

Ewa Szulc-Dąbrowiecka

Wyższa Szkoła Turystyki i Rekreacji

ul. Marymoncka 34

00-968 Warszawa

skrzynka nr 21, budynek DAMM

tel/fax: (0 22) 834-57-14

**PREFERENCJE W TURYSTYCE
WYJAZDOWEJ STUDENTÓW
WARSZAWY (NA PRZYKŁADZIE
ZACHOWAŃ STUDENTÓW
WYŻSZEJ SZKOŁY TURYSTYKI
I REKREACJI WSTiR)**

**TOURIST PREFERENCES
OF WARSAW STUDENTS
(A SURVEY OF STUDENTS
FROM THE HIGHER SCHOOL
OF TOURISM AND RECREATION
– WSTiR)**

Turystyka młodzieży stanowi ważny segment rynku turystycznego, ponieważ grupa ta charakteryzuje się dużą aktywnością turystyczną, a jej preferencje będą rzutować na jej faktyczne zachowania w przyszłości. Celem autorki niniejszej pracy jest określenie tendencji w popycie turystycznym studentów Warszawy, a zwłaszcza kierunków wyjazdów turystycznych długoterminowych (tj. powyżej pięciu dni) młodzieży studenckiej, czyli elementu popytu faktycznego, a także preferencji w przyszłości, czyli tzw. popytu potencjalnego. Określono również inne cechy popytu potencjalnego, takie jak motywy wyjazdów i preferowaną organizację wyjazdów. Badania tej grupy młodzieży prowadzono w znacznie szerszym zakresie w końcu lat osiemdziesiątych (ŁOPACIŃSKI 1989, RADKOWSKA 1989). Na podstawie badania ankietowego określono cechy popytu turystycznego studentów, takie jak: kierunki wyjazdów wakacyjnych w kraju w ciągu ostatnich pięciu lat oraz kierunki przyszłych wyjazdów, motywy wyjazdów i preferowaną organizację wyjazdów turystycznych.

Opracowanie niniejsze ma pozwolić na określenie, czy studenci preferują turystykę alternatywną, kwalifikowaną, czy też turystykę masową. Badacze popytu turystycznego zgodnie twierdzą, że obecnie zachodzą zmiany w preferencjach turystycznych. OPASCHOWSKI (1992) stwierdza, że wśród form wypoczynku preferowanych przez turystów krajów wysoko rozwiniętych w latach

Youth tourism is an important part of the tourist market because young people are very active touristically and their preferences will influence their actual behaviour in the future. The aim of this article is to define the tourist preferences of Warsaw students (especially as regards their longer trips – over 5 days) i.e. the real demand, as well as future preferences i.e. the potential demand. The author also defines other characteristics of the potential demand such as the motives for such trips and their preferred organisation. Research among this group was conducted on a much larger scale in the late 1980's (ŁOPACIŃSKI 1989, RADKOWSKA 1989). The students' 'tourist demand' is described, based on a survey including such questions as holiday destinations in Poland in the last five years, as well as the destinations of future trips, their motives for travelling and preferred organisation.

This article is to determine whether students prefer the alternative, or the mass tourism. Researchers into tourist demand agree that currently preferences are undergoing change. OPASCHOWSKI (1992) claims that between 1960 and 1980 tourists from highly developed

1960–1980 przeważał wypoczynek bierny, rozrywka oraz orientacja konsumpcyjna, w następnym okresie – trwającym do dzisiaj – charakterystyczne jest poszukiwanie „smaku życia”, przeżyć, wrażeń, przede wszystkim duchowych (cyt. za: ALEJZIAK 1999, s. 210). KRIPPENDORF (1982) określa zmiany z dominującej, tzw. „turystyki twardej”, do „miękkiej”. Turystykę „twardą” charakteryzują podróże grupowe, wyraźnie określony program, wygoda, bierność, nastawienie na komfort, brak wiedzy na temat kraju odwiedzanego. Cechy turystyki „miękkiej” stanowią przeciwieństwo turystyki twardej (cyt. za: ALEJZIAK 1999, s. 212). ALEJZIAK (1999, s. 215) również twierdzi, że obserwuje się w latach dziewięćdziesiątych tendencję do odwrotu od turystyki masowej ku podróżom indywidualnym i imprezom niestandardowym. Jeśli chodzi o kierunki wyjazdów, to MIDDLETON (1996, s. 388) uważa, że turyści z Europy Zachodniej wybierają częściej niż w latach sześćdziesiątych wyjazdy krajowe lub pozaeuropejskie.

Materiał empiryczny wykorzystany w tej pracy dostarczyły badania ankietowe przeprowadzone wśród studentów Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji (WSTiR) w roku akad. 1999/2000. Badanie losowe dotyczyło grupy studentów I roku studiów dziennych i III roku studiów zaocznych. Ankiety wypełniło 189 osób, co stanowiło 86% studentów I roku i 72% studentów III roku. Ankieta składała się z dwóch części. Część pierwsza dotyczyła kierunków wyjazdów wakacyjnych (tj. powyżej pięciu dni) w Polsce w ciągu ostatnich pięciu lat. Informacje te uzyskano na podstawie trzech pytań: 1) o faktycznie odbyte podróże w Polsce w ciągu ostatnich pięciu lat, 2) o kierunki wyjazdów turystycznych w Polsce w przyszłości, oraz 3) o regiony, do których respondent nie chciałby wyjechać. W tym przypadku przyjęto klasyfikację regionów turystycznych za MATCZAKIEM (1993). Druga część ankiety dotyczyła popytu potencjalnego. Studenci opisywali swoje „wymarzone wakacje” (kierunki wyjazdu, motywy wyjazdu, preferowane sposoby żywienia, noclegi, rodzaj towarzystwa, rozrywki, organizację wyjazdu itp.).

