

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica 11(2017)

ISSN 2084-5456

DOI 10.24917/20845456.11.13

**Kamila Ziółkowska-Weiss**

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska

## Wybrane wskaźniki organizacji turystyki wpływające na aktywność turystyczną Polonii mieszkającej w Metropolii Chicago

### Streszczenie

Głównym celem artykułu jest ukazanie czynników, które wpływają na aktywność turystyczną. W artykule omówiono własny model aktywności i destynacji turystycznej dla ogółu amerykańskiej populacji z uwzględnieniem czynników zewnętrznych oraz wewnętrznych. Autorka przedstawiła wyniki badań empirycznych, które przeprowadziła na 1014 osobach (z podziałem na 7 podgrup wiekowych). Przeanalizowano najważniejsze czynniki oraz inhibitory (bariery) decydujące o aktywności turystycznej oraz wyborze destynacji turystycznej przez Polonię zamieszkującą Chicago. Omówiono wybrane wskaźniki organizacji turystyki i takie aspekty, jak zagospodarowanie turystyczne oraz dobre warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych, które to decydują o aktywności turystycznej i wyborze destynacji wśród ankietowanej grupy badawczej.

### Selected indicators of tourism organization affecting the tourist activity of the Polish diaspora living in the Chicago Metropolis

#### Abstract

The main objective of the article is to discuss the determinants of tourist activity. The own model of tourism activity and destination for the whole American population, including the external and internal factors will be described in the article. The results of the empirical research conducted in the group of 1014 people, divided into 7 age subgroups will be presented. The most important factors and inhibitors (barriers) determining tourist activity and the choice of tourist destination by the Chicago Poles will be analyzed. The selected indicators of tourism organization will be depicted and it will be shown whether the aspects, such as tourist development and the conditions for practising various sports disciplines determine the tourist activity and the choice of destination among the conducted research group.

**Słowa kluczowe:** aktywność turystyczne; Chicago; Polonia; organizacja turystyki

**Keywords:** tourist activity; Chicago; Polish people; tourism organization

#### Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Ziółkowska-Weiss, K. (2017). Wybrane wskaźniki organizacji turystyki wpływające na aktywność turystyczną Polonii mieszkającej w Metropolii Chicago. *Studia Geographica*, 11, 197–208.

## Wprowadzenie

Turystyka kojarzy się nierozdzielnie z podróżami, sportem, rekreacją, poznawaniem czegoś nowego. To, co dla jednych jest formą wypoczynku, dla innych stanowi źródło utrzymania. Te wzajemne relacje zapoczątkowały powstanie odrębnego działu gospodarki obejmującego obsługę turystów, a w szczególności zapewnienie im noclegów, środków lokomocji, wyżywienia, przewodników, pamiątek z wycieczek, przygotowania szlaków turystycznych, sprzętu sportowego, programu kulturalnego, udostępnienie obiektów do zwiedzania i inne. Turystyka podlega ciągłej ewolucji, głównym motorem tych zmian są wymagania turystów. Ze względu na swoją złożoność i zasięg nie sposób nie zauważyć, że oddziałuje ona tak na środowisko społeczne, jak i przyrodnicze. Turystyka jest niezbędną częścią składową rynku światowego. Występuje na drugim miejscu w ekonomice światowej po przemyśle elektronicznym i komputerowym, wyprzedzając takie dziedziny, jak przemysł petrochemiczny i przemysł samochodowy. Przemysł turystyczny zajmuje ważne miejsce w gospodarce krajów. Według oceny specjalistów w wielu państwach działalność turystyczno-rekreacyjna dostarcza do 50% wszystkich wpływów do budżetu. Zróżnicowanie kulturowe Stanów Zjednoczonych, duża powierzchnia tego kraju, ogromna liczba mieszkańców, różnorodne walory turystyczne, liczne obiekty przyrodnicze, historyczne, antropogeniczne, doskonałe drogi, dobra reklama, rozbudowana baza noclegowa oraz wiele innych czynników determinują rozwój turystyki w USA. Wielkość obszarów nadających się do uprawiania turystyki w całych Stanach Zjednoczonych wynosi 2,2 ha na jednego mieszkańca, co w porównaniu z sytuacją w Polsce – 0,34 ha – jest wielkością bardzo dużą (Cook i inni, 2001). Głównym celem artykułu jest omówienie wybranych wskaźników organizacji turystyki i ukazanie, czy takie aspekty, jak zagospodarowanie turystyczne oraz dobre warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych, decydują o aktywności turystycznej i wyborze destynacji wśród chicagowskiej Polonii.

