



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE

ŁÓDŹ - WARSZAWA 2017 | ISSN 2543-8190

XVIII

TOM

8

ZESZYT

III

CZĘŚĆ

Redakcja naukowa:

Maciej Dębski

Aleksandra Jackiewicz

Region turystyczny – zarządzanie i rozwój Narzędzia, metody, szanse, wyzwania, perspektywy



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE

ŁÓDŹ - WARSZAWA 2017 | ISSN 2543-8190

XVIII

TOM

8

ZESZYT

III

CZĘŚĆ

Redakcja naukowa:

Maciej Dębski

Aleksandra Jackiewicz

Region turystyczny **– zarządzanie i rozwój** Narzędzia, metody, szanse, wyzwania, perspektywy



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

Zeszyt recenzowany

Redakcja naukowa: Maciej Dębski, Aleksandra Jackiewicz

Korekta: Lidia Pernak, Witold Kowalczyk

Skład: Witold Kowalczyk

Projekt okładki: Marcin Szadkowski

© **Copyright:** Społeczna Akademia Nauk



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

ISSN 2543-8190

Wersja elektroniczna publikacji jest wersją podstawową

Dostępna na stronie: piz.san.edu.pl

7 *Wstęp*

Część I

Uwarunkowania zarządzania konkurencyjnością regionów

- 13 **Iwona Żukowska** | *Turystyka jako czynnik rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej*
- 29 **Renata Seweryn** | *Demograficzno-geograficzne determinanty oceny bezpieczeństwa w turystyce (na przykładzie badań uczestników ŚDM Kraków 2016)*
- 45 **Ewa Dzedzic, Teresa Skalska** | *Ocena efektów ekonomicznych turystyki w miastach metropolitalnych*
- 61 **Adam Mazur, Piotr Dominik** | *Wykorzystanie potencjału kuchni regionalnych i żywności tradycyjnej w rozwoju regionalnym*
- 73 **Natalia Tomczewska-Popowycz** | *Kresy Wschodnie w świadomości uczniów szkół ponadgimnazjalnych w Polsce i perspektywy rozwoju turystyki sentymentalnej*
- 93 **Michał Koskowski, Piotr Dominik** | *The Role of Culinary Heritage in Regional Tourism Development Strategies in Poland in the Face of Contemporary Trends in Tourism*

Część II

Zarządzanie w regionie turystycznym – instytucje i narzędzia

- 107 **Aleksander Panasiuk** | *Zarządzanie destynacją turystyczną. Aspekty instytucjonalne*
- 123 **Agata Niemczyk** | *Wielkie wydarzenia jako narzędzie komunikacji marketingowej miast*
- 139 **Aneta Oleksy-Gębczyk** | *Turysta jako interesariusz władz samorządowych obszaru recepcji turystycznej – ujęcie relacyjne*
- 153 **Natalia Łatuszek** | *Znaczenie formy organizacyjnej convention bureaux dla ich działalności w miastach*
- 169 **Agata Niemczyk, Beata Palisz** | *Mural jako narzędzie promocji turystycznej miasta*

Część III

Zarządzanie w regionie turystycznym – analiza przypadków

- 185 **Franciszek Mróz** | *Turystyka religijna jako czynnik rozwoju Karpat Polskich*
- 205 **Teresa Mitura** | *Dziedzictwo kulinarne i jego wpływ na tworzenie markowego produktu turystycznego na przykładzie Szlaku Kulinarного Podkarpackie Smaki*
- 219 **Małgorzata Buczek-Kowalik, Krzysztof Buczek** | *Wykorzystanie dziedzictwa historycznego do kreowania produktów militarnej turystyki kulturowej (na przykładzie Podkarpacia)*
- 233 **Ewa Szulc-Dąbrowiecka** | *Restrukturyzacja górskiego ośrodka turystyki masowej: przykład Zakopanego*
- 249 **Krzysztof Cieślowski, Joanna Kantyka, Damian Herman** | *Rola sportowych imprez masowych w rozwoju turystyki w Polsce w latach 2013–2016*
- 265 **Joanna Zagdańska** | *Spoleczno-historyczne i gospodarcze aspekty Festiwalu Kultur i Kresowego Jadła w Baszni Dolnej*
- 279 **Mateusz Tomanek** | *Satysfakcja uczestników Enea Bydgoszcz Triathlon*
- 297 **Wojciech Lewicki, Bogusław Stankiewicz** | *Istota marketingu terytorialnego jako narzędzie kreowania marki miasta na przykładzie Idei Szczecin Floating Garden 2050*

- 313 **Jacek Oleksiejuk** | *Management of Integrated Territorial Investments in Warsaw Metropolis – Analysis of Current Activities and Examples of References of the Tourism and Recreation Area*
- 329 **Piotr Majdak** | *Zrównoważona przestrzeń obszarów chronionych w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Zarządzanie i rozwiązania praktyczne*

