

ANDŻELIKA DZIĘGIEL, MATEUSZ TOMANEK

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

SYLWETKA UCZESTNIKA GÓRSKICH IMPREZ BIEGOWYCH

Abstract

The profile of a participant mountain running events

Since 2013, jogging has become the most popular physical activity among Poles, which resulted in the increasing number of people taking part in running events and strong competition among the organizers of such events. The main objective of the study was to determine which of socio-demographic, psychological and economic characteristics are typical of sports tourism participants in the mountain area. The research method was an online survey; more than two hundred runners completed the questionnaire and sent it back. The data thus obtained were used to create the profile of the participant of running events in the mountain area (i.e. active sports tourist) and to conduct market segmentation. The results showed that the active sports tourist is a married male between 31 and 35 years of age, has a university degree and lives in a city with population over 200 thousand. Most of sports tourists are economically active and their gross income is within the range of 2701 to 3800 PLN.

Key words: running events, recreation and tourism activity, sports tourism, motivation, Alpine Style, Anglo-Saxon Style

WPROWADZENIE

Istnieje wiele różnorodnych bodźców wpływających na uprawianie aktywności fizycznej na obszarach recepcji turystycznej. Są to zarówno czynniki społeczne i styl życia, które odgrywają bardzo ważną rolę w zachowaniach turystycznych, jak i specyfika środowiska przyrodniczego (Niezgoda 2008). Wobec tego pasma górskie mogą stanowić swoisty obszar do uprawiania aktywności rekreacyjno-turystycznej¹.

Góry od zawsze były dla człowieka obszarem nadzwyczajnym, trudno dostępnym, budzącym pokorę, lęk, a zarazem zdumienie i fascynację. O wyjątkowości obszarów górskich decydują ich zasoby: wysokie walory krajobrazowe terenu, lecznicze właściwości lokalnych mikroklimatów, czyste środowisko naturalne oraz dzikość przyrody. Na specyfikę obszarów górskich składa się także duży udział lasów i użytków zielonych w powierzchni ogólnej, różnorodność świata zwierzęcego i roślinnego, występowanie źródeł wodnych, w tym wód leczniczych, a także bogactwo folklorystyczne (Ślusarz i Kadyjewski 2010). Dzięki tym atutom

¹ Aktywność turystyczno-rekreacyjna rozumiana jako różnorodne formy zagospodarowania czasu wolnego podejmowane dla przyjemności (m.in. odpoczynek, rozrywka, samodoskonalenie, uprawianie aktywności fizycznej) na obszarze recepcji turystycznej.

góry stwarzają atrakcyjne warunki nie tylko do rozwoju lecznictwa sanatoryjnego, ale również turystyki, sportu i rekreacji.

Tereny górskie są miejscem szczególnym, w którym można doświadczyć wielu wrażeń estetycznych, integrować się z przyrodą i uprawiać aktywność fizyczną lub spędzać czas na poznawaniu otaczającego środowiska i samego siebie (Paruzel 2010). Wyróżnić można wiele motywów, czyli doznań pobudzających jednostkę ludzką do działania, skłaniających do bytowania na obszarze górskim albo powstrzymujących ją od tego. Naukowcy wyodrębniają liczne źródła bodźców aktywności rekreacyjno-turystycznej – od niezaspokojonych potrzeb psychologicznych, chęci pobudzenia wzorców afektywnych do zaktywizowania własnych zainteresowań (Gracz i Sankowski 2001). W odniesieniu do osób aktywnie uprawiających turystykę można wskazać aż siedem typów motywacji do podejmowania dowolnej formy rekreacji fizycznej, w tym na obszarach górskich. Typy poszczególnych motywacji wraz z ich opisem zaprezentowano w tabeli 1. Wśród czynników skłaniających do przebywania w górach można wyróżnić cztery podstawowe bodźce: biologiczne, społeczne, poznawcze oraz potrzebę wrażeń zmysłowych (Moroń 2010).

Tabela 1. Typy motywacji osób uprawiających rekreację fizyczną

Typ	Nazwa motywacji	Opis
I	aktywnościowo-hedonistyczna	rekreacja fizyczna wynikająca z biologicznej potrzeby ruchu
II	relaksowo-katartyczna	rekreacja fizyczna stanowiąca formę ucieczki od codzienności i rozładująca napięcia i stresi psychiczne
III	zdrowotno-higieniczna	rekreacja fizyczna wpływająca na poprawę lub utrzymanie zdrowia, sprawności fizycznej, sylwetki, urody, dobrego samopoczucia
IV	społeczno-towarzyska	rekreacja fizyczna umożliwiająca nawiązywanie kontaktów towarzyskich oraz grupowe spędzanie czasu wolnego
V	„poszukiwacz przygody”	rekreacja fizyczna dostarczająca silnych wrażeń i emocji związanych z ryzykiem, niepewnością, walką z siłami natury, przeciwnikiem lub samym sobą
VI	ambicjonalna	rekreacja fizyczna umożliwiająca sprawdzenie siebie i dowartościowanie np. dzięki zwycięstwu w rywalizacji sportowej
VII	poznawczo-edukacyjna	rekreacja fizyczna umożliwiająca poznanie i doświadczenie czegoś nowego, samodoskonalenie, rozwijanie własnych zainteresowań

źródło: opracowanie własne na podstawie pracy Gracza i Sankowskiego (2001)



Rycina 1. Górskie imprezy biegowe w obrębie turystyki sportowej

Od 2013 r. bieganie rekreacyjne jest najczęstszą formą sportu uprawianą przez grono zwolenników aktywności ruchowej. W związku z tym na rynku sportowym pojawia się coraz więcej imprez (ok. 2800 zawodów zarejestrowanych w internetowym kalendarzu eventów biegowych w 2013 r.), a frekwencja podczas jednego wydarzenia zaczyna przekraczać 10 tys. zawodników (Dzięgiel 2014). Ponadto coraz więcej osób bierze czynny udział w specyficznych biegach rozgrywanych na obszarach górskich². W następstwie tego zjawiska górskie imprezy biegowe zaczynają stanowić nowy produkt na rynku usług turystyki sportowej.

