

Mateusz Tomanek¹

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Satysfakcja uczestników 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego **Satisfaction of participants of the 2nd PKO Bydgoszcz Running Festival** **(PKO Bydgoski Festiwal Biegowy)**

Streszczenie

Poziom sportowy masowych imprez biegowych nie jest jedyną przesłanką do uczestnictwa w nich zawodników (często amatorów). Mnogość imprez biegowych powoduje, że aby nie mieć spadku liczby uczestników imprezy, należy poznać ich oczekiwania. Niniejszy artykuł, którego celem jest określenie mocnych i słabych stron imprezy biegowej – 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego, ma za zadanie przedstawić aspekty wymagające poprawy w kolejnej edycji, ale również pokazać przykład działań służących sprawdzeniu poziomu satysfakcji uczestników z konkretnej imprezy biegowej. Badanie przeprowadzono metodą kwestionariusza ankiety, który respondenci wręczali osobom które ukończyły bieg. Poprzez cykliczność badań, przedstawiono również wzrost satysfakcji uczestników w stosunku do poprzedniego 2016 roku.

Słowa kluczowe: satysfakcja, bieganie, zawodnik, kibic, sport, organizacja, zawody

Abstract

The sports level of running events is not the only reason to participate in them (often amateurs). A large selection of running events makes it possible to reduce the interest in the event, and this can also be prevented by knowing the expectations of the participants/athletes. The article, which aims to determine the strengths and weaknesses of the running event - the 2nd PKO Bydgoszcz Running Festival (PKO Bydgoski Festiwal Biegowy), aims to present the aspects that need improvement in the next edition. The next task is to present actions to check the level of participants' satisfaction with a particular running event. The research was conducted using the questionnaire method. Due to the cyclical nature of the research, the participants' satisfaction with the previous year was also increased.

Keywords: satisfaction, running, athletes, fan, sport, organization, event, competition

¹ dr inż. Mateusz Tomanek, e-mail: mtomanek@umk.pl

1. Wstęp

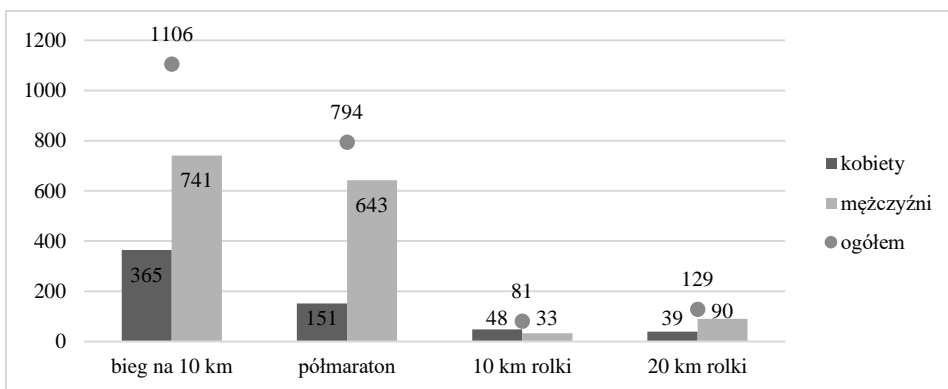
W momencie dużej konkurencji na rynku imprez biegowych, klient – w tym przypadku potencjalny uczestnik imprezy weryfikuje miejsce swojego startu. Weryfikacja ta następuje przez mniej lub bardziej obiektywne czynniki od np. odległości imprezy od miejsca zamieszkania, terminu, dystansu, czy wysokości opłaty startowej po szybkość trasy, opinii na temat eventu czy udziału znajomych. Czynniki tych jest oczywiście znacznie więcej, jednak warto zauważyć że na część z nich organizator biegu ma realny wpływ. Między innymi J. Łuczak (Łuczak 2014, s. 129) zauważył że „wraz z emocjonalnym charakterem biegów rozwija się świadomość potrzeby ich traktowania jako produktu, przedsięwzięcia, które [...] niesie za sobą cele organizacyjne, biznesowe. Stąd też jeżeli imprezę sportową rozumiemy jako produkt, należy mieć i stosować narzędzia do sprawdzenia satysfakcji z użytkowania jego. Jedną z metod pozwalającą poznać oczekiwania nabywców na rynku sportowym jest metoda *Teamqual* służąca badaniu opinii kibiców na temat jakości organizowanego widowiska sportowego (Shilbury, Quick, Westerbeek 1998). W naszym kraju również można wymienić przykłady realizowanych badań służących sprawdzeniu poziomu satysfakcji uczestników imprez jak choćby badania zrealizowane przez Z. Waśkowskiego (Waśkowski 2014, 2016), A. Dzięgiel (Dzięgiel 2016) czy też M. Tomanek (Tomanek 2017).