Część IV

Zarządzanie przedsiębiorstwami i obiektami turystycznymi w regionie

- 347 **Krzysztof Cieślikowski** | *Nowoczesne obiekty sportowe jako atrakcyjne produkty turystyczne regionu*
- 363 **Anna Maria Wiśniewska** | *Analiza ofert turystyki medycznej na podstawie stron internetowych przedsiębiorstw świadczących usługi w sektorze turystyki medycznej*
- 375 **Karolina Gołębiaska, Anetta Majchrzak-Jaszczyk** | *Determinanty kształtujące wysokość cen pokoi hotelowych w wybranych miastach Polski*
- 395 **Hanna Górka-Warsewicz, Agnieszka Maciąg, Maksymilian Czeczotko, Olena Kulykovets, Jerzy Gębski** | *Recruitment and Selection of Hotel and Catering Companies*
- 413 **Małgorzata Sztorc** | *Fuzje i przejęcia jako strategia rozwoju korporacji hotelowych w warunkach globalizacji rynku*
- 429 **Elżbieta Biernat, Monika Piątkowska, Paweł Zembura, Aleksandra Gołdys** | *Problem zarządzania orlikami z perspektywy animatorów z gmin wiejskich i miejskich*

Mateusz Tomanek*

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

Satysfakcja uczestników Enea Bydgoszcz Triathlon

Satisfaction of Participants of the Enea Bydgoszcz Triathlon

Abstract: The article focuses on the promotion of city Bydgoszcz through sports events (triathlon and open water swimming in a river) and assessment of events by participants. The starting point was to presentation of the program renovation of the river Brda and restoring its tourist-sport function. In pursuit of the aim, selected sports events are presented (Woda Bydgoska and the Enea Bydgoszcz Triathlon) including the results of the assessment and satisfaction by participants of the Enea Triathlon Bydgoszcz.

Key words: promotion, sports event, sports tourism, Bydgoszcz, triathlon

Wstęp

We współczesnej literaturze coraz częściej podejmuje się temat sportu i wpływu imprez sportowych na rozwój turystyki w Polsce [Kozłowska-Adamczak 2010; Dzięgiel 2013; Malinowski 2014; Zawadzki 2015; Kuźniar 2010; Poczta, Malchrowicz-Moško 2016] i na świecie [Bjelac i Radovanovic 2010; Roche, Spake, Joseph 2013; Presenza, Sheehan 2013, Kennelly 2017]. Znany jest przykład igrzysk olimpijskich, które w 1992 roku odmieniły Barcelonę [Olympic]. Często turystyka połączona jest z udziałem – biernym i/lub czynnym – w wydarzeniach sportowych. Wpływ imprez sportowych na promocję miasta można mierzyć m.in. za pomocą: AVE (wartość mediowa), liczba imprez sportowych oraz ich uczestników czy liczba osób, które powracają do miasta. Ł. Malinowski [Malinowski 2014] zauważył, że do promocji może się przyczynić nie

* mtomanek@umk.pl

tylko sama impreza sportowa, lecz także rezultaty, które osiągnięto. Przykładem może być pobicie rekordu w jakiejś konkurencji, który następnie komentatorzy sportowi przedstawiają podczas kolejnych imprez poprzez podanie nie tylko samego wyniku, lecz także miasta, gdzie ten rekord uzyskano.

M. Peters, E. Blanco, S. Mueller podzielili zadania własne samorządu na cztery kategorie (tabela 1), w tym podaż usług uzupełniających włącznie z organizacją imprez sportowych.

Tabela 1. Zadania własne samorządu

Podaż usług turystycznych	Oddziaływanie na popyt
<ul style="list-style-type: none"> • dbałość o jakość środowiska naturalnego • drogi dojazdowe i transport lokalny • organizacja imprez masowych • nakłady na infrastrukturę (turystyczną, sportową, usługową) 	<ul style="list-style-type: none"> • zdefiniowanie celów rynkowych • ściągnięcie nowych klientów do miasta • zwiększanie komunikacji między ludnością lokalną a turystami
Podaż usług uzupełniających	Zarządzanie rejonem i analiza kosztów
<ul style="list-style-type: none"> • organizacja zawodów sportowych • organizacja imprez kulturalnych i festiwali • parki tematyczne 	<ul style="list-style-type: none"> • marketing miasta i promocja • budowa wizerunku regionu • identyfikacja głównych konkurentów • organizowanie współpracy różnych podmiotów • dostarczanie informacji statystycznych

Źródło: [Peters, Blanco, Mueller 2010, ss. 19–36; cyt. za: G. Gołębiwski, J. Majewska 2015, s. 55].

Coraz częściej urzędy miast, które partycypują w imprezie sportowej (jako organizator, partner, sponsor) oczekują od organizatorów sprawozdania z przebiegu imprezy. Zawartość raportu przedstawia nie tylko statystyki dotyczące liczby uczestników wydarzenia, lecz także ocenę danej imprezy dokonaną przez zawodników. Przez to, że poziom satysfakcji uczestników wpływa na powtórny przyjazd do miasta (często także z rodziną), samorządom zależy na promocji imprez, które mają perspektywę rozwoju. W związku z tym w artykule zaprezentowano wyniki badań satysfakcji uczestników „Enea Bydgoszcz Triathlon”.

