



TURYSTYKA SPOŁECZNA W POLSCE

MONOGRAFIA NAUKOWA
PRZEWODNIK DOBRYCH PRAKTYK



Turystyka społeczna w Polsce

Monografia naukowa

pod redakcją Andrzeja Stasiaka

Przewodnik dobrych praktyk

Kraków – Świdnica 2021

Redakcja naukowa
ANDRZEJ STASIAK

Recenzenci monografii:
PIOTR OLEŚNIEWICZ
DANIEL PUCIATO

Redakcja techniczna i skład
ROMAN ZADORA

Okładka
NATALIA FIGIEL

© COPYRIGHT BY AUTHORS & COTG PTTK KRAKÓW & FUNDACJA SYMBIOZA



Ministerstwo
Rozwoju i Technologii

Publikację wydano w ramach dofinansowania zadania publicznego ze środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii zgodnie z zawartą Umową nr III/27/P/63003/2810/21/DT pomiędzy ww. ministerstwem a Fundacją Symbioza

Kraków – Świdnica
Grudzień 2021

ISBN 978-83-963906-1-5

Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze
Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej PTTK
Oficyna Wydawnicza „Wierchy”
31-010 Kraków, ul. Jagiellońska 6
www.cotg.pttk.pl

Spis treści

Wprowadzenie (<i>Andrzej Stasiak</i>)	7
1. Turystyka społeczna – ramy teoretyczne	
1.1. Turystyka społeczna: geneza i istota (<i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i>)	13
1.2. Uczestnicy, formy i kierunki rozwoju współczesnej turystyki społecznej (<i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i>)	31
1.3. Turystyka społeczna w badaniach naukowych (<i>Karolina Korbiel, Iwona Dominek</i>)	63
2. Ekonomia społeczna w turystyce	
2.1. Gospodarczy wymiar turystyki społecznej (<i>Sylwia Osojca-Kozłowska</i>)	83
2.2. Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych przykładach (<i>Agnieszka Nowak</i>)	115
3. Podróże grup defaworyzowanych	
3.1. Oferta dla seniorów w kontekście turystyki społecznej – istota i zróżnicowanie (<i>Piotr Kociszewski</i>)	135
3.2. Bariery rozwoju turystyki osób niepełnosprawnych na Dolnym Śląsku w świetle wyników badań ankietowych (<i>Katarzyna Trybuś</i>)	165
3.3. Turystyka szkolna klas IV–VIII w opinii nauczycieli – bariery i korzyści (<i>Iwona Dominek, Karolina Korbiel</i>) . . .	181
4. Udostępnianie przestrzeni dla turystyki	
4.1. Szlaki turystyczne jako ważny element infrastruktury służącej uprawianiu turystyki (<i>Jerzy Kapłon</i>)	205
4.2. Wnioski z kontroli NIK na Wschodnim Szlaku Rowerowym Green Velo w kontekście rozwoju turystyki społecznej (<i>Urszula Dziedzic, Andrzej Trojanowski</i>) . . .	233

5. Otoczenie turystyki społecznej

5.1. Związki terroryzmu z ruchem turystycznym – implikacje dla turystyki społecznej (<i>Waldemar Zubrzycki</i>) .	255
5.2. Rola technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej (<i>Piotr Zawadzki</i>)	281
5.3. Znaczenie socjoterapii w turystyce zdrowotnej na obszarach wiejskich (<i>Michał Roman, Antoni Roman, Arkadiusz Niedziółka</i>)	295
Spis tabel	316
Spis rysunków	317
Przewodnik dobrych praktyk	319

5.2. Rola technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej

WSTĘP

W ciągu ostatnich dwóch dekad postępujący rozwój technologii cyfrowych dokonał zdecydowanych zmian w zakresie realizacji strategii marketingowych praktycznie we wszystkich sektorach gospodarki. Rozwiązania te pozwoliły na docieranie z usługami dostosowanymi do poszczególnych grup użytkowników i konkretnych sytuacji rynkowych. Jednocześnie proces ten jest niezwykle dynamiczny, co powoduje, że rozwiązania i narzędzia cyfrowe, np. w zakresie komunikacji, podlegają ciąglej modyfikacji i unowocześnianiu.

Cyfryzacja otworzyła w turystyce mnóstwo nowych możliwości, a podmioty branży turystycznej chętnie sięgają po najnowsze rozwiązania, by zaoferować ciekawsze produkty i dzięki temu wyprzedzić konkurencję. Dodatkowo dostęp do technologii cyfrowych stworzył szerokie możliwości pozyskiwania informacji o potrzebach turystów oraz rzeczywistego wpływu na ich zachowania nabywcze. Natomiast dla turystów technologie cyfrowe stały się źródłem wielu nowych i pozytywnych wartości, a sam Internet stał się podstawowym źródłem informacji.

