



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
I ZARZĄDZANIE

ŁÓDŹ - WARSZAWA 2019 | ISSN 2543-8190



TOM
ZESZYT
CZĘŚĆ

Redakcja naukowa:

Maciej Dębski

Urszula Żuławska

Produkt turystyczny

Innowacje - marketing
- zarządzanie



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
I ZARZĄDZANIE

ŁÓDŹ - WARSZAWA 2019 | ISSN 2543-8190

XX

TOM

2

ZESZYT

II

CZĘŚĆ

Redakcja naukowa:

Maciej Dębski

Urszula Żuławska

Produkt turystyczny

Innowacje - marketing
- zarządzanie



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

Zeszyt recenzowany

Redakcja naukowa: Maciej Dębski, Urszula Żuławska

Korekta językowa: Lidia Pernak, Dominika Świech, Witold Kowalczyk

Skład: Witold Kowalczyk

Projekt okładki: Marcin Szadkowski

© **Copyright:** Społeczna Akademia Nauk



ISSN 2543-8190

Wersja elektroniczna publikacji jest wersją podstawową

Dostępna na stronie: piz.san.edu.pl

7 *Wprowadzenie*

Część I

Uwarunkowania rozwoju turystyki

- 11 **Aleksander Panasiuk** | *Produkt turystyczny. Pojęcie, struktura, uwarunkowania kreowania*
- 25 **Krzysztof Cieślowski** | *Rola bezpieczeństwa w zarządzaniu produktem turystycznym*
- 39 **Magdalena Kachniewska** | *Big Data Analysis as a Tool for Predictive Intelligence and Experience Personalization in Tourism*
- 53 **Anetta Majchrzak-Jaszczyk, Jacek Oleksiejuk, Maciej Łuczak** | *Analiza wpływu wybranych czynników makroekonomicznych na popyt turystyczny Polaków w latach 2004–2017*
- 69 **Anetta Majchrzak-Jaszczyk, Agata Stefanowska, Karolina Gołębiaska** | *Analiza wpływu czynników makroekonomicznych i kosztów życia na cenę pokoi hotelowych w wybranych miastach Europy*

Część II

Konsumenci na rynku turystycznym

- 87 **Agata Niemczyk** | *Zachowania turystyczne pracujących i niepracujących reprezentantów pokolenia Z – wybrane problemy*
- 103 **Mateusz Tomanek** | *Profil uczestnika zawodów triathlonowych*

- 121 **Renata Seweryn** | *System preferencji polskiej młodzieży w ocenie atrakcyjności turystycznej destynacji*
- 137 **Piotr Dominik** | *Analiza poziomu zapotrzebowania na turystykę kulinarną w Polsce wśród turystów zagranicznych*

Część III

Zarządzanie w regionie turystycznym

- 155 **Małgorzata Borkowska-Niszczota** | *Czynniki determinujące wpływ klastrów turystycznych na zrównoważony rozwój turystyki w obszarach recepcji*
- 171 **Elżbieta Szymańska, Marta Małecka-Dobrogowska** | *Innowacyjność projektów turystycznych. Przyczynek do badań*
- 187 **Mariya Veleva, Denka Zlateva** | *Analysis of Wine Tourism Development: Tendencies and Perspectives in Varna Region*
- 201 **Marcela R. Contreras L. Silvestre Flores G., Johana I. Estrada S.** | *Tourist Services in the Rural Community*
- 215 **Grażyna Wolska, Iwona Bąk, Joanna Kizielewicz** | *The Implementation of CSR Concept in Tourist Companies in Pomerania Euroregion Based on the Multiple Correspondence Analysis*
- 233 **Teresa Skalska, Ewa Dziedzic, Maciej Dębski** | *Pojęcie, zakres i sposób pomiaru inwestycji turystycznych (na przykładzie Warszawy)*

Część IV

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

- 253 **Urszula Żuławska** | *Ewolucja funkcji schronisk górskich a ekorozwój*
- 265 **Ewa Szulc-Dąbrowiecka** | *Rola wolontariatu w realizacji misji rekreacyjnej warszawskiego ogrodu zoologicznego*
- 279 **Marian Gúčík, Matúš Marciš** | *Forest Tourism in Slovakia: Case Study of Forest Open Air Museum Vydrovo*
- 291 **Anna Maria Wiśniewska** | *Metody zarządzania w przedsiębiorstwie turystyki medycznej*

- 305 **Elżbieta Biernat** | *Aktywność fizyczna jako element oferty hoteli wellness & spa*
- 315 **Stanisław Francuz, Danuta Calińska-Rogala** | *Ocena przystosowania atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami w Polsce*
- 329 **Elżbieta Żuławska-Sobczyk** | *Emblematyczne obiekty architektoniczne a turystyka. Przypadek muzeów miasta Meksyk*

