

Tomasz Taraszkiewicz, Piotr Topolski

Aspekty organizacyjne imprezy sportowej a atrakcyjność turystyczna na przykładzie Halowych Mistrzostw Świata w Lekkiej Atletyce Sopot 2014 w Ergo Arenie

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1 (29), 115-131

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Tomasz Taraszkiewicz*

Piotr Topolski**

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

**ASPEKTY ORGANIZACYJNE IMPREZY SPORTOWEJ
A ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA
NA PRZYKŁADZIE HALOWYCH MISTRZOSTW ŚWIATA
W LEKKIEJ ATLETYCE SOPOT 2014 W ERGO ARENIE**

Streszczenie

Ergo Arena stanowi nowoczesny obiekt widowiskowo-sportowy charakteryzujący się wysokimi parametrami techniczno-eksploatacyjnymi oraz szerokimi możliwościami organizacyjnymi. Wyniki przeprowadzonego podczas Halowych Mistrzostw Świata w Lekkiej Atletyce Sopot 2014 badania ankietowego postrzegania kwestii organizacyjnych przez uczestników masowej imprezy sportowej potwierdzają pozytywne oceny w mediach oraz przychylne opinie miejscowej społeczności. Zapewnienie wysokiego poziomu organizacyjnego funkcjonowania obiektów infrastruktury widowiskowo-sportowej oraz odbywających się imprez w bezpośredni sposób przekłada się na zadowolenie przyjezdnych widzów oraz determinuje atrakcyjność turystyczną regionu.

Słowa kluczowe: Ergo Arena, organizacja, badanie, atrakcyjność turystyczna

* Adres e-mail: taraszkie@awf.gda.pl.

** Adres e-mail: p.top@wp.pl.

Wprowadzenie

Na trójmiejskiej mapie infrastruktury sportowej w ostatnich latach zaistniały aż trzy nowe obiekty światowej klasy. Oprócz oddanej do użytku w 2008 r. Hali Sportowo-Widowiskowej – Gdynia Arena, stadionu wybudowanego na Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA Euro 2012 w Gdańsku – PGE Areny w międzyczasie w 2010 r. zaczęła funkcjonować znajdująca się na granicy Sopotu i Gdańska hala widowiskowo-sportowa Ergo Arena. Mimo faktu, iż Ergo Arena leży na granicy Gdańska i Sopotu, spółka zarządzająca obiektem nosi nazwę Hala Gdańsk–Sopot, turyści, przyjeżdżając do Sopotu, odwiedzają również i Gdańsk, czasem Trójmiasto, a nawet region województwa pomorskiego, w niniejszym badaniu skoncentrowano się wyłącznie na Sopocie, bowiem właśnie w tym mieście, które przez lata utożsamiane było głównie z modnym kurortem, deptakiem Monte Cassino, Operą Leśną, w sezonie letnim z tłumami wczasowiczów, plażowiczów i kuracjuszy, w ostatnim czasie zaobserwować można dynamicznie rozwijający się segment turystyki sportowej. Szeroko rozumiana turystyka sportowa w krajach rozwiniętych stanowi istotną gałąź biznesu turystycznego¹.

Warunkiem koniecznym dla funkcjonowania turystyki sportowej jest niewątpliwie odpowiednia infrastruktura wraz z programem interesujących wydarzeń. W obu przypadkach o sukcesie komercyjnym w dużym stopniu decyduje poziom organizacyjny. Wysoki poziom organizacyjny przyciągających imprez korespondujący z nowoczesną infrastrukturą sportowo-widowiskową znajduje bezpośrednie przełożenie na zadowolenie przyjezdnych widzów i postrzeganie regionu jako atrakcyjnego turystycznie².

Te i szereg innych przesłanek skłoniły pracowników związanych z ośrodkiem Katedry Zarządzania Turystyką i Rekreacją Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku³ do podjęcia próby zbadania problematyki postrzegania organizacyjnych aspektów funkcjonowania obiektów widowiskowych przez uczestników masowych imprez sportowych. Głównym celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie wyników prowadzo-

¹ M. Sayyman, *An Introduction to Sports Tourism and Event Management*, Sun Press, Johannesburg 2012, s. 54.

² T. Hinch, J. Higham, *Sport Tourism Development*, Channel View Publications Ltd., Bristol 2011, s. 134.

³ Strona domowa Katedry Zarządzania Turystyką i Rekreacją Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, <http://awf.gda.pl/index.php?id=754> (17.09.2014).

nych ostatnio badań naukowych, analiza deskryptywna Ergo Areny oraz prezentacja najciekawszych wniosków z przeprowadzonego badania ankietowego.