Wdrażanie nowoczesnych rozwiązań i narzędzi ma zauważalny wpływ również na rozwój turystyki społecznej. Technologie cyfrowe powoli stają się kluczowym elementem tworzenia doświadczeń dla uczestników turystyki społecznej, dając możliwość wprowadzenia zupełnie nowego sposobu interakcji pomiędzy poszczególnymi ich użytkownikami. Dzięki temu można odnieść wrażenie, że zaangażowanie turysty nie jest tylko na poziomie fizycznym czy emocjonalnym, ale również swoistą formą współtworzenia produktu turystycznego.

* ORCID: 0000-0002-7673-9675, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Zarządzania, Katedra Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną, e-mail: piotr.zawadzki@ue.wroc.pl

Celem rozdziału jest określenie roli technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej oraz zdiagnozowanie podstawowych problemów wykorzystania tych technologii przez poszczególne segmenty turystów. Zastosowaną metodą badawczą był przegląd literatury. W krajowej literaturze przedmiotu dostrzega się brak szerszych opracowań dotyczących znaczenia nowych technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej.

Do zrealizowania postawionego celu zastosowano również metodę zogniskowanego wywiadu grupowego, który umożliwił zebranie opinii uczestników 1. Kongresu Turystyki Społecznej w Jeleniej Górze (13–14.10.2021 r.) biorących udział w sesjach tematycznych w ramach bloku „Turystyka społeczna w świecie cyfrowym”. Uczestnikami tych sesji byli przedstawiciele świata nauki zajmujący się problematyką turystyki, przedsiębiorcy oraz osoby reprezentujące organizacje społeczne i stowarzyszenia działające w sektorze turystyki, a także reprezentanci segmentów turystyki społecznej, głównie osoby niepełnosprawne. Łącznie we wszystkich sesjach bloku „Turystyka społeczna w świecie cyfrowym” wzięło udział 46 osób. Wyrażane opinie przedstawicieli tych zróżnicowanych środowisk umożliwiły zdiagnozowanie barier i ograniczeń wykorzystania technologii cyfrowych w turystyce społecznej.

TECHNOLOGIE CYFROWE W TURYSTYCE

Na współczesny rynek turystyczny wpływa wiele różnorodnych czynników, wśród których zmiany społeczne i technologiczne wydają się mieć największe znaczenie. Te pierwsze zachodzą w sposób ewolucyjny w umiarkowanym tempie, natomiast drugie charakteryzują się wysoką dynamiką, wpływając zarówno na przemiany gospodarcze, jak i społeczne.

W najszerszym ujęciu technologia jest traktowana jako swoisty system składający się z procesu technologicznego, obiektów technologicznych, wiedzy technologicznej twórców tych obiektów technologicznych, a także użytkowników obiektów technologicznych (Funk, 2019). Natomiast Słownik języka polskiego PWN określa technologię jako „dziedzinę techniki, która zajmuje się opracowywaniem nowych metod produkcji wyrobów i przetwarzaniem surowców” (PWN, 2021). Z punktu widzenia badanej problematyki istotne jest pojęcie technologii w turystyce, które można zdefiniować jako „ogół dostępnych lub nowo powstałych rozwiązań prowadzących do poprawy procesu planowania, zakupu, organizacji i realizacji usług turystycznych z jednoczesnym udostępnieniem określonych informacji sprzyjających

szybszemu, bezpieczniejszemu i łatwiejszemu skorzystaniu ze świadczonych usług” (Berebka i in., 2020, s. 13).

W obszarze technologii szczególnego znaczenia nabierają pojęcia technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT), zwane także technologiami cyfrowymi, które umożliwiają generowanie, pozyskiwanie, przetwarzanie oraz przesyłanie informacji za pomocą różnych środków przekazu (Bojek, Haręza, 2007). Z kolei A. Pawlicz (2012, s. 6) definiuje ICT jako „ogół cyfrowych technik przetwarzania informacji wspierających procesy zarządzania zasobami organizacji oraz komunikacji z partnerami zewnętrznymi”.

W szerszym ujęciu technologie cyfrowe stanowią różnorodny zestaw narzędzi i zasobów technologicznych służących do przesyłania, przechowywania, tworzenia, udostępniania lub wymiany informacji. Wykorzystane narzędzia i zasoby technologiczne obejmują komputery (stacjonarne, laptopy, notebooki), Internet (strony internetowe, blogi, e-maile, media społecznościowe), technologie transmisji na żywo (podcasting, odtwarzacze audio i video oraz urządzenia pamięci masowej) oraz telefonię (stacjonarną lub komórkową, satelitarną, videokonferencje) (UNESCO, 2009).