## Przebieg badań, metody oraz zakres czasowy i przestrzenny badań empirycznych

Obszarem prowadzonych badań była Wielka Metropolia Chicagowska, w której jest najliczniejsze skupisko Polonii. Obszarem badań empirycznych objęto sześć hrabstw wchodzących w skład Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Były to następujące hrabstwa: Cook, DuPage, Kane, Lake, McHenry, Will oraz samo miasto Chicago, które leży w hrabstwie Cook. Okres czasowy prowadzonych badań obejmował lata 2013 oraz 2014. Badania właściwe w USA prowadzone były w dwóch etapach. Etap pierwszy badań terenowych odbył się w dniach od 6 do 18 lutego 2014 roku, natomiast etap drugi od 16 do 29 października 2014 roku. Autorka zastosowała zarówno badania jakościowe, jak i ilościowe.

Badania ilościowe są to głównie sondaże kwestionariuszowe, przeprowadzone wśród dużej grupy badanych. Pozwalają uzyskać odpowiedź na pytanie „ile?”, np. ile osób wyjeżdża na urlop w ciągu roku? Odpowiedni dobór próby badawczej pozwala na przebadanie takiej liczby osób, aby wyniki były reprezentatywne dla całej

zbiorowości. Badania ilościowe pozwalają ustalić, jak często w danej populacji występuje określone zjawisko. Do badań ilościowych, które autorka zastosowała w swojej pracy, należą: metoda sondażu diagnostycznego w postaci badań ankietowych. Ankieta to technika posługująca się narzędziem zwanym kwestionariuszem ankiety. Jest pisemną formą wywiadu wybranej grupy osób (Zaczyński, 1988). Kwestionariusz ankietowy można stosować jednorazowo, wysyłając go do badanych osób w celu uzyskania od nich pisemnych odpowiedzi na pytania.

Podstawową bazę empiryczną stanowiły wyniki badań przeprowadzonych wśród Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Część empiryczna badań miała formę sondażu diagnostycznego, przeprowadzonego metodą reprezentacyjną. Badania właściwe objęły w sumie 1468 respondentów, z czego do analizy wykorzystano 1014 kwestionariuszy ankietowych, w tym ankietę internetową online 347, tzw. CASI w języku polskim i angielskim. CASI to ankietę internetową, którą badana osoba wypełnia indywidualnie, korzystając z komputera. Respondent samodzielnie odczytuje treść pytań oraz udziela na nie odpowiedzi (Flick, 2012). Aby badana grupa była reprezentatywna, posłużono się danymi Census Bureau z 2013 roku oraz The Yearbook of Immigration Statistic z 2013 roku, dzięki którym obliczono strukturę płci i wieku osób w poszczególnych grupach wiekowych w stosunku do całej populacji Polonii zamieszkującej Wielką Metropolię Chicagowską. Badania ankietowe prowadzone były wśród respondentów od 15 roku życia do 60 i więcej. Grupa badawcza podzielona była na 7 podgrup ze względu na wiek. Pierwszą grupę stanowiły osoby w wieku 15–19 lat, drugą w wieku 20–24, trzecią 25–29, czwartą 30–39, piątą 40–49, szóstą 50–59 oraz siódmą 60 i więcej.

**Tab. 1.** Struktura wieku i płci respondentów

Lp.	Grupa wiekowa	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		osób	%	osób	%	osób	%
1.	0–4	45	3,46	47	3,62	92	7,08
2.	5–9	47	3,62	51	3,92	98	7,54
3.	10–14	47	3,62	49	3,77	96	7,38
4.	15–19	45	3,46	48	3,69	93	7,15
5.	20–24	43	3,31	45	3,46	88	6,77
6.	25–29	46	3,54	47	3,62	93	7,15
7.	30–39	100	7,69	101	7,77	201	15,46
8.	40–49	98	7,54	95	7,31	193	14,85
9.	50–60	72	5,54	68	5,23	140	10,77
10.	Powyżej 60	120	9,23	86	6,62	206	15,85
Razem:		663	51,00	637	49,00	1300	100,00

Źródło: opracowanie autorki

## Czynniki warunkujące aktywność i destynacje turystyczne

Autorka na potrzeby badań skonstruowała swój własny model uwarunkowań aktywności oraz destynacji turystycznej. Uwarunkowania te podzieliła na zewnętrzne i wewnętrzne. Znając specyfikę Polonii, mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, uwzględniła szereg czynników, które wzajemnie na siebie oddziałują oraz wpływają na aktywność oraz destynację turystyczną Polonii chicagowskiej. W uwarunkowaniach wewnętrznych wyróżniła czynniki demograficzne, społeczne, kulturowe oraz ekonomiczne, które zostały szeroko opisane w oddzielnym artykule, który ukazał się w czasopiśmie *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31 (3) wydanego w 2017 roku (Ziółkowska-Weiss, 2017). W uwarunkowaniach zewnętrznych wyróżniła natomiast czynniki prawne, polityczne, geograficzne oraz organizację turystyki. Zdaniem autorki wszystkie te czynniki mają wpływ zarówno na aktywność, jak i wybieraną przez Polonię chicagowską destynację turystyczną.