1. Charakterystyka aspektów organizacyjnych funkcjonowania infrastruktury Ergo Areny

Przedsiębiorstwo Wielofunkcyjna Hala Sportowo-Widowiskowa Gdańsk–Sopot Sp. z o.o., obecnie funkcjonujące pod nazwą Hala Gdańsk–Sopot Sp. z o.o., zostało założone w sierpniu 2004 r. Do kluczowych zadań operatora Ergo Areny należą przede wszystkim: zarządzanie, utrzymywanie i remontowanie infrastruktury Wielofunkcyjnej Hali Sportowo-Widowiskowej oraz wykorzystywanie jej infrastruktury również na potrzeby społeczności lokalnej przez organizowanie imprez, koncertów, uroczystości, rekreacji, sportu młodzieżowego, rozgrywek sportowych szczebla lokalnego, centralnego i międzynarodowego⁴. Za cel działalności przedsiębiorstwo Hala Gdańsk–Sopot Sp. z o.o. stawia sobie zaspakajanie publicznych i powszechnych potrzeb mieszkańców Gdańska i Sopotu, a zwłaszcza wspieranie rozwoju kultury fizycznej, szczególnie dzieci i młodzieży, propagowanie zdrowego trybu życia, w tym rekreacji ruchowej, upowszechnianie sportu i rekreacji wśród osób niepełnosprawnych szczególnie poprzez umożliwianie biernego i czynnego uczestnictwa w imprezach masowych, integrowanie społeczności lokalnej w szczególności poprzez organizowanie imprez sportowych, rekreacyjnych i kulturalnych, propagowanie rozwoju turystyki w Gdańsku i Sopocie, promocję tych miast jako miejsc przyjaznych turystom⁵.

Hala Gdańsk–Sopot Sp. z o.o. ma dwóch równorzędnych udziałowców, którzy obejmują w wynoszącym 26 596 000 zł kapitale zakładowym równe udziały. Na potrzeby inwestycji została nawet przesunięta granica administracyjna między Gdańskiem i Sopotem tak, aby hala leżała dokładnie pośrodku, zajmując lokalizację plac Dwóch Miast 1. W ramach podpisanej 18 sierpnia 2010 r. umowy sponsorem tytularnym hali na okres pięciu lat została Ergo Hestia, płacąc za używanie nazwy Ergo Arena 12,2 mln zł. Uroczyste otwarcie obiektu miało miejsce 18 sierpnia 2010 r., kiedy odbył się towarzyski mecz siatkówki mężczyzn pomiędzy reprezentacjami Brazylii i Polski⁶.

⁴ <http://halagdansk.sopot.pl/aktywnosc.htm> (15.09.2014).

⁵ <http://halagdansk.sopot.pl/bip.html> (15.09.2014).

⁶ *Ergo Arena – Świat emocji*, Hala Gdańsk–Sopot Sp. z o.o., Gdańsk 2012, s. 4.

W trakcie 4-letniego okresu funkcjonowania Ergo Arena była miejscem wielu wydarzeń sportowych o randze krajowej i światowej. Wśród ważniejszych imprez można wymienić: Finały Ligi Światowej w siatkówce mężczyzn, Gale Konfrontacji Sztuk Walki, WWE Raw WrestleMania Revenge Tour, Mistrzostwa Europy w Tenisie Stołowym, samochodowe rajdy Lotos Baltic Cup, Mistrzostwa Świata we Freestyle'u Motocrossie, Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej Mężczyzn, a w 2014 r. Halowe Mistrzostwa Świata w Lekkiej Atletyce oraz Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn. Ergo Arena jest również obiektem regularnie wykorzystywanym przez trójmiejskie drużyny – tu odbywają się treningi i mecze m.in. koszykarzy Trefla Sopot, siatkarek Atomu Trefla Sopot, siatkarzy Lotosa Trefla Gdańsk. W Ergo Arenie z powodzeniem organizowane są koncerty światowej klasy gwiazd muzyki popularno-rozrywkowej. Dotychczas w obiekcie występowali m.in.: Sting, Jean-Michel Jarre, Lady GaGa, Ozzy Osbourne, Chris Botti, Erykah Badu, Rammstein, Iron Maiden, Jose Carreras, Michael Buble, Roxette, Shakin Stevens, Andre Rieu, Backstreet Boys⁷. Odbywały się tu również festiwale Top Trendy, widowiska cyrkowe Cirque du Soleil, rewie Disney on Ice i liczne konferencje, targi oraz wystawy.

Działalność Ergo Areny świetnie wpisuje się w politykę promocji Sopotu i Gdańska, zwiększając atrakcyjność turystyczną Trójmiasta i całego regionu. Można zaryzykować stwierdzenie, iż zawsze wśród audytorium znajdują się nie tylko mieszkańcy Trójmiasta, ale także widzowie przyjezdni z innych województw, a nawet z zagranicy. Lokalizacja obiektu umożliwia dojazd środkami komunikacji miejskiej: liniami autobusowymi, tramwajowymi, szybką koleją miejską, a poprzez Lotnisko Gdańsk im. Lecha Wałęsy przybycie również transportem lotniczym.

Wpływająca na atrakcyjność turystyczną Trójmiasta jakość masowych przedsięwzięć rozrywkowych, kulturalnych, sportowych i widowiskowych w dużej mierze uzależniona jest od sposobu funkcjonowania obiektów infrastruktury oraz poziomu organizacji imprez. Funkcjonalność infrastruktury Ergo Areny warunkują jej parametry techniczno-eksploatacyjne (tabela 1).

⁷ *Ibidem*, s. 6–15.

