

Polski sportowy PKB

Jaką wartość dla gospodarki
stanowi aktywność fizyczna
i produkty z nią związane

Warszawa, wrzesień 2022

SPOTDATA



Informacja o twórcach raportu

Raport został przygotowany przez SpotData przy wsparciu PKN Orlen SA. Prace merytoryczne nad raportem koordynował Ignacy Morawski, dyrektor SpotData. Prace realizował zespół w składzie: Ignacy Morawski, Wiktor Wojciechowski (SGH), Jerzy Morawski (SpotData).

SPOTDATA

SpotData jest centrum wiedzy i analiz ekonomicznych będącym częścią Bonnier Business Polska – wydawcy „Pulsu Biznesu” i portalu Bankier.pl. Analitycy SpotData zajmują się dostarczaniem firmom dedykowanych danych branżowych i ogólnogospodarczych, a także przygotowaniem raportów specjalnych. Jednocześnie zespół SpotData przygotowuje regularne analizy gospodarcze dla czytelników „Pulsu Biznesu”, a także prowadzi serwis platforma.pb.pl udostępniający kilka tysięcy najważniejszych danych z polskiej i światowej gospodarki.



PKN Orlen jest największym przedsiębiorstwem w Polsce pod względem przychodów, liderem rynku paliw i liderem rynku petrochemicznego w Europie Środkowej. Swoją globalną rozpoznawalność buduje między innymi poprzez zaangażowanie w sport. Dzięki sponsoringowi sportu w 2021 roku Grupa ORLEN wypracowała w Polsce i za granicą łączny ekwiwalent reklamowy na poziomie ponad miliarda złotych. PKN ORLEN to sponsor tytularny zespołu występującego w Formule 1 – Alfa Romeo F1 Team ORLEN oraz Roberta Kubicy, jedynego polskiego kierowcy w historii królowej motorsportu. Współpracuje też między innymi z Polskim Komitetem Olimpijskim, Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, Polskim Związkiem Piłki Nożnej, Polskim Związkiem Narciarskim czy Polskim Związkiem Lekkiej Atletyki. PKN Orlen jest jednym z największych podmiotów finansujących rozwój sportu w Polsce.

Wstęp

Trzy kręgi sportu



Polacy są coraz bardziej zainteresowani sportem, a w miastach rośnie popularność aktywnych form spędzania czasu wolnego. W ostatniej dekadzie liczba osób uprawiających sport w klubach sportowych wzrosła o ponad jedną trzecią (z 900 tys. do 1,2 mln), odsetek Polaków wykonujących ćwiczenia ruchowe w ciągu pięciu lat wzrósł z 19 do 22 proc., w tym samym czasie wydatki na zajęcia sportowe i aktywne formy rekreacji wzrosły realnie o 30 proc.

W sporcie ludzie widzą przede wszystkim rozrywkę i sposób na utrzymanie zdrowia. Natomiast rzadziej dostrzegany jest jego wpływ na krajową gospodarkę i wiele wymiarów życia społecznego i ekonomicznego. Niniejszy raport ma na celu zademonstrowanie, że sport ma wymiar nie tylko rozrywkowy, ale również ekonomiczny. Aktywność sportowa Polaków generuje dochody, zarówno bezpośrednie (np. klubów sportowych), jak też pośrednie (np. firm dostarczających usługi dla klubów). Co więcej, zdrowotne i społeczne efekty uprawiania sportu mają również aspekt finansowy – na przykład dzięki aktywności fizycznej liczba osób aktywnych zawodowo w Polsce jest wyższa o ok. 150 tys.



Ekonomiczny wymiar sportu można zaprezentować jako trzy kręgi.

W środku znajduje się sport sensu stricto, czyli wszystkie usługi związane z partycypacją w sporcie w formie czynnej lub biernej. W kolejnym kręgu znajdują się towary i usługi związane z uprawianiem sportu lub w jakiś sposób wykorzystujące sport – na przykład do biegania potrzebne są buty sportowe i wartość ich produkcji znajduje się w tej sferze, a z kolei sport jest potrzebny mediom do wytwarzania treści przez nie i ta wartość również zalicza się do ekonomicznego wymiaru sportu. W trzecim kręgu znajdują się efekty zdrowotne i społeczne sportu związane z oszczędnościami na kosztach ochrony zdrowia, wyższą aktywnością zawodową, produktywnością pracowników, kapitałem społecznym. Trzeci krąg ma specjalny charakter, ponieważ w dużej mierze stanowi drugą stronę medalu wartości wytworzonej w pierwszych dwóch kręgach. Nie można go sumować z pierwszymi dwoma, a bardziej traktować jako inny wymiar. Jest to też wymiar, który najtrudniej poddać konkretnej wycenie. Pokazujemy jednak, jak można podejść do tego wyzwania.

