

Beata Meyer

Usługi informacji i poradnictwa w procesie obsługi ruchu turystycznego

Ekonomiczne Problemy Usług nr 60, 180-190

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

BEATA MEYER¹

USŁUGI INFORMACJI I PORADNICTWA W PROCESIE OBSŁUGI RUCHU TURYSTYCZNEGO

WSTĘP

Rozwój ruchu turystycznego jest zjawiskiem postępującym z różnym natężeniem od drugiej połowy XIX w. i od początku był ściśle związany ze zróżnicowanymi formami obsługi. Wraz ze zmianami zachodzącymi w światowym systemie społeczno-gospodarczym przekształceniom uległa także wielkość, struktura, charakter i rodzaj wyjazdów turystycznych, nowe zaś trendy pojawiające się w turystyce w sposób istotny wpływają na oczekiwania turystów w stosunku do proponowanych form obsługi. Jest to proces kompleksowy i zróżnicowany, obejmujący świadczenie szeregu usług o charakterze turystycznym i paraturystycznym. Wśród nich szczególne miejsce zajmują usługi informacji i poradnictwa, których świadczenie w początkowej fazie podróży turystycznej ma istotny wpływ na decyzje podejmowane przez turystów oraz ostateczną ocenę kompleksowej usługi turystycznej w postaci imprezy turystycznej. Celem pracy jest identyfikacja i ocena znaczenia usług informacji i poradnictwa w procesie obsługi ruchu turystycznego z punktu widzenia organizatorów turystyki i turystów.

NOWE TRENDY WE WSPÓŁCZESNYM RUCHU TURYSTYCZNYM

Ruch turystyczny jest definiowany jako ogół dobrowolnych, czasowych przemieszczeń przestrzennych poza miejsce stałego zamieszkania, podejmowanych dla realizacji celów rekreacyjnych, poznawczych, zdrowotnych i rozrywkowych². Od początkowego okresu migracji ludności poza miejsce stałego zamieszkania aż do XIX w. podróże turystyczne miały charakter elitarny, uczestniczyli w nich głównie ludzie należący do wąskiego kręgu arystokracji i ziemiaństwa. Zmiany społeczno-gospodarcze zapoczątkowane w XIX w. przyczyniły się do rozwoju ruchu turystycznego na szerszą skalę. Proces rozwoju został jednak zahamowany przez pierwszą wojnę światową, jednakże po jej zakończeniu ruch turystyczny zaczął rozwijać się bardzo dynamicznie, do czego w dużej mierze przyczyniło się stopniowe upowszechnienie posiadania samochodu i rozwój infrastruktury

¹ dr hab. prof. US Beata Meyer, Zakład Gospodarki Turystycznej i Uzdrawiskowej, Katedra Zarządzania Turystyką, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Uniwersytet Szczeciński

² *Kompendium wiedzy o turystyce*, red.G.Golemski, PWN, Warszawa-Poznań 2002, s.26.

drogowej. Rozwój turystyki postępował nie tylko w Europie, ale również w Ameryce Północnej i Łacińskiej oraz Azji³. Spowolnienie rozwoju ruchu turystycznego nastąpiło w związku ze światowym kryzysem gospodarczym w latach 1929–1933, kiedy równoległe z pogarszaniem się sytuacji gospodarczej malała liczba turystów. Jednak jeszcze przed drugą wojną światową nastąpił zauważalny wzrost liczby podróży turystycznych w niektórych krajach (Niemcy, Wielka Brytania i Związek Radziecki), gdzie zaczęto popierać rozwój tzw. turystyki socjalnej.