Tabela 1

Najważniejsze parametry techniczno-eksploatacyjne Ergo Areny

Parametr	Wartość
<i>Charakterystyka budynku</i>	
kubatura budynku	380 953,04 m ³
wymiary zewnętrzne budynku	214 x 180 m
wysokość hali	30,73 m
powierzchnia całkowita	53 312,53 m ²
powierzchnia netto	42 840,20 m ²
wymiary areny sportowej z widownią	143,4 x 119 m
<i>Pojemność hali</i>	
miejsca na trybunach składanych dolnych – poziom 1	3340
miejsca na trybunach górnych – poziom 3	3882
miejsca dla wózków inwalidzkich na trybunach – poziom 3	24–32
miejsca na trybunach górnych – poziom 5	2465
miejsca w lożach VIP	948
miejsca siedzące	5100–11 100
miejsca siedzące i stojące	5100–15 000
miejsca stojące na płycie	15 000
<i>Przestrzeń płyty areny do organizacji imprez masowych</i>	
trybuny złożone	96 x 49 m
trybuny rozłożone	69 x 25 m
wysokość od płyty do kratownicy	24 m
dopuszczalne obciążenie płyty	18 kN/m ²
<i>Udostępniane pomieszczenia</i>	
dodatkowa hala sportowa	powierzchnia 1144 m ²
sala rozgrzewkowa	powierzchnia 168 m ²
centrum prasowe	powierzchnia 87 m ²
sala B3	powierzchnia 199 m ²
łoże VIP	45 łóż o różnej powierzchni
garderoby gwiazd	powierzchnia 155 m ²
szatnie sportowe	powierzchnia 4 x 140 m ²
magazyny na poziomie 1	powierzchnia 890 m ²

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów źródłowych Hali Gdańsk–Sopot Sp. z o.o.

Ergo Arena jest wyposażona w zintegrowany system inteligentnego zarządzania budynkiem, co ułatwia administrowanie personelem i infrastrukturą oraz usprawnia organizację imprez. Na poziom bezpieczeństwa wpływają m.in.: sy-

stem przeciwpożarowy, kontroli dostępu, telewizji przemysłowej CCTV. Komfort widzom i organizatorom zapewniają będące obecnie standardem, choć niestety nie we wszystkich obiektach w Polsce, system klimatyzacji i bezprzewodowy dostęp do internetu. W skład systemu multimedialnego wchodzi koszt centralny, osiem ekranów w technologii LED (5 x 3 i 4 x 3 m). Organizatorom udostępniany jest parking dla zabezpieczenia technicznego, samochodów dostawczych, autokarów, wozów transmisyjnych wyposażony w przyłącza energetyczne i teletechniczne. Parking przeznaczony dla gości ma łączną pojemność ok. 1000 miejsc z wydzielonymi miejscami dla osób niepełnosprawnych i autokarów. Dodatkowo, w czasie wielkich imprez masowych wykorzystywany jest również znajdujący się w bezpośredniej okolicy parking na powierzchni nieutwardzonej. Stalowa konstrukcja dachu z kratownicami przestrzennymi, ze znajdującą się między pasami górnymi i dolnymi kondygnacją techniczną (*catwalk*) umożliwi obciążenie dachu do 144 ton, przykładowo dodatkowym systemem nagłośnienia.

Rozładunek sprzętu może się odbywać na parkingach technicznych, w pasie drogi serwisowej lub na płycie w zależności od planowanego umiejscowienia sceny. Wjazd bezpośrednio na płytę areny umożliwiają dwie śluzy techniczne. Urządzenia techniczne, wysięgniki, podnośniki nożycowe mogą przemieszczać się po przestrzeniach technicznych, magazynowych i po płycie. Zasilanie prądowe sceny może odbywać się poprzez dostępne konfiguracje lub przez wysokiej mocy spalinowe agregaty prądotwórcze wykorzystywane np. przez producentów koncertów. W zależności od rodzaju imprezy i preferencji organizatorów mediom udostępniane może być centrum prasowe, strefy mieszane, wydzielone miejsce na trybunach, stanowiska dziennikarskie dla 300 osób.

Przy organizowaniu imprez w Ergo Arenie nie mają zastosowania ograniczenia typu cisza nocna ani ograniczenia emisji hałasu. Każdorazowej zgody wymaga pirotechnika sceniczna. W zależności od potrzeb na płycie, w sali treningowej, rozgrzewkowej, konferencyjnej można zastosować różne konfiguracje stołów i krzeseł, ustawienia typu układ teatralny, szkolny, podkowa⁸.

