ożywia się tego dnia około godziny 14. Na ulicach króluje nasza młodzież – turystów jest niewiele. Na czterech dyżurach niedzielnych odwiedziły nas zaledwie trzy osoby. Zwiększenie liczby etatów jest niezbędne, bo za sobotę pracownicy odbierają dzień wolny w tygodniu. (kup)

32760/1

obecnie: angielski, niemiecki, hiszpański

Dezinformacja turystyczna

– What is dollar exchange rate? – Single and double rooms – odpowiada pracownik punktu informacji turystycznej w Toruniu. Telefoniczny kontakt z krajowymi punktami informacji turystycznej nie nastraja pozytywnie.

**TEST
WIADOMOŚCI**

Zadanie punktów informacji turystycznej to nie tylko prezentacja oferty noclegowej, atrakcji turystycznych, ale też umiejętność ich sprzedania. Oprócz wiedzy nt. turystyki w danym mieście i regionie liczy się także podejście do klienta, umiejętność indywidualnego potraktowania jego potrzeb czy sposób prezentacji oferty turystycznej regionu. W przypadku turysty obcojęzycznego nieodzowna staje się znajomość języków obcych. Wszystko wydaje się oczywiste, pytanie tylko, czy rzeczywistość jest zbieżna z naszymi wyobrażeniami?

Raz tak, trzy razy nie

Sobota, 2 lipca, godz. 12.25. Dzwonię pod numer podany na stronie Urzędu Miasta w Gdyni (Informacja Turystyczna PTTK o/Morski). – Good afternoon. – mówię – Tourist information center, Gdynia? – Yes – odpowiada mi głos dojrzałego mężczyzny po drugiej stronie. Przedstawiam się i zadaję pierwsze pytanie o możliwość zakwaterowania w Gdyni. W odpowiedzi słyszę kilka szmerów i trzasków, po kilku sekundach rozmowa zostaje przerwana. Kilkanaście prób ponownego połączenia z tym samym nume-

rystycznej w Rybniku. Miły głos młodej kobiety staje się bardzo niepewny, gdy słyszy, że nie mówię w jej ojczystym języku. Po kilku pytaniach orientuję się, że osoba po drugiej stronie nie wie, o czym mówię, bo odpowiada nie na temat. Okazuje się, że nie ma żadnych informacji o kwaterach prywatnych. Na pytanie o hotele słyszę: „Ośrodek Elektryków Rybnik” – nazwa dla obcokrajowca nie do wymówienia. Kilka minut trwa szukanie informacji o kursie dolara (proszę ją o to po tym, jak 25 zł przelicza na 8 dol. a 40 zł na 10 dol.). W końcu słyszę: – To różnie, od 4 do 5 zł. Bez zastanowienia wymieniam za to trzy najważniejsze obiekty Rybnika: teatr, muzeum i bazylika. – When the basilica was found? – pytam. – Ninety six – słyszę w odpowiedzi. Okazuje się, że w 1906.

Three i pół zlotys per dollar

Podobnie było w Sandomierzu: – What is dollar exchanging rate? – Three i pół zlotys – odpowiada mi pracownica tamtejszej „it”. Jej znajomość języka angielskiego jest niemal zerowa, rozmowa polega na ciągłym tłumaczeniu, o co mi chodzi. Nie jest też w stanie powie-

rozmowę i odesłał mnie do stron www. Zbyt długo trwało wyszukiwanie wszelkich danych, po drugiej stronie wyczuwalne było zmęczenie, praca w tempie ślamazarnym. Jego angielski umożliwiał wymianę jedynie podstawowych informacji o mieście. Po pytaniu o ofertę hotelową usłyszałem: „Waiting, looking...”

Dobrze szło też „it” w Bielsku-Białej. Rozmowa przebiegała szybko, sprawnie, osoba rozmawiająca ze mną posiadała wszelkie potrzebne mi informacje, była miła i pomocna. W pewnym momencie przekazała słuchawkę koledze, a ten, gdy usłyszał, że przyjadę z psem, rozłączył się.

Zdawkowo zostałem potraktowany w zielonogórskim punkcie informacji turystycznej. Młody człowiek minutę naradzał się z koleżanką, gdy dowiedział się, że przyjadę z psem. Po informacji na temat restauracji, sali konferencyjnej i atrakcji turystycznych poleca mi sięgnąć do internetu. Jego angielski był dostateczny, miał duże problemy z przeliterowaniem nazwy Hotelu Drzonków.