(Nie)wykorzystany zasób turystyczny

Miasto Bydgoszcz, słynące z imprez takich jak „Bydgoski Festiwal Operowy”, „Międzynarodowy Festiwal Filmowy Camerimage”, wielu imprez sportowych rozgrywanych na Stadionie im. Z. Krzyszkowiaka czy w Hali Sportowo-Widowiskowej „Łuczniczka”, kilkanaście lat temu zaczęło pracę nad „Programem przywrócenia miastu rzeki Brdy” [Uchwała 2000]. Proces przywracania rzeki miastu, który rozpoczął się na przełomie XX i XXI w. jest skutecznie realizowany m.in. poprzez pozyskanie środków finansowych z funduszy zewnętrznych pozwalających na likwidację zrzutów ścieków do rzeki czy jej bagrowaniu i usuwaniu osadów. Już w 2004 r. wprowadzono tramwaj wodny, w którego skład wchodziły dwa statki z silnikiem elektrycznym (akumulatory statków zasilane były bateriami słonecznymi). Kolejnym etapem „przywrócenia rzeki” było podzielenie miejskiego odcinka Brdy na strefy w zależności od typów krajobrazu. Zgodnie z programem „Rewitalizacji i rozwoju bydgoskiego węzła wodnego” wyróżniono następujące typy krajobrazu Brdy [Uchwała 2006]:

- I typ krajobrazu – Zielona Dolina Brdy,
- II typ krajobrazu – Brda Śródmiejska,
- III typ krajobrazu – Brda gospodarczo-sportowa (wraz z torem regatowym Brdujście),
- IV typ krajobrazu – Kanał Bydgoski,
- V typ krajobrazu – Wisła.

Typ krajobrazu gospodarczo-sportowego został wpisany w istniejącą już infrastrukturę sportową. Przy rzece mają siedziby kluby wioślarskie i kajakarskie. Na tym obszarze znajduje się również Hala Widowiskowo-Sportowa „Łuczniczka”, w której odbyło się wiele imprez rangi europejskiej i światowej (wraz z drugą halą – Artego Areną).

Kolejnym krokiem w celu zwiększenia potencjału turystycznego Bydgoszczy było stworzenie plenerowej imprezy muzycznej „Ster na Bydgoszcz 53°N, 18°E”, która w 2017 r. obchodziła swoje 10-lecie. Starszą imprezą odbywającą się na wodzie jest jednak Wielka Wioślarska o Puchar Brdy, podczas której na rzece rywalizują ósemki wioślarskie, a dodatkową atrakcją jest wyścig osad wioślarskich z Uniwersytetów Cambridge i Oxford.

Dzięki tym atrakcjom, a także odrestaurowaniu śluz Wyspy Młyńskiej i wybudowaniu Przystani Bydgoszcz, miasto zrealizowało swój cel, jakim było przywrócenie miastu rzeki, przez co niewykorzystany wcześniej zasób zaczynał stawać się walorem docenianym przez mieszkańców Bydgoszczy i regionu.

Imprezy sportowe a Brda

Praca i czas poświęcony na przywrócenie czystości Brdzie pozwolił na to, aby w bezpiecznych warunkach można było w centrum miasta przeprowadzać część (etap pływacki) zawodów triathlonowych. Pierwsze zawody pod nazwą „Bydgoszcz Triathlon” przeprowadzono w 2015 r., a od roku 2016 przez podpisanie umowy sponsoringowej z przedsiębiorstwem energetycznym nastąpiła zmiana nazwy na „Enea Bydgoszcz Triathlon”. W przeciwieństwie do imprez triathlonowych rozgrywanych w Polsce bydgoskie zawody przeprowadzane są w centrum miasta, gdzie zawodnicy zaczynają od pływania w rzece, a nie jeziorze (np. jeziorze maltańskim podczas „Poznań Triathlon”) czy też zatoce („Triathlon Gdańsk”). Bydgoskie zawody uzyskały na Gali Polskiego Triathlonu nagrodę za Debiut Roku (2015 r.) oraz Imprezę Roku (lata 2015, 2016) w kategorii „dystans olimpijski, sprinterski”. Rozgrywane są one na dystansie 1/4 ironmana (950 m pływania, 45 km jazdy na rowerze i 10,5 km biegu), 1/8 (475 m pływania, 22,5 km roweru, 5,2 km biegu), quadrathlonie (dodatkowo pływanie kajakiem). Od 2018 r. zawody powiększone zostaną o dystans 1/2 ironmana (1,9 km pływania, 90 km jazdy rowerem i półmaraton – 21,097 km biegu), co jest nie tylko odpowiedzią organizatora na prośby uczestników, ale także sposobem na zwiększenie frekwencji zawodów. Wzrost frekwencji tylko na obecnych dystansach nie byłby już tak odczuwalny z powodu małej przepustowości rzeki (liczba osób, która może płynąć jednocześnie) i mimo wprowadzenia rolling startu¹ zawody na danym dystansie rozciągały się przez kilkadziesiąt minut, co nie zachęca nowych uczestników do startu. Tabela 2 zawiera zestawienie liczby uczestników „Enea Bydgoszcz Triathlon”. W 2015 r. w imprezie wzięło udział ponad 1300 osób (w tym 710 osób na dystansie 1/4 ironman i 445 osób na dystansie 1/8 ironman). Dodatkowo dla osób, które nie uprawiają profesjonalnie triathlonu, przygotowano możliwość wzięcia udziału w sztafecie, która polegała na tym, że dany dystans (pływanie, jazda na rowerze, bieg) pokonywała inna osoba z grupy. W stosunku do 2015 r. rok 2016 przyniósł 62-proc. wzrost liczby uczestników. Przez ograniczoną przepustowość rzeki przyjęto limity zgłoszeń, stąd w roku 2017 wzrost liczby uczestników w stosunku do poprzedniego roku to około 10%.

¹ Rolling start w wypadku zawodów triathlonowych jest startem do wody w małych grupkach (np. co 5–10 sekund), co powoduje większą przepustowość akwenu i trasy rowerowej (zawodnicy są rozproszeni na całej trasie z powodu innej godziny startu) i zwiększa bezpieczeństwo uczestników. W sytuacji braku rolling startu do wody wskazuje „fala”, czyli grupa składająca się z kilkadziesiątu zawodników.