Autorka, charakteryzując czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, wzięła pod uwagę wiele wskaźników, które dokładnie zbadała, i określiła, w jakim stopniu mają one wpływ na aktywność i wybór destynacji turystycznej Polonii chicagowskiej. W tabeli 2 zestawiono wskaźniki przypisane do odpowiedniego czynnika. Autorka do czynników demograficznych zaliczyła płeć, wiek oraz wielkość gospodarstwa domowego. Wśród czynników społecznych sytuację rodzinną, wzorce rodzinne, przynależność do organizacji oraz indywidualną chęć wyjazdu (poznawanie nowych miejsc, chęć poszerzenia wiedzy o danym miejscu). W czynnikach kulturowych uwzględniła poczucie tożsamości narodowej, uwarunkowania religijne oraz modę, która panuje na dany kierunek turystyczny. W czynnikach ekonomicznych badane były natomiast: poziom dochodów, wydatki na podróże, ocena własnej sytuacji materialnej i zawodowej oraz czy cena, koszt wyjazdu jest ważnym wskaźnikiem regulującym aktywność i wybór destynacji turystycznej.

Wśród czynników politycznych i prawnych uwzględniono następujące wskaźniki: status pobytowy, przywilej urlopowy, święta narodowe generujące dzień wolny od pracy oraz poczucie bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku. W czynnikach geograficznych: lokalizacja miejsca wypoczynku (klimat, pogoda, egzotyka miejsca), dostępność komunikacyjna, czas dojazdu do miejsca docelowego, walory turystyczne (nieskażona przyroda, cisza, spokój) oraz miejsce zamieszkania respondentów. Ostatnim z czynników, który autorka wyróżniła w uwarunkowaniach zewnętrznych, była organizacja turystyki. W ramach tego czynnika zbadała ofertę biur podróży działających w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, atrakcje turystyczne regionu, warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportów oraz jego zagospodarowanie turystyczne. Jeden ze wskaźników organizacji turystyki, jakim są biura podróży, został opisany przez autorkę w oddzielnym artykule *Znaczenie działalności polskich biur podróży w Chicago*, który ukazał się w czasopiśmie „*Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*”, 10 (Ziółkowska-Weiss, 2016).

Analizując czynniki wpływające na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej przez Polonię chicagowską, autorka zbadała również, czy istnieją jakieś inhibitory (bariery), które są czynnikiem hamującym proces tworzenia się i podejmowania aktywności turystycznej, który w konsekwencji wpływa na wybór

destynacji turystycznej. Autorka w czynnikach społecznych wyróżniła trzy inhibitory: brak wolnego czasu, brak tradycji rodzinnej oraz sytuację rodzinną. W czynnikach ekonomicznych główną barierą hamującą aktywność turystyczną oraz wybór destynacji jest bariera finansowa, o którą autorka zapytała respondentów. W czynnikach politycznych i prawnych barierą może być praca zawodowa, a w organizacji turystyki brak potrzebnego sprzętu.