Tam przyjadę z psem

Na jednoznacznie pozytywna

nych, jak i bazy gastronomicznej. Osoba z „it” w Łodzi była świetnie zorientowana w regionalnej ofercie turystyki aktywnej, zaś z „it” w Szczecinie zabłysnęła znajomością połączeń z Warszawy. Praca obu rozmówców była sprawna, profesjonalna, dawali odczuć, że wiedzą o czym mówią. Robili to z uprzejmością i uśmiechem. W tych przypadkach rozmowa była przyjemnością, czułem się zachęcany do odwiedzin tych miejsc. Problem powstał jedynie przy pytaniu o lokale dla gejów. Pracownik w Łodzi próbował (z mizernym skutkiem) znaleźć to w przewodniku. Panią w Szczecinie pytanie to wprawilo w wyraźne zakłopotanie, wybrnęła jednak z ambarasu, podając mi nazwę nocnego klubu. Można jednak przyjąć, że pomoc w tym zakresie to bardziej dobra wola niż obowiązek pracownika „it”.

Złe chęci pracowników „it”

Najgorsze wrażenie zrobiła na mnie pracownica Punktu Informacji o Mieście w Krakowie. Początek był bardzo obiecujący: osoba bardzo dobrze znająca język angielski niezwykle sprawnie podała mi informacje o bazie noclegowej

są na każdej ulicy. Wyraźnie zniecierpliwiona tłumaczyła, że ma dziś bardzo dużo klientów i wołałaby, żebym skontaktował się z nimi osobiście już po przyjeździe do Krakowa. Czarę goryczy przelała jej odpowiedź na pytanie o miejsca dla gejów: – Proszę pana, to jest w Polsce nielegalne. Niech pan zadzwoni na numer 118913. Potraktowała mnie nieuprzejmie, bez uśmiechu i zaangażowania, była zniechęcona, zmęczona i zdegustowana moimi pytaniami. Wizja odwiedzin miejsca, gdzie tak traktuje się turystów, wyraźnie mi nie odpowiada. Szczególnie przykre było wrażenie, że osoba po drugiej stronie nie ma wszelkie potrzebne mi informacje oraz potrafi mi je przekazać, ale nie chce tego zrobić. Poczuję się jak intruz, który wyraźnie stara się uprzykrzyć jej życie.

English is easy

Kontakt z tymi przypadkowo wybranymi punktami „it” nie nastraja optymistycznie. Jedyne w czterech z trzynastu sprawdzonych placówek pracownicy nie mieli większych problemów z komunikacją w języku angielskim. Uwagę zwraca też nieznanostwo oferty kwater prywatnych i aktualnego kursu dolara. Zbyt długo trzeba było czekać na wszelkie potrzebne dane. Szczere gratulacje należą się punktom „it” w Łodzi i Szczecinie, poziom waszych usług jest naprawdę zadowalający. Wy-

Podobny rezultat uzyskuję dzwoniąc do punktu informacji turystycznej w Lidzbarku Warmińskim. Młoda dziewczyna na moje kolejno zadane pytania: czy to informacja turystyczna, o numer telefonu do „it” i czy w Lidzbarku jest „it”, odpowiada trzy razy „no” i odkłada słuchawkę.

I don't understand

Takie zdanie pojawiało się bardzo często w rozmowach z pracownikami punktów informacyjnych w Rybniku, Zamościu, Sandomierzu, Krośnie i Toruniu. Ich umiejętność władania językiem angielskim pozwalała jedynie na wymianę podstawowych informacji, rozmowa była dość uciążliwa dla obu stron. W Zamościu na pytanie o kurs dolara usłyszałem adres hotelu. Potem dowiedziałem się jeszcze, że „with dog is problem in Zamosc”. Kulminacyjny moment tej rozmowy nastąpił, gdy zapytałem, kiedy zbudowano tamtejszą katedrę. Kiedy w odpowiedzi usłyszałem adres budowli, powtórzyłem pytanie. Słyszę werowanie kartek, jednak po kilku minutach moja rozmówczyni poddaje się i mówi mi „please call wa-it”. Czuję, że chce mnie zbyć, ale ja nie daję za wygraną i chcę te informacje zdobyć teraz. I znowu przekładanie kartek. Denerwujące są mijające minuty wypełnione ciszą. W końcu słyszę nieprzyjemny trzask odkładanej słuchawki. Moje informacje o Zamościu są nadal bardzo skąpe...

Kuriozalnie przebiegła moja rozmowa z kobietą z informacji tu-

mej w Warszawie. – Teleph number is... – słyszę. Zaangażowanie w rozmowę jest średnie, wynika pewnie z nieznamości języków obcych (niemieckim też nie włada), niż braku dobrej woli. Pytanie o kluby dla homoseksualistów wywołuje kilkukrotne odpowiedzi „we don't have”. Nic więcej w tym zakresie nie mam szans się dowiedzieć.

Przyjemna nie była rozmowa z punktem „it” w Krośnie. Mój telefon wywołał niesłychane zaskoczenie, głos mojej rozmówczyni stał się automatycznie bardzo cichy i niepewny. Szalenie długo trwało sprawdzanie wszelkich informacji. Rozmowę skończyło moje pytanie o cenę bigosu w Krośnie. Po kilku minutach ciszy ktoś odłożył słuchawkę.