Wiele rozwiązań z zakresu technologii cyfrowych znajduje swoje implementacje w turystyce. Wynika to z faktu, że rozwiązania stosowane w różnych sferach życia odnoszą się jednocześnie do funkcjonowania turystyki oraz tworzenia oferty turystycznej. Nie wynika to już obecnie jedynie z mody na tego typu rozwiązania, a bardziej z szansy na podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstwa turystycznego. Rosnące potrzeby i oczekiwania turystów skłaniają przedsiębiorstwa turystyczne do oferowania innego niż wcześniej produktu turystycznego. Nieograniczony dostęp do informacji wymaga korzystanie z technologii cyfrowych niezbędnych do budowania relacji z klientami oraz kształtowania pozytywnego wizerunku firmy.

Na bazie gromadzonych informacji o użytkownikach (miejsce pobytu, sposób spędzania czasu, zainteresowania i preferencje) technologie cyfrowe dostarczają wartości kontekstowej (powiązanej z lokalizacją, nawykami i aktywnością użytkownika) i pozwalają na segmentację behawioralną rynku oraz precyzyjne kierowanie komunikatów marketingowych przy jednoczesnym zmniejszeniu ich liczby (Kachniewska, 2019).

Stopniowe przenoszenie się do przestrzeni cyfrowej istotnych obszarów życia publicznego, w tym wirtualnych społeczności, dyskusji społecznych, muzyki i sztuki czy oficjalnego obiegu dokumentów,

w niedalekiej perspektywie również będzie stawało się przedmiotem działań, w tym działań kierowanych do adresatów turystyki społecznej. Oprócz dostarczania treści, narzędzia cyfrowe ułatwiają łatwe i wygodne korzystanie z informacji, dostarczają wiedzy, rozwijają zainteresowania, jak również motywują do sięgania po kolejne materiały. Jednak narzędzia te muszą być oceniane jako użyteczne z punktu widzenia ich użytkowników. Zatem wszelkie rozwiązania wymagają najpierw odpowiedniego zaprojektowania (takiego, które będzie uwzględniać różnorodne potrzeby odbiorców), a następnie oceny ich wykorzystania.

Rosnąca dostępność, różnorodność i popularność źródeł informacji oraz narzędzi dostępu do usług, które są tworzone z zastosowaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych spowodowały zwiększenie zainteresowania turystów korzystaniem z nich.

Jak zauważyli Jaremen i in. (2016) na rynku turystycznym postępuje wirtualizacja zachowań konsumenta, ponieważ obecnie turyści realizują swoje potrzeby informacyjne na kolejnych etapach podróży w dużej mierze za pośrednictwem Internetu. Patrząc szerzej, rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych umożliwił digitalizację informacji (Kachniewska, 2017). Zainteresowanie korzystaniem z Internetu, który coraz częściej jest traktowany jako główne źródło informacji o atrakcjach turystycznych (60%), łączy się z rezygnowaniem z kupna publikacji tematycznych (54,8%), rzadziej z tradycyjnego pośrednictwa turystycznego (9,9%) (Jaremen i in., s. 89).

Rzeczywisty rozwój technologii zauważalny jest również w przygotowaniu nowoczesnych aplikacji turystycznych. Niektóre z nich umożliwiają użytkownikom zwiedzającym poszczególne miejsca zapis i tworzenie indywidualnych tras, fotografii i opisów oraz udostępnianie ich innym, m.in. poprzez publikację na swoim koncie w serwisach społecznościowych. Dodatkowo aplikacje te gromadzą materiał na temat ocen nie tylko usług, ale i zasobów, które można wykorzystać modyfikując ofertę turystyczną (por. np. Manczak, Bajak, 2021; Mileva i in., 2021).

SEGMENTY TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

Wykluczenie społeczne występuje praktycznie we wszystkich krajach i może dotyczyć różnych grup społecznych, a także jednostek usytuowanych na różnych szczeblach drabiny społecznej. Ze względu na intensywne przemiany społeczne zjawisko to niepokojąco wzrasta również w Polsce. Definicja turystyki społecznej sformułowana przez B. Włodarczyka (2010, s. 34) określa ją jako:

[...] rodzaj (formę) całkowicie lub częściowo finansowanej (dotowanej) zewnętrznie lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągnięcia innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.).

