

MAŁGORZATA LUC

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Polska ■ Jagiellonian University in Cracow, Poland

MAGDALENA TEJWAN-BOPP, CLEMENS BOPP

E-Tourism Native Open Services (ETNOS), Norymberga, Niemcy ■ E-Tourism Native Open Services (ETNOS)
Nürnberg, Germany

JACEK B. SZMAŃDA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

E-turystyka natywna szansą rozwoju przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnych

Native E-tourism as an Opportunity for Development of Entrepreneurship in Local Communities

Streszczenie: Turystyka natywna jako indywidualna, niesformalizowana i niezinstytucjonalizowana forma zwiedzania świata należy do grupy współczesnych nurtów rozwoju turystyki, takich jak turystyka zrównoważona, etniczna czy turystyka powolna. Ten rodzaj uprawiania turystyki ma m.in. za zadanie wspieranie rozwoju gospodarczego lokalnych społeczności i nawiązuje do polityki pro-poor turystyki. Przydatnym narzędziami dla obsługi turystyki natywnej są narzędzia informatyczne powszechnie wykorzystywane w e-turystyce. Połączenie założeń stosowanych w turystyce natywnej i narzędzi wykorzystywanych w e-turystyce może stać się podstawą dla opracowania internetowych systemów informacji w zakresie e-turystyki natywnej. Pozwoliłyby one na zaspokojenie potrzeb i rozwój zainteresowań wyspecjalizowanych turystów indywidualnych i ułatwiłyby rozpowszechnienie ofert lokalnych dostawców różnego typu, niszowych usług turystycznych. Celem artykułu jest oparta na studium przypadku charakterystyka idei e-turystyki natywnej i jej relacji do innych form turystyki zrównoważonej. Ponadto autorzy przedstawili zasady funkcjonowania portalu ETNOS – jednego z portali internetowych pionierskich w zakresie e-turystyki natywnej, który umożliwi m.in. rozpowszechnienie tej nie nowej, lecz istotnie zmodyfikowanej propozycji turystyki.

Abstract: Native tourism as an individual and non-institutionalized, non-formalized form of exploring the world belongs to the modern trends of tourism development, including sustainable tourism, ethnic tourism or slow tourism. This type of tourism has, among other things, designed to promote the economic development of local communities and refers to the policy of pro-poor tourism. Tools commonly used in e-tourism became also useful for native tourist services. The combination of these two trends in tourism: native tourism and e-tourism, may become the basis for the development of online information systems within native e-tourism. Such systems, from their nature, could help in the realization of individual and qualified tourists' needs and interests as well as in facilitating the dissemination of offers by local suppliers of various, niche types of tourist services. The article is a key study and describes the concept of the Native E-Tourism and its relation to other forms of sustainable tourism. It also shows principles of the ETNOS portal – one of the pioneer Internet portals in native e-tourism that helps in diffusion of a not new but modified concept in tourism.

Słowa kluczowe: e-turystyka; portal internetowy; społeczności lokalne; turystyka natywna, turystyka zrównoważona

Key words: e-tourism; internet portal; local communities; native tourism; sustainable tourism

Otrzymano: 2 grudnia 2015

Received: 2 December 2015

Zaakceptowano: 9 marca 2016

Accepted: 9 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Luc, M., Tejwan-Bopp, M., Bopp, K., Szmańda, J.B. (2016). E-turystyka natywna szansą rozwoju przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 245–255.

Wstęp

Współczesna turystyka jako jedna z najprężniej rozwijających się dziedzin gospodarki światowej ulega ciągłym zmianom zależnym od potrzeb użytkowników, które ukierunkowane są zgodnie z aktualnie panującymi trendami społecznymi. Jednym z takich trendów jest wzrost zainteresowania indywidualną turystyką kwalifikowaną, rozwijającą się w postaci różnych form, w tym formy: krajoznawczej, sportowej, kulturowej, etnicznej, alternatywnej, zdrowotnej, biznesowej, edukacyjnej, religijnej czy pielgrzymkowej oraz eco- i agroturystyki. Dzieje się tak, gdyż w ciągu ostatniej dekady nastąpiła rewolucja w sposobie spędzania wolnego czasu i planowania podróży. Rewolucja ta, według Lubowieckiego-Vikuk i Paczyńskiej-Jędryckiej (2010) wynika m.in. ze: 1. wzrostu gospodarczego i towarzyszącego mu podnoszenia się poziomu życia; 2. zmiany stylu życia i jego jakości polegającej na zwiększeniu się mobilności społeczeństwa; 3. wzrostu liczby osób samotnych (tzw. singli); 4. zwiększenia się liczby osób posiadających wszechstronne wykształcenie i – co się z tym wiąże – świadomości ekologiczną, również determinującą wybór formy spędzania wakacji. Turysta świadom negatywnych efektów globalizacji dąży do harmonii, czyli takich form spędzania wolnego czasu, które dadzą mu satysfakcję i możliwości samorealizacji w zakresie idei rozwoju zrównoważonego i proekologicznej natury.

