

Preferencje turystyczne mieszkańców Białegostoku

Danuta Szpilko

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki i Rekreacji,
e-mail: d.szpilko@pb.edu.pl

Marta Gierałtowska

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, studentka kierunku zarządzanie II stopnia,
e-mail: martus_m31@o2.pl

Paulina Golubiewska

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, studentka kierunku zarządzanie II stopnia,
e-mail: dejdi2@gmail.com

Streszczenie

Wraz z rozwojem gospodarki i poprawą poziomu życia ludzi, podróże stają się jednym z ważniejszych elementów stylu życia. W procesie rozwoju turystyki coraz więcej badaczy koncentruje się na analizie aspektów związanych z rozwojem turystyki, a w szczególności produktów turystycznych oferowanych na rynku, jak również preferencji ich odbiorców. Celem niniejszego artykułu jest analiza preferencji turystycznych mieszkańców Białegostoku. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, iż największym zainteresowaniem wśród ankietowanych cieszy się turystyka wypoczynkowa oraz rozrywkowa. W trakcie wyjazdów turystycznych respondentom najczęściej towarzyszą znajomi bądź ich partnerzy i rodzina. Informacje o miejscu przyszłego wypoczynku badani pozyskują najczęściej z Internetu oraz od rodziny i znajomych. Ważnym źródłem informacji są dla nich również foldery i katalogi. Ankietowani wybierając miejsce wypoczynku, najczęściej kierują się urokiem otoczenia, jednocześnie zwracając uwagę na cenę oferty. Podczas organizacji wyjazdu turystycznego często korzystają z usług biur podróży, jednakże najczęściej organizują podróże samodzielnie. Jako środek transportu badani wskazują głównie samochód. Wśród form wypoczynku przeważnie preferują spotkania z przyjaciółmi oraz zwiedzanie zabytków i muzeów. Białostoczanie jednakowo chętnie uczestniczą w wyjazdach krótkoterminowych i długoterminowych. Na podstawie dokonanej analizy porównawczej otrzymanych wyników z rezultatami badań prowadzonych przez Instytut Turystyki w 2011 r. należy zauważyć, że pomimo

wielu różnic w innych sferach życia, mieszkańcy Białegostoku mają podobne preferencje turystyczne jak pozostała część polskiego społeczeństwa.

Słowa kluczowe

turystyka, preferencje turystyczne

Wstęp

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie, co potwierdzają badania statystyczne Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) i Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC), notujące po drugiej wojnie światowej jej stały wzrost zarówno w zakresie liczby turystów, jak i wpływów z turystyki. W 1950 r. granicę swego kraju przekroczyło 25 mln turystów, przy czym w 2011 r. ich liczba zwiększyła się prawie czterdziestokrotnie i wyniosła 980 mln (UNWTO, 2012). UNWTO szacuje, że w 2012 r. zostanie pobity rekord w turystyce międzynarodowej, gdyż za granicę w celach turystycznych wyjedzie po raz pierwszy 1 mld osób. Również wpływy z turystyki międzynarodowej z roku na rok dynamicznie wzrastają. W 1950 r. stanowiły one 2 mld USD, przy czym w 2011 r. wzrosły do poziomu 919 mld USD (UNWTO, 2012). W 2011 r. sektor turystyczny w ujęciu globalnym był źródłem generującym 9,1% produktu światowego brutto a wydatki całkowite ukształtowały się na poziomie 6 346,1 mld USD (WTTC, 2012a). W Polsce natomiast turystyka w 2011 r. wytworzyła 4,8% PKB, a wydatki całkowite wyniosły 24,8 mld USD (WTTC, 2012b).

Wraz z rozwojem gospodarki i poprawą poziomu życia ludzi, podróże stają się jednym z ważniejszych elementów stylu życia. W procesie rozwoju turystyki, coraz więcej badaczy koncentruje się na analizie aspektów związanych z rozwojem turystyki, a w szczególności produktów turystycznych oferowanych na rynku, jak również preferencji ich odbiorców.

