

# 60 lat Informacji Turystycznej w Polsce

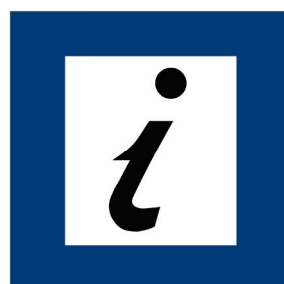


WIADOMOŚCI  
TURYSTYCZNE

W 2023 r. Informacja Turystyczna kończy 60 lat. Te sześć dekad to nie tylko miliony obsłużonych turystów czy tysiące osób, które związały z „it” swoje zawodowe życie, również dziesiątki inicjatyw i projektów realizowanych na rzecz rozwijania systemu „it” oraz promowania Polski wśród turystów. Niech ten jubileusz będzie okazją do podsumowań, wspomnień, ale i refleksji nad tym, jak na przestrzeni dziesięcioleci zmieniały się warunki funkcjonowania „it”, a przede wszystkim – jaka będzie przyszłość „it”. Nie ma przecież złudzeń, że Informacja Turystyczna działać będzie dopóty, dopóki będzie w nas wola podróżowania.



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



# Informacja Turystyczna przez pryzmat perspektyw i wyzwań



**Joanna Liberadzka-Duras**, Zamojskie Centrum Informacji Turystycznej i Historycznej, Zamość, przewodnicząca Forum Informacji Turystycznej



**Jacek Janowski**, wicedyrektor Departamentu Wsparcia Rozwoju Turystyki w Polskiej Organizacji Turystycznej



**Marcin Pałach**, Tarnowskie Centrum Informacji, wiceprzewodniczący Forum Informacji Turystycznej

**ROZWÓJ** | Sztuczna inteligencja, nowe trendy w podróżowaniu, pokolenie Z – te i inne zjawiska zmieniają oblicze współczesnej turystyki. W jaki sposób wpływają na „it” i będą ją zmieniać w przyszłości?

**MAŁGORZATA ORLIKOWSKA**

**Jakie są oczekiwania współczesnych turystów wobec „it”?**

**JOANNA LIBERADZKA-DURAS:** Turystyka zmienia się, a z nią – oferta usług świadczonych przez punkty „it” w Polsce.

Na przestrzeni lat zmianie uległ sposób spędzania czasu wolnego i styl życia na zdrowy i proekologiczny. Przewagę stanowią obecnie turyści poszukujący aktywności. Nie bez znaczenia jest jakość środowiska regionu w jakim wypoczywają, bezpieczeństwo, wrażenia, emocje i edukacja. Zmianom uległ również profil turysty. Pojawiły

się nowe grupy społeczne, m.in. osoby niepełnosprawne, seniorzy, osoby podróżujące w pojedynkę, dla których zmienia się infrastruktura odpowiadająca na ich potrzeby.

Nie bez znaczenia jest wpływ mediów kreujących modę, wprowadzenie nowoczesnych technologii informacyjnych, media społecznościowe, fora internetowe oraz blogi. Zwiększa się liczba turystów, którzy sami organizują sobie wypoczynek, wykorzystując internet do planowania wyjazdu.

Przed nami duże wyzwanie związane z cyfryzacją, doskonalenie jakości usług, usprawnienie obsługi oraz poszukiwanie nowych rynków i tworzenie dla nich ofert.

Cieszy nas jednak fakt, iż punkty Informacji Turystycznej, poprzez szeroki wachlarz świadczonych usług dodatkowych, wciąż są doceniane przez współczesnych turystów, a ich rola w funkcjonowaniu produktów i atrakcji rośnie.

**Jakie są największe wyzwania w kontekście rozwijania „it” w Polsce?**

**JACEK JANOWSKI:** Rozwój Informacji Turystycznej w Polsce wiąże się z wieloma wyzwaniami, z których część jest trudna do przewidzenia w strategiach czy planach. Do ta-

kich zaliczają się światowe kryzysy zdrowotne czy zjawiska związane ze zmianami klimatycznymi. Bardzo istotnym elementem przy podejmowaniu decyzji o wyjeździe staje się bezpieczeństwo, które także ma wpływ na komunikację o tych miejscach, czy to w działaniach promocyjnych, czy za pośrednictwem punktów i centrów „it”.

Ogromnym wyzwaniem jest w końcu nowa generacja turystów wchodzących na rynek turystyczny. Dla pokolenia „Z” dotychczasowe trendy to historia – na wartości zyskują zrównoważone, odpowiedzialne podróże. Wyzwaniem jest nie tylko tworzenie ofert turystycznych, które będą atrakcyjne dla tego pokolenia, ale przede wszystkim efektywne dotarcie do nich z informacją i promocją. Stąd też kluczowy jest odpowiedni i systematyczny rozwój kadr „it” w zakresie zmieniającej się specyfiki destynacji turystycznych, jak również znajomości nowych technologii, także bycie na bieżąco z nowymi kanałami społecznościowymi.

Rozwijanie Informacji Turystycznej wymaga elastyczności, adaptacji do najnowszych trendów i skoncentrowania się na zrównoważonym rozwoju, aby przyciągnąć turystów i zapewnić im pozytywne doświadczenia.

