UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU

Wartość branży sportu masowego w kontekście odbudowy lokalnego biznesu

Zygmunt Waśkowski

Warszawa, 13 lutego 2021 r.

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
od 1996 r.

Dyrektor
Instytutu Marketingu

Kierownik
Katedry Strategii Marketingowych

Prezes
Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu

Organizator ogólnopolskiej konferencji nt.
zarządzania i marketingu imprez biegowych
(7 edycji)

Biegacz, ponad 35 lat doświadczeń

22 ukończone maratony

World Marathon Majors:

New York City Marathon

a. Liczba uczestników: 52 800
b. Liczba kibiców: 2 miliony
c. Przychody: 415 mln dolarów

Chicago Marathon

a. Liczba uczestników: 44 600
b. Liczba kibiców: 1,7 miliona
c. Przychody: 378 milionów dolarów

Boston Marathon

a. Liczba uczestników: 25 900
b. Liczba kibiców: 500 000
c. Przychody: 201 mln dolarów

Berlin Marathon

a. Liczba uczestników: 40 775
b. Liczba kibiców: 1 milion
c. Przychody: ok. 150 milionów dolarów

London Marathon

a. Liczba uczestników: 40 273
b. Liczba kibiców: 750 000
c. Przychody: 150 milionów dolarów

Tokyo Marathon

a. Liczba uczestników: 35 400
b. Liczba kibiców: 1,6 miliona
c. Przychody: 150 milionów dolarów

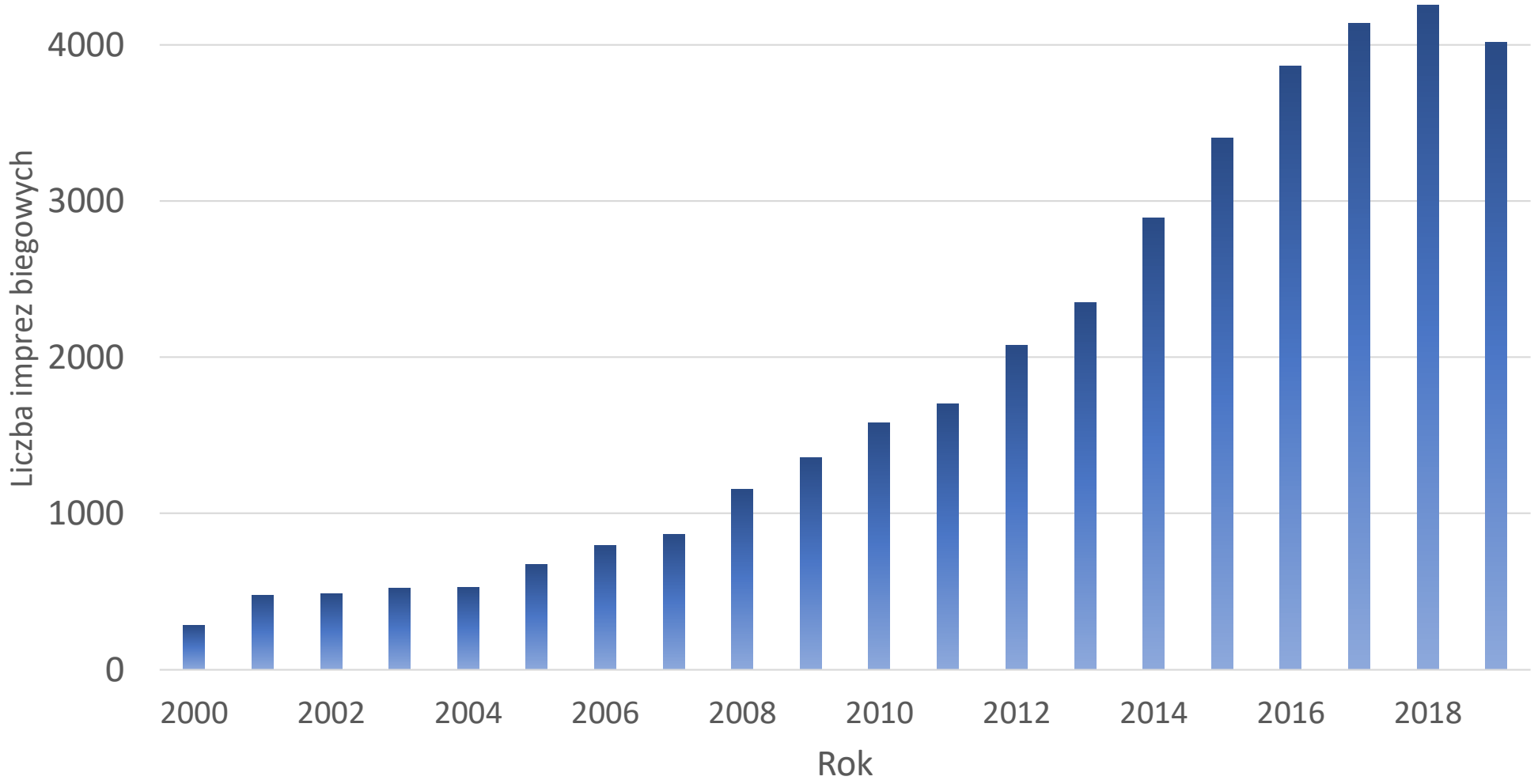
Kilka danych liczbowych z rynku biegowego w Polsce (2019 rok)