Chcemy, aby dzięki tej publikacji czytelnik mógł zrozumieć wszystkie kanały, którymi sport zwiększa dobrobyt Polaków. Zarówno sportowcy profesjonalni, jak i sportowcy amatorzy, a także firmy dostarczające sprzęt i usługi oraz wszystkie podmioty pracujące na ich rzecz wytwarzają wartość.

Najważniejsze liczby raportu

(dane dotyczą roku 2019)



47,5 mld zł

taka jest wartość PKB generowana przez usługi sportowe sensu stricto, a także towary i usługi związane ze sportem, takie jak produkcja odzieży, sprzętu czy usługi rekreacyjne. Dla porównania, jest to wartość zbliżona do wartości wytwarzanej przez cały polski sektor produkcji żywności i większa niż w przypadku sektora motoryzacyjnego.



10,9 mld zł

taka jest wartość** PKB generowana przez usługi sportowe sensu stricto, związane z partycypacją bierną (widzowie) i czynną (uprawianie sportu)



0,1 mln

tyle osób ćwiczy siatkówkę



11 tys.

tyle jest w Polsce sportowców zawodowych posiadających status reprezentantów kraju



50 tys.

tyle osób ćwiczy pływanie



1,2 mln

tyle jest w Polsce członków klubów sportowych



6 mln

tyle dorosłych Polaków w wieku produkcyjnym uprawia regularną, aerobową aktywność fizyczną



0,5 mln

tyle osób ćwiczy piłkę nożną



24 mln

tyle Polaków podejmuje umiarkowaną aktywność* fizyczną przez co najmniej 150 minut w tygodniu

* jest to aktywność podnosząca puls o ok. 50–60 proc.

** wszystkie wartości dotyczą roku 2019

Kluczowe wnioski

- ▶ Ekonomiczny wymiar sportu można podzielić na trzy kręgi. W pierwszym znajdują się usługi sportowe sensu stricto, związane z partycypacją bierną i czynną w sporcie. W drugim – towary i usługi związane z partycypacją w sporcie oraz takie, które mogą dzięki sportowi istnieć. Dwa pierwsze kręgi nazywają się „sportowym PKB”. W trzecim kręgu zaś znajdują się efekty zdrowotne i społeczne sportu, które stanowią niejako drugą stronę medalu dwóch pierwszych kręgów.
- ▶ Szacowana przez nas wartość sportowego PKB w Polsce w 2019 roku wynosiła 47,5 mld zł, co stanowiło 2,1 proc. PKB ogółem. Zatrudnienie w branżach sportowych wynosi 370 tys. osób.
- ▶ Największy udział w sportowym PKB miały usługi związane ze sportem sensu stricto (10,9 mld zł). W tej kategorii znajduje się zarówno działalność podmiotów sportu profesjonalnego (kluby, stowarzyszenia, związki sportowe, właściciele obiektów sportowych), jak i działalność związana ze świadczeniem usług sportu, kultury fizycznej i generalnej poprawy kondycji fizycznej dla konsumentów. Z tym że pierwsza grupa (sport profesjonalny) finansowana jest w dużej mierze przez państwo, samorządy i sponsorów, a druga (usługi sportu, kultury fizycznej i kondycji fizycznej) głównie ze środków konsumentów bezpośrednio nabywających usługi.
- ▶ Istnieje bardzo wyraźna i pozytywna korelacja między sukcesami sportowców profesjonalnych a aktywnością sportową obywateli. Wśród 18 zmiennych społecznych i gospodarczych, których statystyczny związek z aktywnością fizyczną ludności badaliśmy, liczba medali olimpijskich (w przeliczeniu na liczbę mieszkańców) jest jednym z trzech wykazujących najsilniejszy wpływ – poza przeciętną liczbą godzin pracy w tygodniu (co wskazuje na dużą rolę czasu wolnego jako czynnika umożliwiającego podejmowanie amatorskiej aktywności sportowej) oraz wielkością wydatków na prewencję w ochronie zdrowia (co wskazuje na wysoką wartość przywiązywaną przez społeczeństwo do aktywności prewencyjnych w polityce zdrowia publicznego).
- ▶ Gdyby Polacy zrezygnowali w ogóle z aktywności fizycznej przynajmniej w stopniu umiarkowanym, w Polsce pracowałoby 150 tys. osób mniej. Jest to ok. 0,9 proc. wszystkich pracowników.
- ▶ Dzięki aktywności fizycznej w Polsce roczna liczba nowych przypadków raka piersi jest mniejsza o 15 proc. (tj. 3,2 tys. przypadków), raka jelita grubego również o 15 proc. (3,2 tys. przypadków), cukrzycy o 11 proc. (40 tys. przypadków), zawału serca o 9 proc. (7,6 przypadków). Są to korzyści wynikające z bieżącej aktywności fizycznej Polaków. Gdyby aktywność była wyższa, korzyści byłyby wyraźnie większe.