Wyjaśniając pojęcie turystyki sportowej, można kierować się elementami opisującymi sedno turystyki, jednak główny motyw wyjazdu musi zostać uściślony do aspektu sportowego. Pełną i rozbudowaną definicję pojęcia podaje m.in. Gaworecki (2000). Według tego autora turystyka sportowa stanowi sprecyzowaną podróż w aspekcie przestrzennym i czasowym, którą równocześnie warunkuje motyw poznawczy w stosunku do konkretnych miejsc, jak też chęć uprawiania aktywności fizycznej lub bezpośredniej obserwacji współzawodnictwa, a także uczestnictwo w imprezie sportowej w charakterze wolontariusza. Wobec tego warto zauważyć, że kluczowym elementem turystyki sportowej są wydarzenia determinujące dwie formy ruchu turystycznego: aktywne uczestnictwo – start w zawodach albo pasywne uczestnictwo – kibicowanie sportowcom. Osoby podróżujące w celu wzięcia udziału w imprezach biegowych, jak i towarzyszący im kibice to podmioty turystyki sportowej. Stąd zawody biegowe, zarówno uliczne, na orientację, jak i rozgrywane na obszarze gór, należy uznać za jeden z rodzajów wydarzeń składających się na turystykę sportową (ryc. 1).

Istnieje wiele pozycji popularnonaukowych poświęconych miłośnikom biegania, wielkim gwiazdom maratonów, problemom z kontuzjami, a także poradami dotyczącymi właściwej diety dla sportowców. Brakuje jednak publikacji naukowych obejmujących sfery organizacji eventów sportowych i aspekty uwzględniające wzrost ruchu turystycznego w miejscowościach, w których odbywają się imprezy biegowe (Waśkowski 2014). Wobec tego odpowiednie skonstruowanie ofert turystycznych dla sportowców lubiących biegi górskie wymaga znajomości potrzeb, preferencji oraz motywacji ich potencjalnych nabywców.

² Brakuje ujednoczonej, powszechnie akceptowanej definicji biegu górskiego. Można jednak uznać, że bieg górski to specyficzne zawody rozgrywane w górach, gdzie suma przewyższeń stanowi nie mniej niż 5% w stosunku do długości dystansu, a w przypadku biegu długiego (półmaratonu i dystansu dłuższego) – nie mniej niż 3%. W Polsce w 2010 i 2011 r. odbyło się ponad 50 biegów górskich, w których wzięło udział 7 tys. uczestników (www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/).

CEL BADAŃ

Głównym celem niniejszego artykułu jest sprecyzowanie sylwetki uczestnika górskich imprez biegowych, czyli określenie, jakimi cechami społeczno-demograficznymi, psychologicznymi i ekonomicznymi charakteryzuje się uczestnik turystyki sportowej uprawianej na obszarach pasm górskich. Rozpoznanie i opisanie tego typu turysty jest niezbędne, aby odpowiedzieć na pytania, z czego wynika zainteresowanie tą formą aktywności rekreacyjno-turystycznej i z jakich względów przeżywa ona tak dynamiczny rozwój w ostatnim okresie. Dzięki przeprowadzonym na potrzeby pracy badaniom stworzono profil odbiorcy usług sportowo-turystycznych oferowanych na obszarach górskich.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badanie przeprowadzono w czerwcu w 2014 r. Zastosowano ankietę internetową, wykorzystując elektroniczną wersję kwestionariusza. Wybór terminu pomiaru nie był przypadkowy, ponieważ badanie rozpoczęto dzień po zakończeniu jednej z największych imprez biegowych odbywających się na obszarze gór, a mianowicie rozgrywanego w Bieszczadach Biegu Rzeźnika (ok. 1200 zawodników). Dobór próby do pomiarów był celowy. Respondentami mogli zostać wyłącznie turyści będący osobami aktywnymi fizycznie, uczestniczącymi aktywnie w co najmniej jednej imprezie biegowej organizowanej na obszarze pasm górskich. Dzięki pomocy administratorów witryn internetowych poświęconych tematyce biegów górskich³ w rozpowszechnieniu informacji o badaniu udało się uzyskać satysfakcjonującą wielkość próby (213 osób).

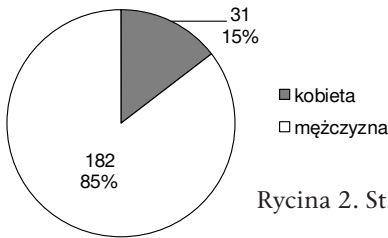
Kwestionariusz został podzielony na pięć części, które obejmowały pomiar czterech aspektów badawczych oraz profil respondenta. W pierwszej kolejności zbadano doświadczenie biegowe, następnie preferencje i motywacje udziału w górskich imprezach biegowych, zagadnienia związane z rynkiem sprzętu sportowego oraz kwestie dotyczące turystyki sportowej. W niniejszej pracy omówione zostały wyniki pomiarów wyżej wymienionych aspektów poza rynkiem sportowym.

Całościowe ujęcie tematu wymagało również kwerendy literatury. Na potrzeby opracowania skorzystano z kilku źródeł informacyjnych udostępnionych w formie papierowej lub w postaci elektronicznej. Najbardziej aktualne dane pozyskano z zasobów Internetu. Ponadto część informacji stanowiły doświadczenia i obserwacje własne.

WYNIKI

Na podstawie profilu respondenta zbadano, jakie cechy społeczno-demograficzne ma osoba, która podróżuje w celu wzięcia aktywnego udziału w górskich imprezach biegowych. W analizie uwzględniono płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, stan cywilny i miesięczny dochód brutto.

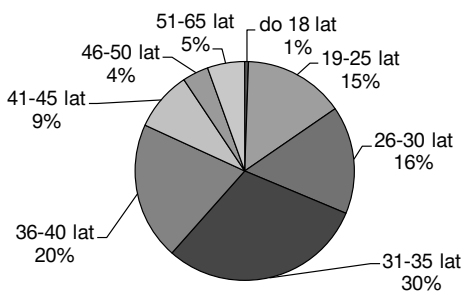
³ Szczegółne podziękowania autorzy pracy składają Panu Piotrowi Kozakowi (www.biegigorskie.pl) i Pani Aleksandrze Gryciuk (www.festiwalbiegowy.pl).