Preferencje (ang. *preferences*) są podstawowym pojęciem w teorii mikroekonomii, szczególnie w teorii wyboru konsumenta. Preferencje konsumenta odzwierciedlają i formalizują gusty konsumenta i nie zależą w żaden sposób od cen dóbr lub budżetu konsumenta, lecz wyłącznie od zadowolenia, satysfakcji, szczęścia lub użyteczności jakie mu zapewniają. Preferencje pozwalają konsumentowi dokonywać wyborów w obliczu rozmaitych alternatyw (Kreps, 1990).

Celem niniejszego artykułu jest analiza preferencji turystycznych mieszkańców Białegostoku. Główną metodą zrealizowanych badań był sondaż diagnostyczny z wykorzystaniem techniki ankietowej przeprowadzony wśród mieszkańców Bia-

łegostoku. Dokonano również analizy porównawczej uzyskanych wyników z rezultatami badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki w 2011 r. wśród ogółu Polaków.

1. Przegląd literatury

Tematyka badań preferencji turystycznych jest niedostatecznie rozpoznana na gruncie polskiej nauki. Najistotniejszą wśród publikacji stanowi raport w zakresie uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych, corocznie przygotowywana przez Instytut Turystyki (od 2007 r. na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, wcześniej na zlecenie ministerstwa właściwego do spraw turystyki). Zawarte w nim badania mają charakter reprezentatywny i obejmują swym zasięgiem cały kraj, nie skupiając się na ujęciu preferencji turystycznych mieszkańców danego regionu, czy też miasta. Tematyce aktywności turystycznej, również w kontekście preferencji turystycznych poświęcona jest publikacja Wiesława Alejsiaka (2009). Zawiera ona przegląd metod i technik stosowanych w zakresie badań nad aktywnością turystyczną oraz przegląd badań i identyfikację determinant i inhibitorów aktywności turystycznej. Natomiast ogólną tematyką zachowań konsumentów na rynku turystycznym zajmują się: Barbara Dobiegała-Korona (2010), Agata Niemczyk (2010), Leszek Rudnicki (2010). Analizy preferencji turystycznych, można również odnaleźć w opracowaniach regionalnych np. dla województwa śląskiego (ŚOT, 2007), zachodniopomorskiego (2BA, 2010), podkarpackiego (ASM, 2007). Ukazują one preferencje turystów odwiedzających region, ale nie zawierają analiz dotyczących preferencji mieszkańców danego regionu lub miasta.

2. Metoda badań

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie wyników badań sondażowych dotyczących preferencji turystycznych mieszkańców Białegostoku. Badania przeprowadzono od maja do września 2011 r. na grupie 315 mieszkańców miasta Białegostoku. Zrealizowały je autorki artykułu oraz studenci kierunku turystyka i rekreacja Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej.

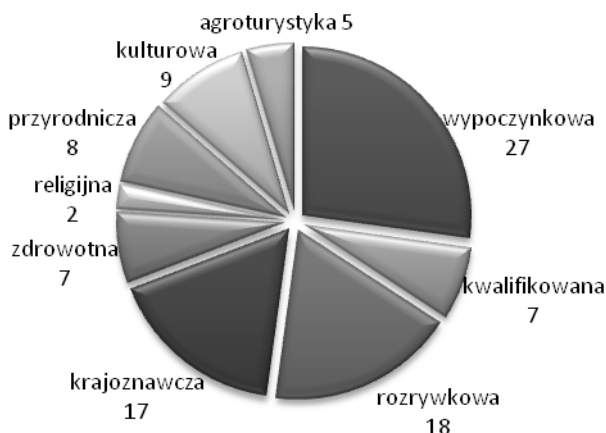
Za metodę badań przyjęto sondaż diagnostyczny przeprowadzony z wykorzystaniem techniki ankietowej. Sondażem objęto respondentów na zasadzie wyboru losowego. Ankieta składała się z 13 elementów, wśród których znalazły się pytania

otwarte i zamknięte z wyborem pojedynczym oraz wielokrotnym ograniczonym oraz metryczka dotycząca płci, wieku, wykształcenia i aktywności zawodowej respondentów (Stupnicki, 2003). Do analizy zebranych danych wykorzystane zostały metody statystyki opisowej.

