



Katarzyna Wieczorek

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości
Instytut Zarządzania
Katedra Turystyki
kasiulawieczorek@o2.pl

CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNĄ I WYBÓR DESTYNACJI TURYSTYCZNYCH WŚRÓD STUDENTÓW

Streszczenie: W ciągu ostatnich lat turystyka stała się szybko rozwijającym się sektorem gospodarki ogólnoswiatowej. Ma duże znaczenie zarówno społeczne, jak i gospodarcze w krajach rozwijających się i tych rozwiniętych. Turystyka ma charakter wielowymiarowy, dlatego jest rozpatrywana w różnych kontekstach, m.in. społecznym, ekonomicznym, psychologicznym, kulturowym oraz przestrzennym. Uczestnictwo w turystyce, a co się z tym wiąże – wybór destynacji turystycznych, to przedmiot niniejszego artykułu. Jego celem jest rozpoznanie determinant aktywności turystycznej i wyboru miejsc recepcji turystycznych wśród studentów uczelni województwa małopolskiego. Na potrzeby realizacji celu zostały przeprowadzone badania ankietowe wśród studentów.

Słowa kluczowe: turystyka, aktywność turystyczna, destynacja, motyw.

JEL Classification: Z300.

Wprowadzenie

Współczesna turystyka stała się jednym z najbardziej opłacalnych biznesów na świecie oraz jednym z ważniejszych elementów życia człowieka. Jest interpretowana jako zjawisko, które charakteryzuje się ciągłym rozwojem [Kordek, 2011, s. 3]. Ze względu na wiele aspektów, które wchodzi w jej skład, może być definiowana na różne sposoby. Tym samym można ją opisać jako zjawisko wielowymiarowe rozpatrywane w kontekście kulturowym, przestrzennym, ekonomicznym, psychologicznym, społecznym. Znaczenie turystyki doskonale oddają słowa Urry'ego [2007, s. 17], który twierdził że „[...] bycie turystą to jeden

z wyznaczników bycia nowoczesnym. Nigdzie nie wyjeżdżać, to tak, jak nie mieć samochodu albo ładnego domu. W społeczeństwie nowoczesnym turystyka stała się symbolem statusu, a przy tym uchodzi za warunek zdrowia”.

Uczestniczenie w turystyce wiąże się ze zwiększoną aktywnością turystyczną oraz koniecznością wyboru miejsca destynacji turystycznych. Jest to powiązane z motywami oraz potrzebami, które determinują wybór turystów.

Celem artykułu jest zgłębienie determinant aktywności turystycznej i wyboru miejsc recepcji turystycznych wśród studentów uczelni województwa małopolskiego. Jako metodę badawczą wybrano metodę statystyczną, a narzędziem badawczym został kwestionariusz ankiety.

1. Turystyka, aktywność turystyczna i destynacje

Literatura przedmiotu ukazuje kilka sformułowań wyjaśniających pojęcie turystyki – odnoszą się do tego m.in. Gaworecki [2003, s. 20] i Kurek [2007, s. 12]. Zasadnicza definicja została zaprezentowana przez World Tourism Organization – UNWTO (Światowa Organizacja Turystyki). Według niej „turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż jeden rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem” [World Tourism Organization, 1995, s. 5].

Definicja turystyki podana przez Przeclawskiego [2001, s. 52] mówi o tym, że „turystyka w szerokim znaczeniu jest to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej związanej z dobrowolną czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz z wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym)”.

Według Kruczka [2005, s. 9] turystyka to „ogół zjawisk związanych z podróżą i pobytem osób przebywających czasowo i dobrowolnie poza swoim codziennym środowiskiem życia, a także wielorakie skutki wynikające z interakcji zachodzących między organizatorami a usługodawcami turystycznymi, społecznościami terenów odwiedzanych oraz samymi podróżnymi, o ile głównym celem ich wyjazdu nie jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości”.

