

Anna Sammel

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Gospodarstwa agroturystyczne jako punkty informacji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce

Streszczenie: Turystyka jest od wielu lat dynamicznie rozwijającą się gałęzią światowej gospodarki. W Polsce, mimo spadku liczby turystów zagranicznych przyjeżdżających do naszego kraju, ruch turystyczny jest znaczącym zjawiskiem ekonomicznym i wpływa na wzrost gospodarczy wielu regionów. Ważnym elementem zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego są punkty informacji. Jako samodzielne podmioty funkcjonują głównie w miastach. Na obszarach wiejskich działają rzadko i mają swoje siedziby np. w obiektach należących do parków narodowych, stowarzyszeń, w sklepach lub w urzędach gmin. Z powodu wzrastającego zainteresowania tego rodzaju przestrzenią wypoczynkowo-rekreacyjną należałoby zwiększyć liczbę dostępnych w jej obrębie punktów informacji, wykorzystując m.in. funkcjonujące na danym terenie obiekty świadczące usługi turystyczne. Z tego też względu celem publikacji jest próba określenia znaczenia gospodarstw agroturystycznych jako potencjalnych punktów informacji na obszarach wiejskich w Polsce.

Słowa kluczowe: informacja turystyczna, gospodarstwa agroturystyczne, obszary wiejskie

Wstęp

Turystyka jest od wielu lat dynamicznie rozwijającą się gałęzią światowej gospodarki, o czym świadczą dane statystyczne dotyczące m.in. zwiększającej się systematycznie liczby turystów oraz osiąganych z tego tytułu zysków. Dominującym regionem pod względem odwiedzin jest Europa. W Polsce, mimo spadku liczby turystów zagranicznych przyjeżdżających do naszego kraju, ruch turystyczny jest nadal znaczącym zjawiskiem ekonomicznym i wpływa na wzrost gospodarczy wielu regionów. Aby utrzymać na podobnym poziomie lub zwiększyć osiągnięte z tego tytułu wpływy należy dążyć m.in. do systematycznego poszerzenia oferty produktów, podnoszenia kwalifikacji pracowników, poprawy jakości świadczonych usług i standardu zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego oraz promocji na rynku krajowym i międzynarodowym¹.

Bardzo ważnym elementem zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego wchodzącego w skład tzw. bazy towarzyszącej (uzupełniającej) są punkty informacji², będące istotnym składnikiem systemu promocji turystycznej³. Niestety w Polsce nie funkcjonuje zintegro-

¹ Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008–2015, POT, Warszawa 2008, s. 7–9.

² J. Płocka: Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego, cz. I, Biblioteka Centrum Kształcenia Ustawicznego, Toruń 2002, s. 106–107.

³ Koncepcja funkcjonowania informacji turystycznej w województwie zachodniopomorskim. Aktualizacja, (red.) E. Mitura, ZROT, Szczecin 2009, s. 5.

wany system informacji turystycznej. W poszczególnych województwach działa on w oparciu o punkty, które są zarządzane przez gminy, stowarzyszenia, organizacje turystyczne lub podmioty prywatne. Koordynacją ich działalności na terenie kraju zajmuje się Polska Organizacja Turystyczna, a w województwach – regionalne organizacje turystyczne.

Punkty informacji turystycznej funkcjonujące jako samodzielne podmioty zlokalizowane są głównie w miastach. Na obszarach wiejskich działają rzadko i mają swoje siedziby np. w obiektach należących do parków narodowych, stowarzyszeń, w sklepach lub w urzędach gmin. Z powodu wzrastającego zainteresowania tego rodzaju przestrzenią wypoczynkowo-rekreacyjną należałoby zwiększyć liczbę dostępnych w jej obrębie punktów informacji działających sezonowo, wykorzystując m.in. funkcjonujące na danym terenie obiekty świadczące usługi turystyczne. Z tego też względu celem publikacji jest próba określenia znaczenia gospodarstw agroturystycznych jako potencjalnych punktów informacji na obszarach wiejskich w Polsce na podstawie badanej próby.

Materiał i metodyka badań

W badaniach zastosowano metodę wywiadu bezpośredniego z wykorzystaniem kwestionariusza anonimowej ankiety. Zbieranie danych przeprowadzono wśród pełnoletnich turystów krajowych korzystających z usług przewodnickich w Szczecinie w lipcu, sierpniu oraz wrześniu 2014 roku. Objęto nimi łącznie 211 respondentów i uzyskano 145 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy (68,7% ogółu).

