

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica 13(2019)

ISSN 2084-5456

DOI 10.24917/20845456.13.9

*Piotr Kondraciuk*

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska

## Preferencje turystyczne kibiców żużlowych w Polsce

### Streszczenie

Określenie preferencji turystycznych kibiców pomoże lepiej dopasować ofertę miast organizatorskich zawodów sportowych. W niniejszej pracy autor skupia się na kibicach żużlowych. Kibice to osoby, które są bardzo mocno przywiązane do swoich barw narodowych lub klubowych. Sport w życiu kibica może wpływać na jego wybory związane z życiem codziennym lub dotyczące organizacji wyjazdu turystycznego. Celem niniejszego artykułu było określenie preferencji turystycznych kibiców żużlowych. Preferencje turystyczne zostały ocenione na podstawie przeprowadzonych ankiet internetowych. Zebrane dane zostały przeanalizowane metodą statystyki opisowej. Przeprowadzone badania są pierwszymi badaniami na grupie kibiców żużlowych. Intencją autora niniejszego artykułu było określenie wyborów dokonywanych przez badane osoby. Sport żużlowy w Polsce jest jedną z najbardziej popularnych dyscyplin sportowych. Respondenci wskazali, że najczęstszym motywem ich wyjazdów turystycznych jest turystyka wypoczynkowa. Kibice wskazali w swoich odpowiedziach w ankiecie, że podczas wyjazdu na międzynarodowe zawody sportowe poza samym uczestnictwem w zawodach również zwiedzają miasta, w których odbywają się zawody sportowe. Podczas planowania swoich urlopów respondenci wskazali, że kierują się wyborem miejsca odpoczynku gdzie odbywają się zawody żużlowe. Fanoturystyka staje się coraz bardziej popularna, co powoduje większe zainteresowanie badaczami podanym tematem. Przeprowadzone badania autor uznaje za wstęp do dalszych badań i analiz wśród kibiców sportowych.

### Tourist preferences of speedway fans in Poland

#### Abstract

Identifying the tourist preferences of sports fans will help to adjust the offered services of cities that are organising sports competitions. In this paper, the author focuses on speedway fans. Sports fans are people who are very attached to their national or club colours. Sport in a fan's life can influence their choices in daily life or when they are organising a tourist trip. The point of this article was to determinate tourist preferences of speedway's fans. Tourist preferences were evaluated on the basis of online surveys. Accumulated data was analysed by descriptive statistic. This research is the first one ever to be conducted on a group of speedway fans. The intention of the author of this article was to determine the choices made by the examined persons. Speedway sport in Poland is one of the most popular sports disciplines. Respondents indicated that the most frequent motive for their tourist trips is leisure tourism. Fans indicated in their replies to the questionnaire that when they go to an international sports competition, in addition to the competition itself, they also visit the cities where the

competition takes place. When it comes to planning their holidays, the respondents indicated that they were guided by the choice of a holiday spot where the speedway competitions take place. Fan-tourism is becoming more and more popular, which is why researchers are more interested in this subject. The conducted research is considered to be the first step in further research and analysis among sports fans.

**Słowa kluczowe:** ankieta; fanoturizm; preferencje; sport; turystyka;

**Key words:** fan of tourism; preferences; questionnaire; sport; tourism;

Otrzymano: 04.07.2018

Received: 04.07.2018

Zaakceptowano: 05.05.2019

Accepted: 05.05.2019

#### **Sugerowana cytacja / Suggested citation:**

Kondraciuk, P. (2018). Preferencje turystyczne kibiców żużlowych w Polsce. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 13, 130-142, doi: 10.24917/20845456.13.9

## **Wprowadzenie**

Wyścigi motocyklowe są rozgrywane na torze w kształcie owalu, na którym zawodnicy ścigają się ze startu wspólnego przez cztery okrążenia w stronę przeciwną niż ruch wskazówek zegarów. W Polsce wyścigi motocyklowe w takiej formule nazywane są żużlem. Nazwa została zaczerpnięta od materiału, z jakiego wcześniej były wykonane tory. Sport żużlowy jest jedną z najbardziej popularnych dyscyplin sportowych w Polsce. W 2018 roku na trzech poziomach rozgrywkowych występują łącznie 23 zespoły. W Ekstralidze Żużlowej jeździ obecnie 8 drużyn, 1 liga składa się również z 8 zespołów, natomiast w 2 lidze występuje 7 drużyn. Patrząc na mapę, można zaobserwować, że sport żużlowy popularny jest głównie w zachodniej oraz w południowej części naszego kraju (Ryc. 1).