Osobostarty: 1 500 000

Liczba biegaczy: 2 000 000 - 2 500 000

Wydatki na bieganie: 2 000 000 000 – 3000 000 000 PLN

Liczba imprez biegowych w Polsce



Źródło: www.maratonypolskie.pl

Wydatki turystów sportowych

w związku z ich podróżą i udziałem w imprezie sportowej

1. Opłata startowa
2. Koszty pobytu (zakwaterowanie, wyżywienie, lokalny transport, korzystanie z lokalnych atrakcji, zakup pamiątek itp.)
3. Koszty przygotowania do wyjazdu
4. Koszty podróży do i z miejsca przeznaczenia

91% uczestników imprez sportowych uważa, że imprezy wpływają pozytywnie na ich jakość życia

85% uczestników imprez sportowych jest gotowych rekomendować innym miasto gospodarza imprezy

70% polskich biegaczy wyjeżdża na imprezy biegowe poza swoje województwo co najmniej 4 razy w roku

Case study

Tab. 1. Zawodnicy uczestniczący w imprezie biegowej

Struktura zawodników	Liczba osób
Zawodnicy zgłoszeni do wszystkich organizowanych biegów*	21 590
Zawodnicy zarejestrowani do biegu maratońskiego	15 218
W tym:	
a. Niemcy	11 270
b. Zawodnicy zagraniczni	3 948
Zawodnicy pozostałych biegów towarzyszących	8 654
Zawodnicy, którzy wystartowali w biegu maratońskim	11 652
W tym:	
a. Niemcy	8 612
b. Zawodnicy zagraniczni	3 040

* Oprócz biegu maratońskiego odbyły się: mini maraton, bieg sztafetowy i Struwwelpeter-Luaf

Źródło: opracowanie własne.

1. **Uwzględniono opłaty wszystkich zarejestrowanych uczestników biegu, niezależnie od tego czy faktycznie wystartowali, gdyż dokonanie opłaty było niezbędne, aby rejestracja była skuteczna.**

2. **Szacując wysokość wpływów z tytułu zakwaterowania oraz wyżywienia przyjęto, iż każdy zawodnik z zagranicy przybył do Frankfurtu z jedną osobą towarzyszącą oraz, że goście skorzystali z dwóch noclegów.**

3. **Z kilku niezależnych badań prowadzonych wśród biegaczy wynika, że udając się na bieg maratoński do innego, oddalonego miasta wyjeżdżają oni przeciętnie z 1-2 osobami towarzyszącymi i spędzają tam ok. 2-3 dni.**

4. **Przeciętna cena noclegu w hotelu trzygwiazdkowym we Frankfurcie nad Menem w okresie odbywania się maratonu wynosiła około 40 EUR, natomiast 25 EUR to kwota, która wystarczała na pokrycie kosztów dziennego wyżywienia w tym mieście.**

5. **Przy obliczaniu kosztów pobytu uwzględniono tylko turystów zagranicznych, ponieważ ich pobyt z wysokim prawdopodobieństwem związany był z koniecznością wynajęcia co najmniej dwóch noclegów**.

Tab. 2. Wydatki uczestników biegu maratońskiego związane z pobytem w mieście

.

Koszty uczestników biegu maratońskiego	Kwota w EUR
Opłata startowa*	1 065 330
Wydatki związane z noclegami**	486 400
Wydatki związane z wyżywieniem**	456 000
Razem	**2 007 730**

* opłata wniesiona przez wszystkich zarejestrowanych uczestników maratonu

** wydatki poniesione przez turystów zagranicznych

Źródło: Opracowanie własne

2 000 000 EUR – to tylko część wpływów

Kwota ta jest jeszcze wyższa, gdyż:

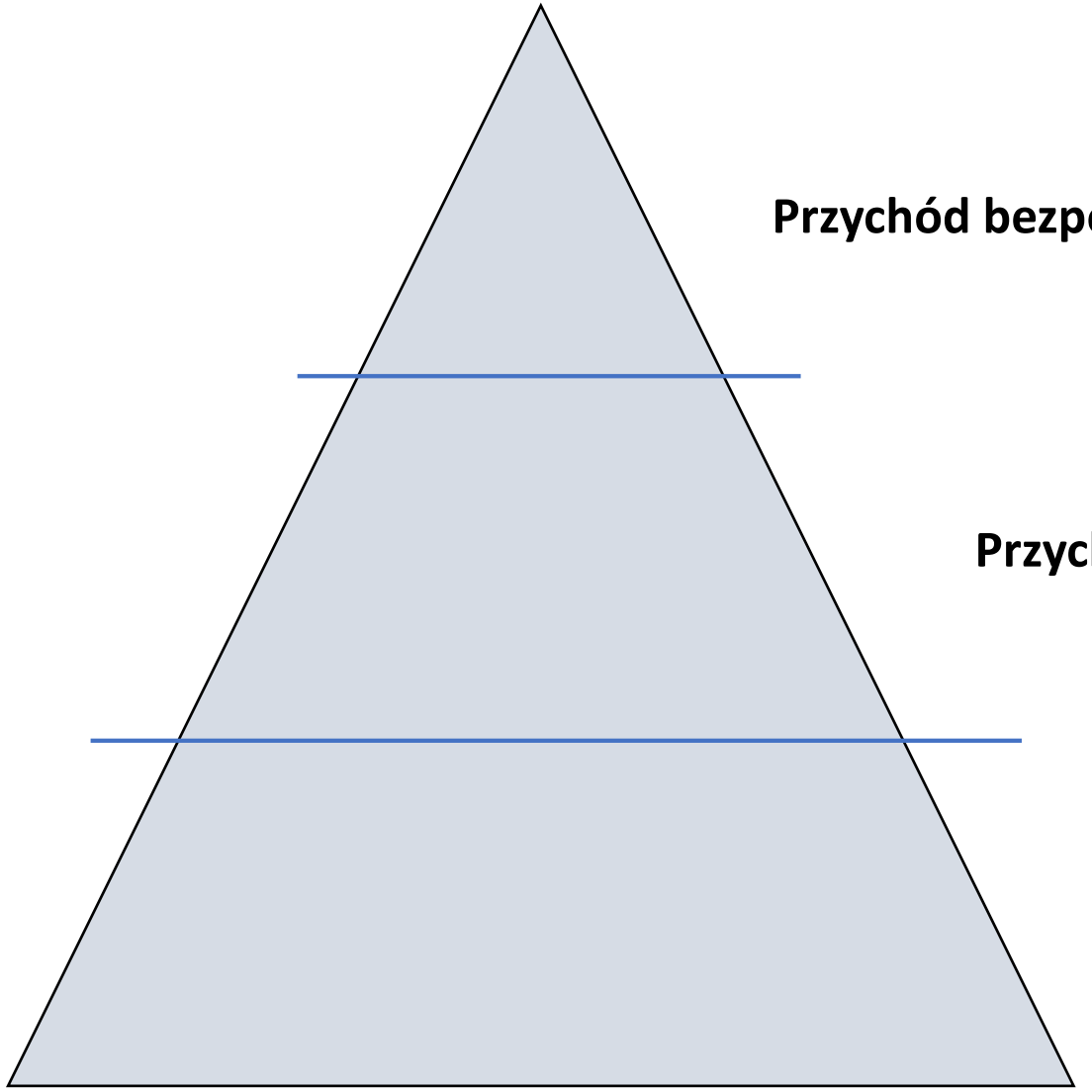
1. **W analizie nie uwzględniono m.in. pobytu uczestników maratonu, którzy są mieszkańcami Niemiec, ale przyjechali z oddalonych miejscowości *(Organizator nie podał struktury miejsca pochodzenia biegaczy niemieckich, dlatego zrezygnowano z uwzględnienia tego elementu w analizie).***

1. **Analiza nie obejmuje także wydatków, które ponieśli uczestnicy pozostałych biegów towarzyszących (8654 osoby).**

2. **Analiza nie obejmuje też wydatków na zakup lokalnych pamiątek, zwiedzanie atrakcji danego miasta, koszty korzystania z komunikacji miejskiej, zakup gadżetów przygotowanych specjalnie z okazji organizowanego maratonu itp.**

3. **Analiza nie obejmuje przychodów generowanych na rynku *business to business***

Struktura przychodów z tytułu organizacji imprezy sportowej (obrót pieniądza w gospodarce)



Przychód bezpośredni

Przychód pośredni

Przychód (efekt) indukowany – ***zwykle odłożony w czasie***

Przychody generowane w mieście z tytułu organizacji imprez biegowych (inne przykłady)