Spis treści

8 Rozdział 1

PKB generowane przez sport, produkty związane ze sportem i łańcuch dostaw

W tym rozdziale pokazujemy, jaka jest wartość sportowego PKB, czyli wartość wytworzona w ramach produkcji usług sportowych oraz towarów i usług związanych ze sportem. Szacujemy również, które branże związane ze sportem mają największy potencjał rozwojowy.

- 8 Czym jest sport w ujęciu ekonomicznym – definicje i metoda analizy
- 10 Wartość sportowego PKB oraz wartość wytworzona w łańcuchu dostaw
- 11 Kto wytwarza sportowe PKB
- 13 Efekty mnożnikowe
- 15 Ile osób pracuje w gospodarce sportowej i łańcuchu dostaw
- 16 Które części sportowego PKB mogą rosnać najszybciej
- 18 Polska na tle UE

20 Rozdział 2

Wydatki na sport – kto kupuje usługi i produkty sportowe

W tym rozdziale pokazujemy sportowe PKB od strony popytu, czyli tego, kto generuje finalne zapotrzebowanie na usługi i towary sportowe oraz związane ze sportem.

- 21 Popyt gospodarstw domowych
- 24 Popyt sektora publicznego
- 26 Eksport

30 Rozdział 3

Co mamy ze sportu? Zdrowie, praca, kapitał ludzki oraz wizerunek kraju

W tym rozdziale pokazujemy, jakie korzyści odnosi społeczeństwo z uprawiania sportu z innego punktu widzenia niż bieżące PKB lub bieżąca konsumpcja. Za każdą konsumpcją kryje się jakaś wartość dla użytkownika: jest on dzięki kupowaniu usług zdrowszy, bardziej wydajny, ma więcej znajomych, zaś z punktu widzenia kraju sport oznacza m.in. większy soft power.

- 31 Społeczny impuls sportowy – od medali sportowców do biegania rekreacyjnego
- 36 Spadek ryzyka chorób
- 38 Korzyści ekonomiczne z niższej zachorowalności
- 40 Aktywność zawodowa i indywidualna produktywność
- 41 Kapitał społeczny
- 43 Sport jako element soft power

- 45 Podsumowanie
- 46 Bibliografia

Rozdział 1

PKB generowane przez sport, produkty związane ze sportem i łańcuch dostaw

Czym jest sport w ujęciu ekonomicznym – definicje i metoda analizy

Sport to konkurencja i aktywność fizyczna realizowana ze względu na cele i wyzwania, jakie ze sobą niesie. Taka jest definicja stosowana przez encyklopedię Britannica. Żeby jednak przejść od powszechnej i intuicyjnej definicji do mierzenia ekonomicznej roli sportu, potrzebne jest znacznie bardziej rygorystyczne podejście. Zostało ono wypracowane na forum Unii Europejskiej i jest znane pod nazwą „wileńskiej definicji sportu”. W tym ujęciu sportem nazywamy wszystkie rodzaje produktów (towary i usługi), które są związane z uprawianiem sportu w sposób bezpośredni lub pośredni.

Wszystkie produkty wytwarzane w gospodarce podlegają klasyfikacji statystycznej, która nadaje im określone kody. Takich kodów jest ponad 3 tys. Na poziomie europejskim klasyfikacja ta nazywa się CPA, a na poziomie polskim – PKWiU (polska klasyfikacja wyrobów i usług).



Produktów (usług sportowych) sensu stricto jest w tej klasyfikacji tylko dziewięć. Są one nazywane sportem bazowym (ang. core sports), choć w tym raporcie używamy pojęcia sportu sensu stricto. Są to usługi klubów i stowarzyszeń sportowych, usługi właścicieli infrastruktury sportowej (np. basenów, stadionów, klubów fitness) czy usługi świadczone bezpośrednio przez sportowców/trenerów. W niniejszym raporcie jest to pierwszy krąg sportu.

