

Aneta Pawłowska

*Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej,
Uniwersytet Jagielloński;
Pracownia Badań nad Samorządami*

ROZDZIAŁ VI

Nowe technologie w zarządzaniu informacją turystyczną przez samorząd lokalny

Wprowadzenie

Działania w zakresie rozwoju turystyki, w tym promocji i udzielania informacji turystycznej, należą do ustawowych zadań własnych jednostek samorządu terytorialnego. Technologie informacyjno-komunikacyjne, określane również jako nowe technologie (ang. ICT – *information and communication technology*) służą udostępnieniu informacji turystycznej w innowacyjny sposób. Adam Pawlicz definiuje ICT jako *ogół cyfrowych technik przetwarzania informacji wspierających procesy zarządzania zasobami organizacji oraz komunikacji z partnerami zewnętrznymi*¹. Ich zastosowanie w szeroko definiowanej turystyce, w tym także w informacji turystycznej, wiąże się ze wzrastającą popularnością i dostępnością internetowych, interaktywnych i multimedialnych kanałów dystrybucji informacji. Kolejnym zagadnieniem są zmieniające się potrzeby uczestników ruchu turystycznego w zakresie

¹ A. Pawlicz, *E-turystyka. Ekonomiczne problemy implementacji technologii cyfrowych w sektorze turystycznym*, Warszawa 2012, s. 16.

dostępu i korzystania z informacji – w czasie rzeczywistym, przy użyciu urządzeń mobilnych z dostępem do Internetu oraz przy korzystaniu z usługi geolokalizacji.

Niniejszy rozdział składa się z dwóch części. W pierwszej części zamieszczono przegląd zagadnień z zakresu ustawodawstwa i dokumentacji, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania informacją turystyczną na poziomie lokalnym samorządu terytorialnego, tj. w gminach. W drugiej części omówiono wybrane możliwości zastosowania technologii informacyjno-komunikacyjnych w informacji turystycznej w perspektywie promocji miejscowości i regionów turystycznych przez samorządy lokalne.

Budowa konkurencyjności turystycznej danego obszaru obejmuje także odpowiednie eksponowanie jego atrakcyjności w informacjach kierowanych do grup docelowych, m.in. turystów, mieszkańców, organizatorów turystyki, inwestorów. Wykorzystanie nowych technologii, zwłaszcza sieci internetowej, przez gminę sprzyja dotarciu z przekazem promocyjnym do szerszej grupy odbiorców². Ułatwia to dostęp, wyszukiwanie i korzystanie z informacji turystycznej udostępnionej w atrakcyjnej wizualnie i funkcjonalnie formie przy użyciu sieci internetowej, telefonii komórkowej, urządzeń mobilnych – komputerów osobistych, telefonów komórkowych, smartfonów, tabletów czy multimedialnych infokiosków.

Technologie informacyjno-komunikacyjne stały się istotną kwestią w wielu dziedzinach życia i gospodarki. Wykorzystanie nowych technologii w zarządzaniu informacją turystyczną wpisuje się w zagadnienia związane z szeroko definiowaną innowacyjnością w sektorze usług³. W badaniach nad innowacjami w turystyce, rozwiązania technologiczne należą przede wszystkim do innowacji procesowych oraz produktowych/usługowych⁴. Jak zaznaczył Stanisław Miecznikowski, w latach 1975-2005 sektor turystyczny zaadoptował trzy fale innowacji ITC: lata

² K. Peszat, A. Płoszaj, D. Batorski, *Technologie informacyjno-komunikacyjne a samorząd lokalny i rozwój lokalny w województwie mazowieckim*, Warszawa 2012, s. 10.

³ J. Osiańczak, *Innowacje w sektorze usług – przewodnik po systematyce oraz przykłady dobrych praktyk*, Warszawa 2012, s. 37-38.

⁴ A.-M. Hjalager, *A review of innovation research in tourism*, „Tourism Management” 2010, nr 31, s. 1-12.

70. XX w. – komputerowy system rezerwacji (Computer Reservation System – CRS); lata 80. XX w. – globalny system dystrybucji usług turystycznych (Global Distribution System – GDS); połowa lat 90. XX w. – komunikowanie się przez Internet⁵. Adam Pawlicz podkreśla, że sektor turystyczny jako jeden z pierwszych zaaplikował nowe technologie w swojej działalności na szeroką skalę⁶.

Przedmiot informacji turystycznej

Szczegółowe wytyczne odnośnie organizacji i funkcjonowania informacji turystycznej przedstawiono w dokumencie pt. „Polski System Informacji Turystycznej” (PSIT), opracowanym przez Polską Organizację Turystyczną w 2010 roku. Dokument dotyczy utworzenia spójnego systemu informacji turystycznej na terenie całej Polski na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, złożonego zarówno z informacji analogowej (punkty i centra informacji turystycznej, oznakowanie turystyczne), jak i cyfrowej, obejmującej rozwiązania oparte o technologie komunikacyjno-informacyjne.

W definicjach informacji turystycznej podawanych przez różnych autorów można wyróżnić płaszczyznę wspólną – dotyczy ona atrakcyjności turystycznej: walorów turystycznych, zagospodarowania turystycznego oraz dostępności komunikacyjnej. We wspomnianym dokumencie podkreślono, że informację turystyczną tworzą trzy zasadnicze elementy: uporządkowany zbiór danych służących turystom i organizatorom turystyki, sieć centrów i punktów informacji turystycznej oraz metodologia gromadzenia, przetwarzania, weryfikowania i udostępniania danych dotyczących różnych kwestii związanych z organizacją i realizacją wyjazdu turystycznego. Kluczowe znaczenie w systemie informacji turystycznej mają informacje na temat walorów turystycznych i bazy turystycznej⁷. Adresatami i odbiorcami informacji turystycznej mają być więc przede wszystkim turyści, jednak w grupach docelowych można wyróżnić także mieszkańców regionów i miejscowości

⁵ S. Miecznikowski, *Rynek technologii informatycznych i jego wykorzystanie w sektorze turystycznym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2006, nr 7, s. 19-21.