Ciekawostką jest fakt, że w 1 lidze jeździ również klub Lokomotiv Daugavpils z Łotwy. W latach ubiegłych w 1, jak i w 2 lidze jeździły również drużyny z Węgier lub z Ukrainy, gdyż w tych krajach nie było profesjonalnej ligi żużlowej. Według statystyk średnio jeden mecz żużlowy na stadionach PGE Ekstraligi w 2017 roku oglądało 9653 widzów (Gałęzewski, 2017a). Porównując podaną średnią kibiców do piłki nożnej, okazuje się, że stadiony żużlowe były chętniej uczęszczane przez kibiców, ponieważ średnia oglądalność meczu Ekstraklasy w sezonie 2017/2018 wyniosła 9375 widzów (Gałęzewski, 2017b). Średnia pojemność stadionu żużlowego w PGE Ekstralidze w 2017 roku wynosi 13500 widzów, co przekłada się na wypełnienie stadionu w wysokości prawie 72%. Łącznie mecze żużlowe w 2017 roku w PGE Ekstralidze obejrzało ponad 600 tys. widzów.

Celem niniejszego artykułu jest określenie na podstawie przeprowadzonych badań preferencji turystycznych kibiców żużlowych w Polsce. Preferencje są jednym z podstawowych pojęć w teorii mikroekonomii. W szczególności trzeba spojrzeć na preferencje konsumenta, które odzwierciedlają i formalizują gusty konsumenta zależnych od zadowolenia, satysfakcji, szczęścia lub użyteczności, jakie mu zapewniają. Preferencje pozwalają dokonywać określonych wyborów (Kreps, 1990).

Uprawianie biernej turystyki sportowej poprzez kibicowanie drużynie nie wymaga specjalnych predyspozycji, poza osobistym zainteresowaniem lub przynależnością do społeczności kibiców (Kruczek, 2016). W artykułach angielskojęzycznych badacze, którzy zajmują się turystyką sportową wyróżniają w jej granicach cztery kategorie, tj. turystykę zawierającą elementy sportu, turystykę z uczestnictwem w sporcie, wyjazdy w celach treningowych oraz wyjazdy na wydarzenia sportowe (Weed, Bull, 2004). Przegląd literatury dał dowody, że obszar badawczy jest nowy. Wśród występującej literatury można wyodrębnić kilka obieranych kierunków badań. Ważną grupą artykułów naukowych stanowią artykuły o podejściu konceptualistycznym, tzn. określające teoretyczne ramy turystyki sportowej (Gammon, Robinson, 2003, Standeven, de Knop 1999, Bosiacki, 2016, Weed, Bull, 2004, Liszewski, 2016, Mika 2007, Gibson, 1998, 2004, Kurtzman, 2003, 2005). Również bardzo ważnym kierunkiem wśród badaczy turystyki sportowej jest analiza socjologiczna grup kibiców, która jest prezentowana w licznych pracach naukowych (Funk, Alexandris, Ping, 2009; Kaplanidou, 2007). Na gruncie polskiej nauki tematyka preferencji turystycznych kibiców jest praktycznie nieprzebadana. Pierwszym opracowaniem związanym z fanoturystyką, które całościowo podchodzi do tematu, jest publikacja Katarzyny Brumm pt. *Fanoturystyka – kibice sportowi w pozytywnym świetle*. Powstało również wokół tematu biernej turystyki sportowej kilka artykułów naukowych, np. *Profilowanie turystów sportowych na przykładzie podróżujących kibiców piłki nożnej* autorstwa Wojdakowskiego Piotra, Taraszkiewicza Tomasza i Ossowskiego Zbigniewa z AWFis w Gdańsku (2012).

Prowadzonych badań na temat preferencji turystycznych w Polsce było bardzo wiele. Pod tym względem zostali przebadani m.in. mieszkańcy Białegostoku przez zespół pod przewodnictwem Danuty Szpilko (2013), studenci UMK w Toruniu przez Adriana Lubowieckiego-Vikuk i Zbigniewa Podgórskeigo (2013), jak również została napisana praca doktorska Kamili Ziółkowskiej-Weiss pt. *Aktywność i destynacje turystyczne Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej* (2015). Badania preferencji turystycznych różnych grup społecznych miało na celu określenie ich preferencji wyborów dokonywanych podczas organizacji wyjazdu turystycznego. Całościowe badanie reprezentatywnej grupy Polaków zostało przeprowadzone przez Ministerstwo Sportu i Turystyki w 2016 roku pt. *Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski* (2017). Opracowane wyniki powyższych badań oraz dane z ministerstwa zostały zestawione z odpowiedziami uzyskanymi przez autora artykułu z ankiet internetowych w celu porównania i uzyskania odpowiedzi czy kibiców żużlowych można porównać do innej grupy społecznej. Grupy badawcze pochodziły z różnych środowisk i były w różnym wieku, jednak część odpowiedzi na pytania była podobna. Autor wskazał podobieństwa i różnice w wynikach badań i zestawiał wyniki prac innych autorów z wynikami swoich badań. Autor niniejszego artykułu pragnie uzupełnić lukę w badaniach naukowych na temat preferencji turystycznych kibiców.