2. Założenia metodologiczne badań oraz charakterystyka próby

W celu poznania opinii, motywów, preferencji, zachowań konsumpcyjnych uczestników masowej imprezy sportowej odbywającej się w Ergo Arenie, naturalnie ze szczególnym uwzględnieniem percepcji kwestii organizacyjnych, prze-

⁸ <http://ergoarena.pl/arena/scenariusze-uzycia/> (27.07.2014).

prowadzone zostało badanie ankietowe. Próbę stanowiło 524 kibiców uczestniczących w Halowych Mistrzostwach Świata w Lekkiej Atletyce Sopot 2014⁹, a pomiar został przeprowadzony w dniach trwania imprezy: 7–9 marca 2014 r. Terenem badania była głównie Ergo Arena, dodatkowo obiekty Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, gdzie odbywały się treningi zawodników umożliwiające spotkania ze sportowcami cieszące się sporym zainteresowaniem zwłaszcza łowców autografów. Badanie było dobrowolne i anonimowe. W roli ankierów udział wzięli wykładowcy, studenci i wolontariusze. Sondaż diagnostyczny miał formę wywiadu bezpośredniego, w którym formularze głównie były wypełniane przez ankierów bądź w ich obecności. Ankierzy nie tylko wypełniali formularze, służyli także pomocą respondentom obcojęzycznym. Na niewielką skalę zastosowano również metodę kuli śniegowej, gdzie wytypowani respondenci przekazywali formularze do wypełnienia członkom swoich grup, z którymi przybyli na mistrzostwa. Łącznie w ciągu trzech dni rozdano 650 formularzy. Niestety, ze względu na bardzo duży odsetek zwrotów formularzy częściowo niepełnych, jak i budzących wątpliwości co do rzetelności pomiaru po weryfikacji i redukcji materiału do badania zakwalifikowano odpowiedzi 524 ankietowanych.

Opracowany na potrzeby badania formularz ankietowy składał się z 25 pytań, w tym 22 zamkniętych i 3 otwartych. Wykorzystano pytania filtrujące pozwalające na weryfikację grupy docelowej, do której kierowano konkretne zapytania. Umożliwiająca analizę odpowiedzi w konkretnych segmentach pięć pytań o charakterze metryczkowym umiejscowiono na końcu formularza. W części wstępnej formularza zwrócono się do ankietowanych z prośbą o udział w badaniu, podając jego cel i oczekiwane wykorzystanie oraz zapewniając o anonimowości. W części końcowej formularza podziękowano respondentom za poświęcony czas i szczerą odpowiedź.

Przechodząc do charakterystyki próby, z Trójmiasta pochodził co piąty ankietowany (20,42%), z województwa pomorskiego – 37,98%, z pozostałych województw – 33,97%, natomiast respondenci z zagranicy stanowili 7,65% badanych. W próbie przeważali mężczyźni (53,24%). Analizując strukturę wiekową respondentów, zauważa się, że ponad połowa (52,48%) była w wieku 36–60 lat, niemal co piąty ankietowany (19,47%) miał ponad 60 lat, grupę 26–35 lat reprezentowało 16,79%, a grupę do 18 lat – 3,63%. Większość ankietowanych legity-

⁹ *Bulletin. World Indoor Championships*, International Association of Athletics Federations, Sopot 2014.

mowała się wykształceniem wyższym (62,40%). Średnie wykształcenie przypisał sobie co trzeci badany, a podstawowe – 4,20% respondentów. Biorąc pod uwagę średnie miesięczne dochody na członka rodziny w gospodarstwie domowym ankietowanych, największa grupa osiąga przedział 1001–1500 zł (44,47%). Dochody powyżej 2000 zł na osobę wybrało 16,22% respondentów. Przedział 1501–2000 zł zadeklarowało 19,27%, a przedział 501–1000 zł – 15,65%. W przypadku aż 4,39% badanych średnie osiągnięte dochody na osobę nie przekraczają 500 zł miesięcznie. W 2013 r. średni poziom przeciętnych miesięcznych dochodów na osobę w gospodarstwie domowym wynosił 1299 zł¹⁰. W państwach rozwijających, w tym w Polsce, uczestnictwo w festiwalach, koncertach zagranicznych gwiazd czy niektórych imprezach sportowych niestety w dalszym ciągu oznacza konsumpcję dóbr wyższego rzędu. Popyt ten jest realizowany w dalszej kolejności, po wydatkach związanych z bytem, utrzymaniem, wyżywieniem, podstawowymi opłatami. Z uwagi na niskie zarobki w wielu gospodarstwach domowych bilety na koncert czy mecz stanowią dobra luksusowe.

3. Analiza opinii ankietowanych w kwestiach organizacyjnych Halowych Mistrzostw Świata w Lekkiej Atletyce Sopot 2014 w Ergo Arenie

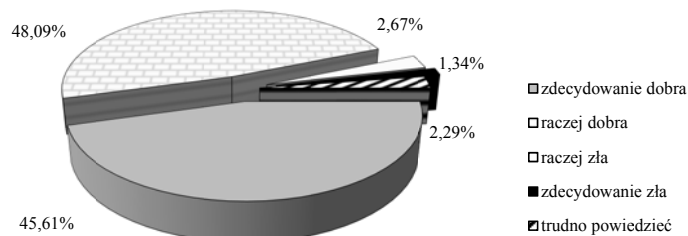
Przechodząc do kluczowej problematyki badania, ocenie poddano poziom organizacji Halowych Mistrzostw Świata w Lekkiej Atletyce Sopot 2014. W ogólnej ocenie ogromnej większości ankietowanych (łącznie dla ponad 93%) organizacja była dobra: dla 45,61% zdecydowanie dobra i dla 48,09% raczej dobra. Jako zdecydowanie złą organizację postrzegało tylko 1,34% badanych (rysunek 1). Organizatorów z pewnością ucieszy fakt, iż uzyskany w badaniach znakomity rezultat potwierdza sukces organizacyjny dostrzeżony w mediach oraz opiniach zawodników i arbitrow¹¹.