Część V

Innowacyjność w turystyce

- 345 **Hanna Zawistowska** | *Innowacje jako źródło powstawania luk kompetencyjnych w obszarze prawa na przykładzie ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych oraz RODO*
- 365 **Joanna Kizielewicz** | *Zarządzanie ryzykiem w spółkach giełdowych działających na rynku organizatorów turystyki w Polsce*
- 383 **Michał Koskowski** | *"Eventisation" of Culture: A Trend or a Trait in Tourism Destination Management?*
- 395 **Ana María Larrañaga Núñez, Graciela Cruz Jiménez** | *La política turística facilitadora de la innovación en Mazatlán, Méx. Un acercamiento teóricometodológico*
- 409 **Andrzej Szymkowiak** | *Non-homogenic User-generated Content in Tourism*
- 419 **Adam Mazur, Piotr Dominik** | *Pobyty wakacyjne w pustelniach jako intensyfikujący się nurt turystyki klasztornej*
- 437 **Andrzej Szymkowiak, Michał Skubis** | *Why It Is Worth Investigating Virtual Reality in the Context of Tourism*
- 451 **Marianna Sułek, Maksymilian Czeczotko, Hanna Górską-Warsewicz** | *Innowacyjność produktowa jako determinanta rozwoju turystyki kulinarnej*

— |

| —

— |

| —

Wprowadzenie

Sektor turystyczny odgrywa coraz większą rolę w globalnej gospodarce. Według badań Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC) od 2010 r. sektor ten stale rośnie w tempie większym niż cała globalna gospodarka światowa i obecnie w sposób bezpośredni lub pośredni generuje 10,3% światowego PKB, zapewnia ponad 300 mln miejsc pracy, co oznacza, że co dziesiąta osoba zatrudniona w gospodarce związana jest z tym sektorem. W dodatku na ten sektor przypada 20% nowych miejsc pracy. Sektor turystyczny to 6,5% światowego eksportu, a prawie 30% eksportu usług, jednakże niemal 3/4 dochodów z turystyki pochodzi z rynków krajowych. Według „Report on World Tourism Economy Trends 2018” w 2017 r. 77% (łącznie 4,2 bln dol.) wszystkich wydatków na podróże przypadło na podróże rekreacyjne, a 23% – na podróże służbowe. Polski sektor turystyczny generuje ponad 5% PKB.

Szybki rozwój turystyki rekreacyjnej przyczynia się do aktywizacji regionów peryferyjnych, często atrakcyjnych turystycznie. Jednakże pociąga to za sobą szereg wyzwań: kulturowych, organizacyjnych, środowiskowych. Uzależniony jest też od szeregu czynników, w tym od sytuacji makroekonomicznej.

W niniejszym tomie zgromadzone zostały prace badaczy z kilku krajów, poświęcone różnym aspektom rozwoju sektora turystycznego.

Pierwsza część publikacji dotyczy uwarunkowań kreowania produktów turystycznych, w tym bezpieczeństwa i sytuacji makroekonomicznej. W drugiej części zgromadzono prace traktujące o podejściu odbiorców – konsumentów do oferowanych w Polsce produktów turystycznych.

Kolejne publikacje to artykuły dotyczące zarządzania w regionie. Przedstawiono zarówno doświadczenia polskie, jak i niemieckie, bułgarskie i meksykańskie. Zwrócono uwagę na innowacyjność regionalnych projektów turystycznych realizowanych w województwie podlaskim.

Dwie kolejne części tomu to zagadnienia związane z konkretnymi formami produktów turystycznych i specyfiką zarządzania nimi oraz z innowacjami towarzyszącymi zarówno kreowaniu produktów, jak i zarządzaniu nimi. Opracowania dotyczą

— |

| —

— |

| —

Mateusz Tomanek*

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

ORCID: 0000-0002-9527-2513

Profil uczestnika zawodów triathlonowych

A Profile of a Participant of Triathlon Events

Abstract: The article focuses on the characteristics of the profiles of participants of triathlon events. The main purpose of the article is to answer the question of who the participants are (gender, age), how much money they spend on accommodation and food during the competition and what their main reasons to take part in the triathlon events are. The scientific research was conducted using an online survey - by sending an e-mail to the participants one of the largest triathlon event in Poland - Enea Bydgoszcz Triathlon.

Key-words: triathlon, sport, management, marketing, sponsoring

Wstęp

Triathlon to sport łączący trzy dyscypliny: pływanie, kolarstwo i bieg. Najbardziej popularnym dystansem jest dystans olimpijski, na który składa się 1,5 km pływania, 40 km jazdy na rowerze i 10 km biegu. Wzrost zainteresowania triathlonem w Polsce jest odczuwalny na przestrzeni ostatniej dekady i spowodowany szukaniem przez osoby startujące w biegach masowych czegoś nowego. W związku z tym zaangażowanie przedsiębiorstw w sponsorowanie tego typu wydarzeń ma coraz większe znaczenie. Co ciekawe, nie ma zbyt wielu publikacji na temat wykorzystania zawodów triathlonowych jako elementu marketingu sportowego. Z tego też powodu warto najpierw określić zbiorowość, jaką tworzą triathloniści. Określenie motywów uczestnictwa w zawodach triathlonowych sprawdzili Lovett, Barnes, Marley [2018].

* mtomanek@umk.pl

Natomiast Raggiotto, Mason, Moretti i in. [2016] w wyniku swoich badań wyróżnili trzy grupy (klastry) zawodników: 1) obojętnych – traktujących zawody jako hobby, 2) amatorów – dla których ważne są wyniki, jednak triathlon nie odgrywa kluczowej roli w ich życiu, 3) profesjonalistów – którzy wykazują wysokie zaangażowanie w uprawianie triathlonu. Łuczak [2016] zauważa, że przez intensywne przygotowania uczestników do niektórych imprez biegowych czy triathlonowych same wydarzenia sportowe powinno postrzegać się przynajmniej jako półprofesjonalne. Mullin, Hardy, Sutton [2007] opracowali podział uczestników zawodów sportowych ze względu na ich zaangażowanie. Wszystkie te podziały uczestników imprez sportowych, jak zauważają Waśkowski i Jasiulewicz [2017], są istotne ze względu na inne zainteresowania atrybutami nabywanych produktów.