Natomiast produktów (towarów i usług), które mogą mieć jakiś związek ze sportem, jest niemal 600, choć oczywiście w praktyce tylko część produkcji jest ze sportem związana. Są one nazywane sportem szerokim (ang. broad sports). Do tych produktów należy m.in. hodowla koni, produkcja żywności dietetycznej, produkcja koszulek, produkcja rowerów, łodzi i innego sprzętu transportowego, usługi budowlane, usługi transportowe, usługi zakwaterowania i gastronomii, usługi medialne, bukmacherskie itd. W niniejszym raporcie jest to drugi krąg sportu.

Sport w ujęciu szerokim, zawierający w sobie zarówno usługi sportowe sensu stricto z kręgu pierwszego, jak i produkty związane uprawianiem aktywności sportowej zaliczane do kręgu drugiego, nazywany jest łącznie „sportowym PKB” i taka nazwa jest stosowana w niniejszym raporcie. Czyli sportowe PKB to jest PKB wytworzone w ramach nabywania usług sportowych oraz w ramach nabywania wszystkich innych towarów i usług związanych ze sportem. Na to PKB można patrzeć z trzech stron. Z jednej strony, jest to wartość zakupów konsumentów, rządu oraz odbiorców eksportu (po odjęciu importu). Z drugiej strony, jest to wartość wytworzona w toku produkcji towarów i usług w całym łańcuchu dostaw (czyli produkcja pomniejszona o zużycie pośrednie, skorygowana o podatki pośrednie i subsydia). Z trzeciej strony są to wynagrodzenia pracowników, zyski firm (powiększone o amortyzację). Wszystkie te trzy ujęcia są sobie równe.

Większość krajów Unii Europejskiej opracowała system szacowania wielkości produkcji, wartości dodanej i PKB związanych z produktami sportowymi. System ten nazywa się rachunkiem satelitarnym sportu i jest de facto wycinkiem rachunków narodowych, którego celem jest zobrazowanie ekonomicznego znaczenia sportu. Proces szacowania tych wartości jest bardzo trudny i wymaga zaangażowania urzędu statystycznego ze względu na potrzebę wyróżnienia wartości produkcji faktycznie związanej ze sportem oraz powiązań między nimi. W Polsce takie szacunki ostatni raz przygotowano na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki w 2017 roku, a opierały się one na danych z 2012 roku („Rachunek satelitarny sportu dla Polski za 2012 rok”, opracowanie Barbary Liberdy, Łucji Tomaszewicz, Iwony Świeczewskiej i Joanny Trębskiej). W naszej pracy dokonujemy eksperckiej aktualizacji tamtych wyników na podstawie wielu danych makroekonomicznych i mikroekonomicznych, które zostały udostępnione od czasu pojawienia się tamtej publikacji.



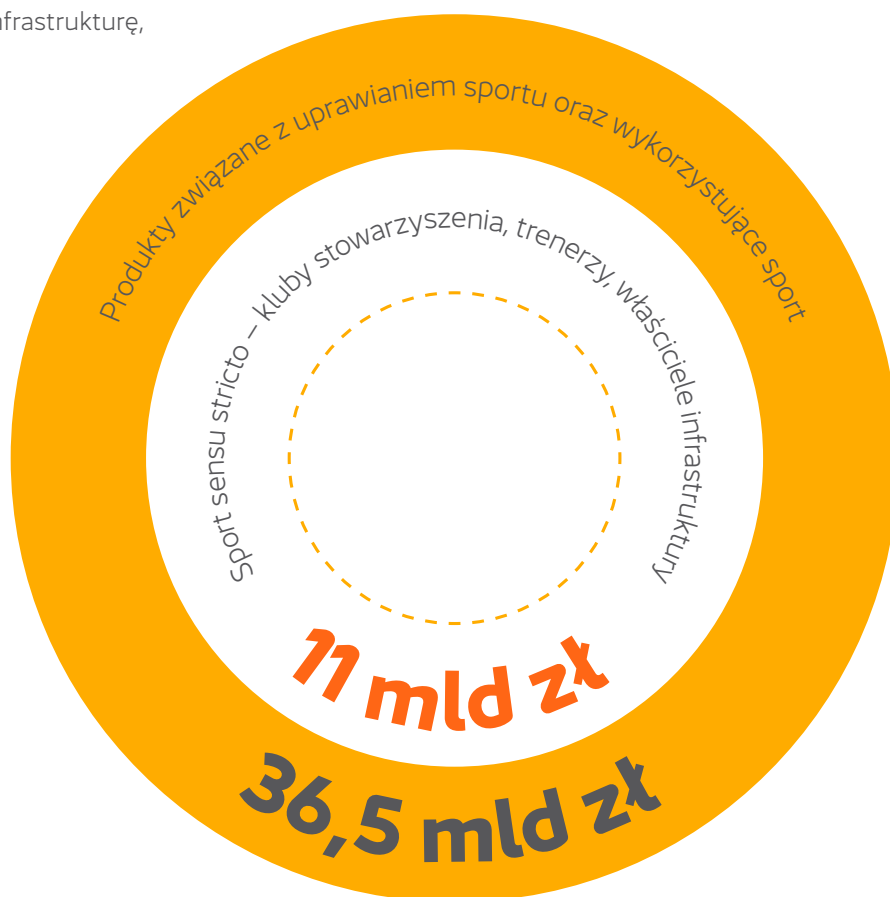
Wartość sportowego PKB oraz wartość wytworzona w łańcuchu dostaw