Jeszcze większych powodów do zadowolenia daje, co prawda współtworzona również przez respondentów badania, atmosfera na obiekcie. Ponad 70% ankietowanych atmosferę oceniło jako zdecydowanie dobrą, blisko 26% – jako raczej dobrą (rysunek 2). Wspólne kibicowanie, gorący doping, głośne, żywiołowe reakcje, poczucie współuczestnictwa w ważnym wydarzeniu sportowym,

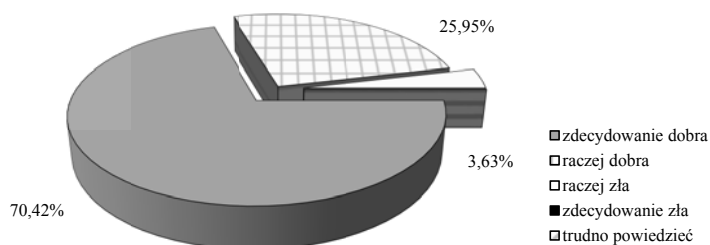
¹⁰ *Sytuacja gospodarstw domowych w 2013 r. w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych*, Główny Urząd Statystyczny. Departament Badań Społecznych i Warunków Życia, Warszawa 2014, s. 1.

¹¹ *Biuletyn specjalny – XV Halowe Mistrzostwa Świata Sopot 2014*, Polski Związek Lekkiej Atletyki, Warszawa wiec 2014, s. 4.

w tolerancji, przy poszanowaniu zasad *fair play* to wrażenia i odczucia najczęściej powtarzające się w wypowiedziach respondentów.

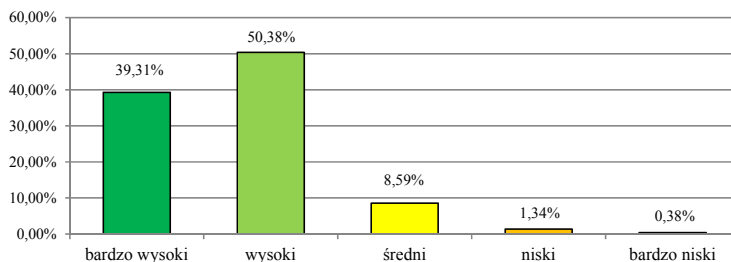


Rys. 1. Ogólna ocena organizacji HMŚ Sopot 2014 w opiniach kibiców
Źródło: opracowanie własne.



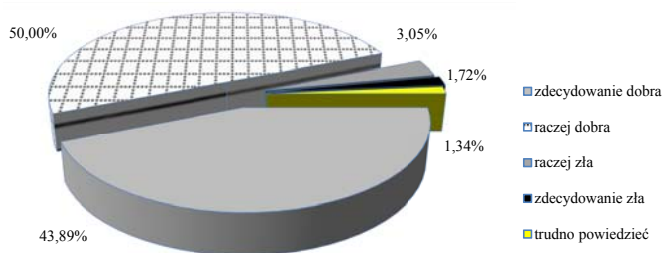
Rys. 2. Ocena atmosfery panującej w Ergo Arenie w trakcie HMŚ Sopot 2014 w opiniach kibiców
Źródło: opracowanie własne.

Jako jeden z czynników również atmosfera w Ergo Arenie znalazła bezpośrednio przełożenie na poziom zadowolenia kibiców z uczestnictwa w Halowych Mistrzostwach Świata w Lekkiej Atletyce. Subiektywny poziom satysfakcji z uczestnictwa w tej imprezie ponad połowa ankietowanych oceniła jako wysoki, a 29,31% – jako bardzo wysoki. Średnio usatysfakcjonowanymi czuło się 8,59% respondentów, a znikomy odsetek w stopniu niskim (1,34%) i bardzo niskim (0,38%).



Rys. 3. Ogólna ocena poziomu satysfakcji z uczestnictwa w HMS Sopot 2014
Źródło: opracowanie własne.

W ogólnej ocenie organizacji w Ergo Arenie ewidentnie przeważały noty dobre. W opinii połowy ankietowanych organizacja w Ergo Arenie była dobra, w grupie ponad 43% respondentów nawet zdecydowanie dobra. Jako zdecydowanie zła organizacja została oceniona jedynie przez 1,72% badanych (rysunek 4).



Rys. 4. Ogólna ocena organizacji w Ergo Arenie w opiniach respondentów
Źródło: opracowanie własne.

