

Fundacja Ogólnopolskiej Komisji Historycznej Ruchu Studenckiego  
Biuro Podróży i Turystyki ALMATUR

ISBN 978-83-7151-984-0

# Zeszyty Historyczne Ruchu Studenckiego

nr **6**

Seminarium 60 lat BPiT Almatu  
„Współczesny model turystyki młodzieżowej.  
Turystyka akademicka wczoraj – dziś – jutro”

Warszawa, czerwiec 2016 r.

**Wydawca:** Fundacja Ogólnopolskiej Komisji Historycznej Ruchu Studenckiego  
Zespół Historii Turystyki Studenckiej  
Biuro Podróży i Turystyki ALMATUR

**Redakcja opracowanie:**

Waldemar Błaszczuk – Redaktor prowadzący  
Krzysztof Łopaciński

**Recenzenci:**

Dr Włodzimierz Banasik – Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych  
Dr Julian Bystrzanowski – Stowarzyszenie Ekspertów Turystyki  
Dr Krzysztof Łopaciński – Instytut Turystyki SGTiR

**Sponsorzy:**

Biuro Podróży i Turystyki ALMATUR  
Wyższa Szkoła Społeczno-Przyrodnicza w Lublinie  
Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie

**Patronat medialny: Wiadomości Turystyczne**

Copyright by Fundacja Ogólnopolskiej Komisji Historycznej Ruchu Studenckiego  
Biuro Podróży i Turystyki ALMATUR

ISBN 978-83-7151-984-2

Warszawa, czerwiec 2016

# DETERMINANTY AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ GENERACJI Z.

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Leszek Dąbrowski, Stefania Środa-Murawska, Małgorzata Lepa, Michał Kwiatkowski,  
Elżbieta Grzelak-Kostulska,

## 1. Wprowadzenie

Czynniki warunkujące aktywny udział w turystyce są przedmiotem badań: geografii turystyki, socjologii, psychologii czy ekonomii (Kowalczyk 2000, Gulda 2009, Gracz, Sankowski 2001, Kachniewska, Nawrocka 2012). Świadczy to o niezwykle istotnym znaczeniu uwarunkowań ekonomicznych, demograficzno-społecznych czy przestrzennych na decyzję i rodzaj podejmowanych przez poszczególne osoby aktywności turystycznych. Decyzja o podjęciu aktywności turystycznej warunkowana jest wieloma zmiennymi, z jednej strony endogenicznymi (chęć poznania czegoś nowego, potrzeba odpoczynku, itp.), z drugiej natomiast egzogenicznymi (np. dostępność wolnego czasu, wybranej destynacji, itp.). Czynniki te zmieniają się w czasie i inaczej postrzegane są przez osoby w różnym wieku.

W literaturze przedmiotu dominują badania zogniskowane na czynnikach mających decydujący wpływ na wybór rodzaju turystyki prowadzone przede wszystkim w grupach osób z pokolenia Baby Boomers (Kowalczyk-Anioł 2013, Naidoo i in. 2015). Wynika to z faktu, iż dysponują oni odpowiednimi środkami finansowymi, które mogą i lokują w szeroko rozumianej turystyce oraz są pokoleniem, które dyktowało od wielu dziesięcioleci destynacje turystyczne.

Należy jednak zauważyć, że coraz więcej badań poświęca się również osobom najmłodszym, w tym zachowaniom turystycznym pokolenia X, Y i Z (Kowalczyk-Anioł 2012, Parzych 2010).