Tab. 2. Czynniki uwarunkowań aktywności turystycznych

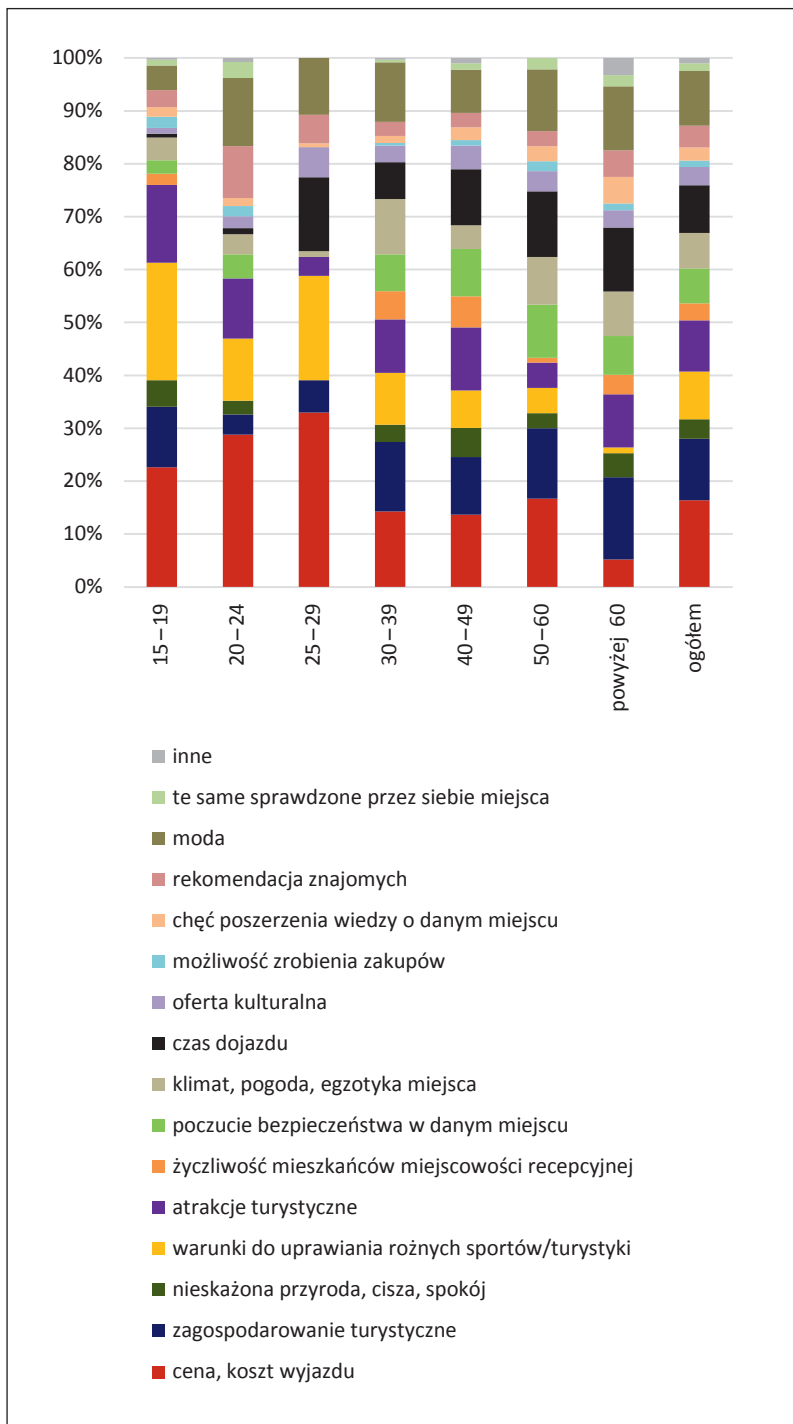
Czynnik wewnętrzny	Wskaźnik/Cecha	Czynnik zewnętrzny	Wskaźnik/Cecha
<b>Czynniki demograficzne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– płeć</li> <li>– wiek</li> <li>– wielkość gospodarstwa domowego</li> </ul>	<b>Czynniki polityczne i prawne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– status pobytowy</li> <li>– przywilej urlopowy</li> <li>– święta narodowe generujące dzień wolny od pracy</li> <li>– poczucie bezpieczeństwa w danym miejscu</li> <li>– bariera jaką jest praca zawodowa</li> </ul>
<b>Czynniki społeczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sytuacja rodzinna</li> <li>– wzorce rodzinne</li> <li>– brak tradycji rodzinnej</li> <li>– przynależność do organizacji</li> <li>– indywidualna chęć wyjazdu / poznawanie nowych miejsc</li> <li>– brak wolnego czasu</li> </ul>	<b>Czynniki geograficzne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– lokalizacja (klimat, pogoda, egzotyka miejsca)</li> <li>– dostępność komunikacyjna</li> <li>– czas dojazdu</li> <li>– walory turystyczne</li> <li>– (nieskażona przyroda, cisza, spokój)</li> <li>– miejsce zamieszkania badanych</li> </ul>
<b>Czynniki kulturowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– poczucie tożsamości narodowej</li> <li>– uwarunkowania religijne</li> <li>– moda</li> </ul>	<b>Organizacja turystyki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– oferta biur podróży</li> <li>– atrakcje turystyczne</li> <li>– zagospodarowanie turystyczne</li> <li>– warunki do uprawiania różnych sportów</li> <li>– brak potrzebnego sprzętu turystyczno-sportowego</li> </ul>
<b>Czynniki ekonomiczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– poziom dochodów</li> <li>– wydatki na podróże</li> <li>– ocena własnej sytuacji materialnej</li> <li>– sytuacja zawodowa</li> <li>– ocena sytuacji zawodowej</li> <li>– cena, koszt wyjazd</li> <li>– bariera finansowa</li> </ul>		

Źródło: opracowanie autorki

Omawiając uwarunkowania aktywności turystycznej Polonii chicagowskiej i opisując poszczególne cechy, które na nie wpływają, autorka przedstawiła ich ogólną charakterystykę dla wszystkich grup wiekowych łącznie.