W związku z różnymi kryteriami klasyfikacji turystyka przyjmuje różnorodne formy i rodzaje, co zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1. Klasyfikacja wybranych rodzajów turystyki

Kryterium	Rodzaj turystyki	Opis/przykład
Pochodzenie turysty	Krajowa	podróże mieszkańców po własnym kraju
	Przyjazdowa	przyjazdy do kraju osób mieszkających na stałe gdzie indziej
Motywacja wyjazdu	Kulturalna	alternatywna, poznawcza, pielgrzymkowa
	Wypoczynkowa	przeprowadzana dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych (np. urlopowa, lecznicza)
	Towarzyska	klubowa, rodzinna
	Sportowa	aktywna związana z uprawianiem sportu, pasywna związana z wyjazdami na sportowe imprezy
	Związana z polityką	dyplomatyczna, powiązana z politycznymi uroczystościami
	Związana z aktywnością zawodową	uczestnictwo w konferencjach, wystawach; motywacyjna; wyjazdy w interesach
Czas pobytu	Krótkotrwała	wycieczka jednodniowa, weekendowa turystyka
	Długotrwała	dłuższy pobyt urlopowy
Sposób podróżowania	Lotnicza	podróż transportem lotniczym
	Morska	podróż transportem morskim
	Samochodowa	podróż transportem samochodowym
	Kolejowa	podróż transportem kolejowym
Cel podróży	Wypoczynkowa	urlop, rekreacja, odwiedziny u znajomych i krewnych
	Religijna	poszukiwanie wiary, odwiedzanie miejsc kultu
	Lecznicza	odbudowa zdrowia
	Inne	motywacyjna, kwalifikowana
Liczba uczestników	Indywidualna	samotne podróże, próba odnalezienia siebie
	Zbiorowa	klubowa, masowa

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Kielan, Pokora [2006, s. 32].

Najczęściej pod terminem aktywności turystycznej pojmuje się całokształt czynności i poczynań ludzi powiązanych z uprawianiem turystyki. W nawiązaniu do określonych podróży jest to cykl, który rozpoczyna się już przed wyjazdem, przebiega przez pewien okres po powrocie. Powoduje to możliwość wyodrębnienia w nim czterech etapów:

- pojawienie się oraz spostrzeganie sprecyzowanych pragnień, potrzeb, które w związku z motywami przeobrażają się w konkretne cele podróży, tworząc aktywność turystyczną,
- kompletowanie danych i postanowienie o rozpoczęciu turystycznej aktywności,
- udział w turystyce,
- postępowanie powiązane z uczestnictwem w turystyce, następujące po powrocie z podróży [Alejziak, 2011, s. 7].

B. Włodarczyk [1999, s. 194] tak oto wyodrębnia konteksty aktywności turystycznej:

- „celowe przekształcanie przestrzeni geograficznej” – dotyczące nieformalnych czynności, których zadaniem jest dostosowanie obszaru do swoich potrzeb rekreacji i odpoczynku;
- „aktywność turystyczna sensu stricto” – obejmująca uprawianie turystyki;
- „aktywność turystyczna sensu largo” – dotycząca czynności na rzecz turystyki, predyspozycji człowieka do zajmowania się turystyką, uprawiania turystyki, czynnego oddawania się turystyce;
- „działania na rzecz turystyki” – składające się z różnych rodzajów działalności formalnych, przekształcające obszar geograficzny w celu zajmowania się turystyką dla uzyskania korzyści;
- „nieumyślne przekształcanie przestrzeni geograficznej” – wszystkie oznaki aktywności turystycznej niezostawiające długotrwałych fragmentów turystycznego zagospodarowania.

A. Niemczyk [2010] zauważa, że aktywność turystyczna często jest ograniczana przez ryzyko, które turyści zauważają w powiązaniu z uprawianiem turystyki. Jest ono powiązane z pewną dozą niepokoju, czy prezentowana oferta dostarcza wymiernych korzyści, które mogłyby uzasadnić jej pochlebne oceny. Turysta podczas wyboru turystycznej oferty jest narażony na:

- ryzyko psychologiczne – jakie uczucia wiążą się z wykorzystaniem danej oferty, jej ocena,
- ryzyko fizyczne – ocena bezpieczeństwa skorzystania z usługi,
- ryzyko społeczne – ocena przez osoby trzecie turysty, który podjął decyzję o skorzystaniu z oferty,
- ryzyko związane z utratą czasu – czas, jaki zostanie poświęcony przez turystę na wykorzystanie danej usługi,
- ryzyko funkcjonalne – czy turystyczne obiekty zaspokoją nadzieje turysty,
- ryzyko ekonomiczne – czy dana usługa jest warta swojej ceny [Niemczyk, 2010, s. 32-33].

Podjęcie aktywności turystycznej jest powiązane z wyborem celu podróży, wyborem destynacji turystycznej.