**Jakie są możliwości i obszary rozwoju „it” w Polsce?**

**MARCIN PAŁACH:** Obszarów do rozwoju Informacji Turystycznej widzę kilka. Najważniejszy jest w mojej opinii związany ze stworzeniem pełnego, ogólnopolskiego systemu „it” bazującego na lokalnych i regionalnych systemach „it”, które byłyby spięte systemem centralnym. Zabiegamy o to od lat. Dziś takiego systemu z prawdziwego zdarzenia nie ma, ale istnieją modelowe przykłady systemów „it” na poziomie regionalnym: w Małopolsce i na Śląsku.

Kolejny obszar rozwoju ma związek z rewolucją technologiczną dokonującą się na naszych oczach. Nowoczesne technologie są dla informatorów ułatwieniem, ale nie zdołają ich zastąpić. Choć żyjemy w świecie aplikacji, systemów rezerwacyjnych czy portali opiniotwórczych, stacjonarna Informacja Turystyczna jest turystyce potrzebna np. do tego, żeby z zalewu informacji jakie można znaleźć w sieci, pomóc mu wybrać to, czego szuka. Informatorów widzę więc w roli brokerów informacji turystycznej, którzy w gąszczu informacji wyłuskują dla turysty to, co aktualne, sprawdzone i potwierdzone, a tym samym pomagają mu zaplanować czas w miejscu, które odwiedza. To właściwie już się dzieje, ale w przyszłości będzie postępowało. Poza tym turysta szuka kontaktu z „lokalem”, a nie z maszyną (infokioski, tablety, ekrany dotykowe, itd.).

## SKŁAD ZARZĄDU FORUM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ NA LATA 2022-2024

**Joanna Liberadzka-Duras** – przewodnicząca,  
**Marcin Pałach** – wiceprzewodniczący,  
**Liliana Topolnica-Waszczuk** – sekretarz.

**Członkowie zarządu:**  
**Robert Nieroda, Piotr Kończewski, Marcin Dąbrowski, Sylwia Mytnik.**

**Forum Informacji Turystycznej współpracuje z Departamentem Wsparcia Rozwoju w Polskiej Organizacji Turystycznej reprezentowanym przez wicedyrektorów: Jacka Janowskiego i Annę Zabłocką-Szyber.**

Więcej informacji o Forum Informacji Turystycznej oraz funkcjonowaniu Polskiego Systemu Informacji Turystycznej znajduje się na stronie: [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl)



# Współczesna „it” jest kompleksowa i dba o każdy szczegół

**ROZMOWA** | Z Rafałem Szmytką, prezesem Polskiej Organizacji Turystycznej, na temat historii „it”, jej znaczenia dla promocji Polski, także o tym, czy nowoczesne technologie są dla niej konkurentem, czy sprzymierzeńcem.



Rafał Szmytko, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej

” W tym roku „it” obchodzi 60-lecie istnienia w Polsce. Gdyby miał Pan wskazać momenty

przełomowe w jej rozwoju, które by Pan wskazał i dlaczego?

Bez wątplenia 60-lecie Polskiego Systemu Informacji Turystycznej to wspaniały jubileusz, a w jego zacnej historii przeżywalimy wiele ważnych momentów, aczkolwiek powołanie Polskiej Organizacji Turystycznej i wpisanie w zakres działania POT informacji turystycznej rozpoczęło nowy rozdział. Uważam, iż wszystkie podmioty mające za zadanie promowanie Polski oraz jej walorów powinny ściśle ze sobą współpracować, dlatego to rozwiązanie pozwoli-

*Centra Informacji Turystycznej stanowią pierwszy kontakt turysty oraz źródło wiedzy o Polsce i jej produktach turystycznych.*

ło odbudować rodzimy system, przeprowadzić standaryzację, a w konsekwencji podnosić jakość obsługi turystów. Niebagatelna w tym rola powstałego w 2003 r. Forum Informacji Turystycznej, którego przedstawiciele, często prężnie działający w swoich regionach, stanowią ciało doradcze, a poprzez proponowanie kierunków działań, wspieranie rozwoju kadr czy analiz i badań ze swojego obszaru wpływają na finalny obraz PSIT.

W 2010 roku wprowadzono Certyfikację Informacji Turystycznej w Polsce, co było kolejnym krokiem do wyniesienia miejsc obsługi turystów na wysoki europejski poziom.

**Jest Pan od lat związany zawodowo z turystyką, w związku z czym miał Pan możliwość z bliska obserwować funkcjonowanie „it”. Czy „it” dziś znacząco różni się od tego sprzed 20–30 lat, np. w zakresie dostarczania turystom informacji o atrakcyjności Polski czy wspierania ich w podróżach po kraju? Czy na przestrzeni tych kilku dekad zmieniła się rola „it”?**

Podobnie jak cała branża, Informacja Turystyczna przeszła w ciągu ostatnich dekad bardzo wiele zmian, aby nadążając za trendami stanowić wsparcie dla turystów. Dawniej absolutną podstawą były materiały drukowane, od których dziś powoli odchodzimy. Aktualnie punkty i centra Informacji Turystycznej wykraczają poza tradycyjne zadania stając się nowoczesnymi miejscami dla podróżujących, gdzie można nabyć również usługi przewodnickie, wypożyczyć kajaki, rowery czy kupić pamiątki. Poprzez liczne szkolenia realizowane przez POT we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi rośnie świadomość zróżnicowania grup turystów, dzięki czemu obiekty dostosowują swoją infrastrukturę do potrzeb osób z niepełnosprawnościami czy rodzin z dzieć-

mi. O dzisiejszej „it” można śmiało powiedzieć, że jest kompleksowa i dba nawet o najmniejsze szczegóły, by zapewnić najwyższą jakość usług, co potwierdzają regularnie przeprowadzane badania Mystery Customer stanowiące cenny materiał do dalszych analiz i rozwoju.