Aby dokonać bardziej szczegółowej analizy aspektów organizacyjnych, obok wrażenia ogólnego zbadano także indywidualnie kluczowe elementy składające się na postrzeganie kwestii organizacji na obiekcie. Respondentom dano możliwość oceny przekładających się na funkcjonowanie Ergo Areny: dostępności komunikacyjnej obiektu, oznakowania na obiekcie, nagłośnienia, oświetlenia, parkingu, poczucia bezpieczeństwa, przystosowania do potrzeb osób niepełnosprawnych, działań służb porządkowych, miejsc w sektorach, gastronomii. Aby

uprościć ewaluację, ankietowanym dano możliwość wystawienia ocen od 1 do 5 poszczególnym elementom.

Tabela 2

Ocena obiektu Ergo Arena podczas HMS 2014

Parametry	Oceny				
	1	2	3	4	5
	(%)				
dostępność komunikacyjna	2,48	6,49	16,60	42,56	31,87
oznakowanie na obiekcie	9,16	16,98	19,47	29,77	24,62
nagłośnienie	16,79	19,66	29,01	20,04	14,50
oświetlenie	1,53	5,92	36,64	38,36	17,56
parkingi	19,27	36,26	29,58	12,79	2,10
bezpieczeństwo	1,15	2,86	33,78	36,26	25,95
przystosowanie dla niepełnosprawnych	0,38	2,10	54,77	30,34	12,40
służby porządkowe	15,27	27,48	39,50	11,64	6,11
miejsca w sektorach	18,32	32,06	33,40	13,93	2,29
gastronomia	15,08	23,28	36,07	16,79	8,78

Legenda: ocena poziomu zadowolenia z poszczególnych elementów, gdzie 1 to bardzo źle, a 5 to bardzo dobrze.

Źródło: opracowanie własne.

Analizując wyniki znajdujące się w tabeli 2, zaobserwować można wyraźne zróżnicowanie ocen. Najwięcej piątek zebrały: dostępność komunikacyjna, poczucie bezpieczeństwa i oznakowanie na obiekcie. Z kolei najwięcej jedynek wystawiono: parkingom, miejscom w sektorach i nagłośnieniu. Warto zauważyć, iż na niską ocenę parkingów wpływ miała niewystarczająca liczba miejsc parkingowych na terenie obiektu, jak i w jego bezpośrednim sąsiedztwie, co niestety jest typowym problemem przy organizacji imprez masowych różnego rodzaju.

Analizie poddano także aspekty organizacyjne poza terenem obiektu. Oceniając Sopot, respondenci mogli wystawić oceny od 1 do 5 takim parametrom, jak jego przygotowanie do mistrzostw, oznakowanie, bezpieczeństwo i atmosfera panująca w mieście oraz gościnność i życzliwość sopocian (tabela 3).

Tabela 3

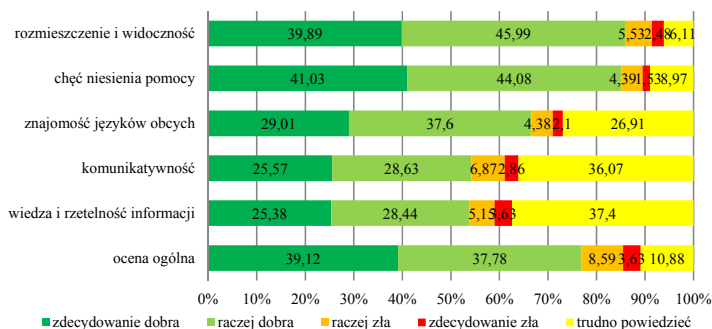
Ocena organizacji turnieju HMŚ w Sopocie

Parametry	Oceny				
	1	2	3	4	5
	(%)				
ocena ogólna	2,67	7,44	23,28	37,79	28,82
przygotowanie miasta do mistrzostw	11,26	19,27	30,92	21,37	17,18
gościnność i życzliwość mieszkańców	0,57	4,01	17,37	41,79	36,26
atmosfera panująca w mieście	5,34	22,52	43,70	19,85	8,59
oznakowanie miasta	7,44	10,50	49,05	23,66	9,35
poczucie bezpieczeństwa	10,11	12,79	18,70	30,34	28,05

Legenda: ocena poziomu zadowolenia z poszczególnych elementów, gdzie 1 to bardzo źle, a 5 to bardzo dobrze.

Źródło: opracowanie własne.

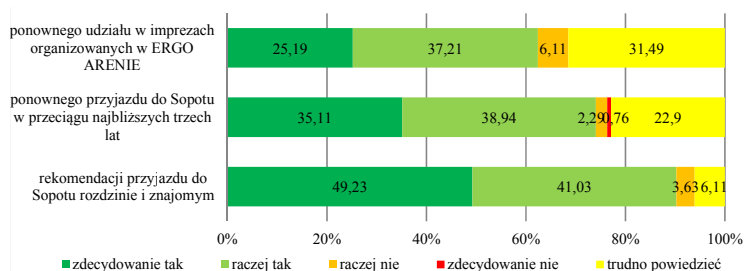
Ankietowani w większości wystawili Sopotowi za organizację ocenę ogólną 4. Najwięcej piątek zebrała gościnność i życzliwość mieszkańców. Stosunkowo dobrze wypadły również atmosfera i oznakowanie miasta. Duże zróżnicowanie ocen wystąpiło przy parametrze poczucie bezpieczeństwa, choć i tak najczęściej było czwórek i piątek.



