

Aleksander Panasiuk

Determinanty funkcjonowania regionalnego systemu informacji turystycznej

Ekonomiczne Problemy Usług nr 96, 271-282

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ALEKSANDER PANASIUK

Uniwersytet Szczeciński

**DETERMINANTY FUNKCJONOWANIA
REGIONALNEGO SYSTEMU
INFORMACJI TURYSTYCZNEJ**

Wprowadzenie

Badania stanu funkcjonowania systemu informacji turystycznej w gminach województwa zachodniopomorskiego prowadzone były przez Katedrę Zarządzania Turystyką Uniwersytetu Szczecińskiego w latach 2008–2010. Stanowią one możliwość wskazania na współdziałanie podmiotów publicznych (samorządów gminnych) i prywatnych (przedsiębiorców turystycznych) w zakresie tworzenia i rozwoju systemu informacji turystycznej. Dla oceny poziomu współpracy publiczno-prywatnej w zakresie informacji turystycznej przeprowadzono badania wszystkich gmin województwa i na podstawie treści zawartych na ich oficjalnych stronach internetowych określono zakres współpracy samorządu terytorialnego z podmiotami bezpośredniej gospodarki turystycznej. Następnie przeprowadzone zostały badania pierwotne w wybranych reprezentacyjnie gminach, w których określono zakres i intensywność współpracy jednostek samorządu gminnego i podmiotów bezpośredniej gospodarki turystycznej w obszarze informacji turystycznej.

Przeprowadzona analiza pozwala zobrazować poziom rozwoju systemu informacji turystycznej w obszarach turystycznych o rozwiniętej podaży turystycznej (gminach o wysokim poziomie walorów turystycznych i zagospodaro-

wania turystycznego) oraz stosunkowo dobrze rozwiniętej współpracy w zakresie informacji turystycznej (tradycyjnej i elektronicznej)¹.

Celem opracowania jest przedstawienie, na podstawie przeanalizowanych rozwiązań praktycznych, determinant funkcjonowania systemu informacji turystycznej, a także modelowych rozwiązań i kierunków doskonalenia regionalnego systemu informacji turystycznej.

1. Uwarunkowania rozwoju regionalnego systemu informacji turystycznej

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych opracować można modelową koncepcję rozwoju systemu informacji turystycznej na poziomie regionalnym. Istotną przesłanką jest uwzględnienie aspektów związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego. Zidentyfikowano główne uwarunkowania funkcjonowania systemu informacji turystycznej. Podmioty samorządu terytorialnego oraz inne organizacje nadzorujące pracę placówek informacji turystycznej mogą planować wykorzystanie czynników produkcji oraz maksymalizować efektywność ich działania. Ze względu na kompleksowość zagadnień związanych z funkcjonowaniem systemu informacji turystycznej główne determinanty odnoszą się do poszczególnych aspektów funkcjonowania systemu, tj.

- optymalizacji oferty usługowej;
- zarządzania zasobami ludzkimi;
- finansowania działalności;
- wykorzystania nowoczesnych technologii informatycznych;
- współpracy publiczno-prywatnej;
- oceny efektywności funkcjonowania badanych jednostek.

W zakresie **optymalizacji oferty usługowej** należy wyodrębnić dwa podstawowe podejścia do określenia zakresu świadczeń w placówkach informacji turystycznej:

- wąskie – podstawowe usługi związane z informacją turystyczną;
- szerokie – wprowadzanie do oferty świadczeń komplementarnych.

¹ A. Panasiuk, *Kształtowanie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej w zakresie systemu informacji turystycznej*, w: *Zarządzanie organizacjami usługowymi*, red. K. Rogoziński, A. Panasiuk, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2012; *Informacja turystyczna*, red. A. Panasiuk, C.H. Beck, Warszawa 2010.

Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, iż podstawowy (tzn. typowy) zakres świadczeń usługowych oferowany jest w zdecydowanej większości placówek informacji turystycznej. Szerszy zakres usług w jednym miejscu wiąże się jednak z mniejszymi możliwościami specjalizacji placówek oraz koniecznością odpowiedniego przygotowania pracowników.

Podstawowy wachlarz oferowanych usług powinien obejmować udzielanie informacji na temat atrakcji turystycznych w regionie, zwłaszcza w przypadku atrakcji przyrodniczych oraz materialnych antropogenicznych opartych na aspektach historycznych (zabytki, muzea itp.), oferty usługowej na obszarze objętym funkcjonowaniem placówki, sprzedaży artykułów związanych z uprawianiem turystyki na danym obszarze (mapy, przewodniki, pamiętki).

Rozszerzeniem oferty jest pełnienie przez placówkę informacji turystycznej funkcji pośrednika w sprzedaży ofert turystycznych podmiotów publicznych (np. wstęp do muzeum komunikacji miejskiej) i prywatnych (np. usługi noclegowe).

W przypadku gdy udzielanie informacji ma związek z funkcjonowaniem przedsiębiorstw prywatnych, system informacji turystycznej nie powinien powodować znacznych zakłóceń działania rynków konkurencyjnych. Działalność placówek powinna charakteryzować się neutralnością w zakresie przekazywanej informacji, tak aby placówki mogły wskazywać usługi najlepiej dopasowane do potrzeb turystów reprezentujących określony segment rynku. Problem neutralności przekazu jest poważniejszy w przypadku, gdy placówka informacji turystycznej nie tylko przekazuje informacje na temat oferty usługowej przedsiębiorstw, ale również odpłatnie pośredniczy w ich sprzedaży.

Istotnym narzędziem wspomagającym kształtowanie i dostęp do atrakcji turystycznych, publicznej infrastruktury turystycznej oraz oferty przedsiębiorców prywatnych powinno być umożliwianie turystom dostępu do Internetu w samej placówce informacji turystycznej za pośrednictwem specjalnie przygotowanego stanowiska komputerowego lub zapewnienia łączności internetowej, np. w technologii Wi-Fi.

Zagadnienia **zarządzania zasobami ludzkimi** powinny obejmować kwestie proporcji tego czynnika w kategoriach ilościowych i jakościowych. Odpowiednia wielkość zatrudnienia powinna uwzględniać wielkość i sezonowość ruchu turystycznego, jak i koszt zatrudnienia. Należy rozważyć także alternatywne sposoby organizacji obsługi w systemie informacji turystycznej, niekiedy wykorzystując osobowy czynnik produkcji, np. za pośrednictwem kio-

sków multimedialnych czy chociażby wyposażenia placówek informacji turystycznej w komputery.

Istotnym problemem jest również określenie pożądanych cech i umiejętności pracownika informacji turystycznej. Zatrudnieni w placówce informacji turystycznej powinni posiadać tzw. odpowiednie predyspozycje, jak empatia, umiejętność pracy z ludźmi czy opanowanie itp., ale także winni posiadać rzetelną wiedzę na temat regionu turystycznego, obsługi komputera w zakresie programów, z których korzysta się w placówce, oraz znajomości języków obcych. Określenie zapotrzebowania na te umiejętności powinno być dokonane na podstawie badań ruchu turystycznego oraz analizy posiadanych przez placówkę programów komputerowych.

Ponieważ placówki informacji turystycznej w przeważającej części finansowane są ze środków publicznych, zatrudnienie w tego rodzaju jednostkach ma cechy typowe dla sektora publicznego (co z jednej strony niesie dla pracowników stabilność i bezpieczeństwo zatrudnienia oraz stałe wynagrodzenie, z drugiej ryzyko w zatrudnianiu pewnych osób, często nieposiadających określonych kwalifikacji).