Informacja turystyczna w Polsce

Ważnym elementem zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego jest informacja turystyczna, definiowana przez wielu autorów jako system obejmujący treści i działania służące turystom⁴ i organizatorom turystyki⁵ wyrażony w odpowiednim języku lub kodzie⁶, sieć centrów/punktów informacji turystycznej oraz metodologię gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji⁷. W węższym znaczeniu informacja turystyczna traktowana jest jako istotna potrzeba odczuwana w związku z uprawianiem turystyki⁸.

Zarządzeniem i rozwijaniem systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie zajmuje się Polska Organizacja Turystyczna, powołana na mocy ustawy z dnia 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz.U. nr 62, poz. 689). Koordynuje ona działania dotyczące promocji i dystrybucji informacji na szczeblu centralnym, regionalnym i lokalnym⁹, mając na względzie działania statutowe, do których należą:

1) promocja Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów,

⁴ J. Merski: Informacja turystyczna w Polsce, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002, s. 7–9.

⁵ Podstawy Turystyki, (red.) A. Szwichtenbeg, Wyd. Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2000, s. 72.

⁶ Z. Kruczek, B. Walas: Promocja i informacja turystyczna, Wyd. Proksenia, Kraków 2004, s. 151.

⁷ Polski System Informacji Turystycznej, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2002, s. 7.

⁸ B. Meyer, A. Pawlicz: Informacja w turystyce, [w:] Informacja turystyczna, (red.) A. Panasiuk, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 65.

⁹ Jej działania wspierane są od 2003 roku przez Forum Informacji Turystycznej.

- 2) zapewnienie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie,
- 3) inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie Planów Rozwoju i Modernizacji Infrastruktury Turystycznej w Polsce¹⁰.

W celu podnoszenia jakości świadczonych usług w zakresie informacji turystycznej, POT wprowadziła od 2010 roku dobrowolny system certyfikacji obiektów prowadzących tego rodzaju działalność. Jest ona dokonywana na podstawie indywidualnej karty oceny, w której zawarto wiele istotnych informacji dotyczących zgłaszanego obiektu, a jedną z podstawowych, obok zakresu świadczonych usług, jest m.in. jego lokalizacja (centrum/rynek, park, przystań, biblioteka, urząd, dworzec (autobusowy, kolejowy), port (morski, lotniczy), obiekt zabytkowy (pałac, zamek), muzeum, hipermarket, ciąg komunikacyjny/turystyczny, hotel, gospodarstwo agroturystyczne lub inne¹¹). Certyfikacja jest elementem realizowanej przez POT polityki zarządzania jakością Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, która ma na celu:

- stworzenie krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej współpracujących ze sobą na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym;

Tabela 1. Kategorie punktów informacji turystycznej w Polsce i zakres świadczonych w nich usług według kryteriów opracowanych i wdrażanych przez POT

Kategoria obiektu	Zakres świadczonych usług
Centrum IT*	Informacje udzielane są w jednym języku obcym (komunikatywność w stopniu podstawowym). Turystom udostępniane są bezpłatne lokalne materiały promocyjne.
Centrum IT**	Informacje udzielane są w jednym języku obcym w stopniu komunikatywnym. Turystom udostępniane są bezpłatne lokalne materiały promocyjne o najbliższej okolicy i regionie. Istnieje możliwość korzystania ze stanowiska komputerowego z dostępem do Internetu.
Centrum IT***	Punkt położony jest w centrum miasta lub przy głównej trasie turystycznej. Informacje udzielane są w dwóch językach obcych w stopniu dobrym oraz w jednym języku obcym w stopniu komunikatywnym. Turystom udostępniane są bezpłatnie lokalne, regionalne i ponadregionalne materiały promocyjne. Istnieje możliwość korzystania ze stanowiska komputerowego z dostępem do Internetu.
Centrum IT****	Punkt położony jest w centrum miasta lub przy głównej trasie turystycznej. Informacje udzielane są w trzech językach obcych. Turystom udostępniane są bezpłatnie lokalne, regionalne i ponadregionalne materiały promocyjne i tematyczne (również w językach obcych). Istnieje możliwość skorzystania z dwóch stanowisk komputerowych z dostępem do Internetu oraz z kiosku multimedialnego również po godzinach urzędowania obiektu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www.polska.travel/pl/szukaj/informacja-turystyczna/?searchresult=1&std\[city\]=&std\[region_id\]=&limit=100](http://www.polska.travel/pl/szukaj/informacja-turystyczna/?searchresult=1&std[city]=&std[region_id]=&limit=100) [21.08.2014].

¹⁰ Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz.U. nr 62, poz. 689), art. 3.