⁶ A. Pawlicz, *E-turystyka...*, s. 32.

⁷ *Polski System Informacji Turystycznej*, red. M. Bucholz, Warszawa 2010, s. 11-12.

turystycznych, animatorów i promotorów turystyki, organizatorów imprez turystycznych, potencjalnych inwestorów, władze lokalne i regionalne⁸. Informacja turystyczna spełniać powinna cztery zasadnicze funkcje: informacyjną (szczególnie w stosunku do turystów); współdecyzyjną, wyrażającą się we wpływie wywieranym na turystę w kwestii dotyczącej zakupu substytucyjnych bądź komplementarnych dóbr turystycznych; stymulującą i zwiększającą popyt turystów na dobra i usługi w miejscach recepcji ruchu turystycznego oraz funkcję kształtującą równowagę na rynku turystycznym⁹.

Wśród podstawowych form udostępniania informacji turystycznej wymieniane są¹⁰:

- informacja w centrach i punktach informacji turystycznej, również w biurach podróży, hotelach i innych obiektach turystycznych;
- informacja dostępna w turystycznych serwisach informacyjnych na stronach www;
- informacja skierowana do turysty przez sieci komórkowe;
- filmy poświęcone tematyce turystycznej, audycje radiowe i inne;
- prasa turystyczna;
- opracowania o charakterze przewodników, folderów, map turystycznych, broszur informacyjnych udostępniane bezpłatnie lub odpłatnie w punktach informacji turystycznej bądź obiektach turystycznych;
- informacja przekazywana przez pilotów wycieczek i przewodników turystycznych;
- tablice informacyjne przy obiektach turystycznych i na trasach turystycznych.

System informacji turystycznej, zarówno w formie analogowej, jak i cyfrowej, obejmować powinien dane i informacje użyteczne z punktu

⁸ B. Meyer, *Informacja w procesie obsługi ruchu turystycznego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2006, nr 7, s. 225-229.

⁹ A. Rapacz, *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju lokalnych i regionalnych ośrodków informacji turystycznej*, [w:] *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałęcki, Łowicz 2004, s. 104.

¹⁰ R. Faracik, R. Pawlusiński, *Usługi i zagospodarowanie turystyczne*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa 2012, s. 182-183.

widzenia grup docelowych – w przypadku gmin dotyczą one atrakcyjności turystycznej w skali lokalnej¹¹. Są to w szczególności:

- walory i atrakcje turystyczne (Tabela 1.):

Tabela 1. Walory i atrakcje turystyczne w informacji turystycznej

Walory i atrakcje turystyczne		
wypoczynkowe	poznawcze	specjalistyczne
obszary: nadmorskie, pojezierne, nizinne, wyżynne, górskie	osobliwości przyrody, ze szczególnym uwzględnieniem różnych form ochrony	turystyka wodna: kajakowa, żeglarska, wędkarstwo oraz formy bliższe rekreacji: windsurfing itp.
	dobra kultury, w tym tradycyjnej kultury ludowej	turystyka rowerowa, narciarstwo, jazda konna, taternictwo (alpinizm), speleologia, łowiectwo
	współczesne osiągnięcia cywilizacyjne i kulturalne w zakresie kultury materialnej i niematerialnej	różne formy spędzania czasu wolnego, bliskie rekreacji, np. survival i formy pochodne, baloniarstwo, lotniarstwo we wszystkich jego odmianach

Źródło: *Polski System Informacji Turystycznej*, red. M. Bucholz, Warszawa 2010, s. 12-14.

- zagospodarowanie i usługi turystyczne:
 - informacja turystyczna (punkty i centra);
 - baza noclegowa, baza gastronomiczna;
 - szlaki turystyczne;
 - biura podróży, ze szczególnym uwzględnieniem biur recepcyjnych;
 - transport, przewodnictwo;
 - baza kulturalno-rozrywkowa;
 - baza rekreacyjno-sportowa, w tym wyciągi narciarskie;
 - wypożyczalnie sprzętu turystycznego i rekreacyjnego, samochodów;
 - usługi publiczne, m.in. banki i bankomaty, służba zdrowia;
 - policja, TOPR, GOPR i WOPR;

¹¹ *Polski System Informacji Turystycznej*, op. cit., s. 12-14.

- produkt turystyczny:
 - turystyka miejska i kulturowa;
 - turystyka aktywna, między innymi piesza nizinna, górską, narciarską, rowerową, konną, wodną;
 - turystyka uzdrowiskowa;
 - turystyka na obszarach wiejskich;
 - turystyka biznesowa, między innymi kongresy szkolenia, imprezy typu *incentive*;
 - turystyka przygraniczna i tranzytowa;
 - turystyka weekendowa;
 - turystyka pielgrzymkowa;
 - turystyka specjalistyczna (hobbystyczna).

Miejsce informacji turystycznej w zadaniach gminy

Aby przedstawić miejsce informacji turystycznej w zadaniach gminnego samorządu terytorialnego, należy określić kontekst organizacyjny dla zarządzania turystyką w skali lokalnej. Od 1991 do 1999 roku organem zarządzającym turystyką na poziomie centralnym był Urząd Kultury Fizycznej i Sportu (UKFiT), dlatego też nie można mówić o znaczącej roli samorządu terytorialnego w zarządzaniu turystyką ani informacją turystyczną. Po 1999 roku zarządzanie turystyką zostało przypisane początkowo do Ministerstwa Transportu i Gospodarki Morskiej, a kolejno do Ministerstwa Gospodarki (do 2007 r.) i Ministerstwa Sportu i Turystyki (obecnie). Powstała w 2010 roku na mocy ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. Polska Organizacja Turystyczna (POT), podlegająca Ministerstwu Sportu i Turystyki, wyraźnie decentralizuje zadania w zakresie turystyki, przydzielając je jednostkom samorządu terytorialnego – gminom, powiatom i województwom¹².