2. Metodyka badania

Wyniki badań przedstawione w dalszej części artykułu zostały zrealizowane za pomocą kwestionariusza ankiety w dniu imprezy tj. 21.05.2017 roku. Ankieterzy prosili uczestników 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego, przekraczających linię mety o uzupełnienie kwestionariusza (w strefie finishera – najczęściej podczas regeneracji/spożywania posiłku). Badanie to jest przeprowadzane jest cyklicznie, a różnice w odpowiedziach na przestrzeni 2016 i 2017 roku będą zawarte w dalszej części artykułu.

3. Wyniki

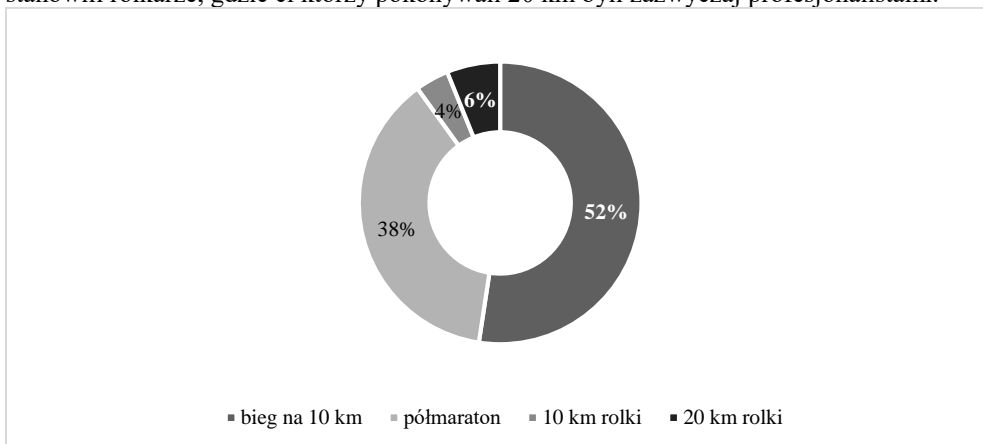
W 2. PKO Bydgoskim Festiwalu Biegowym brało udział łącznie 2110 osób, którzy startowali na dwóch dystansach biegowych – biegu na 10 km (1106 osób) i półmaratonie (794 osoby). W Festiwalu uczestniczyli również rolkarze, startując na dystansie 10 km (81 osób) i 20 km (129 osób). Rycina 1. przedstawia podział zawodników na płęć i konkurencję podczas omawianego Festiwalu.



Rycina 1. Podział zawodników na płeć podczas 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego

Źródło: Opracowanie na podstawie <http://www.pkobydgoskifestiwalbiegowy.pl/>

52% wszystkich uczestników stanowiły osoby startujące w biegu na 10 kilometrów, następnie 38% stanowiły osoby pokonujące dystans półmaratonu, 10% stanowili rolkarze, gdzie ci którzy pokonywali 20 km byli zazwyczaj profesjonalistami.