Termin „destynacja turystyczna” jest używany do określania kierunków ruchu turystycznego. Określenie to pochodzi z literatury anglojęzycznej i jest stosowane w badaniach przestrzennych turystycznego ruchu. Dotychczas w polskiej literaturze były używane inne terminy, tj.: „kierunki przyjazdów”, „przestrzeń turystyczna”, „obszar recepcji turystycznej”, „zasięg przestrzenny wyjazdów” [Delekt, 2013, s. 10]. Niekiedy określenie destynacji turystycznej

jest traktowane jako wyraz bliskoznacznym przestrzeni turystycznej [Parzych, 2011, s. 359-367]. Zaś ta ostatnia jest określana jako element przestrzeni turystycznej, jednostki geograficznej wybranej przez turystę jako docelowe miejsce wyjazdu [Ziółkowska-Weiss, 2017b, s. 123].

2. Determinanty aktywności turystycznej oraz ich wpływ na wybór destynacji turystycznej

W ostatnich kilkunastu latach nastąpiły znaczące zmiany w strukturze potrzeb i preferencji ludności, wzrosła wartość i istotność potrzeb rzędu wyższego. Zjawisko to w bardzo dużym stopniu oddziałuje na przemiany modelu konsumpcji społecznej, co wywołuje przemiany na rynku usług, podaży dóbr oraz struktur produkcji. Następuje ciągle wzrost możliwości zaspokajania potrzeb, zmieniają się upodobania i przyzwyczajenia konsumentów [Sobczyk, 2014, s. 93-94].

W ramach przedsięwzięcia badawczego przeprowadzanego w latach 2006-2007 Alejziak [2009] wprowadził typologizację aktywności turystycznej. Wynikiem jego badań jest wyszczególnienie trzech bazowych kategorii uwarunkowań aktywności turystycznej: modyfikatorów, generatorów oraz aktywatorów. Generatory są opisywane jako elementy wywołujące aktywność turystyczną poprzez zrozumienie pragnienia zainicjowania turystycznej aktywności przez człowieka i predyspozycji do rozpoczęcia działań zmierzających w tym kierunku – nie jest to jednoznaczne z zainicjowaniem wyjazdu. Do najważniejszych generatorów są zaliczane turystyczne potrzeby oraz motywacje uprawiania turystyki. Aktywatory są natomiast opisywane jako czynniki, które umożliwiają podjęcie aktywności turystycznej poprzez poznane wcześniej generatory mobilizujące do podjęcia rzeczywistych działań zmierzających do wyjazdu. Za najważniejsze aktywatory uznaje się: czas wolny, czynniki ekonomiczne (a wśród nich np.: dochód, ceny usług turystycznych, podaż i popyt tychże usług). Modyfikatory zaś określa się jako czynniki, które oddziałują m.in. na charakter i kształt turystycznej aktywności. Alejziak [2009] wskazuje ważne modyfikatory, którymi są: czynniki przyrodniczo-geograficzne (np. klimat, miejsce zamieszkania), społeczno-kulturowe (np. oddziaływanie grup odniesienia, styl życia), wybrane czynniki ekonomiczne, czynniki biologiczne (np. stan zdrowia, kondycja fizyczna), a także wiele innych. Mimo że modyfikatory są najliczniejszą grupą czynników, to według autora typologizacji wywierają one mniejszy wpływ niż aktywatory i generatory. Warto również zwrócić uwagę na podział dokonany przez Alejziaka. Wyróżnia on czynniki subiektywne (wewnętrzne), a także czynniki obiektywne (zewnętrzne). W pierwszej grupie znajdują się motywacje uprawiania tury-

styki, potrzeby turystyczne, ambicje, postawy, a także irracjonalne czynniki. Do drugiej grupy czynników obiektywnych zalicza on: ekonomiczne uwarunkowania, wolny czas, warunki zdrowotne i biologiczne, uwarunkowania technologiczne, demograficzne, polityczne, społeczno-kulturowe, przyrodniczo-geograficzne oraz pozostałe [Alejziak, 2009, s. 143-384].

Według Ziółkowskiej-Weiss [2017a, s. 66] sprecyzowanie czynników, które mają wpływ na wybór turystycznej destynacji, jest nieodzowne przy budowaniu odpowiedniej marketingowej strategii. Między innymi na wybór destynacji turystycznej wpływają płeć, osobowość, wiek, koszty, przychody, odległość, wykształcenie, narodowość, ryzyko oraz motywacja. Pośród tych czynników to właśnie motywacja jest uważana za bardzo ważny temat.

