

Internet jako jedno z médií pro sociální sítě v turismu

doc. RNDr. Josef Zelenka, CSc.,
Fakulta informatiky a managementu
Univerzity Hradec Králové

Vymezení

- **globalizace CR:** standardizace nabídky i poptávky, přenášení environmentální bubliny ([3]), E-business (GDS, CRS, IDS; [8]), vytváření sociálních sítí různého typu, obsahu a způsobu vzniku, majících rostoucí vliv na CR
- **Sociální sítě** jsou aplikace, umožňující vzájemnou online i offline komunikaci a sdílení znalostí, emocí, zážitků apod. pro rozsáhlejší a různě do nich zapojené komunity uživatelů a využívající vhodné technologie, aktuálně především webu a LBS. Jsou založené na přímém a aktivním vstupu uživatelů při jejich kolektivním využívání a při vytváření jejich obsahu a případně i funkcionality.

Účel sociálních sítí

- naplňují zejména komunikační, poznávací, emoční sociální a bezpečnostní potřeby jejich uživatelů
- synergický efekt vzájemného působení jejich uživatelů
- využívání sociálních sítí jako specifické části životního stylu (mobilní telefony)
- vznik specificky se chovajících komunit sociálních sítí

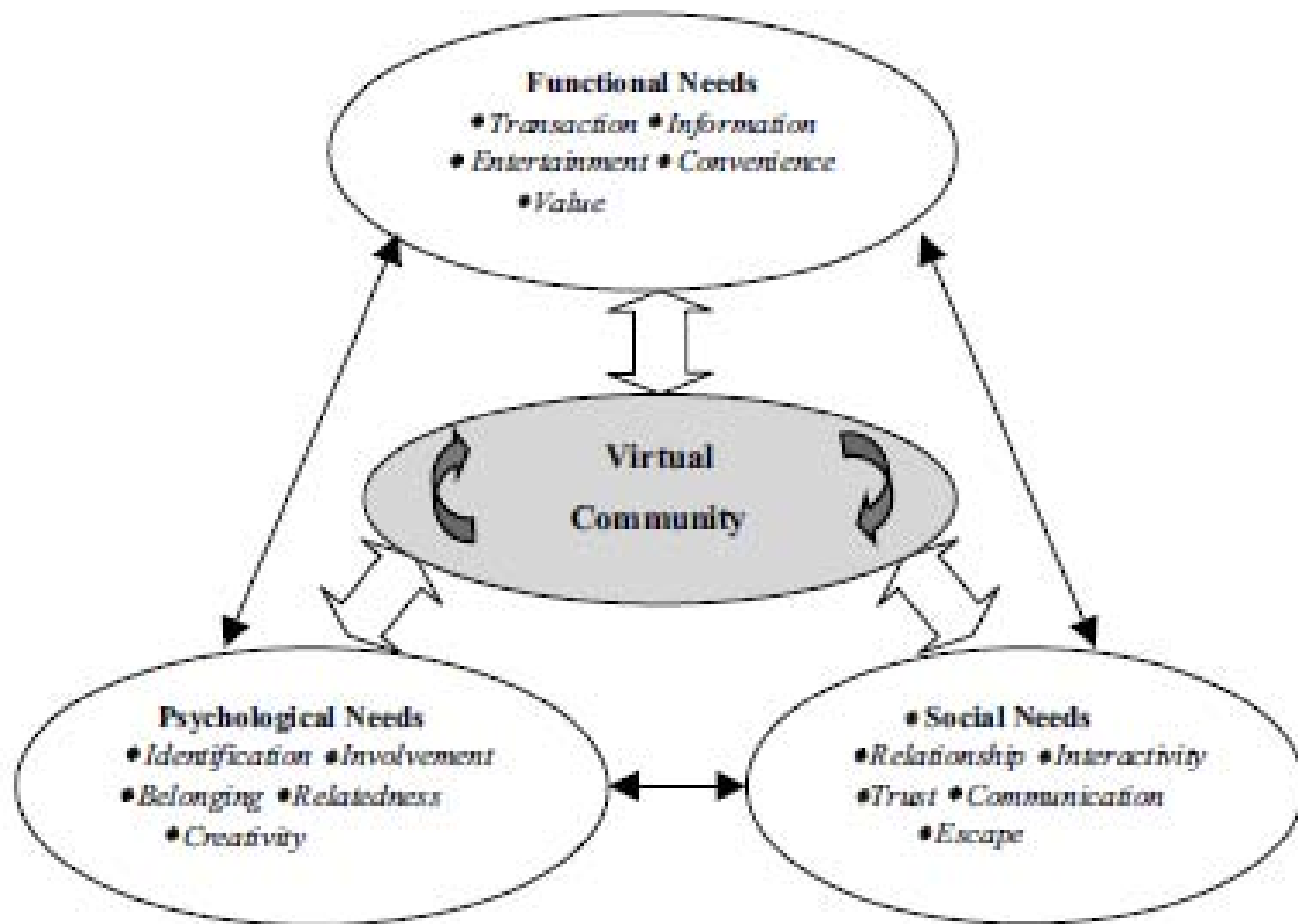


Fig. 2. A tentative model for the functions of virtual communities from the users' perspective.