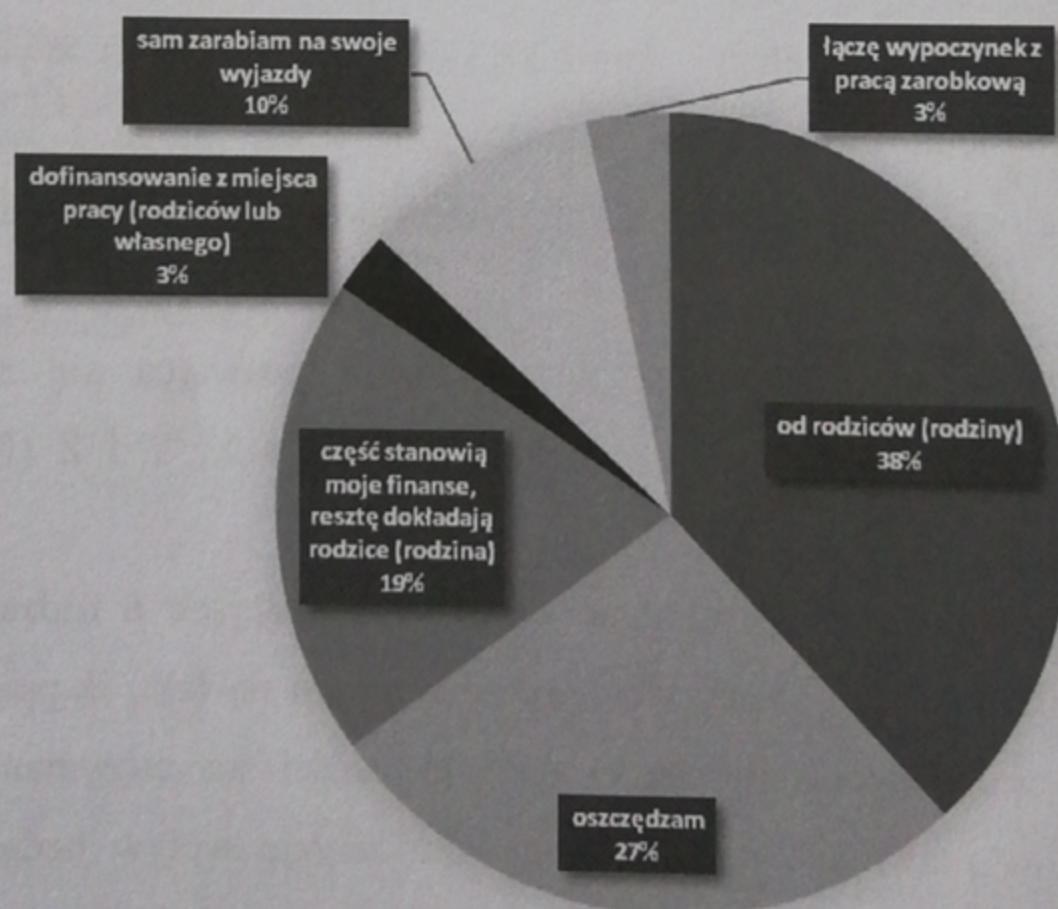
W niniejszym badaniu analizie poddano czynniki decydujące o rodzajach aktywności turystycznej w grupie pokolenia Z. Przyjęto, że ze względu na fakt, iż pokolenie Z tworzą osoby pozostające w zdecydowanie przeważającej części na utrzymaniu innych osób (rodziców, opiekunów prawnych, dziadków) na ich decyzje wpływ będą miały czynniki społeczne. Przyjęto również, że pokolenie Z jest bardzo otwarte i chętnie podejmowałoby aktywne, ciekawe formy aktywności turystycznej, jednakże ze względu na ograniczenia finansowe dominują bardziej ekonomiczne formy wypoczynku np. u rodziny, znajomych.

Generacja, pokolenie Z (*Pokolenie Z, Tweens* lub *Plurals*) to osoby, które urodziły się po 1994 r. (choć w literaturze również wymienia się je jako osoby urodzone po roku 1990, 1995 lub nawet 2003). Pokolenie Z przyzwyczajone jest do Internetu oraz różnych nowinek technologicznych. Jest to globalna generacja, której przedstawiciele są bardzo pomysłowi oraz innowacyjni. Generacja Z przyzwyczajona jest do otrzymywania dużej ilości różnorodnych informacji z każdej strony (Williams, Page 2010). Jest ona wielozadaniowa – wykonuje kilka rzeczy równocześnie, np. ogląda telewizję, grając w grę i pisząc wiadomość sms. Główną formą komunikacji dla omawianej grupy są media społecznościowe, które umożliwiają szybką wymianę informacji, takie jak Facebook, Instagram, czy Twitter (Spears i in. 2015). Charakterystyczną cechą są często ważniejsze dla tej kategorii relacje nawiązywane wirtualnie, niż relacje w prawdziwym życiu (Zajadacz 2014).