¹¹ Pomimo bardzo szczegółowo opracowanej informacji o lokalizacji obiektów, na stronie POT nie ma żadnej informacji o świadczeniu usług związanych z informacją turystyczną np. w gospodarstwach agroturystycznych.

A. Sammel

- zapewnienie odpowiedniej jakości obsługi turystów przez jednostki informacji turystycznej¹².

W Polsce działają obecnie certyfikowane (obejmują cztery kategorie oznaczone gwiazdkami) – tabela 1 oraz niecertyfikowane centra informacji turystycznej.

Stacjonarne punkty informacji turystycznej przeznaczone są dla szerokich grup odbiorców będących na różnym etapie podróży¹³, wśród których są m.in. turyści, mieszkańcy miasta lub regionu, animatorzy turystyki, touroperatorzy, inwestorzy infrastruktury turystycznej, hotelarze, restauratorzy, szkoły, uczelnie, piloci, przewodnicy oraz przedstawiciele biur podróży¹⁴. Liczba zgłoszonych w bazie POT certyfikowanych i nie-

Tabela 2. Centra informacji turystycznej w Polsce według Polskiej Organizacji Turystycznej

Województwo	Centra informacji				niecertyfikowane	Ogółem
	certyfikowane					
	*	**	***	****		
Dolnośląskie	23	6	–	1	25	55
Kujawsko-Pomorskie	5	3	4	4	–	16
Lubelskie	-	6	3	3	–	12
Lubuskie	2	1	4	8	1	16
Łódzkie	2	2	10	6	–	20
Małopolskie	7	13	24	5	–	49
Mazowieckie	6	4	8	5	1	24
Opolskie	4	-	8	2	4	18
Podkarpackie	-	3	11	3	1	18
Podlaskie	4	6	13	10	–	33
Pomorskie	9	-	6	1	54	70
Śląskie	1	8	14	42	–	65
Świętokrzyskie	1	2	10	15	2	30
Warmińsko-Mazurskie	3	12	12	6	–	33
Wielkopolskie	4	5	7	2	2	20
Zachodniopomorskie	–	4	12	1	–	17
Ogółem	71	75	146	114	90	496

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Polskiej Organizacji Turystycznej, [www.polska.travel/pl/szukaj/informacjaturystyczna/?searchresult=1&std\[city\]=&std\[region_id\]=&limit=100](http://www.polska.travel/pl/szukaj/informacjaturystyczna/?searchresult=1&std[city]=&std[region_id]=&limit=100) [21.08.2014].

¹² www.pot.gov.pl/dzialania/l/polski-system-informacji-turystycznej/certyfikacja-it [24.08.2014].

¹³ B. Meyer, A. Pawlicz: Informacja w turystyce..., op. cit., s. 67–68.

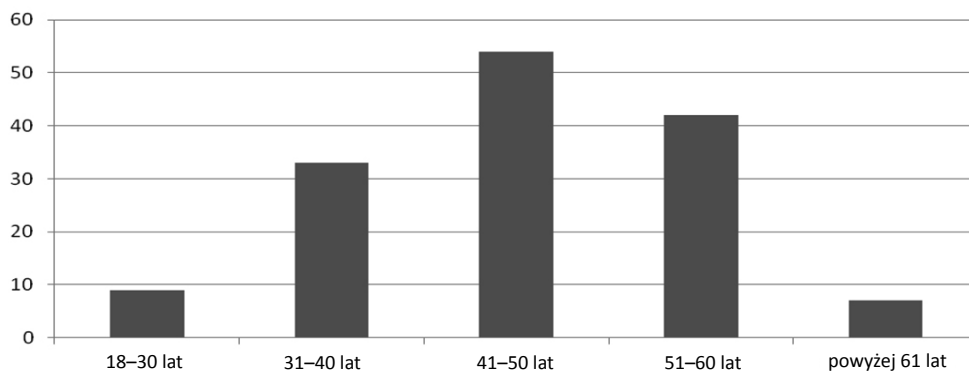
¹⁴ Polski System Informacji..., op. cit., s. 7–8.

certyfikowanych obiektów informacji turystycznej jest zróżnicowana w poszczególnych województwach (tab. 2). Udostępnione tam dane są jednak rozbieżne z informacjami umieszczonymi np. na stronach urzędów marszałkowskich lub regionalnych/lokalnych informacji turystycznych¹⁵ i jest to tym bardziej niepokojące, że grupa osób i podmiotów korzystających z informacji turystycznej systematycznie się zwiększa¹⁶.