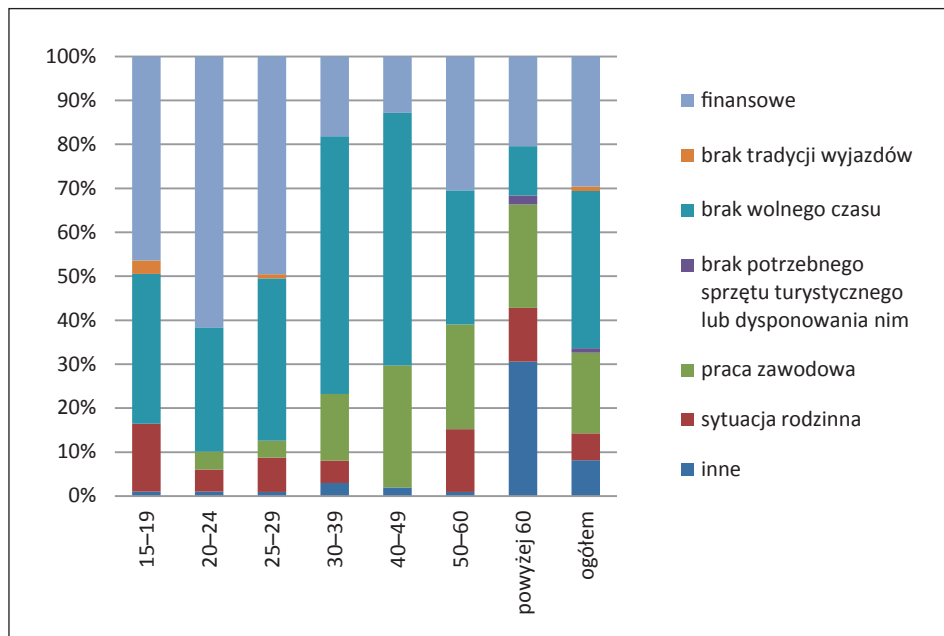
Badając cechy wpływające na aktywność turystyczną chicagowskiej Polonii, poproszono respondentów o wybranie z puli różnych czynników trzech ich zdaniem najważniejszych (autorka używa w tym miejscu słowa czynnik, jako synonim cechy, gdyż w kwestionariuszu ankietowym, autorka użyła dla przejrzystości i lepszego zrozumienia przez ankietowanych słowa czynnik a nie cecha). Każda z ankietowanych osób zaznaczyła po trzy, według niej najistotniejsze czynniki, które decydują o aktywności turystycznej respondentów. Po otrzymaniu wyników, poszczególnym czynnikom przyporządkowano rangi. Pierwsze miejsca we wszystkich sześciu grupach wiekowych zajęła: „cena, koszt wyjazdu”. W sumie na 1014 ankietowanych padło aż 48,2% takich odpowiedzi. Na drugim miejscu znalazło się zagospodarowanie turystyczne, na które wskazało 34,8% respondentów. Trzecim najistotniejszym czynnikiem wpływającym na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej jest moda (31,2%). Na kolejnych miejscach odpowiednio znalazły się: atrakcje turystyczne w danym miejscu (28,9%), czas dojazdu (27%), warunki do uprawiania różnych sportów (turystyka aktywna, np. narciarstwo, pływanie, żegluga, Birds, Whale and Dolphin Watching) – 26,8%, klimat pogoda panująca na wybranym przez respondentów obszarze recepcji turystycznej (20,1%), poczucie bezpieczeństwa w danym miejscu (19,7%), rekomendacja znajomych miejsca wypoczynku (12,3%), walory turystyczne (nieskażona przyroda, cisza, spokój) – 10,8%. Na kolejnych miejscach według ankietowanych znalazły się oferta kulturalna w danym miejscu (10,5%), życzliwość mieszkańców danego regionu (9,8%), chęć poszerzenia wiedzy o wybranym na wypoczynek miejscu (7,5%). 4,2% ankietowanych odpowiedziało, że co roku wybierają to samo miejsce wypoczynku. Najmniej osób udzieliło odpowiedzi, że możliwość zrobienia zakupów (3,6%) jest według nich jednym z trzech czynników, który decyduje o ich aktywności turystycznej oraz wyborze przez nich destynacji turystycznej. Autorka w tym miejscu nie charakteryzuje odpowiedzi w poszczególnych grupach wiekowych. Dokładnej analizy wskaźników decydujących o aktywności turystycznej oraz wyborze destynacji turystycznej dokonano przy opisie poszczególnych czynników. Rozkład odpowiedzi na to pytanie przedstawia rycina 1.

Istnieje również szereg barier utrudniających uprawianie turystyki lub nawet uniemożliwiających ją badanym osobom. W niniejszej pracy posłużono się terminem „inhibitor aktywności turystycznej”, który jest rozumiany jako czynnik hamujący proces tworzenia się i podejmowania aktywności turystycznej, wstrzymując w danej chwili wyjazd (nie wyklucza jednak podjęcia tego typu aktywności w przyszłości). Problematyka inhibitorów aktywności turystycznej jest rzadko poruszana w literaturze przedmiotu (Haukeland, 1990). Wśród rodzimych badaczy duży wkład w tym zakresie wnoszą do nauki prace Wiesława Alejsiaka (2007, 2009, 2011). Istnieją też opracowania poruszające kwestie ograniczeń aktywności rekreacyjnej i w ogóle wartościowego wykorzystania czasu wolnego, np. Mieczysław Bytniewski, Elżbieta Huk-Wieliczuk (2005). Badane osoby miały do wyboru jeden czynnik (ich zdaniem najważniejszy) spośród siedmiu, który hamuje i uniemożliwia im podjęcie aktywności turystycznej. Największą barierą w opinii badanych, bez względu na wiek jest brak wolnego czasu (37,6%). Drugą przeszkodą, biorąc pod uwagę liczbę oddanych głosów, jest bariera finansowa (31,4%), a trzecią praca zawodowa (17,4%). Brak tradycji wyjazdów (0,5%) oraz brak potrzebnego sprzętu turystycznego lub dysponowania nim (0,6%) wskazał znikomy odsetek badanych.