Lata drugiej wojny światowej oraz okres zaraz po jej zakończeniu nie sprzyjał realizacji celów turystycznych, stąd wielkość ruchu turystycznego była znikoma. Sytuacja zmieniła się dopiero w latach 50. XX w. Wielkość ruchu turystycznego zaczęła dynamicznie rosnąć, z ok. 25 mln podróży turystycznych na początku lat 50.⁴ do ponad 800 mln podróży turystycznych na początku XXI w.⁵ Główną cechą rozwoju ruchu turystycznego w okresie po drugiej wojnie światowej pozostaje rozwój turystyki o charakterze masowym. Konsekwencje masowego wzrostu liczby osób uczestniczących w podróżach turystycznych obejmują m.in.:

- a) wyjątkową koncentrację przestrzenną i czasową (pogłębiająca się sezonowość) ruchu turystycznego, dotyczącą zarówno regionów recepcji, jak i emisji ruchu turystycznego;
- b) dominację na rynku turystycznym niewielu dużych, silnych ekonomicznie przedsiębiorstw;
- c) monokulturę turystyczną regionów recepcji turystycznej i ich uzależnienie od obszarów emisji turystów;
- d) degradacyjny wpływ na środowisko przyrodnicze i antropogeniczne (w tym samych turystów).

Coraz wyraźniej zaznaczające się negatywne aspekty turystyki masowej w połączeniu ze wzrostem świadomości społecznej i zmianami dokonującymi się w stylu życia i (związany z nim) modelu wypoczynku spowodowały w latach 90. rozszerzenie grupy turystów preferujących turystykę alternatywną, rozumianą jako opozycja do turystyki masowej⁶. Turystyka alternatywna, chociaż jest szansą na minimalizację dysfunkcji turystyki masowej, nie jest alternatywą w sensie jej zastąpienia. Jest jedynie możliwością dla turysty, który może wybrać najbardziej odpowiadającą mu formę wyjazdu turystycznego. W ramach turystyki

³ A.Kowalczyk, *Geografia turystyki*, WN PWN, Warszawa 2000, s.68.

⁴ W.Gaworecki, *Turystyka.*, PWE, Warszawa 2006, s. 164

⁵ www.pot.gov.pl

⁶ Jej początki sięgają lat sześćdziesiątych, gdy powstała w USA kontrkultura hippisowska, której ideologia tworzyła także nowy styl podróžowania, omijający obszary masowo odwiedzane przez turystów, realizowany w małych grupach szukających bliskiego kontaktu z miejscową ludnością i kulturą

alternatywnej można wydzielić różne formy turystyki, np.: ekoturystyka, agroturystyka czy turystyka aktywna.

Nadrzędnym trendem we współczesnym ruchu turystycznym jest dążenie do jego rozwoju w zgodzie z koncepcją zrównoważonego rozwoju (ekorozwoju) zakładającą, że aktywność człowieka w środowisku zapewniająca rozwój społeczno-gospodarczy powinna jednocześnie gwarantować zachowanie ładu na płaszczyźnie ekologicznej, społecznej, gospodarczej i przestrzennej⁷. Na takim modelu ekorozwoju opiera się idea turystyki zrównoważonej, określanej inaczej mianem turystyki łagodnej, przyjaznej środowisku czy zgodnej z zasadami ekorozwoju. Jej podstawę stanowi osiągnięcie harmonii między potrzebami turystów, środowiska przyrodniczego i społeczności lokalnych. Turystyka zrównoważona obejmuje wszystkie formy rozwoju, zarządzania i aktywności turystycznej, które podtrzymują ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów, a także zachowuje dla przyszłych pokoleń w niezmienionym stanie zasoby naturalne i kulturowe tych obszarów.

Główne trendy pojawiające się w ostatnich latach w ruchu turystycznym wynikają przede wszystkim z:

1. Zmian zachodzących w preferowanym stylu życia współczesnego człowieka i związaną z tym modyfikacją potrzeb zgłaszanych przez osoby podróżujące oraz coraz większą liczbą osób uczestniczących w wyjazdach turystycznych.
2. Postępu technicznego we wszystkich dziedzinach życia, a szczególnie w zakresie technologii informatycznych oraz transportowych, co oddziałuje na poziom ich dostępności i cenę

Najistotniejsze zmiany we współczesnym ruchu turystycznym związane ze zmianą oczekiwań i preferencji turystów, znajdujące odzwierciedlenie w różnicowaniu i modyfikacji form jego obsługi obejmują:

1. Ciągły wzrost popytu na usługi turystyczne, który rośnie szybciej niż sam ruch turystyczny, a czasami mimo jego stagnacji lub nawet zmniejszania się.
2. Rozszerzanie tzw. demokracji wypoczynkowej oznaczającej uczestnictwo w wyjazdach turystycznych grup społecznych, które wcześniej (z różnych przyczyn: zdrowotnych, technologicznych, psychologicznych) nie brały w nich udziału, np.: grupa osób starszych, rodzin z bardzo małymi dziećmi czy osób niepełnosprawnych.
3. Zastępowanie typowego produktu turystycznego $3 \times S$ (*sun, sea, sand*) przez $3 \times E$ (*entertainment, excitement, education*) lub ich łączenie w ramach jednej imprezy turystycznej.
4. Coraz wyraźniejszą polaryzację upodobań turystów, gdyż równie szybko będzie rosła liczba turystów żądających coraz wyższego komfortu (rozwój turystyki biznesowej, motywacyjnej), jak i osób chcących przeżyć

⁷ *Obsługa ruchu turystycznego*, red.B.Meyer, WN PWN, Warszawa 2006, s. 21.

niepowtarzalne sytuacje i poznać nieznaną im kulturę (turystyka alternatywna, ekstremalna).

W procesie obsługi ruchu turystycznego konsekwencją zaprezentowanych trendów jest stały wzrost zapotrzebowania na usługi turystyczne oraz coraz większe ich zróżnicowanie. Masowość ruchu turystycznego jest czynnikiem determinującym formy i sposoby jego obsługi, ulegające coraz większej koncentracji w czasie i przestrzeni. Nasilające się zaś zapotrzebowanie turystów na obsługę (jej zakres, zróżnicowanie i jakość) sprawia, że formy obsługi muszą ulegać stałej modyfikacji i doskonaleniu.

PROCES OBSŁUGI RUCHU TURYSTYCZNEGO

Obsługa ruchu turystycznego obejmuje wszelkie formy świadczeń na rzecz turystów, realizowane przez jednostki gospodarcze w formie usług, przed i podczas trwania wyjazdu turystycznego (sporadycznie może dotyczyć to również okresu po powrocie). Wielość i zróżnicowanie usług świadczonych turystom wynika z faktu, iż mają one na celu zaspokajanie potrzeb nie tylko o charakterze turystycznym, ale wszystkich pojawiających się w trakcie wyjazdu turystycznego (są to np. potrzeby bytowe lub wynikające z trybu życia turystów)⁸.

Pierwsze formy obsługi ruchu turystycznego pojawiły się wraz z podróżami podejmowanymi w celach turystycznych. Wyjeżdżający potrzebowali wówczas co najmniej informacji na temat: regionu, do którego się udawali (i możliwości odbycia takiej podróży), środków transportu, noclegu, wyżywienia, przewodnika w obszarach docelowych (lub towarzyszącego im podczas trwania całej podróży). W początkowym okresie rozwoju ruchu turystycznego większość tych usług była nabywana przez turystów bezpośrednio u świadczeniodawców, rzadko spotykaną formą było wykorzystanie w tym celu pośredników. Bardzo szybko pojawiły się jednak instytucjonalne formy obsługi ruchu turystycznego, które zapewniają turystom coraz bardziej kompleksową obsługę. W tym samym czasie powstawały organizacje i stowarzyszenia turystyczne, które realizowały (między innymi) cele krajoznawcze, zrzeszały osoby dysponujące wiedzą o określonych regionach i świadczyły usługi przewodnickie (np. Towarzystwo Tatrzańskie założone w 1873 r., Polskie Towarzystwo Krajoznawcze założone w 1906 r. czy British Alpin Club powstały w 1857 r.).

Wraz z rozwojem i zmianami zachodzącymi w ruchu turystycznym ewolucji ulegały również formy jego obsługi (np. pojawiły się usługi pilotażu, zmienił się zakres i charakter usług transportowych). Dynamiczny wzrost liczby oraz zróżnicowania usług świadczonych turystom przypada na okres rozwoju turystyki masowej (lata 70. XX w.) i tendencja ta ma charakter stały. Współcześnie

