

Małgorzata Grabus
Maciej Szymański

SPOŁECZNO-EKONOMICZNY WYMIAR BIEGANIA AMATORSKIEGO W POLSCE¹

Słowa kluczowe: sport amatorski, bieganie amatorskie, równowaga *praca-życie*, ekonomia wolnego czasu

SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTIC OF NON-PROFESSIONAL RUNNING IN POLAND

Keywords: non-professional sport, non-professional running, work-life balance, leisure economy

Wstęp

Bieganie amatorskie i - szerzej - sport amatorski jest aktywnością fizyczną podejmowaną dobrowolnie, w czasie wolnym dla wypoczynku, rozrywki lub odnowy sił psychofizycznych. Sportowiec – amator podejmuje aktywność fizyczną dla przyjemności, zdrowia lub innych celów pozafinansowych, a ewentualne korzyści materialne nie są jego głównym źródłem utrzymania.

Bieganie jest naturalnym sposobem poruszania się człowieka, nie wymaga nauki ani dodatkowego sprzętu. Fizjologicznie organizm ludzki jest przystosowany do pokonywania dużych dystansów, choć zdolność ta została osłabiona w wyniku postępu cywilizacyjnego. W czasach prehistorycznych bieganie było nieodłącznym elementem życia, obecnie - szczególnie w krajach rozwiniętych - traktowane jest jako rozrywka lub sport.

Wzrost zainteresowania bieganiem wśród osób nie związanych ze sportem wyczynowym nastąpił wraz z upowszechnieniem metody treningowej, opracowanej przez Arthura L. Lydiarda, której podstawą są długie wolne biegi (jogging). Dzięki temu od lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku frekwencja w amatorskich biegach systematycznie rośnie². Najstarszy na świecie i jeden z trzech największych maratonów w USA (obok New York Marathon i Chicago Marathon) - Maraton Bostoński organizowany jest od 1897; liczba biegaczy w roku 1964 wynosiła 300 osób, w roku 2016 – 24.291 osób i to tylko dlatego, że jest odgórnie ograniczana oraz ustanowiono próg kwalifikacyjny³. Podobnie jest z biegami krótszymi, np. „*Bay to Breakers*” w San Francisco, o długości 7.46 mil (12 km), którego cechą wyróżniającą są stroje biegaczy, jest organizowany od 1912 roku; liczba biegaczy w rekordowo niskim roku 1963 wyniosła 25 osób, w latach sześćdziesiątych: poniżej 130, w rekordowo liczny rok 1986 – 110.000, od roku 2000 startuje regularnie powyżej 50.000 uczestników.⁴

Popularność biegania amatorskiego w dużej mierze wynika z niewielkich wymagań początkowych: można uprawiać je „*zawsze i wszędzie*”, bez specjalnego sprzętu i ograniczeń

¹ W artykule wykorzystano fragmenty pracy dyplomowej napisanej pod kierunkiem dr Małgorzaty Grabus: M. Szymański, *Amatorskie bieganie – aspekty ekonomiczne, psychologiczne, społeczne*, Sopotka Szkoła Wyższa, Sopot 2016 (maszynopis niepublikowany).

² J. Galloway, *Bieganie metodą Gallowaya*, Helion, Warszawa 2011, s. 13-14.

³ Boston Marathon, <http://www.baa.org/races/boston-marathon/results-commentary/2016-boston-marathon.aspx> [28.12.2016], Active, <http://www.active.com/running/articles/the-biggest-marathons-in-the-u-s> [28.12.2016]

⁴ A. Peterson, *Bay to Breakers. Historical Essay*, http://www.foundsf.org/index.php?title=Bay_to_Breakers [28.12.2016], Bay to Breakers, http://baytobreakers.com/wp-content/uploads/2016/08/ZB2B_PartnershipProspectus_2016.pdf [28.12.2016]

czasowych lub przestrzennych. W roku 2012 amatorskie bieganie stało się najbardziej popularną aktywnością fizyczną Polaków w wieku 15–64 lata (36%), obok dotychczasowego lidera - jazdy na rowerze (26%) i ćwiczeń sprawnościowych (23%). Oznacza to, że amatorsko biega około trzech milionów Polaków. Popularność biegania amatorskiego oraz ćwiczeń sprawnościowych wykazuje stały trend rosnący, obie dyscypliny odnotowały w ciągu roku wzrost zainteresowania, odpowiednio na poziomie 11% i 9%, a w latach 2018-2012 lat liczba biegaczy wzrosła trzykrotnie (wśród aktywnych fizycznie Polaków biegało w roku 2009: 12 %, a w 2012 - 36 %) ⁵. Rosnąca popularność biegania oraz imprez biegowych to światowy trend - liczba amatorów biegania w Stanach Zjednoczonych przekracza 50 mln osób, z których 19 mln biega codziennie; szacunkowe dane producentów obuwia dla biegaczy mówią o ponad 80 mln osób w Europie. ⁶

Rozwój sportu amatorskiego jest efektem rozwoju gospodarczego i ściśle wiąże się ze znanym od starożytności zjawiskiem czasu wolnego. Grecy dzielili rytm życia na pięć podstawowych części: czas pracy i zajęć (*ascholia*), czas wysiłku fizycznego (*ponos*), czas kontemplacji i zaangażowania publicznego (*schole*), czas rozrywki (*paidia*) oraz czas rekreacji i odtworzenia sił witalnych (*anapausis*) ⁷. Współczesne rozumienie czasu wolnego, jako czasu, „*bez obowiązków, przeznaczonego na zajęcia dowolne*” ⁸, który człowiek „*może poświęcić dla siebie, podtrzymania swych sił, wzbogacenia doświadczeń, rozrywki, bezinteresownego kształcenia się i powiększenia wiedzy lub dobrowolnego udziału w życiu społecznym, poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi*” zostało sformułowane przez francuskiego socjologa Joffre Dumazediera i upowszechnione przez Międzynarodową Konferencję UNESCO w Annecy, w czerwcu 1957 ⁹. A. Kamiński wyróżnia trzy funkcje czasu wolnego: wypoczynek, rozrywka oraz rozwój zainteresowań ¹⁰, czyli samorealizacja.

Celem artykułu jest przybliżenie sfery aktywności jaką jest bieganie amatorskie w Polsce, artykuł ma charakter empiryczny – analizy przeprowadzono w oparciu o źródła wtórne oraz obserwacje uczestniczące.

1. Czynniki wpływające na rozwój sportu amatorskiego w Polsce

Na rozwój sportu amatorskiego wpływają cztery czynniki: rozwój gospodarczy (skutkujący rosnącą ilością czasu wolnego), zmiany społeczne (zmiana modelu rodziny oraz indywidualizacja potrzeb), wzrost wymagań pracy oraz rosnąca potrzeba zachowania równowagi praca – życie. Czynniki te nie są specyficzne – pokazują trend światowy, jednak w Polsce – po dołączeniu do gospodarki globalnej – procesy te zachodzą szybciej i są bardziej zauważalne.

Rozwój gospodarczy. Postęp techniczny i ekonomiczny, rozwój nauk medycznych oraz zmiany społeczne zwiększyły ilość czasu wolnego, który stał się udziałem wszystkich członków społeczeństwa, a nie tylko warstw uprzywilejowanych. Codzienne życie stało się łatwiejsze – coraz

⁵ *Sponsoring Monitor 2012/2013*, Instytut ARC Rynek i Opinia, http://www.arc.com.pl/do_biegu_gotowi_start!-40999477-pl.html [28.12.2017]

⁶ A Błaszczak, *Polski rynek artykułów dla biegaczy wart jest około 1, 5 miliarda złotych*, <http://www.rp.pl/artykul/1005790-Polski-rynek-artykulow-dla-biegaczy-jest-wart-ok--1-5-mld-zl.html#ap-4> publikacja: 04.05.2013 [14.07.2016]

⁷ S. Czaja, *Czas w ekonomii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 224.