3. Wyniki badań

Badanie przeprowadzone zostało na 315 osobach powyżej 15 roku życia zamieszkujących miasto Białystok. W strukturze badanych kobiety stanowiły 60%, a mężczyźni 40%. Wśród respondentów najliczniejszą grupę tworzyły osoby w wieku 15-24 lata - 54%. Ankietowani w wieku 25-44 lata stanowili 31%, a w wieku 45-60 lat - 12%. Najmniej liczną grupą respondentów były osoby powyżej 60 roku życia - 3%.

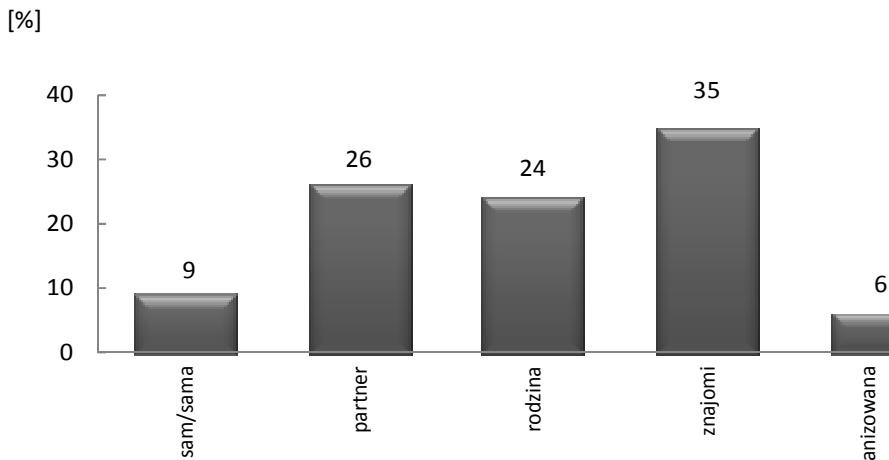
Badania wskazują, iż wśród form turystyki preferowanych przez respondentów najczęściej wskazywana była turystyka wypoczynkowa (27%). Dużą popularnością cieszy się również turystyka rozrywkowa i krajoznawcza, co potwierdza odpowiednio 18% i 17% respondentów. Natomiast najmniejsze zainteresowanie białostoczanie wykazują w stosunku do turystyki religijnej i agroturystyki (rys. 1).



Rys. 1. Formy turystyki preferowane przez respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

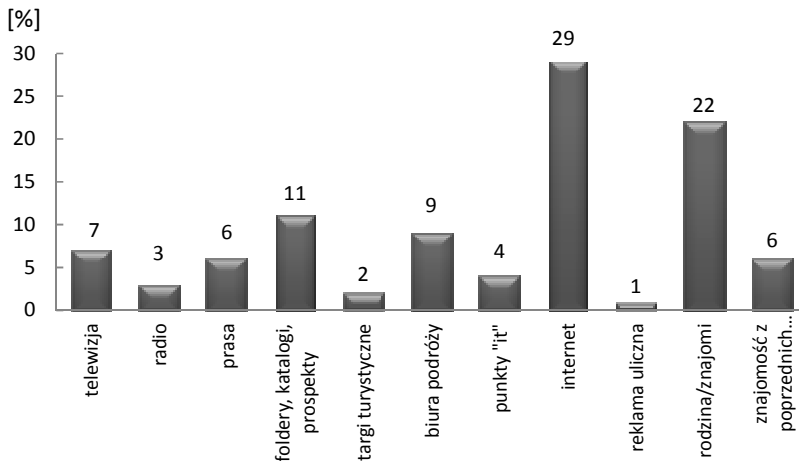
W trakcie wyjazdów turystycznych respondentom najczęściej towarzyszą znajomi (35%) lub partner (26%). Dostyc często podróżują również z rodziną, co potwierdza 24% ankietowanych. Najmniejsze zainteresowanie natomiast wykazują w stosunku do wyjazdów w grupach zorganizowanych, gdyż tego typu podróże wskazuje tylko 6% badanych (rys. 2).