Rycina 2. Zestawienie liczby osób, które ukończyły daną konkurencję podczas 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego

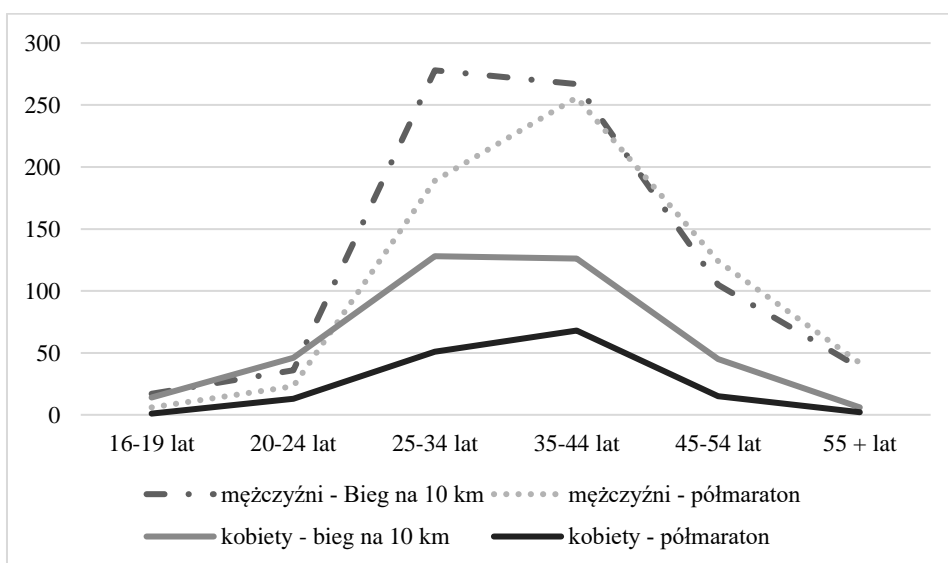
Źródło: Opracowanie na podstawie <http://www.pkobydgoskifestiwalbiegowy.pl/>

Rycina 3. i Tabela 1. przedstawia strukturę wieku zawodników biorących udział w 2. PKO Bydgoskim Festiwalu Biegowym. Można zauważyć że najwięcej mężczyzn startujących na dystansie 10 km było w kategorii wiekowej 25-34 lat (278 osób) i 35-44 lat (267 osób). Kobiety, które startowały na tym dystansie także najczęściej były z tych samych kategorii (25-34 lat – 128 osób i 35-44 lat – 126 osób). O ile różnice kategorii wiekowych na dystansie 10 km nie były znaczne, o tyle dystans półmaratonu wskazuje że najliczniejszą kategorią wiekową była kategoria 35-44 lat (68 kobiet, 256 mężczyzn).

Tabela 1. Struktura wieku zawodników, którzy ukończyli bieg na 10 km i półmaraton podczas 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego

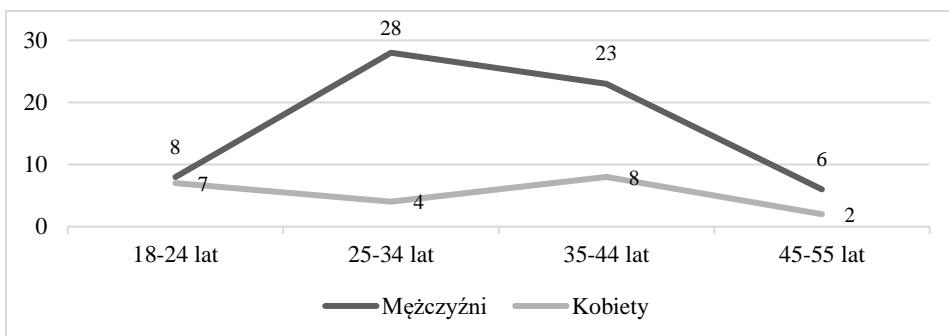
Kategoria wiekowa	Bieg na 10 km		półmaraton		razem
	K	M	K	M	
16-19	14	17	1	6	38
20-24	46	36	13	23	118
25-34	128	278	51	189	646
35-44	126	267	68	256	717
45-54	45	105	15	124	289
55 +	6	38	2	42	88
Razem	365	741	150	640	1896