Niemczyk [2010, s. 23] tak przedstawia wybrane motywacje udziału w turystyce:

1. Ucieczka od zgiełku miasta i powrót na łono natury.
2. Motywacje interpersonalne:
 - wzięcie udziału w imprezach towarzyskich,
 - wizyta u rodziny, znajomych,
 - stwarzanie okazji do nawiązania nowych kontaktów.
3. Odnowa sił fizycznych:
 - sport, rekreacja,
 - regeneracja,
 - poprawa stanu zdrowia.
4. Powiązane z relaksem, rozrywką:
 - zakupy dla przyjemności,
 - wzięcie udziału w zawodach sportowych,
 - spędzanie czasu w parkach rozrywki, wesołych miasteczkach.
5. Odnowa psychiczna:
 - rozrywka,
 - poszukiwanie wrażeń duchowych,
 - odejście od rutyny dnia codziennego.
6. Edukacyjne, kulturowe, psychologiczne:
 - chęć wzięcia udziału w koncertach, festiwalach, przedstawieniach teatralnych,
 - zwiedzanie obszarów ciekawych pod względem przyrodniczym, kulturalnym,
 - zainteresowanie sztuką,
 - pragnienie odkrycia nowych regionów, miejsc, kultur i zwyczajów, tradycji regionalnych i języka,
 - zrealizowanie celów powiązanych z hobby, zainteresowaniami.

7. Religijne:
 - udział w pielgrzymkach,
 - medytacja.
8. Powiązane z pracą zawodową:
 - podróże związane z wykonywaną pracą,
 - działalność gospodarcza w sektorze publicznym i prywatnym.
9. Powiązane ze statusem społecznym:
 - zwiększanie kwalifikacji zawodowych, rozwój osobisty,
 - pragnienie zdobycia poważania, uznania.

3. Rozpoznanie determinant aktywności turystycznej i wyboru miejsc recepcji turystycznych wśród studentów

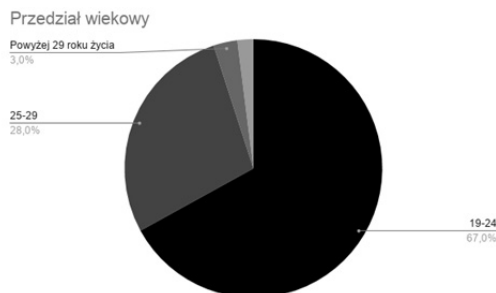
Na potrzeby artykułu przyjęto następujące hipotezy:

1. Studenci odbywają podróże turystyczne.
2. Największe motywacje do odbycia podróży to chęć relaksu, odpoczynku oraz poznanie nowych miejsc, kultur.
3. Wybór destynacji turystycznej w głównej mierze jest motywowany przez dużą liczbę atrakcji turystycznych w miejscu docelowym oraz cenę.

W niniejszym artykule jako metodę badawczą przyjęto metodę statystyczną. Metoda ta jest wykorzystywana do zgromadzenia i uporządkowania danych, informacji dotyczących jakiegoś procesu, zdarzenia [Apanowicz, 2002, s. 61-77]. Badanie zrealizowano w formie kwestionariusza ankiety stworzonego za pomocą Formularza Google. Było to badanie internetowe, przeprowadzone jednokrotnie. Zastosowano pytania zamknięte jednokrotnego i wielokrotnego wyboru. Badania zostały przeprowadzone w styczniu 2020 roku. Skonstruowany formularz zawierał 11 pytań dotyczących tematu badań (pytania dotyczyły częstotliwości podróżowania, kierunku i długości trwania wyjazdów, obszaru wyjazdów, sposobu podróżowania, problemów w rozpoczęciu podróży, motywacji do rozpoczęcia podróży, towarzyszy podróży); w drugiej części znajdowały się pytania charakteryzujące badaną zbiorowość (m.in. wiek, płeć, stan cywilny). Na początku kwestionariusza użyto pytań wprowadzających, a w kolejnych, powiązanych z poprzednimi pytaniami, zajęto się kwestiami bardziej problematycznymi. Kwestionariusz ankiety został przeprowadzony wśród studentów uczelni województwa małopolskiego, którzy stanowili grupę docelową przeprowadzonych badań. Próbę badawczą stanowiło 100 studentów, którzy zostali wybrani do badania ze względu na ich duże zainteresowanie podróżami turystycznymi. Bada-

nie miało na celu sprawdzenie, jakie czynniki kierują studentami przy rozpoczęciu aktywności turystycznej, oraz poznanie motywów wyboru destynacji turystycznej.

