



Turystyka drugiego obiegu

Wydawać by się mogło, że Internet jest wymarzonym medium branży turystycznej. Podobnie jak multimedia – pigułka, w której można bezboleśnie zamknąć wizytówkę atrakcji wszelkiej maści i bez umiaru aplikować ją każdemu. Jednak w obu tych przypadkach logika zawodzi.

Zapaleni internauci rozleniwieni promieniami słońca nie raz zapewne krążyli po Sieci, szukając informacji na temat celu ich wakacyjnych wojaży. Trzeba przyznać, że turystyka i wszystko, co się z nią wiąże jest tematem pokaźnej liczby stron WWW. Obok bogatej, świetnie zaprezentowanej oferty zamorskich biur podróży, przewodników turystycznych, własnych stron hoteli, pensjonatów i kempingów, w Internecie jest sporo miejsc poświęconych konkretnym regionom. Niektóre z nich żyją z turystyki, traktując Sieć jako antidotum na spadek obrotów i ucieczkę klientów skuszonych ofertą konkurencji; inne – śniące dopiero o krociowych zyskach czerpanych z turystyki – chcą po prostu zwrócić na siebie uwagę, wybić się z szarej masy i przekonać potencjalnych urlopowiczów do swoich zalet. Wiele serwisów przygotowano niezwykle profesjonalnie. Obok informacji typowo „geograficznych” (mapka fizyczna, klimat, temperatury itp.), historycznych i przyrodniczych, zawierają one dane niezbędne dla turystów. Pokazują co warto zobaczyć, gdzie się zatrzymać, co i gdzie zjeść, jak spędzić wolny czas.

Mapki, zdjęcia, trasy rowerowe, ważne adresy i telefony, rzetelne i dokładne opisy hoteli, restauracji, pól namiotowych, aktualne ceny – to wszystko pozwala „dograć” wakacyjne plany zanim zaczniemy się pakować. Wirtualnych biur podróży jest w Internecie niemało. Trudno jednak do nich dotrzeć w zalewie pseudoturystycznej „szmiry” stron skleconych naprędce przez początkujących internautów podnieconych udanym wyjazdem tu czy tam. Roześmiani „biwakowicze”, kilka średnio udanych amatorskich zdjęć, niezobowiązujący opis plus adresy serwerów turystycznych na świecie „udają” strony związane z turystyką.

Każdy, kto choć trochę poznał Sieć wie, że przygotowanie takich stron jest banalne. Znacznie trudniej zgromadzić wartościowe i wyczerpujące informacje: do tego trzeba zacięcia, siły woli i czasu. Nie mówiąc o umiejętnościach (zaprojektowanie i realizacja ciekawej strony to nie lada sztuka) i pieniądzach. Jednak wysiłek się opłaca. Dobra strona 3W warta jest każdych pieniędzy: użytkownik płaci przecież (i to nie zawsze) tylko za połączenie. Zaoszczędza czas, który musiałby przeznaczyć na

znalezienie odpowiednich informatorów i przewodników, dostając informację ad hoc i – co najważniejsze – za darmo. Korzyść jest zresztą obopólna. „Właściciel” strony zostaje zauważony, może dowiedzieć się, kim jest odwiedzająca go osoba i jakie są jej zainteresowania (stąd ankiety skierowane do Internautów), a nawet na miejscu ubić interes. Mało popularna u nas sprzedaż bezpośrednia święci w USA triumfy. Wystarczy obejrzeć program pokroju polsatowskiego TV Shopu lub wybrać coś z katalogu którejś z firm wysyłkowych: na telefon można kupić prawie wszystko. Dlaczego nie zaprząć do tego Internetu?

Pragmatyczny Amerykanin kontra nieufny Europejczyk

Sprzedaż usług turystycznych za pośrednictwem ogólnosięciowej Sieci jest w USA zjawiskiem dość powszechnym. Rezerwacja miejsc w hotelach, pensjonatach czy restauracjach via Internet nikogo nie zaskakuje. Dziwne byłoby raczej, gdyby podpięte do Sieci biura podróży, hotele i agencje turystyczne mając taką możliwość, nie skorzystały z niej. Nieograniczony czasowo kontakt z klientem, zgodnie z preferencjami którego można kształtować własną ofertę, jest dokładnie tym, o czym marzą żyjący z turystyki. Trudno się więc dziwić, że branża ta romansuje z Internetem i multimediami. Przewodniki sieciowe i na CD-ROM-ach, promocje regionów w WWW, kioski multimedialne poświęcone turystyce i podróżom utkane wszędzie, gdzie się da oraz globalne systemy rezerwacji – to przyczółki rozwoju rynku usług turystycznych.

