

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

304

Gospodarka turystyczna w regionie

**Rynek turystyczny – współczesne trendy,
problemy i perspektywy jego rozwoju**

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Beata Mazur
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-366-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska , Indywidualne <i>city break</i> jako reprezentacyjny trend turystyki europejskiej w XXI wieku.....	11
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska , Rynek prywatnych apartamentów jako uzupełnienie oferty hotelarskiej w Poznaniu.....	19
Agata Balińska , Konkurencyjność Polski Wschodniej jako destynacji turystycznej w ocenie słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku SGGW.....	29
Katarzyna Bieluszko , Oczekiwania klientów hotelowych dotyczące cen w Internecie a działania hoteli na rynku elektronicznej dystrybucji.....	40
Krzysztof Celuch , Rola jednostek Convention Bureau w marketingu regionów turystycznych w Polsce.....	50
Ewa Dziedzic , Polityka kulturalna władz miejskich a rozwój turystyki.....	60
Piotr Gryszel , Wielokulturowość Dolnego Śląska jako produkt edukacyjnej turystyki kulturowej.....	69
Mikołaj Jalinik , Perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej.....	78
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka , Rola turystyki społecznej w równoważeniu konsumpcji turystycznej.....	90
Mirosław Januszewski , Zróżnicowanie aktywności turystycznej młodzieży uczącej się w powiecie wałbrzyskim.....	103
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak , Lokalne grupy działania jako przykład współpracy sieciowej sprzyjającej tworzeniu produktu turystycznego.....	114
Zygmunt Kruczek , Znaczenie szlaków kulturowych dla rozwoju turystyki edukacyjnej.....	124
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk , Strategia <i>hands-on activity</i> w turystyce wiejskiej i jej wykorzystanie w tworzeniu edukacyjnych produktów turystycznych.....	134
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski , Apiturystyka jako forma turystyki edukacyjnej.....	144
Janusz Majewski, Marcin Idzik , Regionalne zróżnicowanie aktywności turystycznej Polaków.....	153
Andrej Malachovský, Simona Murínová , Cestovný ruch na Slovensku v kontexte vývoja v Európe.....	163
Barbara Marciszewska , Turystyka edukacyjna – kontekst społeczny i ekonomiczny.....	174

Mirosław Marczak , Branding w turystyce – przykłady wykorzystania przez narodowe organizacje turystyczne w wybranych krajach	182
Izabela Michalska-Dudek , Pojęcie, rodzaje i motywy lojalności klientów przedsiębiorstw turystycznych	191
Agnieszka Niezgoda , Prosument na rynku turystycznym – próba zdefiniowania	203
Stefan Nowak , Struktura finansowania działalności lokalnych organizacji turystycznych	211
Katarzyna Orfin , Rola platform internetowych w działaniach promocyjnych jednostek terytorialnych w zakresie turystyki	220
Eugenia Panfiluk , Analiza ekonomicznych wyników działalności inwestycyjnej w sektorze turystycznym. Studium przypadku województwa podlaskiego	230
Renata Przeorek-Smyka , Determinanty prawne zrównoważonego rozwoju turystyki w Unii Europejskiej i w Polsce. Wybrane problemy	241
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Wpływ migracji osób starszych na rynek pracy w obszarach atrakcyjnych turystycznie w Polsce.....	253
Andrzej Rapacz , Możliwości finansowania rozwoju turystyki społecznej w Polsce.....	264
Kristina Šambronská, Daniela Matušiková, Anna Šenková , Measuring service quality of hotel establishments on the base of GAP model with emphasis of dimension of service reliability	274
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Targi jako platforma bezpośredniej komunikacji branżowej (w świetle opinii zwiedzających Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro 2012).....	283
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Popyt na rynku turystyki wiejskiej w Polsce w świetle badań empirycznych	291
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specyfika turystyki edukacyjnej na obszarach chronionych. Studium przypadku polskich parków narodowych	304
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , Analiza ofert polskich touroperatorów na sezon 2012/2013 na podstawie turystyki wyjazdowej do Tunezji – jednego z najpopularniejszych kierunków wakacyjnych.....	314
Adam R. Szromek , Wskaźniki funkcji turystycznej i ich współzależność z innymi wskaźnikami ekonomicznymi na przykładzie polskiej gospodarki w latach 2000-2010	325
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Motywy uprawiania turystyki aktywnej przez studentów	339
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Ocena postaw społeczności lokalnej do rozwoju turystyki na przykładzie zwierzyńca	347
Piotr Zawadzki , <i>City placement</i> jako element promocji produktu turystycznego miast	358

Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Atrakcyjność turystyczna Buska-Zdroju w opinii jego mieszkańców.....	368
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Poniemie jako przykład przestrzeni o szerokich możliwościach rozwoju turystyki edukacyjnej.....	379