**Jakie znaczenie ma „it” w promocji turystycznej Polski?**

Punkty i centra informacji turystycznej często stanowią pierwszy kontakt turysty oraz źródło wiedzy o Polsce i jej produktach turystycznych. Tworzą je ludzie z pasją, w pełni oddani swojej misji, którzy potrafią zainspirować do podróży po kraju. Wykwalifikowani pracownicy przekazują informacje na temat destinacji i walorów regionu w sposób przystępny, dysponując ciekawostkami często trudnymi do znalezienia w przewodnikach tradycyjnych czy internetowych. To niejako turystyczny drogowskaz, szczególnie dla często nieświadomego bogactwa własnego najbliższego otoczenia turysty krajowego, ale i dla gości zagranicznych. Rozbudowana sieć „it” to aktualnie ponad 300 certyfikowanych miejsc, które służą swoją radą, wsparciem i pomocą. Ciekawą opcją są biura mobilne, które przedstawiają ofertę podczas eventów, festynów czy festiwali. Wyczerpująca znajomość regionu i okolicy pozwala kadrom promować oraz prowadzić ruch turystyczny również do mniej popularnych zakątków, a tym samym oddziaływać na ich rozwój.

**Pojawiają się głosy sugerujące, że nowoczesne technologie wyprą Informację Turystyczną. Czy taki scenariusz jest Pańskim zdaniem możliwy? W jaki sposób „it” może się odnaleźć we współczesnym cyfrowym świecie?**

Przede wszystkim chciałbym zaznaczyć, że nie powinniśmy bać się nowych technologii oraz alternatywnych sposobów docierania do turystów. Znajdujemy się w takim momencie, kiedy powinniśmy wdrożyć już przynajmniej część rozwiązań dopasowanych do aktualnych potrzeb i oczekiwań podróżujących. W sztucznej inteligencji, aplikacjach mobilnych czy rozszerzonej rzeczywistości należy upatrywać raczej szans niż zagrożenia. Wykorzystując AI można na przykład w większym wymiarze realizować obsługę odwiedzających punkty i centra Informacji Turystycznej. Implementowane do tej pory w wielu miejscach chatboty są użyteczne, ale działają na zasadzie z góry określonych komend lub pytań, natomiast sztuczna inteligencja rozszerzy ten zakres. Technologia daje nam niemal nieograniczone możliwości. Już teraz certyfikacja Informacji Turystycznej odbywa się w formie aplikacji internetowej, a najlepsze punkty i centra Informacji Turystycznej opierają dużą część swoich działań na internecie i mediach społecznościowych.



# Praca inna niż wszystkie, czyli o najciekawszych aspektach pracy w Informacji Turystycznej

**Ludzie** | Każdy kto miał okazję zawodowo zetknąć się z „it” przyznaje, że to niezwykła przygoda. Dlaczego? Spostrzeżeniami dzielą się osoby, które były związane z „it” w przeszłości i wniosły spory wkład w jej rozwój, a także obecni pracownicy „it”.

**MAŁGORZATA ORLIKOWSKA**



**Agnieszka Sikorska, Śląski System „it”, związana z „it” od 2005 r.**

Pierwszym celem jaki podstawiliśmy sobie jako Śląska Organizacja Turystyczna było zbudowanie systemu „it” w regionie, jako nieodzownego narzędzia wspierającego promocję turystyczną i rozwój turystyki. Zaprosiliśmy wtedy do współpracy naszych partnerów subregionalnych i wszystkie punkty „it” działające w 2006 r. w województwie. Efektem było stworzenie sieci Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej obejmującej w 2011 r. 72 punkty „it”. Było to pionierskie rozwiąza-

nie w skali kraju. Przy okazji udało się stworzyć regionalny portal informacji turystycznej, a na jego podstawie – portale tematyczne poświęcone szlakom kulturowym. Wypracowany w ramach Śląskiego Systemu „it” system certyfikacji punktów „it” od lat stosuje Polska Organizacja Turystyczna, prowadząc certyfikację punktów „it” w Polsce. Dla ŚOT współpraca z punktami „it” stanowi podstawę sprawnie funkcjonującego zarówno portalu informacji turystycznej, jak i aktualizacji informacji do wydawnictw i publikacji turystycznych wydawanych przez ŚOT.



**Bożena Srebro, związana z „it” w Warszawie i Małopolsce od 1972 r.**

Moja przygoda z „it” rozpoczęła się w Stołecznym Ośrodku Informacji Turystycznej. Wyposażenie stanowiły: fax, 3 numery telefonów i ręczny powielacz. Materiały informacyjne zbieraliśmy sami. Turyści pytali wówczas głównie o rozkłady i ceny środków komunikacji, repertuary teatrów, kin, muzeów, mapy. Odwiedzało nas bardzo wielu cudzoziemców, ich interesowały atrakcje i możliwość zdobycia noclegu w Warszawie.

Bazy danych i katalogowanie informacji tworzyliśmy sami, ciągle je poszerzając, odpowiadając tym na zapotrzebowanie gości.