## 2. Wyniki badania

W analizie uwzględniono dane pochodzące z badania ankietowego, które zostało przeprowadzone w 2014 i 2015 roku i objęło łącznie 840 osób w wieku od 15 do 25 lat.

W celu ustalenia kto finansuje wyjazdy zapytano młodzież: *Skąd pochodzą środki na finansowanie Twoich podróży turystycznych?* Tak, jak założono, w większości ich wypoczynek finansowany jest przez rodziców/rodzinę (por. ryc. 1).

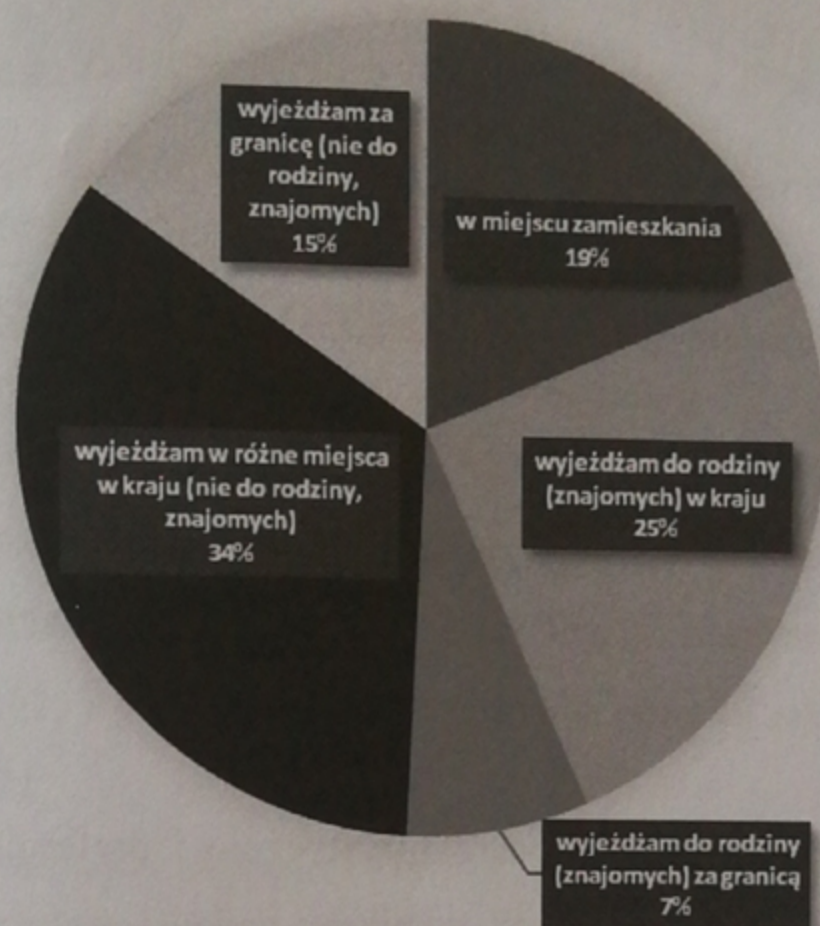


Ryc. 1. *Skąd pochodzą środki na finansowanie Twoich podróży turystycznych?*

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Odpowiedź ta stanowi ponad 1/3 wskazań (38%). Wśród młodzieży podróże często są również finansowane z ich własnych oszczędności (27%) lub dokonują oni wkładu finansowego, a resztę pieniędzy dokładają rodzice/rodzina (19%). 10% respondentów sama zarabia na swoje wyjazdy. Najrzadziej wybieranymi odpowiedziami były dofinansowanie z miejsca pracy (rodziców lub własnego) oraz łączenie wypoczynku z pracą zarobkową (po 3%).