Podle různých zdrojů (např. [2]) plní sociální sítě s důrazem na uplatnění v turismu následující funkce:

- sdílení zkušeností z návštěv destinací, s možností využít již dostupná či v komunitě vyžádaná doporučení pro destinace či služby
- sdílení fotografií, videí z návštěv destinací
- vyhledání přátel na cestu, komunikace s nimi, sdílení znalostí, zkušeností, stimulace na cestu, překonávání problémů v přípravě, obav z cesty atd. (transformace z individuální na komunitní zkušenost)
- kontaktování a komunikace s přáteli a známými v rámci cesty (být současně na cestách i doma, změna fenoménu domova, změna způsobu prožívání dovolené, viz [7])
- Cestování a komunikování ve virtuálních světech (modely reálného světa včetně mimozemských oblastí, světy fantazie) – pomocí avatarů personifikace virtuální skutečnosti jako předstupeň plně virtuálních komunit (pravá virtuální realita)
- Sdílení odkazů na zajímavé zdroje z turismu (destinace, ubytovací kapacity, další sociální sítě apod.)

Příklady sociálních sítí

- YouTube, <http://www.youtube>, doporučování videí o destinacích a z dovolené přátelům, umístování komerčních prezentací



Doporučený filtr země (byl nastaven jako vaše předvolba): Česká republika

Filtr země zobrazuje populární videa z vybrané země v seznamech, jako je například seznam [Nejsledovanější](#), a ve výsledcích vyhledávání. Chcete-li změnit filtr země, použijte prosím odkazy vedle loga YouTube v horní části stránky.

Přijměte toto nastavení kliknutím na tlačítko OK nebo kliknutím na tlačítko Zrušit nastavte filtr země na hodnotu Celý svět (vše).

OK Zrušit

Tourism Peru

peru
Land of the Inkas

0:04 / 5:09

Tubeador
29 říjen, 2006
[\(další informace\)](#)
Dobřer

One place that has it all.

Adresa URL

Vložit

► **Více od uživatele: Tubeador**

▼ **Podobná videa**

[Visit of the Machu Picchu and train](#)
1 760 020 zhlédnutí
valpard
3:42

[HOMENAJE AL PERU](#)
330 624 zhlédnutí
musitaller
6:00

- další servery : MySpace <http://vids.myspace.com/>, Yahoo <http://video.search.yahoo.com/video>, „Čekni to“ www.ceknito.cz, N-Joy www.n-joy.cz

Travellerspoint - komplexní cestovatelský server, průvodce destinacemi založený na doporučeních cestovatelské komunity, portál pro cestovatelské blogy, fotogalerie atd.

The screenshot shows the homepage of Travellerspoint. At the top left is a circular logo with a silhouette of a hiker and the text "TRAVELLERSPOINT". To the right of the logo are links for "Login" and "Sign Up", and a search bar. Below the logo is a vertical navigation menu with items: "Forums", "Travel Guide", "Accommodation", "Photography", "Blogs", "Travel Help", and "Tools". The main header area features the text "Travellerspoint Travel Community" and "Nurturing Travel Addictions for over 150,000 travellers worldwide!". A central graphic shows a network of nodes and lines, with the text "Whether planning a trip, on the road, or sharing travel experiences, Travellerspoint is where the journey begins." Below this is a "Join | Log In" button and a "Take the Tour" link. On the right, there is a photo gallery with a photo of colorful floats in Vietnam, captioned "Vietnam : PANDE". A horizontal navigation bar contains links for "Accommodation", "Forums", "Blogs", "Wiki Travel Guide", and "Photography". The "Featured Forum Threads" section shows a thread titled "Altitude sickness" with a snippet of text: "Bernelle and friends are travelling from Lima to Buenos Aires. Should they". On the right side, there is a search box for "Accommodation" with the text "Search Budget Accommodation in over 3,500 locations" and a dropdown menu for "Country" with the option "Choose a country". At the bottom left, there is a yellow diamond-shaped road sign with a kangaroo silhouette and the word "Yellow" written above it.



