

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica 15(2020)

ISSN 2084-5456

DOI 10.24917/20845456.15.3

Anna Kolasińska

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Kraków, Polska

Wykorzystanie e-usług w udostępnianiu dziedzictwa kulturowego na przykładzie krakowskich muzeów

Streszczenie

We współczesnym świecie rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych stanowi podstawę funkcjonowania nowoczesnego społeczeństwa i przenika niemal we wszystkie aspekty życia. Budowanie gospodarki opartej na wiedzy, a także zaawansowane technologie informatyczne sprzyjają rozwojowi e-usług, które dynamicznie rozwijają się w różnych obszarach działalności człowieka, m.in. w turystyce i w kulturze. W niniejszym artykule przedstawiono wyniki badań dotyczące poziomu dostępności wybranych e-usług w krakowskich muzeach, gdzie kultura w sposób wyjątkowy łączy się z turystyką. Badania przeprowadzono w oparciu o informacje i dostępną e-usługę z poziomu oficjalnych stron internetowych krakowskich muzeów. Stwierdzono, że najczęstszą z oferowanych e-usług jest możliwość zakupu biletu on-line, która dostępna jest w 25,0% badanych placówek. Porównywalny wynik (23,7%) dotyczy także e-usługi polegającej na prezentowaniu zbiorów muzealnych on-line. Biorąc pod uwagę popularność Krakowa i jego oferty na światowym rynku turystyki należy się spodziewać, że w najbliższych latach poziom dostępu różnych e-usług będzie systematycznie się powiększał.

The use of e-services in providing access to cultural heritage on the example of Krakow museums

Abstract

In the modern world, the development of information and communication technologies is the basis for the functioning of modern society and infiltrates almost all aspects of our life. Building a knowledge-based economy as well as advanced information technologies are conducive to the development of e-services, which are dynamically developing in various areas of human activity, including tourism and culture. This article presents the results of research on the level of accessibility of selected e-services in Krakow's museums, where culture in a unique way combines with tourism. The research was conducted based on information and available e-services offered by the official websites of Krakow museums. It was found that the most frequently offered e-service was the possibility of purchasing an on-line ticket, available in 25.0% of the surveyed facilities. A comparable result (23.7%) applies to the e-service of presenting museum collections on-line. Taking into consideration the popularity of Krakow

and its offers on the global tourism market, it should be expected that in the coming years the level of the access to various e-services will systematically increase.

Słowa kluczowe: e-usługi; e-kultura; e-turystyka; muzeum; Kraków

Key words: Cracow; e-services; e-culture; e-tourism; museum

Otrzymano: 04.02.2020

Received: 04.02.2020

Zaakceptowano: 05.05.2020

Accepted: 05.05.2020

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kolasińska A. (2020). Wykorzystanie e-usług w udostępnianiu dziedzictwa kulturowego na przykładzie krakowskich muzeów. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 15, 40–49, doi: 10.24917/20845456.15.3

Wprowadzenie

Współczesne społeczeństwa funkcjonują w świecie, w którym Internet stał się medium obecnym w każdej dziedzinie działalności człowieka. Jest źródłem kreowania usług, które wcześniej nie miały swojego odpowiednika na realnym rynku usług lub też przeniosły się w świat wirtualny, dostosowując się do coraz bardziej zaawansowanego technologicznie klienta. Zmiany związane z rozwojem technologii teleinformatycznych zauważalne są również w funkcjonowaniu wielu instytucji kulturalnych, w tym muzeów, będących celem podróży dla wielu turystów, przede wszystkim w turystyce kulturowej. Zastosowanie rozwiązań ułatwiających turystę organizację podróży czy zwiedzania, takich jak: zakup biletu, dokonanie rezerwacji lub też zamówienie usług przewodnickich poprzez Internet staje się podstawą funkcjonowania wielu podmiotów na rynku usług turystycznych.