Łącznie w badaniu udział wzięło 100 osób, z czego 75% stanowiły kobiety, natomiast mężczyźni 25%. Ze względu na wybraną grupę społeczną, jaką są studenci, w 67% badane osoby były z przedziału wiekowego 19-24 lata.

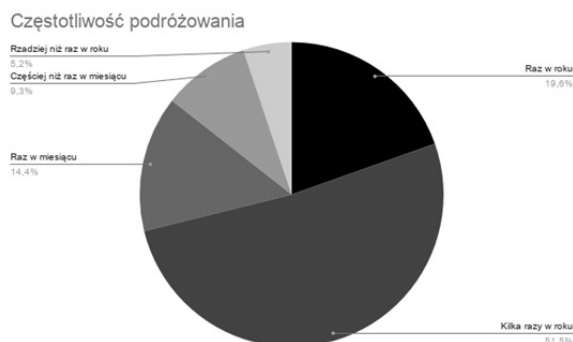


Rys. 1. Przedział wiekowy

Źródło: Opracowanie własne.

Badanie ukazuje, że respondenci w 84% deklarują, że są stanu wolnego, co jest związane z pewnością z ich młodym wiekiem, a także opóźnionym w czasie modelem zakładania rodziny.

Pytanie decydujące o dalszych etapach kwestionariusza było następujące: „Czy Pan/Pani odbywa podróże turystyczne?”. Aż 97% badanych udzieliło na nie odpowiedzi twierdzącej. Wśród osób, które udzieliły odpowiedzi negatywnej, była jedna kobieta oraz dwóch mężczyzn.

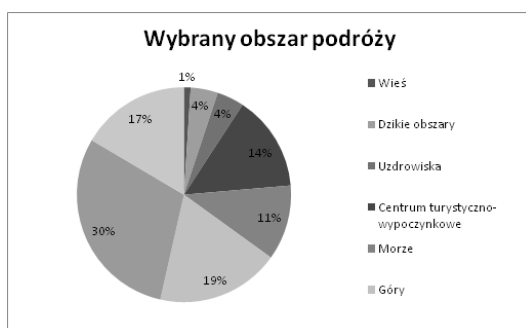


Rys. 2. Częstotliwość podróżowania

Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie dotyczące częstotliwości podróżowania ukazuje, że aż 51,5% respondentów podróżuje kilka razy w roku, raz w roku podróżuje 19,6%, raz w miesiącu 14,4%, częściej niż raz w miesiącu 9,3%, natomiast rzadziej niż raz w roku 5,2%. Aż w 54,6% były to wyjazdy krajowe. Wyjazdy zagraniczne stanowiły 45,4%, z czego 32% tych wyjazdów trwało od 5 dni wzwyż.

Pytanie odnoszące się do wyboru preferowanego obszaru podróży uzyskało bardzo zróżnicowane odpowiedzi. Miasto jako destynacja turystyczna była wybierana przez 29,9% respondentów, którzy w 13% jako środka transportu używali samochodu. Zaledwie jedna osoba (1%) zadeklarowała, że jej kierunkiem podróży jest wieś, a środkiem podróży samochód.



Rys. 3. Wybrany obszar podróży

Źródło: Opracowanie własne.

Najczęściej wybieranym środkiem transportu był samochód – wybrało go 35,1% ankietowanych; kolejno 30,9% wybrało samolot, 17,5% ankietowanych preferowało podróż autobusem/autokarem, a 16,5% wybrało podróż pociągiem.

Jako największy problem w rozpoczęciu podróży badani wskazywali brak wolnego czasu – aż 61 respondentów wskazywało na tę odpowiedź. Jako następny problem w kolejności wskazano uwarunkowania ekonomiczne – tak odpowiedziało 55 ankietowanych. Brak osób towarzyszących również został wskazany jako problem – 24 osoby wybrały taką odpowiedź. Badani respondenci mieli możliwość wybrania trzech wariantów odpowiedzi spośród siedmiu.