Badana populacja to grupa studentów I roku – osoby 19-letnie i studenci III roku – osoby w 90% do 25 roku życia. W obu grupach przeważają kobiety (na I roku 75% badanych, a na III roku 86,5%). Zdecydowana większość studentów I roku nie podjęła pracy, podczas gdy w grupie studentów zaocznych niepracujący stanowili 11,7% ankietowanych; 16,2% pracowało w instytucjach związanych z turystyką, a 72% w innych firmach niż tury-

countries preferred passive recreation, entertainment and were consumption oriented but that since then it has been very common to seek ‘the flavour of life’, experience, impressions and above all the spiritual (ALEJZIAK 1999, p. 210). KRIPPENDORF (1982) has commented on a change from the dominant so-called ‘hard tourism’ to ‘soft tourism’. ‘Hard’ tourism is characterised by group travel, a clear schedule, convenience, passivity and comfort-orientation, coupled with a lack of knowledge about the country visited, while the features of ‘soft’ tourism are the exact opposites of these (ALEJZIAK 1999, p. 212). ALEJZIAK (1999, p. 215) also claims that the 90’s witnessed a tendency to abandon mass tourism for individual trips and non-standard events. Concerning destinations, MIDDLETON (1996, p. 388) believes that tourists from Western Europe choose trips both within their own countries and outside of Europe more frequently than in the 1960’s.

The empirical material used in this article was provided by a survey carried out among the students of the Higher School of Tourism and Education (*Wyższa Szkoła Turystyki i Rekreacji – WSTiR*) in the academic year 1999/2000. The survey included both 1st year students and 3rd year extramural students. Questionnaires were completed by 189, 86% of the 1st year and 72% of the 3rd. The questionnaire was divided into two parts with the first referring to the destinations of trips (over 5 days) in Poland in the last 5 years. Information was acquired on the basis of three questions:

- trips which actually took place in the last 5 years,
- destinations of trips in Poland in the future,
- regions which would be avoided.

In this last case the author adopted the classification of tourist regions by A. MATCZAK (1993). The other part of the questionnaire referred to the potential demand. The students described their ‘dream holidays’ (destinations and motivations, preferred board and accommodation, type of companions, entertainment, trip organisation etc.).

styczne. Miejsce zamieszkania studentów, według ankiety przeprowadzonej w tym samym roku przez A. Mielcarz dla III roku, kształtowało się następująco: w Warszawie zamieszkuje na stałe zaledwie 48% studentów, 32% mieszka w odległości do 50 km, 13% w obszarze 50–150 km od Warszawy i wreszcie 7% mieszka na stałe w odległości 150–250 km od Warszawy. Zakłada się, że w grupie z I roku przeważają osoby zamieszkujące na stałe w Warszawie.

Ankietowani studenci charakteryzowali się znaczną aktywnością turystyczną na terenie Polski. Odbyli w ciągu ostatnich pięciu lat średnio 0,98 podróży na jedną osobę rocznie w przypadku studentów I roku oraz 0,83 podróży rocznie w grupie studentów III roku. Jednocześnie przeciętny mieszkaniec Polski w sezonie 1995/96 odbył zaledwie 0,35 podróży rocznie (KUCZYŃSKI 1999).

Obie grupy odbywały podróże turystyczne w ostatnich pięciu latach w podobnych kierunkach (tab. I). Studenci I roku wyjeżdżali przede wszystkim na wybrzeże (30% podróży), w góry (29%) oraz nad jeziora (25%), w pozostałe regiony łącznie odbyto 16% podróży. Ankietowani studenci III roku odbyli 37% podróży na wybrzeże, 33% w góry, 20% jeziora, a w pozostałe regiony 10% podróży. Porównanie obu grup studentów nasuwa wniosek, że studenci III roku częściej wypoczywali w popularnych regionach, takich jak góry, morze, jeziora.

Tabela I. Kierunki wyjazdów odbytych na terenie kraju w latach 1995–1999 przez studentów I roku i III roku WSTiR

Region	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Wybrzeże	30,0	36,9
Pomorze	6,0	1,1
Mazury	18,8	18,6
Wielkopolska	3,1	0,4
Mazowsze	3,1	2,4
Śląsk	1,3	1,3
Małopolska Zachodnia	2,9	3,9
Małopolska Wschodnia	5,7	2,6
Sudety	5,0	4,5
Karpaty	24,0	28,3

Odsetki sumują się do 100; respondenci opisywali pięć ostatnich podróży.

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli idzie o popyt potencjalny, czyli regiony Polski, które studenci chcą odwiedzić w przyszłości, to studenci I roku deklarowali chęć spędzenia

The population was made up of 1st year students (19 year olds), and 3rd year students, 90% of whom were older (up to the age of 25). In both groups there were more women (75% in the 1st year and 86.5% in the 3rd). A great majority of the 1st year had no job, while just 11.7% of the extramural students had did not have one (16.2% of those who had a job worked in tourist-related places, and 72% elsewhere). A survey of the 3rd year students' place of residence by A. Mielcarz (2000) gave the following results: only 48% live permanently in Warsaw, 32% up to 50 km away, 13% 50–150 km, and finally 7% 150–250 km. It was assumed that there is a similar pattern for 1st year students.

The students surveyed were very active touristically in Poland. In the previous five years the 1st year had made an average of 0.98 trips per person per year, with 0.83 trips for the 3rd year. For comparison, an average Pole in 1995/1996 took 0.35 trips (KUCZYŃSKI 1999).