⁸ J. Pięta, *Pedagogika czasu wolnego*, Almamater Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004, s. 11.

⁹ K. Kwilecki, *Rozważania o czasie wolnym. Wybrane zagadnienia*. Wyd. Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej, Katowice 2011, s. 7-8; M. Truszkowska-Wojtkowiak, *Fenomen czasu wolnego*, Harmonia Universalis, Gdańsk 2012, s. 253.

¹⁰ Za: K. Kwilecki, *op. cit.*, s. 13.

mniej czasu zajmują czynności związane z tzw. „*prowadzeniem domu*”. M. Truszkowska-Wojtkowiak pisze wręcz o „*społeczeństwie czasu wolnego*”¹¹. Europejski model państwa dobrobytu upowszechnił ograniczenie czasu pracy i wprowadził płatny czas odpoczynku od pracy (urlop). Dzięki temu powstał tzw. *przemysł czasu wolnego (leisure industry)*, dostarczający usługi i produkty konsumentom reprezentującym szeroki przekrój społeczny, których łączy chęć zaspokojenia potrzeb związanych z takimi obszarami życia, jak: rozrywka, sport i rekreacja, kultura, gastronomia, imprezy oraz życie nocne (*leisure class*). W roku 1989 Polska dołączyła do krajów, w których tzw. *leisure economy* ma coraz większe znaczenie.

Zmiany społeczne. Obserwowane od połowy ubiegłego wieku zmiany społeczne, rosnąca liczba mieszkańców miast, upowszechnienie pracy zarobkowej, zmiana modelu rodziny spowodowały wzrost wartości indywidualistycznych, większe nastawienie na realizację potrzeb własnych, a w konsekwencji - indywidualne traktowanie czasu wolnego.

Wzrost znaczenia pracy i wymagań pracy. Upowszechnienie pracy zarobkowej, stale rosnące oczekiwanie wobec jakości i wydajności, a także silna konkurencja skutkują wzrostem wymagań wobec pracowników. Z jednej strony, wyznaczane wskaźniki ilościowe oraz standardy jakościowe powodują, że praca wymaga angażowania coraz większych zasobów i staje bardziej intensywna, z drugiej strony – ciągła konieczność dostosowania się do zmian generuje napięcie i stres, które wymagają szukania sposobów na konstruktywne ich „rozładowanie”. Wydłużanie czasu pracy, zarówno w skali dnia pracy, jak i stażu pracy powoduje, iż wzrosło znaczenie aktywnych form wypoczynku, a sport i rekreacja postrzegane są jako działania pro-zdrowotne.

Równowaga praca – życie (*work-life balance*). Skłonność do kategoryzacji czasu wynika z cykliczności funkcjonowania organizmu ludzkiego odzwierciedlającej działanie natury (dzień – noc, pory roku). Społeczeństwo industrialne usankcjonowało podział czasu formalnie określając czas pracy i czas odpoczynku. Współcześnie, gdy postęp technologiczny umożliwia pracę na odległość i stały kontakt z firmą, czas pracy i czas wolny wzajemnie przenikają się, granice stają się trudne do zidentyfikowania, a możliwość oddzielenia życia zawodowego zmniejsza się. Wynikające stąd konflikty destabilizują wewnętrzne poczucie równowagi¹², czyli „*stan, w którym jednostka radzi sobie z potencjalnym konfliktem między różnymi wymaganiami dotyczącymi jej czasu i energii, w taki sposób, że zostaje zaspokojone jej pragnienie dobrobytu i spełnienia*”¹³.

Wobec wzrastających wymagań pracy komfort psychiczny oznacza przede wszystkim ustanowienie równowagi pomiędzy czasem wolnym a czasem pracy. Idea *równowagi praca – życie* promuje zrównoważenie obu obszarów w sposób umożliwiający wysoką efektywność w każdym z nich, a nie ich odseparowanie. Zdaniem D. Clutterbucka równowaga powinna objąć cztery obszary, w które osoba inwestuje czas i energię, i które jednocześnie wpływają na jakość jej życia: przestrzeń i czas dla samego siebie, dla osób bliskich, dla pracy zawodowej oraz dla innych ludzi. Obszary te są pochodną „*sześciu strumieni życia*” obejmujących: pracę, karierę i pracę zawodową, rodzinę i znajomych, zdrowie, samorealizację oraz poczucie przynależności grupy społecznej¹⁴.

¹¹ M. Truszkowska-Wojtkowiak, *Estetyka czasu wolnego*, „Estetyka i krytyka” 2012, nr 2 (25).

¹² M. Żmigała, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w świetle analiz bibliometrycznych i opinii pracowników na temat równowagi między życiem zawodowym a prywatnym*, Wyd. Naukowe WZ Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013, s. 219-220.

¹³ D. Clutterbuck, *Równowaga między życiem zawodowym a osobistym*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 26.

¹⁴ D. Clutterbuck, *op. cit.*, s. 27-28, 76-78.

2. Sylwetka biegacza – amatora

Biegacze – amatorzy nie są jednorodną grupą. J. Galloway wyróżnił pięć etapów rozwoju biegaczy amatorów w zależności od ich nastawienia, poziomu doświadczeń i wzorców postępowania, a także szans i zagrożeń dla podtrzymania ich aktywności (tab. 1).

Tabela 1. Etapy rozwoju biegacza – amatora: szanse i zagrożenia

Etap	Szanse	Zagrożenia
Początkujący	<ul style="list-style-type: none"> ▪ walka wewnętrzna: przełamanie przyzwyczajeń ▪ wspólny trening: wzajemna motywacja ▪ uczucie relaksu po treningu ▪ pojawiające się oczekiwanie treningu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przeszkody: pozorny brak czasu, zła pogoda, dolegliwości ▪ brak szybkiej poprawy wyników - zniechęcenie ▪ negatywna ocena otoczenia: zazdrość znajomych
Entuzjasta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dostrzeżenie korzyści z biegania ▪ bieganie samo w sobie jest czymś fajnym ▪ kalendarz treningowy i startowy: planowanie startów w zawodach ▪ rosnąca potrzeba współzawodnictwa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dobór niewłaściwego planu treningowego – wysokie ryzyko kontuzji ▪ absencja biegowa wynikająca z przyczyn zewnętrznych: niesprzyjające warunki pogodowe, rezygnacja partnera biegowego, kontuzja (ewentualny regres i powrót do etapu 1.) ▪ utrata motywacji po starcie w głównych zawodach biegowych
Zawodnik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ współzawodnictwo jako motor napędowy ▪ treningi dopasowane do startów w zawodach ▪ dystansu do wyników startów (balans między oczekiwaniami a możliwościami) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ryzyko przedkładania wyników nad inne korzyści z biegania ▪ dążenie do maksymalizacji osiągnięć ▪ przeciążenie ▪ frustracja
Sportowiec	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wyższość poczucia realizacji własnego potencjału nad osiągnięciami w zawodach ▪ liczy się jakość treningu, a nie wynik końcowy ▪ porażka uczy i motywuje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ po długich przygotowaniach wynik zawodów może okazać się niezadawalający, co zwiększa ryzyko rozpamiętywania błędów ▪ porażka demotywuje
Biegacz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poczucie harmonii biegowej – bieganie nie jest celem, lecz częścią życia, naturalnie wpisaną w codzienność ▪ świadomość i kontrola swojego ciała ▪ radość z biegania 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sporadyczne kontuzje

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie: J. Galloway, *Bieganie metodą Gallowaya*, Helion, Warszawa 2011, s. 20-24.