Myśląc o rozwoju imprezy, wśród uczestników przeprowadzono badanie na temat ich preferencji dotyczących wprowadzenia dodatkowych konkurencji w ramach „Enea Bydgoszcz Triathlon”. Wyniki tego badania opisane zostaną w dalszej części.

Kolejnym przykładem pokazującym mieszkańcom Bydgoszczy czystość Brdy jest impreza sportowa organizowana przez urząd miasta pod nazwą „Woda Bydgoska”, która poprzez krótką tradycję ma na tę chwilę lokalny zasięg. Uczestnicy od 2016 r. rywalizują ze sobą w Brdzie, płynąc na dystansie 650 m, 1600 m lub 2800 m. W 2017 r. wprowadzono, oprócz wcześniejszych dystansów, także swimrun, który w wypadku „Wody Bydgoskiej” oznacza bieg na 6 km i pływanie. Tabela 3 zawiera informacje o liczbie uczestników dwóch edycji imprezy. Liczba uczestników w roku 2017 wzrosła o mniej więcej 14% w stosunku do roku ubiegłego. Patrząc na rozwój tej imprezy i popularność „Enea Bydgoszcz Triathlon”, „Woda Bydgoska” ma sporą szansę na rozwój, tym bardziej że już w roku 2017 pojawili się uczestnicy z zagranicy (Francja, Ukraina, USA, Węgry).

Profil uczestnika i jakość imprez sportowych

Wyniki badań zrealizowanych w roku 2014 na biegaczach górskich (N=314) [Dzięgiel, Tomanek 2014] wskazały, że 44% respondentów zarabia powyżej 3800 zł brutto, a podczas pobytu w miejscowości, gdzie odbywa się impreza sportowa, wydają na gastronomię i inne usługi najczęściej (42% ankietowanych) od 50 do 100 zł. Na powyższym przykładzie można ocenić potencjał, jaki niosą za sobą imprezy sportowe. Warto zatem sprawdzać, jak uczestnicy imprez oceniają dane wydarzenie. Między innymi R. Normann [Normann 2012, s. 220] zauważył, że informacje zwrotne są niezbędne dla menedżerów chcących wpływać na poziom jakości. O wpływie jakości na usługi pisali też R. Karaszewski [2001, 2006] i K. Skrzypczyńska [2013]. Jedną z metod uzyskania feedbacku mogą być ankiety na temat stopnia zadowolenia klientów (uczestników imprez), które pomagają menedżerowi (w tym organizatorowi imprezy) w podejmowaniu decyzji [Churchill 2002, s. 23]. Przykładową metodą pozwalającą poznać oczekiwania nabywców na rynku sportowym jest metoda *teamqual* służąca badaniu opinii kibiców na temat jakości organizowanego widowiska sportowego [Shilbury, Quick, Westerbeek 1998, s. 285]. Warto również zwrócić uwagę na pracę J. Łuczaka [2017], która podejmuje czynnik ryzyka w kształtowaniu jakości imprez sportowych, oraz artykuł E. Gołąb-Andrzejak i E. Badzińskiej [2015] opisujący znaczenie satysfakcji klientów jako źródła sukcesu organizacji.

Tabela 2. Liczba uczestników „Enea Bydgoszcz Triathlon” w latach 2015–2017

konkurencja	1/4 ironmana	1/4 ironmana (sztafety)	1/4 ironmana (sztafety) I. osób	1/8 ironmana	1/8 ironmana na (sztafety)	1/8 ironmana (sztafety) I. osób	quadathlon	Razem
2015	710	36	108	445	18	54	x	1317
2016	975	55	165	835	48	144	17	2136
2017	1045	62	186	950	48	144	25	2347

Źródło: opracowanie własne na podstawie [<http://bydgoszcztriathlon.pl>].

Tabela 3. Liczba uczestników „Wody Bydgoskiej” w latach 2016–2017

konkurencja	650 m	1600 m	2800 m	Swimrun	Razem
2016	192	103	72	x	367
2017	208	94	56	61	419

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [http://www.aktywne.bydgoszcz.pl/Aktywne_Bydgoszcz/woda_bydgoska/].

„Enea Bydgoszcz Triathlon” w opinii zawodników

Zgodnie z wynikami ujętymi w tabeli 2 w imprezie w 2017 r. uczestniczyło ponad 2300 osób. Rywalizowały one na dystansie 1/4 ironmana, 1/8 ironmana (wraz ze sztafetami), a także quadrathlonu. W ramach tego przedsięwzięcia rozgrywano również Mistrzostwa Polski w Triathlonie Niewidomych i Niedowidzących na dystansie 1/8 ironmana, Międzynarodowe Mistrzostwa Prawników oraz Międzynarodowe Mistrzostwa Lekarzy.

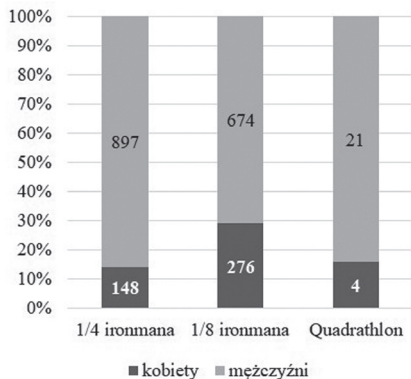
Mając w planach rozwój imprezy, zwrócono się do zawodników o wyrażenie opinii na temat oceny „Enea Bydgoszcz Triathlon”. Badanie zrealizowano w dniach 14–24 lipca 2017 r. za pomocą ankiety internetowej (CAWI, *online survey*), której link był wysłany na adresy e-mailowe zarejestrowanych uczestników.