Rys. 2. Osoby towarzyszące respondentom podczas wyjazdów turystycznych [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

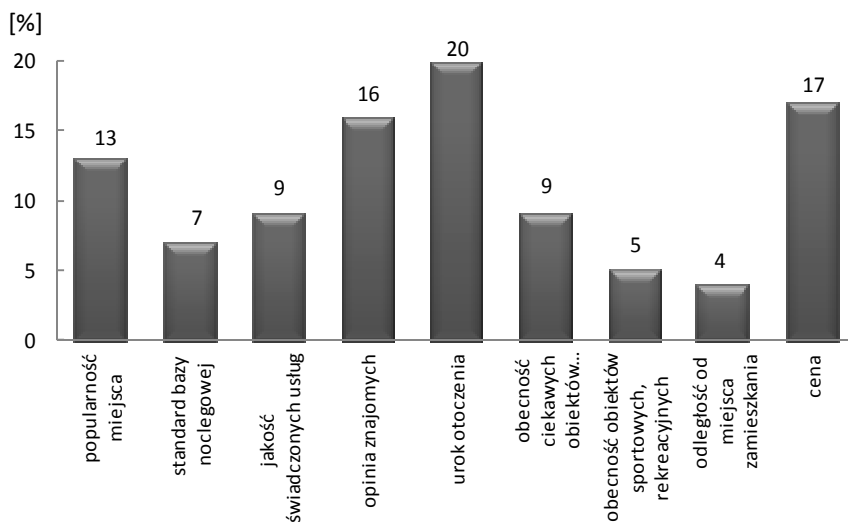
Informacje o miejscu przyszłego wypoczynku respondenci pozyskują najczęściej, bo w 29% przypadków, z Internetu oraz w 22% od najbliższych, czyli rodziny i znajomych. Ważną rolę odgrywają również foldery, katalogi bądź prospekty - 11%. Do najrzadziej wykorzystywanych źródeł informacji ankietowani zaliczają natomiast informacje dostępne na reklamach ulicznych, w radiu i na targach turystycznych. Szczegółowy podział odpowiedzi został zaprezentowany na rys. 3.



Rys. 3. Źródła informacji o miejscu przyszłego wypoczynku wykorzystywane przez respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

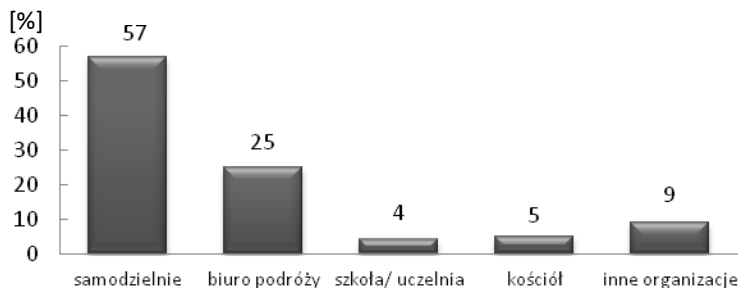
Ankietowani w 20% wybierając miejsce wypoczynku, najczęściej kierują się urokiem otoczenia, którego oczekują podejmując podróż. Jednocześnie zwracają uwagę na cenę oferty (17%). Przy wyborze miejsca destynacji ważną rolę odgrywa tu również opinia znajomych, którzy mieli okazję już wcześniej odwiedzić dane miejsce. Natomiast za mniej ważne czynniki badani uważają odległość od miejsca zamieszkania (4%), obecność obiektów sportowych i rekreacyjnych (5%), standard bazy noclegowej (7%) oraz obecność obiektów kulturalnych (9%). Szczegółowy rozkład odpowiedzi został zaprezentowany na rys. 4.



Rys. 4. Czynniki wpływające na decyzję o wyborze miejsca wypoczynku przez respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