Summaries

Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska, Individual city break as a representative trend in the XXIst century European tourism.	18
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska, Private apartments as a complement for hotels. Case study of Poznań accommodation market.....	28
Agata Balińska, Competitiveness of eastern Poland as a tourist destination in the opinion of students of the University of the Third Age of Warsaw University of Life Sciences	39
Katarzyna Bieluszko, Customer expectations for online hotel prices and hotels activities on the e-market.....	49
Krzysztof Celuch, The role of Convention Bureaux in tourism regions marketing in Poland.....	59
Ewa Dziedzic, Cultural policy of city governments vs. tourism development	68
Piotr Gryszel, Multiculturalism of Lower Silesia as a product of educational cultural tourism	77
Mikołaj Jalinik, Functioning and development prospects of agritourism farms in Białowieża municipality.....	89
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka, The role of social tourism in balancing tourism consumption	102
Mirosław Januszewski, Tourism activities diversification of the learning youth in Wałbrzyski district	113
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak, Local Action Groups as an example of cooperation network favorable in creating a tourism product....	123
Zygmunt Kruczek, The importance of cultural routes for the development of educational tourism.....	133
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk, The strategy of hands-on activity in rural tourism and its use in creating tourism educational products.....	143
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski, Apitourism as a form of educational tourism.....	152
Janusz Majewski, Marcin Idzik, Regional differentiation of tourism activity of Poles.....	162
Andrej Malachovský, Simona Murínová, Tourism in Slovakia in the context of development in Europe	173

Barbara Marciszewska , Educational tourism: social and economic context	181
Mirosław Marczak , Branding in tourism: examples of its use by National Tourism Organizations (NTO) in selected states	190
Izabela Michalska-Dudek , Notion, types and motives of loyalty of tourist enterprises clients	202
Agnieszka Niezgoda , Prosumer on the tourist market – attempt to define	210
Stefan Nowak , Financial structure of Local Tourist Organizations	219
Katarzyna Orfin , Role of internet platforms in promotion activities of territorial units in the area of tourism.....	229
Eugenia Panfiluk , The analysis of economic results of investment activity in tourist sector. Case study of Podlasie Voivodeship	240
Renata Przeorek-Smyka , Law determinants of sustainable tourism development in the UE and Poland. Selected problems	252
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Retirees and their influence on the labour market in tourists areas in Poland	263
Andrzej Rapacz , Possibilities for financing the development of social tourism in Poland.....	273
Kristína Šambronská, Daniela Matušíková, Anna Šenková , Pomiar jakości obsługi hoteli na podstawie modelu GAP z podkreśleniem wymiaru niezawodności usług.....	282
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Fairs as a platform of the trade direct communication (on the basis of the opinions of visitors of International Food Service Trade Fair EuroGastro 2012)	290
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Demand on the market of rural tourism in Poland in the light of empirical studies	302
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specifics of educational tourism in protected areas. Case study of Polish national parks	313
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , The analysis of Polish tour operators' offers for the season 2012/2013 on the basis of an outbound tourism to Tunisia – one of the most popular holiday destinations.	324
Adam R. Szromek , Indicators of tourist function and their correlation with other economic indicators on the example of Polish economy in 2000-2010..	338
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Students' motivations for participation in active sport tourism	346
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Evaluation of residents' attitudes to tourism development on the example of Zwierzyniec ..	357
Piotr Zawadzki , City placement as an element of town tourism product promotion	367
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Tourist attractiveness of Busko-Zdrój in the opinion of its inhabitants	378
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Poniemie as an example of the area with the wide range of development opportunities in terms of educational tourism.....	388

Mirosław Januszewski

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Angeliusa Silesiusa w Wałbrzychu

ZRÓŻNICOWANIE AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ MŁODZIEŻY UCZĄCEJ SIĘ W POWIECIE WAŁBRZYSKIM

Streszczenie: Badania uczestnictwa w turystyce są w Polsce dobrze rozwinięte, brakuje jednak analiz oceniających to zjawisko na poziomach regionalnym i lokalnym. Niedoskonałość metodologiczna, różnorodność podejść i fragmentaryczność badań ograniczają porównania i nie pozwalają na wykorzystanie ich wyników w praktyce gospodarczej. Celem artykułu jest charakterystyka aktywności turystycznej młodzieży uczącej się powiatu wałbrzyskiego. Wykorzystując metodę wywiadu kwestionariuszowego, poddano w nim analizie siłę oddziaływania czynników motywujących młodych wałbrzyszan do aktywności turystycznej.

Słowa kluczowe: aktywność turystyczna, czynniki aktywności w turystyce, motywacje turystyki.

1. Wstęp

W ostatnim półwieczu turystyka stała się ważnym działem gospodarki światowej. Postępujące zmiany w systemie społeczno-gospodarczym Polski spowodowały, że możliwość konsumpcji turystycznej dotyczy coraz szerszej grupy osób, które stopniowo realizowały swoje potrzeby na rynku turystycznym. Dynamiczne zmiany zachodzące na tym rynku wskazują potrzebę analizy źródeł ruchu turystycznego w miejscu zamieszkania turysty. Charakterystyka uczestników ruchu turystycznego może ułatwić dostosowanie oferowanego produktu do potrzeb potencjalnych konsumentów.