Informacja to ludzie, będący najważniejszym ogniwem w syste-

mie. Informatorzy budują wizerunek miejsca. To często osoby pierwszego kontaktu, od których zależy jak turyści postrzegają miasto, region. Od ich umiejętności przekazywania informacji, porad i niesienia pomocy zależeć będzie, czy zostaną dłużej.

To trudna i odpowiedzialna praca, dająca w zamian wiele satysfakcji i zadowolenia.



**Patrycja Kucharek, Joanna Gutowska, „it” Złoty Stok, z „it” związane od 2018 r.**

Nasza „it” jest specyficzna. Zajmujemy się nie tylko informacją, pozytywnym ulotek, informatorów czy map, również świadczymy usługi przewodnickie, organizujemy warsztaty, pomagamy w organizacji miejskich imprez, zajmujemy się promocją miasta, jeździmy na wydarzenia turystyczne w okolicy.

W punkcie panuje przyjazna, rodzinna atmosfera. Do każdego turysty podchodzimy indywidualnie, dzięki czemu mamy szansę poznać fascynujących ludzi z przeróżnymi historiami. Niejednokrotnie udało nam się zawrzeć głębsze znajomości.

Praca w punkcie informacji turystycznej jest wszechstronna. Codziennie trzeba wykazywać się bogatą wiedzą w zasadzie o wszystkim. Pytania turystów potrafią być zaskakujące i nieoczywiste, jak np. „Gdzie kupię otwieracz do konserw?” – zadane po czesku lub „Czy w Zabrze pada teraz deszcz?”.

Zabawne bywają przejęzyczenia odwiedzających, którzy chcą pojeździć malakserem, lub malaksem albo wejść na wieżę w Złotym Potoku, a nawet Ząbkowicach Śląskich.



**Jadwiga Pawlak, związana z „it” w Bydgoszczy w latach 1975-2001**

Najciekawszy jest chyba fakt, że to nie jest klasyczna praca, ale przygoda, w której każdy dzień jest inny. Najbardziej mi się podobał nieustający kontakt z ludźmi. Bardzo lubiłam opowiadać im o swoim mieście, regionie – nie tylko na co dzień w punkcie „it”, ale i przy okazji np. targów turystycznych. To nie były nudne rozmowy! Nigdy nie zapomnę pewnego Anglika, który pojawił się u nas z bolącym zębem i informacją na kartce, że potrzebuje dentysty. Ponieważ byliśmy po sąsiedzku ze stomatologiem, bez problemów spełniliśmy jego prośbę. Innym razem odwiedził nas Chorwat z tajemniczym płynem w plastikowym baniaku, który chciał go u nas zostawić na godzinę. Na nasze pytanie, czy nie jest to niebezpieczna substancja, wyjaśnił, że to rakija, którą możemy się poczęstować. Takich barwnych, czasem zaskakujących sytuacji miałam mnóstwo. Bardzo ceniałam sobie współpracę i wymianę doświadczeń z koleżankami i kolegami z innych regionów Polski, w trakcie organizowanych narad jak i targów turystycznych.





**Tomasz Koralewski, Łódźka Informacja Turystyczna, z „it” związany od 2002 r.**

Łódźka Informacja Turystyczna jest miejscem wyjątkowym. To tutaj kierują swoje pierwsze kroki turyści odwiedzający miasto, które w obiegowej opinii ma tylko dwie atrakcje – ulicę Piotrkowską i Manufakturę. W 2022 r. nasze „it” odwiedziło 71 tys. osób, w tym osiągnęliśmy tę liczbę już we wrześniu. Dzięki naszej opowieści, materiałom i rozmowie goście wychodzą naładowani pozytywną energią. Każdy turysta jest wyjątkowy, niektórzy przyjeżdżają na kilka dni i eksplorują każdy szczegół miasta, a inni wpadają na kilka godzin i potrzebują wskazania TOP10 miejsc godnych odwiedzenia. Zdarzają się też odwiedzający, o których nie można zapomnieć, jak np. małżeństwo z USA, które odwiedzało nas codziennie przez 2 tygodnie. W ramach podziękowań wręczyli nam własnoręcznie namalowany obraz ze wszystkimi miejscami, które dzięki nam poznali. Kolaż do dziś wisi na ścianie! Właśnie takie momenty są dla nas największym wyrazem uznania.



**Barbara Tekieli, związana z „it” w Warszawie od lat 80. XX w. do 2016 r.**

Pracy w informacji turystycznej powinna towarzyszyć pasja i ciągłe doskonalenie warsztatu, w tym znajomości języków obcych i wiedzy o najważniejszych wydarzeniach kulturalnych i atrakcjach. To okazja do poznawania kultury innych krajów, bo tury-

ści odwiedzający Warszawę pochodzą ze wszystkich kontynentów. To także satysfakcja, kiedy spotykamy się z zachwytem nad polską kuchnią i kulturą, a Japończycy wracają, by nam podziękować za czerwony barszczyk z uszkami czy żurek, nie mówiąc o Chopinie i Marii Skłodowskiej-Curie. Dawniej była też okazja do bezpośrednich kontaktów z turystami i miejscami turystycznymi, które odwiedzaliśmy częściej niż przeciętny mieszkaniec stolicy. Zdarzało się, że nasza praca nie ograniczała się do oficjalnych godzin, jak w przypadku 90-letniej podróżniczki z Francji, która objechała cały świat na rowerze i koniecznie chciała dojechać na Białoruś, co jej ułatwiłmy, pomagając zdobyć wizę i zająć miejsce w pociągu do Grodna.