Udostępnianie informacji turystycznej jest jednym z najważniejszych czynników kształtujących rozwój turystyki. Z tego też względu POT musi wykorzystywać w swojej działalności również nowoczesne narzędzia promocji, takie jak np. Informatyczny System Informacji Turystycznej i Promocji Polski (ISIT)¹⁷ oraz Projekt Contact Center realizowany w ramach komponentu B projektu „Promujmy Polskę Razem” dotyczący Polskiego Systemu Informacji Turystycznej¹⁸.

Omówienie wyników

Objęci badaniami respondenci są turystami krajowymi korzystającymi indywidualnie lub grupowo z usług przewodnickich w Szczecinie w lipcu, sierpniu oraz wrześniu 2014 roku. Miejscem stałego zamieszkania badanych są województwa: lubelskie (3 osoby), lubuskie (31 osób), dolnośląskie (23 osoby), pomorskie (21 osób), śląskie (29 osób) oraz zachodniopomorskie (38 osób). Struktura wiekowa respondentów została sklasyfikowana w pięciu grupach (wykres 1).



Wykres 1. Struktura wiekowa badanych respondentów

Źródło: opracowanie własne.

¹⁵ Na przykład www.turystyka.wzp.pl/wtgp/turystyka/informacja_turystyczna.htm [29.08.2014], www.informacja-turystyczna.nysa.pl/pl/category/15/wykaz-it-w-woj-opolskim [29.08.2014].

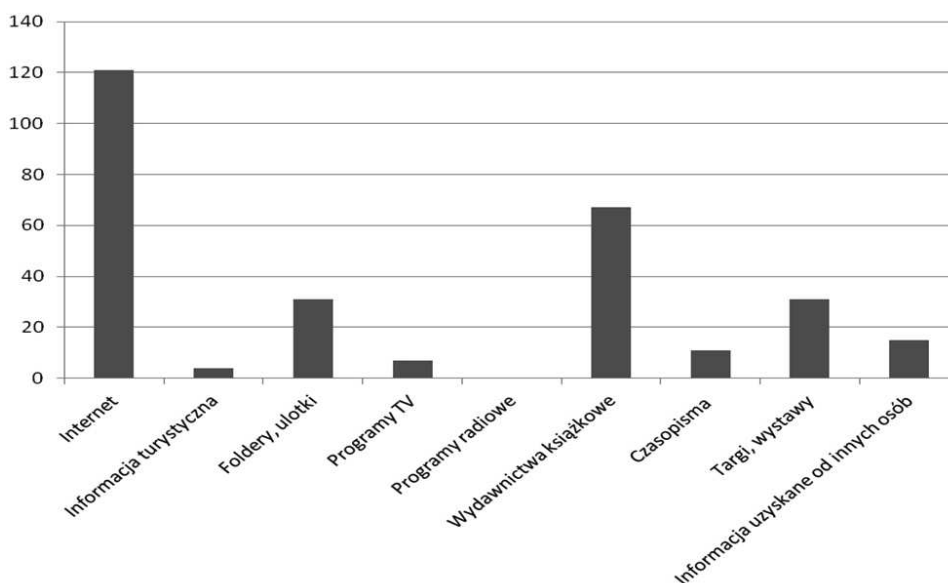
¹⁶ R. Ziółkowski: Podstawy tworzenia regionalnego systemu informacji turystycznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7, s. 61–66.

¹⁷ Dostępny jest w sieci pod adresem www.poland-tourism.pl.

¹⁸ www.pot.gov.pl/dzialania/l/polski-system-informacji-turystycznej/contact-center [15.09.2014].

We wszystkich grupach wiekowych przeważały kobiety, których było ogółem 71%. Większość respondentów (98%) odwiedzała Szczecin w ramach pobytu jednodniowego. Objęte badaniami osoby stwierdziły, że planując podróż korzystają z różnych źródeł pozyskiwania wiadomości dotyczących potencjalnego wyjazdu (wykres 2). Analizując uzyskane dane można zauważyć, że najważniejszą rolę w tym procesie odgrywa od wielu lat Internet i jest to zbieżne z wynikami badań prowadzonych w województwie zachodniopomorskim w 2005 roku na grupie respondentów pochodzących z Polski oraz z Niemiec¹⁹. Można także stwierdzić, że rola punktów informacji turystycznej ma na tym etapie niewielkie znaczenie.