Wielu amatorów biegania w Polsce zatrzymuje się na etapie wstępnym - entuzjasty uprawiającego jogging bez określonego celu wynikowego, skupiając się na korzyściach zdrowotnych. Jednak przynajmniej połowa badanych (58-65%) deklaruje udział w biegach zorganizowanych, czyli przechodzi do kolejnych etapów.

Sylwetka biegacza - amatora w Polsce została rzetelnie zbadana i opisana, co świadczy o rosnącym znaczeniu tej grupy. W ostatnich latach przeprowadzono sześć przekrojowych badań, charakteryzujących analizowaną grupę pod różnymi, częściowo pokrywającymi się kątami. Badania prowadziły firmy komercyjne, naukowcy, a także przedstawiciele środowiska biegaczy:

1. „*Sponsoring Monitor 2012/2013*”¹⁵, Instytut ARC Rynek i Opinia, badanie prowadzone od roku 2000, pozwala na obserwowanie trendów w sporcie; metoda bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CAPI) na próbie n=1.808 mieszkańców Polski w wieku 15-65 lat; próba miała charakter losowo-udziałowy i była reprezentatywna ze względu na: typ miejscowości zamieszkania, województwo, płeć, wiek oraz wykształcenie; czas realizacji: styczeń 2013 r.
2. „*Profil polskiego biegacza 2014*”¹⁶, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu; metoda: Computer-Assisted Web Interview (CAWI) na próbie n= 4.406, którzy spełnili 3 warunki: a. ukończone min. 15 lat, b. biega średnio co najmniej 2 razy w miesiącu, c. w ciągu 2013 roku przebiegł co najmniej 100 km; czas realizacji: 5 marca - 31 maja 2014 r.
3. „*Narodowy spis biegaczy 2014*”¹⁷ Polska biega – samoopis środowiska; metoda: ankieta internetowa na próbie n= 60.041, osoby, które czuły się biegaczami, czas realizacji: 23 maja – 30 września 2014 r.
4. „*Polacy biegają*”¹⁸, Polski Związek Lekkiej Atletyki i IBRIS; metoda: Computer-Aided Telephone Interview (CATI) na próbie n= 2.081, pełnoletni Polacy; czas realizacji: 21-22 marca 2015 r.
5. „*Zwyczaje biegaczy w Polsce*”¹⁹, Bank PKO bp i PBS; metoda: Computer-Assisted Web Interview (CAWI) na próbie n= 3.232; ogólnopolska próba internautów – uczestników imprez biegowych; czas realizacji: 4–31 sierpnia 2015 r.
6. „*Profil polskiego biegacza 2016*”²⁰, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu; metoda: Computer-Assisted Web Interview (CAWI) na próbie n= 1.545, którzy spełnili 3 warunki: a. ukończone min. 15 lat, b. biega średnio co najmniej 4 razy w miesiącu, c. w ciągu 2015 roku przebiegł co najmniej 200 km; czas realizacji: wiosna 2016.

Badania prowadzono pod różnym kątem, różniły się zakresem oraz próbą badawczą. Niemniej, uzyskany obraz polskiego biegacza jest stosunkowo spójny.

Statystyczny polski biegacz to mężczyzna (przewaga niewielka: 52 – 54%), mieszkaniec miasta powyżej 500 tys. ludzi (35,2 - 36%)²¹, w wieku 25 - 44 lat (51,9%) lub 18 - 24 lat (38 - 40,4%), z wykształceniem wyższym (26,9 %), pracujący (78 – 80,92%), o dochodach brutto powyżej 2.000,- zł na członka rodziny (55,5%)²². Często są to osoby samotne (32,4%), nie posiadające dzieci (58%).

Przeciętny polski biegacz trenuje dwa – trzy razy w tygodniu (59 – 63%), jedna piąta – codziennie. Ponad połowa biegaczy, szczególnie do 35 roku, biega rok lub krócej; natomiast powyżej 5 lat lub dłużej – 35,2%²³. Biegają zazwyczaj wieczorem, przy czym 83% deklaruje, że robi to bez względu na porę roku, a 39% nawet przy niesprzyjającej pogodzie.

¹⁵ *Sponsoring Monitor 2012/2013*, op. cit.

¹⁶ *Profil polskiego biegacza 2014*, publikacja on-line: <http://konferencjabiegowa.pl/wp-content/uploads/2016/10/profil-polskiego-biegacza-2014.pdf> [14.07.2016]

¹⁷ *Narodowy spis biegaczy 2014*, publikacja on-line: <http://spisbiegaczy.pl/spis2014/0.0.html> [14.07.2016]

¹⁸ *Polacy biegają*, <https://prezi.com/nvyj9hjmdu1/copy-of-polacy-biegaja/> [14.07.2016]

¹⁹ *Zwyczaje biegaczy w Polsce*, publikacja on-line: https://bankomania.pkobp.pl/media_files/a8551a37-a0c6-4d6b-9242-b929e6392cc5.pdf [14.07.2016]

²⁰ *Profil polskiego biegacza 2016*, publikacja on-line: <http://konferencjabiegowa.pl/wp-content/uploads/2016/10/profil-polskiego-biegacza-2016.pdf> [28.12.2016]

²¹ Na drugim miejscu: mieszkańcy wsi: 16 – 17,2%.

²² 19,4%: dochód w przedziale 1.201-2.000 zł, *Profil polskiego biegacza 2016*; badanie PLZA wskazuje na zarobki brutto powyżej 5.000 zł (40,9%), co można wyjaśnić innym sformułowaniem kryterium (zarobki, a nie dochód na członka rodziny) oraz odmienną próbą badawczą – uczestnicy imprez masowych.

²³ Ponownie odmiennie: *Profile polskiego biegacza 2014 i 2016*: największa liczba biegaczy pod względem stażu biegowego: rok 2014: 1 – 2 lata (31,46%), 2016: 3 – 4 lata (28,23%).

Ankietowani rozpoczynają bieganie z trzech głównych powodów: dbałość o zdrowie i kondycję (84%), chęć zmiany w życiu (36%, podejście przeważało wśród najmłodszych) oraz namowa rodziny lub znajomych (10%). Co ciekawe, o ile wśród osób rozpoczynających bieganie przeważają kobiety (36%, wobec 23% mężczyzn biegających krócej niż rok), to relacja ta wyrównuje się przy dwuletnim stażu (odpowiednio 19% kobiet i 18% mężczyzn), a przy stażu 5 lat i więcej proporcje zmieniają się na korzyść mężczyzn (24%, przy 13% kobiet).