**Jan Paweł Piotrowski, od 1972 r. współtworzył strukturę „it” w Polsce**

Jako osobę, która współtworzyła zręby systemu Informacji Turystycznej w Polsce, zawsze mnie cieszyła świadomość, że dzięki działaniom i akcjom prowadzonym przez „it” przyczyniliśmy się do rozwoju i profesjonalizacji turystyki krajowej. Informacja Turystyczna to przecież nie tylko informowanie turystów o atrakcjach danego miejsca, również gigantyczna praca polegająca na tworzeniu baz danych o infrastrukturze turystycznej czy promocja walorów turystycznych Polski i dostarczanie informacji niezbędnych branży. Dzięki m.in. akcji „Most” polegającej na opracowaniu bazy szkół, które w okresie letnim chciały zorganizować u siebie wypoczynek młodzieży, Bankom Rezerw Wczasowych zbierającym informacje o wolnych miejscach w obiektach zakwaterowania, czy Konkursowi o Srebrną Patelnię nagradzającemu najlepsze obiekty gastronomiczne w kraju, z jednej strony zwiększała się liczba osób zainteresowanych wypoczynkiem w Polsce i uprawiających turystykę, z drugiej strony – tworzyliśmy nowe miejsca pracy w turystyce.

# Mystery Customer w podnoszeniu standardu „it”

**STANDARDY** | O informatorach turystycznych mówi się, że są pierwszym kontaktem turystów z danym miejscem czy wręcz ambasadorami tych miejsc.

## MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Na ich barkach spoczywa odpowiedzialne zadanie zainteresowania odwiedzających „it” miastem (regionem), tak by ci mogli je w trakcie swojego pobytu jak najlepiej poznać i go doświadczyć, a w przyszłości do niego powrócić. To dość trudna sztuka, bowiem turyści mają różniejsze oczekiwania względem odwiedzanych miejsc. Z punktu widzenia destynacji kluczowe jest, by informatorzy byli nie tylko dobrze przygotowani merytorycznie do swojej pracy, również umieli otoczyć turystów odpowiednią opieką, udzielając im informacji (pomocy) adekwatnej do ich potrzeb. Pol-

ska Organizacja Turystyczna, dbając o to, by poziom usług świadczonych przez informatorów pozostawał możliwie najwyższym, organizuje wśród nich badania typu Mystery Customer. Do przeprowadzanych co dwa lata badania wykorzystywani są tzw. tajemniczy klienci, którzy pojawiając się w wytypowanym punkcie/centrum „it”, lub kontaktując się z nim telefonicznie/mailowo, analizują wybrane aspekty pracy informatorów, w tym sposób w jaki ci komunikują się z turystami lub stopień w jakim zaspokajają potrzeby informacyjne klientów. Po przeprowadzeniu badania (realizowane jest każdorazowo w wielu jednostkach „it”) opracowywany jest raport zawierający wnioski i rekomendacje dla punktów „it”. Raporty podsumowujące badania Mystery Customer z ostatnich lat potwierdzają, że jakość pracy informatorów turystycznych w Polsce stale się podnosi (choć wciąż są obszary wymagające bardziej profesjonalnego podejścia). Czy tak będzie w przypadku badań, które przeprowadzono w 2023 r.? Dowiemy się podczas obchodów 60-lecia Informacji Turystycznej, kiedy światło dzienne ujrzy najnowszy raport na ten temat.



**Mystery Customer. Po przeprowadzeniu badania opracowywany jest raport zawierający wnioski i rekomendacje dla punktów „it”.**

# Funkcja i metody działania „it” na przestrzeni dekad

„it” | Czasy, kiedy sztuczna inteligencja wywiera coraz większy wpływ na kolejne obszary ludzkiej działalności, skłaniają do refleksji nad przyszłością Informacji Turystycznej.

**MAŁGORZATA ORLIKOWSKA**

Nie brakuje głosów zapowiadających jej koniec (podobnie było ponad 20 lat temu, kiedy pojawił się internet – sic). Na szczęście więcej jest opinii głoszących, że „it” na emeryturę się nie wybiera, bo zapotrzebowanie na jej usługi: doradcze, promocyjne, będzie zawsze. W dobie zmian technologicznych otwarte pozostaje pytanie, przy pomocy jakich narzędzi będzie realizować swoje cele. Wydaje się bowiem, że funkcja „it” czy metody jej działania pozostaną bez większych zmian.