Both groups took trips in the last five years to similar destinations (Table I). The figures for the 1st year were: the seaside (30%), the mountains (20%) and lake districts (25%) with the remaining (16%) elsewhere, and the 3rd: the seaside (37%), mountains (33%) and lake districts (20%) with the remaining (10%) elsewhere. A comparison suggests that the 3rd year visited popular regions like the seaside, mountains or lakes slightly more often.

Table I. Destinations in Poland between 1995–1999 of 1st and 3rd year WSTiR students

Region	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Wybrzeże	30.0	36.9
Pomorze	6.0	1.1
Mazury	18.8	18.6
Wielkopolska	3.1	0.4
Mazowsze	3.1	2.4
Śląsk	1.3	1.3
Małopolska Zachodnia	2.9	3.9
Małopolska Wschodnia	5.7	2.6
Sudety	5.0	4.5
Karpaty	24.0	28.3

The columns total to 100%; students described their last 5 trips.

Source: Author's own research.

wakacji na wybrzeżu (36% odpowiedzi), w górach (26%), nad jeziorami (22%), a tylko 15% w pozostałych regionach (tab. II). Studenci III roku chcieliby wyjechać na wybrzeże (35%), w góry (36%), nad jeziora wybrało wyjazd 21%, a w pozostałe regiony Polski 8% osób (tab. II). Z badań tych wynika, że studenci preferują głównie wyjazdy w znane regiony turystyczne. Różnice w preferencjach miejsca spędzania wakacji między obiema grupami były niewielkie: studenci III roku deklarowali częściej chęć wyjazdu w góry, niż studenci I roku.

Tabela II. Deklarowane kierunki preferowanych wyjazdów na terenie Polski studentów I roku i zaocznych studentów III roku WSTiR

Region	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Wybrzeże	36,0	34,9
Pomorze	4,8	1,6
Mazury	17,3	19,1
Wielkopolska	1,8	0,7
Mazowsze	1,5	0,0
Śląsk	1,8	0,2
Małopolska Zachodnia	4,2	5,7
Małopolska Wschodnia	6,2	1,8
Sudety	8,3	6,6
Karpaty	18,1	29,2

Odsetki sumują się do 100; studenci opisywali pięć przyszłych podróży.

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli porównamy kierunki wyjazdów wakacyjnych odbytych w ciągu ostatnich pięciu lat z kierunkami wskazanymi jako preferowane to okaże się, że w przyszłości grupy te chcą wyjeżdżać w regiony popularne i znane z poprzednich wyjazdów. Może to oznaczać, że studenci kierują się wyborem stereotypowym i nie chcą ryzykować wyjazdów w nieznanne, lub, że brak odpowiednio atrakcyjnej oferty w innych regionach, co może się wiązać z gorszą dostępnością komunikacyjną innych regionów. Potwierdza to fakt, że studenci wyjeżdżający nad jeziora wybierają Mazury, a nie Pojezierze Pomorskie, a decydując się na góry wybierają Karpaty, a nie Sudety.

Ankietowani studenci odpowiadali również na pytania dotyczące regionów, w których nie chcieliby spędzać wakacji. Studenci I roku stwierdzili, że nie chcieliby wypoczywać przede wszystkim na Mazowszu (22% odpowiedzi) oraz na Śląsku (26%). Podobnie wypowiedzieli się studenci III roku – 30% nie wybrałoby wakacji na Śląsku i 20%

Concerning potential demand i.e. Those regions of Poland which the students want to visit in the future, the 1st year mentioned the seaside (36%), mountains (26%) and the lakes (22%), and only 15% elsewhere (Table II), while the 3rd: the seaside (35%), mountains (36%), lakes (21%) and (8%) elsewhere (Table II). This shows that students prefer trips to popular tourist regions but the differences between the two years were rather insignificant e.g. the 3rd year pointed to the mountains as their favourite destination more often than the 1st year.

Table II. Preferred Polish destinations of 1st year and 3rd year WSTiR students

Region	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Wybrzeże	36.0	34.9
Pomorze	4.8	1.6
Mazury	17.3	19.1
Wielkopolska	1.8	0.7
Mazowsze	1.5	0.0
Śląsk	1.8	0.2
Małopolska Zachodnia	4.2	5.7
Małopolska Wschodnia	6.2	1.8
Sudety	8.3	6.6
Karpaty	18.1	29.2

The columns total to 100%; the students described their last 5 trips.

S o u r c e: Author's own research.

If we compare the actual destinations in the last 5 years with those described as preferred, it turns out that in the future they want to travel to popular regions which they already know from previous trips. This may mean that students' choices are stereotypical and they do not want to risk trips to unfamiliar places, or that there is a lack of an attractive offer in other regions caused by their poor accessibility. This is supported by the fact that the students visiting areas of lakes chose Pojezierze Mazurskie (the Mazurian lake district), and not Pojezierze Pomorskie (the Pomeranian lake district), and when deciding to go to the mountains, they chose the Karpaty (the Carpathians) and not the Sudety (the Sudeten mountains).

na Mazowszu. Regiony te uznawane są przez warszawiaków za nieatrakcyjne i zbyt zanieczyszczone (tab. III).

Tabela III. Regiony w Polsce, w których studenci I roku i zaoczni III roku WSTiR nie chcieliby spędzać wakacji

Region	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Wybrzeże	9,8	13,0
Pomorze	4,9	2,9
Mazury	9,3	10,9
Wielkopolska	4,9	9,2
Mazowsze	22,3	19,7
Śląsk	26,3	30,1
Małopolska Zachodnia	8,9	5,4
Małopolska Wschodnia	5,8	2,1
Sudety	4,0	0,8
Karpaty	3,6	5,9

Odsetki sumują się do 100; studenci deklarowali po pięć regionów.
Źródło: Opracowanie własne.