Na wykresach 2 i 3 zaprezentowano informacje dotyczące płci zawodników biorących udział w „Enea Bydgoszcz Triathlon” i badaniu. Patrząc na wykres 1, można zauważyć różnicę w liczbie kobiet biorących udział w imprezie w zależności od długości rozgrywanej konkurencji. Na 1050 startujących w 1/4 ironmana 14,1% stanowią kobiety, w konkurencji 1/8 ironmana odsetek ten wynosi 29,1%. W quadrathlonie odsetek kobiet stanowi 16%. 19,4% wszystkich startujących na dystansie 1/4 ironmana wzięło udział w badaniu. W wypadku zawodników biorących udział w zawodach na dystansie 1/8 ironmana zwrotność wyniosła 18,8%, a w quadrathlonie wskaźnik ten wyniósł 33,3%. Na wykresie 2 zaprezentowano informacje dotyczące płci respondentów, których łącznie w badaniu wzięło udział 391. Widać, że odsetek kobiet biorących udział w badaniu i startujących na dystansie 1/4 ironmana wyniósł 13,3%, a na dystansie 1/8 – 26,8%, w quadrathlonie zaś – 38%.

Badani respondenci (391 osób) stanowią 16,66% wszystkich zawodników, którzy wzięli udział w zawodach. 47% uczestników ankiety przyjechało do Bydgoszczy przynajmniej jeden dzień wcześniej (wykres 3). Analizując wykres 4, można zauważyć, że 89% osób będących na „Enea Bydgoszcz Triathlon” przybyło z rodziną (56%), znajomymi (17%) lub z partnerem (16%).

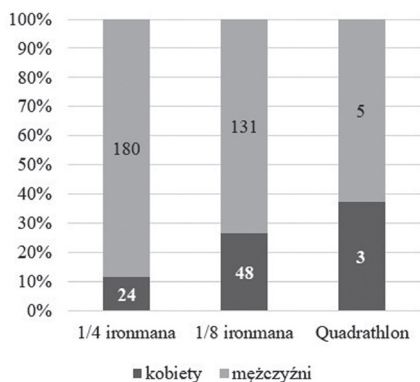
Na wykresie 5 zaprezentowano zajęcia osób towarzyszących. 50% osób towarzyszących również uczestniczyło w zawodach, z tego 36% dopingowało (np. przez to, że swój start mieli w innym dniu).

Wykres 1. Płeć zawodników w poszczególnych konkurencjach



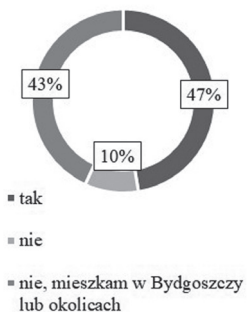
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 2. Płeć zawodników biorących udział w badaniu



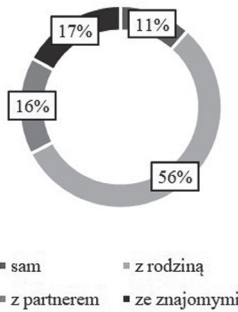
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3. Przyjazd dzień przed startem



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 4. Pobyt w Bydgoszczy



Źródło: opracowanie własne.

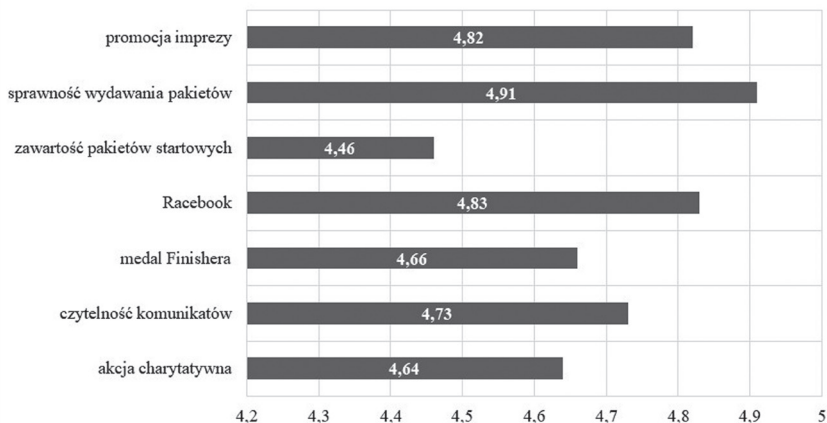
Wykres 5. Zajęcia osób towarzyszących podczas zawodów



Źródło: opracowanie własne.

Kolejne pytania skierowane do uczestników imprezy dotyczyły oceny „Enea Bydgoszcz Triathlon”. Na wykresach 6–8 zaprezentowano średnią ocen uzyskanych w ramach badania satysfakcji, co pozwala na porównanie poszczególnych aspektów imprezy (maksymalna ocena to 5). W wypadku wykresu 6 najwyższa średnia (4,91) została uzyskana za sprawność wydawania pakietów startowych. Następnie wysoką średnią uzyskała publikacja Racebooka (4,83), czyli informatora startowego, oraz sama promocja imprezy (4,82). Słabszą średnią ocen uzyskano w aspekcie zawartości pakietów startowych (4,46) – wynik jest raczej zwróceniem uwagi na konieczność uzupełnienia zawartości pakietów niż jej całkowitej zmiany.