Dr **Dominik Borek**, dyrektor Departamentu Turystyki w Minister-

stwie Sportu i Turystyki, przypomina, że kiedy w latach 60. XX w. tworzono podstawy prawne i instytucjonalne funkcjonowania „it” (Rozporządzenie Rady Ministrów z 1 sierpnia 1960 r.), organ ją nadzorujący – Główny Komitet Kultury Fizycznej i Turystyki (GKKFiT) – miał się zajmować sprawami związanymi z „koordynowaniem informacji, propagandy i wydawnictw turystycznych oraz organizowaniem obsługi turystyki w działalności organów państwowych” (na poziomie województw kwestiami tymi zajmowały się prezydium wojewódzkich rad narodowych). By realizować te cele, 31 maja 1963 r. zarządzeniem GKKFiT wprowadzono jednolity system „it”, w ramach którego powołano Centralny Ośrodek Informacji Turystycznej oraz wojewódzkie ośrodki informacji turystycznej podległe Komitetom Kultury Fizycznej i Turystyki przydzielił wojewódzkich rad narodowych (regulacja ukonstytuowała też regionalne ośrodki „it” i punkty „it” w instytucjach kultury, ośrodkach sportowych, itp.). W kolejnych dekadach system był usprawniany, m.in. poprzez wprowadzenie możliwości powoływania społecznych gromadzkich komitetów kultury fizycz-

nej i turystyki oraz zapewnienie mu stałego finansowania z Centralnego Funduszu Turystyki i Wypoczynku oraz funduszy wojewódzkich turystyki i wypoczynku.

Dr **Jan Paweł Piotrowski**, który od lat 70. XX w. był zaangażowany w tworzenie systemu „it”, przyznaje, że pierwsze dekady jego funkcjonowania to niezwykle intensywny czas. Główne obszary działalności „it” to tworzenie i prowadzenie sieci punktów i centrów, szkolenie informatorów, udział w krajowych i regionalnych targach turystycznych (by „poznać oczekiwania i potrzeby turystów”) czy realizowanie projektów ukierunkowanych np. na zwiększanie udziału konsumentów w turystyce i promocję wypoczynku w Polsce. Należy pamiętać, że wszystko działo się nie tylko w erze przed internetem, również w poprzednim ustroju politycznym, co wymagało niekiedy bardzo kreatywnego podejścia do realizowanych działań. – Realia życia i pracy w ustroju komunistycznym dziś wydają się abstrakcją. Na przykład żeby wydrukować folder promocyjny, trzeba było wcześniej uzyskać zgody m.in. Ministerstwa Kultury i Sztuki oraz cenzora, a potem jeszcze liczyć na łut szczęścia, zdobywając papier do druku, bo zdarzały się okresy, kiedy go brakowało na rynku, oraz drukarnię. W takich okolicznościach wydawniczych trudno było nadążyć z aktualizowaniem informatorów o bazie noclegowej w kraju, zwłaszcza że ta się nieustająco zmieniała – wspomina Jan P. Piotrowski.

Nowy rozdział w historii „it” otworzyła transformacja ustrojowa. Jak informuje dr **Dominik Borek**, w 1994 r. w miejsce fundu-

szu oraz Centralnego Ośrodka Informacji Turystycznej powołano Polską Agencję Promocji Turystyki. W 1999 r. zastąpiła ją nowo utworzona Polska Organizacja Turystyczna (POT), która do dziś trzyma pieczę nad „zapewnianiem funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu „it” w kraju i na świecie”. POT duży nacisk kładzie na rozwój systemu „it” oraz profesjonalizację pracujących w nim kadr, w czym jest wspierana przez organ doradczy: Forum Informacji Turystycznej. Działania te są niezbędne, by dostosować „it” do wyzwań XXI w. Z nastaniem ery internetu i coraz nowych rozwiązań technologicznych, z jakimi mają do czynienia współcześni turyści, zmieniają się nie tylko narzędzia działalności informacyjnej czy promocyjnej. Pewnej transformacji siłą rzeczy ulega również rola „it”.

**Adam Mikołajczyk**, prezes zarządu Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, wyjaśnia, że sztuczna inteligencja przejmie sporą część obowiązków informatorów. – Badania dowodzą, że już dziś nawet do ok. 80 proc. zapytań kierowanych przez klientów linii lotniczych czy przewoźników autobusowych jest obsługiwanych przez sztuczną inteligencję. Podobna przyszłość czekać będzie „it”. Nie oznacza to, że stacjonarne punkty i centra „it” przestaną mieć rację bytu – uważa ekspert. Jego zdaniem informatorzy będą ewoluować w stronę doradców, punkty stacjonarne będą zaś funkcjonowały wyłącznie w dużych ośrodkach oraz miejscach turystycznych i staną się „ambasadorami miejsca”. – Będą one musiały wyewoluować ze swojej klasycznej roli jedynie przekazników informacji to multifunkcyjnych centrów, gdzie można kupić już nie tylko pamiątki, ale również lokalny produkt (w tym kulinarne) ściśle związane z danym miastem czy regionem – przewiduje.

*POT duży nacisk kładzie na rozwój systemu „it” oraz profesjonalizację pracujących w nim kadr, w czym jest wspierana przez organ doradczy: Forum Informacji Turystycznej.*





# Szkolenia, konkursy i e-certyfikacja jako narzędzia rozwoju Informacji Turystycznej

**POT** | Jednym z zadań Polskiej Organizacji Turystycznej jest „zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu „it” w kraju i na świecie.



Liliana Topolnicka-Waszczuk

## MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Zadanie to POT – wspólnie z Forum Informacji Turystycznej oraz Regionalnymi i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi - realizuje na kilka sposobów, przede wszystkim dbając o podnoszenie jakości obsługi w punktach i centrach „it”. Profesjonalizacji kadry infor-

matorów służą szkolenia. Ich celem jest podnoszenie kompetencji zawodowych pracowników biur „it”, aktualizacja wiedzy i umiejętności przydatnych w działalności informacyjnej i promocyjnej. Informatorzy szkolą się w zakresie atrakcyjności turystycznej swojego miasta, regionu, z drugiej strony poznają tajniki obsługi turystów i aktualizują wiedzę

o narzędziach i metodach promocji, aby skuteczniej docierać do potencjalnych klientów. Uzupełnieniem tej działalności są badania typu Mystery Customer, których celem jest monitorowanie jakości obsługi turystów w biurach „it”.