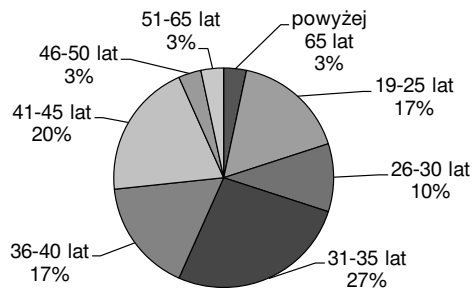
Rycina 2. Struktura płci respondentów

Z analizy struktury płci zaprezentowanej na rycinie 2 wynika, że zdecydowaną większość miłośników biegów górskich stanowili mężczyźni – 85% ogółu respondentów (tj. 182 osoby), a pozostałe 15% próby – kobiety (31 osób). Statystyki imprez biegowych wskazują, że taka proporcja płci jest zauważalna na zdecydowanej większości imprez biegowych, gdzie kobiety stanowią przeciętnie 10–20% wszystkich uczestników. Warto jednak dodać, że liczba kobiet jest uzależniona od rodzaju imprezy. Im bieg ma bardziej rekreacyjny charakter, tym startuje w nim więcej kobiet – inaczej niż w przypadku eventu mającego rangę mistrzowską lub zawodów, podczas których zawodnicy starają się osiągać wysokie rezultaty sportowe, a pokonanie dystansu wymaga odpowiednich umiejętności i bardzo dobrego przygotowania psychofizycznego.

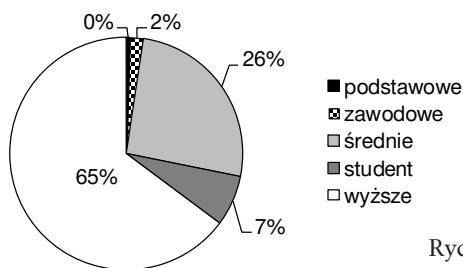
Charakteryzując strukturę wiekową respondentów, zastosowano osiem przedziałów wiekowych o średniej rozpiętości pięciu lat. Najwięcej badanych turystów biegających stanowiły osoby mające 31–35 lat (30%). Drugą w kolejności grupą byli respondenci w wieku 36–40 lat (20%), a trzecią – w wieku 26–30 lat (16%). Osoby w wieku do 25. roku życia stanowiły 15% ankietowanych turystów. Respondenci w wieku powyżej 45 lat stanowili zaledwie 9% badanych. Osoby w dojrzałym wieku, między 51–65 rokiem życia, również aktywnie uczestniczyły w górskich imprezach biegowych i stanowiły 5% ogółu ankietowanych. W pomiarach nie wzięli udziału respondenci mający powyżej 65 lat. Można wnioskować, że najliczniejszą grupą miłośników biegania w górach były osoby w wieku między 30. a 45. rokiem życia (60% ogółu respondentów biorących udział w niniejszym badaniu). Analizując strukturę wieku według płci (ryc. 3 i 4), należy zaznaczyć, że zarówno wśród kobiet (27% ogółu), jak i mężczyzn (30% ogółu) najliczniejszą grupę tworzyły osoby między 31. a 35. rokiem życia. Więcej mło-



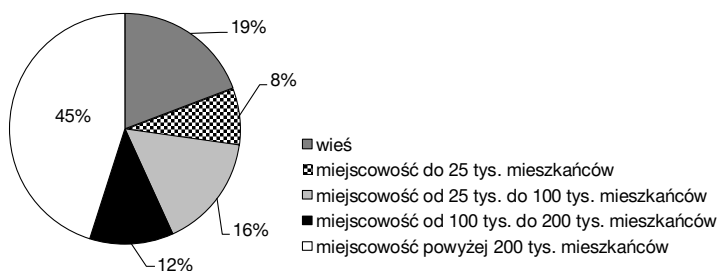
Rycina 3. Struktura wieku respondentów – mężczyźni



Rycina 4. Struktura wieku respondentów – kobiety



Rycina 5. Wykształcenie respondentów

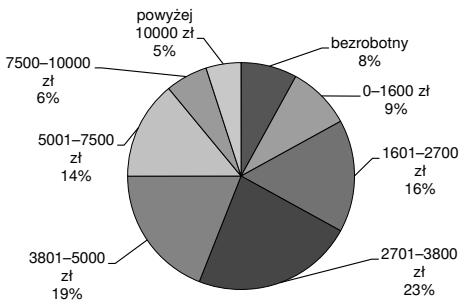
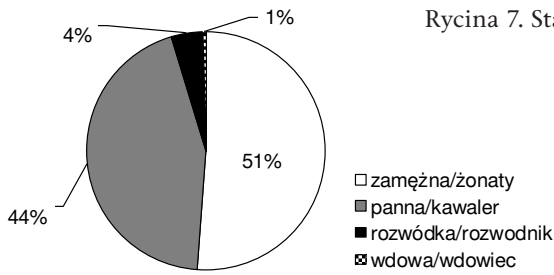


Rycina 6. Miejsce zamieszkania respondentów

dych mężczyzn – w wieku do 30. roku życia – uczestniczyło w biegach górskich (32%) niż kobiet w tym samym wieku (27% ogółu respondentek). Co ciekawe, więcej kobiet w wieku 41–65 lat brało udział w górskich imprezach biegowych (26%) niż mężczyzn w tym samym przedziale wiekowym (18%).

Analizie poddano również poziom wykształcenia respondentów. W czasie trwania badania zdecydowana większość ankietowanych osób podała informację o ukończonych studiach wyższych (ryc. 5). Aż 135 badanych zadeklarowało, że ma co najmniej dyplom z tytułem magistra – stanowiło to 65% ogółu respondentów. Spośród ankietowanych 26% osób było studentami i kontynuowało swoją edukację. Turyci wyłącznie z wykształceniem zawodowym stanowili zaledwie 2% ogółu zbadanych. Można przypuszczać, że wraz z nabywaniem odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji wzrasta świadomość człowieka o potrzebie ruchu w celu zachowania zdrowia, odpowiedniej kondycji psychofizycznej. Stąd w niniejszym badaniu zdecydowana większość badanych osób miała ukończone studia wyższe.