W następnym pytaniu również istniała możliwość wybrania trzech odpowiedzi spośród siedmiu. Pytanie to dotyczyło motywacji do odbycia podróży. Aż 75 badanych jako motyw wskazało na chęć odpoczynku, relaksu, 55% osób wybrało chęć poznania nowych miejsc, kultur, tradycji. Atrakcyjność turystyczna wybranych miejsc motywuje 48 osób.

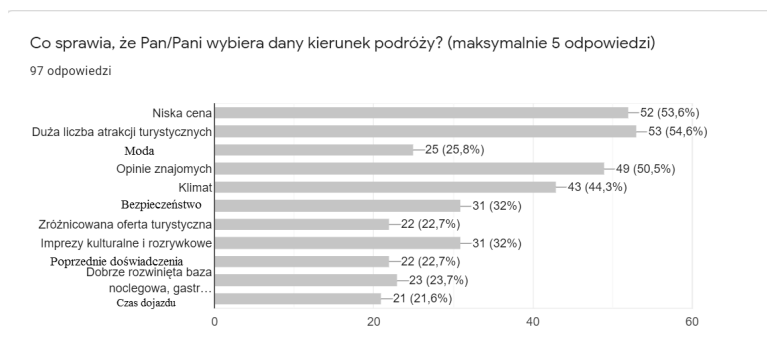
Respondenci na pytanie o osoby, z którymi najczęściej podróżują, wybierali partnera – 40,2% wskazanych odpowiedzi. Tylko 4,1% badanych wybierało grupę/stowarzyszenie – osoby, które wybrały taką odpowiedź, jednocześnie deklarowały, że w 100% przynależność do grupy/stowarzyszenia zwiększa ich aktywność turystyczną.



Rys. 4. Osoby, z którymi respondenci wyjeżdżają najczęściej

Źródło: Opracowanie własne.

Wśród czynników wpływających na wybór danego kierunku podróży badana grupa mogła wybrać 5 odpowiedzi (spośród 11) i aż 53 osoby wybrały dużą liczbę atrakcji turystycznych. Kolejnym wyborem 52 respondentów była niska cena oraz opinie znajomych, które wybrało 49 badanych. Najrzadziej wybieraną odpowiedzią był czas dojazdu do miejsca docelowego – odpowiedź tą wybrało 21 badanych osób.



Rys. 5. Czynniki wpływające na wybór danego kierunku podróży

Źródło: Opracowanie własne.

Przeprowadzone badania kwestionariuszowe wykazały, że większość przebadanych studentów podróżuje. Może to świadczyć o upowszechnieniu się zjawiska turystyki. Nie jest już ona potrzebą drugiego rzędu, a stała się wręcz potrzebą podstawową. Przebadani studenci częściej wybierają kilka podróży w roku, które trwają krócej niż 7 dni, preferują oni wyjazdy 3-4-dniowe – może to być spowodowane uwarunkowaniami ekonomicznymi, brakiem wolnego czasu w dłuższym okresie, a także pragnieniem poznania większej liczby regionów. Jak wykazują badania, młode osoby rzadko wybierają wieś jako swój cel podróży. Można przyjąć, iż jest to spowodowane m.in. chęcią uczestnictwa w życiu kulturalnym, imprezach rozrywkowych. Dla większości respondentów barierą w rozpoczęciu podróży jest brak czasu wolnego oraz uwarunkowania ekonomiczne.

W głównej mierze wynikają one z tego, że studenci podczas nauki podejmują pracę w niepełnym wymiarze godzin. Z tego również powodu ich motywacją do podróżowania jest chęć odpoczynku, relaksu, a dopiero w następnej kolejności pragnienie poznania nowych miejsc i kultur. Dodatkową motywacją do podróżowania dla studentów jest przynależność do grup/stowarzyszeń. Przy wyborze destynacji turystycznej kierują się oni głównie dużą liczbą atrakcji turystycznych, które znajdują się w miejscu docelowym podróży, a także niską ceną. Dla porównania badania przeprowadzone przez U. Koprowską i S. Dudziak [2015, s. 52] wskazują, iż młodzież akademicka za główny cel wyjazdu przyjmuje urlop, odpoczynek, relaks (72%). Przy wyborze miejsca destynacji podróży kierują się zaś atrakcjami turystycznymi dostępnymi na miejscu (58,76%). Ważnym czynnikiem jest również cena, która często jest czynnikiem rozstrzygającym.