Podnoszeniu jakości obsługi służy też wprowadzona w 2010 r. e-certyfikacja Informacji Turystycznej (od 2018 r. odbywa się w formule aplikacji internetowej TurApka). POT kontynuuje ten proces, by promować krajową sieć standaryzowanych jednostek „it” na poziomie lokalnym, regionalnym i centralnym. E-certyfikacja jest dobrowolna i bezpłatna. Jednostki, które ją przejdą mogą uzyskać od jednej do czterech gwiazdek odpowiadających zakresowi realizowanych przez nie usług. Poza gwiazdkami mogą liczyć m.in. na szerokie wsparcie promocyjne POT, zyskują też możliwość udziału w e-Konkursie Na Najlepsze Cen-

trum Informacji Turystycznej w Polsce. Udział w e-konkursach i e-certyfikacji może pomóc jednostkom „it” wyróżnić się spośród innych podmiotów, buduje też nowy standard działania i zaufanie wśród klientów.

Kolejnym obszarem działań POT w odniesieniu do „it” jest dostarczanie turystom informacji o ciekawych obiektach, miejscach na danym obszarze za pomocą tzw. Turystycznych Znaków Drogowych. Opiniowaniem projektów oznakowania atrakcji turystycznych w pobliżu dróg publicznych, autostrad zajmuje się Kapituła ds. Drogowych Znaków Turystycznych przy POT.

W Polskiej Organizacji Turystycznej sprawami związanymi z Informacją Turystyczną opiekuje się Departament Wsparcia Rozwoju Turystyki. Koordynuje je **Liliana Topolnicka-Waszczuk** będąca jednocześnie sekretarzem Zarządu Forum Informacji Turystycznej.

## Warto być najlepszym

**KONKURS** | Wygrana w e-konkursie na Najlepsze Centrum Informacji Turystycznej to motywacja do dalszej pracy – mówią przedstawicielki punktów i centrów „it” będących laureatami dotychczasowych edycji konkursu.



Jadwiga Błoch, prezes LOTUR



Dorota Lachowska, dyrektor biura LROT



Marta Chełkowska, prezes PROT

**Jadwiga Błoch, LOTUR – Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna**  
W dzisiejszym świecie informacja stała się wartością szczególną i cenną. Współczesny turysta oczekuje szybkiej, rzetelnej i w atrakcyjny sposób przekazanej informacji. Istnieje wiele powodów udziału w tym konkursie. Po pierwsze to objaw ambicji bycia lepszym. Najlepsi mają szansę na nagrody, ale każdy z uczestników poza

satysfakcją i podniesieniem jakości usług, zyskuje większą rozpoznawalność w mediach społecznościowych. I to bez dodatkowych nakładów finansowych. A przez to uznanie samorządowych władz. Większe uznanie, to szansa na większy budżet.

**Dorota Lachowska, Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna**  
To doskonała okazja do zaprezentowania działalności punktu „it”, pokazania jego najlepszych stron, nieocenionej pracy informatorów turystycznych oraz podkreślenia roli jaką ośrodek pełni w rozwo-

ju regionu. Dzięki otrzymanej w konkursie nagrodzie Lubelski Ośrodek Informacji Turystycznej i Kulturalnej prowadzony przez LROT zyskał uznanie branży turystycznej, lokalnej społeczności i odwiedzających nas turystów. To wyróżnienie stało się dla nas inspiracją do jeszcze bardziej wieloaspektowego, kreatywnego i zaangażowanego działania na rzecz województwa lubelskiego jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.

**Marta Chełkowska, Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna**

Rzetelna „it” to klucz do pokazania atrakcyjności regionu czy miejsca. Niejednokrotnie informatorzy turystyczni są najważniejszymi ambasadorami miejsca, a wysoka jakość obsługi przyczynia się do budowania pozytywnego wizerunku w oczach gości. Konkurs jest okazją do docenienia trudnej pracy wykonywanej przez pasjonatów turystyki w całym kraju. Internetowa odsłona tej rywalizacji jest również doskonałą możliwością stałego podnoszenia standardów usług i korzystania z doświadczeń innych CIT. To doświadczenia bodziec do dalszego rozwoju.

# Certyfikacja „it” ma wiele zalet!

**STANDARDY** | Współcześni turyści są coraz bardziej wymagający. By wyjść im naprzeciw, POT prowadzi proces certyfikacji punktów i centrów „it”, który ma stworzyć profesjonalny System Informacji Turystycznej.

## MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Jednostki, które przeszły certyfikację przekonują, że ta ma wiele zalet, dlatego warto podjąć starania o gwiazdki.