Pytanie dotyczące miejsca zamieszkania było ograniczone pięcioma odpowiedziami wskazującymi, czy jest to wieś, czy miasto o określonej, wyznaczonej przez autorów, liczbie mieszkańców (ryc. 6). Wyniki badań wykazały, że najczęściej respondentów pochodziło z miast powyżej 200 tys. mieszkańców – 45% ogółu badanych osób. Liczebność w kolejnych grupach była zbliżona, jednak na drugim miejscu pod względem wielkości próby znalazły się osoby mieszkające na terenach wiejskich (19% ogółu respondentów). Na obszarze małych miast, liczących 25–100 tys. mieszkańców, zameldowanych było 16% ogółu ankietowanych osób, a w pozostałych miastach (do 25 tys. i 100–200 tys. mieszkańców) – nie więcej niż 12% badanych turystów. Stąd należy wnioskować, że w górskich imprezach biegowych biorą udział głównie mieszkańcy dużych

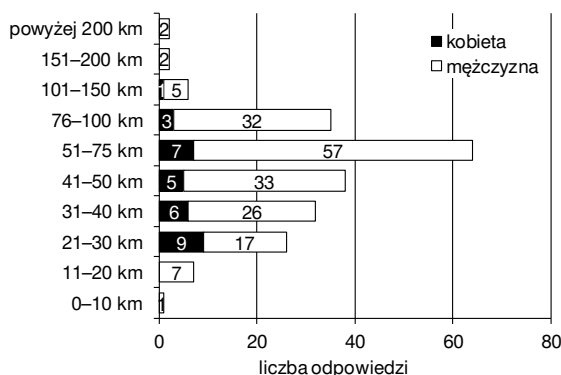


miast, chcący przebywać w środowisku naturalnym, z dala od zurbanizowanego i uprzemysłowionego świata.

Kolejną z analizowanych charakterystyk stanowił stan cywilny (ryc. 7). Najbardziej propagowany w społeczeństwie model rodziny – związek małżeński – zadeklarowało 51% respondentów. Pozostałą część, 44% ankietowanych, stanowiły panny lub kawalerzy będący singlami⁴, albo osoby pozostające w nielegalizowanych związkach partnerskich. Spośród respondentów 4% stanowiły osoby, które w okresie badania były wdowcami (wdowami). W kontekście podjętych badań status cywilny związany jest z liczebnością osób przybywających na imprezę, ponieważ im większa liczba członków rodziny (w przypadku związku małżeńskiego z dziećmi), tym przypuszczalnie więcej turystów odwiedzających miejscowość, w której odbywa się bieg górski.

Ostatnie pytanie w metryczce dotyczyło średnich miesięcznych dochodów brutto (ryc. 8). W okresie badania zarobki wynoszące 2701–3800 zł otrzymywało najwięcej ankietowanych osób (23%). Nieco mniej liczną grupę tworzyli turyści biegający z dochodem miesięcznym w granicach 3801–5000 zł (19%). Spośród badanych osób 16% miało zarobki niższe – 1601–2700 zł. Na uwagę zasługuje to, że wynagrodzenie powyżej 5000 zł uzyskiwała dokładnie co czwarta ankietowana osoba. Niskie źródła dochodów, poniżej 1601 zł, zadeklarowało zaledwie 9% respondentów, natomiast pozostałe 8% stanowiły osoby niemające zatrudnienia.

⁴ Singiel rozumiany jako osoba żyjąca w pojedynkę z własnego, świadomego wyboru lub z przyczyn losowych.



Rycina 9. Liczba przebytych kilometrów w ciągu tygodnia przez respondentów

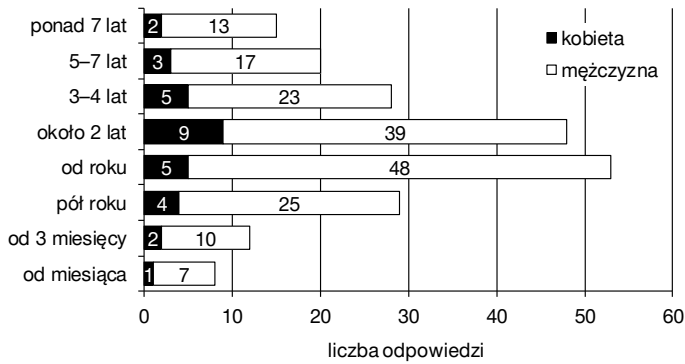
Niewykluczone jednak, że osoby bezrobotne należały w większości do grona studentów. Duży odsetek osób pracujących może świadczyć o tym, że bieganie (aktywny relaks) stanowi jeden z elementów stylu życia, a udział w imprezach górskich to sposób na odpoczynek od obowiązków i napięć dnia codziennego.

W niniejszym badaniu dodatkowo sylwetkę respondenta poszerzono o aspekty związane z doświadczeniem biegowym, czyli uprawianiem biegania (w tym formy rekreacyjnej) oraz udziałem w imprezach rozgrywanych na obszarze pasm górskich.

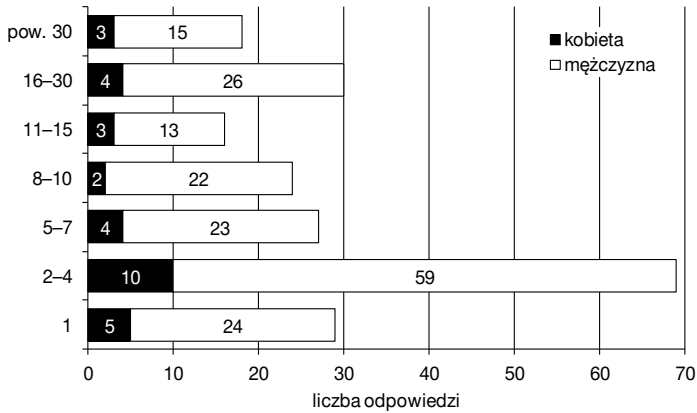
Na podstawie analizy stopnia wytrenowania, czyli liczby pokonywanych kilometrów w ciągu tygodnia, stwierdzono, że najwięcej osób – 6 (30% respondentów) – zadeklarowało, że zazwyczaj przebiegały 51–75 km w ciągu siedmiu dni (ryc. 9). Spośród ankietowanych osób 18% biegało 41–50 km w tygodniu. Prawie 20% respondentów pokonywało co najmniej 76 km, co należy uznać za trenowanie ze znaczną intensywnością, określoną jako poziom zaawansowany. W przypadku kobiet najwięcej respondentek biegało tygodniowo 21–30 km (29%), a nieco mniej – 51–75 km (23%). Można wnioskować, że w górskich imprezach biegowych w większości startują osoby, które regularnie uprawiają sport i których organizm jest odpowiednio przygotowany pod względem psychofizycznym do wystartowania w tych specyficznych zawodach.