Obecnie działalność placówek muzealnych traktowana jest przez odbiorców jako dobro czasu wolnego (Wyszowska, Jędrysiak, 2017). Muzea, na równi z innymi komercyjnymi przedsiębiorstwami realizującymi usługi z zakresu kultury, rozrywki czy rekreacji podlegają prawom rynku, mimo że zgodnie z ustawą z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (Dz.U. z 1997 r., Nr 5 poz. 24 z późn. zm.), nie są instytucjami nastawionymi na zysk. Bywa, że ich funkcjonowanie ocenia się na podstawie frekwencji, wyrażonej w zyskach z biletów wstępu, choć należy zaznaczyć, że traktowanie w ten sposób muzeów może budzić pewne spory, zwłaszcza wśród muzealników (Kasperska, 2015). Oferta muzeum oraz dostęp do świadczonych w nim usług często konkurują z innym instytucjami oferującymi usługi z zakresu szeroko pojętego czasu wolnego, a w przypadku miast atrakcyjnych turystycznie o dużym nagromadzeniu placówek muzealnych konkurencja może dotyczyć poszczególnych muzeów. Z tego powodu placówki te, aby skutecznie konkurować z innymi podmiotami oferującymi usługi z zakresu czasu wolnego, podejmują rozmaite działania polegające na ułatwianiu odwiedzającym dostępu do swojej oferty. Jednym z takich działań staje się świadczenie niektórych usług drogą elektroniczną.

Specyfika usług świadczonych w muzeach, sprawia, że są one konsumowane w budynku muzeum, choć należy zauważyć, że digitalizacja zbiorów muzealnych czy powstawanie tzw. wirtualnych spacerów po wystawach muzealnych sprawiły, że

usługi muzealne przeniosły się również do świata wirtualnego, poszerzając tym samym grono swoich odbiorców. Innym sposobem wpływającym na łatwiejszy dostęp do oferty muzealnej, jeszcze przed wejściem do muzeum, jest m.in. umożliwienie zakupu biletu wstępu on-line lub zarezerwowanie usługi przewodnickiej. Natomiast już podczas samego zwiedzania wystaw szansę taką stwarzają aplikacje przeznaczone na urządzenia mobile będące w posiadaniu zwiedzających.

Przedmiotem zaprezentowanych w artykule badań była analiza wykorzystania e-usług w udostępnianiu i rozpowszechnianiu dziedzictwa kulturowego poprzez muzea zlokalizowane na obszarze Krakowa. W tym celu przeanalizowano strony internetowe krakowskich muzeów. Oficjalne strony internetowe przedsiębiorstw czy też różnych instytucji świadczących usługi w zakresie kultury pełnią obecnie rolę rozbudowanej wersji wizytówki usługodawcy i jego oferty. W badaniach rynku e-usług portale firmowe wykorzystuje się do badania oferty oraz cen e-usług (Wolny, 2014). W przeprowadzonej analizie wzięto pod uwagę możliwość skorzystania w placówkach muzealnych z takich e-usług, jak: zakup biletu on-line, dokonanie rezerwacji biletów (terminu zwiedzania) bądź usługi przewodnickiej, zwiedzanie muzeum za pomocą wirtualnych spacerów, możliwość zapoznania się ze zbiorami muzealnymi w wersji on-line czy też zwiedzanie z wykorzystaniem dedykowanej danej placówce aplikacji. Dodatkowo aktualność aplikacji weryfikowano za pośrednictwem strony internetowej Google Play. Badanie przeprowadzono w grudniu 2019 i styczniu 2020.