Ryc. 1 Rozmieszczenie drużyn rywalizujących w polskich ligach z podziałem na poziomy rozgrywek w 2018 r.

Źródło: opracowanie własne.

## Metody badań

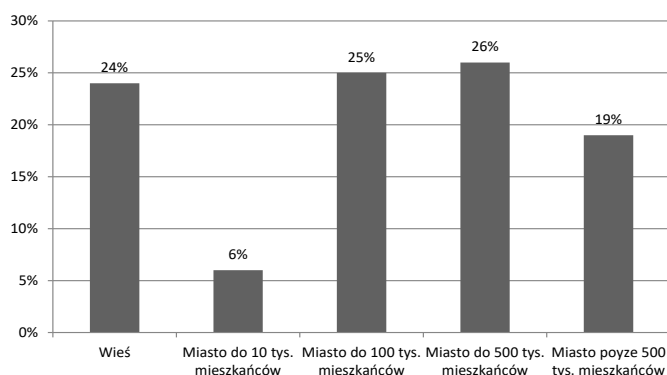
W niniejszej pracy autor do przeprowadzenia oceny preferencji turystycznych wykorzystał metodę badań sondażowych. Ankiety zostały objęte osoby, które identyfikują się, jako kibice sportu żużlowego. Badania w formie ankiet elektronicznych zostało przeprowadzonych na grupie 697 kibiców. Formularz został udostępniony przez dziennikarzy Pokredzie.pl, stronę internetową KSM Krosno oraz na grupach facebookowych sympatyków czarnego sportu. Ankieta składała się z 14 pytań, w której znalazły się pytania zamknięte i półotwarte. Do analizy zebranych danych zostały wykorzystane metody statystyki opisowej.

## Wyniki badań i dyskusja

Badania ankietowe zostały przeprowadzone na grupie 697 osób powyżej 15 roku życia. Prowadzenie badań wśród kibiców od 15 roku życia w teorii zapewniło pewność zrozumienia przez ankietowanych zadawanych pytań i wiarygodności ich odpowiedzi. Osoby poniżej 15 roku życia wg autora niniejszego artykułu

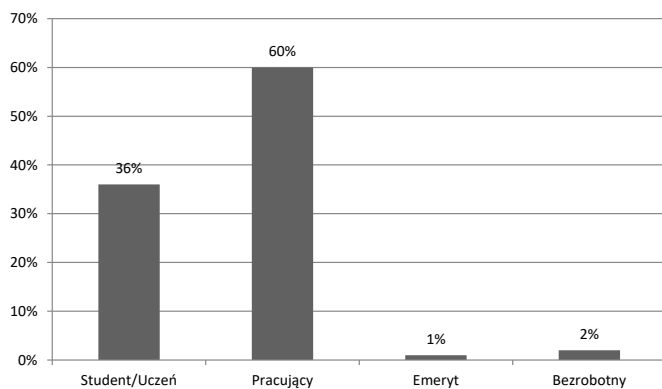
podróżują z rodzicami i nie mają znaczącego wpływu na cel wyjazdu turystycznego. W strukturze badanych ankietowanych mężczyźni stanowili 56%, a kobiety 44%. Najlicniejszą grupą wiekową stanowiły osoby z przedziału 15–24, których udział w ankiecie wynosi 43%. Środowisko osób młodych oraz środowisko studenckie posiada wiele sprzyjających cech, które teoretycznie powodują, że praktycznie każdy student jest potencjalnym turystą (Ziółkowska-Weiss, 2015). Ankietowani w wieku 25–34 stanowili 36%. Są to osoby, które pracują i posiadają niezależność finansową, która pozwala na organizacje wyjazdów turystycznych. Kolejna grupa w przedziale wiekowym 35–44 stanowiła 16,5% ogółu badanych osób, a osoby w wieku 45–54 stanowiły tylko 3,5% respondentów. Najmniej liczną grupę wiekową wśród ankietowanych stanowiły osoby powyżej 55 roku życia, których łącznie było 1% wśród wszystkich wypełniających ankietę. Tak niski udział osób starszych według autora jest spowodowany zmniejszającymi się wraz z wiekiem możliwościami obsługi komputera oraz internetu. Wyniki badań wskazują, że w gronie kibiców żużlowych wykształcenie wyższe posiada 42,5% badanych. Wśród mężczyzn prawie 45% badanych posiada wyższe wykształcenie, natomiast wśród kobiet odsetek ten wynosi 39%. Najwięcej osób, które ukończyły uczelnie wyższą zamieszkuje miasta powyżej 500 tys. mieszkańców, gdzie 55% kibiców wskazało na posiadanie minimum tytułu zawodowego. Wykształceniem średnim legitymuje się natomiast 42% ankietowanych. Wyższym współczynnikiem wyżej wskazanego wykształcenia charakteryzują się kobiety, wśród których takie wykształcenie posiada 45% badanych, natomiast u mężczyzn wskaźnik posiadanego wykształcenia średniego wskazało 40% respondentów. Wykształcenie podstawowe jako jedyne wskazało tylko 11% osób. 4,5% ankietowanych posiada wykształcenie zawodowe. Najwięcej ankietowanych osób, bo 26%, zamieszkuje miasta od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców (Rys. 1). Wśród wszystkich miast, które mieszczą się w wyżej podanym przedziale aż w 11 z nich funkcjonuje drużyna żużlowa. 25% ankietowanych stanowiły osoby zamieszkujące miasta od 10 tys. do 100 tys. mieszkańców. 24% respondentów zamieszkuje wieś. 19% badanych osób zamieszkuje miasta powyżej 500 tys. mieszkańców. Drużynę żużlową w miastach powyżej 0,5 mln mieszkańców znajdziemy w Krakowie, Łodzi, Wrocławiu oraz Poznaniu. Jedynie w Warszawie nie funkcjonuje żadna drużyna sportu motorowego, jednak na Stadionie Narodowym odbywa się cykl Indywidualnych Mistrzostw Świata na żużlu, przez co sport żużlowy jest znany również obecnym mieszkańcom stolicy. Najmniej badanych osób zamieszkuje miasta do 10 tys. mieszkańców i stanowią oni jedynie 6,2% ogółu respondentów. Z 18 stolic wojewódzkich aż w 12 z nich znajduje się drużyna żużlowa.