Kolejnych pięć pytań odnosiło się do doświadczenia związanego z udziałem w imprezach biegowych rozgrywanych na obszarach pasm górskich. Najpierw zapytano respondentów, od jakiego czasu od rozpoczęcia pierwszych treningów biegowych zaczęli brać aktywny udział w biegach górskich (ryc. 10). Najwięcej osób, dokładnie co czwarty ankietowany turysta biegający, trenowało co najmniej rok, zanim wystartowało w biegu górskim (53 osoby). Nieco mniej liczna grupa, 23% respondentów, miała co najmniej dwuletnie doświadczenie biegowe (48 osób), w tym również najwięcej kobiet – 23% (9 osób).

Następnie poproszono ankietowanych o wskazanie liczby imprez górskich, w których brali dotychczas udział (ryc. 11). Najliczniejsza grupa badanych osób, 32% ogółu (59 biegaczy i 10 biegaczek), uczestniczyła co najmniej w dwóch, a nie więcej niż czterech górskich eventach. Spośród respondentów 14% (30 osób) wystartowało w co najmniej 16, a nie więcej niż w 30 biegach rozgrywanych na ob-



Rycina 10. Przygotowanie do startów w biegach górskich

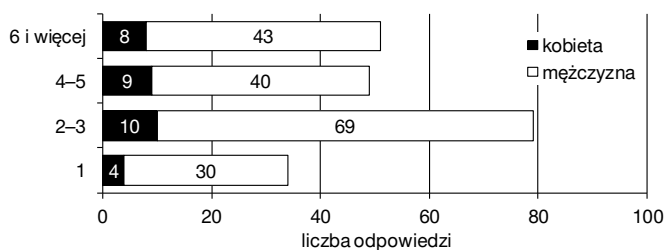


Rycina 11. Liczba biegów górskich, w których wystartowali respondenci

szarze gór. Powyżej 30 tych swoistych eventów na swoim „koncie startowym” zadeklarowało 8% respondentów. Warto zauważyć, że uzyskane wyniki wskazują na dość duże doświadczenie w uczestnictwie w biegach górskich.

Kolejne pytanie było powiązane z poprzednim i dotyczyło przeciętnej liczby pokonywanych biegów górskich w ciągu roku kalendarzowego (ryc. 12). Większość badanych turystów biegających (w tym także najwięcej procentowo kobiet) uczestniczyło średnio w 2–3 zawodach rozgrywanych na obszarach górskich (37% ogółu, 79 osób). Spośród ankietowanych 24% sportowców rokrocznie biegało co najmniej 6 razy w omawianych eventach, a nieco mniej (23%) – 4–5 razy.

Następne dwa pytania zadano, by uzyskać informację o tym, na których obszarach spośród wymienionych pasm górskich respondenci brali udział w zawodach biegowych, czyli sprecyzowanie popularności poszczególnych górskich rejonów turystycznych. Ankietowani wymienili aż 24 polskie pasma górskie. Wyniki badań wykazały, że najwięcej osób wystartowało w biegach rozgrywanych na terenie Beskidu Żywieckiego i w Bieszczadach – dokładnie po 44% ogółu respondentów, następnie w Tatrach – 43%, oraz w Beskidzie Sądeckim (37%), Karkonoszach i Beskidzie Śląskim – po 35%, w Gorcach – 29% oraz w Pieninach 22%.



Rycina 12. Przeciętna liczba pokonywanych biegów górskich w ciągu roku kalendarzowego

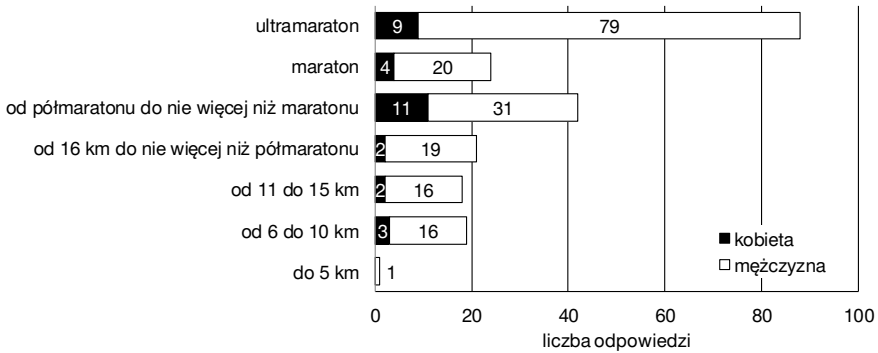
Na obszarach pozostałych wymienionych pasm nie uczestniczyło w imprezie biegowej więcej niż 19% ankietowanych osób. Kolejne zagadnienie dotyczyło opinii respondentów na temat tego, które spośród wymienionych pasm są najbardziej odpowiednie do organizacji imprez biegowych. Aż 61% wskazało na Bieszczady, a nieco mniej – 53% – na Tatry i 40% – na Karkonosze. Od 38 do 33% respondentów wyróżniło również Beskid Żywiecki, Sądecki i Śląski oraz Góry Stołowe i Gorce.