Powyższe wyniki stanowią podstawę do dalszego rozpoznania profilu zawodników, tym bardziej że sponsorzy oczekują od organizatorów informacji o uczestnikach – kim są, jakie są ich oczekiwania, ile są gotowi wydać podczas imprezy sportowej. Shank i Lyberger [2015] zauważyli, że dla sponsorów – oprócz czynników demograficznych (wiek, płeć) – ważna jest również informacja o poziomie satysfakcji uczestników danej imprezy. Mając te informacje, sponsorzy łatwiej podejmują decyzje w zakresie współpracy z organizatorem danego wydarzenia oraz mogą precyzyjnie określić działania marketingowe służące ekspozycji ich marki dla konkretnej grupy odbiorców.

Badania przeprowadzone przez autora w 2017 roku wśród triathlonistów skupiły się na rozpoznawaniu przez nich marek sponsorów. W wyniku tego badania zauważono m.in., że nie zachodzi korelacja między wysokością kwoty zapisanej w umowie sponsorskiej a rozpoznawalnością marki tego sponsora (natomiast zależność zachodzi w przypadku określonych miejsc na trasie – jak meta i ulokowana za nią strefa finishera. W związku z takimi wynikami kolejnym krokiem jest zdefiniowanie samego profilu uczestnika zawodów triathlonowych, aby organizatorzy mogli przygotować indywidualną ofertę dla sponsora, a sponsorzy mogli dotrzeć do konkretnej grupy odbiorców. W związku z tym za cel artykułu podjęto określenie profilu uczestnika imprez triathlonowych.

Przygotowania do zawodów (w tym triathlonu) są zwykle bardziej kosztochłonne niż sam udział w imprezie. Ze względu na brak informacji na temat profilu zawodnika triathlonu (kim jest, czy ma rodzinę, ile pieniędzy wydaje na sprzęt, jak często trenuje, czy bierze udział w obozach treningowych) postanowiono przeprowadzić badania na grupie osób, które startowały w Enea Bydgoszcz Triathlon.

Triathlon

Imprezy triathlonowe – czy to z cyklu IRONMAN, czy tak zwane „speed” – rozgrywane w miastach na krótszych dystansach stają się coraz bardziej popularne. Powodem jest to, że coraz więcej osób szuka bardziej interesujących wyzwań niż biegi uliczne lub górskie. Wzrost liczby uczestników zawodów przekłada się również na większą liczbę rozgrywanych konkurencji. Jest to następstwo m.in. ograniczeń związanych z przepustowością – podczas pływania (bezpieczeństwo zawodników) czy jazdy na rowerze (tym bardziej w formule draftingu, gdzie nie można się kryć za plecami innych uczestników, aby skorzystać z mniejszego oporu powietrza). Oczywiście, organizatorzy tworzą „fale” (grupy startujących), jednak różnica między pierwszym startującym a ostatnim też nie powinna wynosić więcej niż kilkadziesiąt minut. Podstawowymi konkurencjami (dystansami), na których odbywa się triathlon, są:

- 1/8 IM: 0,475 km pływania / 22,5 km jazdy na rowerze / 5,25 biegu
- Sprint: 0,75 km pływania / 20 km jazdy rowerem / 5 km biegu
- dystans olimpijski: 1,5 km pływania / 40 km jazdy na rowerze / 10 km biegu
- 1/4 IM: 0,9 km pływania / 45 km jazdy na rowerze / 10,5 km biegu
- 1/2 IM: 1,9 km pływania / 90 km jazdy na rowerze / 21 km biegu
- IM: 3,8 km pływania / 180 km jazdy na rowerze / 42,2 km biegu

W tabeli 1 zaprezentowano zestawienie wybranych zawodów triathlonowych w Polsce wraz z informacją dotyczącą liczby uczestników z podziałem na płeć. W zestawieniu znalazły się zarówno najstarsze zawody – jak np. w Suszu, w którym startowało w 2018 roku łącznie ponad 800 osób – jak i najliczniej obsadzone, np. ENEA IRONMAN 70.3 Gdynia czy też Enea Bydgoszcz Triathlon.

Patrząc na przygotowane przez Kapustę [2018] zestawienie (tabela 2 i 3), w którym znajdują się wyniki poszczególnych triathlonistów wraz z nagrodami finansowymi (bez nagród rzeczowych, voucherów itp.), można zauważyć, że chcąc przejść na zawodowstwo, ciężko jest utrzymać się z samych nagród zdobytych na polskich imprezach. Najbardziej utytułowana zawodniczka – Agnieszka Jerzyk – od początku 2018 roku do 7 lipca 2018 (ostatnia aktualizacja tabel 2 i 3) zarobiła łącznie 42 800 zł. Inne zawodniczki – Ewa Komander i Maria Cześniak – zarobiły z nagród odpowiednio 24 120 zł i 12 300 zł. W wypadku mężczyzn suma nagród jest znacznie mniejsza – Bartosz Banach do 7 lipca uzyskał 11 650 zł, Tomasz Brembor – 5500 zł, a Maciej Bodnar – 4710 zł. Przyczyny tych różnic można szukać w poziomie sportowym u kobiet i mężczyzn, co widać choćby przez miejsca zajęte na imprezach zagranicznych.