Ponad 60% ankietowanych wskazują swoją aktywność zawodową, jako osoby pracujące (Rys. 2). 36% kibiców żużlowych uczy się lub studiuje.



Rys. 1. Miejsce zamieszkania kibiców.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

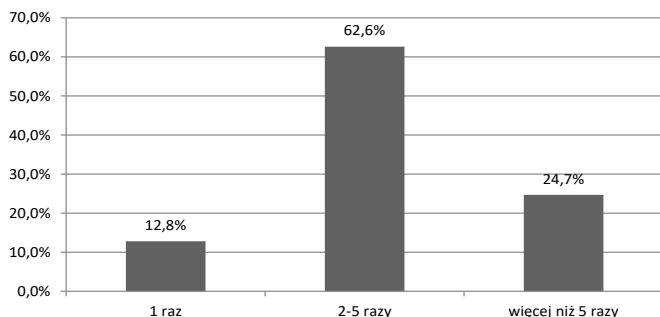


Rys. 2. Aktywność zawodowa.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badania wskazują, że prawie większość kibiców żużlowych w ciągu roku wyjeżdża na wyjazdy turystyczne przynajmniej 2 razy (rys. 3). Wśród badanych kobiet aż 61% wskazało, że ich aktywność turystyczna wynosi od 2 do 5 razy. Podobnie wysoki wskaźnik, bo aż 64% mężczyzn wskazało taką odpowiedź. Duży wpływ na taki rozkład odpowiedzi wg autora jest spowodowany, że pod pojęciem wyjazdu turystycznego rozumiany jest całokształt form wypoczynku preferowany przez kibiców żużlowych. Przy takim rozumowaniu wyjazdu turystycznego każdy wyjazd na zawody żużlowe jest również rozumiany, jako aktywność turystyczna, co powoduje wysoki udział procentowy wyjazdów więcej niż 2 razy w ciągu roku. Chętniej na wyjazdy turystyczne jeżdżą osoby z dużych miast gdzie odpowiedź 2–5 razy oraz więcej niż 5 razy wskazało łącznie 93% osób deklarujących się jako mieszkańcy miast powyżej 500 tys. mieszkańców. Raz w ciągu roku najchętniej preferują podróżować osoby z miast do 100 tys. mieszkańców – taką odpowiedź wskazało 18% badanych pochodzących z takich miast. 65% badanych, którzy ukończyli 35 rok życia wskazało, że preferują wyjazdy turystyczne od 2 do 5 razy w ciągu roku. Raz w ciągu

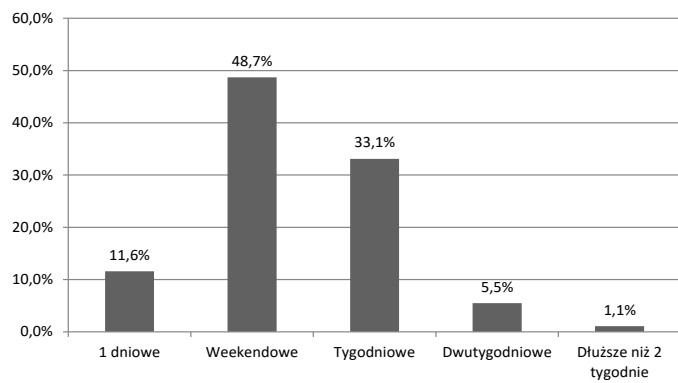
roku wyjeżdża odpowiednio 16% badanych w grupie wiekowej 15–24, 9% badanych w grupie 25–34 lat oraz 12% badanych w wieku od 35 w górę. 30% badanych w wieku 25–34 wskazało, że w ciągu roku wyjeżdża więcej niż 5 razy.