Dalsza część badania stanowiła analizę preferencji i motywacji respondentów dotyczących udziału w imprezach biegowych na obszarze gór. Pierwsze pytanie miało na celu uzyskanie odpowiedzi na pytanie, który spośród stylów biegów górskich jest najbardziej lubiany i wybierany przez respondentów. Wyróżniono dwa zasadnicze typy⁵: alpejski – rozumiany jako bieg, którego trasa w przeważającej części prowadzi pod górę, zazwyczaj na szczyt, np. Bieg na Górę Żar, gdzie na odcinku trasy liczącej 6,8 km suma łącznych przewyższeń wynosi +411 m lub Bieg na Śnieżnik – trasa: 12 km, przewyższenie: +1150 250 m, oraz typ anglosaski – rozumiany jako bieg, którego trasa prowadzi na zmianę raz w górę, a raz w dół, np. Bieg Rzeźnika, Maraton Karkonoski i Maraton Gór Stołowych. W proponowanych odpowiedziach uwzględniono także dwie dodatkowe opcje mówiące o tym, że styl nie ma znaczenia, oraz że respondent nie potrafi rozróżnić wymienionych typów. Najwięcej badanych turystów (45%) preferowało styl anglosaski, czyli naprzemienne pokonywanie wzniesień i spadków w terenie. Spośród badanych 37% stwierdziło, że styl nie ma dla nich znaczenia, a 9% wybrało bieg alpejski, czyli bieg od startu do mety pod górę. Jedyne co dziesiąta osoba nie rozróżniała powyższych rodzajów biegów.

Na podstawie odpowiedzi respondentów na kolejne pytanie zanalizowano najbardziej odpowiedni dystans biegu rozgrywanego na obszarze pasm górskich (ryc. 13). Dla największej liczby respondentów (41%) okazał się to ultramaraton⁶, a o połowę mniej osób wskazało na dystans od półmaratonu do maratonu, w tym najczęściej ogółu kobiet (35%). Co ciekawe, mniejszym zainteresowaniem cieszyły się biegi na krótszych dystansach i maraton – te opcje wskazało nie więcej niż 11% respondentów.

⁵ Informacje zaczerpnięte ze strony www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/.

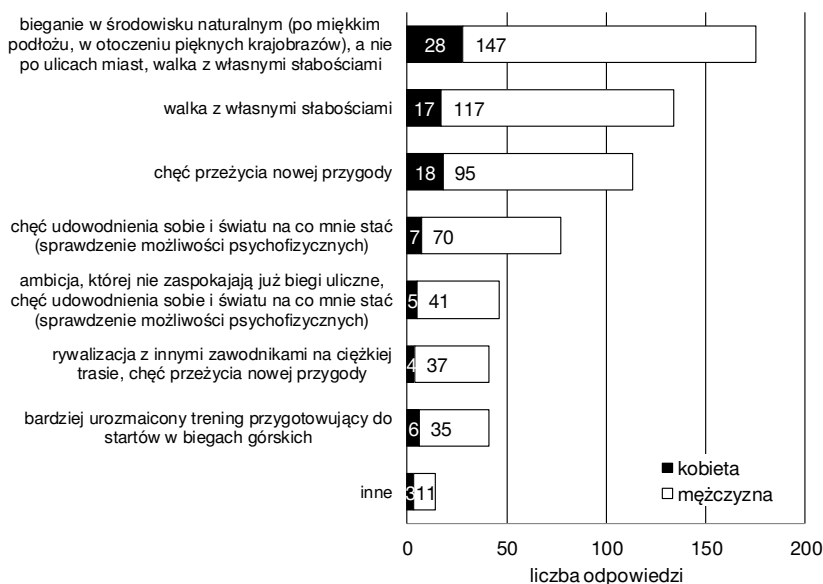
⁶ Ultramaraton rozumiany jako bieg na dystansie powyżej 42,195 km.



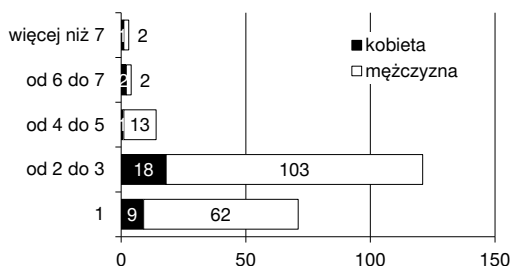
Rycina 13. Preferowany dystans w biegach górskich

Obszary górskie mają swoisty charakter i dlatego motywacje do udziału w biegach górskich są różne. Według wyników jednego z badań przeprowadzonych wśród biegaczy (N = 314) głównym motywem rozpoczęcia przygody z joggingiem była praca nad kondycją fizyczną, a w dalszej kolejności poprawa nastroju, chęć zachowania zdrowia i właściwej sylwetki ciała, co zgodnie z tabelą 1 należy do motywacji zdrowotno-higienicznej (Dzięgiel 2014). W przypadku specyficznych biegów górskich zasadniczy motyw udziału nie jest przede wszystkim skupiony wokół aspektów kondycyjnych i działań profilaktycznych związanych ze zdrowiem. Aż dla 82% badanych turystów biegających (175 osób), w tym dla 90% ankietowanych kobiet (28 osób), to bieganie w środowisku naturalnym, po miękkiej nawierzchni, w otoczeniu zdumiewających krajobrazów, różnorodnej fauny i flory, stanowi sedno zainteresowania imprezami górskimi (ryc. 14). W dalszej kolejności respondenci wskazywali na pokonywanie własnych słabości psychofizycznych na wymagającej trasie biegu (63% ogółem, w tym 55% kobiet). Ponad połowa ankietowanych osób (64%) jako odpowiedź podała także chęć przeżycia nowej przygody, co w przekonaniu Gracza i Sankowskiego oznacza V typ motywacji do uprawiania rekreacji fizycznej („poszukiwacz przygody”) (Gracz i Sankowski 2001). Następnie ankietowani wymieniali chęć udowodnienia sobie i światu na co ich stać (37%), ambicję niezaspokojaną już podczas biegów ulicznych (22%) oraz rywalizację z innymi zawodnikami na ciężkiej trasie i bardziej urozmaicony trening przygotowujący do startów w biegach górskich (po 19% wskazań ogółu respondentów).