Indywidualna turystyka kwalifikowana wiąże się także z osobistymi umiejętnościami, wiedzą i przygotowaniem, które musi posiadać turysta, oraz z zaspakajaniem jego potrzeb poznawczych, potrzeb rozwoju, odnowy sił psychicznych oraz fizycznych (Gaworecki, 1982). Przyjmuje się, że uprawianie każdej z form turystyki kwalifikowanej polega na pokonywaniu przestrzeni z większym wysiłkiem fizycznym, co wymaga lepszego przygotowania niż w przypadku turysty masowego. Od turysty indywidualnego, kwalifikowanego, oczekuje się również umiejętności organizacyjnych i posługiwania się specjalistycznym sprzętem turystycznym, posiadania takiego zasobu wiedzy ogólnej, który umożliwi mu dużą samodzielność, niezależność i zapewni bezpieczeństwo (Ostrowski, 1968). Według klasyfikacji Cohena (1972), turystę kwalifikowanego można zaliczyć zarówno do grupy turystyki zinstytucjonalizowanej – indywidualnych turystów masowych (*individual mass tourists*), jak i do grupy turystyki niezinstytucjonalizowanej. Ponieważ przedmiotem tej publikacji jest turystyka natywna, której miłośnicy uprawiają turystykę ze znanstwem i zamiłowaniem, przestrzegają proekologicznych norm zachowania, szanują kulturę lokalną, łączą aktywność z wszechstronnym poznaniem odwiedzanego regionu (Łobożewicz, Bińczyk, 2001), informacje zawarte w artykule

są skierowane do turystów niezinstytucjonalizowanych. Nawiązując do typologii Cohena, turysta taki to odkrywca (*explorer*) albo – bardziej – skrajnie dryfujący (*drifter*), charakteryzujący się poszukiwaniem nowości oraz gotowością do rezygnacji z części nawyków czy wygod.

W rozważaniach nad miejscem turystyki natywnej w turystyce zrównoważonej należy również zauważyć, że turystyka niezinstytucjonalizowana nie wywiera tak znacznego wpływu na środowisko i kulturę krajów przyjmujących turystów, jak turystyka zinstytucjonalizowana. Wydaje się więc stosowne, by właśnie z niezinstytucjonalizowanej turystyki kwalifikowanej (odkrywców lub drifterów) wyodrębnić turystę natywnego.

W rozważaniach nad ideologią współczesnej turystyki kolejny ważny aspekt stanowi problematyka wykorzystywanych w niej narzędzi. Umasowienie pod koniec XX wieku technologii informatycznych, głównie Internetu, stało się podstawą do wykształcenia e-turystyki (Pawlicz, 2012). Stanowi ona odzwierciedlenie procesów turystycznych w formie cyfrowej, polegającej głównie na przepływie informacji (Buhalis, 2003) i jest doskonałym narzędziem obsługi turystycznej.

Z połączenia idei turystyki natywnej i narzędzi stosowanych w e-turystyce proponujemy utworzenie nurtu e-turystyki natywnej. Dlatego głównym celem tego opracowania jest zdefiniowanie i rozpowszechnienie pojęcia „e-turystyka natywna”. Idea jego wprowadzenia wydaje się o tyle ważna, że wiąże się z szansami na tworzenie jednakowych warunków rozwoju ludności miejscowej na wszystkich obszarach Ziemi, które odznaczają się potencjałem turystycznym, w tym również dla turystyki niszowej. Niniejszy artykuł ma charakter aplikacyjny. Został oparty na studium przypadku, którym jest utworzony przez autorów portal internetowy ETNOS. Portal ten jest jednocześnie narzędziem funkcjonowania e-turystyki natywnej, jak i może stanowić przedmiot badań nad e-turystyką natywną. W założeniu ma on charakter rozwojowy i pozwala zapoczątkować istnienie systemu geoinformatycznego do obsługi e-turystyki natywnej. Jako dodatkowy cel postawiono rozpowszechnienie informacji o możliwościach uprawiania tej formy turystyki. Według wiedzy autorów, nie powstał dotychczas żaden projekt geoinformatyczny umożliwiający kompleksową obsługę osób zainteresowanych uprawianiem turystyki natywnej i lokalnych usługodawców zarówno indywidualnych, jak i małych przedsiębiorców z branży turystycznej.