Według „Ustawy o samorządzie gminnym” działania w zakresie rozwoju i zarządzania turystyką są zadaniami własnymi gmin. Informacja turystyczna należy do szeroko definiowanej promocji gminy. W Tabeli nr 2 przedstawiono zadania gmin na rzecz rozwoju turystyki na podstawie wybranych ustaw i dokumentów. Uwzględniono działania

¹² Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62, poz. 689 z późn. zm.).

mające istotny wpływ na późniejsze tworzenie w/w zasobów systemu informacji turystycznej.

Tabela 2. **Zadania gminy w zakresie informacji turystycznej**

Nazwa dokumentu	Zadania gminy w zakresie świadczenia lub wsparcia tworzenia systemu informacji turystycznej
Ustawa o usługach turystycznych	ewidencja obiektów noclegowych, kategoryzacja i ewidencja pól biwakowych przez wójta (burmistrza, prezydenta miasta) właściwego ze względu na miejsce ich położenia
Ustawa o bezpieczeństwie imprez masowych	wydanie zezwolenia lub zakazu organizowania imprezy masowej
Ustawa o samorządzie gminnym	realizacja zadań własnych w zakresie promocji gminy
Ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej	wsparcie funkcjonowania i rozwoju informacji turystycznej na poziomie lokalnym poprzez współpracę z organizacjami turystycznymi
Ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami	ewidencja zabytków przez wójta (burmistrza, prezydenta miasta) w formie zbioru kart adresowych zabytków nieruchomych z terenu gminy
Ustawa o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich	zapewnienie warunków bezpieczeństwa osób przebywających w górach przez jednostki samorządu terytorialnego, na terenie których wykonywane jest ratownictwo górskie
Ustawa o bezpieczeństwie osób przebywających na obszarach wodnych	zapewnienie warunków bezpieczeństwa osób przebywających na obszarach wodnych przez wójta (burmistrza, prezydenta miasta) w obszarze określonym ustawą
Ustawa o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych	działania związane z występowaniem o nadanie obszarowi statusu uzdrowiska albo statusu obszaru ochrony uzdrowiskowej oraz późniejsze zarządzanie uzdrowiskami
Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki w latach 2008–2013	opracowywanie regionalnych dokumentów w zakresie promocji turystyki, np. strategii promocji turystycznej województw oraz strategii promocji na szczeblu subregionalnym i lokalnym

Źródło: opracowanie własne.

Według ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej, POT koordynuje współpracę administracji rządowej, samorządu terytorialnego i organizacji zrzeszających przedsiębiorców z dziedziny turystyki, samorządu gospodarczego i zawodowego oraz stowarzyszeń w zakresie rozwoju turystyki. Do

zadań POT zaliczono także tworzenie regionalnych organizacji turystycznych – obejmujących jedno lub więcej województw oraz lokalnych organizacji turystycznych dla jednej lub więcej jednostek samorządu lokalnego. Organizacje turystyczne w formie stowarzyszeń podlegają Ministerstwu Sportu i Turystyki, funkcjonują w oparciu o umowy cywilnoprawne z POT i mogą być w pełni lub częściowo finansowane z budżetu samorządu.

Zadania w zakresie zarządzania informacją turystyczną w skali lokalnej ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej wyraźnie decentralizuje na poziom gmin. Samorządy gminne, jako członkowie lokalnych organizacji turystycznych, partycypują w działaniach podejmowanych na polu turystyki, mających na celu między innymi tworzenie i zarządzanie systemem informacji turystycznej według wytycznych PSIT. Działalność organizacji turystycznych obejmuje głównie takie zadania, jak promocja turystyczna obszaru ich działania, w tym również wsparcie funkcjonowania i rozwoju informacji turystycznej w zakresie tworzenia kanałów dystrybucji informacji wykorzystujących nowe technologie¹³.

Należy zauważyć, że na przykładzie gminy można także mówić o wdrażaniu nowych technologii w informacji turystycznej w dwóch perspektywach: przez jednostki samorządu lokalnego, samodzielnie lub we współpracy z lokalnymi organizacjami turystycznymi (co wynika z ich ustawowych zadań własnych w zakresie rozwoju turystyki) oraz przez inne podmioty funkcjonujące w gospodarce turystycznej lub też kierujące tam część swojej działalności, jak przewoźnicy kolejowi czy organizacje kulturalne. Jednak ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej oraz Polski System Informacji Turystycznej wyraźnie wskazują – na poziomie lokalnym – gminy oraz organizacje turystyczne jako podmioty odpowiedzialne za zarządzanie informacją turystyczną, obejmującą gromadzenie danych i informacji oraz udostępnianie ich w formie analogowej i cyfrowej.

Nowe technologie w zarządzaniu informacją turystyczną w gminie

Informacja turystyczna w Polsce udostępniana jest w formie analogowej i cyfrowej. Forma cyfrowa ma szczególne znaczenie w perspektywie

¹³ *Polski System Informacji Turystycznej*, op. cit., s. 23.

rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz zwiększającego się wykorzystania usług internetowych i urządzeń mobilnych w dostępie do wiedzy i informacji¹⁴. Zastosowanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w informacji turystycznej ma na celu przede wszystkim poprawę jakości i dostępności tego rodzaju usługi turystycznej, w formie nowoczesnej e-usługi. Budowanie spójnej i ujednoliconej krajowej sieci informacji turystycznej w skali lokalnej pozostaje w gestii gmin oraz organizacji turystycznych. W informacji turystycznej stosowanie nowych technologii zmierza do tworzenia określonych rozwiązań, jak np. sieć infokiosków, serwisy internetowe, aplikacje mobilne, produkty internetowe – wirtualne mapy, wirtualne przewodniki z funkcją geolokalizacji. W dłuższej perspektywie czasowej spodziewać się można efektu takich rozwiązań: wzrostu liczby uczestników ruchu turystycznego oraz rozwoju turystyki w skali lokalnej¹⁵.