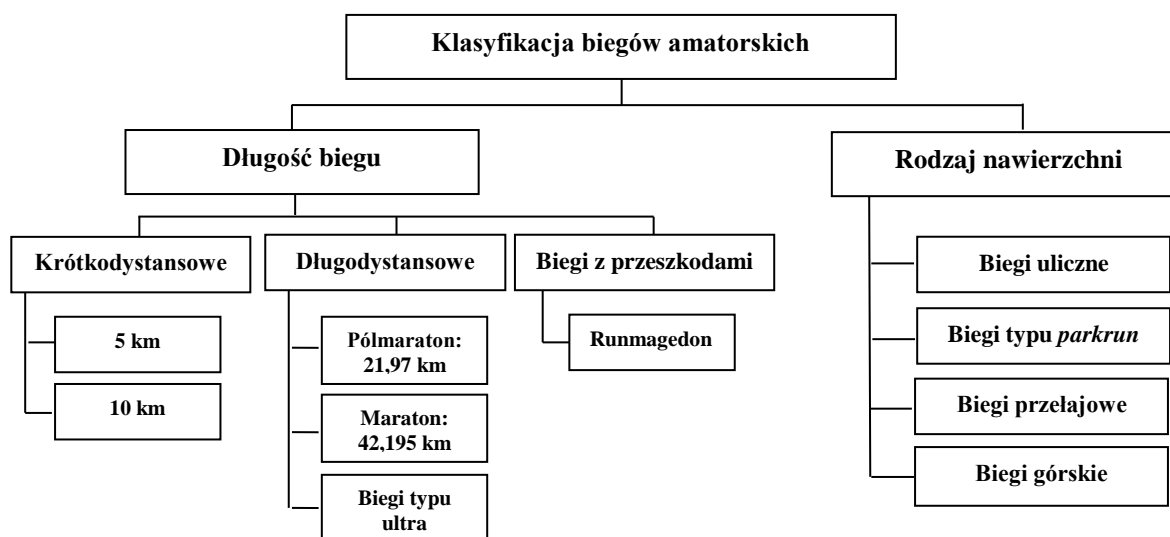
Biegacze zapytani o motywację do biegania, najczęściej wskazywali pozytywny wpływ na zdrowie i kondycję (53,4 - 94%) oraz sylwetkę (47%, częściej kobiety niż mężczyźni, odpowiednio: 55 % vs 40 % oraz osoby młode), chęć rywalizacji i osiągnięcia wyniku (28,4 - 37,5%); pozytywny stosunek emocjonalny (przyjemność: „*Biegam, bo lubię*”: 42%, pogląd najbardziej popularny wśród mężczyzn, osób najstarszych i uczestników imprez masowych), relaks i czas na poukładanie myśli (9,1 - 32 - 62%) oraz ze względu na dostępność biegania jako sportu (12%).

3. Oferta zorganizowana dla biegacza – amatora

Jak wspomniano wyżej ponad połowa biegaczy - amatorów w Polsce (58 - 65% ankietowanych) wychodzi poza etap biegania rekreacyjnego i deklaruje udział w imprezach biegowych; w grupie tej zdecydowanie przeważają mężczyźni. Dystansami wybieranymi najczęściej są biegi na 5 i 10 km - 76% wskazań u kobiet i 81% wskazań u mężczyzn kiedykolwiek startujących w zawodach; 46% osób startowało w półmaratonie, 26% zaliczyło bieg maratoński, a 4% zdecydowało się na start w biegu typu *ultra*.

Do tej grupy skierowane są biegi o zróżnicowanym poziomie trudności, szacowanym przy pomocy dwóch podstawowych kryteriów: dystansu oraz rodzaju nawierzchni, na jakiej rozgrywane są zawody (rys. 1). Oba kryteria warunkują specyfikę przygotowania do biegu: program treningowy, stopień obciążenia organizmu oraz dobór sprzętu.

Rysunek 1. Klasyfikacja biegów amatorskich



Źródło: Opracowanie własne, na podstawie przeglądu oferty biegowej

Poziom trudności biegu określany jest z perspektywy osoby początkującej, bez stażu biegowego, której organizm nie był poddawany obciążeniom biegowym. Istnieje ścisła zależność między założonym kilometrażem startowym i planowanym wynikiem a prowadzonym treningiem, gdyż

determinują one zakres treningu: jego intensywność, pokonywane odległości, zwiększone obciążenie, długość okresu treningowego²⁴. Odpowiedzialny start wymaga planu treningowego uwzględniającego stan zdrowia zawodnika. Celem programu jest przygotowanie organizmu do wzmoczonego wysiłku fizycznego i psychicznego. Dzięki temu start w zawodach nie zagraża zdrowiu i życiu, a wynik biegu będzie można uznać za zadowalający.

Część biegaczy dochodzi do poziomu ekstremalnego, którego wyznacznikiem jest wysokie ryzyko utraty zdrowia, a nawet życia. Ekstremalny wymiar biegania może dotyczyć długości i rodzaju trasy (np. wielkość przewyższeń, rodzaj podłoża), pory dnia, warunków pogodowych, ograniczonego dostępu do napojów i żywności lub obecności przeszkód. Utrudnienia występują w różnych kombinacjach, co wskazuje na drugą najważniejszą cechę biegów ekstremalnych: nieprzewidywalność i niemożliwa do jednoznacznej oceny skala trudności (zmiennność i niepowtarzalność warunków). Wśród biegów ekstremalnych wyróżnia się (tab. 2): biegi typu *ultra* (duże dystanse i otwarta przestrzeń) oraz biegi z przeszkodami – typu *survival* (krótsze, 10-15 km, na zamkniętym i zabezpieczonym terenie).²⁵

Tabela 2. Zestawienie najslynniejszych biegów ekstremalnych

Rodzaj biegu	Nazwa własna	Lokalizacja
Ultramaratony	Sparthatlon	Grecja, 246 km
	Badwater Ultramarathon	USA, 217 km
	Bajkał Marathon	Syberia, 42.195 km
	Mount Everest Marathon	Nepal, 42.195 km
	Ultra-Trail Du Mont Blanc	Mont Blanc, 168 km
	La Petite Trotte à Léon	Alpy Francuskie, 290 km
	Marathon des Sables (Maraton Piasków)	Sahara, 230 km
	Jungle Marathon	Dżungla Amazońska, 254 km
Survival Race	Tough Mudder	USA, Kanada, Europa
	Spartan Race	Czechy, Słowacja, Węgry, Polska
	Survival Race	Polska

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie: Ultramarathon Running Resource, <http://www.ultramarathonrunning.com/> [28.12.2016]

Skala trudności biegów ultra, na dystansie powyżej 50 km jest poza zasięgiem wytrzymałościowym początkującego biegacza. Choć trening nie różni się zasadniczo od programu dla biegów maratońskich, to podstawowym warunkiem udziału jest doświadczenie w pokonywaniu długich dystansów. W przypadku biegów powyżej 100 km, oprócz wytrzymałości fizycznej, niezbędna jest odporność psychiczna, która pozwoli na kontynuowanie biegu mimo ogromnego zmęczenia organizmu. Udział w zawodach ekstremalnych „wiąże się z nieustannym pokonywaniem skrajnych trudności zewnętrznych, ograniczeń psychicznych i związanych z tym emocji (...), zasada się na chęci pokonywania trudności, doznawania nowych, mocnych wrażeń, dawania z siebie wszystkiego i przeżycia czegoś niezwykłego.”²⁶

²⁴ Np. minimalny okres przygotowawczy dla biegu na 5 km wynosi 8 tygodni, z jednym dniem wolnym od biegu w każdym z cykli; w przypadku większych dystansów wydłużany do 12 tygodni (bieg na 10 km), 15 tygodni (półmaraton) oraz minimum 16 tygodni (maratonu), za: J. Galloway, *op. cit.*, 103-130.

²⁵ Ultramarathon Running Resource, <http://www.ultramarathonrunning.com/>

²⁶ D. Krokosz, M. Lipowski, *Sport ekstremalny, jego uwarunkowania i motywy w badaniach naukowych z perspektywy psychologii*, w: *Teoria wychowania fizycznego i sportu*, Tom IV, Wyd. Wyższej Szkoły Sportowej w Łodzi, Łódź 2014, s. 23.