TRAVELLERSPOINT

Forums

Travel Guide

Accommodation

Photography

Blogs

Travel Help

Tools



Login Sign Up

Search ..



travel in nepal

Forum

[Travel Forums](#) > [Asia](#) > travel in nepal

[Login](#) | [Join](#)

[Last Post](#)

travel in nepal | Nepal

Started on 06-Oct-2008 23:23 by davie | Posts 1 - 2 of 2

Post # 1

06-Oct-2008 23:23

davie

Budding Member
3 Posts

- » [view profile](#)
- » [send message](#)

just returned to china from Nepal. with the current political changes in Nepal it may be difficult to get around the country. there were strikes blocking roads and shortages of gas. the 3 major tourist areas Kathmandu, pokhara and chitwan were ok but trying to get to other areas were almost impossible by ground transportation. planes did however service these areas. also monsoon rains obliterated many roads. I stayed in Nepal almost 2 months at the same lodgings, the Potala Guest House in Kathmandu (Tamel area) and the Rahraa hotel (lakeside) in pokhara both of which I recommend for friendliness and service. as things go, both are relatively clean. one should bargain for the best rates and make sure rooms have good views and are quiet. the people in Nepal are very nice and in the tourist cities most speak English. felt safe throughout my stay. Nepal is a very poor country so expect this in your travels as in the capital streets are not paved and littered with garbage. same in pokhara. in both cities you share the street with farm animals, water buffalo and goats mostly. rats are common because of the garbage. my experience was enjoyable because of the scenery and people being so friendly. enjoy you travels:boggle

Post # 2

54 Minutes Ago

opentravel

First Time Poster
1 Post

- » [view profile](#)

Now the situations are changed one can come to Nepal easily and can visit not only Kathmandu, Pokhara and Chitwan but also other beautiful locations like Bardia, Nagarkot, Lumbini, Annapurna Area, and many more.....And for that you people are always welcome to Nepal. Nepalese are well hearted and always helpfull to other. "Aatithi debo bhava" means visitors are like a god, that is what Nepali people think of about the visitors. And also as we are

- ukládání, editace, správa a sdílení fotografií s vybranými skupinami uživatelů či volná prezentace fotografií (Flickr, <http://www.flickr.com/>, Rajce.com, <http://www.rajce.com/>, Rajče.net, <http://www.rajce.com/>)

3,053 uploads in [the last minute](#) · 558,832 things tagged with [urban](#) · 2.5 million things [geotagged](#) this month · [Take the tour](#)



Add George as a contact?

Share & stay in touch



Upload & organize



Crop, fix, edit



Explore...

ADVERTISEMENT



Take the Tour

Explore [Flickr Blog](#), the [World Map](#), [Camera Finder](#) or interesting uploads from [the last 7 days](#).

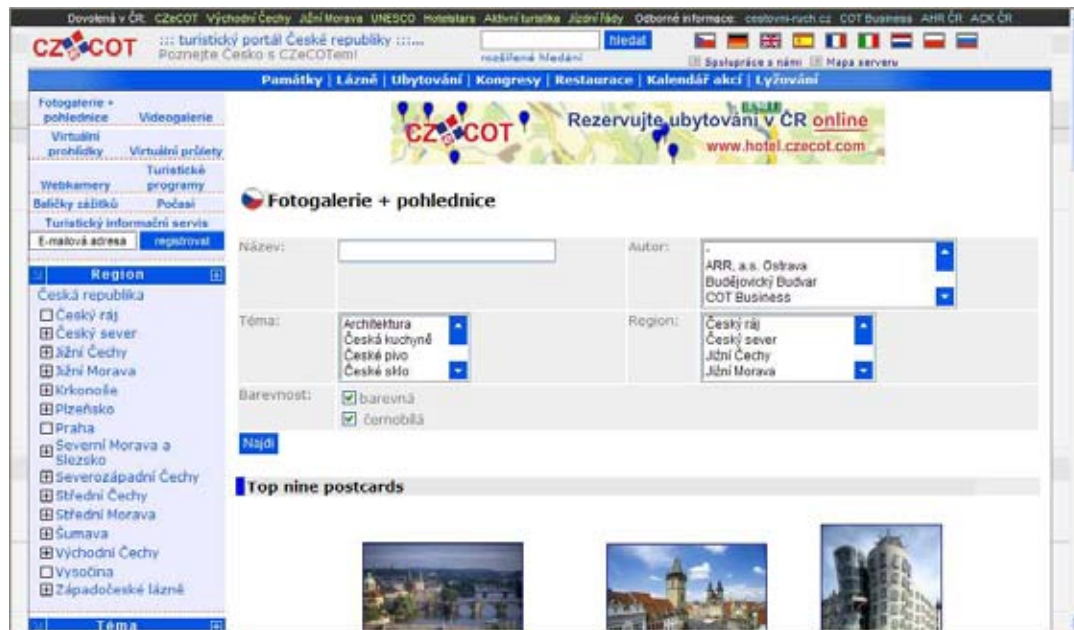
- Secondlife, <http://secondlife.com>, www.secondlife.cz milióny uživatelů, vytváření částí tohoto virtuálního světa uživateli, centrály CR zde mají své zastoupení, propojení na prezentace centrály CR na webu