Główną cechą charakteryzującą turystykę społeczną jest zespół relacji i procedur wynikających z realizacji programów finansowanych przez państwo, aby umożliwić udział w turystyce warstwom obywateli o niższych dochodach. Europejski Komitet Społeczno-Ekonomiczny określił charakterystyczne warunki, przy których spełnieniu określona działalność w zakresie turystyki można nazwać turystyką społeczną, tj.:

- sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia korzystanie w pełni z prawa do turystyki (może to wynikać z przyczyn gospodarczych, niepełnosprawności fizycznej lub umysłowej, izolacji poszczególnych osób lub całych rodzin, ograniczonej mobilności czy trudności związanych z położeniem geograficznym);
- określone podmioty podejmują działania na rzecz likwidacji lub ograniczenia barier uniemożliwiających zainteresowanym osobom korzystanie z turystyki (za: Górska, 2010).

Podstawowym beneficjentem turystyki społecznej są grupy społeczeństwa, których prawo do podróżowania jest utrudnione (ograniczone lub wręcz niemożliwe do zrealizowania). Dzięki wsparciu finansowemu w ramach polityki społecznej ta naturalna potrzeba każdego człowieka może być zaspokojona (Stasiak, 2010b).

Turystyka społeczna adresowana jest do wielu osób czy grup. W istniejących opracowaniach najczęściej wymienia się:

- dzieci i młodzież (niezależnie od pochodzenia, statusu materialnego itp.),
- rodziny w specjalnej sytuacji (materialnej, zdrowotnej, rodzinnej),
- osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunów,
- osoby starsze (grupa 50+) (Włodarczyk, 2010).

Wskazane segmenty stanowią dość specyficzne grupy beneficjentów turystyki. Ich sytuacja społeczna, która całkowicie lub w dużej części uniemożliwia korzystanie z usług sektora turystycznego, stanowi podstawę do ich uczestnictwa w turystyce społecznej i wpływa na efekty (korzyści) wszystkich grup interesariuszy zaangażowanych w turystykę (tab. 8).

Tab. 8. Przewidywane efekty (korzyści) zaangażowania w turystykę społeczną różnych grup interesariuszy

Interesariusz/beneficjent	Zakładane (przewidywane) efekty/korzyści
Donatorzy/sponsorzy/ władze	– poprawa wizerunku – kapitał polityczny (realizacja programu) – kapitał społeczny (wypełnianie misji)
Uczestnicy/turyści/ obszar generujący	– wzrost poziomu aktywności turystycznej – poprawa jakości życia – wzrost konsumpcji turystycznej
Producenci/ obszar recepcyjny	– zapewnienie bezpieczeństwa funkcjonowania – wyeliminowanie negatywnego wpływu sezonowości – wzrost produkcji i konsumpcji turystycznej, w efekcie poprawa jakości życia
Pośrednicy/ touroperatorzy/ agenci/organizacje	– budowanie pozytywnego wizerunku na rynku, w społeczeństwie – wyeliminowanie negatywnego wpływu sezonowości na działalność w ciągu roku – realizacja celów statutowych i misji organizacyjnej

Źródło: Włodarczyk (2010), s. 32.

Wyniki badań P. Gryszela i in. (2012) pokazują, że aktywność turystyczna uczestników turystyki społecznej jest zróżnicowana nawet w poszczególnych segmentach. W dużej mierze wynika to z ich struktury wiekowej, miejsca zamieszkania, aktywności zawodowej i społecznej, a co za tym idzie z sytuacji ekonomicznej uczestników tej formy turystyki. Z badań tych wyłania się opis osoby niepełnosprawnej, która nie uczestniczy w turystyce. Jest nią zazwyczaj mężczyzna (79% ogółu osób niepodróżujących w celach turystycznych), po 56. roku życia (53%), niepracujący (blisko 93%), utrzymujący się z renty lub emerytury (71%), oceniający swoją sytuację ekonomiczną jako dostateczną (53%) lub trudną (33%), mający wykształcenie zasadnicze zawodowe (prawie 47%) i nienależący do żadnej organizacji społecznej (nieco ponad 83%). Za podstawową przyczynę nieuczestniczenia w turystyce podaje on brak środków finansowych (83%), a w dalszej kolejności zły stan zdrowia (33%), brak potrzeby podróżowania (29%) oraz brak ofert dla niepełnosprawnych (17%) i brak czasu (17%) (Gryszel i in., 2012, s. 184).

Przedsiębiorcy funkcjonujący na rynku turystycznym coraz częściej upatrują w rozwoju turystyki społecznej możliwości rozwoju własnej oferty turystycznej, która pozwoli im na zwiększenie zysku. Natomiast na szczeblu krajowym, w wielu państwach europejskich,

turystyka społeczna stała się częścią ogólnej polityki turystycznej. Turystyka społeczna wpływa pozytywnie na rozwój psychiczny i fizyczny osób w nią zaangażowanych, a dzięki aktywności turystycznej osoby te pokonują trudności, walczą z lękiem przed nieznanym, a przede wszystkim następuje ich integracja społeczna – poznają ludzi z podobnymi problemami i nawzajem się wspierają.