Znaczny odsetek studentów nie wybrałby się też w tzw. regiony uznane za atrakcyjne turystycznie. Odpowiedzi w obu grupach są bardzo podobne: spośród studentów I roku nie wybierze się nad morze 10% badanych, a nad jeziora 14%. Wśród studentów III roku nie pojedzie nad morze 13%, a nad jeziora 14% ankietowanych.

Studenci I roku i III roku studiów w WSTiR deklarowali bardzo podobne kierunki „wymarzonych” wakacji (tab. IV). Największa grupa deklarowała chęć wyjazdu w regiony basenu Morza Śródziemnego (studenci I roku – 40%, studenci III roku – 41%) oraz do innych krajów (odpowiednio 40% i 39%). W Polsce spędziłoby swoje wymarzone wakacje zaledwie po 6% studentów obu badanych lat. Można więc wnioskować, że bardzo duży udział w deklarowanych wyjazdach stanowią wyjazdy „po słońce i na plażę” oraz kraje dalekiej zagranicy.

Tabela IV. Kierunek preferowanych wyjazdów na „wymarzone” wakacje studentów I roku i zaocznych studentów III roku WSTiR

Region	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Polska	6,4	6,3
Europa bez basenu M. Śródziemnego	14,1	14,4
Basen Morza Śródziemnego	39,7	40,6
Pozostałe kraje	39,7	38,7

Studenci opisywali jeden kierunek podróży.
Źródło: Opracowanie własne.

The students were also asked about the regions where they would not like to spend their holidays. The 1st year claimed that they would above all not like to stay in Mazowsze (22%) or in Silesia (26%) with figures of 30% Silesia and 20% Mazowsze for the 3rd. These regions are considered by the students to be unattractive and too polluted (Table III).

Table III. Polish regions where WSTiR 1st year and 3rd year students would not like to spend their holidays

Region	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Wybrzeże	9.8	13.0
Pomorze	4.9	2.9
Mazury	9.3	10.9
Wielkopolska	4.9	9.2
Mazowsze	22.3	19.7
Śląsk	26.3	30.1
Małopolska Zachodnia	8.9	5.4
Małopolska Wschodnia	5.8	2.1
Sudety	4.0	0.8
Karpaty	3.6	5.9

The columns total to 100%; the students described their last 5 trips.

Source: Author's own research.

A significant percentage of students however would not travel to regions regarded as touristically attractive. The answers in both groups are very similar: among 1st year students 10% will not travel to the seaside and 14% to the lakes, while among the 3rd year 13% will not travel to the seaside and 14% to the lakes.

Table IV. 'Dream' holiday destinations of 1st and 3rd year WSTiR students

Region	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Poland	6.4	6.3
Europe without the Mediterranean	14.1	14.4
The Mediterranean region	39.7	40.6
Other countries	39.7	38.7

Students gave only one destination.
Source: Author's own research.

The 1st and 3rd year WSTiR students spoke about very similar destinations for their dream holidays (Table IV). The lar-

Najciekawszymi kierunkami wyjazdów są kraje ostatniej grupy. Studenci, którzy wybrali ten kierunek mieli bardzo „rozstrzelone” preferencje odnośnie do krajów, ale zarysowała się pewna prawidłowość – najbardziej popularny okazał się wyjazd do USA (10 odpowiedzi z roku III i sześć odpowiedzi z roku I), Australii (cztery odpowiedzi z III roku i dwie z I roku) oraz do Meksyku (trzy odpowiedzi z III roku), Tajlandii (trzy odpowiedzi z III roku), Jamajki (trzy odpowiedzi z I roku).

Obie grupy studentów wybrały przede wszystkim wyjazd do USA i Australii, zatem do krajów o bardzo zróżnicowanych atrakcjach turystycznych oraz dobrze zagospodarowanych turystycznie. Co ciekawe, wyjazdów tych nie łączono z odwiedzinami rodzin.

Wyniki zawarte w tab. V świadczą o znacznej koncentracji deklarowanego ruchu turystycznego. Do pierwszej piątki krajów wybiera się prawie połowa studentów I i III roku, druga piątka krajów koncentruje 18% wyjazdów. Nasuwa się wniosek, że studenci chcieliby wyjeżdżać głównie do krajów europejskich, natomiast preferowane wyjazdy do krajów pozaeuropejskich mają charakter mniej ukierunkowany, a bardziej rozstrzelony.

Tabela V. Kierunki potencjalnych wyjazdów studentów WSTiR do pierwszych dziesięciu krajów (% oznacza udział danej grupy krajów w ogólnej liczbie wyjazdów deklarowanych)

Rok I (n = 78)		Rok III (n = 111)	
kraj	liczba odpowiedzi	kraj	liczba odpowiedzi
Hiszpania	17	Hiszpania	14
Włochy	6	Włochy	11
USA	6	USA	10
Polska	5	Polska	7
Wielka Brytania	4	Wielka Brytania	7
Razem	48%		44,1%
Grecja	4	Grecja	5
Jamajka	3	Egipt	5
Francja	3	Australia	4
Egipt	2	Norwegia	3
Irlandia	2	Meksyk	3
Razem	18,1%		18,0%
Pozostale	33,2%		37,9%

Respondenci mogli podać tylko jeden kierunek wyjazdu.
Źródło: Badanie własne.