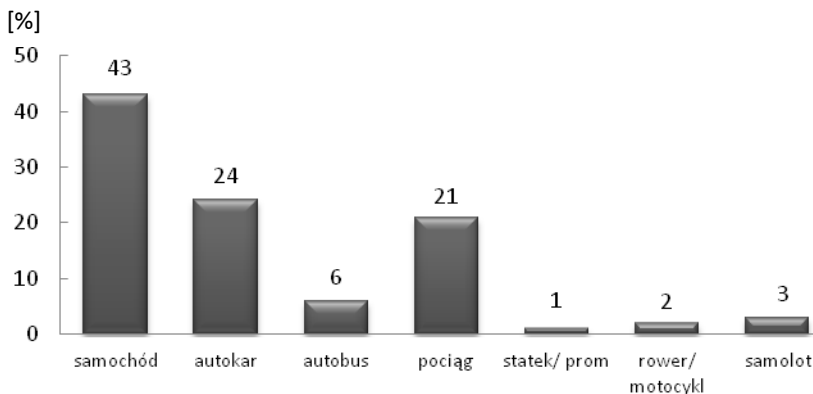
Mieszkańcy Białegostoku najchętniej organizują swoje podróże samodzielnie, co potwierdzają wypowiedzi 57% respondentów. Przy organizacji wyjazdu turystycznego ankietowani (25%) często korzystają również z usług biur podróży. Najrzadziej respondenci przy organizacji swoich wyjazdów turystycznych uwzględniają możliwości oferowane przez szkoły i uczelnie (4%) oraz kościoły (5%). Widać jest również niewielkie zainteresowanie respondentów pośrednictwem w organizacji podróży przez inne organizacje (np. stowarzyszenia, fundacje) - 9% (rys. 5).



Rys. 5. Sposoby organizacji wyjazdów turystycznych przez respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

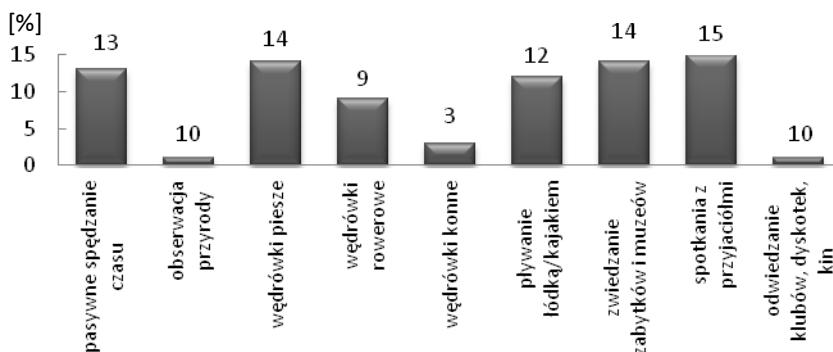
Ankietowani w 43% wybierając środek transportu preferują samochód. Duża część badanych wybiera również podróż autokarem (24%) lub pociągiem (21%). Podróżowanie samolotem wskazuje natomiast tylko 3% badanych. Najmniejszym zainteresowaniem cieszą się statek, prom (1%), a także rower i motocykl (2%) (rys. 6).



Rys. 6. Środki transportu wykorzystywane przez respondentów podczas podróży [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

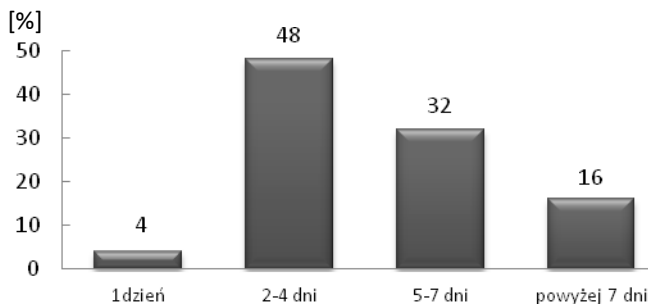
W przypadku pytania dotyczącego preferowanej formy wypoczynku, odpowiedzi respondentów były podzielone. Ankietowani jako pożądaną formę wypoczynku w 15% wskazywali spotkania z przyjaciółmi oraz w 14% wędrówki piesze i zwiedzanie zabytków oraz muzeów. Nieznacznie mniejszym zainteresowaniem wśród badanych cieszy się również pasywne spędzanie czasu (13%). Aktywne formy wypoczynku, do których należy pływanie kajakiem i łódką wskazało 12% białostoczan. Najmniejszą popularnością natomiast zostały obdarzone wędrówki konne (3%). Szczegółowy rozkład odpowiedzi został przedstawiony na rys. 7.