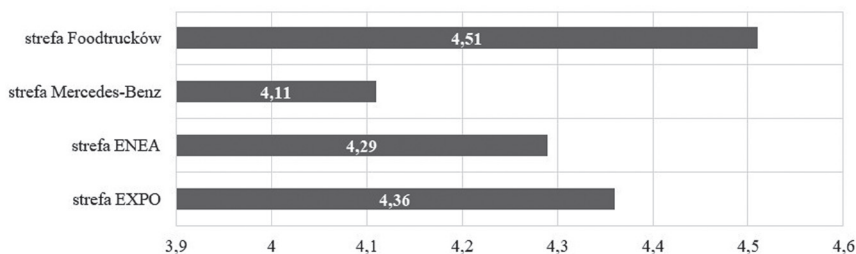
Wykres 6. Średnia ocena atrakcji związanych z Enea Bydgoszcz Triathlon



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 7 zawiera informacje o średniej ocenie imprez towarzyszących. Najlepszą średnią uzyskała gastronomiczna strefa foodtrucków (4,51), następnie wystawowa strefa EXPO (4,36), kolejno strefa ENEA (4,29) i strefa Mercedes-Benz (4,11) – w tychże strefach sponsorzy imprezy mieli swoje stanowiska promocyjne.

Wykres 7. Średnia ocena atrakcji towarzyszących imprezie „Enea Bydgoszcz Triathlon”

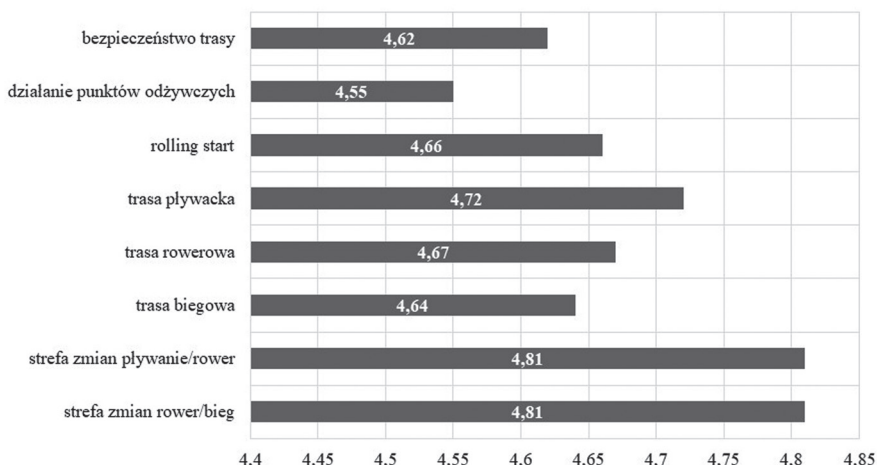


Źródło: opracowanie własne.

Na wykresie 8 zaprezentowano ocenę elementów związanych bezpośrednio z „Enea Bydgoszcz Triathlon”, gdzie najwyższą średnią ocenę uzyskały strefy zmian pływania/rower i rower/bieg (4,81). Z przygotowanych przez organizatorów tras najwyższą średnią ocenę uzyskała trasa pływacka (4,72), następnie trasa rowerowa (4,67) i trasa biegowa (4,64). Uczestnicy badania ocenili bezpieczeństwo trasy na 4,62,

a działanie punktów odżywczych na 4,55. Rolling start uzyskał średnią ocen na poziomie 4,66. Na potrzeby artykułu, warto zaznaczyć, że mimo nurtu rzeki uczestnicy mieli pozytywne opinie na temat tej trasy.

Wykres 8. Średnia ocena elementów związanych z Enea Bydgoszcz Triathlon



Źródło: opracowanie własne.

Patrząc na rozwój „Enea Triathlon Bydgoszcz”, postanowiono poznać oczekiwania triathlonistów w aspekcie poszerzenia oferty imprezy. Największe zainteresowanie (4 na 5 respondentów) wzbudziła organizacja zawodów dla dzieci (wykres 7) oraz 1/2 ironmana (prawie 7 na 10 respondentów), co zaprezentowano na wykresie 13. Znacznie mniej respondentów, bo tylko 2 na 5, uznaje za dobry pomysł organizację duathlonu (wykres 9). Ciekawostką jest, że formuła draftingu, a więc jazda na rowerze w grupie (aby zmniejszyć opór powietrza) nie została w badaniach przyjęta z entuzjazmem. Na dystansie sprinterskim (750 m pływania, 20 km jazdy na rowerze i 5 km biegu) za draftingiem opowiada się niecałe 23% respondentów, natomiast na dystansie olimpijskim (1,5 km pływania, 40 km jazdy na rowerze i 10 km biegu) za draftingiem opowiada się co trzeci ankietowany (wykres 11). Warto zaznaczyć, że 7 na 10 respondentów uważa formułę dwudniowych zawodów (wykres 15) za dobry pomysł (zdarzały się opinie dotyczące poszerzenia imprezy o jeszcze jeden dzień). Dwudniowe zawody (w obecnej formule) ocenia pozytywnie także branża turystyczna działająca w mieście, dzięki której hotelarze czy restauratorzy mają więcej klientów. Patrząc z perspektywy władz miasta, które nie ma tak wielu zabytków jak sąsiedni Toruń

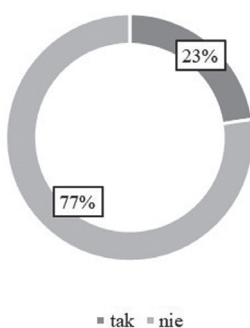
i w którym dominuje turystyka biznesowa oraz konferencyjna, organizowanie masowych imprez sportowych jest dobrym sposobem na promowanie walorów miasta.