Gdy porównamy te wyniki z międzynarodowym ruchem turystycznym w 1997 r. (ALEJZIAK 1999) okaże się, że pierwsza piątka najczęściej odwiedzanych krajów koncentrowała 36% ogółem przyjazdów międzynarodowych i były to: Francja,

gest group wanted to travel to the Mediterranean (1st year – 40%, 3rd – 41%) and to foreign countries (40% and 39% respectively). Only 6% in each group would spend their dream holidays in Poland. It can be concluded that travel in search of sunshine and a beach, as well as to foreign countries, would constitute a large percentage of all trips.

The most interesting destinations are the countries from the last group. Students who chose these had very ‘scattered’ preferences, but a certain regularity can be noticed – the most popular was the USA (ten 3rd and six 1st year), Australia (four 3rd and two 1st year) and Mexico (three 3rd year), Thailand (three 3rd year) and Jamaica (three 1st year).

Both groups chose the USA and Australia, countries of very different tourist attractions but with a well-developed tourist infrastructure. It is interesting that such trips were not associated with family visits.

The results in Table V show a considerable concentration of tourist destinations. The top five countries would be visited by almost half of the 1st and 3rd year students with the other five attractive to just 18%. It can be concluded that students would like to travel mainly to European countries, while preferred countries outside Europe are less specific.

Table V. The top ten destinations of potential trips of WSTiR students (the percentages show the proportion of students choosing the countries in the groups)

1 st year (n = 78)		3 rd year (n = 111)	
countries	number	countries	number
Spain	17	Spain	14
Italy	6	Italy	11
USA	6	USA	10
Poland	5	Poland	7
Great Britain	4	Great Britain	7
Total	48%		44.1%
Greece	4	Greece	5
Jamaica	3	Egypt	5
France	3	Australia	4
Egypt	2	Norway	3
Ireland	2	Mexico	3
Total	18,1%		18.0%
Other	33,2%		37.9%

Students gave only one destination.
Source: Author's own research.

USA, Hiszpania, Włochy, Wielka Brytania, a następna piątka – 16% przyjazdów międzynarodowych. Świadczyć to może o preferencjach polskiej młodzieży bardzo podobnych do istniejących obecnie kierunków wyjazdów światowej turystyki, czyli o imitacji zachowań turystycznych obecnie przeważających, a nie kreacji nowych.

Najczęściej podawane motywy wyjazdów to: poznawanie, które deklarowało 83% ankietowanych z I roku i 81% z III roku, wypoczynek – 76% w obu grupach, rozrywka – 67% studentów I roku i 41% studentów III roku (tab. VI).

Tabela VI. Motywy wyjazdów na wymarzone wakacje studentów I i III roku WSTiR

Motywy wyjazdów	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Wypoczynek	75,6	75,6
Poznanie	83,3	81,1
Pobyt z przyjaciółmi	42,3	22,5
Rozrywka	66,7	41,4
Sport	8,9	15,3
Praca	1,2	–

Odsetki nie sumują się do 100, gdyż respondenci podawali kilka motywów.

Źródło: Opracowanie własne.

Powszechnie podawano kilka motywów wyjazdów – 31% studentów I roku podawała aż cztery motywy wyjazdu, natomiast studenci III roku mają bardziej sprecyzowane cele – 41% podawało tylko po dwa motywy wyjazdów. Wynika z tego, że przy kreowaniu oferty turystycznej dla młodych ludzi należy uwzględniać różnorodne atrakcje pozwalające na realizację wielu celów.

Studenci wolą wyjazdy organizowane z grupą przyjaciół (studenci I roku – 61% odpowiedzi, studenci III roku – 47% odpowiedzi). Za pośrednictwem biura podróży (tab. VII) chciałoby wyjechać nieco ponad 1/3 respondentów (37% studentów I roku i 40% studentów III roku), na całkowicie samodzielną organizację wyjazdu zdecydowałoby się 24% studentów I roku i 31% studentów III roku. Wyniki ankiety porównane z podobnymi dla wyjazdów zagranicznych Polaków są bardzo podobne (ŁACIAK 1998).

Najliczniejsza grupa studentów obu lat, która wyjechałaby korzystając z usług biura podróży, pragnie wyjechać w regiony basenu Morza Śródziemnego (55% respondentów z I roku i aż 71% z III roku). Jest to prawdopodobnie wynik dużego wyboru tanich ofert turystycznych (m. in. oferty

When we compare these results to those of international tourism in 1997 (ALEJZIAK 1999), it turns out that the top five countries account for 36% of all international trips: France, the USA, Spain, Italy and Great Britain, while the next five accounted for 16%. This may show that the preferences of Polish young people are similar to those in the rest of the world, and that tourist behaviour is copied rather than original.

The most frequent motives are: seeing new places (83% of the 1st year, 81% of the 3rd), recreation (76% in both groups) and entertainment (67% and 41% respectively) (Table VI).

Table VI. Motives for dream holidays among 1st and 3rd year WSTiR students

Motives of trips	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Recreation	75.6	75.6
Seeing new places	83.3	81.1
Spending time with friends	42.3	22.5
Entertainment	66.7	41.4
Sport	8.9	15.3
Work	1.2	–

Columns do not sum to 100% because the students mentioned several motives.

Source: Author's own research.

The students usually mentioned several motives for their trips: 31% of the 1st year mentioned 4 motives, while for the 3rd year 41% mentioned only 2 motives. It can be concluded that when creating a tourist offer for young people one should include a variety of attractions which would allow them to realise their many aims.

Students prefer to travel with their friends (1st year students – 61%, 3rd year – 47%). One third (37% of the 1st year and 40% of the 3rd) would like to use the services of a travel agency (Table VII), while 24% of the 1st year and 31% of the 3rd would prefer to organise their trip themselves. The results of this survey are very similar to trips abroad among Poles in general (ŁACIAK 1998).