Źródło: Opracowanie na podstawie <http://www.pkobydgoskifestiwalbiegowy.pl/>

**Rycina 3.** Struktura wieku zawodników, którzy ukończyli bieg na 10 km i półmaraton podczas 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego

Źródło: Opracowanie na podstawie <http://www.pkobydgoskifestiwalbiegowy.pl/>

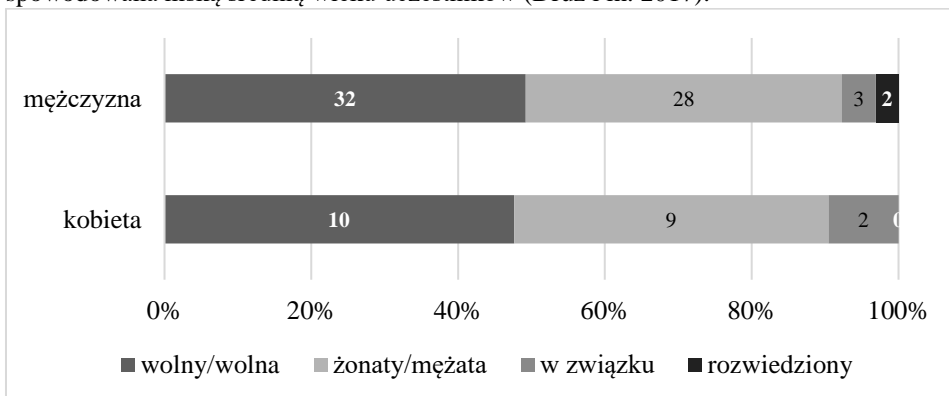
Na rycinie 4. przedstawiono strukturę wiekową uczestników badania – zawodników Festiwalu. W badaniu wzięło udział łącznie 86 osób, w tym 21 osób stanowiły kobiety, a 65 mężczyźni.



Rycina 4. Liczba zawodników biorących udział w badaniu

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

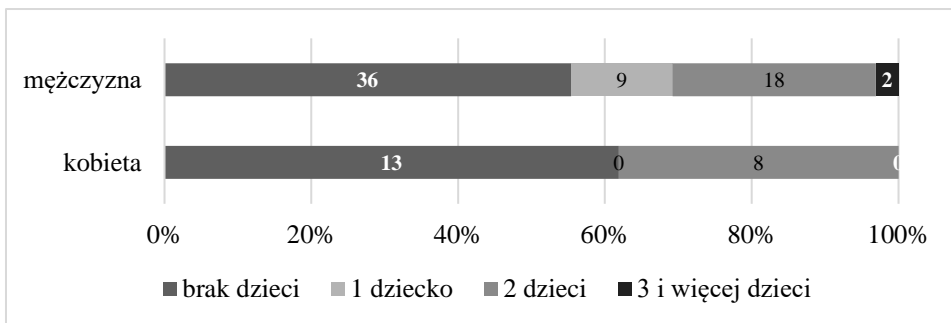
Wiedza o stanie cywilnym uczestników imprez sportowych pozwala organizatorom na stworzenie dodatkowych atrakcji dla osób towarzyszących. Dane przedstawione na rycinie 5 i prawie 50% uczestników w stanie „wolnym” może być spowodowana niską średnią wieku uczestników (Druz i in. 2017).