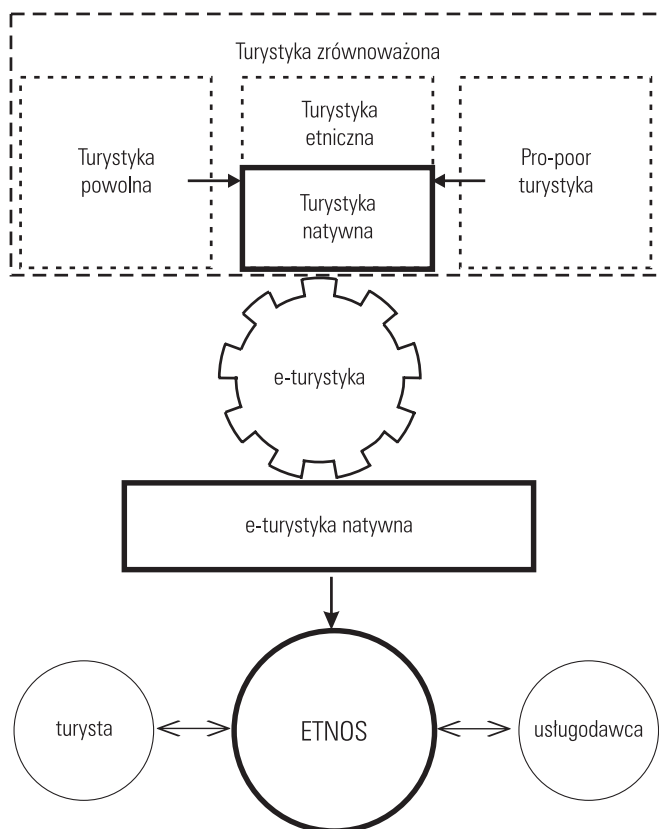
Podjęta tematyka jest ważna ze względu na kreowanie swoistej przeciwwagi do turystyki masowej, alternatywnego rozwiązania, dzięki któremu buduje się system powiązań lokalnych zmierzających do zrównoważonego rozwoju. Zasady zrównoważonego rozwoju można odnaleźć w licznych publikacjach (Luc, 2015), natomiast turystyka zrównoważona, według UNWTO (United Nations World Tourism Organization Network) stała się koniecznością zbilansowanego rozwoju krajów rozwijających się. Dlatego tak ważne jest, by w krajach tych oraz w krajach słabo rozwiniętych pod względem gospodarczym, gdzie potencjał turystyczny jest znaczny, doprowadzić do integracji społecznej, ekonomicznej i środowiskowej. W praktyce oznacza to bezpośrednią komunikację pomiędzy usługodawcą (w przypadku turystyki natywnej chodzi o miejscową ludność) a usługobiorcą (turystą) oraz szeroką wymianę informacji w zakresie oferowanych usług. Portal ETNOS ma za zadanie ułatwić tę komunikację lub zbudować pomost pomiędzy małymi, pojedynczymi usługodawcami w różnych zakątkach świata a turystami rządowymi nietypowych ofert turystycznych. W przypadku e-turystyki natywnej nie można bowiem patrzeć tylko i wyłącznie z perspektywy usługodawcy czy usługobiorcy mieszkającego w rozwiniętym kraju europejskim. Idea budowania systemu geoinformatycznego sięga bowiem dużo dalej, do krajów, w których komunikacja internetowa staje się jedyną formą szerszego pozyskania klientów zagranicznych.

Turystyka natywna

Turystyka natywna wiąże się ze zdobywaniem wiedzy i doświadczenia przez obserwacje i uczestniczenie w życiu ludności rdzennej (lokalnej) (Williams, Steward, 1997). Polega zatem na podróżach odbywanych w celu obserwacji stylu życia ludności etnicznej (McIntosh, Goldner, 1990). Zdaniem V.L. Smitha (1996), pojęcie turystyki natywnej określa się przez The 4 H's of tourism, na które składają się: 1. habitat – siedlisko, 2. heritage – dziedzictwo, 3. history – historia, 4. handicraft – rękodzieło (rzemiosło). Tradycyjnie te cztery elementy stanowiły podstawę oceny potencjału turystycznego terenów zamieszkiwanych przez plemiona Indian w południowo-zachodniej części USA (Zeppel, 1998). Obecnie turystykę natywną uprawia coraz większa grupa turystów wykazujących zainteresowanie podróżami do miejsc osobliwych, których poznawanie odbywa się przy udziale miejscowej ludności.

Turystyka natywna, która ściśle się wiąże z turystyką etniczną (ryc. 1), stanowi także odzwierciedlenie poglądów Whellera (1993), który uważa, że turystyka powinna rozwijać się przez społeczność lokalną w sposób powolny i kontrolowany, zachowując jednocześnie niewielką skalę zjawiska. Nawiązuje zatem do idei turystyki powolnej (ryc. 1).

Ryc. 1. Model konceptualny idei ETNOS



Źródło: opracowanie własne

Turystyka natywna jako sposób podróżowania oparty na wykorzystaniu usług lokalnych społeczności, jak już wspomniano, wpisuje się w zakres szeroko rozumianej turystyki zrównoważonej (UNWTO). Jej koncepcja ma swoje podstawy w holistycznej hettnerowskiej ideologii turystyki odpowiedzialnej (ang. *responsible tourism*), której filary budują takie idee, jak: minimalizacja ingerencji w środowisko przyrodnicze, poszanowanie odmienności kulturowej, maksymalizacja udziału lokalnej ludności w świadczeniu usług turystycznych oraz wzrost zadowolenia i satysfakcji turystów (Hunter, Green, 1995; Hunter, 1997; Stabler, 1997; Butler, 1999; Kowalczyk, 2013). Jednakże wydaje się, że w późniejszym okresie idee te zostały wyparte przez rozwój turystyki masowej i globalizację. W skutek tego koncepcja turystyki natywnej w znaczeniu turystyki rodowitej (ang. *aboriginal tourism*) nie zyskała powszechnego zastosowania i pozostała w granicach wybranych krajów, m.in. Kanady, Australii, Stanów Zjednoczonych (Alaski).