Pojęcie e-usług

Świadczenie tzw. e-usług regulowane jest w Polsce Ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną z dnia 18 lipca 2002 (Dz. U. 2002 Nr 144 poz. 1204, z późn. zm.), zgodnie z którą usługą świadczoną drogą elektroniczną jest „wykonanie usługi świadczonej bez jednoczesnej obecności stron (na odległość), poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, (...)”. W praktyce, zgodnie z przepisami dotyczącymi Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (Flis i in. 2009), za e-usługi uznaje się usługi świadczone w sposób całkowicie automatyczny, przy czym automatyzm realizowany jest poprzez odpowiednie oprogramowanie. Obecnie ta forma świadczenia usług jest szeroko rozpowszechniana w różnych dziedzinach gospodarki oraz administracji publicznej, stając się codziennością dynamicznie rozwijającego się społeczeństwa informacyjnego. W myśl przytoczonych definicji e-usługą nie będzie dokonanie rezerwacji drogą e-mailową czy poprzez formularz rezerwacyjny, jeżeli potwierdzenia nie otrzymujemy w sposób automatyczny, a uzyskanie go jest uzależnione od czynnika ludzkiego. Jak zaznacza Wolny (2012) usługi świadczone w sposób tradycyjny mogą być świadczone on-line i odwrotnie, e-usługa może mieć odpowiednik w świecie rzeczywistym, ale sam sposób ich świadczenia będzie się znacznie różnił. W branży turystycznej e-usługi zapewniają klientom szybki i łatwy sposób zakupu niektórych produktów turystycznych czy usług, często usprawniając tym samym proces obsługi turysty (np. zmniejszenie kolejek do muzeów poprzez wprowadzenie możliwości zakupu biletów on-line, rezerwacji godziny zwiedzania czy też rezerwacji usługi przewodnickiej).

Dynamicznie postępująca digitalizacja, rozumiana jako „uzyskanie jak najbardziej wiernego, cyfrowego odwzorowania obiektów muzealnych” (Wyszowska, Jędrysiak, 2017: 214) rozpoczęła się w Polsce w latach 90. XX w. i sprawiła, że udostępnienie dziedzictwa kulturowego w sieci na trwałe wpisało się w działalność wielu muzeów. Dzięki temu procesowi dostępne w Internecie są tzw. wirtualne spacery oraz kolekcje różnego rodzaju muzealiów, zebrane najczęściej w formie zbiorów on-line. Współcześnie wirtualne spacery oferowane poprzez strony internetowe placówek muzealnych, to jedna z form udostępniania przestrzeni muzealnej odwiedzającym. Przy wykorzystaniu technik informatycznych i audiowizualnych odwzorowane zostają wnętrza muzeów wraz z ich eksponatami. Wirtualne spacery mogą być wykorzystywane zarówno przez turystów, którzy w rzeczywistości zwiedzają wystawę (jako element przygotowania do wizyty lub aby przypomnieć sobie zwiedzane obiekty już po wizycie w muzeum) lub też takich, którzy z różnych przyczyn do muzeum nie mogą przybyć osobiście.

E-usługi a dziedzictwo kulturowe – przegląd literatury

E-usługi od kilkunastu lat stanowią przedmiot zainteresowania badaczy, zarówno z zakresu ekonomii, zarządzania, jak i turystyki. W kontekście omawiania e-usług jako formy udostępniania dziedzictwa kulturowego, należy zwrócić uwagę, że w literaturze przedmiotu (Dąbrowska, 2008; Szopiński, 2012), w klasyfikacji e-usług wymienia się, m.in. e-kulturę i e-turystykę. Mianem e-turystyki określa się zazwyczaj czynności związane z wyszukiwaniem miejsc noclegowych, biletów lotniczych, różnego rodzaju wycieczek czy też rezerwacją oraz wirtualnym zwiedzaniem docelowych miejsc podróży (Flis i in. 2009). E-kultura jest definiowana „jako integrująca technologie informacyjno-komunikacyjne z procesem produkcji, dystrybucji, prezentacji, zachowania i (ponownego) wykorzystania dzieł kultury. Obejmuje ona także dostarczanie informacji o kulturze” (Janoś-Kresło, 2010: 209). E-usługi realizowane w muzeach (zakup biletów on-line, rezerwacja usługi przewodnika czy wirtualne zwiedzanie muzeum) wpisują się w zakres czynności dokonywanych, zarówno w ramach e-turystyki, jak i e-kultury.