Celem artykułu jest charakterystyka aktywności turystycznej młodzieży uczącej się powiatu wałbrzyskiego. Do jego realizacji zastosowano badania ankietowe, którymi objęto młodzież w wieku od 16 do 24 lat, uczącą się w wałbrzyskich szkołach średnich i wyższych. Na podstawie otrzymanych wyników wyznaczono współczynnik aktywności netto i brutto oraz dokonano analizy motywów charakteryzujących uczestnictwo w ruchu turystycznym tej grupy ludności.

2. Istota aktywności turystycznej

Aktywność jest działalnością, zdolnością albo skłonnością do działania, jest swoją energią związaną z czynem [Radziejewicz-Winnicki 2008, s. 28]. Według W. Alejskiego aktywność jednostki należy rozumieć jako pewne kontinuum zawarte pomiędzy zespołem zachowań nakierowanych na zmiany w otoczeniu i w sobie a biernym poddaniem się wpływowi otoczenia i ewentualnie zachodzącym w nim zmian oraz konserwatywnym wewnętrznym [Alejski 2012, s. 16]. Z kolei J. Fenczyn uważa, że aktywność podejmowana jest przez podmiot w efekcie istnienia u niego zaktywizowanych potrzeb oraz wzbudzonych przez nie motywów. Ma ona na celu realizację motywów, a przez nią zaspokojenie potrzeb [Alejski 2012, s. 17].

Człowiek w swoim zachowaniu i działalności przejawia wiele różnych form aktywności, zaspokajających różnorodne potrzeby wywołane całą gamą motywów. Jedną z nich jest uprawianie turystyki, czyli najogólniej rzecz ujmując, uczestnictwo w turystyce. Trudno jest ustalić jednolitą listę motywów uprawiania turystyki. Wynika to m.in. z faktu, iż decyzje podjęcia podróży są zwykle bardzo złożone, choć przeważnie jeden z motywów dominuje. Struktura motywacji turystycznych ma charakter dynamiczny, co wynika z warunków życia, osobowości, doświadczeń i przeżyć zdobytych w poprzednich podróżach itp. Można jednak wyróżnić podstawowe, powtarzające się motywy: wypoczynkowy i zdrowotny, poznawczy, zmiany, religijny, służbowy [Gołembski (red.) 2002, s. 40-41].

Warto zwrócić uwagę, że zjawiska zachodzące w turystyce są wynikiem aktywności czterech grup podmiotów, dzięki którym powstają cztery rodzaje procesów:

- 1) aktywność turystów, której odpowiada uprawianie turystyki;
- 2) aktywność osób organizujących imprezy turystyczne lub współuczestniczących w ich organizacji, której odpowiada organizowanie uprawiania turystyki;
- 3) aktywność usługodawców, której odpowiada świadczenie usług turystom;
- 4) aktywność twórców bazy materialnej turystyki, której odpowiada tworzenie elementów składowych bazy materialnej turystyki [Alejski 2012, s. 21].

Większość teoretyków sprowadza aktywność turystyczną do badań popytu turystycznego, obrazowanego ruchem turystycznym, jako wyznacznika szerszego pojęcia, jakim jest konsumpcja turystyczna. Stąd przez aktywność turystyczną jednostki/osoby należy rozumieć całokształt czynności związanych z przygotowaniem się do turystyki, jej uprawianiem oraz różnymi formami przeżywania [Łopaciński 1988, s. 116]. Aktywność turystyczna jest procesem, który zaczyna się długo przed wyjazdem oraz trwa zwykle jeszcze pewien czas po powrocie. W związku z tym można w nim wyróżnić cztery podstawowe etapy [Alejski 2011, s. 7]:

- powstanie i spostrzeganie określonych potrzeb, które w powiązaniu z motywami przekształcają się w cele wyjazdów, generując aktywność turystyczną;
- gromadzenie informacji i podejmowanie decyzji o podjęciu aktywności turystycznej;

- uczestnictwo w turystyce (wyjazd – pobyt – powrót);
- zachowania związane z uczestnictwem w turystyce, które następują po powrocie z wyjazdu.