Rycina 5. Stan cywilny zawodników, którzy brali udział w badaniu

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

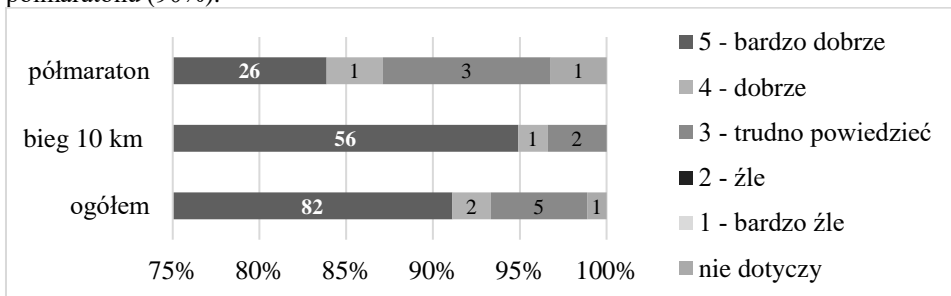
Rycina 6. przedstawia dane dotyczące liczby dzieci uczestników imprezy. Można zauważyć że 27% mężczyzn i 38% kobiet posiada dwójkę dzieci, co może być sygnałem dla organizatorów, aby i dla młodszych przygotować dodatkową ofertę (strefa malucha, sportowe przedszkole, zawody).



Rycina 6. Liczba dzieci zawodników

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

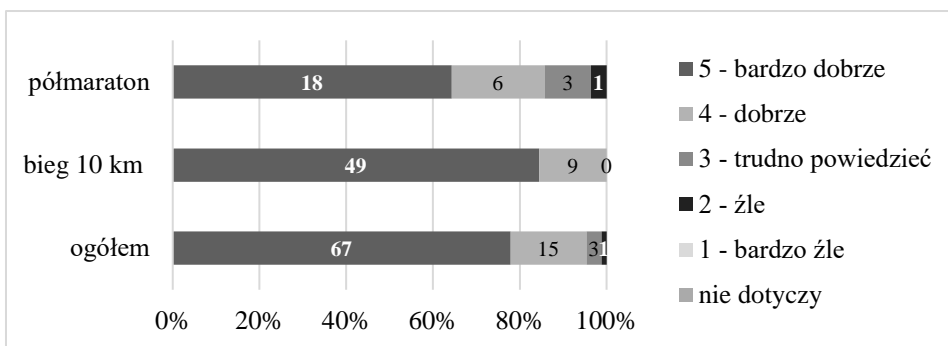
Ryciny 7-10 przedstawiają jedne z ważniejszych informacji zwrotnych od uczestników – ocenę czterech aspektów dotyczących bezpośrednio imprezy – szybkości trasy, działania punktów odżywczych, bezpieczeństwa na trasie, sprawności wydawania pakietów startowych. Wyniki te zostały przedstawione zarówno ogółem jak i w podziale na poszczególne dystanse – bieg na 10 km i półmaraton. Na rycinie 7. przedstawiono ocenę wydawania pakietów startowych. 96% respondentów oceniło ten obszar jako „dobre” lub „bardzo dobre”. W podziale na konkurencje, bardziej zadowoleni (96,6%) były osoby które startowały na 10 km, niż te które rywalizowały na dystansie półmaratonu (90%).



Rycina 7. Ocena sprawności wydawania pakietów startowych

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

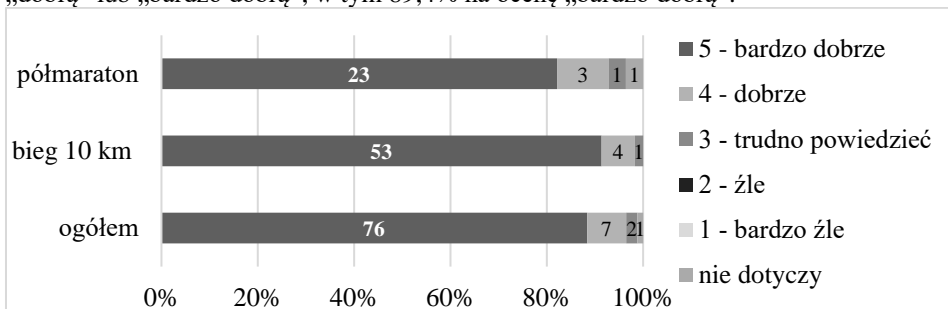
Rycina 8., w której zilustrowano ocenę bezpieczeństwa trasy przez zawodników, 99% respondentów oceniło bezpieczeństwo na ocenę „dobrą” lub „bardzo dobrą” co pokazuje że zainwestowanie w zwiększenie liczby stacjonarnych i mobilnych patroli medycznych znacznie podniosło poczucie bezpieczeństwa uczestników zawodów.