**Ryc. 1.** Czynniki decydujące o aktywności turystycznej chicagowskiej Polonii

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie przeprowadzonych badań



Ryc. 2. Inhibitory aktywności turystycznej (%)

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie przeprowadzonych badań

## Wybrane wskaźniki organizacji turystyki mające wpływ na aktywność oraz wybór destynacji turystycznej chicagowskiej Polonii

Ważnym czynnikiem, który autorka pragnie przedstawić w tym miejscu, jest ocena przez respondentów atrakcyjności turystycznej regionu, do którego podróżują, oraz sprawdzenie czy jest to wskaźnik często wybierany przez nich, który według nich wpływa na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej. Istotny wpływ na wzrost liczby podróżnych ma zagospodarowanie turystyczne i związany z nim rozwój usług turystycznych. „Infrastruktura turystyczna jest jednym z podstawowych elementów atrakcyjności turystycznej obszarów recepcji turystycznej” (Kurek, 2008, s. 83). Dla turystów, udających się w podróż, duże znaczenie mają m.in. dostępność komunikacyjna, rozwinięta sieć bazy noclegowej, nowoczesne ośrodki wypoczynkowe oraz atrakcje turystyczne. Uważa się, że jeśli jakiś region, kraj czy miejscowość ma być atrakcyjna turystycznie powinna posiadać element przyciągający turystów, np. czyste powietrze, góry, lasy, klimat, malownicze rzeki, potoki, dziewiczą faunę i florę, piękne krajobrazy, morza, jeziora, wyspy, zabytki oraz różne niespotykane w innych miejscach atrakcje. Jedną z kluczowych cech turystyki jest różnorodność atrakcji, miejsc i cech poszczególnych przedsiębiorstw czy łańcucha usług turystycznych. Biorąc pod uwagę tę różnorodność, analizując atrakcje turystyczne – za Swarbrooke (1995) – można je pogrupować w następujący sposób:

- cechy środowiska naturalnego;
- obiekty antropogeniczne (budynki, miejsca), które zostały stworzone do celów innych aniżeli przyciąganie turystów. Mowa np. o obiektach kultu religijnego,

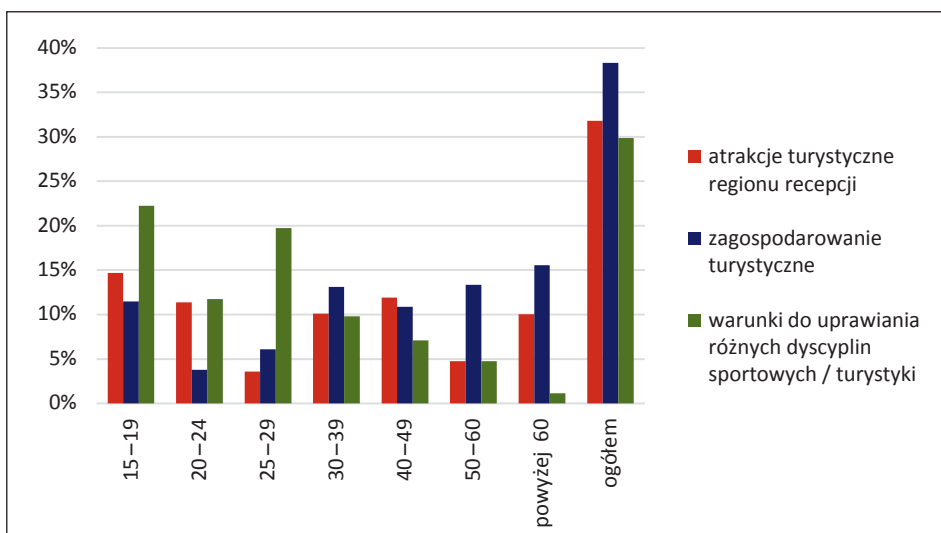


fortyfikacyjnych i innych, które obecnie przyciągają znaczną liczbę odwiedzających, uznających te miejsca za atrakcję turystyczną;

- obiekty antropogeniczne (budynki, miejsca), które zostały specjalnie zaprojektowane, aby przyciągnąć odwiedzających i spełniać ich oczekiwania. Mowa np. o parkach rozrywki;
- wydarzenia i eventy.

Atrakcyjność turystyczna to cecha miejsca, miejscowości, regionu lub obszaru wynikająca z zespołu cech przyrodniczych lub pozaprzyrodniczych, które stanowią element przyciągający turystów (Warszyńska, 1999; Kruczek, Sacha, 1995; Lijewski i inni, 2008; Kurek, 2008). Dodać należy, że pojęcie to może mieć charakter uniwersalny lub względny. O uniwersalnym charakterze atrakcyjności turystycznej mówi się wtedy, kiedy właściwości przyrodnicze, antropogeniczne oraz wyposażenie danego obszaru w infrastrukturę turystyczną są powszechnie pożądane przez turystów. Atrakcyjność turystyczna może mieć również znaczenie względne, z uwagi na różne warunki psychofizyczne odwiedzających turystów. Może być zatem tak, że dla jednych osób wybrana cecha danego obszaru lub obiektu może być uznana za interesującą, a dla innych pozostawać obojętna. Atrakcyjność turystyczna, analizowana w artykule, została określona na podstawie subiektywnej oceny chicagowskiej Polonii biorącej udział w badaniu. Rycina 3 przedstawia odpowiedzi na to pytanie w poszczególnych grupach wiekowych.

