

Streszczenie

Tytuł rozprawy: Gamifikacja w zarządzaniu atrakcją turystyczną

Mgr Agnieszka Miluniec

Celem głównym pracy było ustalenie czynników mających decydujący wpływ na powodzenie procesu implementacji gamifikacji na przykładzie projektu opracowania i wdrożenia zgamifikowanych elektronicznych przewodników dla zwiedzających przez pięć muzeów z obszaru południowego Bałtyku, oraz ustalenie, co instytucje turystyczne, muzea i atrakcje turystyczne mogłyby zrobić, aby czynniki sukcesu zmaterializowały się w stopniu jak największym, przyczyniając się do zwiększenia prawdopodobieństwa powodzenia tego rodzaju przedsięwzięć w przyszłości.

Celowi pracy podporządkowano postawione pytania badawcze:

1. Jakie występują różnice między realizacjami procesu wdrażania gamifikacji w różnych atrakcjach turystycznych?
2. Jakie czynniki najbardziej przyczyniają się do powodzenia procesu wdrażania gamifikacji w różnych atrakcjach turystycznych?

Celem praktycznym pracy było opracowanie listy rekomendacji dla instytucji turystycznych, muzeów i atrakcji turystycznych, na podstawie przeprowadzonych badań. Lista rekomendacji, dopasowana do poszczególnych etapów realizacji takich projektów ma na celu lepsze zarządzanie projektami implementacyjnymi i zwiększenie szans na ich pomyślne zakończenie oraz wspieranie środowiska turystycznego poprzez formalizację wiedzy na temat efektywnych strategii i najlepszych praktyk w zarządzaniu projektami implementacyjnymi gamifikacji.

W pracy, do obserwacji i badań, jako podmiot badań wybrano pięć muzeów bałtyckich z regionu południowego Bałtyku. Jako przedmiot badań wybrano projekty implementacji gamifikacji w tych atrakcjach turystycznych poprzez wdrożenie jej w e-przewodnikach dla zwiedzających. Elektroniczne przewodniki stają się komponentami cyfrowej oferty turystycznej i umożliwiają odkrywanie nowych miejsc oraz atrakcji w innowacyjny,

interaktywny sposób. Elementy gamifikacji dodatkowo potęgują zaangażowanie, zwiększają satysfakcję użytkowników i mogą być przenoszone na inne atrakcje turystyczne.

Zapewnienie sukcesu takich projektów to skomplikowane zadanie, które wymaga uwzględnienia wielu czynników. Na poziomie najbardziej podstawowym, e-przewodniki muszą być technologicznie zaawansowane, a jednocześnie łatwe w obsłudze, aby przyciągać jak największą liczbę różnych użytkowników i utrzymać ich zaangażowanie w intuicyjnej interakcji. Muszą także dostarczać wartościowych, atrakcyjnych informacji, adekwatnych do potrzeb i zainteresowań użytkowników. Elementy gamifikacji powinny być odpowiednio zaprojektowane, aby zachęcić użytkowników do długotrwałego korzystania z przewodnika.

Struktura pracy została podporządkowana jej celom. Praca, o łącznej objętości 245 stron, podzielona została na wstęp, siedem rozdziałów głównych i podsumowanie. We wstępie przedstawiono cel pracy, tło badawcze, pytania badawcze i metodologię przyjętą dla zbadania podjętej tematyki.

Rozdział 1 zawiera wprowadzenie do tematyki gier i gamifikacji wraz z definicją gamifikacji, omówieniem jej aspektów psychologicznych, historii rozwoju, a także elementów składowych.

Rozdział 2 omawia przykłady zastosowania gamifikacji w różnych obszarach, w tym w biznesie, edukacji, życiu publicznym, medycynie oraz turystyce. Rozdział zawiera również przedstawienie modelu Octalysis, krótki opis roli nowych technologii, w tym Internetu rzeczy i technologii noszonych. W dalszej części rozdziału zawarte zostały informacje o korzyściach płynących z wykorzystania gamifikacji oraz potencjalnych skutkach jej niewłaściwej implementacji.