Most students from both groups would like to use the services of a travel agency when going to the Mediterranean (55%

last minute) oraz agresywnej kampanii reklamowej prowadzonej przez biura podróży specjalizujące się w wyjazdach nad Morze Śródziemne.

Tabela VII. Odsetek studentów I i III roku WSTiR preferujących wyjazd na wymarzone wakacje z biurem podróży (wg kierunków wyjazdów)

Kierunek wyjazdów	Odsetek studentów	
	I roku	III roku
Polska	0,0	14,3
Europa	18,2	12,5
Basen Morza Śródziemnego	54,8	71,1
Kraje pozaeuropejskie	25,8	44,1
Wszystkie kierunki	37,2	39,6

Źródło: Opracowanie własne.

Obie grupy studentów traktują wymarzone wakacje jako wyjazd o charakterze towarzyskim. Studenci I roku chcieliby przede wszystkim wyjechać w towarzystwie przyjaciół (87% odpowiedzi), ale także z bliską osobą (54% odpowiedzi). Studenci III roku deklarują w podobnych proporcjach wyjazd z bliską osobą (68% odpowiedzi) i z przyjaciółmi (60% odpowiedzi). Stosunkowo niewiele osób chciałoby poznać „kogoś” na wyjeździe (studenci I roku – 33% odpowiedzi, studenci III roku – 10%). Samotne wyjazdy nie cieszą się popularnością. – z I roku wyjazd samotny deklarowały dwie osoby, a z III roku nikt.

Upada mit o „siermiężnej turystyce” studentów. Wymarzone wakacje studenci spędziliby najchętniej w hotelach (studenci I roku – 76% odpowiedzi, studenci III roku – 68%). Następnie chcieliby korzystać z pola kempingowego (studenci I roku – 18% odpowiedzi, III roku – 21%), a dalej wymieniane obiekty noclegowe to schronisko i kwatery prywatne.

Najbardziej preferowane przez studentów są posiłki w restauracjach (studenci I roku – 53% odpowiedzi, III roku – 55%) oraz w barze (odpowiednio 50% i 47%). Nieco ponad 1/3 studentów mogłaby żywić się we własnym zakresie.

Rozrywki są istotnym elementem wymarzonej wakacji ludzi młodych. Najpopularniejszą rozrywką w obu grupach studenckich jest dyskoteka (studenci I roku – 73% odpowiedzi, III roku – 66%), następnie wizyta w pubie (odpowiednio: 69% i 59% odpowiedzi) oraz uczestnictwo w koncertach (studenci I roku – 27% odpowiedzi, III roku – 46%). Są to typowe rozrywki organizowane w ośrodkach turystyki masowej dla młodzieży. Do nietypowych rozrywek wybranych przez studen-

of the 1st year and 71% of the 3rd). This probably results from the wide range of cheap tourist offers (among others 'last-minute' offers), as well as from the aggressive advertising campaigns run by travel agencies specialising in trips to the Mediterranean.

Table VII. The percentage of 1st and 3rd year WSTiR students who would prefer going on their dream holiday through a travel agency (according to destination)

Destination	Percentage of students	
	1 st year	3 rd year
Poland	0.0	14.3
Europe	18.2	12.5
The Mediterranean area	54.8	71.1
Countries outside Europe	25.8	44.1
All directions	37.2	39.6

S o u r c e: Author's own research.

Both groups treat their dream holidays as a trip for social purposes. The 1st year above all would like to travel with friends (87%), but also with a person close to them (54%) while 68% of the 3rd year students point to a close person and 60% to friends. Relatively few would like to meet 'somebody' during the holidays (1st year – 33%, 3rd – 10%). Travelling alone is not popular – only two 1st year students mentioned it, and nobody from the 3rd.

The modest demands of student tourists has been shown to be a myth. They would most willingly spend their dream holidays in hotels (1st year – 76%, 3rd – 68%) followed by camping sites (18% and 21% respectively) with tourist shelters and private lodgings also mentioned. Students prefer to eat in restaurants (1st year – 53%, 3rd – 55%) or other catering establishments (50% and 47% respectively) but slightly over a third would provide their own food.

Entertainment is an important element and the most popular for both groups is the discotheque (1st year – 73%, 3rd – 66%), followed by pubs (69% and 59% respectively) and concerts (27% and 46%). These are the entertainments typically organised for young people in

tów I roku należało: czytanie książek – jedna osoba, poznawanie folkloru – dwie osoby, sport – trzy osoby, pójście do teatru – jedna osoba. Nietypowe rozrywki deklarowane przez studentów III roku to: safari, zwiedzanie muzeów i fotografowanie – wymienione przez pojedyncze osoby, zakupy – przez trzy osoby, sport – przez sześć osób.

* * *

Ankieta przeprowadzona wśród studentów Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie wykazała, że ta grupa społeczna charakteryzuje się bardzo dużą aktywnością turystyczną (każdy ze studentów wyjechał raz w roku na wakacje w Polsce w ciągu ostatnich pięciu lat). Wyjazdy te skierowane były przede wszystkim w typowe regiony turystyczne Polski, tj. w Karpaty (głównie Tatry), nad jeziora (przede wszystkim Pojezierze Mazurskie), oraz na wybrzeże Bałtyku (z reguły Wybrzeże Gdańskie). Podobne kierunki wyjazdów deklarują studenci dla swoich wakacji w Polsce w przyszłości.