4. Ekonomiczny wymiar biegania amatorskiego

Upowszechnienie czasu wolnego jest wynikiem wzrostu zamożności społeczeństw oraz rozwoju rynku dóbr i usług, ma też swój wymiar ekonomiczny. Konsumpcja usług i dóbr z obszaru czasu wolnego wzrasta wraz ze zwiększającą się ilością tego czasu. Ekonomia czasu wolnego analizuje zachowania jednostki, obrazując w skali *mikro* wzrost zamożności lub ubóstwa gospodarstw domowych, a w skali *makro* - rozwój lub regres gospodarczy²⁷.

Czas i środki finansowe uwolnione od realizacji codziennych działań, są przeznaczane na zaspokojenie innych potrzeb, które realizowane są dzięki istnieniu trzech rodzajów rynku: rynku na czas wolny, rynku czasu wolnego oraz rynku dla czasu wolnego.²⁸ Rynek *na czas wolny* oferuje dobra czaso-oszczędne, dzięki którym zmienia się relacja czasu zobowiązań do czasu wolnego. W tym obszarze czas wolny ma znaczenie drugorzędne, jest swoistym „skutkiem ubocznym” a nie głównym celem. Dwa kolejne rynki są ściśle związane z zaspokojeniem potrzeb wynikających z istnienia czasu wolnego oraz dochodu przeznaczanego na realizację tych potrzeb. Rynek *czasu wolnego* oznacza przestrzeń, w której realizowane są potrzeby jednostki związane z czasem wolnym, natomiast rynek *dla czasu wolnego* obejmuje sferę produktów i usług zapewniających zaspokojenie tych potrzeb: od produkcji sprzętu, poprzez budowę infrastruktury sportowo – rekreacyjnej i organizację wydarzeń wypełniających czas wolny, aż po gastronomię i hotelarstwo. Tab. 3 obrazuje specjalistyczne produkty i usługi skierowane do biegaczy amatorów.

Tabela 3. Specjalistyczne produkty i usługi (wybrane przykłady)

Kategoria	Produkty i usługi	Wartość dla biegacza
Odzież	Ubrania na sezon letni i zimowy Buty: treningowe, startowe, pod konkretne podłoże Okulary, rękawiczki, czapki, szaliki	Komfort i niezależnienie od warunków pogodowych
Sprzęt i akcesoria	Plecaki, pasy funkcyjne, kijki, latarki - czołówki, bidony	Możliwość pokonywania dłuższych i trudniejszych tras
Sprzęt elektroniczny	Pulsometry, zegarki z GPS	Monitoring własnego organizmu, postępów w treningu
Edukacja	Książki, czasopisma, portale internetowe	Wiedza na temat zdrowego żywienia, biegowe know-how, nowości sprzętowe, programy treningowe
Żywność	Napoje, żele, batony, odżywki	Dostarczanie produktów o wartościach odżywczych
Zdrowie i bezpieczeństwo	Pakiety opieki medycznej, ubezpieczenia NW	Bezpieczeństwo medyczne Zabezpieczenie finansowe na wypadek kontuzji
Podróże	Wycieczki na zorganizowane turnusy treningowe, imprezy biegowe	Nowe doświadczenia

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie oferty rynkowej

Popyt na powyższe produkty generuje rozwój rynku dla czasu wolnego. Im wyższy stopień zaawansowania biegacza, tym większe zainteresowanie wymienionymi dobrami oraz wyższy poziom wydatków na produkty nie tylko podstawowe, ale i kategorii *premium*. Rozwój sektora usług w obszarze biegania amatorskiego jest widoczny w liczbie organizowanych zawodów biegowych,

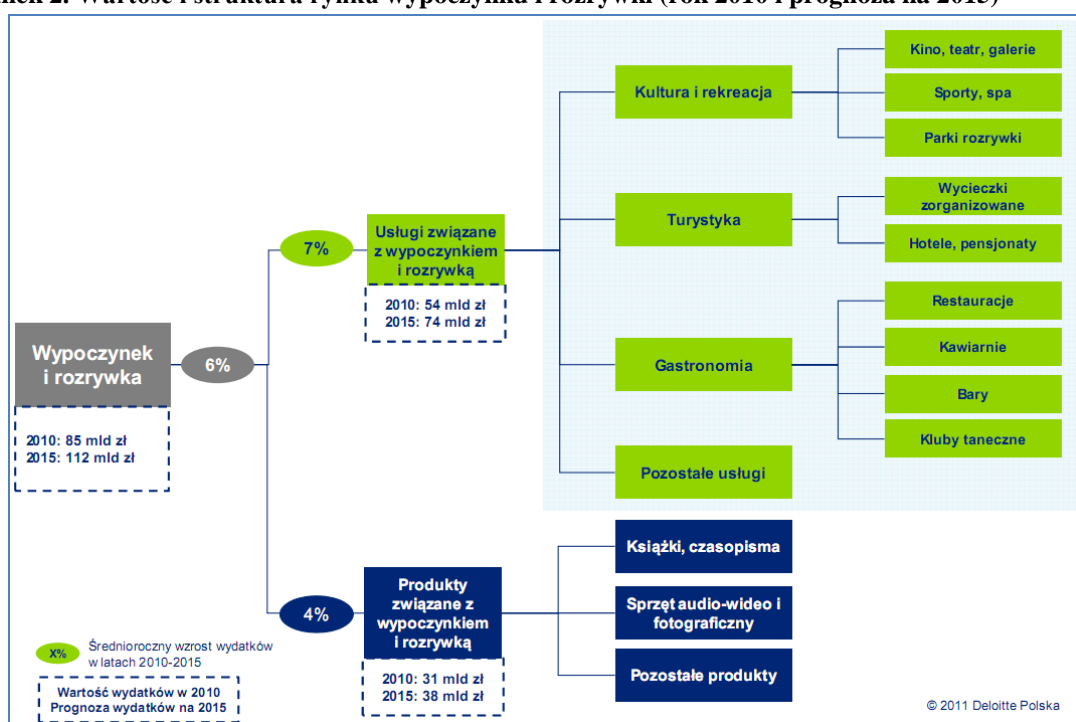
²⁷ M. Makówka, *Spoleczno-ekonomiczne aspekty czasu wolnego*, Zeszyty Naukowe nr 716, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 41-53.

²⁸ C. Bywalec, *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 90 i n.

pojawieniu się targów sprzętu i akcesoriów, rozwoju portali edukacyjnych i społecznościowych dla biegaczy, publikacji tradycyjnych („*Bieganie*” i „*Runner’s World*”) oraz szybko rosnącej liczby specjalistycznych sklepów, początkowo internetowych, coraz częściej stacjonarnych (np. sieć Sklepbiegacza.pl).

Firma doradcza Deloitte wyceniła wartość rynku wypoczynku i rozrywki w roku 2010 na 85 mld złotych i prognozowała jego wzrost do 112 mld złotych w roku 2015 (rys. 2). Badania z roku 2010²⁹ pokazały, że 71% Polaków poświęca na aktywną rozrywkę maksymalnie 5 godzin tygodniowo, wybierając przede wszystkim: wyjście do kina (13%), wizytę w restauracji, pubie lub kawiarni (12%) oraz kibicowanie na imprezach sportowych (2%). Najczęściej rozrywka oznaczała aktywność nie wymagającą nakładów finansowych: spotkania ze znajomymi lub relaks w domu (31%). Roczna suma wydatków przeciętnego Polaka na wypoczynek i rozrywkę w roku 2010 oscylowała w granicach 687 zł, prognoza dla roku 2015 przewidywała wzrost do poziomu 1.003 zł.