Rys. 3. Roczna aktywność turystyczna wyrażona w ilościach wyjazdów turystycznych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

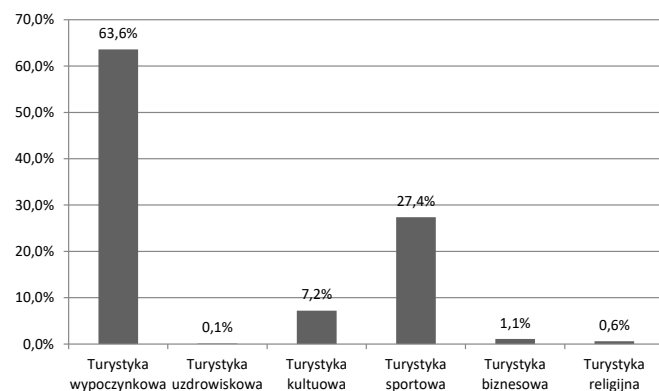
Ankietowani kibice żużlowi preferują wyjazdy weekendowe, co wskazało 48,7% badanych (Rys. 4). Kolejne wyjazdy turystyczne to podróże na okres do tygodnia czasu, które zostały wskazane, jako preferowane przez 33,1% kibiców. Wyjazdy weekendowe cieszą się wyższym poparciem wśród kobiet (51%) niż u mężczyzn (47%). Wśród żeńskich kibiców rzadziej preferowany jest wyjazd jednodniowy (9%) niż u płci przeciwnej (14%). Wyjazdy weekendowe najchętniej są wybierane wśród kibiców mieszkających na wsi gdzie taka odpowiedź wskazało 58% badanych. Respondenci najrzadziej preferują wyjazdy dłuższe niż dwa tygodnie. Taką opcję wskazało tylko 1,1% ankietowanych. Wyjazdy weekendowe są najchętniej wybierane przez osoby z przedziału wiekowego 25–35. Taką odpowiedź wskazało w tej grupie aż 55% kibiców. Wyjazdy jednodniowe z uwzględnieniem grup wiekowych najczęściej są wybierane przez osoby z przedziału 15–24 gdzie odsetek wybierających taką długość wyjazdów wskazało 12%. Wyjazdy tygodniowe najbardziej odpowiadają osobą, które ukończyły 35 lat. Wskaźnik odpowiedzi wyniósł tam 38%. Podobne wyniki, jeśli chodzi o wyjazdy krótkoterminowe uzyskał zespół pod kierownictwem Pani dr Danuty Szpilko, który badał mieszkańców Białegostoku (Szpilko, Gierałtowska, Golubiewska, 2013). Dane zebrane wśród kibiców odpowiadają danymi zebranymi przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, który w 2016 roku badał Polaków pod kątem krajowych i zagranicznych wyjazdów Polaków. Wg badań ponad 60% wybierało wyjazdy krótkoterminowe, co również obrazuje preferowany przez kibiców żużlowych trend w Rys. 4. Pozostałe nie całe 40% preferuje wyjazd długoterminowe, co również znajduje odzwierciedlenie w badaniach autora niniejszego artykułu (MSiT, 2017).



Rys. 4. Preferowana długość wyjazdu turystycznego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badania wskazują, że wśród respondentów głównym motywem wyjazdów jest turystyka wypoczynkowa. Prawie 2/3 badanych wskazało ten motyw jako najważniejszy (Rys. 5). Porównując wyniki zebranych przez autora z wynikami zebranymi przez Adriana Lubowieckiego-Vikuk oraz Zbigniewa Podgórskiego, można zaobserwować podobny wysoki udział turystyki wypoczynkowej u kibiców żużlowych, jak i studentów UMK w Toruniu, gdzie jako motyw wypoczynkowy wyjazdu turystycznego wskazało ponad 65% badanych (Lubowiecki-Vikuk, Podgórski, 2013). Wśród Polaków w 2016 roku motyw turystyki wypoczynkowej był również popularny i w turystyce krajowej stanowił 39%, a w turystyce zagranicznej ponad 56% (MSiT, 2017). Polonia zamieszkująca Chicago również preferuje motyw wyjazdów wypoczynkowych w krajowej i międzynarodowej turystyce (Ziółkowska-Weiss, 2015).