Termin „turystyka natywna”, jak już wspomniano, można łączyć z pojęciem „powolne podróżowanie” (ang. *slow travel, slow tourism*) (ryc. 1). *Slow travel*, jak twierdzą Dickinson i Lumsdom (2010), wiąże się z turystyką pieszą, rowerową, wodną, ale również z wykorzystaniem transportu kolejowego i autobusowego. Natomiast *slow tourism* to bardziej filozofia podróżowania niż jego forma, to ruch społeczny propagujący powolne spędzanie wakacji zgodnie z zasadą „Lepiej dokładniej niż więcej”. Manifest powolnego podróżowania – *A manifesto for slow travel* (Gardner, 2015) – w kilku punktach pokrywa się z ideą turystyki natywnej. Zaleca on m.in., aby wybierać opcje zakwaterowania i żywienia typowe dla danego regionu kulturowego oraz podróżować w sposób umożliwiający dogłębne zapoznanie się z przyrodą i dziedzictwem kulturowym zwiedzanego regionu.

Koncepcja e-turystyki natywnej

Zaproponowana modyfikacja pojęcia „turystyka natywna” na „e-turystyka natywna” ma za zadanie powrócić do koncepcji hettnerowskiej, jako że, zdaniem autorów, wpisuje się ona w teorię turystyki zrównoważonej. Według autorów, e-turystyka natywna może ułatwiać i uatrakcyjnić podróżowanie przez możliwość bezpośredniego kontaktu z lokalnymi usługodawcami na całym świecie. W przypadku e-turystyki natywnej nie można patrzeć tylko i wyłącznie z perspektywy usługodawcy czy usługobiorcy funkcjonującego w rozwiniętym kraju europejskim, w którym dostęp do informacji odbywa się równoległe wieloma kanałami, a komunikacja turysta – usługodawca jest prosta. Dlatego przygotowana została propozycja portalu internetowego ETNOS, który ma zbudować pomost pomiędzy małymi, pojedynczymi usługodawcami w różnych zakątkach świata (głównie słabo rozwiniętych ekonomicznie) a turystami rządowymi nietypowych ofert turystycznych (głównie z krajów rozwiniętych). Sposób funkcjonowania portalu ETNOS został omówiony w dalszej części artykułu.

E-turystyka natywna może odegrać znaczącą rolę w zakresie problematyki ekonomiki rozwoju regionalnego i lokalnego. Realizacja tej idei wymaga nowego sposobu inwestowania i promowania regionu w celu przyciągnięcia turystów oraz zatrzymania ich na dłużej. W ten sposób powstaje system wzajemnych powiązań, częściowo składający się z istniejących już systemów integrujących wszystkie elementy działalności turystyki, jak i tych, które towarzyszą innym formom działalności, np. rolnictwo ekologiczne, handel czy transport. Znaczne możliwości stwarza łączenie różnych sposobów uprawiania turystyki, jak również nadanie istniejącym systemom nowych funkcji, które uwzględniają nowe warunki społeczno-ekonomiczne,

rodzaj popytu na usługi, rodzaj wymiany towarowej i usług (Czarnecki, Luc, 2001). Szanse rozwoju utworzonych systemów wzrastają w miarę wzrostu zaangażowania społeczności lokalnej w wykorzystanie potencjału, jak również w miarę zainteresowania turystów. Nowe systemy mogą powstawać w krajach, w których gospodarka nie stoi na najwyższym poziomie ekonomicznym i organizacyjnym. Również e-turystyka natywna wpisuje się w budowę takich systemów. Ma ona charakter informatyczny i umożliwia rozpowszechnianie danych o usługach turystycznych oferowanych przez rdzenną ludność. Tym samym stwarza nowe szanse społeczne i ekonomiczne, a promując podejście ekologiczne i dbałość o swoje własne środowisko – również i szanse na ochronę środowiska. Utworzony portal internetowy ETNOS umożliwia więc bezpośredni kontakt turysty z usługodawcami dla zaspokojenia swoich potrzeb związanych z poznawaniem walorów przyrodniczych i kulturowych dowolnego regionu świata i doświadczaniem stylu życia lokalnej ludności. Skierowany jest więc przede wszystkim do amatorów indywidualnej turystyki kwalifikowanej o różnym charakterze.

Sformułowana przez nas na nowo definicja turystyki natywnej pod postacią e-turystyki natywnej nawiązuje do postulatu światowej organizacji turystyki, który mówi, że turystyka realizuje aktualne potrzeby regionów przyjmujących turystów, zapewniając jednocześnie ochronę i poprawę możliwości na przyszłość (World Tourism Organization, 1993). Dlatego widzimy szeroki wachlarz korzyści, który ma szansę zaistnieć dzięki systemowemu funkcjonowaniu e-turystyki natywnej, w tym przyczynienie się do propagowania turystyki zrównoważonej na szeroką skalę. Ponadto, wykorzystanie metod komunikacji elektronicznej znacząco obniża koszty działalności usługodawców (biuro, ulotki informacyjne i foldery – koszty ich druku i wysyłki), co rozszerza rynek usługodawców i jednocześnie stwarza szanse na istotne obniżenie kosztów usługobiorcy, jak również pozwala otworzyć się na rynek nieograniczony przestrzennie.