Badania nad popytem turystycznym zdominowane zostały przez metody ilościowe, co potwierdzają obserwacje M. Mendenhalla, S.F. Witt'a oraz C. Lima [por. Mendenhall i in. 1993, s. 146-133; Witt, Witt 1995, s. 447-475; Lim 2007, s. 835-849]. Dlatego w ostatnich latach w polu dyskusji nad badaniami zjawisk turystycznych znalazły się metodologie oraz badania szczegółowe, w tym analiza czynników warunkujących popyt turystyczny. Należy podkreślić, że w badaniach aktywności turystycznej najczęściej stosuje się metody ilościowe. Dla oszacowania rozmiarów oraz charakterystyki aktywności turystycznej korzysta się z badań ankietowych prowadzonych w miejscu zamieszkania turysty, które pozwalają określić liczbę mieszkańców danego obszaru uczestniczących w wyjazdach turystycznych oraz liczbę zrealizowanych podróży [Niezgoda, Zmysłony 2003, s. 178]. Badania reprezentacyjne stanowią źródło danych, które są niezbędne do wyznaczenia wskaźników aktywności turystycznej netto i brutto [Wodejko 1997, s. 79]. Stopa aktywności turystycznej, nazywanej również aktywnością turystyczną netto, oznacza udział osób wyjeżdżających przynajmniej raz w roku w ogólnej liczbie ludności, natomiast wskaźnik aktywności turystycznej brutto odnosi się do łącznej liczby podróży w stosunku do liczby ludności. W Europie najbardziej aktywnymi turystycznie narodowościami są mieszkańcy Niemiec i krajów skandynawskich (głównie Finlandii, Norwegii i Szwecji), a także Hiszpanii, Szwajcarii i Holandii, w których stopa aktywności turystycznej przekracza 75% [Alejski 2012, s. 94-95].

W Polsce badania uczestnictwa mieszkańców kraju w miejscu ich zamieszkania corocznie przeprowadzał Instytut Turystyki¹ na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach Rządowego Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej, na grupie prawie 5 tys. osób powyżej 15 roku życia. Ich celem było określenie skali uczestnictwa Polaków w turystyce, charakterystyka wyjazdów w danym roku oraz analiza zmian i tendencji aktywności turystycznej. Od 1999 do 2011 r. aktywność turystyczna Polaków systematycznie malała, z 63% do 43%. W 2012 r. nastąpił nieodnotowany dotąd duży wzrost, do poziomu 51% [Łaciak 2000, s. 15; *Krajowe i zagraniczne...* 2013]. Trudno w chwili obecnej szacować, czy jest to zapowiedź tendencji wzrostowej, czy tylko jednorazowy incydent statystyczny.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że chociaż ludność danego kraju/regionu prezentuje zróżnicowaną aktywność turystyczną pod względem częstości wyjazdów, struktury ruchu, celów podróżowania, to zestaw czynników, które na popyt wpływają, jest niezmienny. Wśród determinant popytu najczęściej wymienia się czynniki ekonomiczne, demograficzne, geograficzne, prawno-polityczne, społeczne

¹ Instytut Turystyki został w 2007 r. przekształcony w Instytut Turystyki Sp. z o.o. i nadal prowadzi badania nad uczestnictwem Polaków w turystyce.

oraz psychologiczne lub sprowadza się je do dwóch rodzajów: zewnętrzne i wewnętrzne. World Tourism Organization (UNWTO) zalicza czynniki aktywności turystycznej do trzech głównych grup: ekonomicznych, społeczno-psychologicznych i podażowych. Badania nad wpływem poszczególnych uwarunkowań wpływających na decyzje konsumpcyjne w turystyce są często prowadzone, jednak ze względu na wieloaspektowość zjawiska turystyki trudno je uznać za wystarczające.

3. Powiat wałbrzyski jako źródło zasilania ruchu turystycznego

Wałbrzych, główne miasto powiatu wałbrzyskiego, liczy 120 tys. mieszkańców i jest drugim pod względem wielkości miastem na Dolnym Śląsku. Dynamiczny rozwój od początku XX w. zawdzięczał górnictwu węgla kamiennego. Ten dobry dla rozwoju miasta okres trwał do początku lat 90. Decyzja o likwidacji zagłębia węglowego spowodowała całkowitą zmianę struktury funkcjonalnej miasta oraz zapoczątkowała wiele problemów społecznych. Wałbrzych, a wraz z nim cały powiat, odbudowuje swój potencjał gospodarczy, ale wciąż nie osiągnął poziomu z czasów działania przemysłu węgla kamiennego. Miasto zachowało funkcję przemysłowo-usługową z wiodącymi sektorami, takimi jak: motoryzacja, przemysł ceramiczny oraz handel. W tab. 1 zaprezentowano podstawowe informacje demograficzne i sytuację na rynku pracy w powiecie wałbrzyskim.

Tabela 1. Charakterystyka ludności i sytuacji na rynku pracy w powiecie wałbrzyskim

Wyszczególnienie	2003	2011
Ludność ogółem (tys.)	189,8	179,5
Ludność mieszkająca w miastach (%)	89,5	88,8
Ludność w wieku 15-24 lata (%)	27,7	19,0
Wskaźnik obciążenia demograficznego*	57,2	54,8
Przyrost naturalny na 1000 mieszkańców	-3,7	-4,5
Saldo migracji	-664,0	-628,0
Pracujący (tys.)		35,6
Stopa bezrobocia rejestrowanego w (%)	30,0	19,1

* Wskaźnik obciążenia demograficznego to ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym.

Źródło: dane GUS [www.stat.gov.pl].