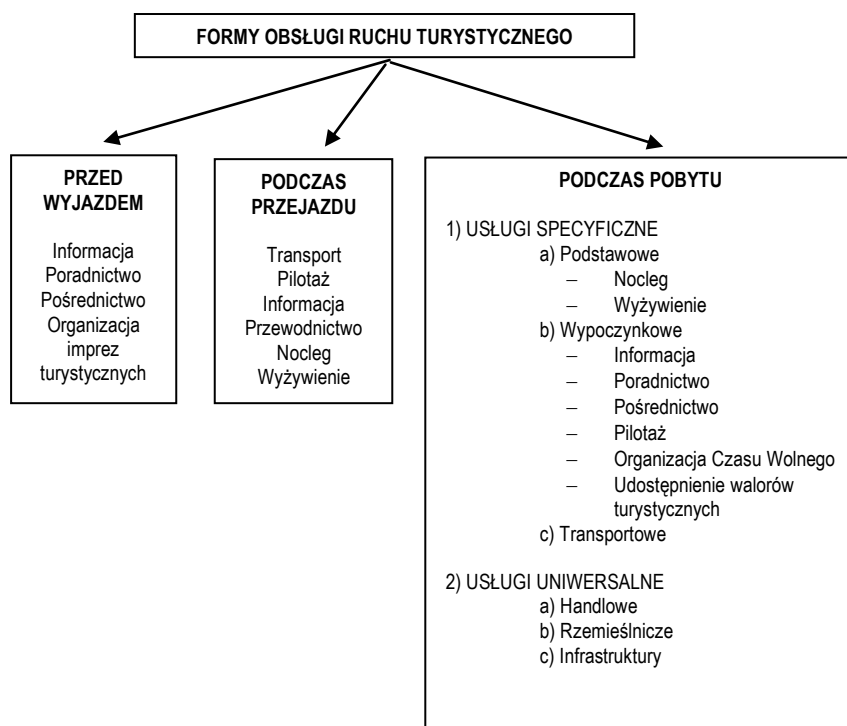
⁸ *Współczesna ekonomika usług*, red. S. Flejterski, A. Panasiuk, J. Perenc, G. Rosa, WN PWN, Warszawa 2005, s. 271.

wyraźnie widoczne jest zwiększanie liczby usług składających się na kompletną obsługę turysty.

W ramach obsługi ruchu turystycznego można wyróżnić grupę usług specyficznych⁹, świadczonych w związku z wyjazdem turystycznym, obejmujących: informację, poradnictwo, pośrednictwo, organizację imprez turystycznych, nocleg, wyżywienie, transport, pilotaż, przewodnictwo, udostępnienie walorów turystycznych, organizację czasu wolnego oraz szeroko rozumiane usługi uniwersalne (komplementarne) zaspokajające codzienne potrzeby turystów przeniesione z ich codziennego życia do miejsca czasowego pobytu (rysunek 1).

Rysunek 1

Formy obsługi ruchu turystycznego



Źródło: opracowanie własne.

⁹ *Turystyka. Zarys wykładu*, red. A.Panasiuk, Fundacja Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2001, s.158.

Celem działań podejmowanych w ramach całego procesu obsługi turysty podczas szeroko rozumianej podróży (obejmującej okres zarówno przed wyjazdem, jak i po powrocie) jest zapewnienie kompleksowej organizacji wyjazdu turystycznego (dopasowanej do indywidualnych potrzeb turysty) oraz sprawny przebieg podróży turystycznej obejmujący właściwą (zgodną z programem i oczekiwaniami turystów) realizację świadczeń. Z punktu widzenia turysty podstawowe funkcje sektora obsługi ruchu turystycznego obejmują: umożliwienie korzystania z walorów turystycznych, zaspokojenie potrzeb turystycznych i bytowych oraz edukację krajoznawczą.