Rysunek 2. Wartość i struktura rynku wypoczynku i rozrywki (rok 2010 i prognoza na 2015)



Źródło: *Ile jest warty wolny czas Polaków?*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/ile-jest-warty-wolny-czas-polakow> [10.07.2016]

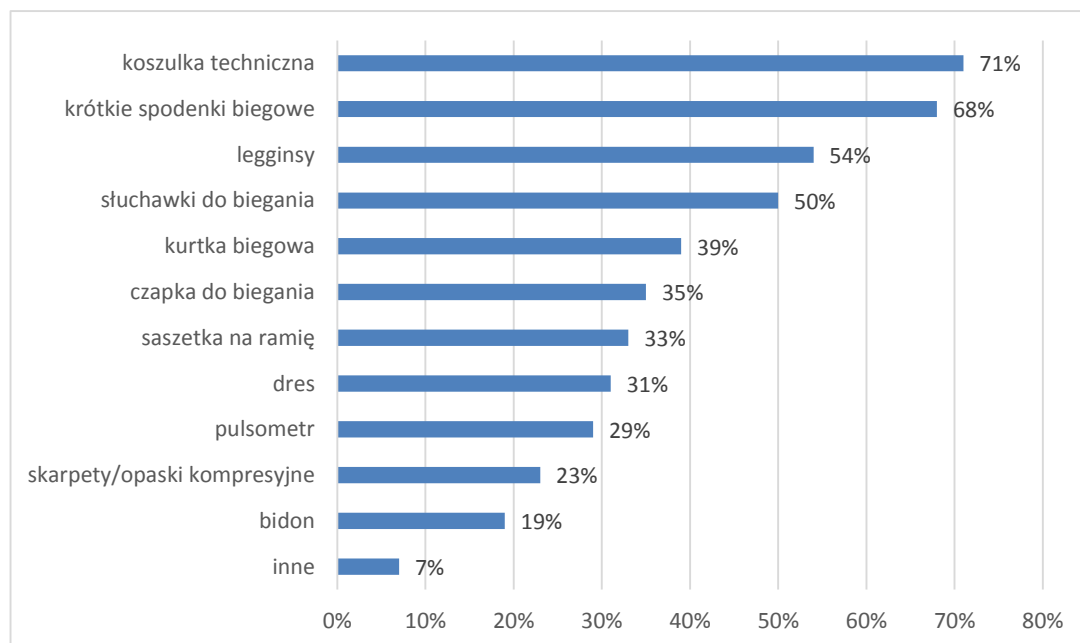
Wbrew obiegowemu twierdzeniu, bieganie nie jest sportem zupełnie bezkosztowym. Polacy w roku 2015 wydali na produkty i usługi związane z bieganiem około 1,8 mld zł³⁰. Mimo, iż ponad 70% badanych twierdzi, że do biegania nie jest potrzebny specjalistyczny sprzęt, tylko 5% nie posiada obuwia przeznaczonego do biegania. Prawie połowa dysponuje jedną parą, 31% posiada dwie pary, a 15% użytkuje 3 pary butów. Niemal co drugi biegacz używa koszulki technicznej, krótkich spodenek biegowych oraz legginsów (rys. 3).³¹

²⁹*Ile jest warty wolny czas Polaków?* <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/ile-jest-warty-wolny-czas-polakow>, publikacja: 2011-03-03 [24.04.2016]

³⁰ *Polacy biegają*, op. cit.

³¹ *Narodowy Spis Biegaczy 2014*, op. cit.

Rysunek 3. Deklarowany sprzęt biegowy



Źródło: Opracowanie własne, na podstawie raport z badań: *Narodowy Spis Biegaczy 2014*.

Analiza wydatków indywidualnych pokazuje, że 21,7% respondentów nie przekracza rocznie kwoty 400,- zł, kolejne 49% wydaje między 401,- a 1.000,- zł; natomiast 2.000 zł przekracza tylko 6% badanych³². Analitycy rynku oceniają, że początkujący biegacz wydaje średnio 200,- zł rocznie, a pasjonat biegania – po uwzględnieniu wydatków na opłaty startowe - około 1.000-2.000 zł.³³ Systemy treningowe pasjonatów zbliżone są do programów zawodowych, co skutkuje zwiększeniem wydatków na profesjonalny sprzęt oraz stymulowanie wytrzymałości dzięki suplementom i odżywkom³⁴.

5. Perspektywy rozwoju biegowych imprez masowych w Polsce

Przyjmując analogię do cyklu życia produktu, można uznać, iż bieganie amatorskie przeszło już fazę pierwszą, *wprowadzenia*, którą charakteryzuje niewielka podaż oraz popyt ograniczony do wąskiej grupy zainteresowanych odbiorców. W fazie tej produkt występuje wyłącznie w wersji podstawowej, a konkurencja jest niewielka lub wręcz jej nie ma.

Bieganie amatorskie w Polsce znajduje się co najmniej w drugiej fazie – *wzrostu*, którą cechuje szybka ekspansja sprzedaży, upowszechnienie w szerszej grupie odbiorców, spadek cen i wzrost popularności u większej liczby średniozamożnych nabywców. Wniosek taki można wyciągnąć na podstawie sześciu wskaźników: liczby osób deklarujących zainteresowanie bieganiem amatorskim, powszechności zjawiska występującego zarówno w miastach dużych i mniejszych oraz na wsi, poziomu wydatków i rodzaju zakupów, szacowaną wielkością rynku artykułów dla biegaczy, liczbą i rodzajem oferowanych imprez biegowych oraz udziałem biegaczy polskich w międzynarodowych imprezach biegowych.

³² *Profil polskiego biegacza 2016, op.cit.*

³³ A Błaszczak, *Polski ...*, op.cit.

³⁴ Z. Dziubiński, Z. Krawczyk, *Socjologia kultury fizycznej*, Akademia Wychowania Fizycznego, Warszawa 2011, s. 376.

Wyznacznikiem powszechności określonego zjawiska jest jego popularność, ujawniana w coraz bardziej widocznej obecności biegaczy w otoczeniu. Przyjmując wyniki badań oraz robiąc krótką sondę wśród znajomych, można przyjąć, iż każdy jest w stanie wymienić co najmniej jedną osobę, która w miarę regularnie biega amatorsko. Kolejnym wskaźnikiem powszechności biegania amatorskiego są imprezy masowe oraz poziom ich nagłaśniania. Ponownie odwołując się do badań, skoro 58-60% ankietowanych biegaczy - amatorów deklaruje udział w imprezach masowych, a odbywają się one także w małych miejscowościach, to oznacza, że statystyczny Polak, albo zetknął się z osobą biegającą amatorsko, albo natknął się na utrudnienia wynikające z imprez masowych, albo przynajmniej słyszał o nich w mediach lub o kimś, kto brał w nich udział.