Tworzenie innowacyjnych kanałów informacji turystycznej w gminie jest zadaniem istotnym, ponieważ pozwala na promocję lokalnych atrakcji turystycznych, w tym miejsc znajdujących się poza głównymi destynacjami ruchu turystycznego, a potencjalnie interesujących dla turysty. Istotna jest tutaj kwestia współpracy nie tylko lokalnych organizacji turystycznych i samorządów, ale również partnerstwo turystyczne w perspektywie międzygminnej na rzecz budowania wspólnych sieci informacji turystycznej.

Rozwiązania wykorzystujące nowe technologie stanowią w dużej mierze rozszerzenie działalności stacjonarnych ośrodków informacji turystycznej, szczególnie w przypadku stron internetowych oraz infokiosków, które zawierają usystematyzowaną wiedzę na temat atrakcyjności turystycznej dostępną w formie elektronicznej. W Tabeli nr 3 przedstawiono zakres zadań ośrodków informacji turystycznej w podziale terytorialnym, z uwzględnieniem wykorzystania nowych technologii w przypadku samoobsługowych punktów informacji turystycznej.

¹⁴ N. Ofmański, K. Szczypek, *Polacy a nowe technologie, czyli jak daleko nam do społeczeństwa informacyjnego? Raport z badań opinii wraz z komentarzem*, Warszawa 2012, s. 2-15.

¹⁵ *Polski System Informacji Turystycznej*, op. cit., s. 23.

Tabela 3. Podział i zakres działań systemu informacji turystycznej w Polsce

Regionalne centra informacji turystycznej		Lokalne centra informacji turystycznej	
zakres terytorialny: województwo lub kilka województw		zakres terytorialny: gmina, miasto lub kilka takich jednostek, powiat	
zakres działania	zadania	zakres działania	zadania
– udzielanie informacji, – służenie radą i pomocą, – koordynacja działalności centrów lokalnych lub punktów informacji turystycznej na obszarze swojego działania, – marketing: badania i promocja, zarządzanie jakością	– wydawnictwa: mapy, foldery, ulotki itp., – szkolenia, – informacje bezpośrednie, – gromadzenie informacji, – dostęp do sieci elektronicznych (Internet), – usługi dodatkowe	– udzielanie informacji, – służenie radą i pomocą, – koordynacja działalności punktów informacji turystycznej na obszarze swojego działania, – marketing: badania i promocja	– wydawnictwa: mapy, foldery, ulotki itp., – informacje bezpośrednie, – gromadzenie informacji, – dostęp do sieci elektronicznych (Internet), – usługi dodatkowe
Punkt informacji turystycznej		Samoobsługowy punkt informacji turystycznej	
zakres terytorialny: miasto, wieś		zakres terytorialny: miasto, wieś	
lokalizacja	zadania	lokalizacja	zakres i forma działania
– centrum jednostki osadniczej, – centrum turystyczne, – dworzec, – centrum handlowe, – przejście graniczne, – regionalna pracownia krajoznawcza PTTK	– udzielanie informacji, – służenie pomocą i radą, – zbieranie informacji	– punkty lub centra informacji turystycznej, – atrakcje turystyczne, – przejścia graniczne, – dworce, – baza noclegowa, – parkingi, stacje benzynowe, – centra handlowe, – biblioteki – domy kultury, – ośrodki sportu i rekreacji, – regionalne pracownie krajoznawcze PTTK, – taksówki, – straż miejska	– dostarczanie informacji, – elektroniczne punkty informacyjne (kioski multimedialne), – bezpłatne połączenia telefoniczne, – informacja na ulicy bezpośrednia, – terminale informacyjne, – tablice informacyjne, – stelaże z materiałami informacyjnymi.

Źródło: *Polski System Informacji Turystycznej*, red. M. Bucholz, Warszawa 2010, s. 31-32.

POT dzieli centra informacji turystycznej na certyfikowane oraz niecertyfikowane (kategorie przyznawane w liczbie gwiazdek od 1 do 4). Proces certyfikacji zapoczątkowano w 2010 roku, a jego celem jest

utworzenie sieci standaryzowanych jednostek informacyjnych. W Tabeli nr 4 przedstawiono zakres zadań certyfikowanych centrów, w których istotne znaczenie ma zastosowanie rozwiązań technologicznych – komputerowych, multimedialnych i interaktywnych.

Tabela 4. **Kategorie centrów informacji turystycznej**

Kategoria	Położenie	Języki obce		Zakres informacji	Dostępność dodatkowych usług
*	brak wytycznych	1	poziom podstawowy	bezpłatne lokalne materiały informacyjne	-
**	brak wytycznych	1	poziom komunikatywny	bezpłatne materiały promocyjne o najbliższej okolicy i regionalne	stanowisko komputerowe z dostępem do Internetu
***	w centrum miasta lub przy głównej trasie turystycznej	2	poziom dobry	bezpłatne materiały promocyjne o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne	stanowisko komputerowe z dostępem do Internetu
****	w centrum miasta lub przy głównej trasie turystycznej	3	poziom dobry	bezpłatne materiały promocyjne o najbliższej okolicy, ponadlokalne i regionalne również w językach obcych, materiały tematyczne	dwa stanowiska komputerowe z dostępem do Internetu
					kiosk multimedialny dostępny również po godzinach urzędowania

Źródło: <http://www.polska.travel/pl/szukaj/informacja-turystyczna/>

Dla PSIT istotne znaczenie w zakresie wykorzystywania nowych technologii ma utworzenie Repozytorium Informacji Turystycznej (RIT) funkcjonującego na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym jako bazy informacji turystycznej. Korzystanie z zasobów RIT wymaga dostępu do Internetu oraz narzędzi, np. urządzeń mobilnych – komputerów przenośnych, tabletów, smartfonów, telefonów komórkowych lub elektronicznych infokiosków znajdujących się na danym terenie.