Rys. 7. Formy wypoczynku preferowane przez respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, 48% respondentów preferuje wyjazdy krótkoterminowe - 2-4 dniowe. Wyjazdy długoterminowe cieszą się podobnym zainteresowaniem - 32% ankietowanych deklaruje udział w wyjazdach 5-7 dniowych, a 16% w dłuższych niż 7 dni. Najrzadziej natomiast respondenci uczestniczą w wyjazdach 1 dniowych, co potwierdza 4% badanych (rys. 8).



Rys. 8. Preferowana długość wyjazdów turystycznych respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

4. Dyskusja wyników

Analiza problematyki związanej z preferencjami wyjazdów turystycznych przeprowadzona na podstawie badań własnych wskazuje, iż największym zaintereso-

waniem wśród mieszkańców Białegostoku cieszy się turystyka wypoczynkowa (27% wskazań). Natomiast do nielicznych należą ankietowani preferujący turystykę religijną (2%) oraz agroturystykę (5%). Preferowane formy turystyki są zbieżne z celami wyjazdów turystycznych ogółu Polaków w pierwszych trzech kwartałach 2011 r.¹ Wyniki badań prowadzonych przez Instytut Turystyki wskazują, iż 41% respondentów w przypadku podróży krajowych i 54% w przypadku podróży zagranicznych wyjeżdżało w celach turystyczno-wypoczynkowych (IT, 2012). Statystyki wskazują również, że najmniej ankietowanych Polaków, bo tylko 2% w przypadku wyjazdów krajowych i 1% w przypadku wyjazdów zagranicznych, podróżowało w celach religijnych (IT, 2011).

W przypadku ogółu społeczeństwa polskiego w trakcie wyjazdów turystycznych krajowych jak i zagranicznych w 2010 r.² respondentom najczęściej towarzyszyli partnerzy (współmałżonkowie i sympatie: 50,4% - krajowe, 48,5% - zagraniczne), dzieci (26,4% - krajowe, 19,6% - zagraniczne) i znajomi (17,4% - krajowe, 16,5% - zagraniczne) przy czym średnio 23% ankietowanych deklarowało, że podróżują sami (22,8% - krajowe, 23,4% - zagraniczne) (Łaciak, 2011). W przypadku białostoczan wyniki kształtują się nieco odmiennie. W podróżach częściej towarzyszą znajomi - 35%, a w drugiej kolejności partner (26%) i rodzina (24%). Przeszło o połowę mniej zwolenników mają również samotne wyprawy, w których uczestnictwo deklaruje 9% ankietowanych białostoczan. Stan ten, ma związek z chęcią poświęcenia większej ilości czasu osobom najbliższym, które w codziennym życiu ze względu na sprawy zawodowe, bardzo często odsuwane są na drugi plan. Wyjazd turystyczny wówczas jest traktowany jako rekompensata, a zarazem możliwość poprawy stosunków towarzyskich i rodzinnych.

Informacje o miejscu przyszłego wypoczynku badani białostocczanie pozyskują najczęściej z Internetu (29%) oraz od najbliższych, czyli rodziny i znajomych (22%). Ważnym źródłem informacji są dla nich również foldery i katalogi. Ankietowani wybierając miejsce wypoczynku, najczęściej kierują się urokiem otoczenia, którego oczekują planując podróż. Jednocześnie zwracają uwagę na cenę oferty. Przy wyborze miejsca destynacji ważną rolę odgrywa także opinia ich znajomych, którzy mieli okazję już wcześniej odwiedzić dane miejsce.

Podczas organizacji wyjazdu turystycznego respondenci często korzystają z usług biur podróży (25%), ale najczęściej organizują podróże samodzielnie, co potwierdzają wypowiedzi ponad połowy ankietowanych białostoczan. Najrzadziej badani organizują swój wyjazd poprzez uczelnię lub kościół. W odniesieniu do ogółu społeczeństwa preferencje w tym zakresie są podobne. W pierwszych trzech

¹ Okres adekwatny do badań prowadzonych przez autorki.