PROBLEMY WYKORZYSTANIA TECHNOLOGII CYFROWYCH

Obecnie, mimo deklarowanego przez przedsiębiorców zwrócenia uwagi na problemy osób uczestniczących w turystyce społecznej, w szczególności osób niepełnosprawnych, nadal napotykają one na mnóstwo trudności związanych z ich udziałem w turystyce. Ograniczenia te dotyczą zarówno kwestii odnoszących się do niedostosowania obiektów do potrzeb osób wykluczonych, jak również dostępności i wiarygodności informacji związanych z turystyką.

W opinii przedsiębiorców uczestniczących w badaniu podstawowym procesem obserwowanym na rynku turystyki społecznej jest powolne opuszczanie kanałów pozacyfrowych, szczególnie materiałów drukowanych. Jednak ze względu na zróżnicowanie grup uczestników tej formy turystyki (różne formy niepełnosprawności, jak również obawy osób starszych), wskazuje się na potrzebę wykorzystywania wielokanałowości przepływu informacji. Wynika to z faktu, że komunikacja z osobami niepełnosprawnymi wciąż powinna odbywać się za pomocą innych form i narzędzi niż jedynie Internet czy media społecznościowe. Zainteresowani odbiorcy tych informacji wskazują właśnie na takie formy komunikacji, jak materiały drukowane czy filmy na płytach.

Tendencje te potwierdzają wyniki badań A. Pawłowskiej-Legwand, w których określono, że użytkownikami technologii informacyjno-komunikacyjnych są przede wszystkim ludzie w wieku do 30 lub 40 lat. Jednak wzrost popularności i powszechności niektórych narzędzi cyfrowych (takich jak np. smartfon) i zmiana w ofercie handlowej sieci komórkowych oddziałują na decyzje nabywcze konsumentów, również ze starszych pokoleń, poniekąd wymuszając konieczność nauki korzystania z tego typu technologii (Pawłowska-Lewand, 2019, s. 114).

W opinii osób niepełnosprawnych uczestniczących w badaniu elementem niezbędnym w zakresie rozwoju rozwiązań cyfrowych jest określenie grup docelowych poszczególnych rozwiązań i form komunikacji. Poszczególne grupy docelowe turystyki społecznej potrzebują różnych rozwiązań, zatem możliwe staje się stosowanie różnorodnych warstw turystycznych aplikacjach mobilnych poprzez dostęp do różnych funkcji i zasobów. Systemy te powinny być „otwarte” na nowe

warstwy funkcjonalne dostosowujące je do potrzeb osób starszych czy osób niepełnosprawnych.

Zjawisko to dotyczy również dostosowania stron internetowych oraz pozostałych aplikacji mobilnych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Obecnie widoczna jest pozorna dostępność tych rozwiązań, związana z choćby z wymogami programu „Dostępność Plus”, zapewniającego swobodny dostęp do dóbr i usług oraz możliwość udziału w życiu społecznym i publicznym osób o szczególnych potrzebach. Jest to program rządowy. Został opracowany w 2018 r. przez Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju na lata 2018–2025. Celem programu jest podniesienie jakości życia i zapewnienie niezależności osób o szczególnych potrzebach, w tym osób starszych i osób z trwałymi lub czasowymi trudnościami w zakresie mobilności lub percepcji (Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, 2018,). Niestety osoby niewidome, pomimo przygotowania stosownych interfejsów na stronie internetowej, i tak docelowo korzystają z dedykowanej obsługi telefonicznej. Uciążliwym dla nich nadal pozostaje zakup biletów online czy innych produktów i usług niezbędnych nawet w ich codziennym funkcjonowaniu.

Aby zniwelować występujące problemy, zdaniem uczestników wywiadu, w zakresie użytkowania aplikacji mobilnych i stron internetowych wymagana jest weryfikacja zarówno narzędzi, jak i treści, z których korzystają osoby niepełnosprawne. Przygotowanie stosownych rozwiązań cyfrowych wymaga zaangażowania i współpracy specjalistów w tym zakresie oraz potencjalnych użytkowników, tj. osób niepełnosprawnych czy starszych.

Można zatem wskazać, że stopniowe wprowadzanie rozwiązań cyfrowych powinno być wspierane przez wykorzystanie najprostszych rozwiązań w zakresie komunikacji z wybranymi segmentami polityki społecznej (szczególnie w informacjach turystycznych czy recepcjach hotelowych), takich jak np. kartki z rysunkami dla osób niesłyszących. Istotną cechą rozwiązań i systemów cyfrowych, zdaniem osób niepełnosprawnych, staje się ich dostępność i uniwersalizm. Szczególnie ważna dla uczestników turystyki społecznej jest również kwestia aktualizacji i szybkości przepływu informacji, a także ich dostępu do redagowania treści. Ta ostanía cecha pozostaje otwarta – trudno z obecnej perspektywy określić, czy aplikacje turystyczne powinny dawać możliwość publikowania komentarzy użytkowników. Głosy za „tak” mówią o aktualności danych, natomiast głosy za „nie” podnoszą kwestie weryfikacji informacji.