Atrakcje turystyczne regionu recepcji znalazły się na czwartym miejscu najczęściej wymienianych wskaźników wśród respondentów. Tak odpowiedziało 28,9% ankietowanych. Atrakcje turystyczne mają największe znaczenie dla osób w wieku 15–19 lat (14,7%) oraz 11,9% dla osób w przedziale wiekowym 40–49 lat. Nieliczna grupa osób w przedziale wiekowym 50–60 lat (4,8%) oraz 25–29 lat (3,6%) zaznaczyła tę odpowiedź.



**Ryc. 3.** Atrakcje turystyczne regionu recepcji, zagospodarowanie turystyczne oraz warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych / turystyki

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie przeprowadzonych badań

Zagospodarowanie turystyczne to cała infrastruktura związana z obsługą ruchu turystycznego. Można tu wymienić: hotele, domy wczasowe, pola biwakowe, campingi, pensjonaty, zakłady uzdrowiskowo-rehabilitacyjne, punkty informacji turystycznej, ścieżki rowerowe, oznakowane szlaki piesze, przystanie, bary, restauracje, sklepy, wypożyczalnie sprzętu turystycznego, jak również wyspecjalizowane usługi podczas wypoczynku np. nauka wspinaczki skałkowej, pływania, żeglownia, nurkowania czy szkoła przetrwania. Zagospodarowanie turystyczne, zdaniem chicagowskiej Polonii, jest szczególnie istotne. Wśród wskaźników decydujących o aktywności turystycznej oraz o wyborze destynacji zagospodarowanie turystyczne znalazło się na drugim miejscu najczęściej wymienianych aspektów. Uważa tak 34,8% badanych. Zagospodarowanie turystyczne jest szczególnie ważne dla osób powyżej 60 roku życia (15,5%), w przedziale wiekowym 50–60 lat (13,3%) oraz 30–39 lat (13,1%). Jedynie dla osób w wieku 20–24 lat nie odgrywa większego znaczenia (3,8%). Odpowiedzi na to pytanie przedstawia rycina 3.

Dobre zagospodarowanie turystyczne obszaru recepcji wpływa na możliwość uprawiania różnych dyscyplin sportowych. Jak pokazują badania dla 27,1% badanych jest to jeden z trzech czynników, który biorą pod uwagę przy planowaniu wyjazdu. Wskaźnik ten jest szczególnie istotny dla osób w wieku 15–19 lat, czyli bardzo aktywnych ruchowo (22,2%) oraz dla osób w wieku 25–29 lat (19,7%). Z wiekiem znaczenie tego wskaźnika maleje. W grupie wiekowej powyżej 60 lat tylko 7 osób (1,1%), a grupie wiekowej 50–60 lat tylko 20 osób (4,8%) wskazało, że warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych są nadrzędnym wskaźnikiem. Wyniki przedstawia na tę odpowiedź przedstawia rycina 3.

Charakteryzując organizację turystyki, autorka wymieniła w niej jeden z inhibitorów, który ściśle jest związany ze wskaźnikiem, który przy wyborze miejsca docelowego według ankietowanych ma znaczenie, a mianowicie warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych. Aby móc uprawiać wszelakie sporty, niejednokrotnie potrzebny do tego jest drogi, wyspecjalizowany sprzęt turystyczno-sportowy. Dlatego też jednym z inhibitorów, który do wyboru w odpowiedziach mieli respondenci, był brak potrzebnego sprzętu turystyczno-sportowego. Okazuje się, że była to jedna z najrzadziej wybieranych odpowiedzi (0,6%) i pojawiła się tylko w dwóch przypadkach wśród osób w przedziale wiekowym powyżej 60 osób (2,9%).

## Podsumowanie

Problematyka aktywności turystycznej zajmuje ważne miejsce wśród badań prowadzonych przez przedstawicieli różnych dyscyplin nauki. Jej celem jest poznanie praw i mechanizmów rządzących rynkiem turystycznym. Turystyka nie istnieje bez człowieka, bo to on świadomie sygnalizuje potrzeby związane z zagospodarowaniem czasu wolnego, których skutkiem jest podejmowanie w przestrzeni aktywności turystycznej. To dla niego powstał potężny przemysł turystyczny, który stara się zaspokajać jego potrzeby i oczekiwania. Wszystko to sprawia, że badania wzorów wypoczynku mieszkańców USA i Polonii tam mieszkającej oraz ich aktywności turystycznej mają duże znaczenie nie tylko dla teoretyków, lecz również dla ludzi, którzy na co dzień zajmują się organizacją turystyki.