W dalszej części artykułu wymieniono przykłady rozwiązań wpisujących się w ideę RIT dostępnych na poziomie lokalnym w gminach. Na elementy tworzące RIT składają się¹⁶:

- strony internetowe, np. www.polska.travel oraz uzupełniające ją portale regionalne i lokalne;
- zestaw przygotowanych aplikacji i narzędzi, tj. infokioski, aplikacje dostępne dla urządzeń mobilnych, narzędzia umożliwiające pobranie danych do urządzeń nawigacji GPS, aplikacje dla Punktów i Centrów Informacji Turystycznej;
- standardowe sposoby dostępu do danych, tj. kanały informacji RSS (ang. ReallySimple Syndication) udostępniające nagłówki wiadomości w wybranych przez użytkownika RSS tematach/źródłach na stronach internetowych; Web Services umożliwiające pobieranie lub przekazywanie danych (np. kursy walut, informacje pogodowe);
- specjalne sposoby dostępu do danych, wykorzystane w celu udostępnienia danych poprzez popularne aplikacje dostępne w urządzeniach mobilnych, których używają turyści, np. automatyczne boty informacyjne wykorzystywane w komunikatorach internetowych, udzielające informacji turystycznej.

W Tabeli nr 5 przedstawiono szersze omówienie rozwiązań technologicznych możliwych do zastosowania w udostępnianiu informacji turystycznej dla gmin. W ramach PSIT planowane jest systematyczne wdrażanie w/w kanałów dystrybucji informacji turystycznej, wykorzystujących nowe technologie ze szczególnym uwzględnieniem stron internetowych, aplikacji mobilnych, infokiosków – samoobsługowych punktów informacji turystycznej (Tabela nr 3).

¹⁶ *Polski System Informacji Turystycznej*, op. cit., s. 52-53.

Tabela 5. Rozwiązania technologiczne w informacji turystycznej gmin

Lp.	Przykład rozwiązania	Zawartość istotna dla informacji turystycznej gminy
1.	strona internetowa	serwis internetowy dostępny w sieci www
		informacja turystyczna w kategoriach: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna; zagospodarowanie paraturystyczne, dane teleadresowe; również: formy turystyki, sposoby spędzania wolnego czasu, możliwości rekreacji
2.	aplikacja mobilna	mapy i lokalizatory, w tym mapy tematyczne, mapy interaktywne, powiązanie z zewnętrznymi źródłami danych, np. Google Maps, geoportale wojewódzkie, funkcja geolokalizacji
		program użytkowy dostępny w urządzeniach mobilnych
		informacja turystyczna w kategoriach jw.
3.	infokiosk	mapy i lokalizatory, mapy tematyczne, szlaki tematyczne i turystyczne, funkcja geolokalizacji
		treści reklamowe wyróżniające określone elementy zagospodarowania turystycznego
		multimedialne urządzenie elektroniczne umożliwiające dostęp do informacji turystycznej
		informacja turystyczna w kategoriach jw.
4.	serwis społecznościowy	mapy i lokalizatory, mapy tematyczne, szlaki tematyczne i turystyczne, funkcja geolokalizacji
		element wojewódzkiego systemu/sieci informacji turystycznej lub pojedyncze rozwiązanie w gminie
		serwis internetowy, medium społecznościowe umożliwiające użytkownikom korzystanie po rejestracji – dodawanie własnych treści, komunikację; najbardziej popularne w Polsce: ogólnotematyczne Facebook, Nasza Klasa oraz serwisy społecznościowe o tematyce turystycznej i podróżniczej
		promocja internetowa jako główna funkcja w ramach szeroko definiowanego marketingu internetowego
		dotatkowy kanał dystrybucji informacji turystycznej, kanał komunikacji internetowej uzupełniający działalność punktów i centrów informacji turystycznej, strony internetowe i aplikacje mobilne
		multimedialna i interaktywna informacja turystyczna udzielana dla zalogowanych użytkowników przez administratora strony, możliwość wymiany informacji przez użytkowników
5.	obecność w innych serwisach internetowych	tzw. strony fanowskie zarządzane przez organizacje turystyczne lub samorząd, zawierające informacje o wydarzeniach kulturalnych, konkursach, nowych produktach i usługach turystycznych
		serwis internetowy dostępny w sieci www
		dotatkowy kanał dystrybucji informacji turystycznej, np. serwisy internetowe stowarzyszeń, związków, do których należy gmina ułatwiające zapoznanie się z atrakcyjnością turystyczną, zawierające mapy i dane teleadresowe
		informacje o miejscowościach i regionach turystycznych w ogólnodostępnych serwisach internetowych, np. Wikipedia, Wikipodróż

Lp.	Przykład rozwiązania	Zawartość istotna dla informacji turystycznej gminy
6.	optymalizacja stron internetowych	działania i narzędzia z zakresu marketingu internetowego (SEO, SEM) służące do pozycjonowania wyników wyszukiwarek internetowych, np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer strony internetowe zawierające informacje turystyczną gmin, wyświetlane w odpowiednim porządku po wpisaniu przez użytkownika nazwy lub słów kluczowych
7.	komunikator	narzędzia komunikacji internetowej umożliwiające przekazywanie informacji w czasie rzeczywistym, np. czaty, komunikator Gadu-Gadu umieszczenie odnośników do komunikatorów na stronach internetowych centrów i punktów informacji turystycznej lub w regionalnych i lokalnych portalach informacyjnych, umożliwiające komunikację w czasie rzeczywistym z pracownikiem lub otrzymanie informacji automatycznie świadczonej przez bota informacyjnego

Źródło: opracowanie własne.

Należy zaznaczyć, że poszczególne elementy informacji turystycznej gmin stanowić mogą element większej całości, np. zintegrowanego, elektronicznego wojewódzkiego systemu informacji turystycznej. Jako przykłady można wymienić infokioski lokalizowane w gminach lub strony oraz podstrony internetowe dotyczące atrakcyjności turystycznej gmin w serwisach informacyjnych dla województw. W tym przypadku współpraca gminy i lokalnej organizacji turystycznej odbywa się w połączeniu i koordynacji z regionalnymi organizacjami samorządowymi i samorządem wojewódzkim. W Polsce funkcjonuje 16 wojewódzkich serwisów informacyjnych zarządzanych przez regionalne organizacje turystyczne. Część z nich ma wyodrębnione działy z ogólną informacją turystyczną dla pojedynczych gmin lub powiatów, jednak są to zasoby ograniczone, ponieważ celem tych serwisów jest prezentacja atrakcyjności turystycznej w ujęciu województwa lub regionu turystycznego. Istnieją również stowarzyszenia gmin, których celem jest wspólna promocja i tworzenie systemu informacji turystycznej dla całego obszaru z wykorzystaniem np. serwisu internetowego, systemu oprowadzania dźwiękowego, wirtualnych, interaktywnych map czy aplikacji z usługą geolokalizacji. Przykładem jest „Informator turystyczny regionu żywieckiego” obejmujący pięć gmin: Żywiec, Czernichów, Lipowa, Łodygowice, Wilkowice.