Szansą na uczestnictwo w turystyce grup wykluczonych wynikającą z rozwoju narzędzi cyfrowych stają się grupy użytkowników

mediów społecznościowych, szczególnie w serwisie Facebook. Udział w takich grupach umożliwia dostęp do osób niepełnosprawnych, które już teraz korzystają z różnych form turystyki i dzielą się swoimi doświadczeniami w tym zakresie. Istotnym elementem rozwoju turystyki społecznej w tym zakresie jest również integracja osób pełnosprawnych i niepełnosprawnych poprzez wspólne projekty, szkolenia czy wspólną edukację, które pozwolą na realizację wyjazdów (np. osoby pełnosprawne jako asystenci czy wolontariusze).

Rozpatrując możliwości wykorzystania narzędzi cyfrowych, jakim są media społecznościowe należy podkreślić również rozwój zjawiska *influencer marketing* w środowisku osób z niepełnosprawnością. Coraz częściej turyści z niepełnosprawnością pojawiają się w mediach społecznościowych jako osoby wpływowe, a ich opinie dotyczące dostępności obiektów i atrakcji turystycznych prezentowane są na blogach i vlogach, Facebooku czy kanałach YouTube.

Szersze włączanie osób niepełnosprawnych w turystykę wymaga rozwoju różnorodnych rozwiązań technicznych, w tym technologii cyfrowych, lecz i tu wskazuje się na coraz większą liczbę narzędzi umożliwiających korzystanie z dobrodziejstw natury grupom wykluczonym. Przykładem może być przygotowany przez naukowców z Politechniki Wrocławskiej oraz Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, program „Góry w ciemności”. Jest to innowacyjny projekt, który wykorzystuje zaawansowane technologicznie urządzenia, ułatwiające osobom niewidomym lub słabo widzącym samodzielne wyjście na szlaki górskie. Wymaga to jednak odpowiedniego przygotowania lub dostosowania szlaków turystycznych czy miejsc interaktywnych, dostosowanych do potrzeb osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności oraz osób starszych. Część tego typu rozwiązań jest już wprowadzana do użytku, jednak często są to dopiero rozwiązania prototypowe.

OCENA ZNACZENIA TECHNOLOGII CYFROWYCH W PROCESIE ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

Technologie cyfrowe wykorzystywane są w wielu obszarach aktywności rynkowej związanej z funkcjonowaniem turystyki społecznej. Część narzędzi cyfrowych wpływa pozytywnie na proces rozwoju turystyki społecznej, lecz istnieją takie obszary, które pomimo zastosowania nowoczesnych rozwiązań technologicznych wciąż są niedostępne lub dostępne w sposób ograniczony.

Obszarem, w którym szczególnie widoczne są deficyty uczestnictwa beneficjentów turystyki społecznej jest ekonomia współdzielenia. Główna idea ekonomii współdzielenia polega na wykorzystaniu potencjału

tkwiącego w zasobach, które nie były w pełni wykorzystane wcześniej. Zgodnie z tą ideą pełne wykorzystanie potencjału może nastąpić dopiero w momencie udostępnienia zasobów większej społeczności. Wraz z pojawieniem się ekonomii współdzielenia stało się możliwe dzielenie się zasobami z nieznanymi, a nie tylko z najbliższą rodziną i osobami z najbliższego otoczenia (Pawlicz, 2019). Ekonomia współdzielenia tworzy zatem nową społeczność, która wykorzystuje specyficzne dobra w sposób, który obniża ich cenę i zwiększa dostępność.

Rozwój technologii cyfrowych jest jednym z istotnych czynników rozwoju ekonomii współdzielenia, ponieważ najważniejszym pośrednikiem na tym rynku są funkcjonujące platformy online. Podstawową cechą takich platform jest fakt, że opierają się na zaawansowanych technologiach komunikacyjnych (ICT) i za ich pomocą następuje łączenie popytu i podaży, umożliwiając w ten sposób obu stronom nawiązanie kontaktu. Do najbardziej popularnych platform ekonomii współdzielenia należą „Airbnb” (rezerwacje miejsc noclegowych) oraz „Uber” (usługi transportowe). Rozwój ekonomii współdzielenia jest zatem szczególnie intensywny na rynkach:

- noclegowych,
- transportowych,
- gastronomicznych,
- przewodnickich i pilockich (Majchrzak, 2016).