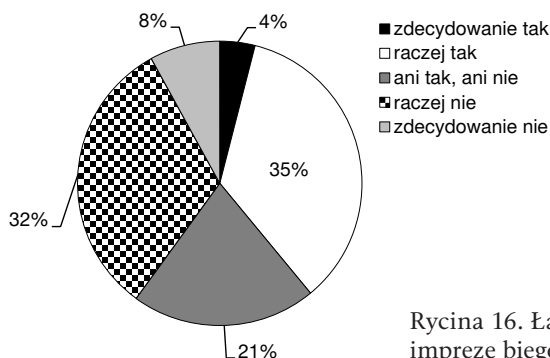
Charakteryzując obraz respondentów ze względu na wyjazdy związane z imprezami biegowymi, zbadano także zagadnienia łączące się z turystyką sportową. Zapytano o średnią liczbę dób spędzanych w miejscowości górskiej, w której odbywa się wydarzenie rekreacyjno-sportowe (ryc. 15). Okazało się, że najczęściej respondentów (57%, 121 osób) nocowało co najmniej dwukrotnie w miejscowości, w której zorganizowano event biegowy, przebywając w niej 2–3 dób. Tę odpowiedź wybrało również proporcjonalnie najczęściej kobiet – 58% ogółu respondentek. Dokładnie co trzecia ankietowana osoba na uczestnictwo w imprezie biegowej na obszarze gór poświęciła nie więcej niż jedną dobę.



Rycina 14. Motywy udziału w biegach górskich

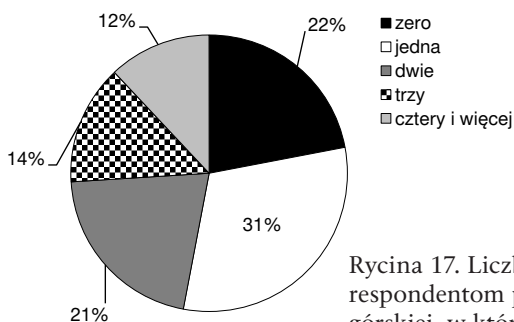


Rycina 15. Średnia liczba dni spędzanych w miejscowości górskiej, w której organizowana jest impreza biegowa



Rycina 16. Łączenie wyjazdu na górską imprezę biegową z urlopem

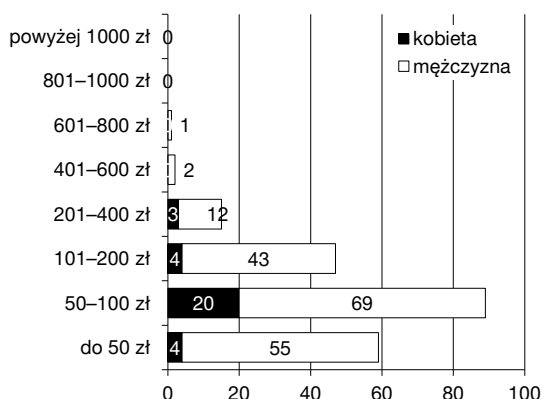
Kolejne pytanie dotyczyło tego, czy respondenci łączą wyjazd na górską imprezę biegową z urlopem w miejscowości, w której organizowana jest impreza sportowa (ryc. 16). Uzyskano proporcjonalnie podobne wyniki: 39% badanych odpowiedziało pozytywnie, w tym najwięcej respondentów (35%) „raczej tak”, oraz 40%



Rycina 17. Liczba osób towarzyszących (kibicujących) respondentom przyjeżdżających do miejscowości górskiej, w której odbywa się impreza biegowa

– negatywnie, w tym 32% „raczej nie”. Aż co piąta osoba nie potrafiła jednoznacznie wyrazić swojego zdania. Należy jednak zauważyć, że więcej niż 1/3 ankietowanych osób, wybierając miejsce na spędzenie wakacji, kierowała się możliwością wystartowania także w imprezie biegowej odbywającej się na obszarach górskich.

W następnym pytaniu zbadano liczbę osób towarzyszących turystom biegającym w podróży na event górski, czyli tzw. kibiców nieuczestniczących aktywnie w zawodach (ryc. 17). Z analizy danych wynika, że najczęściej respondentów zazwyczaj wybierało się na wydarzenia z jedną osobą towarzyszącą (31%). Mniej liczna grupa ankietowanych turystów przyjeżdżała na zawody bez osób towarzyszących lub z innymi biegaczami (22%), a o jeden procent mniej respondentów podróżowało z dwoma towarzyszami. Spośród ankietowanych 14% przyjeżdżało na zawody z trzema kibicami, a pozostałe 12% z co najmniej czterema niebiegającymi turystami. Można przypuszczać, że im więcej osób towarzyszących przyjeżdża na masowe wydarzenie sportowe wraz z biegaczami, tym większe środki pieniężne pozostają w miejscowości górskiej, w której organizowana jest dana impreza biegowa.



Rycina 18. Średnie dzienne wydatki ponoszone przez respondentów na korzystanie z bazy noclegowej, gastronomicznej, transportowej i towarzyszącej podczas pobytu w miejscowości górskiej, w której odbywa się impreza biegowa

Ostatnie pytanie kwestionariusza dotyczyło tego, ile średnio dziennie pieniędzy wydawali respondenci na usługi noclegowe, gastronomiczne i towarzyszące w miejscowości, w której odbywa się impreza sportowa (ryc. 18). Okazało się, że 42% ankietowanych przeznaczało na te cele przeciętnie 50–100 zł, w tym aż 65% ogółu kobiet, 28% nie przekraczało kwoty 50 zł. Pozostałe 30% ankietowanych osób wydawało pieniądze w przedziale 101–600 zł. Żaden z respondentów nie wskazał na kwotę powyżej 600 zł.