E-turystyka natywna w świetle innych współczesnych trendów społecznych

Wykorzystanie portalu ETNOS ma na celu stymulowanie działalności turystyki natywnej, co z kolei ma umożliwić rozpowszechnianie koncepcji *community-based tourism*, której celem jest rozwój przedsiębiorczości społeczności lokalnych (Beeton, 2006; Mika, 2014), również jako część działań zmierzających do rozwoju zrównoważonego regionu. Ponadto ma pomagać bezpośrednio sprzedawcom lokalnym, co jest bliskie pojęciu *fair trade* (Nelson, Barry, 2009). Założenia *fair trade* wiążą się z pomocą niesioną drobnym, lokalnym wytwórcom (w przypadku e-turystyki natywnej – usługodawcom), zgodnie z ideą jednego z nurtów ekonomii społecznej, którego naczelną zasadą jest uznanie, iż człowiek jest ważniejszy od zysku. Celem nadrzędnym *fair trade* jest dążenie do wyeliminowania ubóstwa głównie w krajach Afryki, Azji i Ameryki Łacińskiej. W turystyce ta ideologia znajduje swoje odbicie w założeniach *pro-poor tourism* (Spenceley, Meyer, 2012; Mika, 2014), według których jest to możliwe przez zapewnienie równych szans dostępu do rynków bogatszych krajów producentom marginalizowanym w procesie globalizacji. Takie podejście rzuca wyzwanie praktykom handlowym, utrzymującym ludzi w nędzy, co może także dotyczyć wąskiej gałęzi handlu, którą jest turystyka. Przekładając język *fair trade* na ideologię turystyki zrównoważonej, można powiedzieć, że jej celem jest zbudowanie trwałych relacji pomiędzy usługodawcami a konsumentami z jednoczesnym szacunkiem i troską dla ludzi oraz środowiska naturalnego (Cleverdon, Kalisch, 2000). Oznacza to wzrost świadomości na temat sytuacji producentów i handlowców w krajach ubogich, ochrony praw kobiet, dzieci i ludności tubylczej, budowanie szacunku do

wartości, jakie niesie środowisko lokalne, od którego ludność tam zamieszkała jest uzależniona, przez tworzenie środków i możliwości poprawienia warunków życia i pracy (w tym ochrony środowiska naturalnego).

Idea turystyki natywnej nawiązuje także do współczesnego trendu w stylu życia, propagowanego przez ruch społeczny LOHAS (the Lifestyle of Health and Sustainability). Nurt ten pojawił się pod koniec XX w., lecz termin, jak uważa S. Aue (2008), po raz pierwszy w literaturze naukowej przedstawili P. Ray i R. Anderson (2000). LOHAS skupia grupę konsumentów, którzy skłonni są kupować produkty ekologiczne, biorą pod uwagę standardy ekologiczne, *fair trade* i zrównoważony tryb życia (Ernst & Young, 2015).

Proponowany system e-turystyki natywnej stanowi więc podejście zintegrowane, powodujące wzmocnienie znaczenia społeczności krajów o trudniejszych warunkach gospodarczych w szeroko obecnie propagowanym rozwoju zrównoważonym. Daje także szansę na lepsze zrozumienie problemów gospodarczych, społecznych i środowiskowych tych obszarów przez resztę społeczeństwa na świecie. W tym sensie e-turystyka natywna stanowi antytezę globalizacji, świadome, indywidualne podróżowanie z wykorzystaniem bezpośrednich kontaktów z pojedynczymi osobami lub lokalnymi, małymi firmami o wąskim profilu działalności bez korzystania z pośrednictwa dużych firm i korporacji turystycznych. To zaprzeczenie turystyki masowej powoduje, że podróżujący zostaje zaangażowany w poznanie kraju docelowego przez relacje bezpośrednie, więc w pewnym sensie przejmuje odpowiedzialność za zrównoważony rozwój świata.

Portal ETNOS i jego rola w propagowaniu e-turystyki natywnej

Główny trzon e-turystyki stanowią narzędzia z grupy szeroko pojętych technologii informacyjnych. Dlatego do rozpropagowania idei e-turystyki natywnej jest wykorzystywany specjalistyczny portal internetowy, który znajduje się w fazie testowej (www.etnos-global.com). Jak wspomniano wyżej, powstał on w celu wprowadzenia systemowego rozwiązania w branży turystycznej, które umożliwi skomunikowanie się dostawcy usług turystycznych z klientem poszukującym takiego serwisu. Portal ten jest efektem działalności w ramach projektu nazwanego „E-Tourism Native Open Services” (ETNOS), czyli e-turystyka natywna w zakresie otwartych (w znaczeniu: darmowych) usług świadczonych przez mieszkańców lokalnych na potrzeby turystyki indywidualnej. W słowniku języka polskiego w definicji terminu „etnos” podaje się, że jest to grupa ludzi mająca poczucie wspólnego pochodzenia, wspólną kulturę oraz odczuwająca więź grupową lub zespół cech charakterystycznych dla takiej grupy ludzi (*Internetowy słownik...*). Słowo „etnos” wywodzi się z greckiego określenia ludu, plemienia lub narodu. Konotacja tak rozumianego pojęcia z naszą ideą wydała się więc jak najbardziej właściwa.