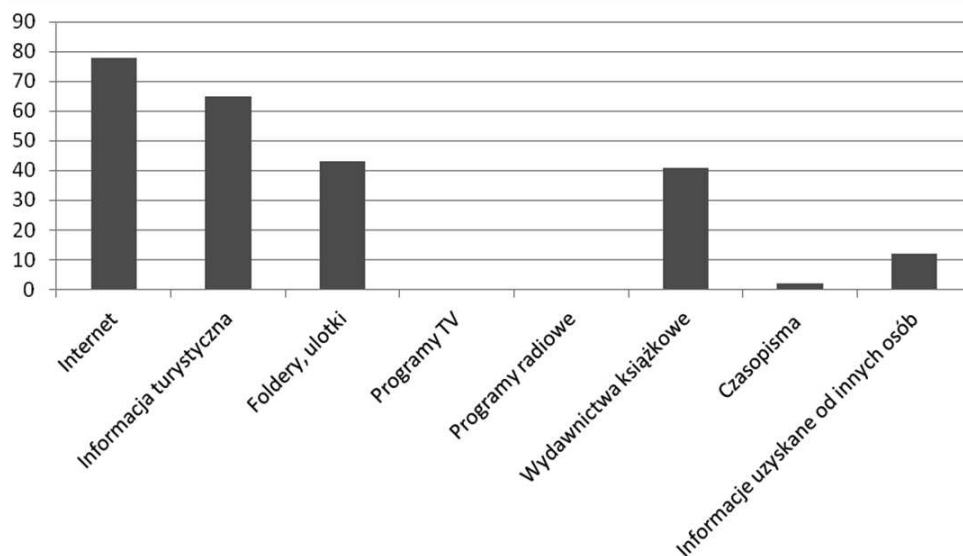
Jak potwierdzają uzyskane w trakcie badań wyniki, znaczenie punktów informacji turystycznej, jako miejsc, w których można uzyskać aktualne wiadomości o regionie, zdecydowanie wzrasta w fazie realizacji podróży (wykres 3). Rzetelna informacja odgrywa zatem dużą rolę w rozwoju turystyki na szczeblu regionalnym i lokalnym. Kompleksowa informacja przekazana turyście odnośnie atrakcji turystycznych, produktów turystycz-



Wykres 2. Źródła pozyskiwania informacji w fazie planowania podróży

Źródło: opracowanie własne.

¹⁹ D. Milewski: Ocena województwa zachodniopomorskiego jako miejsca recepcji ruchu turystycznego świetle przeprowadzonych badań ankietowych (ze szczególnym uwzględnieniem informacji turystycznej), *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 429, *Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2006, nr 7, s. 287 oraz M. Zelech: Informacja jako element promocji miasta i regionu, „*Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*” nr 429, *Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2006, nr 7, s. 373–382.



Wykres 3. Źródła pozyskiwania informacji w fazie realizacji podróży

Źródło: opracowanie własne.

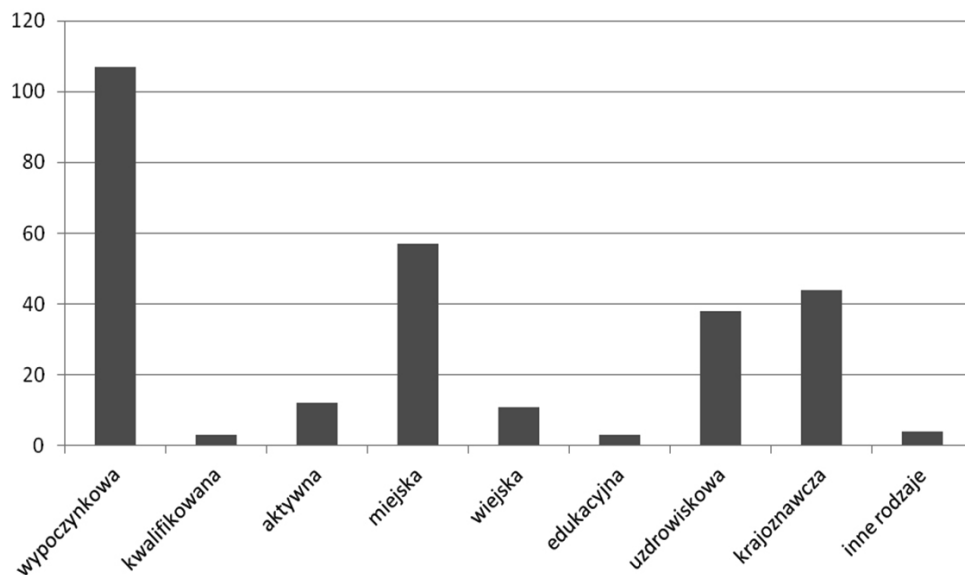
nych lub zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego może więc pozytywnie wpływać na wielkość ruchu turystycznego²⁰.