Kierunki wyjazdu na „wymarzone wakacje” (popyt potencjalny) przedstawiają inny obraz. Studenci wybraliby przede wszystkim wyjazd w regiony basenu Morza Śródziemnego oraz do krajów pozaeuropejskich. Pozwala to na sformułowanie ogólnego wniosku, że Polska stawać się będzie krajem emisji turystycznej.

O koncentracji kierunków wyjazdów świadczy fakt, że prawie połowa respondentów wybrałaby jedno z następujących państw – Hiszpanię, Włochy, USA, Polskę, Francję. Wybór ten może wynikać ze znacznej podatności studentów na akcje promocyjne i informacyjne biur podróży przygotowujących wypoczynkową ofertę dla Polaków. Może też być konsekwencją faktu, że rynek polski znajduje się w drugiej fazie rozwoju turystyki, tj. fazie, w której głównym motywem jest wypoczynek bierny oraz rozrywka – czyli dominacja orientacji konsumpcyjnej (OPASCHOWSKI 1992; cyt. przez ALEJZIAKA 1999, s. 210); w fazie tej przeważa również turystyka masowa, grupowa.

W tabelach VIII i IX zestawiono najczęściej powtarzające się odpowiedzi określające charakter wymarzonych wakacji studentów I i III roku WSTiR.

Wyniki przedstawione w tab. VIII i IX mówią o najczęstszych preferencjach studentów. Chcą oni przede wszystkim poznawać i wypoczywać, naj-

tourist centres. Among the less popular ways of spending free time were reading books (one), learning about folklore (two), sport (three) and going to the theatre (one). Unusual types of entertainment mentioned by the 3rd year were going on safari, visiting museums, taking photographs (one each), shopping (three) and sport (six).

* * *

The survey conducted among WSTiR students in Warsaw showed that this social group is very active touristically (each of the students went on holiday once a year over the past 5 years). They travelled mainly to popular Polish tourist regions i.e. to the Carpathian mountains (the Tatras), the lakes (the Mazurian Lake District) and to the Baltic coast (most often the Gdańsk area). The students mentioned the same destinations while talking about their future holidays in Poland.

Dream holiday destinations (potential demand) were different. The students would choose first the Mediterranean and countries outside Europe which leads to the conclusion that there will be a net outflow of tourists from Poland.

As regards specific destinations, almost half would travel to just five countries – Spain, Italy, the USA, Poland and France. Such choices may result from students' considerable susceptibility to the promotions and advertisements of travel agencies. It may also result from the fact that Polish market is at the second stage of tourist development i.e. when the primary motive is passive recreation and entertainment. Consumption dominates at this stage (OPASCHOWSKI 1992; quoted by ALEJZIAK 1999, p. 210) as does group tourism.

In Tables VIII and IX the author presents the most frequent responses describing the character of 1st and 3rd year WSTiR students' dream holidays.

The results presented in Tables VIII and IX show the most common preferences. Above all students want to see

Tabela VIII. Wymarzone wakacje studentów I roku studiów dziennych WSTiR – najczęściej podawana forma wyjazdu wg kierunków wyjazdu (1999/2000)

Wyszczególnienie	Polska	Europa ^a	Basen Morza Śródziemnego	Pozostałe kraje ^b
Główny motyw	wypoczynek	poznanie	poznanie	poznanie
Zakwaterowanie	schronisko	hotel	hotel	hotel
Baza gastronomiczna	sam gotuję	bar	restauracja	bar
Towarzystwo	z bliską osobą	z bliskim towarzystwem	z bliskim towarzystwem	z bliskim towarzystwem
Rozrywki	dyskoteka	pub, dyskoteka	dyskoteka pub	pub, dyskoteka
Organizacja wyjazdu	sam organizuję	z przyjaciółmi	z przyjaciółmi	z przyjaciółmi

^a Bez krajów basenu Morza Śródziemnego i Polski. ^b Bez krajów basenu Morza Śródziemnego.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela IX. Wymarzone wakacje studentów III roku studiów zaocznych WSTiR – najczęściej podawana forma wyjazdu wg kierunków wyjazdu (1999/2000)

Wyszczególnienie	Polska	Europa ^a	Basen Morza Śródziemnego	Pozostałe kraje ^b
Główny motyw	wypoczynek	poznanie	poznanie, wypoczynek	poznanie, wypoczynek
Zakwaterowanie	schronisko	schronisko, hotel	hotel	hotel
Baza gastronomiczna	sam gotuję	sam gotuję	restauracja, bar	restauracja
Towarzystwo	z bliskim towarzystwem	z bliskim towarzystwem	z bliską osobą	z bliską osobą, z towarzystwem
Rozrywki	różne	pub, dyskoteka	pub, dyskoteka	dyskoteka, pub
Organizacja wyjazdu	z przyjaciółmi	sam, z przyjaciółmi	biuro podróży, z przyjaciółmi	z przyjaciółmi

^a Bez krajów basenu Morza Śródziemnego i Polski. ^b Bez krajów basenu Morza Śródziemnego.

Źródło: Opracowanie własne.

chętniej będą nocować w hotelu, a żywić się w restauracji. Ważną rolę podczas wakacji odgrywają rozrywki, głównie dyskoteka i pub. Studenci wolą wyjazdy w grupie rówieśników lub z bliską osobą, preferują jednak wyjazdy organizowane z grupą przyjaciół. Biura podróży jako organizator wakacji wybierane były przez około 1/3 respondentów, a były one organizatorami wyjazdów dalszych, tj.