Powiat wałbrzyski to także miejsce atrakcyjne turystycznie, co wynika z jego położenia w obrębie Sudetów Środkowych (Góry Wałbrzyskie, Kamienne i Sowie oraz Pogórze Wałbrzyskie), bezpośredniej granicy z Republiką Czeską oraz występowania licznych walorów naturalnych, np. wód leczniczych. Powiat charakteryzu-

je bogactwo obiektów zabytkowych o dużym znaczeniu artystycznym i historycznym, z najbardziej reprezentatywnymi zamkiem Książ w Wałbrzychu, zamkiem Grodno w Zagórzcu Śląskim oraz zabytkowym kompleksem urbanistycznym uzdrowiska w Szczawnie-Zdroju.

Mieszkańcy powiatu mają duże możliwości uprawiania wielu form rekreacji w bliskości miejsca stałego zamieszkania, stąd ich doświadczenia i predyspozycje powinny mieć wpływ na aktywność turystyczną i zachowania nabywcze na rynku turystycznym.

4. Aktywność turystyczna młodzieży uczącej się powiatu wałbrzyskiego

Ankietowe badania uczestnictwa przeprowadzone w lutym i marcu 2013 r. wśród młodzieży uczącej się powiatu wałbrzyskiego dotyczyły wszystkich wyjazdów turystycznych, to znaczy wyjazdów połączonych co najmniej z jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania. Badaniem aktywności turystycznej objęto 159 osób w wieku 15-24 lata, z czego 15% grupę stanowili uczniowie szkół średnich, a pozostałą studenci wałbrzyskich uczelni. W celu zapewnienia reprezentatywności próby empirycznej wykorzystano dobór celowy, w którym zachowano strukturę populacji badanej, zgodną z populacją generalną pod względem płci, wieku i miejsca zamieszkania, gdyż aż 83% młodzieży uczącej się wywodzi się ze środowisk miejskich.

Na podstawie badań ustalono stan aktywności turystycznej w latach 2010-2012 młodzieży uczącej się, co odzwierciedlają wskaźniki aktywności turystycznej (zob. tab. 2).

Tabela 2. Wskaźniki aktywności turystycznej młodzieży uczącej się w powiecie wałbrzyskim

Wyszczególnienie	Aktywność turystyczna netto	Aktywność turystyczna brutto
2010 r.	71,3	151,5
2011 r.	74,2	151,6
2012 r.	75,5	156,6

Źródło: opracowanie własne.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że poziom obu wskaźników aktywności turystycznej wykazuje tendencję rosnącą. Znaczna część badanych (41,5%) wyjeżdżała w celach turystycznych kilka razy w roku. Dlatego postanowiono porównać aktywność turystyczną badanej populacji z aktywnością przeciętnego Polaka. W tym celu za pomocą indeksu Hudmana (będącego relacją aktywności turystycznej brutto mieszkańców danego kraju i aktywności turystycznej brutto mieszkańców badanego regionu; więcej na ten temat: [Alejziak 2010, s. 131]) wyliczono, iż rocznie

liczba podróży przypadająca na młodego mieszkańca powiatu wałbrzyskiego była prawie o 26% większa niż przeciętnego młodego Polaka [porównanie na podstawie: Łaciak 2011].

Należy podkreślić, że rokrocznie blisko 25% respondentów nie wyjeżdżało w celach turystycznych poza miejsce stałego zameldowania. Według badań Instytutu Turystyki najczęściej wymienianą przyczyną nieuczestniczenia w ruchu turystycznym są względy ekonomiczne. Wśród młodzieży uczącej się z powiatu wałbrzyskiego 43% deklaroowało dochody na członka rodziny do 1000 zł, co niewątpliwie ograniczało możliwości realizacji potrzeb turystycznych.

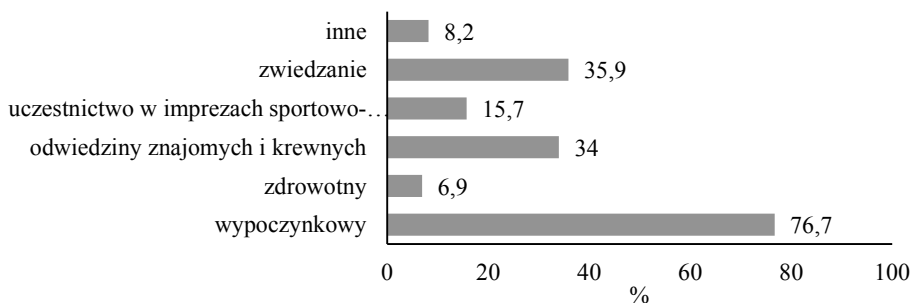
Mieszkańcy powiatu wałbrzyskiego najchętniej wyjeżdżali w celach turystycznych ze znajomymi. Taki rodzaj wypoczynku preferowało 65% badanych. Również wielu było zwolenników wyjazdów z partnerem (46,5%) oraz z rodziną (38%). Rzadko natomiast korzystali z wyjazdów grupowych zorganizowanych przez szkoły, biura podróży i inne organizacje (4,5%). Młodzi wałbrzyskanie, tak jak większość Polaków w ich wieku, najchętniej korzystali z przerwy wakacyjnej. Najbardziej popularnym miesiącem był lipiec, w dalszej kolejności sierpień, czerwiec i wrzesień. Mimo zamieszkania w pobliżu ważnych ośrodków narciarskich młodzież z powiatu wałbrzyskiego w niewielkim stopniu (8%) przebywała w nich dłużej niż kilkanaście godzin i rzadko korzystała z miejsc noclegowych. Bliskość gór względem miejsca zamieszkania bardziej zachęcała do rekreacji sobotnio-niedzielnej niż turystyki. Wśród miesięcy zimowych najczęściej preferowany był luty, co niewątpliwie wynikało z przerwy międzysemestralnej.