Dla **Małgorzaty Koniecznej** z Punktu Informacji Turystycznej w Jarocinie\* certyfikacja to rodzaj drogowskazu wyznaczającego obszary, w jakich jarociński PIT może się rozwijać. – Znając wytyczne brane pod uwagę podczas certyfikacji,

wiemy, jakie są nasze mocne strony i nad czym musimy popracować, żeby jeszcze bardziej profesjonalnie obsługiwać turystów. Mamy też porównanie, jak wypadamy na tle innych punktów „it” – uważa. Z kolei **Iwona Naumowicz-Tworzyńska** z Miejskiego Centrum Informacji Turystycznej w Bielsku-Białej\*\*\* zdradza, że kiedy zdobędzie się pierwszą gwiazdkę, rośnie apetyt na kolejne. – Nasz certyfikat wisi w widocznym miejscu. To dobra motywacja do tego, żeby starać się o cztery gwiazdki. Chcemy, żeby klienci mogli w naszym punkcie skorzystać z jeszcze większej liczby usług – mówi.

Motywacja jest tym większa, że certyfikacja oznacza dla certyfikowanych jednostek szereg wymiernych korzyści, np. promocję na portalach POT i w mediach społecznościowych.

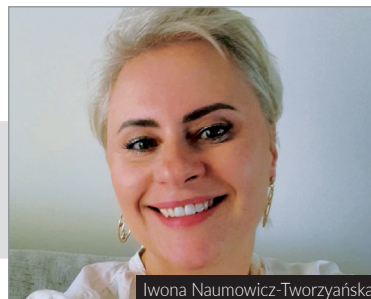
– Dodatkowym atutem jest możliwość prezentowania się podczas wydarzeń organizowanych przez POT, udział w spotkaniach z ekspertami, szkoleniach, dostęp do wydawnictw, współpraca w akcjach promocyjnych, ale i szeroka współpraca na różnych płaszczyznach z innymi centrami „it”



Aleksandra Stachniak



Małgorzata Konieczna



Iwona Naumowicz-Tworzyńska



Piotr Wasilewski

– wymienia **Aleksandra Stachniak** z Europejskiego Centrum Bajki w Paganowie\*\*.

**Piotr Wasilewski** z Centrum Informacji Turystycznej w Gołdapi\*\*\*\* przekonuje zaś, że na certyfikacji korzystają też turyści. – Kiedy wchodzą do naszego punktu wiedzą, że mogą

skorzystać z xero czy zostawić u nas swój bagaż. W punktach 2-gwiazdkowych nie ma takich możliwości. Co najważniejsze, ponieważ znajdujemy się na pograniczu, turyści mogą u nas też kupić materiały na temat Litwy i jeszcze przed wyjazdem z kraju, zaplanować pobyt za granicą.

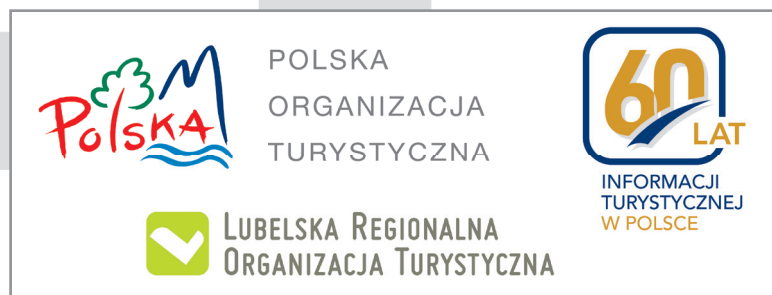
## Zapraszamy do Lublina na urodziny Informacji Turystycznej!

**GALA** | W 2023 r. przypada 60. rocznica działalności Informacji Turystycznej w Polsce.

## MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Taki jubileusz wymaga należytego uczczenia. Okazja do świętowania nadarzy się niebawem. W grudniu Polska Organizacja Turystyczna, wspólnie z Lubelską Regionalną Organizacją Turystyczną, przeprowadzi w Lubelskim Centrum Konferencyjnym w Lublinie 2-dniowe centralne obchody 60-lecia Informacji Turystycznej. W ramach uro-

czystości zaplanowano kilka wydarzeń. Obchody rozpoczną się 7 grudnia konferencją naukową z udziałem przedstawicieli środowiska akademickiego oraz pracowników punktów i centrów „it” z całego kraju. Jak mówi Jacek Janowski, wicedyrektor Departamentu Wspierania Rozwoju Turystyki w POT, podczas prelekcji i paneli dyskusyjnych analizowane będą dobre praktyki w działalności „it” z ostatnich lat. – Nie zabraknie prezentacji na temat nowoczesnych rozwiązań, które mogą usprawnić i wzbogacić pracę informatorów turystycznych. Będzie też panel podsumowujący badania typu Mystery Customer, które Polska Organizacja Turystyczna przeprowadziła w tym roku – mówi Jacek Janowski.



Tego samego dnia odbędzie się Gala 60-lecia Informacji Turystycznej stanowiąca kulminacyjny punkt obchodów. – Podczas uroczystości tradycyjnie podziękujemy osobom zaangażowanym w rozwój Informacji Turystycznej i podnoszenie jej jakości. Chcemy, żeby było to święto wszystkich osób związanych z „it”, dlatego nie zabraknie okazji do inte-

gracji i zabawy – zdradza przedstawiciel POT.

Na 8 grudnia zaplanowano szkolenia dla pracowników punktów i centrów „it” dotyczące m.in. narzędzi internetowych w pracy informatorów turystycznych. Podczas obchodów odbędzie się też spotkanie zarządu Forum Informacji Turystycznej, w tym Walne Zebranie członków FIT.