Table VIII. Dream holidays of 1st year WSTiR students – most frequently mentioned form of trip according to destination (1999/2000)

	Poland	Europe ^a	Mediterranean Sea countries	Other ^b
Main motive	recreation	cognitive	cognitive	cognitive
Accommodation	shelter	hotel	hotel	hotel
Board	Own cooking	bar	restauracja	bar
Company	close person	close friends	close friends	close friends
Entertainment	disco	pub, disco	disco, pub	pub, disco
Trip organisation	myself	with friends	with friends	with friends

^a Without the countries in the Mediterranean area and Poland. ^b Without the countries in the Mediterranean area.

S o u r c e: Author's own research.

Table IX. Dream holidays of 3rd year students – most frequently mentioned form of trip according to destination (1999/2000)

	Poland	Europe ^a	Mediterranean Sea countries	Other ^b
Main motive	recreation	cognitive	cognitive, recreation	cognitive, recreation
Accommodation	shelter	hotel, shelter	hotel	hotel
Board	own cooking	own cooking	restaurant, bar	restaurant
Company	close friends	close friends	close person	close person, with friends
Entertainment	various	pub, disco	pub, disco	disco, pub
Trip organisation	with friends	myself, with friends	travel agency, with friends	travel agency, with friends

^a Without the countries in the Mediterranean area and Poland. ^b Without the countries in the Mediterranean area.

S o u r c e: Author's own research.

new places and rest, and will most willingly stay in hotels and eat in restaurants. Entertainment plays an important part during a holiday, mainly discos and pubs. Students choose to travel in the company of their peers or a person close to them, but they prefer trips organised together with a group of friends. Travel agencies, as holiday organisers, were chosen by about one third for organising trips to more distant

basen Morza Śródziemnego i do krajów pozaeuropejskich. Zatem studenci preferują wyjazdy w regiony turystyki masowej, o sporym komforcie warunków pobytu (restauracja, hotele). Młodzi ludzie nie wykazują jednak wielkiego zainteresowania krajem – nie dążą do poznawania miejscowej ludności, raczej wolą spędzać czas w towarzystwie przyjaciół z Polski. Nasuwa się wniosek, że jest to turystyka bardzo towarzyska o cechach turystyki masowej. Wybór taki może wynikać z faktu, że turystyka masowa gwarantuje większe bezpieczeństwo i wygodę, oraz że jest tańsza od indywidualnej. Ciekawe, że różnice między preferencjami studentów I i III roku są znikome, czyli preferencje wyjazdowe 19-latków niepracujących są bardzo podobne do 22-lletnich osób pracujących. Warto zwrócić uwagę, że wśród studentów przeważają kobiety, zatem wyniki świadczą przede wszystkim o preferencjach kobiet.

Bardzo nieliczne osoby deklarowały zainteresowania innymi formami spędzania wakacji, np. turystyką kwalifikowaną. Spośród badanych jedna osoba z I roku chciałaby wybrać się na wędrowkę z aparatem fotograficznym do Kazachstanu, a z III roku po jednej osobie pragnęło spędzić wakacje na rowerze w Alpach Francuskich, na wspinaczce skałkowej we Francji, na wędrowce po Syberii i na trekkingu w Himalajach. Wymarzone wakacje w Polsce wybrało 12 osób, które wyjechałyby w góry lub na Pojezierze Mazurskie, prowadząc aktywny wypoczynek i nocując w schroniskach.

destinations i.e. the Mediterranean area and countries outside Europe. This leads to the conclusion that students prefer trips to regions of mass tourism and of a high standard (in terms of hotels and restaurants).

Young people are not very interested in the country they are visiting, do not want to know the local people and prefer to spend their time in the company of their Polish friends. It can be concluded that this is due to the fact that mass tourism guarantees greater safety and comfort and that it is cheaper than individual tourism. It is interesting that the differences in the preferences of the 1st and the 3rd year students are insignificant, i.e. the preferences of non-working 19-year-olds are very similar to the preferences of working 22-year-olds. It is worth mentioning that most students are women, so the results shed light primarily on women's preferences.

Very few people were interested in other forms of spending their holidays, e.g. in the alternative tourism. One person from the 1st year would like to travel to Kazakhstan to take photographs, and from the 3rd one would like to cycle in the French Alps, one to climb rocks in France, one to travel in Siberia and one to trek in the Himalayas. Twelve chose to spend their dream holidays in Poland taking an activity-based holiday to the mountains or to the Mazurian Lake District, and sleep in shelters.

BIBLIOGRAFIA – BIBLIOGRAPHY

- ALEJZIAK W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków.
- KRIPPENDORF J., 1983, *Wolanie o nową światową politykę turystyczną*, „Problemy Turystyki”, nr 3.
- KUCZYŃSKI J., 1999, *Zmiany w strukturze popytu turystycznego Polaków w latach 1986–1996*, [w:] G. Golemb-ski (red.), *Rozwój usług turystycznych w progu XXI wieku*, Poznań.
- ŁACIAK J., 1998, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 1997 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- ŁOPACIŃSKI K., 1989, *Turystyka studencka w 1988 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- MATCZAK A., 1993, *Percepcja przestrzeni turystycznej Polski przez młodzież licealną Łodzi*, „Turizm”, t. 3, z. 2, s. 61–70.
- MIELCARZ A., 2000, *Ocena wizerunku Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w oczach studentów. Badanie marketingowe*, praca licencjacka w WSTiR, Warszawa.
- MIDDLETON V. T. C., 1996., *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa.
- OPASCHOWSKI H. W., 1992, *Freizeit 2001. Ein Blick in die Zukunft unserer Freizeitweilwelt*, BAT Freizeitforschungsinstitut, Hamburg.
- RADKOWSKA B., 1989, *Zróżnicowanie zachowań turystycznych a system wartości młodzieży studenckiej*, „Problemy Turystyki”, nr 3, s. 18–27.