Ponad połowa polskich biegaczy - amatorów bierze udział w biegowych imprezach masowych, do czego motywuje ich: dbałość o zdrowie i chęć utrzymania dobrej kondycji (38 %), niezwykła atmosfera (34 %), przyjemność biegania (31 %) oraz możliwość poznania nowych ludzi i możliwość porównywanie wyniku z innymi (po 20 %). Z kolei osoby, nie biorące udziału w imprezach masowych wskazały na: masowość wydarzeń i konieczność biegania w tłumie (45 %), odległość od organizowanych imprez (32 %), słabe zdrowie i kondycję (28 %) oraz niechęć do rywalizacji.³⁵

Czynnikami determinującymi atrakcyjność imprezy biegowej zarówno dla potencjalnych uczestników, jak i sponsorów jest frekwencja. Najwięcej biegów w Polsce organizowanych jest w dużych ośrodkach miejskich, co - oprócz potencjalnych uczestników - zapewnia większą dostępność środków finansowych. Liczba organizowanych w Polsce zawodów jest skorelowana z kondycją ekonomiczną danego regionu. W roku 2015 miało miejsce 36 dużych imprez masowych (maratony, półmaratony i biegi na 10 km), w tym: w 7 lokalizacjach odbyły się przynajmniej dwie imprezy, a połowa biegów miała miejsce w Warszawie i Trójmieście – po 8 (45%). Szczegółowe zestawienie w tabeli 4³⁶.

Tabela 4. Lokalizacja największych imprez biegowych w Polsce w roku 2015

Miejsce	Liczba biegów	Łączna liczba uczestników	Zmiana w stosunku do roku 2014 (przedział)
Warszawa	8	70.161	-2% - 26%
Gdynia	4	24.222	1% - 27%
Gdańsk	4	8.930	-18% - 40%
Poznań	3	17.971	-2% - 18%
Kraków	3	13.661	-15% - 25%
Wrocław	2	11.705	20% - 29%
Szczecin	2	2.737	26%

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie: MaratonyPolskie.pl, www.maratonypolskie.pl [28.04.2016]

Dwie, najbardziej liczne polskie imprezy biegowe mają miejsce w Warszawie – w roku 2016 w Półmaratonie Warszawskim wzięło udział 12.735 osób³⁷, a w Biegu Niepodległości (10 km) – 12.031³⁸. Dla porównania, 10 największych maratonów w USA gromadzi od 50.036 uczestników (Nowy York Marathon) do 7.048 uczestników (Chevron Houston Marathon)³⁹.

Z pewnością, bieganie amatorskie nie weszło jeszcze w fazę trzecią – *dojrzałości*, której cechą kluczową jest spowolnienie tempa wzrostu sprzedaży oraz obniżanie marż i spadek cen. Choć rynek

³⁵ Zwyczajnie biegaczy w Polsce, *op. cit.*

³⁶ Bardziej szczegółowe opracowanie: M. Szymański, *op. cit.*, tabela 5.

³⁷ PZU Półmaraton Warszawski, <http://pzupolmaratonwarszawski.com/bez-kategorii/oficjalne-wyniki-11pzupmw/> [28.12.2016]

³⁸ Bieg Niepodległości w Warszawie, <http://aktywnawarszawa.waw.pl/bieg-niepodleglosci/wyniki> [28.12.2016]

³⁹ Active, <http://www.active.com/running/articles/the-biggest-marathons-in-the-u-s> [28.12.2016]

usług związanych z organizacją biegów wydaje się być już nasycony - część imprez biegowych zyskuje popularność, inne - tracą atrakcyjność (tab. 4). Coraz wyższe wymagania stawiane organizatorom eliminują z rynku zawody mniej znane, nieposiadające historii, mało promowane, bez wsparcia dużych sponsorów. W walce o klienta istotną rolę odgrywają aspekty niebędące istotą rywalizacji sportowej: przebieg trasy, pakiety startowe oraz wartość nagród, sponsor tytularny, pozasportowy cel biegu, popularni uczestnicy oraz cykliczność biegów.

Przebieg trasy. Mimo, iż podczas biegu biegacz skupiony jest na sobie: swoim organizmie, osiąganym tempie, zajmowanej pozycji, to ważne jest dla niego także otoczenie, w jakim się przemieszcza. Biegaczy przyciągają: atrakcyjne widoki, ciekawa architektura, miejsca związane z wydarzeniami historycznymi, interesujące walory przyrodnicze lub elementy industrialne.

Atrakcyjne pakiety startowe oraz wysoka wartość nagród głównych – czasy, gdy dyplom uczestnictwa zaspokajał potrzeby biegaczy należy uznać za minione. Podstawową składową pakietu jest wysokiej jakości koszulka startowa z logiem biegu. Absolutnym minimum jest także ciekawie zaprojektowany, okazjonalny medal przyznawany każdemu po ukończeniu biegu, niezależnie od zajętej pozycji. Mile widziane są kupony zniżkowe na zabiegi do salonów masażu i odnowy biologicznej, sprzęt dla biegaczy, zniżki na kolejne biegi planowane przez organizatora.

Obecność silnego sponsora tytularnego – czynnik w dużym stopniu związany z poprzednim. Relacja wysokości opłaty startowej do oferowanego pakietu startowego jest kluczowa i często zależy od sponsora.

Biegi będące formą pomocy charytatywnej lub formą upamiętnienia bohaterów historycznych – wykreowanie idei, świadomość istnienia wyższego celu podnosi rangę biegu w oczach biegaczy.

Obecność celebrytów oraz znanych z mediów osobistości na listach startowych podnosi prestiż zawodów. Szansa pobiegnięcia „ramię w ramię” z kimś znanym, a co najważniejsze możliwość uzyskania lepszego wyniku w tej rywalizacji zachęca do uczestnictwa w biegu.

Organizacja biegów w cyklach. Grand Prix City Trail jest przykładem biegu organizowanego w cyklu miesięcznym. Opłata startowa uprawniająca do startu w jednym biegu jest dużo wyższa niż jednostkowa opłata w przypadku dokonania opłaty za cały cykl biegów, co ma dodatkowy walor motywacyjny.

Organizacja biegów masowych w przestrzeni miejskiej jest kosztowna. Duża część imprez jest finansowana lub współfinansowana ze środków publicznych lub samorządowych. Jednak, profesjonalnie przygotowana impreza biegowa ma dużą wartość promocyjną dla miasta, województwa, a nawet kraju. Wielu biegaczy podróżuje po świecie poszukując nowych miejsc startowych, dzięki czemu miasta lub samorządy mogą kreować swój wizerunek jako regionu dynamicznego, nowoczesnego, tolerancyjnego. Ponadto, uczestnikami imprez są nie tylko zawodnicy, lecz także osoby towarzyszące i kibice. Przez współuczestnictwo zapełniają swój czas wolny, oczekując zapewnienia rozrywek czy usług nie związanych z rywalizacją sportową.

Zakończenie

Większość biegaczy w Polsce prezentuje utylitarnie podejście do aktywności fizycznej – podejmuje ją, aby zredukować poczucie braku zdrowia lub formy fizycznej. Systematyczne bieganie powoduje zmiany czynnościowe i anatomiczne w układzie ruchu. Usprawnienie koordynacji oraz przyrost tkanki skutkuje wzmocnieniem mięśni odpowiedzialnych za utrzymanie prawidłowej pozycji ciała (zapobieganie bólom kręgosłupa) i zwiększone ukrwienie (profilaktyka osteoporozy).

Dodatkowo, wzrasta pojemność życiowa płuc i poprawia się zaopatrzenie tlenowe organizmu⁴⁰. Wysiłek fizyczny zmniejsza napięcie emocjonalne oraz skłonność do zachowań autodestrukcyjnych, np. sięganie po papierosy, alkohol, narkotyki oraz inne używki; powoduje także wzrost wiedzy dotyczącej zdrowego żywienia - 2/3 badanych potwierdziło, że bieganie zmieniło ich nawyki żywieniowe, a 48% osób analizuje skład i wartości odżywcze nabywanych produktów.