Badania nad e-usługami związanymi z dziedzictwem kulturowym realizowane są w różnych ośrodkach turystycznych i wśród różnych grup konsumentów. Chiabai i in. (2014) badali preferencje użytkowników w zakresie dziedzictwa kulturowego i e-usług związanych z turystyką w trzech europejskich miastach (Amsterdam, Genua i Lipsk). W świetle prowadzonych badań ankietowych pokazali, że świadczenie e-usług w badanych miastach jest niewystarczająco rozwinięte. Stwierdzili także, że najbardziej preferowanymi e-usługami związanymi z turystyką i dziedzictwem kulturowym są: interaktywne mapy, usługi rezerwacji i tzw. planery podróży, wykorzystywane zazwyczaj na etapie przygotowania podróży. Mitsche i Strielkowski (2016) badali preferencje odwiedzających zabytki związane z praskim dziedzictwem żydowskim w odniesieniu do e-usług turystycznych (m.in. w aplikacji na smartfony). Wykazali, że potencjalna aplikacja powinna być wyposażona w narrację, interaktywną mapę on-line, powinna także ukazywać dostępność różnych dodatkowych usług znajdujących się w pobliżu zabytków żydowskich, a także „recenzje” innych zwiedzających te obiekty. Ramos-Soler i in. (2019) badali zaś wpływ e-usług

dostarczanych za pomocą aplikacji mobilnych na ogólne wrażenia z podróży wśród seniorów podejmujących podróże w zakresie turystyki kulturowej. Przeprowadzone przez nich badania pokazały, że technologie informacyjno-komunikacyjne są niezbędnym narzędziem wykorzystywanym w podróży, również przez turystów seniorów.

Analizując rodzimą literaturę należy zwrócić uwagę na kilka pozycji istotnych dla poruszanej tematyki. Mazurek-Kusiak (2013), badając marketingowe aspekty sprzedaży usług w Internecie na rynku czasu wolnego, pokazała m.in., że korzystanie z takich e-usług jak zakup biletu do muzeum, zostało zadeklarowane zaledwie przez 18,5% respondentów, dla porównania – bilet do kina drogą elektroniczną kupowała ponad połowa badanych. Jak zauważa Mazurek-Kusiak (2013), przyczyną tego stanu jest zapewne fakt niewielkiej dostępności tej e-usługi w polskich muzeach. Wolny (2015), badając ogólne preferencje e-konsumentów w wybranych krajach europejskich (Francja, Polska, Rumunia, Słowacja), wykazał, że najbardziej popularną e-usługą wśród analizowanych konsumentów jest e-turystyka, natomiast z usług z zakresu kultury respondenci częściej korzystają w tradycyjny sposób. Badania prowadzone przez Szewczyk (2014) pokazały małą popularność e-usług w sektorze kultury. O wirtualnych spacerach po muzeach czy galeriach wiedziało 20,0% badanych respondentów, a zaledwie 8,0% przyznało się, że z takiej usługi kiedykolwiek korzystało. Respondenci wskazywali także na problemy techniczne związane z korzystaniem z e-usług w omawianym sektorze.

Jak dotąd zdecydowana większość badań dotyczących e-usług w odniesieniu do dziedzictwa kulturowego opiera się na opiniach i preferencjach konsumentów tych usług. Przedstawiona w niniejszej pracy analiza e-usług z perspektywy oferowanych e-usług przez instytucje muzealne stanowi pewne uzupełnienie w poruszanej tematyce.

Muzea w Krakowie

Kraków to jedno z polskich miast o wyjątkowej koncentracji zbiorów muzealnych, zgromadzonych w 64 placówkach (wraz z oddziałami) (GUS), które reprezentują różne typy muzeów. Ze względu na kryterium organizatora (Zalasińska, 2013) można wśród nich wyróżnić muzea:

- państwowe – dla których organizatorem jest Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego (np. Zamek Królewski na Wawelu, Muzeum Narodowe czy Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej „Manggha”);

- samorządowe – dla których organizatorem jest Gmina Miejska Kraków lub Marszałek województwa małopolskiego (np. Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, Muzeum Armii Krajowej im. gen. Emila Fieldorfa „Nila” w Krakowie, Muzeum Sztuki Współczesnej MOCAK, Muzeum Inżynierii Miejskiej, Muzeum Lotnictwa Polskiego czy Muzeum Archeologiczne);