Tabela 1. Zestawienie wybranych zawodów triathlonowych w Polsce w 2018 roku z informacją dot. liczby uczestników, którzy ukończyli zawody

Nazwa zawodów	Termin	Dystans	K	M	Razem
Iron Dragon Cross Triathlon-Zabierzów	12.05.2018	500 m pływania, 20 km na rowerze i na koniec 5 km terenowego biegu	11	66	77
I Osiek Triathlon	19.05.2018	1/8 IM	44	242	286
Enea IRONMAN 5150 Warsaw	10.06.2018	dystans olimpijski	145	977	1122
Triathlon Rzeszów	17.06.2018	1/8 IM 1/4 IM	8 9	113 77	121 86
Triathlon Charzykowy	17.06.2018	1/8 IM 1/4 IM 1/2 IM	66 76 14	136 318 124	202 394 138
Susz Triathlon 2018	22-24.06.2018	1/2 IM MP Sprint (0,75 km / 20km / 5,75km)	29 112	348 343	367 455
Enea Bydgoszcz Triathlon	07-08.07.2018	1/8 IM 1/4 IM 1/2 IM	365 155 29	769 939 254	1134 1094 283
Garmin Triminator Radków	08.07.2018	1/8 IM 1/4 IM 1/2 IM	21 12 4	71 97 73	92 109 77
ENE A IRONMAN 70.3 Gdynia	3-5.08.2018	Sprint 1/2 IM	217 229	604 1619	821 1848
Ocean Lava Triathlon Bydgoszcz-Borówno	19.08.2018	1/2 IM IM	27 21	254 206	281 227
GOODVALLEY Triathlon Przechlewo	25-26.08.2018	1/8 IM 1/4 IM 1/2 IM	71 50 11	156 187 90	227 237 101
Iron Dragon, Kraków	08.09.2018	Sprint dystans olimpijski	26 26	155 210	181 236

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <https://enduhub.com>.

Tabela 2. Nagrody finansowe uzyskane przez zawodniczek do 7 lipca 2018

Zawodnik	Zawody	Dystans	Data	Miejsce	Nagroda
Agnieszka Jerzyk	5150 Warsaw	olimpijski	10.06.2018	1	5430
	Ironman 70.3 Barcelona	1/2 IM	20.05.2018	5	3700
	Ironman 70.3 Liuzhou	1/2 IM	14.04.2018	1	18900
	Ironman 70.3 Taiwan	1/2 IM	18.03.2018	1	10290
	Ironman 70.3 Dubai	1/2 IM	02.02.2018	5	4160
Ewa Komander	Garmin Iron Triathlon Stężycza	1/4 IM	01.07.2018	2	3000
	Susz Triathlon	1/2 IM	23.06.2018	1	5000
	Challenge Geraardsbergen	1/2 IM	10.06.2018	5	3625
	Challenge Riccione	1/2 IM	06.05.2018	5	3645
	Challenge Gran Canaria	1/2 IM	22.04.2018	2	8850
Maria Cześnik	Garmin Iron Triathlon Stężycza	1/4 IM	01.07.2018	1	5000
	Susz Triathlon	sprint	23.06.2018	2	2000
	Puchar Europy Melilla ETU	olimpijski	15.04.2018	4	2590
	Ironman 70.3 Pays d'Aix	1/2 IM	13.05.2018	6	2710

Źródło: Kapusta [2018].

Tabela 3. Nagrody finansowe uzyskane przez zawodników do 7 lipca 2018

Zawodnik	Zawody	Dystans	Data	Miejsce	Nagroda
Bartosz Banach	Garmin Iron Triathlon Stężycza	1/4 IM	01.07.2018	2	3000
	Susz Triathlon	1/2 IM	23.06.2018	6	800
	Triathlon Sieraków	1/2 IM	27.05.2018	1	6000
	Ironman 70.3 Vietnam	1/2 IM	13.05.2018	5	1850
Tomasz Brembor	Garmin Iron Triathlon Stężycza	1/4 IM	01.07.2018	1	5000
	Susz Triathlon	sprint	24.06.2018	5	500
Maciej Bodnar	Wtórpol Triathlon Skarżysko-Kamienna	olimpijski	01.07.2018	2	2000
	5150 Warsaw	olimpijski	10.06.2018	2	2710

Źródło: Kapusta [2018].

Powyższe zestawienie, w tym wysokości nagród finansowych dla ograniczonej liczby zawodników imprez triathlonowych, pokazuje, że trudno jest przejść na profesjonalne uprawianie tej dyscypliny sportowej. Mimo to wartości i trud, jaki stanowi przygotowanie do startu, powoduje coraz większe zainteresowanie triathlonem wśród amatorów, a to wpływa na zwiększenie skłonności przedsiębiorców do sponsorowania tego typu wydarzeń.