Rys. 5. Ocena pracy wolontariuszy podczas HMŚ w Sopocie

Źródło: opracowanie własne.

Bardzo ważnym czynnikiem warunkującym efektywną organizację imprezy sportowej w dzisiejszych czasach jest wolontariat. Przy HMS Sopot 2014 zaangażowanych było ponad tysiąc wolontariuszy. Ich praca również została poddana badaniu. Analizując wyniki, można zaobserwować, iż ankietowani w ogromnej większości wystawiali wolontariuszom dobre oceny. Zdecydowanie źle pracę wolontariuszy oceniło jedynie 3,63% respondentów (rysunek 5). Analiza rozkładu odpowiedzi „trudno powiedzieć” może wskazywać na problematyczność w ocenie komunikatywności, jak również na brak bezpośredniej styczności wszystkich respondentów z wolontariuszami.



Rys. 6. Deklaracje badanych odnośnie do rekomendacji, ponownego przyjazdu do Sopotu i udziału w imprezach w Ergo Arenie

Źródło: opracowanie własne.

Więcej niż dziewięciu na dziesięciu ankietowanych wyraziło deklarację rekomendowania przyjazdu do Sopotu rodzinie i znajomym, w tym ponad połowa w sposób zdecydowany. Ponowny przyjazd do Sopotu w ciągu najbliższych trzech lat deklaruje ponad 74% respondentów (w tym zdecydowanie 35,11%). Przeważa także zainteresowanie ponownym udziałem w imprezach organizowanych w Ergo Arenie, choć grupie 31% ankietowanych ciężko było w czasie badania wypowiedzieć się w tej kwestii (rysunek 6). Oferta imprez jest stale wzbogacana o nowe atrakcje, które mają szanse przyciągać coraz większe audytorium, w tym z pewnością dużą część ankietowanych. Przytoczyć można wypowiedziane podczas konferencji prasowej po mistrzostwach słowa N. Davisa, dyrektora ds. komunikacji International Association of Athletics Federations: „Sopot jest

miastem zupełnie wyjątkowym, a wiem, co mówię, bo sam mieszkam w Monte Carlo”¹².

Podsumowanie

Z uwagi na fakt, iż nawet najlepsze obiekty infrastruktury sportowej w Polsce nie są w stanie efektywnie funkcjonować wyłącznie na podstawie przychodów z organizacji tylko imprez sportowych, istotną wagę przywiązuje się do ich pozasportowego, komercyjnego wykorzystania. W celu poprawy rentowności, maksymalizacji zysków, a precyzyjniej – aby ograniczyć deficytowość prowadzonej działalności, w wielu obiektach sportowych odbywają się również różnego rodzaju wydarzenia artystyczne, rozrywkowe, koncerty, festiwale, targi, konwencje, kongresy, otwarte i zamknięte imprezy, a nawet spotkania wspólnot religijnych.

Niestety, uczestnicy masowych imprez sportowych, kulturalnych, rozrywkowych na ogół nie mają żadnego wpływu na wybór obiektu, na którym organizowana jest impreza. Fankluby mogą próbować apelować do gwiazd, ich managementu, producentów i touroperatorów tras koncertowych o wybór konkretnego obiektu. Przykładowo, jeżeli w danym państwie odbywa się tylko jeden występ danego wykonawcy w czasie całej trasy koncertowej, czynnikami decydującymi o wyborze konkretnej lokalizacji będą jej pojemność i centralne położenie umożliwiające przybycie szacowanej liczby fanów z jak największego obszaru. Inne parametry oczywiście również mogą być brane pod uwagę, jednak ich znaczenie nigdy nie będzie determinujące. Lokalne preferencje nie mają kluczowej, żeby nie powiedzieć – żadnej, wagi.

Także wybór konkretnego obiektu nie jest czynnikiem decydującym o przyjeździe do danej miejscowości czy też nie. Fani i tak podążają za swoimi idolami, gwiazdami, wydarzeniami, festiwalami, a nie za obiektami. Decydujący jest występ ulubionego zespołu. Akustyka obiektu, plan miejsc i sektorów, sprawność służb porządkowych, infrastruktura towarzysząca stanowią czynniki o charakterze pomocniczym, ale na pewno nie decydującym. Subiektywna ocena miejsca w sektorze w dużej mierze uzależniona bywa od szczęścia lub jego braku, jakie miał ankietowany w trakcie zakupu biletu. Wydarzenia sportowe mają charakter

¹² HMS 2014. *Najwyższe oceny Sopotu. Władze światowej lekkoatletyki pod wrażeniem mistrzostw w Ergo Arenie*, www.sopot2014.com/zobacz-aktualnosc/209/iaaf-wic-sopot-2014-unique-championships-in-the-unique-town (11.03.2014).

dynamiczny i bardzo ciężko, nawet znając wcześniej podany przez organizatora rozkład sali i układ sektorów, wybierając miejsce, zagwarantować sobie najlepszą widoczność w decydujących momentach. Trudno o bezpośrednią analogię, jednak warto nadmienić, iż jeszcze większa loteria występuje przy imprezach typowo muzycznych, gdzie te same świetne miejsca w pierwszym rzędzie na jednym koncercie zapewniają rewelacyjną widoczność, na drugim złą akustykę. Subiektywny odbiór pracy systemu nagłośnienia różni się nie tylko w zależności od sektora, ale i od koncertu, umiejscowienia sceny, jej wysokości, aranżacji sektorów na płycie, zastosowanego sprzętu, rozmieszczenia elementów systemu nagłośnienia, pracy realizatora dźwięku, stopnia wypełnienia obiektu, panującej temperatury i wilgotności powietrza, o rodzaju muzyki wpływającym na charakterystykę fal dźwiękowych nie wspominając.