Objęte badaniami osoby są aktywnymi uczestnikami ruchu turystycznego, a dominujące znaczenie w tej grupie ma turystyka wypoczynkowa (krajowa i zagraniczna). Popularna jest także turystyka miejska, krajoznawcza i uzdrowska (wykres 4).

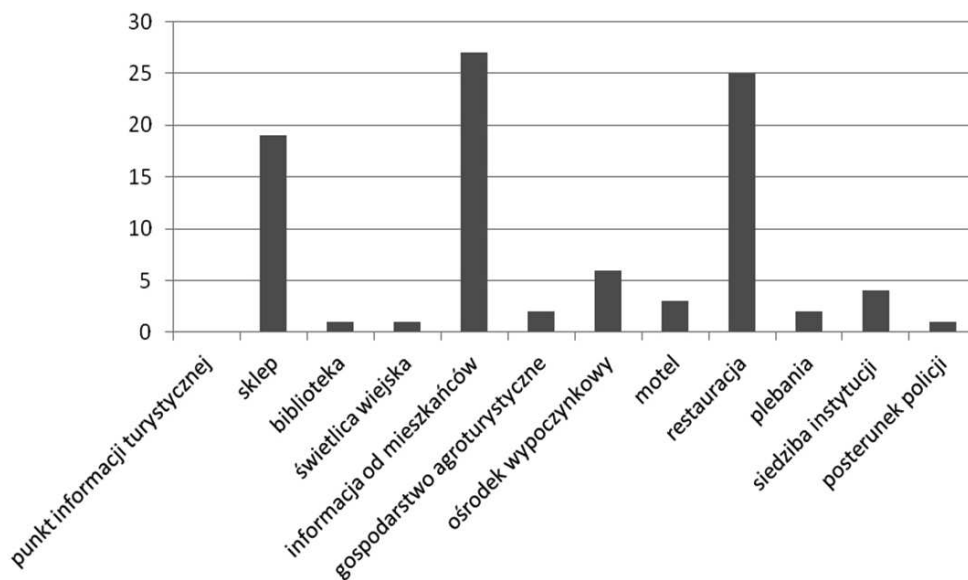
Respondenci (81%) deklarują także, że w miarę możliwości uczestniczą w krótkich, najczęściej jednodniowych wyjazdach na obszary wiejskie w celach wypoczynkowo-rekreacyjnych. Tylko 3 osoby korzystały z kilkudniowego pobytu w gospodarstwie agroturystycznym. Badani stwierdzają, że obszary wiejskie w wielu regionach Polski są atrakcyjne dla potencjalnego turysty (uważa tak 43% respondentów), ale dość słabo przygotowane pod względem zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego, którego istotnym elementem jest informacja turystyczna. Prawie 96% uczestniczących w sondażu osób zauważa, że nigdy nie widziało punktu informacji turystycznej na obszarach wiejskich. Na podstawie przeprowadzonych badań można zatem stwierdzić, że duże znaczenie na tych terenach ma przede wszystkim informacja nieformalna, udzielana turystom ustnie często w przypadkowych miejscach²¹ przez lokalnych mieszkańców (wykres 5). Być może utworzenie nawet o sezonowym charakterze punktów informacji turystycznej mogłoby znacząco wpłynąć na zwiększenie ruchu turystycznego na wsi. Prawie

²⁰ A. Dołowy: Funkcjonowanie wybranych elementów systemu informacji turystycznej w województwie zachodniopomorskim, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7, s. 209–213.

²¹ A. Kowalczyk: Geografia turystyki, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 152.



Wykres 4. Preferowany rodzaj turystyki wybierany przez objętych badaniem respondentów
 Źródło: opracowanie własne.



Wykres 5. Źródła informacji turystycznej na obszarach wiejskich
 Źródło: opracowanie własne.