Kolejnym uwarunkowaniem funkcjonowania systemu informacji turystycznej jest **finansowanie działalności**. W warunkach wolnorynkowej konkurencji usługi informacji turystycznej nie są świadczone w społecznie efektywnej wielkości. Wynika to przede wszystkim z niechęci płacenia za tego typu usługi przez turystów oraz trudności wykluczenia beneficjentów z pozytywnych efektów zewnętrznych związanych ze świadczeniem usług informacji turystycznej.

Problem finansowania systemu informacji turystycznej nie doczekał się rozwiązań powszechnie uważanych za efektywne. W tym zakresie istnieją tzw. dobre praktyki, ale zarówno w skali krajowej, jak i międzynarodowej brakuje wypracowanych koncepcji, gotowych do bezpośrednich zastosowań praktycznych. Zagadnienie to łączy w sobie dwa sprzeczne interesy:

- samorządy terytorialne nie chcą w pełni finansować systemu informacji turystycznej, gdyż efekty związane z systemem są bezpośrednio konsumowane przez przedsiębiorców turystycznych;
- przedsiębiorcy chcą minimalizować swój udział w finansowaniu systemu informacji turystycznej, twierdząc że jest to podstawowe zadanie samorządu, a poprzez wpływy podatkowe z gospodarki turystycznej samorząd ma możliwość samodzielnego finansowania zadań z zakresu informacji turystycznej.

W związku z powyższym, w ogólnie stosowanej praktyce rynkowej na poszczególnych szczeblach zarządzania systemem informacji turystycznej ukształtowały się następujące sposoby finansowania systemu:

1. Publiczny:

- centralny – na szczeblu krajowym ze środków pozostających w gestii jednostek centralnych (Narodowa Organizacja Turystyczna);
- regionalny – finansowany przez samorząd regionalny, ze środków własnych lub dotacji budżetowej;
- municypalny/gminny – na niższych szczeblach ze środków jednostek samorządu terytorialnego, stosowany zwłaszcza w dużych aglomeracjach miejskich i obszarach o silnie ukształtowanej funkcji turystycznej (w których samorząd posiada wystarczające środki).

2. Publiczno-prywatny (mieszany) – na poziomie regionalnym i lokalnym, finansowany głównie ze środków publicznych z częściowym dofinansowaniem przez główne podmioty gospodarki turystycznej, oczekujące uprzywilejowanej pozycji w systemie.

3. Prywatny (czysto komercyjny) – często alternatywny i niezależny od istniejących systemów publicznego lub publiczno-prywatnego, prowadzony głównie na poziomie lokalnym przez niezależny podmiot gospodarczy, którego działalność finansowana jest ze składek podmiotów gospodarki turystycznej, zainteresowanych prezentacją swojej oferty w systemie; taka forma występuje w obszarach o silnie ukształtowanej funkcji turystycznej, o dużej liczbie podmiotów i wysokim ruchu turystycznym.

Ze względu na to, że system informacji turystycznej przenika się z wykorzystaniem instrumentów promocji turystycznej obszaru, niektóre działania w finansowaniu publicznym mogą być dofinansowane okazjonalnie przez podmioty prywatne. System współpracy podmiotów publicznych i prywatnych oraz sposób finansowania informacji turystycznej jest podstawową kwestią w kształtowaniu oferty turystycznej obszaru.

Z przeprowadzonych badań wynika, że dominującym sposobem finansowania placówek informacji turystycznej są źródła publiczne, przy czym w tym zakresie wykształciły się jeszcze bardziej szczególne rozwiązania:

- placówka informacji turystycznej jest częścią jednego z wydziałów urzędu gminy; pracownicy placówki informacji turystycznej są zatem

pracownikami urzędu gminy, a budżet placówki jest częścią budżetu danego wydziału;

