

Streszczenie rozprawy doktorskiej pt.

„Przestrzeń turystyczna studentów specjalności geografia turystyki oraz kierunku turystyka i rekreacja uniwersytetów polskich”

Głównym **celem** postawionym w rozprawie jest identyfikacja przestrzeni turystycznej studentów specjalności geografia turystyki oraz kierunku turystyka i rekreacja uniwersytetów polskich oraz określenie związków pomiędzy tą przestrzenią a cechami demograficznymi respondentów, ich miejscem studiowania (miasto, uczelnia), programem studiów, jak również miejscem pochodzenia i stałego zamieszkania. Dla realizacji tak określonego celu sformułowano trzy **hipotezy badawcze**:

1. Przestrzeń turystyczna badanej grupy studentów jest zróżnicowana i w dużym stopniu zależna od ośrodka akademickiego, w którym studiują. Wpływ na to mają: położenie geograficzne ośrodka oraz program nauczania realizowany podczas studiów.
2. Miejsca i obszary poznane w trakcie studiów w ramach zajęć terenowych są częściej odwiedzane przez studentów w celach turystycznych i lepiej oceniane niż inne regiony.
3. Percepcja przestrzeni miasta, w którym się studiuje zależy od miejsca pochodzenia i stałego zamieszkania studentów. Osoby pochodzące z miasta, w którym studiują, mają mniejszą znajomość jego przestrzeni turystycznej niż studenci przyjezdni.

Podmiotem badań byli studenci ostatniego roku studiów II-go stopnia (stacjonarnych i niestacjonarnych) z geografii turystyki w ramach specjalizacji na geografii lub samodzielnego kierunku turystyka i rekreacja prowadzonych w 16 wybranych polskich uczelniach: 9 uniwersytetach, 3 akademiach wychowania fizycznego, 3 uczelniach pedagogicznych oraz w 1 uniwersytecie ekonomicznym, znajdujących się w 11 miastach (Bydgoszczy, Krakowie, Kielcach, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Słupsku, Sosnowcu, Szczecinie, Warszawie i Wrocławiu). Dobór uczelni miał na celu określenie, czy w kwestii profili kształcenia oraz przestrzeni turystycznej studentów zachodzi zróżnicowanie między różnego typu placówkami.

Głównymi **metodami badań** wykorzystanymi dla realizacji przyjętych celów pracy były: metoda ankietowa oraz analiza materiałów źródłowych (siatek godzin oraz programów studiów prowadzonych w badanych uczelniach). W wyniku zastosowanej procedury badawczej stwierdzono, że między studentami kierunków z zakresu geografii turystyki oraz

turystyki i rekreacji, prowadzonych w różnych polskich uczelniach zachodzą różnice w zakresie modeli aktywności turystycznej oraz użytkowanej i postrzeganej przez nich przestrzeni turystycznej (rozumianej jako suma przestrzeni o charakterze percepcyjnym i realnym). Również programy studiów i stworzone na ich podstawie profile kształcenia były odmienne w uniwersytetach, uczelniach pedagogicznych, akademiach wychowania fizycznego oraz uniwersytecie ekonomicznym – każdy z badanych typów szkół wyższych wyróżniał się specyficznym programem nauczania oraz kładł nacisk na nieco inne treści, co wynikało przede wszystkim z miejsca kierunku w strukturze organizacyjnej uczelni, jak również z uwarunkowań historycznych. Z tego powodu można stwierdzić, że – mimo prowadzenia podobnych kierunków studiów – mury badanych uczelni opuszczają absolwenci o zróżnicowanych umiejętnościach i postawach wobec turystyki.

Badani studenci to osoby aktywnie uczestniczące w turystyce, zarówno krajowej, jak i zagranicznej. Wyjazdy turystyczne respondenci organizowali na ogół samodzielnie, jednak biorąc pod uwagę miejsca recepcji, jak i uprawiane w trakcie podróży formy turystyki, najczęściej nie wykraczały one poza standardową ofertę biur podróży. Najbardziej aktywni pod względem uprawiania turystyki byli badani studenci uniwersytetów oraz uniwersytetu ekonomicznego, w mniejszym stopniu – akademii wychowania fizycznego, zaś najmniejszym – uczelni pedagogicznych. Biorąc pod uwagę percepcję przestrzeni turystycznej Polski, za najbardziej atrakcyjne turystycznie studenci uznali: pas wybrzeży (szczególnie rejon Zatoki Gdańskiej) i pojezierzy (głównie Pojezierze Mazurskie) oraz w południowej części kraju – Sudety, Wyżynę Śląsko-Krakowską, Tatry, Pieniny i Bieszczady. Analiza przestrzeni turystycznej studentów wskazała także na istnienie na obszarze Polski pewnych regionów, które można określić mianem nieturystycznych, stanowiących swoiste „białe plamy” w świadomości respondentów i w miejscach ich wyjazdów turystycznych. Problem ten dotyczył w szczególności trzech województw: łódzkiego, mazowieckiego oraz opolskiego.

Biorąc pod uwagę wnioski z przeprowadzonych badań, przyjęte hipotezy 1. i 2., dotyczące zróżnicowania przestrzeni turystycznej respondentów oraz czynników na to wpływających (ze szczególnym uwzględnieniem ćwiczeń terenowych) zostały zweryfikowane pozytywnie. W tym kontekście można stwierdzić, że uczelnie prowadzące studia z zakresu geografii turystyki i rekreacji są kreatorami przestrzeni turystycznej swoich studentów, zarówno bezpośrednimi (miejsca odbywania ćwiczeń terenowych), jak i pośrednimi – poprzez wywieranie wpływu na wybór miejsc wyjazdów turystycznych oraz percepcję przestrzeni turystycznej. Z kolei hipotezę 3. można jedynie częściowo zweryfikować pozytywnie. Badania wykazały, że percepcja przestrzeni turystycznej miasta

studiowania istotnie zależała od miejsca pochodzenia respondenta, jednakże związek ten okazał się być odwrotny, niż założono we wstępie. To bowiem osoby, które pochodzą z miasta studiowania, miały lepszą znajomość jego przestrzeni oraz lepiej oceniały je pod względem atrakcyjności turystycznej.

W toku badań udało się osiągnąć cel rozprawy, jakim było zidentyfikowanie przestrzeni turystycznej badanych studentów i określenie związków pomiędzy tą przestrzenią a cechami demograficznymi respondentów, ich miejscem studiowania, programem studiów, miejscem pochodzenia i stałego zamieszkania. Zdaniem autorki wykazane zróżnicowanie programów studiów oraz przestrzeni turystycznej respondentów jest sytuacją pozytywną, możliwą do wykorzystania w praktyczny sposób, np. przy nawiązywaniu przez uczelnie współpracy z branżą turystyczną. Także w kontekście poszukiwania kandydatów na studia odmienność poszczególnych ośrodków może stać się ich wizytówką i swoistą kartą przetargową w procesie rekrutacji.