- Další virtuální světy: Lively www.lively.com; IMVU www.imvu.com, There www.there.com, Entropia Universe <http://entropiauniverse.com/home/>, Active Worlds <http://activeworlds.com>

Sociální sítě a marketing turismu

- velký potenciál pro marketing turismu, virální marketing - potenciální klienti sami šíří sdělení e-mailem, přes blogy/weblogy, sdílený obsah, přes advaregaming aj.



- jsou i „hrozbou“/výzvou pro klasickou představu kontrolovaného marketingu, v němž firma/jednotlivec důsledně kontroluje obsah a formu marketingové komunikace

Sociální sítě a marketing turismu

- studium textového i grafického obsahu sociálních sítí se stává stále významnější metodou primárního marketingového výzkumu, jehož výstupem mohou být preference různě segmentovaných skupin potenciálních návštěvníků, jejich hodnocení obsahu a kvalit služeb, myšlenkové vzorce a mentální mapy uživatelů sítí, např.:
 - vliv online doporučení na proces rozhodování, zajímavé je porovnání vlivu referencí odborníků a laické veřejnosti [5]
 - Analýza vlivu sdílení videí online na budoucí zážitek návštěvníka ([4])– byl nalezen pozitivní vliv na mentální svět návštěvníků, konkrétně na vybavování minulých zážitků, na podporu fantazie a na denní snění; videa ovlivňují proces plánování cesty

Shrnutí

- sociální sítě, mající mnoho různých podob, stále výrazněji ovlivňují rozhodování potenciálních návštěvníků a mění jejich mentální svět včetně emočního před cestou, v jejím rámci i po jejím skončení
- důležité je zahrnout sociální sítě do obsahu primárního marketingového výzkumu jako významný zdroj aktuálních/online informací
- s jejich obsahem lze snadno manipulovat:
 - podvodné metody SEO, vycházející např. z generování podvodných blogů
 - vkládání záměrně zkreslených hodnocení kvality služeb CR či navštívených destinací
 - zneužití jejich osobního obsahu (nerespektování autorských práv, zveřejnění obsahu mimo okruh autorizovaných přátel atd.)

Shrnutí

- jejich další rozvoj půjde v souvislosti s vyšší rychlostí přenosu směrem k realističtější VR a vyššímu rozlišení videa
- více zvažovány budou metody autorizace obsahu (kryptologie, biometrie), více se rozšíří techniky zjišťování podvodné manipulace s jejich obsahem
- výrazným trendem bude vytváření sociálních sítí, sdílených několika médii
- sociálním sítím se budou také stále více otevírat subjekty CR – cestovní kanceláře, destinace, centrály CR, návštěvnická centra atd.

Zdroje

1. Konference ENTER: URL = <http://www.ifitt.org/enter>
2. MySpace: <http://www.myspace.com/>
3. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Cestovní ruch. Výkladový slovník. Brno, ÚUR 2002, 448 stran
4. Tussyadiah, I. P., Fesenmaier, D. R. (2009): Mediating Tourist Experiences. Access to Places via Shared Videos. Annals of Tourism Research, Vol. 36, No. 1, pp. 24–4
5. Vermeulen, I. E., Seegers, D. (2009): Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration. Tourism Management, Vol. 30, pp. 123–127
6. WANG, Y., YU, Q., FESENMAIER, D. R. (2002): Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing. Tourism Management, Vol. 23, pp. 407–417
7. WHITE, N. R., WHITE, P. B.: Home And Away. Tourists in a Connected World. Annals of Tourism Research, 2007, Vol. 34, No. 1, pp. 88–104
8. ZELENKA, J., PECHANEC, V., BUREŠ, V., ČECH, P., PONCE, D. (2008): E-turismus v cestovním ruchu. Praha, MMR, 237 stran. ISBN 978-80-87147-07-8