W kolejnym pytaniu podjęto próbę określenia, gdzie pokolenie Z najczęściej spędza wakacje (por. ryc. 2).

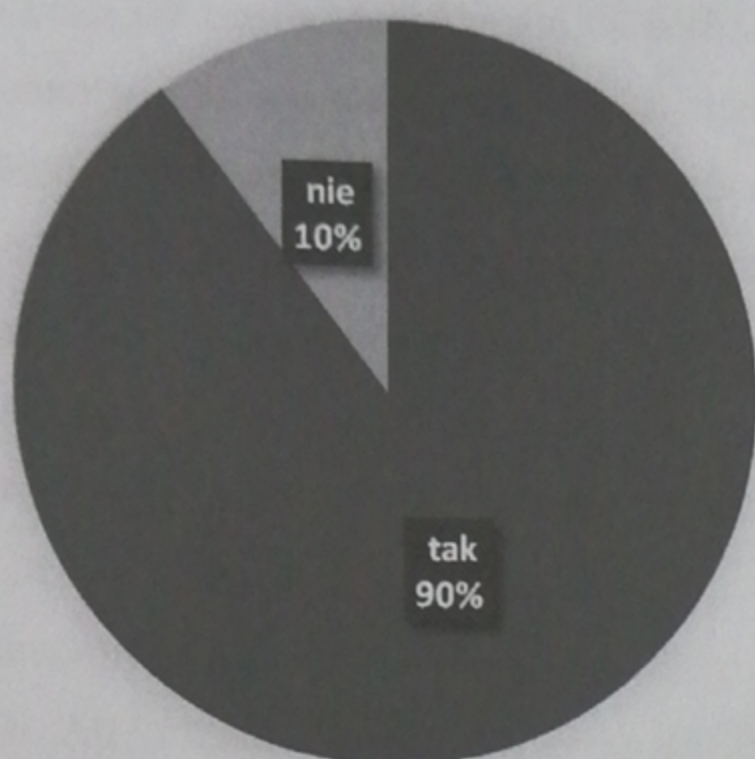


Ryc. 2. Gdzie najczęściej spędzasz wakacje (urlop)?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.

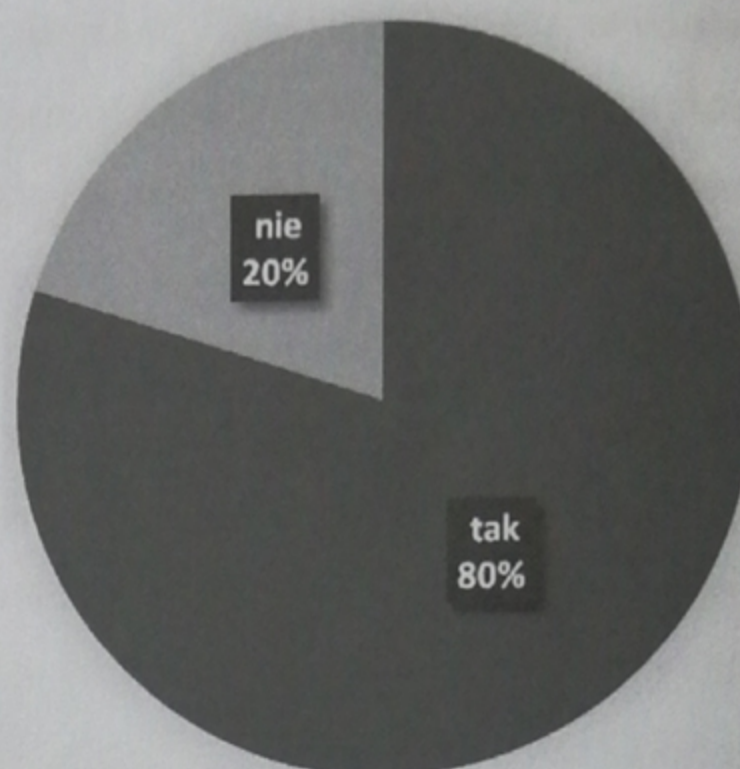
Młodzież najczęściej wyjeżdża w różne miejsca kraju, lecz nie do rodziny ani znajomych (34% odpowiedzi). Co czwarta młoda osoba wyjeżdża do rodziny lub znajomych w obrębie kraju. W mniejszym stopniu ludzie młodzi pozostają w miejscu zamieszkania (19%), czy wyjeżdżają za granicę w innym celu niż odwiedzenia rodziny lub znajomych (15%). Najrzadziej zaznaczaną odpowiedzią są wyjazdy do rodziny (znajomych) za granicę (7%).