Idea wirtualnych biur podróży powoli wchodzi w stadium realizacji. Choć ma ona ekonomiczne uzasadnienie (rezygnacja z licznych przedstawicielstw, dużej liczby personelu, infrastruktury itp. na rzecz cyfrowego pulpitu dowodzenia całym przedsiębiorstwem małej grupki operatorów i większej organizującej wypoczynek poza-wirtualny i – co najważniejsze – większe szanse dotarcia do klienta), wciąż budzi nieufność i obawy. Szczególnie w Europie. Im bowiem dalej na wschód, tym mniejsza tolerancja dla nowych technologii i większy brak zaufania do kontaktów drogą elektroniczną. Wydaje się, że siła tradycji i przyzwyczajenia do załatwiania interesów z ludzkim przedstawicielem biura podróży stanowi barierę nie do pokonania. Człowiek, który rekomenduje ofertę swego pra- ► 30

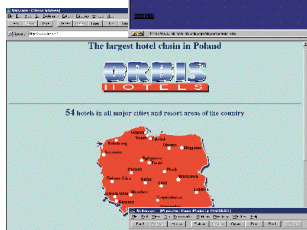
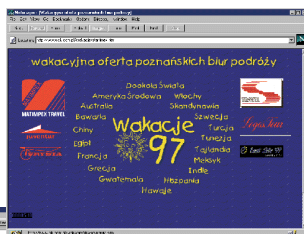
codawcy siłą własnej osoby jest w oczach klientów z naszego kręgu kulturowego wiarygodny; maszyna zaś uznawana jest podświadomie za omylną. Europejczyk jej nie wierzy i ma do tego prawo!

Podjeżdżany Internet

Brak zaufania do oferty pochodzącej z Internetu oraz przekonanie, że Sieć nie jest dobrym miejscem do robienia interesów zadecydowały o tym, że europejskie strony poświęcone podróżom mają mniej praktyczny charakter. Odgrywają one rolę wybitnie informacyjną. Przedstawiają (a więc i promują) ciekawe regiony, zakątki i miejsca: doradzają, jak do nich dojechać, gdzie się zatrzymać, na co zwrócić uwagę, co zwiedzić. Pokażna liczba stron WWW to również wizytówki hoteli i reklamówki biur podróży. Mało które z nich pozwalają zamówić pokój czy wczasy poprzez Internet (nie mówiąc już o promocji tego sposobu zawierania transakcji). Świadczący usługi turystyczne boją się nieuczciwości internautów nieskorych do realizacji zamówień lub ukrywających się pod fikcyjnymi adresami. Wciąż brak też pewnych standardów określających zasady zawierania umów via Internet. Strony WWW pozostają więc w większości przypadków słupami ogłoszeniowymi, z których można wyluskać interesujący nas adres lub numer telefonu. Użytkownicy komputerów sprawnie radzący sobie z krążeniem po Sieci, mogą uzyskać tą drogą cenne informacje wstępne. Nie będą one zbyt szczegółowe, ale od czegoś trzeba zacząć. Dozbrojeni wiadomościami z WWW bez problemu zaplanujemy wakacje, sprawdzimy, czy nasze biuro podróży jest zrzeszone w Polskiej Izbie Turystyki (gwarancja jakości), uzupełnimy wiedzę na temat miejscowości, do której się wybieramy. Możemy też bez kompleksów stanąć do rozmów z operatorem turystycznym wiedząc, co nas interesuje i zdając sobie sprawę, co jest już dziś możliwe, a co spośród szalonych planów urlopowych można między bajki włożyć.

Polska nieco z tyłu

Łatwość, z jaką informacja dostępna w Sieci może trafić w ręce każdego, kto jest w stanie zostawić pieniądze w tym, czy innym regionie świata, jest nie lada atutem dla wszystkich parających się turystyką. Szczególnie w kraju takim, jak Polska, gdzie baza turystyczna nigdy nie stała na wysokim poziomie, a zaplecze socjalne przybytków świadczących tego typu usługi wołało o pomstę do nieba. W toku przemian ustrojowych i społecznych, gdy część



Polskie biura podróży w Internecie: w większości amatorskie i oferujące niewielkie możliwości interakcji



ludzi utraciła pracę, turystyka może być jedną z pewniejszych metod gwarantujących napływ gotówki go kasy państwa i kieszeni obywateli. W warunkach ostrej konkurencji na zachodzie, gdy propozycje niezliczonych biur podróży niewiele się od siebie różnią, zwerbowanie nowego klienta jest nie lada sztuką. Polska jest mało znana i wciąż ma niewiele do zaoferowania przybyzom z zagranicy. Rynek turystyczny w naszym kraju dopiero się kształtuje, podobnie jak świadomość informatyczna i internetowa.