² Ze względu na brak danych z 2011 r. dokonano porównania z dostępnymi danymi z 2010 r.

kwartałach 2011 r. Polacy średnio w 85% samodzielnie organizowali podróże krajowe i w 57% podróże zagraniczne. Tylko w 3,5% korzystali z całkowitej lub częściowej pomocy biur podróży przy organizacji podróży krajowych, a w 27% przy organizacji podróży zagranicznych (IT, 2011). Samodzielna organizacja podróży jest podyktowana przede wszystkim względami finansowymi i chęcią całkowitego dopasowania jej zakresu do własnych potrzeb, co w przypadku biur podróży w przeważającej większości nie jest możliwe. Fakt, iż z roku na rok obserwuje się nieznaczny przyrost ofert dopasowywanych do potrzeb indywidualnych klientów, jednakże wciąż niosą one za sobą znaczne koszty finansowe. Natomiast w przypadku podróży zagranicznych, polscy turyści w znacznej części wciąż wolą organizację podróży powierzyć profesjonalistom. Skłonność ta wynika przede wszystkim z nieznamomości specyfiki odwiedzanych regionów, różnic językowych oraz braku wiedzy w kwestiach formalnych (np. przepisy wizowe).

Wybór środka transportu do odbycia podróży jest zazwyczaj podyktowany potrzebą wygody i szybkości dojazdu, w związku z czym ankietowani białostocczanie w 43% preferują samochód. Duża część badanych również zwraca uwagę na koszt przejazdów, ze względu na to wybiera podróż autokarem (24%) lub pociągiem (21%). Usługi transportu lotniczego preferuje natomiast tylko 3% badanych. W odniesieniu do danych prezentowanych przez Instytut Turystyki wykorzystanie środków transportu kształtuje się dość zróżnicowanie. W przypadku podróży krajowych (długoterminowych i krótkoterminowych) większość Polaków wykorzystuje samochód osobowy (70%), pociąg - 14%, autokar i autobus - 13,5%. W przypadku podróży zagranicznych samochód - 37%, samolot - 37%, autokar i autobus - 18%, pociąg - 6% (IT, 2011). Jak wskazują przedstawione dane, odsetek wykorzystania samolotu, jako środka transportu przez białostoczan, jest zdecydowanie niższy niż w przypadku ogółu społeczeństwa polskiego. Sytuacja ta, w znacznym stopniu ma swoje podłoże w długotrwałym i wciąż wydłużającym się braku lotniska w województwie podlaskim, co znacznie utrudnia korzystanie z tego typu transportu przez mieszkańców regionu.

Wyniki badań przeprowadzone wśród białostoczan wskazują, iż 48% respondentów preferuje wyjazdy krótkoterminowe - 2-4 dniowe. Wyjazdy długoterminowe cieszą się podobnym zainteresowaniem - 32% ankietowanych deklaruje udział w wyjazdach 5-7 dniowych, a 16% w dłuższych niż 7 dni. Jedną z przyczyn wysokiego wskaźnika wyjazdów krótkoterminowych jest wciąż zwiększające się tempo życia i liczba godzin spędzanych w pracy oraz konieczność pełnienia obowiązków zawodowych i dyspozycyjności również poza siedzibą firmy. Osoby te bardzo często uczestniczą w krótkich wyjazdach weekendowych, po których szybko wracają do swoich obowiązków. Kluczową rolę odgrywa tu również czynnik ekono-

miczny, gdyż nie każdy z ankietowanych, jak w przypadku studentów i seniorów, posiada wystarczające środki finansowe na długie podróże.

Podsumowanie

Turystyka z roku na rok staje się coraz ważniejszym elementem w życiu człowieka. Społeczeństwo coraz częściej decyduje się na wyjazd poza miejsce swojego zamieszkania, kierując się obowiązującą modą, indywidualnymi gustami oraz innymi motywami. Mieszkańcy Białegostoku mają podobne, ale nie identyczne upodobania jak pozostała część polskiego społeczeństwa. Preferują w głównej mierze wyjazdy o charakterze wypoczynkowym w towarzystwie znajomych, partnera i rodziny. Informacje o miejscu docelowym czerpią z Internetu oraz od rodziny i znajomych. Najchętniej podróżują samochodem, najczęściej sami organizując swoje wyjazdy turystyczne. Są również skłonni do odbywania wyjazdów krótkoterminowych.