Wykres 9. Zorganizowanie duathlonu



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 10. Sprint z draftingiem 750/20/5



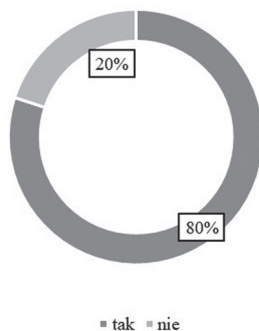
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 11. Olimpijka z draftingiem 1500/40/10



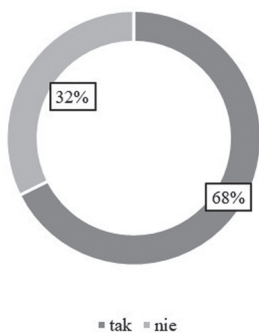
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 12. Zorganizowanie zawodów dla dzieci



Źródło: opracowanie własne.

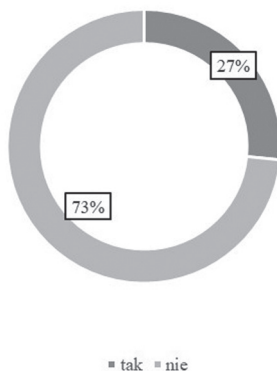
Wykres 13. Zorganizowanie zawodów na dystansie 1/2 Ironmana 1900/90/21



Źródło: opracowanie własne.

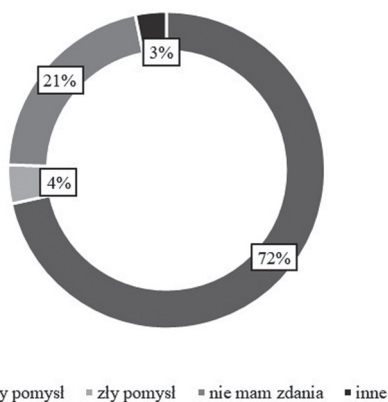
W związku z wynikami zaprezentowanymi na wykresie 13, czyli tym, że 7 na 10 respondentów było zainteresowanych wprowadzeniem do programu „Enea Bydgoszcz Triathlon” zawodów na dystansie 1/2 ironmana (1,9 km pływania, 90 km jazdy na rowerze i 21 km biegu), organizatorzy w 2018 r. rozszerzą imprezę o tę konkurencję, a także zorganizują zawody dla dzieci. Ciekawostką jest fakt, że miesiąc po „Enea Bydgoszcz Triathlon” odbywa się „Ocean Lava Triathlon Poland Bydgoszcz-Borówno” na dystansie ironmana (3,8 km pływania, 180 km jazdy na rowerze i 42,2 km biegu) oraz na dystansie o połowę krótszym, czyli 1/2 ironmana, a więc tym samym dystansie, który będzie organizowany w centrum Bydgoszczy. Dystans rowerowy dodatkowej dyscypliny podczas „Enea Bydgoszcz Triathlon”, czyli 90 km, pokonywany będzie na pętłach, które zawodnicy będą musieli przejechać kilkakrotnie.

Wykres 14. Zorganizowanie zawodów na dystansie ironmana 3600/180/42



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 15. Ocena dwudniowej formuły imprezy



Źródło: opracowanie własne.

Zakończenie

Wysoka ocena imprezy w środowisku sportowym zaowocowała tym, że miasto Bydgoszcz zawarło umowę promocyjną z organizatorami „Enea Bydgoszcz Triathlon”, która zakłada, że w ciągu kolejnych 3 lat dofinansowanie do imprezy wynosić będzie 120–130 tys. rocznie, co pokazuje, że Bydgoszcz zależy nie tylko na mianie miasta sportowego, lecz także na promocji rzeki Brdy (Aktywna Bydgoszcz).

Wnioski, które można wysnuć po przeanalizowaniu wyników badania dotyczącego satysfakcji uczestników „Enea Bydgoszcz Triathlon” są następujące: o ile sama

sprawność wydawania pakietów startowych była oceniona wysoko (4,91), to już ocena zawartości była niższa i wynosiła 4,46. Na 4,81 zostały ocenione strefy zmian, ale warto dopracować działanie punktów odżywczych rozlokowanych na trasie zawodów. Respondenci chcieliby, aby podczas imprezy przeprowadzić również zawody dla dzieci (80%). Dodania kolejnej konkurencji w ramach „Enea Bydgoszcz Triathlon” – 1/2 ironmana – chce 68% badanych. Dostrzegając potencjał imprez sportowych, w tym opisanego triathlonu, warto sprawdzić, ile pieniędzy wydają w mieście uczestnicy imprez, a także towarzyszące im osoby. Co ciekawe, organizatorzy coraz częściej proponują, aby pakiety startowe odbierać w przeddzień imprezy, co oczywiście wpływa na branżę powiązane z wydarzeniami sportowymi, czyli gastronomiczną i hotelarską.

Bibliografia

Aktywna Bydgoszcz, *Ambasadorami marki Aktywna Bydgoszcz zostali...* [online] <http://www.bydgoszcz.pl/aktualnosci/tresc/ambasadorami-marki-aktywna-bydgoszcz-zostali/>, dostęp: 3.11.2017.