Rozdział 3. Zarządzanie e-usługami, zawiera definicje usług i e-usług, zagadnienia zarządzania e-usługami, pojęcie serwicyzacji i opis rozwoju e-usług, z naciskiem na turystykę i walory turystyczne.

Rozdział 4. Konsorcjum BalticMuseums, BalticMuseums 2.0 Plus i BalticMuseums: Love IT! Rozdział rozpoczyna się od opisu wyzwań stojących przed

instytucjami turystycznymi na przykładzie muzeów jako jednostek zarządzających atrakcjami turystycznymi i ich roli w odniesieniu do działań społecznych i kulturalnych. W dalszej części opisana została historia powstania konsorcjum BalticMuseums i omówiono poszczególne projekty oraz powstałe w trakcie ich realizacji e-usługi.

Rozdział 5. Wybrane elementy procesu projektowania e-przewodników w projekcie BalticMuseums: Love IT! szczegółowo omawia proces projektowania e-przewodników, w tym wykorzystane w nim techniki i działania, takie jak: paper prototyping, Persona, hackathony. Przedstawiono tu również techniki zarządzania projektami informatycznymi i wybrane na podstawie analizy literatury czynniki sukcesu dla implementacji gamifikowanych e-przewodników.

Rozdział 6. Studia przypadków wybranych atrakcji turystycznych zawiera omówienie konkretnych przypadków wykorzystania gamifikacji w wybranych instytucjach turystycznych, w tym: Akwarium Gdyńskie, Centrum Nauki Eksperyment, Litewskie Muzeum Morza, Muzeum Malmo i NaturBornholm, których pracownicy tworzyli e-przewodniki w ramach projektu BalticMuseums: Love IT!, a eksperci uczestniczyli w badaniach, które prowadzono na potrzeby niniejszej pracy w kontekście zarządzania atrakcją turystyczną.

Rozdział 7. Zarządzanie wdrażaniem gamifikacji z perspektywy kadry zarządzającej koncentruje się na działaniach w procesie wdrażania gamifikacji, omawia wyniki badań przeprowadzonych wśród pracowników instytucji implementujących zgamifikowane e-przewodniki i prezentuje rekomendacje dla przyszłych projektów gamifikacji. W tym rozdziale przedstawiono część empiryczną pracy – opisano przygotowanie i przeprowadzenie badań, analizę wyników oraz rekomendacje dotyczące wdrażania gamifikacji w atrakcjach turystycznych.

Pracę kończy **podsumowanie**, w którym zebrano główne wnioski i implikacje płynące z przeprowadzonych badań.

Pracę zamyka bibliografia, netografia, spisy tabel i rysunków oraz załączniki, w tym kwestionariusz badawczy, a także streszczenie pracy w języku angielskim.

Przeprowadzone badanie pomogło zidentyfikować kluczowe czynniki, które wpływają na sukces w tworzeniu i wdrożeniu gamifikowanych e-przewodników, obejmujące aspekty treści, technologii, zrozumienia potrzeb użytkowników, zaangażowania zespołu, obecności partnerów, formuły projektu, testowania i iteracji oraz marketingu i promocji.

Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły na zrealizowanie celu praktycznego pracy i sformułowanie listy rekomendacji dla instytucji turystycznych, muzeów i atrakcji turystycznych, które zamierzają wdrażać projekty gamifikacyjne. Rekomendacje te pozwolą ułatwić zarządzanie takimi projektami i zwiększyć szanse na ich pomyślne zakończenie. Wyniki pracy mogą być wykorzystane przez instytucje turystyczne do planowania i realizacji projektów wdrażania gamifikacji. Mogą również pomóc w szkoleniu pracowników tych instytucji w zakresie projektowania i zarządzania takimi projektami. Co więcej, sformułowane rekomendacje mogą służyć jako podstawa do tworzenia polityki w tym zakresie przez organy zarządzające turystyką na różnych szczeblach.