- urząd gminy finansuje w całości organizację turystyczną (np. działającą na zasadach lokalnej gospodarki turystycznej), która odpowiada za prowadzenie informacji turystycznej. Pracownicy placówki informacji turystycznej są pracownikami organizacji działającej jako odrębna instytucja, a budżet organizacji jest *de facto* ustalany przez urząd gminy;
- organizacja turystyczna odpowiadająca za funkcjonowanie systemu informacji turystycznej w gminie finansowana jest w większości przez urząd gminy, niemniej jednak otrzymuje również wsparcie od przedsiębiorstw turystycznych. Ponadto organizacja ta prowadzi placówkę informacji turystycznej w ramach odnawialnej umowy z urzędem gminy, przez co uzyskuje znaczną autonomię w stosunku do pozostałych rozwiązań.

Trudno odpowiedzieć na pytanie, który z przedstawionych powyżej systemów jest najbardziej efektywny. Powyższa sytuacja jest klasycznym przykładem dwóch skrajnych rozwiązań – od organizacji rynkowej do organizacji wewnętrznej. Powierzenie obowiązków eksploatacji systemu informacji turystycznej lokalnej/regionalnej organizacji turystycznej, które powinny współpracować z przedsiębiorstwami turystycznymi, decyduje o ścisłym powiązaniu systemu z danym obszarem turystycznym.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii informatycznych (IT) stało się współcześnie podstawą procesu świadczenia informacji turystycznej. Zdecydowana większość przedsiębiorstw, nawet z grupy mikro, posiada własne strony internetowe i wykorzystuje Internet głównie w obszarze działań marketingowych. Nowoczesne technologie informatyczne mają zatem potencjał, który pozwala im stać się platformą współpracy pomiędzy branżą turystyczną a jednostkami samorządu terytorialnego w zakresie świadczenia usług informacji turystycznej. Zastosowanie nowoczesnych technologii w badanym zakresie można podzielić na dwie zasadnicze grupy:

- informacja turystyczna świadczona w Internecie;
- informacja turystyczna świadczona w rejonie/regionie turystycznym przy wykorzystaniu IT.

Jednostki samorządu terytorialnego posiadają strony internetowe poświęcone turystyce. Równolegle tworzone są także konkurencyjne strony na temat turystyki przez organizacje *non profit*, przedsiębiorstwa turystyczne oraz inne

podmioty komercyjne. Z badań wynika, że strony internetowe często nie dostarczają kompleksowych informacji potencjalnym turystom na temat oferty turystycznej. Konstrukcja oraz aktualizacja stron internetowych powinna zostać zlecona podwykonawcom zewnętrznym, być może nawet jednej z organizacji, która już posiada tego rodzaju strony. W ten sposób jednostki samorządu terytorialnego mogłyby ograniczyć swoją aktywność do świadczenia usług informacji turystycznej turystom, w sytuacji gdy żadna inna instytucja nie chce się podjąć tego zadania.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii informatycznych w świadczeniu informacji turystycznej w placówkach informacji turystycznej polega m.in. na dostępie do baz danych, umożliwianiu turystom skorzystania z komputera z łączem internetowym, infokiosków, z których turysta może się dowiedzieć o atrakcjach turystycznych obszaru w czasie, kiedy wszyscy pracownicy są zajęci obsługą innych klientów, itp. W placówkach informacji turystycznej można również skorzystać z usług dostępnych na stronach internetowych, takich jak np. drukowanie spersonalizowanego przewodnika, mapy z oznaczonymi wybranymi przez turystę obiektami itd.