WNIOSKI

Na obszarach pasm górskich można uprawiać różnorodną aktywność rekreacyjno-turystyczną – od wędrówek i biegów na orientację po wymagające specjalistycznego sprzętu i umiejętności wspinaczki. Rozpoznanie struktury i preferencji uczestnika poszczególnych dyscyplin, w tym górskich imprez biegowych, służy właściwemu rozwojowi produktów turystycznych skierowanych do osób uprawiających regularną aktywność fizyczną. Na podstawie uzyskanych wyników badań stworzono sylwetkę uczestnika górskich imprez biegowych, a zarazem turysty sportowego, do którego należy kierować oferty związane z aktywnym wypoczynkiem. Okazał się nim żonaty mężczyzna w wieku między 31. a 35. rokiem życia, wykształcony i dobrze zarabiający (2701–3800 zł brutto) mieszkaniec miasta powyżej 200 tys. mieszkańców. Osoba ta trenuje na poziomie zaawansowanym, pokonując 51–75 km tygodniowo. Typowy biegacz górski miał co najmniej roczny staż biegowy, zanim po raz pierwszy wystartował w imprezie odbywającej się na obszarze gór, a przeciętnie w okresie roku kalendarzowego w biegach górskich nie uczestniczy częściej niż 2–3 razy. Należy uznać, że zaprezentowane zachowanie to racjonalne podejście do trenowania, ponieważ zbyt duża liczba startów w biegach górskich może powodować różne kontuzje, a w skrajnych wypadkach – nawet wyniszczenie organizmu, uniemożliwiające dalsze uprawianie aktywności fizycznej.

Według biegaczy Bieszczady, Tatry, Karkonosze, Beskid Żywiecki, Sądecki i Śląski, Góry Stołowe oraz Gorce to doskonałe tereny na dalszy rozwój imprez biegowych. Wobec tego, przygotowując nową ofertę wydarzeń sportowych na obszarze pasm górskich, należy wziąć pod uwagę to, że biegacze najbardziej preferują dystans ultramaratoński (więcej niż 42,195 km) pokonywany w stylu anglosaskim (bieg na trasie „góra–dół–góra–dół”) pośród zdumiewających krajobrazów. Bieganie bowiem w środowisku naturalnym, po miękkiej nawierzchni, na świeżym powietrzu, stanowi zasadniczy motyw udziału w biegach górskich, który nie może być zaspokojony podczas biegów ulicznych.

Podróże motywowane udziałem w górskich imprezach biegowych to także wyjazdy turystyczne. Biegacze zazwyczaj na jedną imprezę poświęcają 2–3 dób i zabierają ze sobą jedną osobę towarzyszącą (kibica), a także bardzo często łączą wyjazd na bieg z urlopem w miejscowości, w której odbywa się wydarzenie sportowe. Rozpatrując kwestie ekonomiczne, należy zauważyć, że uczestnicy biegów górskich wydają średnio dziennie 50–100 zł na korzystanie z usług oferowanych w obiektach noclegowych, hotelarskich, transportowych i innych powiązanych z obsługą ruchu turystycznego.

Przykładowo podczas XI edycji Biegu Rzeźnika, rozgrywanej w 2014 r., wystartowało łącznie 597 dwuosobowych drużyn (tj. 1194 biegaczy), a w biegu towarzyszącym – Biegu Rzeźniczka – 416 osób⁷. Na podstawie uzyskanych wyników badań można przypuszczać, że każdy z tych biegaczy zabrał ze sobą co najmniej jednego kibica, co łącznie stanowiłoby 3220 aktywnych i biernych turystów sportowych, którzy prawdopodobnie spędzili co najmniej 2 doby w Bieszczadach i wydali średnio dziennie co najmniej 50 zł. W rezultacie suma wydatków poniesionych przez turystów biegających wyniosłaby nie mniej niż 322 000 zł. Pieniądze te stanowiłyby dochód dla przedsiębiorstw tworzących lokalną gospodarkę turystyczną. Należy również dodać, że osób chętnych do udziału w omawianym biegu było o wiele więcej, niż w nim wystartowało, jednak ze względów organizacyjnych i logistycznych wprowadzono limit, a o uczestnictwie w biegu decydowało jak najszybsze zgłoszenie w momencie uruchomienia systemu rejestracji. Ponadto na terenie miast leżących u podnóża Bieszczadów, tj. w Cisnej, Wetlinie i Ustrzykach Górnych, wszystkie dostępne miejsca noclegowe w weekend, w który odbywa się Bieg Rzeźnika, zarezerwowane są z rocznym wyprzedzeniem.

BIBLIOGRAFIA

- Biegi Górskie – wprowadzenie do tematu. www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/ [data dostępu: 30.06.2014].
- Dzięgiel A. (2014) Profile uczestników imprezy biegowej. [W:] Z. Waśkowski (red.), Marketing imprez biegowych. Bogucki, Poznań, 141–156.
- Gaworecki W.W. (2000) Turystyka. Wyd. 6 zm. PWE, Warszawa.
- Grac J., Sankowski T. (2001) Psychologia w rekreacji i turystyce. AWF, Poznań.
- Komunikat podsumowujący „XI Bieg Rzeźnika. InterRisk dla aktywnych”. <http://www.biegrzeznika.pl/bieg-rzeznika/komunikat-podsumowujacy-xi-bieg-rzeznika-interrisk-dla-aktywnych/> [data dostępu: 30.06.2014].
- Moroń M. (2010) Analiza współzależności między wybranymi charakterystykami psychologicznymi a postawą wobec gór. [W:] R. Kulik, A. Skorupa (red.), Człowiek wobec gór. Perspektywa psychologiczna, filozoficzna, kulturoznawcza. Word-Press, Wrocław, 29–40.
- Niezgoda A. (2008) Wpływ czynników społecznych i stylu życia na podejmowanie aktywności turystycznej i sportowej. [W:] W.W. Gaworecki, Z. Mroczynski (red.), Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia. WSTiH, Gdańsk, Poznań, 150–160.
- Paruzel M. (2010) Konsumpcja gór. [W:] R. Kulik, A. Skorupa (red.), Człowiek wobec gór. Perspektywa psychologiczna, filozoficzna, kulturoznawcza. Word-Press, Wrocław, 125–133.
- Ślusarz G., Kadyjewski R. (2010) Obszary górskie w warunkach konkurencyjnej gospodarki. [W:] A. Czudec (red.), Czynniki kształtujące konkurencyjność regionu górskiego (na przykładzie polskich Karpat). Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, 90–105.
- Waśkowski Z. (2014) Rynek biegowy w Polsce. [W:] Z. Waśkowski (red.), Marketing imprez biegowych. Bogucki, Poznań, 9–17.

⁷ Informacje zaczerpnięte ze strony <http://www.biegrzeznika.pl/bieg-rzeznika/komunikat-podsumowujacy-xi-bieg-rzeznika-interrisk-dla-aktywnych/>.