Podczas pierwszego etapu podróży turystycznej (przygotowanie)¹⁰, który decyduje o zaistnieniu i przebiegu podróży turystycznej, pojawiają się usługi świadczone w miejscu zamieszkania turystów. Są to usługi informacji, poradnictwa, pośrednictwa oraz organizacji imprez turystycznych. Na tym etapie potencjalny turysta podejmuje decyzje związane z wyborem charakteru, rodzaju oraz terminu podróży turystycznej, których wynikiem jest wybór określonej imprezy turystycznej i jej zakup. Usługa organizacji imprez turystycznych, obejmująca ogół czynności niezbędnych do przygotowania, oferowania i realizacji podróży turystycznej, jest usługą o charakterze kompleksowym skierowaną do pewnej grupy odbiorców (z wyłączeniem imprez zleconych, realizowanych na zamówienie klienta). Charakter podejmowanych działań jest uzależniony od rodzaju organizowanej imprezy, efektem zaś jest gotowa impreza turystyczna i jej realizacja. Usługa pośrednictwa polega na stworzeniu kontaktu handlowego pomiędzy producentami a nabywcami usług turystycznych, może dotyczyć zarówno indywidualnych turystów zgłaszających wybiórcze zapotrzebowanie na określone usługi, jak też usług tworzących imprezę turystyczną skierowaną do wolnej sprzedaży. Usługi informacji i poradnictwa mają charakter indywidualny, świadczy się je konkretnym osobom.

Podczas przejazdu do miejsca docelowego (i z powrotem do miejsca stałego zamieszkania) podstawowe formy obsługi ruchu turystycznego obejmują: transport, opiekę pilota i/lub przewodnika oraz świadczenie informacji turystycznej. Dodatkowymi formami obsługi uwarunkowanymi długością trwania podróży mogą być usługi noclegowe i gastronomiczne.

Najwięcej form obsługi ruchu turystycznego pojawia się na etapie pobytu turystów w miejscu recepcji turystycznej. W tej fazie podstawowe formy obsługi obejmują usługi noclegowe i gastronomiczne, opiekę pilota rezydenta i przewodnika, transport oraz udostępnienie walorów turystycznych. Dodatkowo pojawia się także zapotrzebowanie na usługi informacji, poradnictwa i pośrednictwa oraz usługi o charakterze uniwersalnym (paraturystycznym), takie

¹⁰ W realizacji podróży turystycznej wyróżnia się pięć etapów: przygotowanie, przejazd do miejsca docelowego, pobyt, przejazd do miejsca stałego zamieszkania, powrót, S. Wodejko, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa, Warszawa 1998, s. 92*

jak np. usługi: poczty i telekomunikacji, bankowe, służby zdrowia czy handel. Istotne znaczenie mają również usługi związane z zagospodarowaniem czasu wolnego obejmujące usługi kin, bibliotek, teatrów, dyskotek, sal wystawowych i inne.

W obsłudze ruchu turystycznego podstawowe znaczenie mają cztery pierwsze etapy podróży turystycznej, gdyż występuje tu większość możliwych form obsługi. Jednakże duże wpływy etapu podsumowania na kształtowanie opinii i doświadczenia turystów, a w konsekwencji na ich przyszłe decyzje nabywcze powoduje, że powstają nowe formy obsługi, które wychodzą naprzeciw oczekiwaniom turystów. Ich zdefiniowanie i kompleksowe przedstawienie nie jest możliwe ze względu na subiektywny charakter tego etapu podróży turystycznej i częsty brak bezpośredniego kontaktu turystów z pracownikami biura. Możliwa jest jednak organizacja spotkania towarzyskiego dla uczestników imprezy, połączonego z prezentacją slajdów, zdjęć i filmów dotyczących zakończonej imprezy. Podczas takiego spotkania może nastąpić podsumowanie imprezy, przedstawienie opinii, a także prezentacja nowych produktów turystycznych organizatora.

USŁUGI INFORMACJI I PORADNICTWA

Przed podjęciem ostatecznej decyzji o wyjeździe turystycznym najistotniejsze znaczenie mają usługi informacji i poradnictwa, które trudno rozdzielić, gdyż najczęściej występują łącznie i są świadczone przez jedną osobę. Usługi informacji i pośrednictwa są związane nie tylko z etapem przygotowania, ale pojawiają się właściwie podczas całej podróży turystycznej.

W ogólnym ujęciu informacja to treść wiadomości przekazywanej od nadawcy do odbiorcy, wyrażona w odpowiednim języku lub kodzie. Można ją przenosić w czasie (zapamiętywanie) i przestrzeni (przesyłanie, przekazywanie, komunikowanie), a jednym z jej zadań jest porządkowanie systemu, do którego się odnosi. W sytuacji gdy przekazywane wiadomości nie przynoszą odbiorcy żadnych korzyści, są one traktowane nie jako informacje, a jedynie jako „szum informacyjny”. Informacja towarzyszy wszelkim przejawom życia codziennego, w tym turystyce.