Koncepcja portalu ETNOS opiera się na zbudowaniu bazy danych dostawców usług turystycznych z całego świata i udostępnieniu dowolnej osobie/klientowi danych kontaktowych za jego pośrednictwem. Dodatkowo klient otrzymuje szczegółowy opis oferowanej usługi oraz ocenę (ang. *rating*) usługodawcy, wystawioną przez innych użytkowników portalu. Za dostawcę usługi turystycznej należy uważać wszelkie podmioty gospodarcze oraz różne osoby świadczące określone usługi powiązane z turystyką na całym świecie. Dla umożliwienia skorzystania z portalu jak największej liczbie zainteresowanych informacje na nim zamieszczane są w kilku językach. Ponadto portal ten ma charakter portalu społecznościowego i jest powiązany z Facebookiem, Twitterem, portalami Google+ i Pinterest, co umożliwia rozszerzenie grupy potencjalnych odbiorców.

Na portalu mogą być udostępniane nieodpłatnie dane dostawców usług turystycznych z całego świata. W związku z tym portal został z jednej strony przygotowany pod kątem oferentów usług turystycznych, a z drugiej strony dla klientów poszukających lokalnych ofert. Oferentami mogą być zarówno małe, lokalne firmy turystyczne, prywatne osoby, jak również organizacje *non profit*. Usługodawca, wpisując się na portal, może zamieścić swoją ofertę pod różnymi kategoriami turystycznymi. Kategorie te dotyczą turystyki natywnej i zawierają następujące aktywności turystyczne: 1. aktywny wypoczynek, 2. usługi przewodnicze i pilotażowe, 3. noclegi, 4. usługi edukacyjne i wolontariat, 5. *work & travel*, 6. gastronomia, 7. sporty ekstremalne, 8. usługi transportowe, w tym wynajem pojazdów, 9. wypożyczalnie sprzętu turystycznego.

Ponieważ coraz powszechniejsze staje się zamieszczanie w Internecie raportów z podróży, dlatego również na portalu ETNOS istnieje możliwość tworzenia przez podróżnych swoich relacji z podróży w formie bloga. Raporty z podróży mogą zostać umieszczone także na głównej stronie portalu jako ewentualne propozycje tras podróży dla osób niemających jeszcze skonkretyzowanych planów. Ponadto publikowane tam są przez lokalną ludność opisy atrakcji turystycznych i oferty usług dostępnych w mało znanych regionach turystycznych (tak zwane *bio- and geodiveristy in tourism*).

Portal ETNOS nie jest jedynym portalem turystycznym funkcjonującym w Internecie. Podobne, lecz znacznie ograniczone możliwości kontaktu pomiędzy usługodawcami a turystami są dostępne na innych portalach internetowych. Jako przykłady można wymienić portal www.airbnb.com, który umożliwia znalezienia noclegu bezpośrednio u miejscowych, prywatnych oferentów w określonych regionach turystycznych, czy portal www.lookals.com, za którego pośrednictwem można skontaktować się z lokalnymi oferentami usług turystycznych tylko na terenie Włoch. Inne portale o zbliżonym charakterze to m.in.: www.likealocalguide.com; www.spottedbylocals.com; www.tripbod.com.

Na portalach internetowych propagujących e-turystykę natywną powinny obowiązywać szeroko pojęte zasady *netiquette*. ETNOS jest portalem przeznaczonym dla osób otwartych na świat i obce kultury, w związku z tym niedopuszczalne są jakiegokolwiek sformułowania rasistowskie czy dyskryminujące społeczności w danym kraju lub regionie świata. Niedopuszczalne są także komentarze na kontrowersyjne tematy polityczne. Opinie wystawiane na portalu powinny być zgodne z prawdą i podane w sposób nienaruszający zasad etyki. ETNOS jest portalem dla wszystkich podmiotów turystycznych, które powinny być stawiane na równi, bez względu na wielkość, osiągnięcia finansowe i zasięg działalności. W swoich założeniach ma on na celu skupienie jak największej liczby zakresów internetowej działalności turystycznej po to, by w jak najlepszy sposób pomóc indywidualnemu turyście w przygotowaniu podróży (według jego własnych preferencji) do wybranego przez niego miejsca i realizacji jego indywidualnych potrzeb.

