

Wykorzystanie internetu przez gestorów schronisk górskich w Polsce do pozyskiwania gości

The use of Internet by operators' of mountain huts in Poland to attract guests

Michał Żemła

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Prowadzenie schroniska górskiego jest specyficzną formą przedsiębiorczości, co przejawia się na wielu płaszczyznach. Jedną z nich jest relatywna trudność w wykorzystaniu nowych środków komunikacji z potencjalnymi klientami. Obiekty te w Polsce, często podupadłe w okresie przemian ustrojowych, obecnie, zmuszone są do definiowania na nowo swojej roli na rynku turystycznym, a także aktywnego poszukiwania nowych segmentów gości. Celem badań jest ocena stopnia wykorzystania Internetu w komunikacji z potencjalnymi klientami przez gestorów polskich schronisk górskich. Dla realizacji celu analizie poddano strony internetowe wszystkich polskich schronisk górskich, a także rozesłano ankiety do gestorów schronisk oraz przeprowadzono badania techniką mystery shopping wysyłając wiadomości e-mail na adresy podane na przeanalizowanych witrynach. Wyniki badań pokazują, że gestorzy polskich schronisk próbują wykorzystać Internet w swoich działaniach promocyjnych, jednak są to jeszcze działania nieskoordynowane, mocno przypadkowe i stosunkowo rzadkie. Wprawdzie niemal wszystkie polskie schroniska posiadają swoje witryny internetowe, jednak problemem pozostaje brak wersji obcojęzycznych. Gestorzy nie przykładają też istotnej wagi do działań promocyjnych z wykorzystaniem Internetu, a zwrotność na rezerwacje i zapytania przesyłane drogą internetową okazała się być znacznie poniżej oczekiwań.

Organizatorzy / Organisers:



Zakład Przedsiębiorczości
i Gospodarki Przestrzennej
Instytut Geografii
Uniwersytet Pedagogiczny
w Krakowie



Komisja Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa
Geograficznego



Fundacja „Edukacja
dla Społeczeństwa”
w Warszawie



Wydawnictwo
„Nowa Era”