Informacja turystyczna¹¹ obejmuje przekaz informacji oraz zespół działań przyczyniających się do sprawnego przemieszczania się turystów w czasie i przestrzeni, ułatwiających optymalne wykorzystanie poznawczych i wypoczynkowych walorów turystycznych, a także bazy oraz usług turystycznych

¹¹ W szerszym ujęciu informacja turystyczna jest definiowana jako: a) uporządkowany zbiór danych służących organizatorom i konsumentom usług turystycznych, b) system obejmujący sieć centrów i punktów informacji turystycznej, c) metodologia gromadzenia, przetwarzania, weryfikowania i udostępniania danych, *Polski System Informacji Turystycznej*, POT, Warszawa 2002, s. 4.

i paraturystycznych¹². Informacja turystyczna występuje na wszystkich etapach podróży turystycznej, ale różny jest jej rodzaj, zakres, forma i stopień niezbędności. Potencjalny turysta wymaga informacji już w czasie uściślenia swoich planów wyjazdowych (dotyczy ona m.in.: terminów, rodzajów i cen oferowanych imprez turystycznych), podczas przygotowania do konkretnej podróży (m.in.: informacje o walorach turystycznych, miejscowych warunkach, potrzebnych dokumentach, terminach wyjazdów) oraz podczas trwania samej podróży (m.in.: informacja krajoznawcza, organizacyjna).

W fazie przygotowania do podróży turystycznej informacja ma wyjątkowe znaczenie, ponieważ może być czynnikiem decydującym o rodzaju, terminie i charakterze wybranej przez turystę podróży. Potencjalny turysta potrzebuje głównie informacji o możliwości nabycia dóbr i usług potrzebnych przed i w czasie podróży (takich jak: nocleg, wyżywienie, transport, dokumenty podróży, miejscowa waluta), charakterze walorów turystycznych w wybranym regionie oraz ich dostępności (w tym komunikacyjnej). Informacje te są dostępne w formie:

1. wydawniczej, obejmującej: katalogi, przewodniki, foldery, mapy, poradniki, literaturę specjalistyczną, encyklopedie;
2. medialnej: telewizja, prasa, radio, Internet (np. portale turystyczne, komputerowe systemy informacji turystycznej)¹³;
3. osobowej, którą świadczą pracownicy biur podróży, punktów informacji turystycznej, piloci, przewodnicy, piloci rezydenci, znajomi. Osoby świadczące informację turystyczną w sposób zawodowy, poza wszechstronną wiedzą i dużym zasobem wiadomości na temat proponowanych usług, powinny posiadać także łatwość nawiązywania kontaktów z ludźmi, umiejętność precyzyjnego przekazywania informacji i udzielania rzeczowych odpowiedzi na zadane pytania.

Udzielając informacji turystom, należy zwrócić uwagę, że zakres posiadanej przez nich informacji jest dość zróżnicowany, ale w podstawowej części opiera się na informacjach:

- a) zapamiętanych podczas nauki w szkole,
- b) bieżących uzyskiwanych poprzez media (telewizja, prasa, radio, Internet),
- c) zasłyszanych od rodziny i znajomych.

Profesjonalna informacja powinna być: rzeczowa, jasno sformułowana, pełna (tzn. nie może pomijać niekorzystnych faktów), aktualna oraz zróżnicowana w zależności od odbiorcy. Sposób prezentacji w każdym przypadku powinien być obrazowy i łatwo przyswajalny, ale objętość, stopień szczegółowości i rodzaj informacji musi być dostosowany do odbiorcy. Innych informacji (nawet

¹² I.Merski, *Informacja turystyczna*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002, s.12.

¹³ Funkcję informacyjną pełni także reklama, będąca często częścią informacji medialnej czy wydawniczej, a czasami także osobowej.

o walorach turystycznych) oczekują ludzie z różnych grup wiekowych, społecznych i ekonomicznych. Dodatkowo różnicuje odbiorców poziom ich wiedzy oraz zainteresowania, często grupa kulturowa, do której należą, lub położenie geograficzne, gdyż różne nacje mają różne zainteresowania, poziom wiedzy i oczekiwania w stosunku do poszczególnych regionów (na przykład innych informacji o Polsce oczekują najbliżsi sąsiedzi, a innych mieszkańcy Australii).