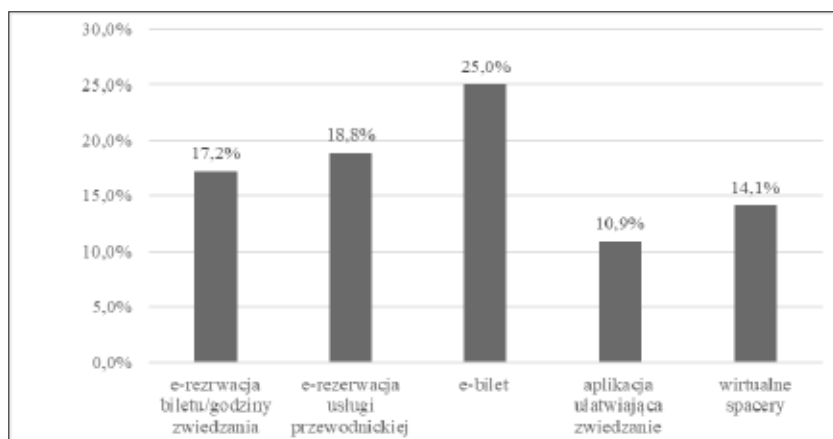
- prywatne – zgodnie z art. 5 ustawy o muzeach tworzone, m.in. przez stowarzyszenia, wyższe uczelnie, związki wyznaniowe, osoby fizyczne (np. Muzeum Ratownictwa, Muzeum Witrażu, Żydowskie Muzeum Galicja, Muzeum Archidiecezjalne, Muzeum Katedralne, Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego).

Wśród tak szerokiego grona różnego typu placówek, należy podkreślić, że Zamek Królewski na Wawelu reprezentuje jedno z pięciu muzeów w Polsce, wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego (Wyszowska, Jędrusiak, 2017), a sam Wawel w badaniach ruchu turystycznego w Krakowie (Ruch turystyczny..., 2019), uznawany jest za największą atrakcję turystyczną Krakowa, odwiedzaną zarówno przez turystów krajowych, jak i zagranicznych.

O zainteresowaniu turystów krakowskimi muzeami może świadczyć fakt, że w 2018 r. trzy krakowskie muzea (Zamek Królewski na Wawelu, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa oraz Muzeum Narodowe) znalazły się wśród 10 polskich muzeów z najwyższą frekwencją (Kultura w 2018). Tylko te trzy muzea w 2018 r. zwiedziło blisko 4 mln osób (Kultura w 2018).

Wyniki prowadzonych badań

W wyniku prowadzonych badań stwierdzono, że najczęściej oferowaną e-usługą w krakowskich muzeach jest możliwość zakupu biletu on-line. Dostępność tej usługi stwierdzono w 16 placówkach muzealnych (25,0%), przy czym poszczególne oddziały muzeów były traktowane jako osobne placówki ze względu na różną dostępność rodzajów usług. Bilety on-line dostępne są przede wszystkim w niektórych oddziałach Muzeum Narodowego i Muzeum Historycznego Miasta Krakowa. Rezerwacje on-line dotyczące terminu zwiedzania i usługi przewodnickiej (ale z płatnością w siedzibie muzeum), dostępne były odpowiednio w 11 (17,2%) i 12 (18,8%) obiektach. Zwiedzanie bez wychodzenia z domu, z wykorzystaniem tzw. wirtualnych spacerów, oferuje 9 (14,1%) krakowskich muzeów (m.in. Muzeum Archeologiczne, Muzeum Armii Krajowej, Muzeum Historii Fotografii, Rynek Podziemny, Muzeum Lotnictwa Polskiego). Najmniej dostępną e-usługą w krakowskich muzeach jest zwiedzanie z wykorzystaniem dedykowanej konkretnej placówce aplikacji na urządzenia mobilne, oferowane przez 7 placówek (10,9%). Wśród muzeów, które posiadają aplikacje jest Muzeum Narodowe. W 2019 r. udostępniło ono aplikację „Second Canvas”, która pozwalała na odkrywanie wybranych dzieł ze swoich zbiorów. Wysoka jakość prezentowanych dzieł pozwala na poznanie nie tylko historii obiektu czy przedstawionych postaci, ale także na wnikliwe obejrzenie detali, np. spękań czy nawet pociągnięć pędzlem. Aplikacja dostępna jest także w języku angielskim. Również w 2019 r. uruchomiona została aplikacja mobilna „Wawel” dla zwiedzających Zamek Królewski na Wawelu wraz ze wzgórzem wawelskim. Aplikacja pełni rolę mobilnego przewodnika i dostarcza informacji o obiektach historycznych, a także o aktualnych wydarzeniach. W aplikacji wykorzystano system sygnalizatorów (beaconów) rozmieszczonych na terenie Zamku Królewskiego, dzięki którym użytkownicy aplikacji otrzymują informacje o obiekcie, przy którym się zatrzymają. Do pozostałych muzeów posiadających aplikacje mobilne należą, m.in. Muzeum Archeologiczne, Żydowskie Muzeum Galicja, Muzeum Sztuki Współczesnej MOCAK, Muzeum Ogrodu Botanicznego UJ.