Bydgoszcz Triathlon, [online] <http://www.bydgoszcztriathlon.pl.>, dostęp: 3.11.2017.

Bjelac Z., Radovanovic M. (2010), *Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand*, „Journal of Sport & Tourism”, No. 4, Vol. 8(2003), DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1477508032000161555>.

Churchill G.A. (2002), *Badania marketingowe, podstawy metodologiczne*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.

Dzięgiel A. (2013), *Organizacja toruńskich imprez biegowych w opinii uczestników turystyki sportowej*, „Journal of Health Sciences”, 2013;3(10).

Dzięgiel A., Tomanek M. (2014), *Sylwetka uczestnika górskich imprez biegowych*, „Studia i Monografie AWF we Wrocławiu”, nr 120.

Gołąb-Andrzejak E., Badzińska E., *Satysfakcja klientów jako źródło sukcesu organizacji – studium przypadku*, „Problemy zarządzania, finansów i marketingu”, nr 41, t. 1, DOI: 10.18276/pzfm.2015.41/1-06.

Gołębiewski G., Majewska J. (2015), *Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta* [w:] G. Gołębiewski i wsp., *Turystyka w badaniach ekonomicznych*, PWN, Warszawa.

Karaszewski R. (2001), *Servqual-metoda badania jakości świadczonych usług*, „Problemy Jakości”, No. 5.

Karaszewski R. (2006), *Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością*, Wyd. TNOiK, Toruń.

Karaszewski R., Skrzypczyńska K. (2013), *Zarządzanie jakością*, Wyd. TNOiK, Toruń.

Kennelly M. (2017), *„We’ve never measured it, but it brings in a lot of business”: Participatory sport events and tourism*, „International Journal of Contemporary Hospitality Management”, Vol. 29, Issue: 3, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0541>.

Kozłowska-Adamczak M. (2010), *Imprezy sportowe jako atrakcja turystyczna Bydgoszczy w postrzeganiu mieszkańców i osób odwiedzających miasto (stan na 2007 rok)*

[w:] H. Rabant, R. Gotowski, S. Barwińska (red.), *Problemy zarządzania przestrzenią miasta i jego otoczeniem*, Promotio Geographica Bydgosiensia, t. VI, UKW Bydgoszcz.

Kuźniar W. (2010), *Obszary wykorzystania events marketingu w promocji walorów jednostki terytorialnej na przykładzie woj. podkarpackiego* [w:] G. Rosa, A. Smalec (red.), *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Partnerstwo i komunikacja w regionie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 596, nr 56, Ekonomiczne Problemy Usług.

Łuczak J. (2017), *Zarządzanie ryzykiem w kształtowaniu jakości imprez sportowych* [w:] S. Popek, M. Miśniakiewicz (red.), *Towaroznawstwo w badaniach i praktyce – Narzędzia doskonalenia jakości. Analiza ryzyka wyrobów i usług*, Polskie Towarzystwo Towaroznawcze, Kraków.

Malinowski Ł. (2014), *Sport jako instrument promocji i rozwoju Bydgoszczy*, „Journal of Health Sciences”, No. 1, Vol. 4.

Normann R. (2012), *Zarządzanie usługami. Strategie i przywództwo w biznesie*, Wyd. GWP, Gdańsk.

Olympic [online] <https://www.olympic.org/news/barcelona-totally-transformed-by-hosting-1992-olympic-games>, dostęp: 3.11.2017.

Peters M., Blanco E., Mueller S. (2010), *Rejuvenation strategies: A comparison of winter sport destinations in Alpine regions*, „Tourism – An International Interdisciplinary Journal”, 58(1).

Piechota N. (2014), *Wpływ organizacji imprez sportowych na rozwój turystyki miejskiej na przykładzie turniejów tenisowych*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, Vol. 2, No. 3 (264).

Poczta J., Malchrowicz-Moško E. (2016), *Wpływ eventów sportowych na rozwój turystyki w mieście na przykładzie poznańskich imprez sportowych*, „Journal of Education, Health and Sport” 6(4), DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.50021>.

Presenza A., Sheehan L. (2013), *Planning tourism through sporting events*, „International Journal of Event and Festival Management”, Vol. 4, Issue 2, DOI: <https://doi.org/10.1108/17582951311325890>.

Roche S., Spake D.F., Joseph M. (2013), *A model of sporting event tourism as economic development*, „Sport, Business and Management: An International Journal”, Vol. 3, Issue: 2, DOI: <https://doi.org/10.1108/20426781311325078>.

Shilbury D., Quick S., Westerbeek H. (1998), *Strategic Sport Marketing*, Allen & Unwin, Crows Nest.

Uchwała Rady Miasta Bydgoszczy (2000), nr XXIV/722/2000 [online] http://www.bip.um.bydgoszcz.pl/binary/145_tcm30-15575.pdf, dostęp: 5.11.2017.

Uchwała Rady Miasta Bydgoszczy (2006), Program rewitalizacji i rozwoju bydgoskiego węzła wodnego, Miejska Pracownia Urbanistyczna, Bydgoszcz. [online] http://www.bip.um.bydgoszcz.pl/binary/1420_tcm30-20307.pdf (dostęp: 3.11.2017).

Zawadzki P. (2015), *Organizacja masowych imprez sportowych jako forma promocji ośrodków turystycznych na przykładzie Letniego Biegu Piastów w Jakuszycach*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 853, nr 2 (30), DOI:10.18276/ept.2015.2.30-14.