Badana młodzież zdecydowanie preferowała wyjazdy długoterminowe. Ponad 55% wyjeżdżających w celach turystycznych przebywało poza miejscem zamieszkania od czterech dni do tygodnia. Licznych zwolenników (34,5%) miały wyjazdy dwutygodniowe i niewielu (8,8%) wyjazdy trwające dłużej niż dwa tygodnie. Podróże krótkookresowe wybierało prawie 28% respondentów.

Analizie poddano kierunki podróży turystycznych. Zdecydowana większość badanych (72,3%) wypoczywała nad morzem, w dalszej kolejności w górach (38%). Znacznie mniejszą popularnością cieszyły się miasta (19,5%) i wieś (15,7%). Pobyt za granicą zyskał przychylność co trzeciego badanego. Najczęściej preferowali oni kraje basenu Morza Śródziemnego (Egipt, Chorwacja, Turcja) oraz państwa sąsiadujące z Polską, głównie Czechy i Słowację. Na miejsce noclegu respondenci wybierali głównie pensjonat (41,5%), nocleg u rodziny i znajomych (34%), ewentualnie hotel (29%). Wybierając się w podróż turystyczną, najchętniej korzystali z prywatnego samochodu (63,5%), znacznie rzadziej z kolei i przejazdów autokarowych (odpowiednio 38% i 31%). Coraz większą popularnością cieszył się samolot (wybrał go co piąty badany). Rezerwując/kupując pakiet turystyczny lub poszczególne usługi turystyczne, ankietowani sugerowali się obecnością usługodawcy w Internecie (wyszukiwarke internetową stosowało ponad 50% respondentów), ze stron www producenta usług turystycznych korzystało 27%

badanych, a strona internetowego biura podróży przyczyniła się do zakupu u 11% badanych.

Przebadano także wydatki turystyczne, jakie ponieśli respondenci w 2012 r. Przeciętnie każdy uczestnik ruchu turystycznego poniósł roczne koszty na cele turystyczne w wysokości ok. 1850 zł. Interesowano się również motywami, jakimi kierowali się ankietowani przy wyborze miejsca wypoczynku (zob. rys. 1).



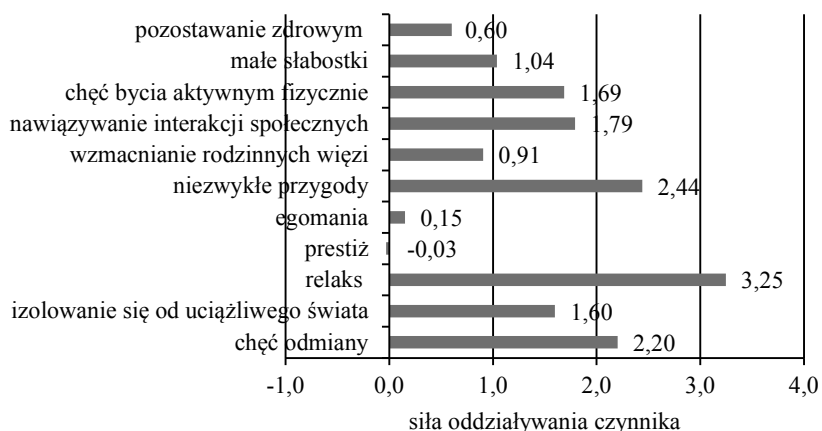
Rys. 1. Motywy wyjazdów turystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Prezentowane wyniki pokazują, że głównym celem wyjazdów był wypocznik, w dalszej kolejności zwiedzanie oraz odwiedziny znajomych i krewnych. Na podkreślenie zasługuje fakt, że motyw zdrowotny dla grupy młodych ludzi nie należał do priorytetów.