Istotnym zagrożeniem dla poziomu funkcjonowania systemu informacji turystycznej w regionie są problemy we współpracy jednostek administracyjnych i podmiotów branży turystycznej, a także brak standaryzacji baz danych oraz problemy z uzupełnianiem i aktualizacją informacji w bazie danych przedsiębiorstw i atrakcji turystycznych. Dlatego też należy podejmować działania mające na celu budowę bazy na szczeblu krajowym oraz regionalnym.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii w placówkach informacji turystycznej może w zdecydowany sposób podnieść efektywność pracy oraz przyczynić się do podniesienia jakości obsługi. Przed implementacją technologii IT należy jednak rozważyć jej koszty alternatywne oraz zbadać, w jakim zakresie nowe rozwiązania przełożą się na realne korzyści dla branży turystycznej oraz turystów. Z punktu widzenia podejmowanych rozważań istotnym zagadnieniem są działania prowadzone na szczeblu samorządu regionalnego². Celem tych działań powinno być zapewnienie powszechnego, szybkiego i bezpiecznego dostępu do szerokopasmowego Internetu, a w następnej kolejności do wiedzy, usług elektronicznych oraz informacji oferowanych przez Internet, w szczegól-

² J. Braniewski, *Zachodniopomorski model zarządzania rozwojem społeczeństwa informacyjnego*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin 2009.

ności na obszarach wiejskich i w małych miastach dla mieszkańców, przedsiębiorców oraz jednostek publicznych na obszarze regionu. Dotyczy to także zakresu funkcjonowania systemu informacji turystycznej.

Intensyfikacja współpracy oraz wynikające z niej korzyści stanowią podstawę tworzenia form współpracy na podstawie **partnerstwa publiczno-prywatnego**. Z badań wynika, że większość przedsiębiorstw niechętnie współpracuje z jednostkami publicznymi, a jeżeli współpraca ta ma miejsce, dokonuje się na poziomie jednostek samorządu gminnego i dotyczy głównie wymiany informacji raczej z małymi przedsiębiorstwami. Wydaje się, że przyczyną relatywnie niskiego poziomu współpracy jest przekonanie zarówno branży turystycznej, jak i jednostek samorządu terytorialnego o niechęci drugiej strony do współpracy. Istotnym elementem jest również brak instytucjonalnych form współpracy pomiędzy zainteresowanymi stronami. Wydaje się, że inicjatywę w tego typu kontaktach powinna przejąć placówka informacji turystycznej, która ze względu na unikatową funkcję pełnioną na lokalnym rynku turystycznym może wypracować pewne kanały komunikacji. Proces komunikacji pomiędzy placówką informacji turystycznej a branżą powinien charakteryzować się: transparentnością, neutralnością, dwukierunkowym przebiegiem, dobrowolnością i systematycznością. Poza wymianą informacji na temat oferty turystycznej badanych przedsiębiorstw placówka informacji turystycznej nie powinna angażować się w inne przedsięwzięcia, chyba że jednostka ta odpowiada również za marketing turystyczny miejsca. Z punktu widzenia wiarygodności zarówno wobec turystów, jak i branży informacja turystyczna powinna przekazywać neutralny przekaz dla potencjalnego turysty, tj. niefaworyzujący poszczególnych podmiotów gospodarczych. Placówki informacji turystycznej nie powinny zatem zajmować się dystrybucją czysto komercyjnych ulotek reklamowych. Należy podkreślić, iż wymiana informacji pomiędzy placówką informacji turystycznej a branżą powinna mieć charakter dwukierunkowy, tak aby uniknąć sytuacji, w której część przedsiębiorców nie wie o istnieniu tego rodzaju placówki. W celu zapewnienia systematyczności przekazu informacji placówka informacji turystycznej winna rozważyć regularne kontakty (np. telefoniczne lub nawet odwiedziny pracowników w badanych przedsiębiorstwach), a także wprowadzenie cyklicznych spotkań w okresie pozasezonalnym.