Metodyka

Główny cel niniejszego artykułu, czyli określenie profilu triathlonisty, który w polskich badaniach nie został jeszcze przedstawiony, stworzono na podstawie informacji udzielonych przez uczestników jednej z największych imprez triathlonowych w Polsce – Enea Bydgoszcz Triathlon. W samej imprezie w 2017 roku uczestniczyło 2347 osób. Odpowiedzi na pytania ankiety udzieliły 194 osoby, a dalszej analizie poddano 169 wyników. W związku z rosnącym zainteresowaniem bydgoską imprezą (tabela 4), a także zwiększeniem liczby dystansów, badanie będzie powtarzane w kolejnych latach, a także rozszerzone o inne zawody. Ze względu na charakter zawodów badania były i będą realizowane metodą CAWI (online survey).

Tabela 4. Liczba uczestników Enea Bydgoszcz Triathlon w latach 2015–2018 bez MPNiN

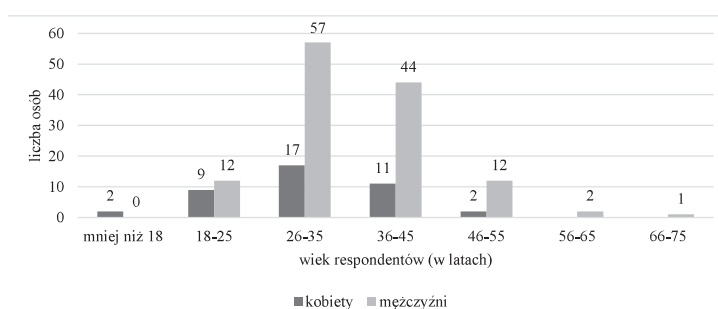
konkurencja	1/2	1/2 liczba sztafet	1/2 sztafety l. osób	1/4	1/4 liczba sztafet	1/4 sztafety l. osób	1/8	1/8 liczba sztafet	1/8 sztafety l. osób	Quadra- thlon	Razem
2015	x	x	x	710	36	108	445	18	54	x	1317
2016	x	x	x	975	55	165	835	48	144	17	2136
2017	x	x	x	1045	62	186	950	48	144	25	2347
2018	283	29	87	1094	50	150	1134	65	195	29	2972

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

Wyniki badań

Wśród 169 osób biorących udział w badaniu 24% stanowiły kobiety (w 2017 roku w Enea Bydgoszcz Triathlon 21% uczestników stanowiły kobiety). Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową byli respondenci w wieku 26–35 lat (43,9%) i 36–45 lat (32,5%).

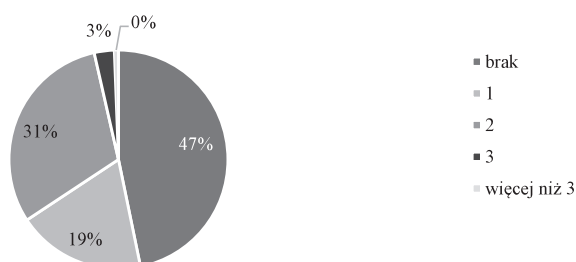
Wykres 1. Wiek respondentów



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

W związku z zaprezentowaną na wykresie 1 strukturą wiekową uczestników kolejne pytanie dotyczyło liczby dzieci będących na utrzymaniu respondentów. 53% badanych ma dzieci, w tym 19% jedno dziecko, a 31% – dwoje. Informacja ta jest przydatna nie tylko dla potencjalnych sponsorów, lecz także organizatorów imprezy, którzy powinni przygotować ofertę również dla dzieci, by urozmaicić im czas dopinowania swojego rodzica.

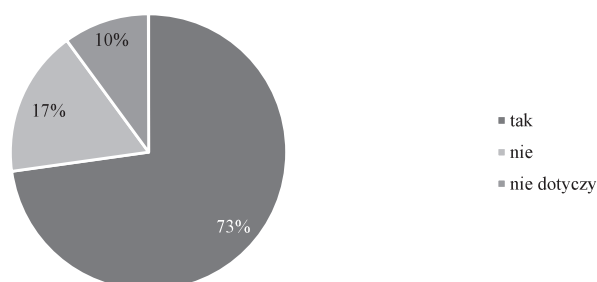
Wykres 2. Liczba dzieci na utrzymaniu respondentów



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Na wykresie 3. zaprezentowano informacje dotyczące uczestnictwa w zawodach nie tylko samych zawodników, lecz także ich rodzin. 73% respondentów zabiera na imprezy triathlonowe również swoją rodzinę, a tylko 17% badanych tego nie robi. 10% stanowią osoby, które np. nie mają swojej rodziny.

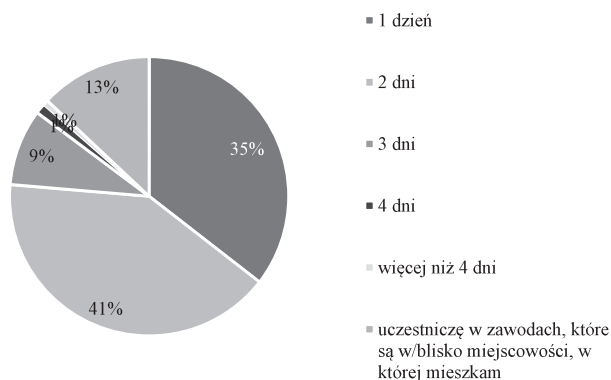
Wykres 3. Przyjazd uczestników na zawody wraz z rodziną