Aktywność turystyczna jest motywowana wieloma czynnikami, które różnicują jej poziom i strukturę, zatem zostały one poddane szczegółowej analizie. Zbyt duża liczba czynników, które wpływają na cel uczestnictwa w ruchu turystycznym, wymusiła dokonanie wyboru tych, które zdaniem autora mają istotny wpływ na motywy aktywności młodzieży na rynku turystycznym. Wybrane motywy podzielono na trzy grupy: czynniki wewnętrzne, czynniki zewnętrzne związane z regionem docelowym podróży oraz inne czynniki zewnętrzne. W badaniu zastosowano skalę Stapela, w której bieguny skali mają wartości od -4 do +4. Wartości ujemne czynnika świadczą o negatywnym jego wpływie na uczestnictwo w turystyce, a dodatnie o oddziaływaniu pozytywnym [Walesiak 1996, s. 32-33] (zob. rys. 2-4).

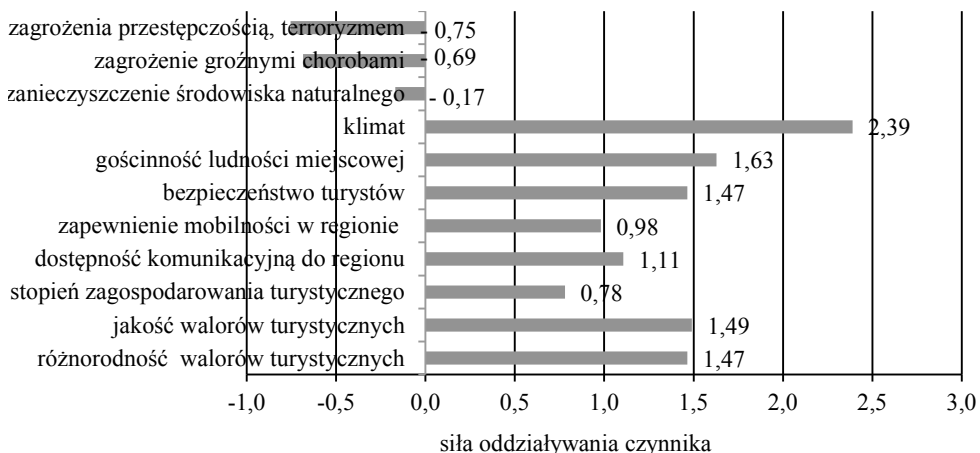
Za ważne motywy wewnętrzne decydujące o uczestnictwie w turystyce respondenci uznali możliwość relaksu (średni wpływ tego czynnika w skali od -4 do +4 wyniósł 3,2) oraz możliwość doświadczenia niezwykłych przygód (2,4). Uznano również, że chęć odmiany (2,2) i możliwość nawiązywania nowych interakcji społecznych (1,8) to również czynniki, które motywowały ich do podróży. Natomiast prestiż uczestnictwa w ruchu turystycznym przestał mieć jakkolwiek wpływ na młodzież uczącą się, która uznała ten czynnik za obojętny. Mało istotna okazała się również egomania – respondenci stwierdzili, że turystyka nie przyczyniła się do doskonalenia ich osobowości.



Rys. 2. Motywy wewnętrzne determinujące aktywność turystyczną

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 3 prezentuje czynniki wynikające z wyposażenia regionu docelowego w takie elementy produktu turystycznego, które motywują do podróży. Za najważniejsze czynniki uznali klimat (2,4) i gościnność miejscowej ludności (1,6). W grupie zmiennych przyjętych do badania znalazły się również takie czynniki, które ankietowani określili jako demotywujące do uczestnictwa w turystyce. Zaliczyć do nich można m.in. zagrożenie przestępczością i terroryzmem (-0,8), zagrożenie groźnymi chorobami (-0,7) oraz zanieczyszczenie środowiska natu-

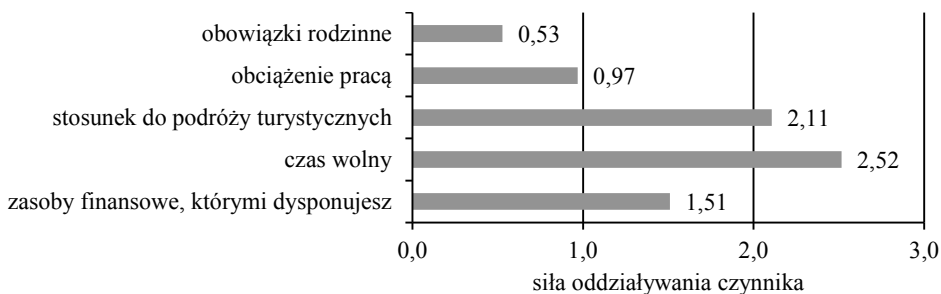


Rys. 3. Motywy zewnętrzne związane z regionem docelowym podróży determinujące aktywność turystyczną

Źródło: opracowanie własne.

ralnego $(-0,2)$. Na podstawie przeprowadzonych badań można również odnieść wrażenie, że młodzi ludzie poszukiwali silnych doznań i sposobów na wzrost adrenaliny. Nie powinien więc dziwić tak niewielki wpływ na decyzje o uczestnictwie w ruchu turystycznym młodzieży przy zagrożeniu przestępczością i terroryzmem.