Ocena **efektywności funkcjonowania jednostek informacji turystycznej** jest zadaniem niezwykle skomplikowanym, a jednocześnie w praktyce nieprzeprowadzanym – zarówno w stosunku do pojedynczych placówek informacji

turystycznej, jak i całego systemu informacji turystycznej. Wynika to przede wszystkim z trudności pomiaru związku przyczynowego pomiędzy dostępnością informacji turystycznej a zwiększeniem się wydatków turystów lub wielkości ruchu turystycznego. Z badań przeprowadzonych przez P. Tierney'a w USA wynika, że zatrzymanie się turysty w punkcie informacji turystycznej powodowało przedłużenie jego pobytu o średnio 2,2 dnia oraz tym samym kształtowało dodatkowo wysokie wydatki na oferty turystyczne³. Należy podkreślić, że wynikiem działania systemu informacji turystycznej mogą być również elementy zupełnie niemierzalne, takie jak zmiana zachowań turystów (np. przez promocję turystyki zrównoważonej), redukcja czasowej i przestrzennej sezonowości, powtarzalność przyjazdu itp. Efekty funkcjonowania systemu można również mierzyć od strony podaży usług przez ocenę godzin otwarcia placówki, kompetencji personelu, przez badania typu „tajemniczy klient” itp.

Po stronie kosztowej najważniejszą pozycją są przeważnie wynagrodzenia personelu oraz utrzymanie placówek wraz ze wyposażeniem.

Mimo że mierzenie efektywności funkcjonowania systemu informacji turystycznej jest trudne, wydaje się, że warto przynajmniej podejmować pewne kroki w tym kierunku. Przez badanie efektywności, oparte na rzetelnych i transparentnych zasadach, jednostka odpowiadająca za utrzymanie systemu informacji turystycznej otrzymuje jasny sygnał, w którym kierunku powinna modyfikować swoje usługi, tak aby osiągnąć możliwie najwyższy stopień satysfakcji wszystkich uczestników rynku turystycznego. Próba adaptacji rozwiązań pozostaje zatem wyłącznie ujęciem modelowym.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania empiryczne systemu informacji turystycznej oraz uwarunkowań jego rozwoju stanowią podstawę do sformułowania zaleceń w zakresie tworzenia i rozwoju regionalnego systemu informacji turystycznej.

Badania empiryczne, będące podstawową formułowaniem zaleceń o charakterze modelowym, opierały się przede wszystkim na szczegółowej analizie rozwiązań stosowanych na poziomie lokalnym (gminnym). W tym zakresie prowadzono badania pierwotne. Ponadto dokonano analizy podsystemów informacji

³ P. Tierney, *The Influence of State Traveler Information Centers on Tourist Length of Stay and Expenditures*, „Journal of Travel Research” 1993, Vol. 31, No. 3, s. 28–32.

turystycznej, prowadzonych na poziomie powiatowym, regionalnym, poprzez organizacje turystyczne i podmioty komercyjne.

System informacji turystycznej w Polsce jest w ciągłym procesie organizacyjnym. Zakłada się, że mają go tworzyć cztery rodzaje placówek informacyjnych:

- wojewódzkie centra informacji turystycznej powiązane z regionalnymi organizacjami turystycznymi (ROT);
- lokalne centra informacji turystycznej, np. powiatowe, gminne, miejskie, działające na obszarze funkcjonowania lokalnej organizacji turystycznej (LOT);
- punkty informacji turystycznej (stałe, sezonowe i okazjonalne) organizowane przez jednostki samorządu terytorialnego, a także punkty informacyjne organizowane i prowadzone w obiektach noclegowych, biurach podróży, stowarzyszeniach turystycznych;
- multimedialne punkty informacji turystycznej zlokalizowane w centrach i punktach informacji turystycznej lub poza ich siedzibami⁴.

Naczelnym elementem systemu powinien być Internetowy System Informacji Turystycznej i Promocji Polski (ISIT), tworzony przez Polską Organizację Turystyczną (www.polska.travel/pl). System jest dostępny w około 20 wersjach językowych i funkcjonuje w dwóch płaszczyznach: prezentacyjnej i informacyjnej. System ten opiera się na ogólnopolskiej, wieloszczeblowej sieci administratorów. Szczebel najniższy tworzą informatorzy lokalni, na poziomie gminy, związku gmin, powiatu i związków powiatów. Średni szczebel stanowią administratorzy regionalni⁵, którzy scalają informacje na swoim terenie. Polska Organizacja Turystyczna zajmuje się natomiast koordynacją informacji w skali krajowej⁶.