Podczas podróży turystycznej ulega zmianie charakter informacji turystycznej: przed wyjazdem jest to przede wszystkim informacja funkcjonalna, później dominuje informacja przypominająca i krajoznawcza. Informacja funkcjonalna dotyczy podstawowych aspektów podróży turystycznej, takich jak: czas i miejsce wyjazdu, rodzaj środka transportu, długość trwania podróży, miejsce zakwaterowania, liczba noclegów itp. Informacja przypominająca dotyczy faktów zawartych w informacji funkcjonalnej, których stałe przypomnianie ma zapewnić uczestnikom jak najlepszą orientację w realizacji imprezy oraz jej prawidłowy przebieg. Informacja krajoznawcza ma na celu przekazanie wiedzy na temat walorów turystycznych regionu docelowego oraz obszarów leżących na trasie podróży. Informację funkcjonalną, przypominającą i krajoznawczą świadczą przede wszystkim piloci (z przewagą informacji funkcjonalnej i przypominającej) i przewodnicy (z przewagą informacji krajoznawczej). Od sposobu świadczenia usługi informacji na etapie przejazdu i pobytu zależy w dużej mierze ocena przez turystów realizacji imprezy. Brak (bądź udzielenie błędnej) informacji o charakterze funkcjonalnym może stać się przyczyną zaburzeń w realizacji programu imprezy (łącznie z wyłączeniem z programu pewnych elementów). Niekompetentne udzielanie informacji krajoznawczej (niekompletne, nudne) może natomiast przyczynić się do powstania błędnego obrazu recepcji turystycznej wśród turystów, spowodować zniechęcenie do realizacji programu, a co za tym idzie, obniżyć ostateczną ocenę imprezy przez turystów. W fazie podsumowania podróży turystycznej informacje udzielane turystom mają charakter reklamy – mogą być to informacje dotyczące nowych imprez organizowanych przez biuro lub informacje o charakterze formalnym, dotyczące np. warunków złożenia reklamacji.

Poradnictwo to pomoc w wyborze najlepszego (z punktu widzenia potencjalnego turysty) wariantu podróży turystycznej, co do terminu, charakteru, miejsca, rodzaju, ceny i pozostałych elementów¹⁴. Jest to ważna forma obsługi, gdyż leży u podstaw zadowolenia turysty ze zrealizowanego wyjazdu turystycznego. Podstawową trudnością poradnictwa jest zidentyfikowanie potrzeb i preferencji potencjalnego turysty, który w większości przypadków (60% w przypadku podróży krajowych i 75% zagranicznych) nie wie nie tylko, dokąd chciałby pojechać, ale także jaki sposób spędzenia wolnego czasu najbardziej by

¹⁴ *Obsługa...*, op.cit., s.40.

mu odpowiadał (plażowanie, zwiedzanie, aktywny wypoczynek, nabywanie nowych umiejętności). Często potencjalni turyści nie zdają sobie sprawy, że poza ograniczeniami o charakterze finansowym (których najczęściej są świadomi) podlegają innym ograniczeniom: zdrowotnym, wiekowym, mentalnym, które sprawiają, że część podróży turystycznych nie jest dla nich odpowiednia i nawet jeśli bardzo im zależy na takim, a nie innym rodzaju (terminie, charakterze i in.) wyjazdu, nie przyniesie on im oczekiwanej satysfakcji. Ponadto potencjalni turyści na ogół nie zdają sobie sprawy, że istnieją pewne rodzaje imprez turystycznych, którymi byłiby zainteresowani, czy też że możliwa jest podróż w obszary (w ich mniemaniu) niedostępne. W większości przypadków rola osoby doradzającej (pracownika biura turystycznego) nie może ograniczać się do przyjęcia gotowego zamówienia na podróż turystyczną, ale powinna polegać na pomocy w dokonywaniu jakościowego i ilościowego wyboru takich usług, które zapewnią optymalne zaspokojenie potrzeb i oczekiwań potencjalnego turysty. Efektem końcowym usługi poradnictwa powinno być przekonanie klienta, że po konsultacji z pracownikiem biura jest w stanie precyzyjnie określić, jaki sposób spędzenia czasu (w tym momencie) odpowiada mu najbardziej. Dokonanie optymalnego (z punktu widzenia klienta, jego potrzeb, wyobrażeń i możliwości) wyboru pakietu usług, rodzaju imprezy czy też pojedynczych świadczeń pozostaje w ścisłym związku z usługą pośrednictwa. Usługa poradnictwa najistotniejszą rolę spełnia na etapie przygotowania do imprezy turystycznej, ale może (i powinna) być świadczona także podczas pozostałych etapów podróży. Może wówczas dotyczyć np. wyboru imprez fakultatywnych (lub całkowitej rezygnacji z nich).