Wśród ponad 3000 polskich stron poświęconych podróżom są (podobnie jak w innych krajach europejskich) prywatne wynurzenia internautów, mniej lub bardziej udane wizytówki hoteli i biur podróży, serwisy regionalne oraz prezentacje popularnych regionów turystycznych. Nie brakuje też reklamówek miast i kurortów, a także opisów tras górskich wycieczek. Najwięcej stron tego typu znajduje się na serwerze Optimusa. Obecna zawartość tego serwera – odnośniki do różnych miejsc w kraju, wycieczki piesze, rowerowe i dla zmotoryzowanych, baza miejscowości (Walory krajoznawcze, Atrakcje turystyczne, Gdzie spać, Gdzie zjeść i wypić, Pełny opis) jest przedsmakiem tego, co może czekać turystę na wspomnianych stronach w niedalekiej przyszłości. Serwer potentata z Nowego Sącza udostępnia strony większych miast i małych miasteczek. Z chaosu publikowanych na nim danych można wyłowić informacje teleadresowe; brak tam jednak wirtualnych biur podróży (Orbis ma tylko monotonna, przeładowaną tekstem stronę reklamową). W tej przynajmniej dziedzinie nadążamy za Europą: jesteśmy tak samo nieufni jak ona. Optymizmem napawa fakt, że coraz więcej hoteli

daje możliwość zdalnej rezerwacji miejsc. 10 hoteli krakowskich („Forum”, „Elektor”, „Continental”, „Wanda”, „Cracovia”, oba „Piasty”, „Europejski”, „Pollella”, „Polonia” i „Dom Turysty”), zielonogórski „QBUS”, białostocki „Leśny”, leżący przy trasie Warszawa-Katowice „George” czy wreszcie gdański „Hevelius” i stołeczny „Sheraton” przyjmują rezerwację via e-mail. Dwa ostatnie dają zniżkę użytkownikom Sieci obierającym tę formę rezerwacji.

Nieopierzona polska turystyka zdaje się póki co badać Internet. Zdecydowana większość Polaków nie ma dostępu do Sieci, więc to, co się w niej aktualnie dzieje, ma na nich niewielki wpływ. Biura podróży odpoczywają po wysiłku oswojenia się z koniecznością korzystania z międzynarodowego systemu rezerwacji usług: na Internet jest według nich o wiele za wcześnie. Żadne z większych, bardziej znanych biur tego typu nie ma adresu e-mailowego. Z całą pewnością polska turystyka czeka na wzrost popularności i pewności usług sieciowych, posilując się, tymczasem, stertami mocno nieświeżych folderów. Trudno jednak zabronić ludziom korzystania z WWW i szukania atrakcyjnych ofert tam, gdzie już wiadomo, że od globalnej Sieci nie ma ucieczki...

Ewa Dziekańska

Turystyka w Sieci



Najważniejsze miejsca startowe

- **Optimus Net:** www.onet.pl:80/turystyk/
- **polska.pl:** polska.pl:80/turystyka/
- **Soho Online:** soho-online.com/ppi/turystyka/
- **Explore Poland:** www.explore-poland.pl/
- **Wirtualna Polska:** wp.cnt.pl/Biznes_i_Ekonomia/Firmy/Turystyka/
- **Media Net:** www.ternet.pl/turystyka/menu.htm

Ciekawsze przewodniki po Polsce:

- **Beskid Online:** www.beskidy.pol.pl/
- **Kaszubska łączka:** www.kaszub.top.pl/ekolaczka/
- **Na białostockich szlakach:** www.optinet.pl/szlaki/szlaki.htm
- **Przewodnik po Warmii Mazurach i Podlasiu:** www.optinet.pl/kraina/kraina.htm
- **Bieszczady:** free.polbox.pl/j/jarro/INDEX.HTML
- **Turystyczny przewodnik po opolszczyźnie:** www.po.opole.pl/country/
- **Tatrzański Park Narodowy:** www.cyf-kr.edu.pl/tpn/
- **Przewodnik po polskich plażach naturystów:** sokrates.umcs.lublin.pl/users/tgnw/naturyzm/polska/polska.htm

Uwaga!



Zestaw wybranych serwisów turystycznych opublikowaliśmy na CHIP CD 6/97 w dziale **Rozrywka i Turystyka**.