Obserwacja rynku turystycznego wskazuje, że turystyka społeczna nie stanowi atrakcyjnego segmentu dla podmiotów ekonomii współdzielenia. Wynika to głównie z kwestii dostępności tych podmiotów dla segmentów turystyki społecznej, jak i kosztów ich dostosowania do np. potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Jako główne ograniczenia rozwoju ekonomii współdzielenia w turystyce społecznej wskazuje się bariery:

- techniczne – niedostosowanie infrastruktury obiektów ekonomii współdzielenia do tego segmentu turystyki
- mentalne – w postaci braku empatii społeczeństwa i niechęci właścicieli podmiotów ekonomii współdzielenia do uczestnictwa w wymianie segmentów turystyki społecznej,
- bezpieczeństwa – brak stosownego wyposażenia obiektów noclegowych, szczególnie istotnego dla osób starszych i niepełnosprawnych.
- ekonomiczne – mimo, że w założeniu ekonomia współdzielenia ma stanowić formę tańszego rozwiązania, pozostaje droga dla wielu osób starszych czy niepełnosprawnych.

Ze względu na istniejące bariery możliwa jest ekonomia współdzielenia dla osób z niepełnosprawnościami, ale w małej skali. Należy podkreślić, że obecna ekonomia współdzielenia powoduje zwiększenie kosztów społecznych, np. niewspółmiernie wysokich kosztów lokalnych w stosunku do wielkości oszczędności klientów z niej korzystających, ponieważ przedsiębiorstwa te nie płacą podatków czy opłat lokalnych. Wymagana jest zatem zmiana sposobu funkcjonowania podmiotów ekonomii współdzielenia. Należy wprowadzić odpowiednie rozwiązania prawne czy programy finansowania takich wyjazdów, które umożliwią rzeczywiste uczestnictwo beneficjentów turystyki społecznej. Wymagane są również stosowne mechanizmy obsługi osób niepełnosprawnych w tych obiektach.

W opinii uczestników badania obszarem, w którym widać pozytywne przeobrażenia związane z wykorzystaniem technologii cyfrowych są media społecznościowe i organizowane w nich grupy społecznościowe. Istotną cechą wyróżniającą te narzędzia na tle innych rozwiązań jest praktycznie nieograniczona możliwość wymiany informacji pomiędzy samymi użytkownikami mediów społecznościowych, a także interakcja pomiędzy użytkownikami a podmiotami świadczącymi usługi na rzecz uczestników turystyki społecznej.

W procesie wymiany informacji poprzez *social media* podkreśla się przede wszystkim fakt dostępu do informacji bezpośrednio od innych uczestników poszczególnych segmentów turystyki społecznej, co wpływa na wiarygodność tych przekazów, jak również bezpieczeństwo osób starszych czy osób niepełnosprawnych.

W ocenie uczestników badania rola technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej będzie wzrastać. Wymaga to jednak zaangażowania zarówno przedsiębiorców oferujących usługi, jak i samych uczestników tej formy turystyki. Wdrażanie nowoczesnych rozwiązań wymusza współpracę w tym obszarze w zakresie przygotowania i weryfikacji odpowiednich narzędzi cyfrowych.

PODSUMOWANIE

Wykorzystanie stworzonych dzięki technologii cyfrowej możliwości rozwoju przedsiębiorstw i organizacji, pozwoliło na wprowadzenie wielu nowoczesnych rozwiązań, które zdecydowanie zwiększyły atrakcyjność turystyki. Należy zaznaczyć, że już teraz technologie cyfrowe i oparte na nich nowoczesne formy wykorzystywane w prezentacji oraz promocji organizacji i podmiotów turystycznych mają znaczący wkład w rozwój marketingu turystycznego. Jednak w odniesieniu do turystyki społecznej proces ten ma jak dotąd mniejsze znaczenie

i ograniczone oddziaływanie. Z czasem może okazać się, że doświadczenia cyfrowe osób wykluczonych rozwiną ten zakres potrzeb.

Przeprowadzona diagnoza w zakresie wykorzystania technologii cyfrowych w rozwoju turystyki społecznej pozwoliła sformułować najważniejsze wnioski. Oto one:

- następuje powolne opuszczanie kanałów pozacyfrowych,
- strony internetowe i aplikacje mobilne wymagają specjalnego dostosowania do potrzeb uczestników turystyki społecznej,
- elementem niezbędnym do wdrażania określonych narzędzi cyfrowych jest określenie grup docelowych,
- konieczna jest weryfikacja narzędzi cyfrowych przez docelowych użytkowników, np. osoby niepełnosprawne,
- nowoczesne technologie przyczyniają się do integracji osób pełnosprawnych i niepełnosprawnych, m.in. poprzez realizację wspólnych projektów,
- w serwisach społecznościowych obserwuje się rozwój grup społecznościowych skupiających osoby wykluczone,
- turystyka społeczna jak dotąd nie stanowi atrakcyjnego segmentu dla podmiotów ekonomii współdzielenia.