Dzięki przeprowadzonemu badaniu można stworzyć opis sylwetki studenta, który motywuje swoją 3-4-dniową podróż krajową potrzebą odpoczynku. Celem jego wyjazdu jest miasto pełne atrakcji turystycznych, podróżuje autem, natomiast przeszkodą w rozpoczęciu podróży jest brak czasu wolnego.

Podsumowanie

Turystyka jest zjawiskiem powszechnym. Jest ona kształtowana przez ciągle zmieniające się preferencje konsumentów. Podjęcie aktywności turystycznej jest umotywowane pewnymi czynnikami, które oddziałują na turystów – w tym wypadku badanych studentów. Czynniki te są zazwyczaj bardzo różnorodne i w różnym stopniu wpływają na dane grupy społeczne. Postawione w artykule hipotezy zostały potwierdzone przez badania kwestionariuszowe. Dla przebadanych studentów najważniejszym motywem zachęcającym do odbycia podróży

jest potrzeba relaksu, odpoczynku. Jeżeli zaś chodzi o destynację, studenci wybierają miejsca z wieloma atrakcjami turystycznymi oraz niską ceną. Badania te ukazują, jaką grupę stanowią studenci w segmencie aktywności turystycznej, jakie są ich zachowania nabywcze oraz charakterystyczne preferencje. Pomaga to w tworzeniu ofert turystycznych dla danej grupy docelowej.

Literatura

- Alejsiak W. (2009), *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Wydawnictwo AWF, Kraków.
- Alejsiak W. (2011), *Aktywność turystyczna: międzynarodowe i krajowe zróżnicowanie oraz kwestia wykluczenia społecznego*, „Turyzm”, nr 21/1-2, s. 7-16.
- Apanowicz J. (2002), *Metodologia ogólna*, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu, Gdynia.
- Deleka A. (2013), *Determinanty aktywności i destynacji turystycznych studentów dużego i małego ośrodka akademickiego*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków.
- Dudziak S., Koprowska U. (2015), *Specyfika zachowań młodzieży akademickiej na rynku usług turystycznych (na podstawie wyników badań własnych)*, „Handel Wewnętrzny”, nr 3, s. 47-58.
- Gaworecki W. (2003), *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Kielan K., Pokora K. (2006), *Usługi turystyczne. Część 1 [w:] Przygotowanie do działalności usługowej. Wybrane rodzaje usług*, WSiP, Warszawa.
- Kordek P. (2011), *Analiza. Współczesna turystyka jako stymulator rozwoju społeczno-gospodarczego państwa*, Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego, Kraków.
- Kruczek Z., red. (2005), *Kompendium pilota wycieczek*, Proksenia, Kraków.
- Kurek W. (2007), *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Niemczyk A. (2010), *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków.
- Parzych K. (2011), *Determinanty przestrzeni turystyki krajowej młodzieży szkolnej. Studium przypadku młodzieży licealnej Słupska i Częstochowy [w:] M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 359-367.
- Przeclawski K. (2001), *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków.
- Sobczyk G. (2014), *Współczesna konsumpcja – nowe trendy na polskim rynku*, Zeszyty Naukowe WSEI, seria: EKONOMIA, nr 9(2), s. 87-104.
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo PWN, Warszawa.

- Włodarczyk B. (1999), *Przemiany form aktywności turystycznej. Przykład krawędzi Wyżyny Łódzkiej*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- World Tourism Organization (1995), *Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO*, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Ziółkowska-Weiss K. (2017a), *Czynniki kulturowe warunkujące aktywność i kierunki turystyczne chicagowskiej Polonii*, „Turyzm”, nr 6, s. 55-78.
- Ziółkowska-Weiss K. (2017b), *Czynniki społeczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej polonii*, „Turyzm”, nr 27/2, s. 121-130.

FACTORS AFFECTING TOURIST ACTIVITY AND CHOOSING TOURIST DESTINATIONS AMONG STUDENTS

Summary: In recent years, tourism has become a rapidly growing sector of the global economy. It is of great social and economic importance in both developing and developed countries. Tourism is multidimensional, which is why it is considered in various contexts, including social, economic, psychological, cultural and spatial. Participation in tourism, and thus the choice of tourist destinations will become the subject of the article. Its purpose will be to recognize the determinants of tourist activity and the choice of tourist reception destinations among students. For the purposes of this goal, student surveys will be conducted.

Keywords: tourism, tourist activity, destination, theme.