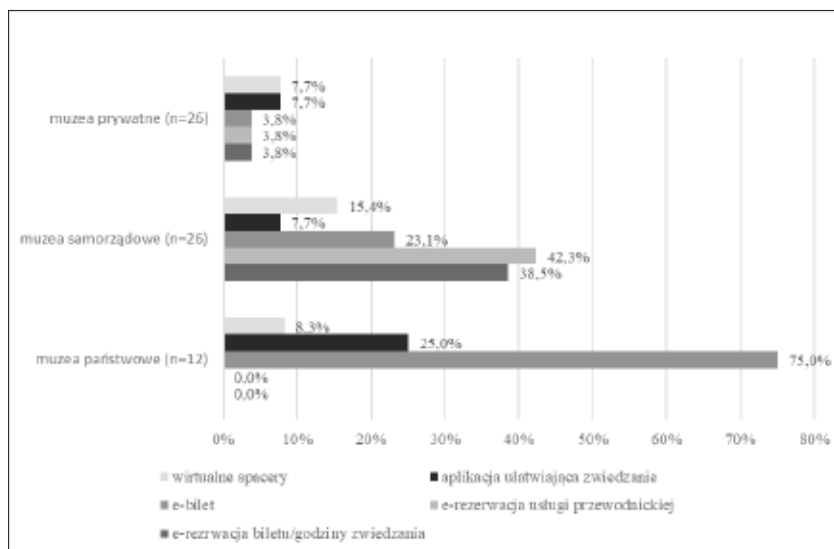


Ryc.1. Poziom dostępności wybranych e-usług w krakowskich muzeach wraz z oddziałami, n=64.

Źródło: opracowanie własne

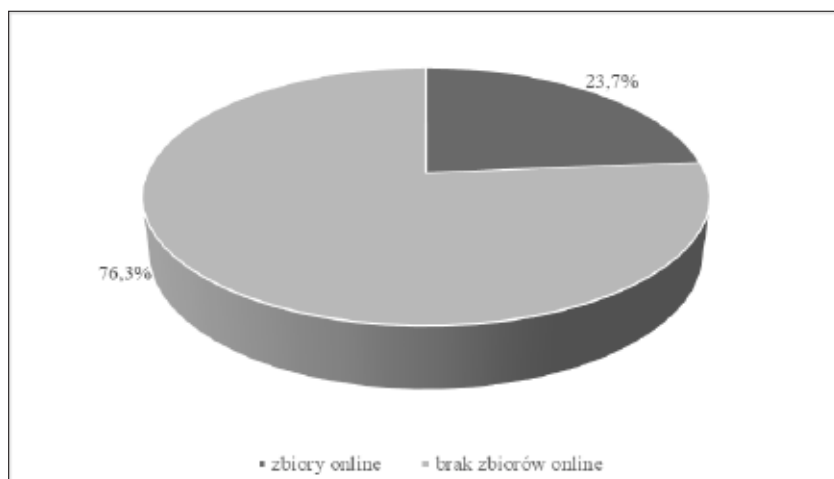
Biorąc pod uwagę dostępność analizowanych e-usług w poszczególnych muzeach w zależności od organizatora stwierdzono, że zarówno w muzeach prywatnych, jak i samorządowych, realizowane są wszystkie z badanych e-usług. W sektorze muzeów prywatnych dostępność każdej z omawianych usług nie przekracza 10,0%. W sektorze muzeów samorządowych najczęściej dostępną e-usługą jest rezerwacja usługi przewoźniczej możliwa do realizacji w 11 placówkach, co stanowi 42,3% tego sektora oraz rezerwacja terminu zwiedzania, dostępna w 10 obiektach (38,5%) omawianego sektora (ryc. 2). W przypadku muzeów państwowych nie stwierdzono funkcjonowania takich e-usług, jak rezerwacja usługi przewoźniczej czy rezerwacja terminu zwiedzania, natomiast możliwość zakupu biletu on-line dostępna była w 9 placówkach, stanowiących 75,0% sektora państwowego.