Zebrane wyniki z pewnością pozwalają na wypracowanie ogólnych wniosków co do oceny danego elementu organizacyjnego i wykorzystanie w badaniach marketingowych¹³. Jednak ewaluacja postrzegania parametrów organizacyjnych powinna zawsze uwzględniać subiektywność odbioru widza determinowaną również przez takie niezależne od organizatorów zmienne, jak wzrost czy wada wzroku oraz specyfika danego elementu czy inne typowe uwarunkowania dla badań zjawisk kwalitatywnych¹⁴.

Na polskim rynku turystyki sportowej nie wykształciła się jeszcze tak rozbudowana struktura uczestników imprez sportowych z bogatą typologią segmentów, gdzie jeden mogą z powodzeniem tworzyć stali bywalcy imprez na danym obiekcie, jak to ma miejsce w USA czy krajach Europy Zachodniej.

O ile brak wpływu odwiedzających na wybór konkretnego obiektu sportowego na organizację imprezy nie determinuje przyjazdu do konkretnej miejscowości, o tyle poziom organizacji imprezy i funkcjonowanie obiektu wpływają na atrakcyjność turystyczną regionu. Pozostawione przez organizatorów imprezy lub poziom obiektu wrażenie zazwyczaj przekładają się na ogólny odbiór miejscowości, satysfakcję z wyjazdu, wspomnienia z wydarzenia, a to wszystko wpływa na prawdopodobieństwo ponownego przyjazdu do danej miejscowości, zarekomendowania jej rodzinie czy znajomym.

¹³ S. Kaczmarczyk, *Badania marketingowe – podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa 2011, s. 15.

¹⁴ J. Koronacki, J. Mielniczuk, *Statystyka*, WN-T, Warszawa 2006, s. 359.

Literatura

- Biuletyn specjalny – XV Halowe Mistrzostwa Świata Sopot 2014*, Polski Związek Lekkiej Atletyki, Warszawa 2014.
- Bulletin. World Indor Cahmpionships*, International Association of Athletics Federations, Sopot 2014.
- Ergo Arena – Świat emocji*, Hala Gdańsk–Sopot Sp. z o.o., Gdańsk 2012.
- Hinch T., Higham J., *Sport Tourism Development*, Channel View Publications Ltd., Bristol 2011.
- HMS 2014. Najwyższe oceny Sopotu. Władze światowej lekkoatletyki pod wrażeniem mistrzostw w Ergo Arenie*, www.sopot2014.com/zobacz-aktualnosc/209/iaaf-wic-sopot-2014-unique-championships-in-the-unique-town.
- <http://ergoarena.pl/arena/scenariusze-uzycia/>.
- <http://halagdansk.sopot.pl/aktywnosc.htm>.
- <http://halagdansk.sopot.pl/bip.html>.
- Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe – podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa 2011.
- Koronacki J., Mielniczuk J., *Statystyka*, WN-T, Warszawa 2006.
- Materiały źródłowe Hali Gdańsk–Sopot Sp. z o.o.
- Sayyman M., *An Introduction to Sports Tourism and Event Management*, Sun Press, Johannesburg 2012.
- Strona domowa Katedry Zarządzania Turystyką i Rekreacją Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, <http://awf.gda.pl/index.php?id=754>.
- Sytuacja gospodarstw domowych w 2013 r. w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych*, Główny Urząd Statystyczny. Departament Badań Społecznych i Warunków Życia, Warszawa 2014.

ORGANIZING ASPECTS OF SPORTS EVENT AND TOURIST ATTRACTIVENESS BASED ON THE EXAMPLE OF INTERNATIONAL ASSOCIATION OF ATHLETICS FEDERATIONS WORLD INDOOR CHAMPIONSHIPS SOPOT 2014 IN ERGO ARENA

Summary

The Ergo Arena is a modern sports and entertainment venue, being characterized by high technical-exploitation parameters and with wide organizational abilities. The results

of the conducted, during the International Association of Athletics Federations World Indoor Championships Sopot 2014, survey of perceiving organizational issues by participants in the mass sports event confirm high evaluations in the media and positive opinions among the local community. Ensuring the organizational high level of functioning of venues of the sports and entertainment infrastructure and events being held influences in the direct way satisfying visiting spectators and determines tourist attractiveness of the region.

Keywords: Ergo Arena, organizing, survey, tourist attractiveness

Translated by Tomasz Taraszkiewicz