Rycina 8. Ocena bezpieczeństwa trasy

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

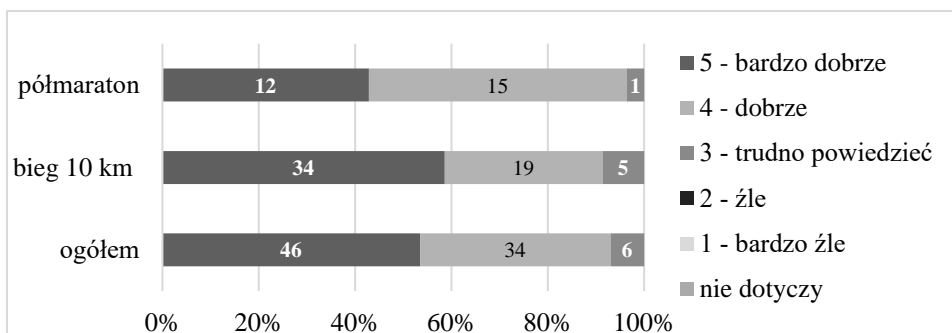
Działanie punktów odżywczych, w tym ich liczba i sposób podawania kubków z wodą i napojami izotonicznymi, urozmaicenie jedzenia (banany, czekolada) zostało przedstawione na rycinie 9. 97,6% respondentów oceniło działanie punktów na ocenę „dobrą” lub „bardzo dobrą”, w tym 89,4% na ocenę „bardzo dobrą”.



Rycina 9. Ocena działania punktów odżywczych

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

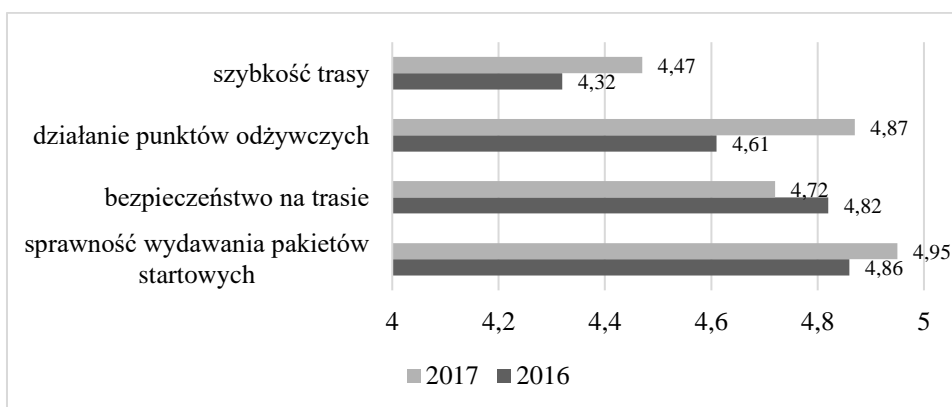
Jako jedno z haseł reklamowych Festiwalu, organizatorzy podawali że impreza posiada szybką trasę biegową, co było spowodowane tym że jedna – 10 km pętla miała tylko cztery zakręty. Rycina 10. przedstawia ocenę uczestników biegu tego hasła. 93% respondentów ocenia szybkość trasy na „bardzo dobrą” lub „dobrą”, jednak jak porównamy liczbę odpowiedzi w poszczególnych ocenach, to ocenę „bardzo dobrą” przyznało 53,5% respondentów, a „dobrą” 39,5% badanych. Przeglądając wcześniejsze ryciny, można zauważyć skok liczby ocen „dobrych”, kosztem ocen „bardzo dobrych”. Trzeba mieć jednak świadomość że nie tylko liczba zakrętów decyduje o szybkości trasy, ale również warunki atmosferyczne, które mogły w czasie odbywania Festiwalu być dodatkowym utrudnieniem.