Kolejną e-usługą, którą analizowano była dostępność zbiorów muzealnych on-line w poszczególnych muzeach, przy czym nie traktowano każdego z oddziałów muzealnych (jak w przypadku pozostałych e-usług) jako osobnej placówki. Takie podejście podyktowane było faktem tworzenia zbiorów cyfrowych dla muzeów bez podziału na poszczególne oddziały. Zbiory on-line na swoich stronach internetowych udostępnia 9 (23,7%) spośród 38 placówek. Wirtualnie zwiedzić można m.in. Kolekcję Lanckorońskich dostępną ze strony internetowej www.wawel.krakow.pl i obejmującą 87 obrazów przekazanych na Wawel w 1994 r. jako dar prof. Karoliny Lanckorońskiej. Muzeum Narodowe w ramach programu „Bliżej kultury. Cyfryzacja reprezentatywnych kolekcji jednego z najstarszych i największych muzeów w Polsce – Muzeum Narodowego w Krakowie dla e-kultury i e-edukacji” (dofinansowanego w ramach Funduszy Europejskich), uruchomiło platformę internetową pod adresem www.zbiory.mnk.pl, na której prezentuje swoje zasoby cyfrowe. Zbiory on-line udostępnia również m.in. Muzeum Historii Fotografii, Muzeum Etnograficzne, Muzeum Lotnictwa Polskiego, Muzeum Armii Krajowej im. gen. Emila Fieldorfa „Nila”.



Ryc. 2. Poziom dostępności wybranych e-usług w krakowskich muzeach wraz z oddziałami w zależności od organizatora muzeów

Źródło: opracowanie własne



Ryc. 3. Poziom dostępności zbiorów muzealnych w krakowskich muzeach

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

W niniejszym opracowaniu poddano analizie dostępność e-usług oferowanych w krakowskich muzeach. Z wyjątkiem e-usługi polegającej na udostępnianiu zbiorów muzealnych on-line, poszczególne oddziały rozpatrywano jako samodzielne placówki.

Przeprowadzona analiza wskazuje, że poziom poszczególnych e-usług nie jest wysoki i najczęściej sięga kilkunastu procent. Muzea, w których dostępne są e-usługi (nie we wszystkich obiektach te same) to muzea o najwyższej randze, takie jak Muzeum Narodowe, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa czy Zamek Królewski na Wawelu. Zdecydowanie niższy poziom rozwoju e-usług można zaobserwować w muzeach należących do tzw. sektora prywatnego.

Upowszechnienie się przenośnych urządzeń mobilnych stwarza ogromne możliwości wykorzystywania ich podczas zwiedzania muzeów. Dzięki różnym aplikacjom dedykowanym poszczególnym muzeom, placówki te mogą się stać się bardziej dostępne dla turystów młodego pokolenia, ale także turystów zagranicznych i osób z różnymi niepełnosprawnościami. Biorąc pod uwagę popularność Krakowa i jego oferty na światowym rynku turystyki należy się spodziewać, że w najbliższych latach poziom dostępu różnych e-usług będzie systematycznie się powiększał.