Bardzo słabo władający angielskim pracownik „it” w Toruniu po pytaniu o ceny w Czarnej Obierzdy oddaje słuchawkę koledze. Nie wychodzi to na dobre rozmowie, bo ten ów język opanował w stopniu jeszcze mniejszym niż jego poprzednik. Nie rozumie większości pytań, które mu zadaję. Kurs dolara według niego to 4 zł. Gdy pytam o salę konferencyjną słyszę: – okay, okay, kurde... Bardzo denerwujące jest to, jak po każdym pytaniu pyta kolegę, co odpowiedzieć.

Waiting, looking...

Pozytywne wrażenie zrobiłby na mnie pracownik „it” w Lublinie. Zrobiłby, gdyby po 15 min rozmowy nie doszedł do wniosku, że ma dziś zbyt dużo klientów, a ja potrzebuję bardzo dużo informacji. Postanowił wówczas zakończyć

jedynie dwa sposoby sprawozdanych punktów it: łódzki i szczeciński. Pracownicy obu placówek władali bardzo dobrze językiem angielskim, byli sprawni, orientujący się w detalach. Szybko otrzymałem informacje zarówno o interesujących mnie hotelach, kwaterach prywat-

nych prywatnych. Pozniej było już tylko rzec. Zaczęła mówić coraz szybciej kilka razy przerwała rozmowę i konwersowała z kimś innym. Bardzo niegrzecznie odpowiedziała mi na pytanie o restauracje z tradycyjnym polskim jedzeniem: – Wie pan, w Krakowie bary

stawienie do klienta pracownika informacji krakowskiej. Dyskwalifikujące zachowanie zaprezentowały „it” w Gdyni i Lidzbarku Warmińskim. Reszta wypada blado, przed nimi sporo pracy, zwłaszcza w szkołach nauki języków obcych.

Każdą rozmowę zaczynałem od przedstawienia się. Niestety, nie poznałem imienia ani nazwiska żadnego z moich rozmówców. Część z nich po odebraniu słuchawki mówiła po prostu „halo” pozostawiając w tajemnicy to, gdzie się dodzwoniłem. Sonda poddawała także próbie wytrzymałość pracowników na sytuacje trudne, stresujące oraz reakcje na klienta, który grymasi i wymaga. Dla osób znających język angielski w stopniu niewystarczającym już samo to, że usłyszały język Szekspira w słuchawce, mogło powodować stres. Pod koniec rozmowy prosiłem o wskazanie mi klubów gejowskich. Takie pytanie wyprzedzało z równowagi mniej odpowiednie osoby.

Od punktu informacji turystycznej zaczyna się kontakt potencjalnego turysty z danym miejscem, to tam dzwoni, by uzyskać podstawowe dane na temat wypoczynku. Niekompetentny, a zwłaszcza nieuprzejmy pracownik takiej placówki może skutecznie zniechęcić turystę do odwiedzenia danego zakątka naszego kraju. Skoro rynek usług turystycznych działa według zasad wolnego rynku, to także punkty „it” powinny ze sobą rywalizować, starając się stale podnosić jakość swych usług.

Bartosz Dyląg

Uczmy się języków...

Postanowiliśmy sprawdzić jakość usług oferowanych przez punkty informacji turystycznej. By to zrobić, skontaktowaliśmy się z 13 losowo wybranymi punktami informacji turystycznej: w Bielsku-Białej, Gdyni, Krakowie, Krośnie, Lidzbarku Warmińskim, Lublinie, Łodzi, Rybniku, Sandomierzu, Szczecinie, Toruniu, Zamościu i Zielonej Górze. Wzięliśmy pod uwagę miasta różnej wielkości z całej Polski. Rozmowa (jeżeli taka się odbyła) prowadzona była w języku angielskim. By symulacja wypadła wiarygodnie dziennikarz przedstawiał się jako zagraniczny turysta, pragnący na kilka dni przyjechać do danego miasta z psem. Prosił o podanie namiarów na hotele i kwatery prywatne, restauracje serwujące tradycyjne polskie dania, salę konferencyjną dla 20 osób, wymienienie i opisanie trzech najważniejszych atrakcji turystycznych danego miasta, wskazanie najlepszego sposobu transportu z Warszawy oraz polecenie klubów, pubów i dyskotek dla homoseksualistów.

Sonda pomogła odpowiedzieć na kilka pytań. Testowi została poddana przede wszystkim znajomość języka angielskiego osób zatrudnionych w punktach informacji turystycznej. To bardzo ważne, bo bez tej umiejętności nawet najbardziej kompetentny pracownik nie jest w stanie zaprezentować swoich możliwości. Sprawdzaliśmy też umiejętność prowadzenia rozmowy i zaangażowanie w nią, uprzejmość, znajomość bazy noclegowej i gastronomicznej, atrakcji turystycznych, a także miejsc, gdzie można się zabawić.

Oczywiście nasz test był w istocie subiektywną próbą oceny nie punktów informacji turystycznej, ale ich pojedynczych pracowników. W przyszłości życzymy Państwu i sobie lepszych wyników.