51% respondentów uważa, że tego rodzaju usługi turystyczne mogłyby być świadczone w wybranych gospodarstwach agroturystycznych, funkcjonujących w obrębie atrakcyjnych dla turystów walorów naturalnych, antropogenicznych lub specjalistycznych. Przeciwnego zdania jest 35% badanych (stwierdzają oni np., że obiekty tego rodzaju położone są często poza wsią i z tego powodu są np. słabo dostępne komunikacyjnie, prowadzące je osoby nie mają odpowiedniego przygotowania merytorycznego itp.), nie miało zdania na ten temat 16% respondentów. W nielicznych miejscach w Polsce (np. w województwie podlaskim) punkty informacji turystycznej w celu poszerzenia oferty podejmują współpracę np. ze stowarzyszeniami agroturystycznymi, ale jak można zauważyć, ma to charakter bardzo indywidualny i lokalny²². Jest to jednak ważna i cenna inicjatywa, ponieważ osoby pracujące w tego rodzaju stowarzyszeniach, udzielając informacji m.in. o dostępnych kwaterach, posiadają również rozległą wiedzę o regionie, którą mogą udostępniać turystom. Na obszarach wiejskich działają także lokalnie całodobowe punkty udzielające informacji o gospodarstwach agroturystycznych zrzeszonych np. w Stowarzyszeniu Agroturystycznym Ziemi Nyskiej i Borów Niemodlińskich²³. Wiele gospodarstw agroturystycznych podaje także na swoich stronach internetowych, że oferują gościom pełną informację turystyczną o regionie²⁴.

Podsumowanie

Informacja turystyczna jest w dzisiejszych czasach produktem turystycznym²⁵, ważnym elementem zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego i służy promocji regionów, ale musi być merytoryczna, pełna, selektywna, prawdziwa, aktualna, łatwo dostępna, jednoznaczna, zrozumiała oraz udostępniana zainteresowanym nią osobom w ciekawy sposób²⁶.

Funkcjonujące obecnie w Polsce punkty zlokalizowane są przede wszystkim w dużych ośrodkach miejskich, ponieważ zgodnie z zaleceniami POT centra informacji turystycznej powinny powstać we wszystkich miastach, powiatach i gminach o znaczeniu turystycznym jako obiekty całoroczne lub sezonowe. Istnieje także możliwość powoływania ich w takich miejscach, w których informatorzy będą wykonywali tę funkcję obok swoich podstawowych obowiązków służbowych i mogą to być np. przeszkoleni funkcjonariusze policji, strażnicy miejscy, taksówkarze, uczniowie, studenci²⁷ oraz inne przygotowane do tego osoby. Dotyczy to szczególnie obszarów wiejskich, które są atrakcyjnym miejscem do realizacji różnych rodzajów turystyki, ale brak o nich rzetelnej informacji zniechęca potencjalnych gości do ich odwiedzenia. Uzupełnieniem mogą być punkty sezonowe działające na obszarach wiejskich, np. w gospodarstwach agroturystycznych. Jak

²² www.podlaskieit.pl/uploads/images/programy/programrozwojuturystyki2.pdf.

²³ www.eholiday.pl/noclegi-pl6162.html [21.09.2014].

²⁴ www.noclegi-online.pl/noclegi/czaszyn/o1362 [25.09.2014].

²⁵ A. Wartecka-Ważyńska: Społeczna rola informacji turystycznej w Polsce, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7, s. 393.

²⁶ Z. Kruczek, B. Walas: Promocja i informacja..., op. cit., s. 160.

²⁷ Polski System Informacji..., op. cit., s. 10.

pokazuje analiza stron internetowych przeprowadzona m.in. w województwie zachodniopomorskim, właściciele tego typu obiektów posiadają często rozległą wiedzę o regionie, którą chętnie dzielą się ze swoimi gośćmi. W wielu gospodarstwach dostępne są mapy, foldery i przewodniki, a ich właściciele organizują liczne wyjazdy i wycieczki nie tylko po najbliższej okolicy (ze względu na bliskość np. do wielu miast Pomorza Zachodniego, a także do Berlina lub innych miast niemieckich). Może należałoby zachęcić osoby prowadzące tego typu działalność do szerszego zainteresowania się tym zagadnieniem, co byłoby zapewne pożądane nie tylko dla potencjalnego turysty, ale także lokalnych mieszkańców, ponieważ profesjonalna informacja na obszarach wiejskich ma nadal marginalny charakter. Uzyskałaby także formalny, bardziej profesjonalny charakter. Jest to ważne również z tego względu, że w Polsce, wzorem państw Europy Zachodniej, rozwijają się różne formy turystyki zrównoważonej, a rola informacji turystycznej sukcesywnie wzrasta i wpływa na kształtowanie się ruchu turystycznego na świecie. Na podstawie raportu UNWTO, dotyczącego tendencji rozwojowych turystyki do 2020 roku, podkreśla się, że dzięki nowoczesnej informacji ważną rolę będą odgrywały megatrendy, takie jak m.in. wzrost liczby turystów wyruszających do miejsc poza utartymi szlakami, co może być realizowane np. w obrębie obszarów wiejskich²⁸. Warto dlatego mieć na względzie również to, że profesjonalna i rzetelna informacja turystyczna dostępna na tym terenie może korzystnie wpłynąć w aspekcie społecznym i ekonomicznym na ich funkcjonowanie, ponieważ za jej pośrednictwem turysta poznaje kulturę, tradycję, obyczaje oraz nawiązuje więzi społeczne z miejscową ludnością²⁹. Informacja turystyczna stymuluje więc rozwój wielu regionów i miejscowości, ale nieodpowiednio prowadzona może być elementem hamującym³⁰.