Analizując wybrane wskaźniki organizacji turystyki, takie jak atrakcje terenu, na obszarze którego respondenci wypoczywają, zagospodarowanie turystyczne oraz dobre warunki do uprawiania różnych dyscyplin sportowych, wyraźnie widać, że są to ważne aspekty decydujące o aktywności oraz wyborze destynacji wśród chicagowskiej Polonii.

Szczególnie wysoko w rankingu znalazło się zagospodarowanie turystyczne. Odnotowało wśród respondentów drugie miejsce jako najczęściej wymieniany aspekt wpływający na aktywność oraz wybór destynacji. Tak uważa 34,8% badanych. Czynniki te są szczególnie zauważalne u respondentów powyżej 60 roku życia oraz w przedziale wiekowym 50–60 lat. Wysoko w odpowiedziach znalazły się także atrakcje turystyczne regionu recepcji, zwłaszcza dla respondentów w wieku 15–19 lat oraz 40–49 lat. Jak pokazały badania, brak posiadania potrzebnego sprzętu turystyczno-sportowego, nie jest barierą uniemożliwiającą uprawianie turystyki i nie wpływa z dużej mierze na aktywność turystyczną badanej grupy społecznej.

## Literatura/References

- Alejziak, W. (2007). Inhibitory aktywności turystycznej. Teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych, *Folia Turistica*, 18, Kraków: AWF, 59–89.
- Alejziak, W. (2009). *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*. Kraków: Wydawnictwo AWF.
- Alejziak, W. (2011). Aktywność turystyczna: Międzynarodowe i krajowe zróżnicowanie oraz kwestia wykluczenia społecznego, *Turyzm*, 21(1–2), 7–16.
- Cook, S., Perry, T., Ward, G. (2001) *USA część zachodnia, praktyczny przewodnik*. Bielsko-Biała: Wydawnictwo Pascal.
- Bytniewski, M., Huk-Wieliczuk, E. (2005). Bariery uczestnictwa studentów turystyki i rekreacji w wykorzystaniu czasu wolnego. W: J. Ożdżański (red.), *Rekreacja, turystyka, kultura: w zagospodarowaniu czasu wolnego*, Gdańsk: Wydawnictwo AWFIS, 247–253.
- Haukeland, J.V. (1990). *Non travellers: The flip side of motivation*, *Annals of Tourism Research*, 17(2). 172–184
- Kurek, W. (2008). *Historia turystyki*. W: W. Kurek (red.). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kruczek, Z., Sacha, S. (1995). *Geografia atrakcji turystycznych Polski*. Kraków: Wydawnictwo Ostoja.
- Lijewski, T., Mikułowski, B., Wyrzykowski J. (2008). *Geografia turystyki Polski*. Warszawa: PWE.
- Sojka, E., 2003: *Statystyka w przykładach i zadaniach*. Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych w Tychach – podręcznik akademicki. Wydawnictwo: Śląskie Wydawnictwo Naukowe. Społecznych w Tychach – podręcznik akademicki. Wydawnictwo Śląskie Wydawnictwo Naukowe, Tychy.
- Swarbrooke, J. (1995). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Warszyńska, J. (1999). Główne problemy badawcze geografii turystyki, *Turyzm*, 9(1), 38.
- Zaczyński, W. (1988). *Metodologiczna tożsamość dydaktyki*. Warszawa: Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.

- Ziółkowska-Weiss, K. (2016). Znaczenie działalności polskich biur podróży w Chicago, *Studia Geographica*, 10, 85–101.
- Ziółkowska-Weiss K., (2017). Czynniki ekonomiczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 32–49.

## Raporty

2013 Yearbook of Immigration Statistic.  
Census 2013 Summary File 4(SF4) – Sample Data PCT1, Ancestry-Polish, U.S. Census Bureau

**Notka biograficzna o autorze:** dr, absolwentka kulturoznawstwa z historią sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. Doktor nauk o Ziemi, adiunkt w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Czynnny pilot wycieczek. Autorka kilkadziesiątu publikacji naukowych. Główne zainteresowania naukowe to turystyka kulturowa, mniejszości narodowe i grupy etniczne w Małopolsce oraz Polonia w USA.

**Biographical note of author:** Information about author: PhD. Graduate of Culture studies at the Jagiellonian University and of Geography on the Pedagogical University in Cracow. She has graduated from postgraduate studies in international tourism management at the Cracow University of Economics. Since 2012 she has been a research worker, acting as an assistant in the department of Tourism and Regional Studies on the Pedagogical University in Cracow. An active tourist guide. The author of several academic publications. Her main academic interests are in cultural tourism, ethnic groups in Małopolska and Polish minority in USA.

### Adres/address:

Kamila Ziółkowska-Weiss  
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie  
Instytut Geografii  
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych  
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska  
e-mail: kamilazw@up.krakow.pl