Rozwój biegania amatorskiego ma nie tylko konsekwencje indywidualne czy społeczne, wpływa także na gospodarkę. Przykład Wielkiej Brytanii pokazuje, że przemysł czasu wolnego jest znaczącą gałęzią gospodarki - zatrudnia ponad 2,6 miliona osób (9% zatrudnienia całkowitego), generuje przychody na poziomie 117 miliardów funtów rocznie (4% PKB) oraz zapewnia wpływy podatkowe na poziomie 32 miliardów funtów (7% całkowitego dochodu z opodatkowania w Wielkiej Brytanii).⁴¹

Zmiany społeczno-kulturowe, zmiana nawyków wypoczynkowych i zdrowotnych (tzw. *short break*, czyli wyjazdy weekendowe lub wyjazdy do spa), systematyczne bogacenie się Polaków przekładają się na wzrost wydatków na rozrywkę i rekreację. Wydatki Polaków związane z czasem wolnym wynoszą około 10% dochodu przeznaczanego się na konsumpcję (dochód rozporządzalny). W tym czasie, w porównaniu do Polaków, mieszkańcy Europy Zachodniej wydali na kulturę i rozrywkę 3 razy więcej, na turystykę - 6 razy i na gastronomię - 9 razy więcej⁴², co obrazuje potencjał rynku czasu wolnego w Polsce.

Bibliografia

1. Active, <http://www.active.com/running/articles/the-biggest-marathons-in-the-u-s> [28.12.2016]
2. Bałtycki Klaster Przemysłu Czasu Wolnego, <http://czaswolny.org/pl/o-klastrze/> [10.06.2016]
3. Bay to Breakers, http://baytobreakers.com/wp-content/uploads/2016/08/ZB2B_PartnershipProspectus_2016.pdf [28.12.2016]
4. Bieg Niepodległości w Warszawie, <http://aktywnawarszawa.waw.pl/bieg-niepodleglosci/wyniki> [28.12.2016]
5. Błaszczak A., *Polski rynek artykułów dla biegaczy wart jest około 1, 5 miliarda złotych*, <http://www.rp.pl/artykul/1005790-Polski-rynek-artykulow-dla-biegaczy-jest-wart-ok--1-5-mlrd-zl.html#ap-4> publikacja: 04.05.2013 [14.07.2016]
6. Boston Marathon, <http://www.baa.org/races/boston-marathon/results-commentary/2016-boston-marathon.aspx> [28.12.2016]
7. Bywalec C., *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010.
8. Clutterbuck D., *Równowaga między życiem zawodowym a osobistym*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005.
9. Czaja S., *Czas w ekonomii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
10. Dziubiński Z., Krawczyk Z., *Socjologia kultury fizycznej*, Akademia Wychowania Fizycznego, Warszawa 2011.
11. Galloway J., *Bieganie metodą Gallowaya*, Helion, Warszawa 2011.
12. *Ile jest warty wolny czas Polaków?* <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ile-jest-warty-wolny-czas-polakow>, publikacja: 2011-03-03 [24.04.2016]
13. Krokosz D., Lipowski M., *Sport ekstremalny, jego uwarunkowania i motywy w badaniach naukowych z perspektywy psychologii*, w: *Teoria wychowania fizycznego i sportu*, Tom IV, Wyd. Wyższej Szkoły Sportowej, Łódź 2014.
14. Kwilecki K., *Rozważania o czasie wolnym. Wybrane zagadnienia*. Wyd. Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej, Katowice 2011.
15. Makówka M., *Społeczno-ekonomiczne aspekty czasu wolnego*, Zeszyty Naukowe nr 716, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006s. 41-53.
16. MaratonyPolskie.pl, www.maratonypolskie.pl [28.04.2016]
17. *Narodowy Spis Biegaczy 2014, Raport z badań*, publikacja on-line: polskabiega.sport.pl/pdf/nsb_raport.pdf [28.12.2016]

⁴⁰ W. Żukow, *Stan, perspektywy i rozwój ratownictwa, kultury fizycznej i sportu*, Uniwersytet Ekonomiczny w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2011, s.273.

⁴¹ Bałtycki Klaster Przemysłu Czasu Wolnego, <http://czaswolny.org/pl/o-klastrze/> [10.06.2016]

⁴² *Ile jest warty*, op. cit.

18. Peterson A., *Bay to Breakers. Historical Essay*, http://www.foundsf.org/index.php?title=Bay_to_Breakers [28.12.2016]
19. Pięta J., *Pedagogika czasu wolnego*, Almamery Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004, s. 11.
20. *Polacy biegają*, <https://prezi.com/nvyj9hjjmdu1/copy-of-polacy-biegaja/> [28.12.2016]
21. *Profil polskiego biegacza 2014*, publikacja on-line: <http://konferencjabiegowa.pl/wp-content/uploads/2016/10/profil-polskiego-biegacza-2014.pdf> [14.07.2016]
22. *Profil polskiego biegacza 2016*, publikacja on-line: <http://konferencjabiegowa.pl/wp-content/uploads/2016/10/profil-polskiego-biegacza-2016.pdf> [28.12.2016]
23. PZU Półmaraton Warszawski, <http://pzupolmaratonwarszawski.com/bez-kategorii/oficjalne-wyniki-11pzupmw/> [28.12.2016]
24. *Sponsoring Monitor 2012/2013*, Instytut ARC Rynek i Opinia, http://www.arc.com.pl/do_biegu_gotowi_start!-40999477-pl.html [28.12.2017]
25. Szymański M., *Amatorskie bieganie – aspekty ekonomiczne, psychologiczne, społeczne*, Sopotcka Szkoła Wyższa, Sopot 2016 (maszynopis niepublikowany).
26. Truszkowska-Wojtkowiak M., *Fenomen czasu wolnego*, Harmonia Universalis, Gdańsk 2012.
27. Truszkowska-Wojtkowiak M., *Estetyka czasu wolnego*, „Estetyka i krytyka” 2012, nr 2 (25).
28. Ultramarathon Running Resource, <http://www.ultramarathonrunning.com/> [28.04.2016]
29. *Zwyczajnie biegaczy w Polsce*, publikacja on-line: https://bankomania.pkobp.pl/media_files/a8551a37-a0c6-4d6b-9242-b929e6392cc5.pdf [28.12.2016]
30. Żmigala M., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w świetle analiz bibliometrycznych i opinii pracowników na temat równowagi między życiem zawodowym a prywatnym*, Wyd. Naukowe WZ Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.
31. Żukow W., *Stan, perspektywy i rozwój ratownictwa, kultury fizycznej i sportu*, Uniwersytet Ekonomiczny w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2011.

Streszczenie w języku polskim

Artykuł charakteryzuje bieganie amatorskie w Polsce – wskazuje główne czynniki wpływające na jego rozwój, charakteryzuje sylwetkę biegacza – amatora oraz analizuje ofertę imprez biegowych dla amatorów, jak również elementy wpływające na ich popularność. Analizowany obszar pokazano na szerszym tle uwzględniającym trendy światowe.

Summary

The article describes the non-professional running field in Poland. It indicates main factors influencing its development, describes the characteristic features of an amateur runner and analyzes the offer of cross-country events dedicated to non-profession runners as well as some chosen causes of popularity of them. The analyzed area is shown in a broader context of world trends.

Informacje o autorach

Dr Małgorzata Grabus,
psycholog, dr nauk o zarządzaniu,
Sopotcka Szkoła Wyższa,
m.grabus@wp.pl
Maciej Szymański,
absolwent Sopotckiej Szkoły Wyższej,
biegacz – amator,
m_szymanski@interia.eu