Dla lepszego przedstawienia zastosowania nowych technologii w informacji turystycznej wybrano przykłady projektów z tego zakresu

wdrażane w gminach w Polsce (Tabela nr 6). Uwzględniono również inne formy i kanały informacji turystycznej funkcjonujące w gminach, pozostające pod zarządem podmiotów niebędących ani samorządem, ani organizacją turystyczną, ale np. ośrodkiem kulturalnym lub organizacją pozarządową. Te rozwiązania zawierają węższy zakres informacji turystycznej albo dotyczą tylko wybranego elementu atrakcyjności turystycznej gminy i są stosowane głównie w gminach miejskich.

Tabela 6. Nowe technologie w informacji turystycznej gmin

Lp.	Woje- wódz- two	Za- sięg	Nazwa projektu	Opis zastosowania	
1.	dolnoślą- skie	woje- wódz- two	Turystyczny serwis informacyjny, ROT	internetowa informacja turystyczna	
2.	kujawsko- pomorskie	8 miast powiatowych i gmin miejskich	Aplikacje mobilne na telefony komórkowe, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	multimedialne przewodniki	
				tematyka przewodników	turystyka aktywna, miasta i turystyka kulturowa, uzdrowiska
3.	lubelskie	Miasto Lublin, Lubelszczyzna	Lublin 2.0 – Interaktywna rekonstrukcja dziejów miasta, Teatr NN w Lublinie	serwis internetowy, multimedialne przewodniki, interaktywne prezentacje, makiety, mapy, panoramy z wykorzystaniem tzw. rzeczywistości rozszerzonej	
				wirtualne makiety	Lublin w XIV, XVI, XVIII, XX w.
				Przewodniki Lublin 2.0	11 tras, np. Lublin od Unii Lubelskiej do Unii Europejskiej
		Miasto Lublin	Lublin szeptany, Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego, Muzeum Historii Polski	audioprzewodniki – tematyczne przewodniki dostępne w formie plików dźwiękowych	
				tematyka przewodników	13 tras, np. Lublin Drukarzy, Lublin Kryminalny, Lublin Szemrany
4.	lubuskie	9 gmin i powiatów	Elektroniczne infokioski, Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna „LOTUR”	sieć infokiosków, elektroniczny system informacji turystycznej	

Lp.	Woje- wódz- two	Za- sięg	Nazwa projektu	Opis zastosowania	
5.	łódzkie	Miasto Łódź	Odkoduj miasto. Innowacyjny System Informacji Turystycz- nej, Urząd Miasta Łodzi	fotokody (tabliczki informacyjne na najważniejszych łódzkich zabytkach), multimedialne przewodniki na stronach mobilnych, audioprzewodniki, infokioski	
				tematyka przewodni- ków	architektura przemysło- wa (29), wille i pałace (26 miejsc), szlak ulicy Piotrkowskiej (24)
6.	małopolskie	25 gmin i powia- tów	Małopolski System Informacji Turystycz- nej, Urząd Marszał- kowski Województwa Małopolskiego	sieć infokiosków, system zintegrowa- nych analogowo i cyfrowo 33 jedno- stek informacji turystycznej (IT)	
7.	mazowiec- kie	4 gminy	Interaktywne Prze- wodniki Turystyczne Kolei Mazowieckich	multimedialne przewodniki turystycz- ne piesze i rowerowe na urządzenia mobilne dla Góry Kalwarii, Modlina, Żyrardowa, Warki	
8.	opolskie	woje- wódz- two	Geoportal Opolskie w internecie – system informacji przestrzen- nej i portal informacyj- no-promocyjny Województwa Opolskiego, Urząd Marszałkowski Woje- wództwa Opolskiego	portal internetowy z interaktywnymi mapami	
				mapy tema- tyczne	atrakcje turystyczne, ścieżki rowerowe, szla- ki turystyczne, mapy miast i miejscowości regionu (ortofotomapy)
9.	podkarpac- kie	woje- wódz- two	Turystyczny serwis informacyjny, ROT	internetowa informacja turystyczna	
10.	podlaskie	woje- wódz- two	Serwis internetowy Odkryj Podlaskie.pl, Podlaska Regionalna Organizacja Tury- styczna	internetowy katalog produktów tury- stycznych, audioprzewodniki, wirtualne panoramy	
				tematyka przewodni- ków	6 tras, np. Kanał Augustowski – Szlak Papieski, Augustów – kocham to miasto, Suwałki Blues Festival
11.	pomorskie	106 gmin	Pomorski System In- formacji Turystycznej, Pomorska Regionalna Organizacja Tury- styczna	sieć infokiosków – 245 infomatów: szlaki turystyczne, wyszukiwarka zagospodarowania turystycznego, przewodniki tematyczne, interaktywne kalendarz wydarzeń	
12.	śląskie	2 gminy	Oficjalny Mobilny Informator i Przewod- nik, Gmina Rajcza i Jeleśnia	aplikacja mobilna – multimedialny przewodnik, kalendarz wydarzeń, mapy turystyczne, baza teledresowa	

Lp.	Woje- wódz- two	Za- sięg	Nazwa projektu	Opis zastosowania
13.	świętokrzy- skie	woje- wódz- two, 10 powia- tów	Cyfrowy System Infor- macji Turystycznej i Promocji wojewódz- twa świętokrzyskiego, Regionalna Organi- zacja Turystyczna Województwa Święto- krzyskiego	portal i serwisy internetowe o tematyce turystycznej, uzupełniające kanały społecznościowe Facebook, Blip, Golden Line, Nasza Klasa
				tematyka serwisów
				6 serwisów tema- tycznych, np. turystyka rowerowa, geoturystyka, agroturystyka 10 serwisów lokalnych
14.	warmińsko- mazurskie	woje- wódz- two	Turystyczny serwis informacyjny, ROT	internetowa informacja turystyczna
15.	wielkopol- skie	woje- wódz- two	System Informacji Turystycznej w Wiel- kopolsce	sieć infokiosków z geolokalizacją – szla- ki turystyczne, wyszukiwarka zagospo- darowania turystycznego, przewodniki tematyczne, kalendarz imprez
16.	zachodnio- pomorskie	woje- wódz- two	Turystyczny serwis informacyjny, ROT	internetowa informacja turystyczna

Źródło: opracowanie własne.