Jak wynika z założeń, ISIT powinien być systemem kompleksowym, obejmującym wszystkie szczeble zarządzania informacją turystyczną. Pełne wdrożenie wieloszczeblowej struktury systemu doprowadziłoby do rozstrzygnięć w zakresie funkcjonowania niższych elementów struktury systemu. Po-

⁴ P. Gryszel, *Propozycja systemu kategoryzacji i rekomendacji punktów informacji turystycznej*, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 7, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 121–129.

⁵ J. Merski, *Informacja turystyczna*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Warszawie, Warszawa 2002, s. 86–87.

⁶ W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007, s. 275.

przez adaptację rozwiązań ISIT przez szczebel gminny, powiatowy i wojewódzki możliwe byłoby zabezpieczenie kompatybilności i aktualności systemu. Regionalny internetowy system informacji turystycznej jest zatem tylko rozwiązaniem przejściowym, prowadzącym do pełnego wdrożenia ISIT w strukturze wieloszczeblowej.

Na poziomie regionalnym jednostką odpowiedzialną za informację turystyczną jest regionalna organizacja turystyczna, będąca administratorem portalu internetowego. Portal ten powinien współdziałać z internetowymi portalami gmin i organizacji turystycznych w zakresie:

- zbierania i udostępniania informacji;
- tworzenia „linków” internetowych pomiędzy portalami;
- tworzenia ogniwa pośredniego pomiędzy szczeblem gminnym a ogólnokrajowym ISIT.

Władze samorządowe województwa powinny określić modelowe rozwiązania dla systemu regionalnego w zakresie:

- struktury prezentowanej informacji;
- oferty usługowej;
- zarządzania zasobami ludzkimi;
- finansowania działalności;
- wykorzystywania nowoczesnych technologii informatycznych;
- współpracy publiczno-prywatnej;
- możliwości oceny efektywności funkcjonowania informacji turystycznej.

Dobrze zaprojektowany, poprawnie zbudowany i właściwie zarządzany system informacji turystycznej pozwoli regionowi turystycznemu poprawić wizerunek, firmom turystycznym z regionu oferować usługi na nowych rynkach, zarządom obszarów chronionych monitorować wielkość ruchu turystycznego i oceniać jego wpływ na walory przyrodnicze, a turystom dostarczać pełnych i aktualnych informacji. Istotnym czynnikiem mającym wpływ na prawidłowe funkcjonowanie regionalnego systemu informacji turystycznej jest budowanie przejrzystych związków organizacyjnych pomiędzy uczestnikami tego systemu oraz określenie zasad finansowania i korzystania ze zgromadzonych danych.

Wymienione zadania oraz podjęcie ich w praktyce przez jednostki samorządu terytorialnego – począwszy od szczebla gminnego wraz z podejmowaną

współpracą na wyższych szczeblach – stanowią podstawową przesłankę rozwoju systemu informacji w lokalnej i regionalnej gospodarce turystycznej.

DETERMINANTS OF OPERATION OF REGIONAL TOURIST INFORMATION SYSTEM

Summary

On the basis of empirical studies the level of development of tourist information system has been examined in the areas with a developed tourist supply and a well-developed public-private cooperation within tourist information issues. The continuation of the research process is to identify factors that determine regional system of tourist information and thus the model solutions and directions of its development. The main determinants are: the portfolio of services, human resources, available funds, information and communication technology, public-private cooperation. The empirical research conducted among tourist information systems and identification of its development factors constitute the basis to formulate recommendations for the creation of a regional tourist information system.

Translated by Aleksander Panasiuk