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

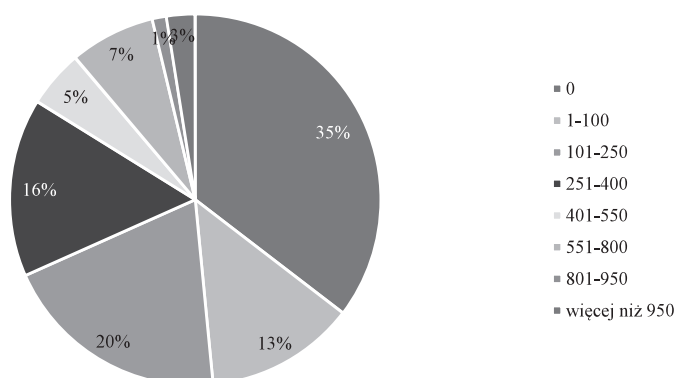
Z informacji zawartych na wykresie 4 wynika, że 52% badanych respondentów przebywa na zawodach triathlonowych, które odbywają się poza miejscowością, w której żyje, dłużej niż jeden dzień. Jest to często spowodowane programem zawodów, w których konkurencje są rozgrywane w trakcie dwóch następujących po sobie dni (jednego dnia startuje respondent, a drugiego, np. na krótszym dystansie, członek jego rodziny. 41% badanych wskazało, że przebywa na zawodach dwa dni, natomiast 11% – przynajmniej trzy dni.

Wykres 4. Liczba dni spędzonych w miejscowości rozgrywania zawodów



Ponieważ 52% uczestników startujących w imprezie triathlonowej przebywa w danej miejscowości gościnnie, sprawdzono, jakie wydatki ponoszą w związku z zakwaterowaniem podczas imprezy. 35% respondentów śpi u znajomych lub w miejscu zapewnionym przez organizatora, stąd też nie odnotowano w tym wypadku wydatków związanych z zakwaterowaniem. 20% respondentów przeznacza na zakwaterowanie wydatki w granicach 101–250 zł, natomiast 32% wydało na zakwaterowanie powyżej 250 złotych. Warto przy tym zauważyć, że wydatki te są średnim kosztem całego pobytu, a więc nie została tu uwzględniona liczba noclegów ani wielkość wynajętego pokoju.

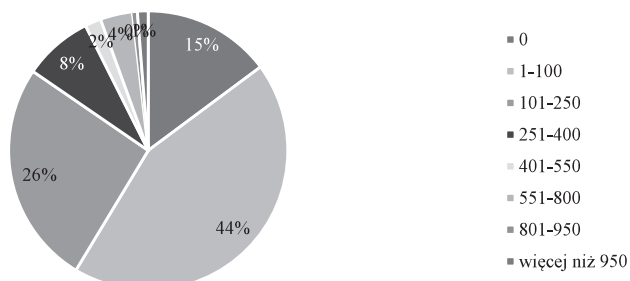
Wykres 5. Średnie wydatki na zakwaterowanie związane z uczestnictwem w zawodach poza miejscem zamieszkania (PLN)



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Kolejnym badanym aspektem, zaprezentowanym na wykresie 6., było sprawdzenie, jakie średnie wydatki ponoszone są na wyżywienie. 44% uczestników badania wydaje do 100 złotych. Co czwarty respondent w lokalach gastronomicznych zostawia od 101 do 250 złotych. 15% respondentów przeznacza na wyżywienie powyżej 250 złotych. Informacje są o tyle ciekawe, że pokazują możliwości, jakie otwierają się przed restauratorami w związku ze sponsorowaniem danej imprezy. Oczywiście większość zawodów odbywa się w weekendy, podczas których restauratorzy nie narzekają na brak klientów, jednak stworzenie opcji „restauracji na mecie” bądź tzw. food trucka może zwiększyć obrót danego lokalu gastronomicznego.

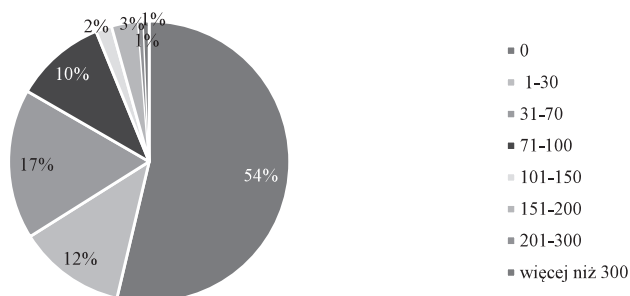
Wykres 6. Średnie wydatki na wyżywienie (zł)



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Pobyt w obcym mieście stwarza możliwość zwiedzenia jego atrakcji turystycznych choćby w czasie regeneracji po zawodach. W związku z tym zapytano zawodników o średnie wydatki na pamiątki, które przywożą z miejscowości, w której uczestniczyli w zawodach. Analizując wykres 7, można zauważyć że 54% respondentów nie kupuje pamiątek z danego miasta. 39% badanych kupuje pamiątki za nie więcej niż łącznie 100 zł. Przyczyną ponoszenia niewielkich wydatków na pamiątki może być m.in. niska atrakcyjność historyczna miasta, co można powiązać również z imprezami zawartymi w tabeli 1, które organizowane są w większości poza granicami miast, na terenach w pobliżu akwenu wodnego i dobrych tras do rozegrania etapów rowerowego i biegowego.