Rozwiązania wykorzystujące nowe technologie dedykowane gminom są na razie stosowane na małą skalę. Sama gmina, atrakcyjna turystycznie, występuje w szerszym kontekście – jako element regionu turystycznego lub województwa. Popularnym rozwiązaniem jest tworzenie rozbudowanych serwisów internetowych, na przykład w formie regionalnych serwisów informacyjnych, zarządzanych przez regionalne organizacje turystyczne, które w Polsce działają dla każdego województwa w domenie internetowej „travel”. Znajdują się tam informacje dotyczące atrakcyjności turystycznej w ogólnej perspektywie województwa czy regionu turystycznego, ale również umożliwiające definiowanie przez użytkownika własnych kryteriów wyszukiwania dla mniejszych jednostek terytorialnych: powiatów lub gmin. Oprócz nich tworzone są nowe formy przewodników turystycznych, np. audioprzewodniki lub przewodniki tematyczne, uwzględniające wybrane elementy atrakcyjności turystycznej lub formy turystyki w danej gminie – najczęściej są to jednak rozwiązania stosowane w gminach miejskich, np. w Lublinie lub Łodzi. W procesie tworzenia np. aplikacji mobilnych oraz interaktywnych przewodników umożliwiających dostęp

do informacji turystycznej poprzez nowe technologie traktuje się pojedyncze gminy i ich atrakcje czy walory turystyczne jako element większego produktu turystycznego, przykładowo szlaku tematycznego. Zintegrowany system informacji turystycznej oparty na infokioskach jest wdrażany w czterech województwach: lubuskim, małopolskim, pomorskim i wielkopolskim. Na grudzień 2013 r. planowane jest ukończenie Innowacyjnego Systemu Informacji Turystycznej Województwa Dolnośląskiego. Lokalizacja infokiosków – elektronicznych punktów informacji turystycznej – dotyczy również pojedynczych gmin wyróżniających się pod względem atrakcyjności turystycznej i znaczącego ruchu turystycznego, jednak nie zawsze tworzą one zintegrowaną sieć.

Spojrzenie krytyczne

– nowe technologie w informacji turystycznej

Wdrażanie rozwiązań opierających się o wykorzystanie nowych technologii w informacji turystycznej wymaga nie tylko świadomości ich atrakcyjności i użyteczności wśród podmiotów decyzyjnych – w tym przypadku lokalnego samorządu terytorialnego, ale również zainteresowania i umiejętności korzystania z nich przez potencjalnych użytkowników, czyli turystów. Oprócz samych narzędzi wykorzystujących nowe technologie w informacji turystycznej konieczna jest odpowiednia promocja i informacja w zakresie korzystania z nich. Świadomość konieczności efektywnego zarządzania informacją turystyczną w kanałach internetowych oraz wagi komunikacji marketingowej ze strony dostawców informacji turystycznej powinna być budowana wśród pracowników zarówno administracji samorządowej, jak i organizacji turystycznych.

Strony internetowe jako źródło informacji są narzędziem już od kilku lat funkcjonującym w działalności lokalnych ośrodków informacji turystycznej oraz jednostek samorządu terytorialnego. Rozwiązaniem nowszym są natomiast aplikacje mobilne, dostępne w urządzeniach mobilnych, jak smartfony, telefony komórkowe, tablety, przenośne komputery, które stwarzają możliwość dostępu do Internetu w czasie rzeczywistym i korzystania z aktualnie potrzebnych informacji. Dostępna w nich funkcja geolokalizacji umożliwia użytkownikom dostęp do informacji turystycznej według definiowanych przez nich kryteriów, np. położenia geograficznego lub kategorii obiektów. Aplikacje mobilne wdrażane są przez

firmy komercyjne w ramach ich działalności lub wykonywane na zlecenie jednostek samorządu terytorialnego – drugie rozwiązanie jest zdecydowanie rzadziej stosowane (przykład gmin Jeleśnia i Rajcza w woj. śląskim). Oprócz odpowiednich narzędzi konieczna jest uświadomiona potrzeba i przede wszystkim wiedza uczestników ruchu turystycznego w zakresie korzystania z tego rodzaju rozwiązań, dlatego istotne jest odpowiednie ich projektowanie – w sposób łatwy w obsłudze i intuicyjny.

Wymienić można kilka potencjalnych utrudnień i zagrożeń, na które osoby odpowiedzialne za internetowe i multimedialne kanały dystrybucji informacji turystycznej powinny zwracać szczególną uwagę. Niezwykle istotny jest stan udostępnianej informacji turystycznej, który wymaga okresowych zmian i aktualizacji w zasobach internetowych. Kolejną kwestią jest atrakcyjność informacyjna i wizualna stron internetowych, ich przyjazność dla użytkownika, co oznacza odpowiedni dobór i układ treści, funkcjonalności i coraz częściej dostosowanie do parametrów urządzeń mobilnych, np. smartfonów, tabletów. W przypadku udostępnienia możliwości uzyskania informacji turystycznej w czasie rzeczywistym przez komunikatory internetowe na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych, konieczne jest zwrócenie uwagi na ich prawidłowe i szybkie działanie – zapytania użytkownika nie powinny pozostawać bez odpowiedzi, jeśli może on skontaktować się z pracownikiem informacji turystycznej w ten sposób.