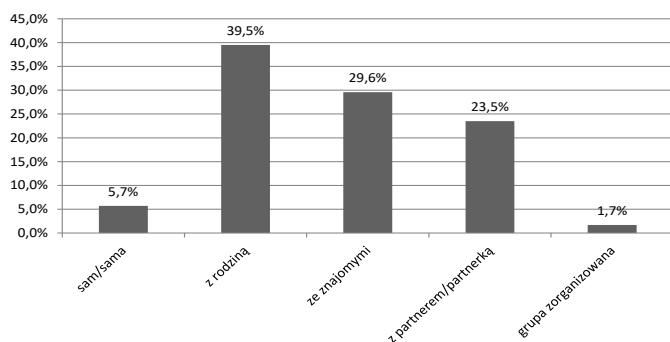
Rys. 5. Główny motyw wyjazdów turystycznych kibiców

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badane osoby wskazały, że najczęściej podczas podróży towarzyszy im rodzina (Rys. 6). Bardzo często respondenci podróżują również ze znajomymi, co potwierdza 29,6% kibiców. Również często kibice podróżują ze swoim partnerem/partnerką. Najrzadziej kibice korzystają z wyjazdów zorganizowanych np. przez zakłady



pracy. W badaniach mieszkańców Białegostoku najczęściej mieszkańcy jeżdżą ze znajomymi (Szpilko, Gierałtowska, Golubiewska, 2013). Najchętniej z rodziną wyjeżdżają osoby, które ukończyły 35 rok życia. W tej grupie wiekowej taką odpowiedź wskazało 57% respondentów. Najchętniej z partnerem lub z partnerką wyjeżdżają kibice, którzy są w przedziale wiekowym 25–34. Taką odpowiedź wskazało 33% badanych. Natomiast ze znajomymi najchętniej wyjeżdżają osoby poniżej 25 roku życia, taka odpowiedź została wskazana przez 33% ankietowanych. Ze znajomymi również najchętniej wyjeżdżają osoby mieszkające w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. 57% osób, które deklarują mieszkanie w mieście do 10 tys. mieszkańców wskazało rodzinę, jako najchętniej towarzyszą podczas wyjazdów turystycznych. Kobiety chętniej niż mężczyźni wyjeżdżają z rodziną. 40% kobiet wskazało, że jako towarzyszy wyjazdów wybiera rodzinę.

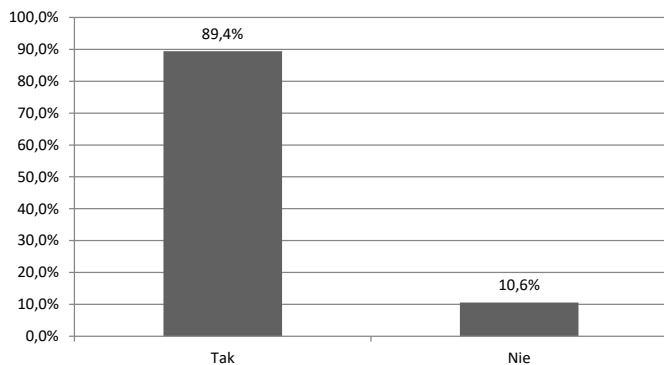


Rys. 6. Osoby towarzyszące kibicom podczas wyjazdów turystycznych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Kibice sportu żużlowego najchętniej organizują swoje podróże samodzielnie, co potwierdza zaznaczona odpowiedź w ankiecie w przypadku 90% badanych osób. Jedynie 5,5% badanych zazaczyła, że organizację wyjazdu turystycznego zleca biurowi podróży. Pozostałe odpowiedzi uzyskałyby bardzo niskie wyniki. Tak wysoki wskaźnik samodzielnej organizacji może być wyjaśniony tym, że pod pojęciem wyjazdów turystycznych rozumiana jest każda forma wypoczynku. Wcześniej omawiany wskaźnik odpowiedzi na pytanie o długość wyjazdów, gdzie najczęściej odpowiedzi wskazywało na wyjazdy weekendowe, można zinterpretować, że tak krótkie wyjazdy turystyczne nie są zlecane biuram podróży, lecz każdy sam organizuje swój wyjazd. Wśród Polonii Chicagowskiej również głównym sposobem organizowania wyjazdów turystycznych jest organizacja indywidualna. Odpowiedziało tak 64% badanych uczestników ankiety (Ziółkowska-Weiss, 2015). Najczęściej wybieranym środkiem transportu przez kibiców żużlowych podczas organizacji wyjazdu turystycznego jest samochód. Wskazało na niego aż 67% ankietowanych. Kolejnymi środkami transportu wybieranymi przez grupę badawczą były samolot i pociąg, które wskazano po 12% ankietowanych. Autobus, jako preferowany środek transportu wskazało 5% badanych. Niski wskaźnik wyboru autobusu jako środka transportu może sugerować słabą rozwiniętą sieć połączeń oraz drogie bilety. Jako, że większość kibiców podróżuje z kimś jeszcze podczas wyjazdów bardziej opłaca im się skorzystać z samochodu niż próbować skomunikować trasę autobusami. Wśród