Literatura / References

- Chiabai, A., Platt, S., Strielkowski, W. (2014). Eliciting users' preferences for cultural heritage and tourism-related e-services: a tale of three European cities. *Tourism Economics*, 20(2), 263–277.
- Dąbrowska, A. (2008). Rozwój rynku usług w Polsce. Uwarunkowania i perspektywy. *Mono-graphie i Opracowania, Szkoła Główna Handlowa*, 548.
- Flis, R., Szut, J., Mazurek-Kucharska B., Kuciński J. (2009). *E-usługi – definicja i przykłady. Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe*. Warszawa: PARP. Pozyskano z <https://www.parp.gov.pl/>.
- Gontar B., Papińska-Kacperek J. (2012), E-Turystyka jako element koncepcji budowania inteligentnego miasta. *Studia Informatica*, 29.
- GUS (2020, 30 stycznia). Pozyskano z <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica#>
- Janoś-Kresło, M. (2010). Zachowania konsumentów na rynku e-kultury w wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej (wynik badań). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 608, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 15*, 205–218.
- Kasperska, E. (2015). Muzea jako produkt turystyczny. Implikacje wynikające z integracji Polski z Unią Europejską. *Handel Wewnętrzny*, 4, 88–99.
- Kultura w 2018, (2020, 30 stycznia). Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Krakowie. Warszawa, Kraków 2019. Pozyskano z <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2018-roku,20,2.html>
- Mazurek-Kusiak A. (2013). Marketingowe aspekty sprzedaży usług w Internecie na rynku czasu wolnego. *Handel Wewnętrzny – rynek, przedsiębiorstwo, konsumpcja, marketing*, 4, 125–136.
- Mitsche, N., Strielkowski, W. (2016). Tourism e-services and Jewish heritage: a case study of Prague. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(3), 203–211.
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A. M., Campillo-Alhama, C. (2019). ICT and the Sustainability of World Heritage Sites. Analysis of Senior Citizens' Use of Tourism Apps. *Sustainability*, 11(11), 3203.
- Ruch turystyczny w Krakowie w 2019 roku, (2020, 30 stycznia). Badania zrealizowane przez Małopolską Organizację Turystyczną dla Gminy Miejskiej Kraków, Wydział ds. Turystyki

Urzędu Miasta Krakowa. Pozyskano z <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/258711/karta>

- Szewczyk, A. (2014). Analiza usług elektronicznych branży rozrywkowej i działalności kulturalnej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica*, 35, 165–187.
- Szopiński, T. (2012). *E-konsument na rynku usług*. Warszawa: Wydawnictwa Fachowe CeDeWu.pl.
- Wolny, R. (2012). E-usługi jako przedmiot badań ekonomicznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 95, 77–89.
- Wolny, R. (2014). Rozwój rynku e-usług w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 353, 240–250.
- Wolny, R. (2015). Zachowania konsumentów z Francji, Polski, Rumunii i Słowacji na rynku e-usług. *Handel Wewnętrzny*, 6(359), 205–215.
- Wyszowska, I., Jędrusiak T. (2017). *Turystyka muzealna*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Zalasińska, K. (2013). *Muzea publiczne. Studium administracyjnoprawne*. Warszawa: Lexis Nexis Polska.

Notka biograficzna o autorze: Anna Kolasińska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Zainteresowania naukowe obejmują zagadnienia związane z turystycznym użytkowaniem cennych obszarów przyrodniczych, w szczególności wpływu turystów na parki narodowe, a także zagadnienia związane z turystyką kulturową w Krakowie.

Biographical note of author: Anna Kolasińska, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies Poland. Her research area includes the issues of the tourist use of valuable natural areas, in particular the impact of tourism on national parks, as well as issues related to cultural tourism in Krakow.

ORCID: 0000-0001-6990-0128

e-mail: anna.kolasinska@up.krakow.pl