Wzrastająca popularność mediów społecznościowych stwarza nowoczesne kanały dystrybucji informacji turystycznej, dlatego należy wykorzystać ich potencjał. Jednak działania, zwłaszcza w mediach społecznościowych, powinny w przypadku informacji turystycznej uzupełniać główne kanały dystrybucji informacji – działalność stacjonarnego ośrodka informacji turystycznej, udostępnienie informacji na stronie internetowej i w infokiosku – a nie je zastępować. Popularność portalu społecznościowego Facebook dawać może mylne przekonanie o efektywnych możliwościach zastosowania go dla wszystkich podmiotów rynku turystycznego. Administrowanie tzw. stroną fanowską w portalu społecznościowym Facebook jest efektywne pod warunkiem że wokół niej istnieje aktywna społeczność, tj. użytkownicy nie tylko korzystający z tego narzędzia i poszukujący tam informacji, ale także angażujący się, np. poprzez komentowanie i dodawanie własnych treści. W przypadku mediów

społecznościowych informacja turystyczna jest działalnością poniekąd poboczną, a cele główne koncentrują się na szeroko rozumianym marketingu i promocji internetowej. Jednak warto zauważyć, że serwisy społecznościowe dostarczają różnorodnej informacji turystycznej nie tylko w ramach sformalizowanej działalności organizacji turystycznej i samorządu gminnego. Dotyczy to zwłaszcza tych, które umożliwiają samym użytkownikom dodawanie treści – samodzielnie tworzonych opisów tras i szlaków turystycznych, opisów miejsc atrakcyjnych turystycznie czy informacji o zagospodarowaniu turystycznym i możliwych do uprawiania formach turystyki. Często używanym internetowym źródłem informacji turystycznej jest popularna Wikipedia oraz tworzony aktualnie serwis Wikipodróż.

Zakończenie

Przynależność i uczestnictwo gmin w zadaniach lokalnych organizacji turystycznych ma zasadnicze znaczenie dla zarządzania informacją turystyczną na poziomie lokalnym. Dostępne technologie informacyjno-komunikacyjne przyczyniać się powinny do tworzenia nowych kanałów dystrybucji informacji turystycznej oraz poprawy ich jakości poprzez rozwój e-usług. Na rynku pojawiają się półoficjalne opracowania zawierające wytyczne odnośnie spójnego i ujednoliconego zarządzania oraz funkcjonowania informacji turystycznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, zarówno w zakresie analogowym, jak i cyfrowym, co jest szczególnie istotne w perspektywie wykorzystania nowych technologii.

Polski System Informacji Turystycznej obejmuje: centra i punkty informacji turystycznej jako zintegrowaną sieć na poziomie regionalnym i lokalnym, Internetowy System Informacji Turystycznej – Narodowy Portal Turystyczny Polska.travel wraz z regionalnymi lokalnymi serwisami turystycznymi oraz system znaków turystycznych informujących o atrakcjach i szlakach turystycznych. Oprócz tego jako elementy Repozytorium Informacji Turystycznej wymieniane są inne usługi internetowe, aplikacje mobilne oraz elektroniczne, multimedialne infokioski. Strony internetowe nadal pozostają głównym i najbardziej popularnym kanałem dystrybucji informacji turystycznej poza stacjonarnymi ośrodkami. Wykorzystanie innych technologii informacyjno-komunikacyjnych przyczynić się może

do popularyzacji niekonwencjonalnych, innowacyjnych form informacji turystycznej – aplikacji mobilnych, usługi geolokalizacji, audioprzewodników – co zwiększy dostępność informacji turystycznej na poziomie gminy. Racjonalne i efektywne wykorzystanie nowych technologii w zarządzaniu informacją turystyczną na poziomie lokalnym opierać się powinno o wybór rozwiązań, które stanowić będą atrakcyjne i użyteczne rozwiązanie dla turystów oraz przyczynią się do zwiększenia atrakcyjności turystycznej gminy.

Korzyści z zastosowania nowych technologii w informacji turystycznej na poziomie gminy można przedstawić następująco:

- poprawa jakości i dostępności informacji turystycznej;
- poprawa rozpoznawalności oferty turystycznej, wzrost konkurencyjności turystycznej, rozwój lokalnego rynku turystycznego;
- znaczące wzbogacenie i urozmaicenie dostępnych dla turystów instrumentów informacji turystycznej;
- poprawa konkurencyjności lokalnych produktów turystycznych poprzez udostępnienie informacji na ich temat przy zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań i narzędzi.

LITERATURA

1. Faracik R., Pawlusiński R., *Usługi i zagospodarowanie turystyczne*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa 2012.
2. Hjalager A.-M., *A review of innovation research in tourism*, „Tourism Management” 2010, nr 31.
3. Meyer B., *Informacja w procesie obsługi ruchu turystycznego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne problemy turystyki” 2006, nr 7.
4. Miecznikowski S., *Rynek technologii informatycznych i jego wykorzystanie w sektorze turystycznym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2006, nr 7.
5. Ofmański N., Szczypek K., *Polacy a nowe technologie, czyli jak daleko nam do społeczeństwa informacyjnego? Raport z badań opinii wraz z komentarzem*, Warszawa 2012.
6. Osiadacz J., *Innowacje w sektorze usług – przewodnik po systematyce oraz przykłady dobrych praktyk*, Warszawa 2012.

7. Pawlicz A., *E-turystyka. Ekonomiczne problemy implementacji technologii cyfrowych w sektorze turystycznym*, Warszawa 2012.
8. Peszat K., Płoszaj A., Batorski D., *Technologie informacyjno-komunikacyjne a samorząd lokalny i rozwój lokalny w województwie mazowieckim*, Warszawa 2012.
9. *Polski System Informacji Turystycznej*, red. M. Bucholz, Warszawa 2010.
10. Rapacz A., *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju lokalnych i regionalnych ośrodków informacji turystycznej*, [w:] *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałęcki, Łowicz 2004.