Zidentyfikowano też inne motywy wpływające na decyzje o uczestnictwie w turystyce. Za najistotniejsze młodzież wałbrzyska uznała czas wolny (2,5%) i stosunek do podróży turystycznych (2,1%). Ostatni czynnik wynikał z cech osobowościowych człowieka, m.in. z trudności w podejmowaniu decyzji, poczucia obniżonej wartości, niewłaściwego nastawienia wobec estetyki własnego ciała, niskiego poziomu samokontroli lub małej mobilności wewnętrznej. Za czynnik nieistotny uznano obowiązki rodzinne, gdyż w grupie badanych tylko 2% przyznawało się do założenia własnej rodziny.



Rys. 4. Inne motywy zewnętrzne determinujące aktywność turystyczną

Źródło: opracowanie własne.

Należy zaznaczyć, że analiza czynników motywujących podróżę nie jest zadaniem prostym, pomimo bogatej literatury przedmiotu w tym zakresie. Niestety, niewiele jest typologii, które stanowiłyby próbę wyjaśnienia mechanizmów kształtowania się aktywności turystycznej. W badaniu traktowano rozłączny wpływ poszczególnych czynników na aktywność turystyczną. Jednak warto zaznaczyć, że często działały one wspólnie i wzajemnie się przenikały.

5. Podsumowanie

Każdy człowiek posiada określone potrzeby, które stara się w miarę swoich możliwości zaspokoić. Jedną z nich jest podróżowanie w celach turystycznych. Potrzeby w tym zakresie zgłasza również młodzież ucząca się. Z przeprowadzonych badań wynika, że zdecydowana większość respondentów wyjeżdża w celach tury-

stycznych. Stopa aktywności dla tej grupy kształtuje się na poziomie 75% i nieznacznie wzrasta. Na podstawie wskaźnika aktywności brutto można stwierdzić, że młodzi, aktywni turystycznie wałbrzyszanie wyjeżdżają w roku przeciętnie 1,5 razy. Porównując te wyniki z badaniami na próbie ogólnopolskiej, należy dostrzec wyższą aktywność młodzieży wałbrzyskiej niż młodzieży z innych części Polski. Przeprowadzone badania nad aktywnością turystyczną młodzieży uczącej się z powiatu wałbrzyskiego pozwalają stwierdzić, że badani największe zainteresowanie wykazywali krajowymi wyjazdami w celach wypoczynkowych. Jednak dla co czwartego badanego turystyka w dalszym ciągu pozostawała niedostępnym luksusem.

Wyodrębnienie i identyfikacja siły oddziaływania czynników motywujących do aktywności turystycznej była próbą wyjaśnienia zachowań młodych wałbrzyszan na rynku turystycznym.

Literatura

- Alejski W., *Aktywność turystyczna: międzynarodowe i krajowe zróżnicowanie oraz kwestia wykluczenia społecznego*, „Turizm” 2011, nr 21 (1-2).
- Alejski W., *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, „Studia i Monografie” nr 56, Wydawnictwo AWF w Krakowie, Kraków 2012.
- Golebski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo PWN, Warszawa–Poznań 2002.
- Lim C., *Review of international tourism demand models*, “Annals of Tourism Research” 2007, no. 24 (4).
- Łaciak J., *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2010 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa 2011.
- Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 1999 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa 2000.
- Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w 2012*, www.intur.com.pl, dostęp: 13.04.2013.
- Łopaciński K., *Poziom aktywności turystycznej studentów*, [w:] *Spoleczno-pedagogiczne problemy turystyki*, red. J. Malinowski, Instytut Turystyki, Warszawa 1988.
- Mendenhall M., Beaty D., Oddou G., *Where have all theorists gone? An archival review of the international management literature*, “International Journal of Management” 1993, no. 10 (2).
- Niezgoda A., Zmyślony P., *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2003.
- Radziewicz-Winnicki A., *Pedagogika społeczna*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Witt S.F., Witt C.A., *Forecasting tourism demand*, “International Journal of Forecasting” 1995, no. 11 (3).
- Walesiak M., *Metody analizy danych marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.
- Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Prywatna Wyższa Szkoła Handlowa w Warszawie, Warszawa 1997.
- www.stat.gov.pl, dostęp: 11.04.2013.

TOURISM ACTIVITIES DIVERSIFICATION OF THE LEARNING YOUTH IN WAŁBRZYSKI DISTRICT

Summary: The research referring to the participation in tourism is well developed in Poland, however, the analyses assessing this phenomenon at regional and local level are still missing. Methodological imperfections, diversification of approaches and fragmentation of research reduce the scope of comparison and do not allow for taking advantage of their results in economic practice. The objective of the hereby paper is to characterize tourism oriented activities of the learning youth in Wałbrzyski district. The paper, by means of questionnaire interviews, analyses the power of influence exerted by motivating factors which stimulate young people from Wałbrzych to be active in tourism.

Keywords: tourism activity, factors of activity in tourism, tourism motives.