Rycina 10. Ocena szybkości trasy

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

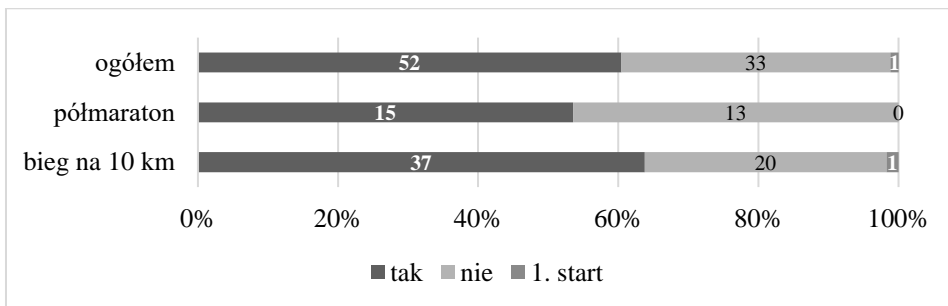
Na rycinie 11. zaprezentowano średnie oceny respondentów z czterech, wcześniej przedstawionych obszarów. Przez to, że badanie satysfakcji jest przeprowadzane co roku, zaprezentowano także wyniki z 2016 roku. Najwyższa średnia, zarówno w 2016 jak i w 2017 należy do sprawności wydawania pakietów startowych. Wzrost ten spowodowany jest m.in. wzmocnieniem działań promocyjnych ukierunkowanych na odbiór pakietów dzień przed zawodami, a także zwiększoną liczbą osób odpowiedzialnych za wydawanie pakietów. Największy wzrost w stosunku do 2016 roku dotyczy działanie punktów odżywczych, które zwiększyły swoją efektywność poprzez skorzystanie z danego punktu przynajmniej dwa razy (czyli dany punkt znajdował się np. na 3 i 7 kilometrze trasy). Również „rozciągnięcie” punktu spowodowało mniejszy zator przy nim, a więc i to mogło spowodować poprawę w ocenie uczestników 2. PKO Bydgoskiego Festiwalu Biegowego. Jedynym elementem który obniżył się o 0,1 punkt było poczucie z bezpieczeństwa zapewnionego na trasie. Warto jednak zaznaczyć że 4,72 na możliwy do uzyskania wyniku 5,00 jest i tak wysoką oceną, jednak w kolejnej edycji warto zadbać o ten bardzo ważny obszar.



Rycina 11. Satysfakcja zawodników z poszczególnych elementów Festiwalu w 2016 i 2017 roku

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

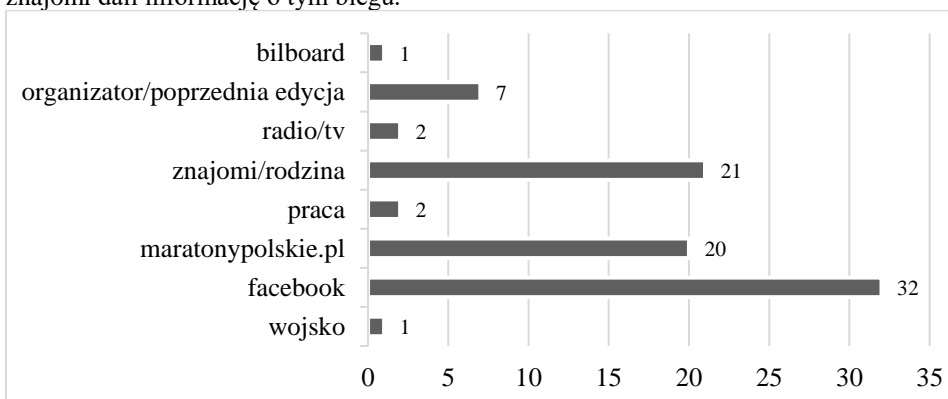
Na rycinie 12. przedstawiono wyniki dotyczące uzyskania przez respondentów rekordu życiowego, a więc elementem który może weryfikować (choć nie jest to równoznaczne) z szybkością trasy. 61% startujących pobiło swój wcześniejszy wynik (wynik bez respondenta, który brał udział 1. raz w imprezie biegowej). Dzieliąc respondentów na konkurencje w której brali udział, 53,6% respondentów – kończących półmaraton i 64,9% respondentów startujących w biegu na 10 km pobiło swój rekord. Przyglądając się tym wynikom, przyczyną różnic w rekordach, oprócz bardziej wymagającego dystansu, a więc i przygotowania, mogła być pogoda jak i szybkość trasy.