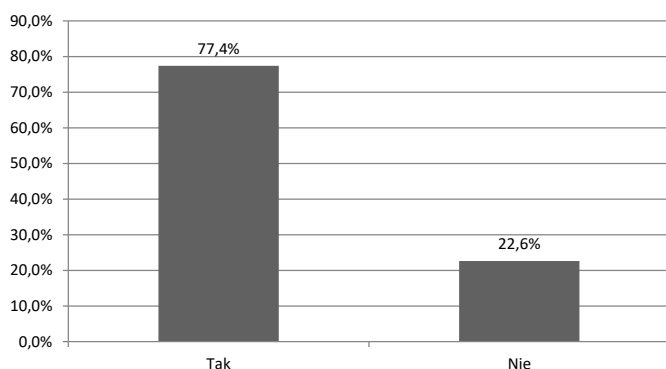
studentów UMK w Toruniu najczęściej wybieranym sposobem transportu był pociąg (Lubowiecki-Vikuk, Podgórski, 2013). Wiąże się to z obowiązującymi zniżkami dla studentów, które wynoszą aż 51% ceny biletu. Kibice żużlowi są bardzo przywiązani do sportu, któremu kibicują. Prawie 90% badanych starała się połączyć swój wyjazd turystyczny z możliwością oglądania zawodów żużlowych (Rys. 7). Bardzo często podczas rozmów z kibicami żużlowymi, jak i również kibicami innych dyscyplin spotkałem się z opinią, że jeśli jest możliwość zobaczenia zawodów sportowych to osoby takie zawsze próbują korzystać z takiej możliwości.



Rys. 7. Pytanie: Czy jeśli jest taka możliwość łączy Pan/Pani swój wyjazd z możliwością oglądania zawodów żużlowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Przywiązanie do barw klubowych czy do ukochanej dyscypliny potrafi również zmienić plany wyjazdowe kibiców. W kolejnym pytaniu autor artykułu zapytał ankietowanych czy podczas organizacji wyjazdu turystycznego kibic kieruje się miejscem, gdzie rozgrywane są zawody żużlowe. 58% ankietowanych na tak postawione pytanie odpowiedziało, że tak. Analizując preferowaną długość wyjazdów, można zauważyć, że kibice jadący na zawody żużlowe wyjeżdżają wcześniej i zostają na weekend w miejscu, gdzie takie zawody się odbywają. Tak postawiony wniosek miałby również potwierdzenie w wykorzystaniu samochodu, jako że większość zawodów odbywa się w niedzielę wieczorem, istnieje więc potrzeba szybkiego i komfortowego powrotu do domu. Wyżej opisane wnioski potwierdza również ostatnie pytanie zadane w ankiecie. Autor spytał czy, wybierając się na międzynarodowe imprezy żużlowe, kibic zwiedza obiekty turystyczne w mieście organizatorskim. Ponad 77% badanych zaznaczyło odpowiedź „tak” (Rys. 8). Analizując trzy ostatnie pytania i odpowiedzi kibiców, można dojść do wniosku, że kibice żużlowi wybierający się na zawody żużlowe mogą być zaliczani do fanoturystów. Fanoturystyka polega na wyjazdach turystycznych w miejsca, gdzie odbywają się zawody sportowe (Brumm, 2012). Termin zaproponował Mika poprzez połączenie dwóch wyrazów: „fan” (z ang. kibic) oraz „turystyka”. Zakwalifikował on fanoturystykę jako formę turystyki poznawczej (Mika, 2008). Fanoturysty nie tylko pełnią rolę kibiców podczas wyjazdów. Realizują oni również inne rodzaje turystyki, jednak głównym celem wyjazdów pozostaje udział w widowiskach sportowych (Brumm, 2012).



Rys. 8. Pytanie: Czy wybierając się na międzynarodowe imprezy żużlowe korzystając z okazji zwiedza Pan/Pani obiekty turystyczne w mieście organizatorskim?

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ankietowych.

## Wnioski

Preferencje są odzwierciedleniem gustów konsumentów, ich osobowości oraz upodobań (Szymańska, 2013). Wyniki uzyskane w powyższych badaniach wskazują, że kibice jeżdżący na zawody żużlowe nie tylko udają się na samą imprezę, ale również zwiedzają miasto organizatora. Dzięki takiemu stwierdzeniu można kibiców żużlowych zakwalifikować jako turystów sportowych. Określenie preferencji turystycznych kibiców pomoże miastom organizatorskim zawody żużlowe lepiej dostosować swoją ofertę do przyszłego klienta. Badania potwierdzają dużą mobilność ankietowanych osób oraz chęć zwiedzania nie tylko miejsc turystycznych w Polsce. Respondenci preferują wyjazdy turystyczne z rodziną lub ze znajomymi. Najchętniej z rodziną podróżują kobiety, jak i również osoby pochodzące z małych miast oraz kibice, którzy ukończyli 35 rok życia. Większość wyjazdów jest przez respondentów organizowana samodzielnie oraz badana grupa woli podróżować samochodem. Najczęściej wybierane są wyjazdy krótkoterminowe w celu wypoczynku. Na dłuższe wyjazdy decydują się głównie kibice, którzy ukończyli 35 rok życia, jak również mieszkańcy dużych metropolii. Badana grupa to głównie osoby pracujące przed 35 rokiem życia. Przeprowadzone badania są wstępem do prowadzenia dalszych badań na temat preferencji turystycznych kibiców. W wielu odpowiedziach widać zachowania podobne do konsumentów innych grup, może się okazać, że warto przeprowadzić kompleksowe badania kibiców sportowych pod kątem ich preferencji turystycznych. Autor ma nadzieję, że zaprezentowane wyniki badań, choć częściowo wypełnią lukę w tej niewypełnionej niszy badawczej.