Przedstawiciele pokolenia Z lubią i chętnie uczestniczą w wyjazdach turystycznych, co potwierdza otwartość młodzieży na aktywność turystyczną (por. ryc. 3 i ryc. 4).



Ryc. 3. Czy lubisz podróżować w celach turystycznych?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.



Ryc. 4. Czy podróżujesz w celach turystycznych?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Zgodnie z założeniem, prawie wszyscy młodzi ludzie, bo aż 90% ankietowanych, lubią podróżować w celach turystycznych, a 80% podróżuje w tychże celach.

### 3. Podsumowanie

Młodzi ludzie zdecydowanie są aktywni turystycznie i preferują ten rodzaj spędzania czasu wolnego. Na podstawie uzyskanych wyników badania wskazano, że główne źródło finansowania to rodzice/rodzina i wydaje się, że będzie to decydujący czynnik warunkujący podjęcie aktywności turystycznej młodzieży w tym wieku. Również w tej grupie główną destynacją pozostają miejsca zamieszkiwania u znajomych lub rodziny, niemniej duża część młodzieży wyjeżdża w inne miejsca. Należy, więc przyjąć, że pokolenie Z bo uzyskaniu własnego źródła dochodu prawdopodobnie bardzo chętnie będzie podejmować aktywność turystyczną.

#### Literatura:

Zajadacz A., 2014, *Pokolenia X, Y, Z a fenomen turystyki*, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Międzypokoleniowe aspekty turystyki*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa, s. 61-63.

Williams K.C., Page R.A., 2010, *Marketing to the Generations*, *Journal of Behavioral Studies in Business*, s. 10-12.

- Spears J., Zobac S.R., Spillane A., Thomas S., 2015, *Marketing Learning Communities to Generation Z: The importance of face-to-face interaction in a digitally driven world*, *Learning Communities Research and Practice*, 3(1), Article 7, s. 1-3.
- Gulda M., 2009, *Socjologia. Wprowadzenie do socjologii turystyki*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gracz J., Sankowski T., 2001, *Psychologia w rekreacji i turystyce*, AWF, Poznań.
- Kachniewska M., Nawrocka E., 2012, *Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych*, [w:] Kachniewska M., Nawrocka E., Niezgoda A., Pawlicz A. (red.), *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Kowalczyk-Anioł J., 2013, *Różnice pokoleniowe w turystyce polskich seniorów – baby boomers versus pokolenie przedwojenne*, [w:] R. Pawlusiński (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Kraków, s. 135–147.
- Naidoo P., Ramseook-Munhurrun P., Seebaluck N.V., Janvier S., 2015, *Investigating the motivation of baby boomers for adventure tourism*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 175, pp. 244-251.
- Kowalczyk-Anioł J., 2012, *Tendencje rozwoju turystyki polskiej młodzieży pokolenia Y*, *Turyzm*, z. 22/2, s. 15–21.
- Parzych K., 2010, *Determinanty aktywności turystycznej młodzieży szkolnej na przykładzie młodzieży licealnej Słupska i Częstochowy*, *Turyzm*, 20, Z. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 37-45