Rycina 12. Uzyskanie rekordu życiowego przez respondentów

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Na rycinie 13. zaprezentowano informacje, które mogą przydać się organizatorom do określenia kierunku promocji wydarzenia. Najczęstszym sposobem źródła informacji o PKO Bydgoskim Festiwalu Biegowym były reklamy umieszczone na portalu facebook. Warto również zauważyć jak dużo było wskazań, że to rodzina i znajomi dali informację o tym biegu.



Rycina 13. Źródło informacji o 2. PKO Bydgoskim Festiwalu Biegowym

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Zakończenie

Trudno jest stworzyć uniwersalne narzędzie do badania uczestników imprez sportowych (zawodników, kibiców, sponsorów, media i in.). O ile narzędzie jest trudne

do stworzenia, o tyle łatwiej jest z określeniem czy wydarzenie spełniło oczekiwania, poprzez porównanie liczby uczestników w następnej edycji eventu. Przeprowadzanie badań satysfakcji (jak również rozmowy z uczestnikami, śledzenie opinii na portalach społecznościowych) jest lepsze ze względu na możliwość zebrania informacji zwrotnej z danej imprezy i naprawienie tego przy kolejnej edycji. W przypadku realizowanego badania, najniższą średnią uzyskała szybkość trasy, czyli czynnika który niekoniecznie musi być najważniejszym motywatorem do wzięcia udziału w konkretnym biegu. Realizując takie badanie można także zapytać się o możliwości kierunku rozwoju imprezy jak choćby wprowadzenie większej liczby dystansów czy dodatkowych atrakcji jak strefy food truck'ów, zdrowia, czy imprez towarzyszących dla dzieci (Ivashchenko i in. 2018).

Literatura

- Druz V.A., Iermakov S.S., Nosko M.O., Shesterova L.Ye., Novitskaya N.A. The problems of students' physical training individualization. *Pedagogics, psychology, medical-biological problems of physical training and sports*, 2017;2:51–59. doi:10.15561/18189172.2017.0201
- Dzięgiel A. Badanie satysfakcji z udziału w masowej imprezie biegowej na przykładzie RUN TORUŃ – Zwiedzaj ze Zdrowiem! *Journal of Education, Health and Sport*, 2016; 6(8), s. 768-779. doi: 10.12775/QS.2016.021
- Dzięgiel A. Satisfaction survey of basketball fans at the example of the club Twarde Pierniki. *Quality in Sport* 2016; 4(2):7-19.
- Ivashchenko O.V., Iermakov S.S., Khudolii O.M., Yermakova T.S., Cieślicka M., Harkusha S.V. Simulation of the regularities of physical exercises learning process of boys aged 8 years old. *Pedagogics, psychology, medical-biological problems of physical training and sports*, 2018;22(1):11–16. doi:10.15561/18189172.2018.0102
- Łuczak J. (2014), Badanie satysfakcji klientów imprez biegowych [w:] Z. Waśkowski (red.), *Marketing imprez biegowych*, Poznań.
- Shilbury D., Quick S., Westerbeek H. (1998), *Strategic Sport Marketing*, Crows Nest.
- Tomanek M. (2017), Badania marketingowe uczestników podczas imprez sportowych [w:] P. Godlewski, P. Matecki (red.), *Marketing sportowy. Współczesne kierunki rozwoju*, Poznań.
- Waśkowski Z. (2007), Uwarunkowania i sposoby wdrażania orientacji marketingowej w klubach sportowych, Poznań.
- Waśkowski Z., „Profil polskiego biegacza”, Raport z badań, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2014r. i 2016r. www.konferencjabiegowa.pl