Literatura

- Dołowy A.: Funkcjonowanie wybranych elementów systemu informacji turystycznej w województwie zachodniopomorskim, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2006, nr 7.
- Koncepcja funkcjonowania informacji turystycznej w województwie zachodniopomorskim. Aktualizacja, (red.) E. Mitura, ZROT, Szczecin 2009.
- Kowalczyk A.: *Geografia turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Kruczek Z., Walas B.: *Promocja i informacja turystyczna*, Wyd. Proksenia, Kraków 2004.
- Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008–2015, POT, Warszawa 2008.
- Merski J.: *Informacja turystyczna w Polsce*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002.
- Meyer B., Pawlicz A.: *Informacja w turystyce*, [w:] *Informacja turystyczna*, (red.) A. Panasiuk, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Milewski D.: Ocena województwa zachodniopomorskiego jako miejsca recepcji ruchu turystycznego w świetle przeprowadzonych badań ankietowych (ze szczególnym uwzględnieniem informacji turystycznej), *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2006, nr 7.

²⁸ A. Szwichtenberg: Opinie krajowych i zagranicznych turystów o polskiej informacji turystycznej, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2006, nr 7, s. 358.

²⁹ A. Wartecka-Ważyńska, *Społeczna rola informacji turystycznej...*, op. cit., s. 396.

³⁰ A. Szwichtenberg, *Opinie krajowych i zagranicznych turystów...*, op. cit., s. 358.

- Płocka J.: Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego, cz. I, Biblioteka Centrum Kształcenia Ustawicznego, Toruń 2002.
- Podstawy turystyki, (red.) A. Szwichtenbeg. Wyd. Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2000.
- Polski System Informacji Turystycznej, POT, Warszawa 2002.
- Szwichtenberg A.: Opinie krajowych i zagranicznych turystów o polskiej informacji turystycznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7.
- Ustawa z 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz.U. nr 62, poz. 689).
- Wartecka-Ważyńska A.: Społeczna rola informacji turystycznej w Polsce, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7.
- [www.polska.travel/pl/szukaj/informacjaturystyczna/?searchresult=1&std\[city\]=&std\[region_id\]=&limit=100](http://www.polska.travel/pl/szukaj/informacjaturystyczna/?searchresult=1&std[city]=&std[region_id]=&limit=100) [21.08.2014].
- www.pot.gov.pl/dzialania/l/polski-system-informacji-turystycznej/certyfikacja-it [24.08.2014].
- www.poland-tourism.pl [24.08.2014].
- www.turystyka.wzp.pl/wtgp/turystyka/informacja_turystyczna.htm [29.08.2014].
- www.informacja-turystyczna.nysa.pl/pl/category/15/wykaz-it-w-woj-opolskim [29.08.2014].
- www.pot.gov.pl/dzialania/l/polski-system-informacji-turystycznej/contact-center [15.09.2014].
- www.podlaskieit.pl/uploads/images/programy/programrozwojuturystyki2.pdf [15.09.2014].
- www.eholiday.pl/noclegi-pl6162.html [21.09.2014].
- www.noclegi-online.pl/noclegi/czaszyn/o1362 [25.09.2014].
- Zelech M.: Informacja jako element promocji miasta i regionu, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7.
- Ziółkowski R.: Podstawy tworzenia regionalnego systemu informacji turystycznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 429, Ekonomiczne Problemy Turystyki 2006, nr 7.

The agritourism farms as points of the touristic information on rural areas in Poland

Summary: The tourism has been the evolvent dynamically branch of world economy for many years. In Poland, despite fall of the foreign tourists amount arriving to our country, tourist movements is significant economic phenomenon and influence on economic growth in many regions. The important element of the development of tourist facilities are the points of information. They functioning as independent entities in cities mainly. On the rural areas they behave rarely, and have their base on example in objects belonging to the national parks, associations, in shops or at offices of communes. With reason of increasing interest this kind recreation space one should to enlarge the amount of available the points of information using on example functioning on this area objects testifying touristic services. The aim of this paper is the qualification of value of the agritourism farms as potential the points of information on country areas in Poland.

Keywords: touristic information, agritourism farms, rural areas