Wykres 7. Średnie wydatki na pamiątki (zł)

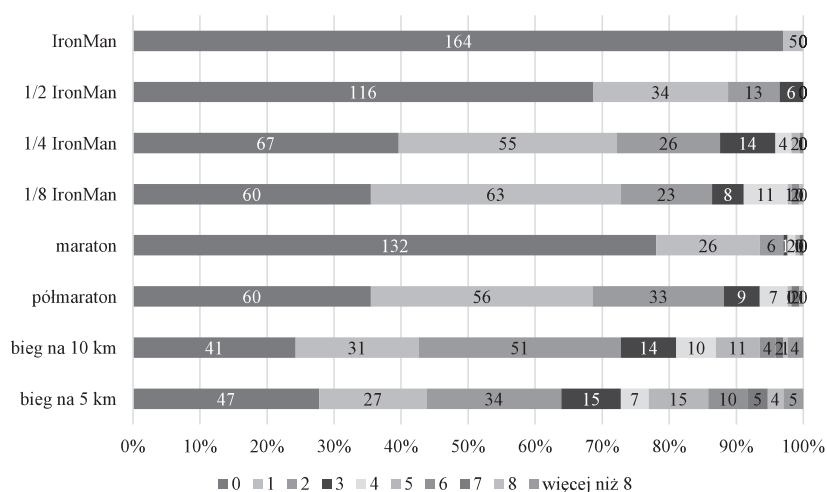


Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Analizując wyniki zaprezentowane na wykresie 8, który przedstawia uczestnictwo w imprezach sportowych w trakcie jednego sezonu, można zauważyć, że respondenci startują nie tylko w zawodach triathlonowych, lecz także w imprezach biego-

wych. Na krótkim dystansie – biegu na 5 km – sprawdza się w trakcie sezonu 72% respondentów, w tym 56% uczestniczy przynajmniej w dwóch takich startach. Bieg na 10 km jest jeszcze bardziej popularny, bo uczestniczy w nim 75,7% respondentów, w tym 57,4% ma za sobą przynajmniej dwa starty w trakcie sezonu. Dystans półmaratonu pokonuje 62,7% badanych osób, w tym 27,2% respondentów startuje w trakcie sezonu na tym odcinku przynajmniej dwukrotnie. W maratonach startuje 21,9% respondentów, a jeszcze mniejszy odsetek – na dystansie IronMan w którym uczestniczy 2,9% respondentów.

Wykres 8. Uczestnictwo w zawodach podczas jednego sezonu

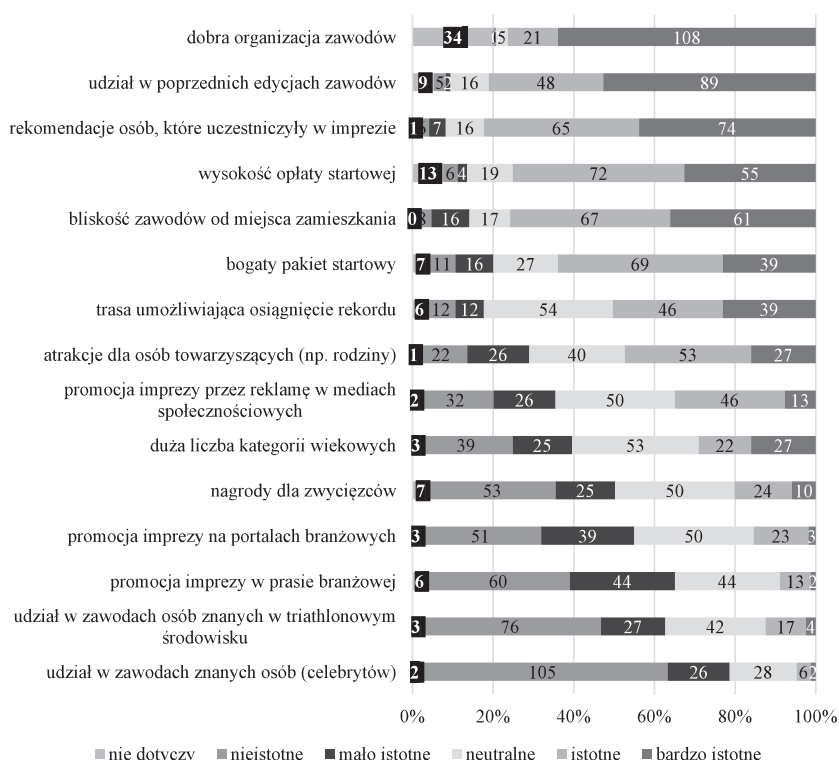


Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Analizując uczestnictwo w zawodach triathlonowych na różnych dystansach, można zauważyć, że mniej osób startuje w tej dyscyplinie niż w biegach. Na dystansie 1/8 IronMan startuje 64,5% respondentów, dystans 1/4 IronMan pokonuje 60,4% respondentów, a 1/2 IronMan – 31,4% respondentów. Potwierdza to fakt, że triathlon jest kolejnym etapem dla wielu biegaczy, jednakże przez wyższe koszty opłat startowych i przygotowania (treningi na basenie, sprzęt), częstotliwość udziału w imprezach triathlonowych jest mniejsza. Warto również dostrzec zależność związaną z terminami imprez biegowych i triathlonowych – etap pływacki sprawia, że imprezy triathlonowe organizowane są najczęściej w okresie letnim ze względu na wyższe temperatury powietrza, które z kolei dla imprez biegowych nie są korzystne. W związku z tym te dwa

rodzaje imprez są komplementarne i można uznać, że istnieje synergia między tymi zawodami – przygotowania do triathlonu poprzez uczestnictwo w biegach ulicznych. Wiąże się to również z kolejnymi pytaniami badawczymi, które powinny zmierzać do zidentyfikowania powodów, dla których uczestnicy biegów masowych startują w imprezach triathlonowych.