Poznanie preferencji mieszkańców danego miasta czy też regionu, ma istotne znaczenie i duży wpływ na przygotowanie odpowiedniej oferty turystycznej, spełniającej wymagania i zaspakajającej ich potrzeby. Obecnie w wielu przypadkach oferta ta jest przygotowywana na wycucie lub w odniesieniu do trendów krajowych bądź ogólnosiwiatowych, bez uwzględniania potrzeb potencjalnych klientów zamieszkujących dany region czy też miasto. Przedstawione w artykule wyniki badań mogą być pomocne w procesie przygotowania oferty biur podróży skierowanej bezpośrednio do poszczególnych grup docelowych mieszkańców Białegostoku, jak i całego regionu. Mogą dostarczać również istotnych informacji z punktu widzenia instytucji i organizacji zarządzających turystyką w regionie. Dzięki nim podmioty te będą mogły dostosowywać produkty turystyczne do potrzeb mieszkańców, którzy w dużej mierze podróżują również po terenie regionu i to tu wydatkują swoje pieniądze. Z tego też względu należy pamiętać o ich potrzebach i poczynić starania w celu zbudowania oferty odpowiadającej ich preferencjom.

Literatura

1. Alejskiak W. (2009), *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Akademia Wychowania Fizycznego, Kraków
2. Dobiegała-Korona B. (2010), *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Almamater, Warszawa

3. Niemczyk A. (2010), *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków
4. Rudnicki L. (2010), *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Proksenia, Kraków
5. Stupnicki R. (2003), *Analiza i prezentacja danych ankietowych*, Akademia Wychowania Fizycznego, Warszawa
6. UNWTO - United Nations World Tourism Organization (2012), *UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition*, Madryd
7. WTTC - World Travel & Tourism Council (2012b), *Travel & Tourism Economic Impact 2012, Poland*, London
8. WTTC - World Travel & Tourism Council (2012a), *Travel & Tourism Economic Impact 2012, World*, London
9. ŚOT - Śląska Organizacja Turystyczna (2007), *Badania preferencji turystów w województwie śląskim (na wybranych przykładach)*, Katowice
10. 2BA - szkolenia i doradztwo strategiczne (2010), *Struktura krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego w Województwie Zachodniopomorskim w okresie sezonu letniego oraz poza sezonem w 2010 r. Raport z badań*, Szczecin
11. ASM - Zespół ASM Centrum Badań i Analiz Rynku (2007), *Raport z badania oczekiwań turystów względem podkarpackiego rynku usług turystycznych*
12. Łaciak J. (2011), *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2010 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa
13. IT - Instytut Turystyki (2011), *Podróże Polaków w pierwszych trzech kwartałach 2011 roku*, Warszawa
14. IT - Instytut Turystyki (2012), *Podróże Polaków w pierwszych trzech kwartałach 2012 roku*, Warszawa
15. Kreps D. (1990), *A Course in Microeconomic Theory*, Princeton University Press, New Jersey

Tourist preferences of the inhabitants of Białystok

Abstract

With the development of economy and the improvement of living standards of people, traveling has become one of the most important elements of lifestyle. In the process of tourism development, more and more research is focused on the analysis of aspects related to the development of tourism, especially tourism products offered on the market, as well as the preferences of their customers. The purpose of this article is to analyze the

tourism preferences of the inhabitants of Białystok. The main method applied in the conducted research was a diagnostic survey, carried out with the usage of the questionnaire technique. The results of this study indicate that leisure and entertainment tourism are the most popular among respondents. During their tourist trips most respondents are accompanied by friends or their partners and family. The respondents most frequently acquire information concerning the future recreation locations from the Internet or from friends and family. Folders and directories are an important source of information for them as well. When selecting a holiday destination the respondents are mostly driven by the attractiveness of the environment, at the same time paying attention to the price of the offer. When organizing a tourist trip, the respondents often use the services of travel agencies, but most frequently they organize trips themselves. As a means of transport the respondents indicate mainly the car. Among the leisure activities, the respondents generally prefer meeting friends, as well as visiting monuments and museums. The citizens of Białystok are equally willing to participate in short and long term trips. On the basis of the comparative analysis of the obtained results with the results of the research conducted by the Institute of Tourism in 2011 it should be noted that despite many differences in other spheres of life, the inhabitants of Białystok have similar tourist preferences as the rest of the of the Polish society.

Keywords

tourism, tourist preferences