Usługi informacji i poradnictwa pełnią szczególną funkcję na etapie przygotowania podróży turystycznej. Przekazane wówczas informacje mają kluczowe znaczenie w wyborze określonego rodzaju, terminu, charakteru oraz miejsca docelowego imprezy. W połączeniu z właściwym rozpoznaniem oczekiwań turysty (co do preferowanego sposobu spędzania wolnego czasu, długości trwania wyjazdu i jego ceny, jakości oferowanych usług) powinno doprowadzić do wyboru przez turystę imprezy turystycznej najlepiej odpowiadającej jego oczekiwaniom. Nietrafny wybór któregokolwiek z parametrów podróży może spowodować negatywną ocenę i niezadowolenie turysty z obiektywnie dobrze zorganizowanego wyjazdu.

Zaprezentowane usługi poza spełnianiem przypisanych im funkcji podstawowych pełnią także, nie mniej ważne, funkcje dodatkowe. Podczas całego procesu mającego na celu wybór indywidualnej podróży turystycznej, obejmującego świadczenie usług informacji, poradnictwa i pośrednictwa, istnieją możliwości popularyzacji mniej znanych regionów i miejscowości turystycznych, a także kreowania popytu na określone elementy poznawcze, krajoznawcze, edukacyjne czy zdrowotne (poprzez odpowiednią konstrukcję pakietów). Dzięki właściwym działaniom można także zapewnić prawidłowe rozmieszczenie ruchu turystycznego w stosunku do możliwości recepcyjnych obszarów.

PODSUMOWANIE

Zmiany w światowym ruchu turystycznym, związane zarówno ze wzrostem liczby osób uczestniczących w wyjazdach turystycznych, jak też ich nowymi preferencjami (wynikającymi z nowych trendów we współczesnej turystyce), przyczyniają się do modyfikacji i stałego rozwoju form obsługi ruchu turystycznego. Wśród nich istotne miejsce zajmują usługi informacji i poradnictwa, których znaczenie jest szczególnie duże w początkowym etapie podróży turystycznej. Ich świadczenie ma bowiem kluczowy wpływ na decyzje podejmowane przez turystów dotyczące charakteru, rodzaju i terminu wyjazdu. Wybór imprezy zgodny z indywidualnymi preferencjami turystów stanowi podstawę do zadowolenia z jej późniejszej realizacji. Przyczynia się to w sposób bezpośredni do pozytywnej oceny organizatora imprezy, przynosząc mu korzyści w postaci stałych klientów, którzy rozpowszechniając dobrą opinię o organizacji imprezy, przyczyniają się do tworzenia pożądanego wizerunku biura.

SUMMARY

THE INFORMATION AND COUNSELLINGS SERVICES OF THE TOURIST MOVEMENTS PROCESS

The increasing number of tourists is an apparition which has been proceeding with varying intensity since the second half of the nineteenth century. From the very beginning it was connected to various forms of supporting services. Along with the changes in the global socio-economic system the size, structure, character and type of tourism journeys were also transformed, and the new trends in tourism significantly influence tourists' expectations towards services provided to them. Among the services information and counseling occupy an important position. Their importance is significant especially in the first stage of tourism journey, as then they influence tourists' decisions on the character, type and term of the journey. Choosing a tourism product that is consistent with the individual preferences of tourists is essential to their satisfaction. This directly influences the tourism company, which benefits include regular patrons that disseminate positive image of a given company.

Translated by Beata Meyer