Wykres 9. Powody uczestnictwa w imprezie triathlonowej



Źródło: opracowanie na podstawie własnych badań.

Na wykresie 9. zaprezentowano zbiorcze zestawienie powodów uczestnictwa w wybranej imprezie triathlonowej. Respondenci na 5-stopniowej skali Likerta mogli zaznaczyć, w jakim stopniu dane zjawisko jest dla nich ważne w podjęciu decyzji o udziale w starcie. Najwyższą średnią, na poziomie 4,74, uzyskała dobra organizacja zawodów, kolejnym najbardziej punktowanym aspektem był udział w poprzedniej edycji zawodów, który uzyskał średnią na poziomie 4,34. Rekomendacje osób, które uczestniczyły w imprezie, to 4,15 pkt, co jest logicznym następstwem dobrej organi-

zacji zawodów. 4,1 pkt na 5 możliwych uzyskała wysokość opłaty startowej. Podobną średnią, na poziomie 3,9, uzyskała odległość zawodów od miejsca zamieszkania. Interesującym wynikiem jest fakt, że według respondentów udział celebrytów w imprezie nie jest istotny – aspekt ten uzyskał średnią na poziomie 1,6 pkt, co było spowodowane tym, że 78,4% respondentów uważa ten element za nieistotny lub mało istotny. Podobnie udział w zawodach osób znanych w triathlonowym środowisku nie jest istotny dla respondentów. Aspekt ten uzyskał średnią na poziomie 2,1 pkt, podobnie jak promocja imprezy w prasie branżowej.

Zakończenie

Na podstawie przeprowadzonych badań można zauważyć, że uczestnicy imprez triathlonowych w większości biorą udział w masowych imprezach biegowych, w których występują nawet częściej niż w badanej dyscyplinie (triathlonie). Związane jest to m.in. z większą dostępnością imprez biegowych, które to dla części zawodników stanowią jeden z elementów przygotowań do zawodów triathlonowych. Najwięcej osób, które uczestniczą w zawodach triathlonowych, ma 26–35 lat. 53% badanych respondentów ma dzieci i wraz z nimi lub pozostałymi członkami rodziny (73% przypadków) jeździ na zawody, przy czym 52% badanych respondentów (nie wliczając mieszkańców) zostaje w miejscowości, gdzie rozgrywają się zawody, przynajmniej przez dwa dni.

Bibliografia

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

Edwards A., Skinner J. (2009), *Qualitative Research in Sport Management*, Oxford: Elsevier.

Lovett M., Barnes J., Marley S. (2018), *An Examination of the Motives to Participate in Sprint-Distance Triathlon*, „Journal of Sport Behavior”, (4), 424 [online] <http://han3.uci.umk.pl/han/ebSCO/search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsGao&AN=edsGcl.563458374&lang=pl&site=eds-live&scope=site>.

Łuczak J. (2016), *Project Management on the example of marathons and triathlon events*, *Przedsiębiorstwo we współczesnej gospodarce – teoria i praktyka / Research on enterprise in modern economy – theory and practice*, nr 1.

Masterman G. (2014), *Strategic sports event management*, Routledge, London–New York.

Mullin B.J., Hardy S., Sutton W.A. (2007), *Sport marketing*, Human Kinetics.

Shank M.D., Lyberger M.R. (2015), *Sports marketing a strategic perspective*, Routledge, London, New York.

Skinner J., Stewart B. (2017), *Organizational behaviour in sport*, Routledge, London, New York.

Raggiotto F., Mason M., Moretti A., Ciani S. (2016), *The Triathlon sport consumer. A segmentation proposal*, „Marketing & Retail nei mercati che Cambiano”, Proceedings XIII[^] SIM Conference Cassino, 20-21 ottobre, [online] <http://han3.uci.umk.pl/han/ebSCO/search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.DB9F-97F6&lang=pl&site=eds-live&scope=site>.

Tomanek M. (2017), *Satysfakcja uczestników Enea Bydgoszcz Triathlon*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. XVIII, z. 8, cz. III.

Waśkowski Z., Jasiulewicz A. (2017), *Aktywność sportowa polskich biegaczy i wynikający z niej potencjał marketingowy*, „Quality in Sport” 2 (3).

Bibliografia elektroniczna

Enea Bydgoszcz Triathlon, <https://bydgoszcztriathlon.pl>.

Enduhub – zawody & wyniki w jednym miejscu, <https://enduhub.com>.

Kapusta A., *Polski ranking wygranych pieniędzy w triathlonie 2018* (aktualizacja 7.07.2018) [online] <http://akademiatriathlonu.pl/polski-ranking-wygranych-pienieznych-triathlonie-2018/>, dostęp: 3.12.2018.