Podsumowanie

Na świecie poszukuje się różnych rozwiązań tworzenia systemów funkcjonujących w turystyce na zasadach zrównoważenia czynnika środowiskowego, społecznego i ekonomicznego. Idea zrównoważonej turystyki opartej na wykorzystaniu potencjału społeczności lokalnej i walorów środowiska regionu, bez szkody dla każdego czynnika, wiąże się ciągle z raczej niszowym podejściem do podróżowania. W nurcie tych poszukiwań powstał portal ETNOS. W najbardziej ogólnym ujęciu opiera się on na założeniach e-turystyki natywnej, łączącej

e-turystykę z turystyką zrównoważoną, w skład której wchodzi m.in.: 1. turystyka natywna jako część turystyki etnicznej, 2. turystyka powolna i 3. pro-poor turystyka. Ten portal internetowy propaguje ideę zrównoważonego turystyki (*sustainable tourism*) jako sposób zarządzania środowiskiem zgodny z zasadami ekologii (*ekoturystyka*) i zrównoważonego rozwoju. Wspomaga ideę turystyki natywnej (*native tourism*) jako sposobu indywidualnego, kwalifikowanego i niezinstytucjonalizowanego poznawania stylu życia rdzennej ludności (*ethnic tourism*), w sposób powolny (*slow tourism*), uprawiania turystyki opartej na bezpośrednim kontakcie usługodawca – usługobiorca, mając ponadto na celu wyrównywanie szans lokalnych usługodawców z globalnymi korporacjami w ofercie turystycznej (*pro-poor tourism*).

Portal jest platformą porozumienia dla osób szukających na własną rękę kontaktów w planowaniu podróży i osób prywatnych lub lokalnych organizatorów turystyki, którzy oferują usługi i produkty turystyczne specyficzne dla danego miejsca. Przy jego pomocy chcemy doprowadzić do wsparcia lokalnych inicjatyw turystycznych oraz zaspokojenia potrzeb określonej grupy turystów zainteresowanych indywidualnym doświadczaniem walorów natury i kultury rodzimej obszarów recepcji turystycznej. Dodatkowo niskie koszty rozpropagowania swojej działalności na proponowanym portalu, w porównaniu z kosztami np. utrzymania firmy turystycznej i zdobywania klientów w tradycyjny sposób, stanowiąc będąc atut konkurencyjny dla istniejących biur w tej branży. Ciągły rozwój i coraz większa powszechność stosowania technologii informacyjnych stale rozszerzają możliwości wykorzystania ich w zakresie indywidualnej turystyki kwalifikowanej, a szczególnie e-turystyki natywnej. Autorzy artykułu liczą na zainteresowanie portalem ETNOS zarówno usługodawców, jak i turystów, tak by pomóc obu grupom w realizacji swoich planów i potrzeb.

Literatura

References

- Aue, S. (2008). *Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS). Eine neue form politischer Partizipation. Bachelor Thesis*. Universität Siegen. Grin – Verlag für akademische Texte.
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Cilligwood: Landlinks Press.
- Buhalis, D. (2003). *eTurism: information technology for strategic tourism management*. Prentice Hall.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable Tourism: a state of the art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
- Cleverdon, R., Kalisch, A. (2000). Fair Trade In Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2, 171–187.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.
- Czarnecki, A., Luc, M. (2001; 2015, 29 października). *Potential input of tourism into economic sustained development in the area of the Baltic Sea – case study of the lower Vistula, Żuławy, Vistula Basin and Elbląg Channel (Poland)*, Baltic 2001, a regional, IT-based environment conference for the Baltic, organized as part of BEIDS. Pozyskano z: <http://www.beids.de/baltic2001/opening.html>
- Dickinson, J., Lumsdom, L. 2010. *Slow travel and Tourism*. London: Eathscan.
- Ernst&Young (2015, 3 lipca). *LOHAS. Lifestyle Of Health And Sustainability*. Pozyskano z: https://www2.eycom.ch/publications/items/2008_lohas/2008_ey_LOHAS_e.pdf
- Gardner, N. (2015, 29 października), *A manifesto for slow travel*. Pozyskano z: <http://www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel>
- Gaworecki, W.W. (1982). *Ekonomika i organizacja turystyki*. Warszawa: PWN.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850–867.
- Hunter, C., Green, H. (1995). *Tourism and the environment a sustainable relationships?* London: Routledge.

- Internetowy słownik języka polskiego PWN*, hasło: *Etnos*. (2015, 29 października). Pozyskano z: <http://sjp.pwn.pl/sjp/etnos;2557154>
- Kowalczyk, M. (2013). Turystyka zrównoważona w małych miastach w świetle badań ankietowych. *Człowiek i Środowisko*, 37(1–2), 83–96.
- Lubowiecki-Vikuk, A.P., Paczyńska-Jędrycka, M. (2010). *Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Luc, M. (2015). Approaches in Sustainable 'Landscaping' – A Geographical Perspective. W: M. Luc, U. Somorowska, J.B. Szańda (red.), *Landscape Analysis and Planning – Geographical Perspective*. Springer Geography, 201–216.
- Łożewicz, T., Bińczyk, G. (2001). *Podstawy turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. (1990). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymalności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Wydawnictwo IGI GP UJ.
- Nelson, V., Barry, P. (2009). *The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade*. Greenwich: Natural Resources Institute.
- Ostrowski, S. (1968). *Ruch turystyczny w Polsce*. Warszawa: Sport i Turystyka.
- Pawlicz, A. (2012). *E-turystyka*. Warszawa: PWN.
- Ray, P., Anderson, R. (2000). *The Cultural Creatives. How 50 million people are changing the world*. New York: Three Rivers Press.
- Smith, V.L. (1996). Indigenous Tourism: The Four H's. W: R.W. Butler, T. Hinch (red.), *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press, 283–307.
- Spenceley, A., Meyer, D. (2012). Tourism and poverty reduction, theory and practice in less economically develop countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 297–317.
- Stabler, M.J. (1997). *Tourism and sustainability: principles to practice*. Wallingford: CAB International.
- Wheller, B. (1993). Sustaining the ego. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 121–129.
- Williams, P.W., Steward, J.K. (1997). Aboriginal tourism development: Assessing latent demand for France. *The Journal of Tourism Studies*, 8(1), 25–41.
- World Tourism Organization. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid: WTO.
- Zeppel, H. (1998). Land and Culture: Sustainable Tourism and Indigenous Peoples. W: C.M. Hall, A.A. Lew (red.), *Sustainable Tourism: A Geographic Perspective*. New York: Longman, 60–74.
- Torres-Delgado, A., Palomeque, F.L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal Level. *Annals of Tourism Research* 49, 122–137.