Wymienione wnioski wskazują, że przedsiębiorstwa turystyczne powinny dostrzec bardzo szeroki obszar działań do poprawy swojej oferty turystycznej, a także zwiększenia skuteczności wykorzystywanych narzędzi do komunikacji z beneficjentami turystyki społecznej. Jednak niezbędnym w tym zakresie wydaje się być poznanie specyficznych potrzeb osób uczestniczących w turystyce społecznej i przygotowanie odpowiedniej oferty usługowej, która będzie eliminować istniejące bariery uczestnictwa. Z czasem może okazać się, że doświadczenia cyfrowe osób wykluczonych rozwiną ten zakres potrzeb, a przygotowana oferta i wykorzystywane cyfrowe narzędzia komunikacji umożliwią budowanie długotrwałych relacji.

BIBLIOGRAFIA

- Berbeka, J., Borodako, K., Lipecki, K., Rudnicki, M. (2020). *Technologie cyfrowe w obiektach hotelarskich. Wizerunek, relacje, komunikacja*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Bojek, E., Haręża, A. (2007). *Wprowadzenie do rozważań nad znaczeniem technologii informacyjnych we współczesnych społeczeństwach*. Wrocławskie Studia Erazmiańskie. Wrocław: Biblioteka Cyfrowa UWr.

- Funk, K.H. (2019). *Technology and Christian "values"*. Pobrane z: <https://web.engr.oregonstate.edu/~funkk/Technology/technology.html> (22.11.2021).
- Górska, E. (2010), Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii. *Oeconomia*, 9 (4), 133-142.
- Gryszel, P., Jaremen, D.E., Rapacz, A. (2012). Turystyka społeczna – aktywność turystyczna wybranych grup docelowych w świetle badań ankietowych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 259, 178-188.
- Jaremen, D.E., Michalska-Dudek, I., Rapacz, A. (2016). Wirtualizacja zachowań konsumentów na rynku turystycznym jako źródło wiedzy w podejmowaniu decyzji marketingowych. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 43 (2), 85-93. <http://dx.doi.org/10.18276/sip.2016.43/2-08>
- Kachniewska, M. (2017). Strategie marketingowe przedsiębiorstw i regionów turystycznych w mediach społecznościowych. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5 (4), 183-207. <https://doi.org/10.18559/SOEP.2017.4.9>
- Kachniewska, M. (2019). Tworzenie wartości dodanej na bazie kontekstowych aplikacji mobilnych (przypadek branży turystycznej). *Kwartalnik Nauki o Przedsiębiorstwie*, 3, 15-24. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.4780>
- Majchrzak, K. (2016). Ekonomia dzielenia się i jej przejawy w turystyce. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 33, 21-30. <http://dx.doi.org/10.18276/ept.2016.1.33-02>
- Manczak, I., Bajak, M. (2021). Tourist mobile applications: Evaluation of the VisitMałopolska app. *Turyzm/Tourism*, 31 (1), 29-38. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.31.1.14>
- Mileva, S., Assenova, M., Petrov, E., Gyaurova, V. (2021). The potential of location-based gamification apps for promoting Sofia as a tourist destination. *Turyzm/Tourism*, 31 (1), 21-27. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.31.1.13>
- Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju (2018). *Program Dostępność Plus 2018-2025*. Pobrane z: https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/97063/Program_Dostepnosc_Plus.pdf (22.11.2021)
- Pawlicz, A. (2012), *E-turystyka. Ekonomiczne problemy implementacji technologii cyfrowych w sektorze turystycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pawlicz, A. (2019). *Ekonomia współdzielenia na rynku usług hotelarskich. Niedoskonałości, pośrednicy, regulacje*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Pawłowska-Legwand, A. (2019). Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w postępie do informacji i usług turystycznych w świetle wyników badań przeprowadzonych wśród turystów w województwie małopolskim. *Turyzm/Tourism*, 29 (2), 109-117. <http://dx.doi.org/10.18778/0867-5856.29.2.22>

- PWN (2021). *Technologia. Słownik języka polskiego PWN*. Pobrane z: <https://sjp.pwn.pl/szukaj/technologia.html> (22.11.2021)
- Stasiak, A. (2010). Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 37–56). Łódź: WSTH w Łodzi.
- UNESCO (2009), *Guide to Measuring Information and Communication Technologies (ICT) in Education*, Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- Włodarczyk, B. (2010). Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 23–35). Łódź: WSTH w Łodzi.