Amsterdam Marathon: 17,6 mln. EUR

Ottawa Marathon: 23 mln. EUR

Valencia Marathon: 17,7 mln. EUR

Valencia Halfmarathon: 7,5 mln. EUR

Próba oszacowania przychodów generowanych z tytułu organizacji maratonu na ok. 6500 uczestników w polskich warunkach

1. Wydatki biegaczy bezpośrednio związane z przygotowaniem się i startem w biegu (ok. 2-3 miliony PLN)

2. Wydatki biegaczy i osób towarzyszących związane z pobytem w mieście

3. Przychody organizatora z tytułu sprzedaży reklam, sponsoringu, powierzchni targowej, umów barterowych itp.

4. Koszty organizacji imprezy biegowej – *dla innych podmiotów są przychodami*

5. Przychody/koszty związane z odtworzeniem sprzedanych towarów i usług na lokalnym rynku

Razem: nawet ok. ….naście milionów PLN

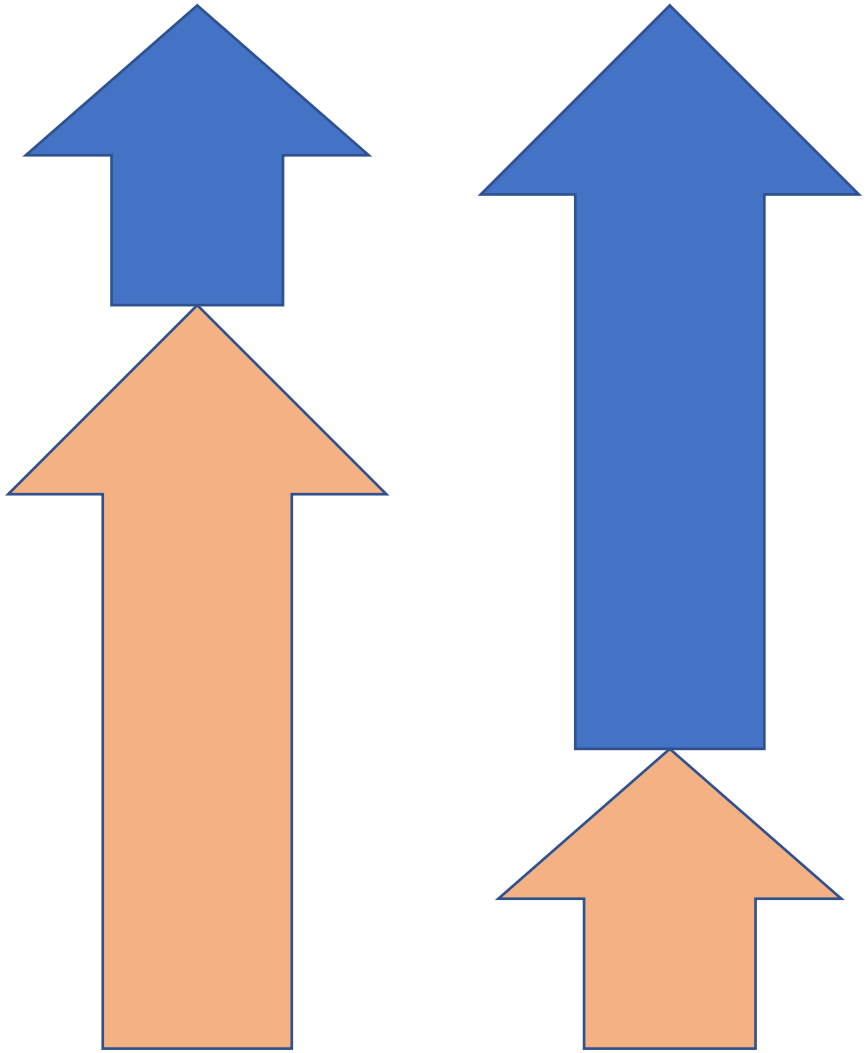
Teza:

Korzyści ekonomiczne uzyskiwane w Polsce z tytułu organizacji imprez sportowych, szacowane w wartościach bezwzględnych, są porównywalne do tych osiąganych w krajach Europy Zachodniej

1 PLN **1 EUR**

Korzyści społeczne

Korzyści ekonomiczne



Duże imprezy sportowe

Małe imprezy sportowe

Oprócz korzyści ekonomicznych nie należy zapominać o tzw. korzyściach społecznych.

Zwykle duże imprezy generują stosunkowo wysokie korzyści ekonomiczne, natomiast mniejsze wydarzenia sportowe przynoszą destynacji dużo korzyści natury społecznej

Dziękuję za uwagę