Małgorzata Luc, dr, adiunkt w Zakładzie Systemów Informacji Geograficznej, Kartografii i Teledetekcji Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Autorka lub współautorka przeszło 80 publikacji naukowych z zakresu zmian środowiska geograficznego, geoinformatyki, geoarcheologii, geoekologii oraz zarządzania krajobrazem. Jej zainteresowania badawcze skupiają się na metodach wdrażania koncepcji zrównoważonego rozwoju głównie w krajobrazie i turystyce, analizach środowiska geograficznego dla celów rozwoju energetyki pozyskiwanej ze źródeł odnawialnych oraz badaniach georóżnorodności.

Małgorzata Luc, PhD, adjunct in the Department of Geographical Information Systems, Cartography and Remote Sensing of the Institute of Geography and Spatial Management at the Jagiellonian University in Krakow. Author and co-author of over 80 scientific publications on changes in the geographical environment, geoinformatics, geoarcheology, geoecology and landscape management. Her research interests focus on methods of implementing the concept of sustainable development mainly in the landscape and tourism, analyzes of the geographical environment for the use of renewable energy as well as geodiversity.

Adres/Address

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej
ul. Gronostajowa 7
30-387 Kraków, Poland
e-mail: mluc@gis.geo.uj.edu.pl

Magdalena Tejwan-Bopp, mgr geografii, podróżnik. Zawodowo od 20 lat prowadzi biuro turystyczne w Norymberdze (Niemcy), które organizuje wyjazdy turystyczne głównie do Polski. Interesuje się również turystyką aktywną i zastosowaniem nowoczesnych rozwiązań do aktywowania uboższych regionów świata. Jest współautorem przewodnika turystyki kajakowej *Polen – Kaschubische Schweiz* z cyklu „Wasserwandern in Europa”.

Magdalena Tejwan-Bopp, MA in geography, explorer. For the last 20 years professionally runs a travel-office in Nuremberg (Germany). Among others, she organizes tailor-made trips to Poland for her customers. She is a co-author of the Kayak-guide book *Polen-KaschubischeSchweiz*, part of the book-series “Wasserwandern in Europa”.

Clemens Bopp, mgr inż. elektronik, podróżnik. Obecnie pracuje w firmie Siemens w Norymberdze. Jego pasją jest komunikacja. Jako krótkofalowiec (identyfikacja: DL2GAN) ma kontakt z każdym zakątkiem świata, co wykorzystuje w swoich podróżach. Jest także współautorem przewodnika turystyki kajakowej *Polen – Kaschubische Schweiz* z cyklu „Wasserwandern in Europa”.

Clemens Bopp, electronic engineer, explorer. Nowadays he works for Siemens in Nuremberg. Besides travelling, communication is his passion. He has an active contact all over the world through the Amateur Radio ‘hamming’ (callsign: DL2GAN). He is also a co-author of the Kayak-guide book *Polen-KaschubischeSchweiz*, part of the book-series “Wasserwandern in Europa”.

Adres/Address

E-Tourism Native Open Services (ETNOS)
Ostendestrasse 38 EN
D-90402 Nürnberg, Germany
info@etnos-global.com

Jacek Bogusław Szmańda, prof. nadzwyczajny Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, dr hab. nauk o Ziemi w zakresie geografii. Absolwent geografii na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Autor ponad 150 publikacji naukowych. Specjalista w badaniach sedymentologicznych osadów czwartorzędowych i geomorfologii fluwialnej. Jego zainteresowania naukowe wiążą się także z problematyką analizy i kształtowania krajobrazu, a ostatnio też ze zrównoważoną turystyką.

Jacek Bogusław Szmańda, Associate Professor of Pedagogical University of Cracow, ScD. PhD. of Earth sciences in the field of geography. The graduate in geography at the University of Nicolaus Copernicus University in Toruń. Author of over 150 scientific publications. Specialist of the sedimentology of Quaternary sediments and fluvial geomorphology. Furthermore, the author’s research interests are related to issues of geoarchaeology, analysis and management of landscape and recently sustainable tourism

Adres/Address

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: jszmanda@up.krakow.pl