## Podziękowania

Chciałbym bardzo serdecznie podziękować Redaktorowi Naczelnemu portalu Pokredzie.pl Panu Jackowi Horbaczewskiemu oraz całemu zespołowi za wsparcie oraz pomoc w udostępnieniu ankiety wśród kibiców. Gorące podziękowania kieruję

również w stronę klubu KSM Krosno za udostępnienie ankiety na swoim klubowym fanpage oraz dziękuję wszystkim kibicom oraz znajomym za czas poświęcony na wypełnienie ankiet.

## Literatura / References

- Brumm, K. (2012). *Fanoturystyka – kibice sportowi w pozytywnym świetle*. Poznań: Wydawnictwo K&A K. M. A. Karasiak.
- Gałęzewski, M. (2017, 13 września). Frekwencja na stadionach żużlowych: imponujący finał 2.LŻ, 13 tysięcy kibiców na Falubazie. *Sportowefakty.pl*. Pozyskano z <https://sportowefakty.wp.pl/zuzel/710318/frekwencja-na-stadionach-zuzlowych-imponujacy-final-2-lz-13-tysiecy-kibicow-na-f/3>
- Gałęzewski, M. (2018, 14 maj). Frekwencja na stadionach piłkarskich: Rekord w meczu Legii, perspektywa pucharów nie kusi w Płocku. *Sportowefakty.pl*. Pozyskano z <https://sportowefakty.wp.pl/pilka-nozna/754468/frekwencja-na-stadionach-pilkarskich-rekord-w-meczu-legii-perspektywa-pucharow-n>
- Kreps, D. (1990). *A Course in Microeconomic Theory*. New Jersey: Princeton University Press.
- Kruczek, Z. (2016). Głos w Dyskusji – Turystyka sportowa, W: Z. Kruczek (red.), *Turyzm*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 100–101
- Lubowiecki-Vikuk, A. Podgórski, Z. (2013). Zachowania i preferencje turystyczne młodzieży akademickiej. W: R. Pawlusiński (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 149–158.
- Mika, M. (2008). W: Kurek W. (red.), *Turystyka*. Warszawa: PWN.
- Ministerstwo Sportu i Turystyki, (2017). Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2016 roku. *msit.gov.pl*. Pozyskano z <https://www.msit.gov.pl/pl/turystyka/aktualnosci/7403,Charakterystyka-podrozy-mieszkanow-Polski-w-2016-r.html>
- Szpilko, D., Gierałtowska, M., Golubiewska, P. (2013). Preferencje turystyczne mieszkańców Białegostoku. W: Ejdyś, J. (red.), *Ekonomia i Zarządzanie*. Białystok: Wydział Zarządzania Politechniki Białostockiej, tom 5 numer 1, 101–114.
- Szymańska, A. (2013). Podejście kompozycyjne i dekompozycyjne w pomiarze wyrażonych preferencji konsumentów. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 239–252.
- Weed, M.E., Bull C.J., (2004). *Sport tourism: Participant, policy and provider*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Ziółkowska-Weiss, K. (2018). *Aktywność i destynacje turystyczne Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

**Notka biograficzna o autorze:** Piotr Kondraciuk, mgr, doktorant, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytutu Geografii, Zakładu Dydaktyki Geografii. Absolwent Wydziału Geograficzno-Biologicznego Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie na kierunku geografia z wiedzą o społeczeństwie (2016) . Zainteresowania badawcze: turystyka, fanoturystyka, geografia społeczno-ekonomiczna, szkolnictwo.

**Biographical note of author:** Piotr Kondraciuk, M.Sc, Ph.D. candidate, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Geography Didactics. Graduated from the Faculty of Geography and Biology of the Pedagogical University of Cracow in Geography with Civics (2016). Research interests: tourism, fanturism, socio-economic geography, education.

**adres/address:**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Instytut Geografii, Zakład Dydaktyki Geografii

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska,

**e-mail:** piotr.kondraciuk@up.krakow.pl