Przedstawiona w niniejszym raporcie rola sportu w polskiej gospodarce wykorzystuje ekspercki szacunek PKB, wartości dodanej brutto oraz liczby pracujących w sekcjach bezpośrednio i pośrednio związanych ze „sportową” aktywnością polskiej gospodarki w 2019 roku. Został on opracowany na podstawie rachunków satelitarnych dla sportu w 2010 i 2012 roku oraz wielu nowszych danych i analiz, które pozwoliły przedstawić zmiany w sportowych sekcjach polskiej gospodarki do 2019 roku. W szczególności do aktualizacji tego szacunku wykorzystano dane o wymianie handlowej produktów sportowych w latach 2011–2019, dane o wielkości i strukturze wartości dodanej brutto oraz liczbie pracujących według sekcji gospodarki w latach 2008–2019, bilanse przepływów międzygałęziowych w 2010 i 2015 roku oraz rachunek podaży i wykorzystania towarów i usług z lat 2010–2018.

Oszacowana wartość sportowego PKB w Polsce w 2019 roku wynosiła 47,5 mld zł, co stanowiło 2,1 proc. PKB ogółem. Z tego niemal jedną czwartą (ok. 11 mld zł) stanowią usługi bazowe sportu, czyli świadczone przez kluby sportowe, stowarzyszenia, związki, podmioty wynajmujące infrastrukturę, a także kluby fitness.

Pozostałą część stanowią usługi i produkty wytworzone w szeroko pojętym sektorze sportowym. Związane są one zarówno z dostarczaniem towarów i usług dla sportu (np. produkcja łodzi, butów, rowerów, wędek, usługi masażu), jak i tworzeniem produktów wykorzystujących działalność sportową (np. zakłady bukmacherskie, transmisje telewizyjne).

Wprawdzie udział sportowego PKB w gospodarce był niższy od szacunku sportowego PKB za 2012 rok podawanego w raporcie KE (2,3 proc.), to jednak nie odbiega on od poziomów notowanych przeciętnie w krajach UE. To lekkie obniżenie udziału sportowego PKB w 2019 roku względem 2012 roku wynikało m.in. z mniejszego eksportu usług, które akurat w 2012 podbiły wartość sportowego PKB w związku z przyjazdem do Polski kibiców piłkarskich na Euro 2012.



Wykres 1.
Sportowe PKB

Źródło: SpotData

Kto wytwarza sportowe PKB

Największy udział w sportowym PKB miały usługi związane ze sportem (10,9 mld zł). Ta kategoria usług odpowiadała za prawie 25 proc. sportowego PKB. W tej kategorii znajduje się zarówno działalność podmiotów sportu profesjonalnego (kluby, stowarzyszenia, związki sportowe, właściciele obiektów sportowych), jak i działalność związana ze świadczeniem usług sportu, kultury fizycznej i generalnej poprawy kondycji fizycznej dla konsumentów. Z tym że pierwsza grupa (sport profesjonalny) finansowana jest w dużej mierze przez państwo, samorządy i sponsorów, a druga (usługi sportu, kultury fizycznej i kondycji fizycznej) głównie ze środków konsumentów bezpośrednio nabywających usługi.

W ostatnich latach znacząco wzrosła liczba klubów sportowych (o 24 proc. od 2010 do 2018 roku), członków klubów (o 31 proc.), trenerów i instruktorów pracujących w klubach (o 34 proc.), członków kadry narodowej (o 24 proc.).

Coraz bardziej popularne stają się również zajęcia fitness, aerobiku, siłowni itp. W efekcie zwiększał się ich udział w sportowym PKB (z ok. 10 proc. w 2010 roku do 16 proc. w 2019 roku). W latach 2016–2021 przeciętne wydatki gospodarstw domowych na zajęcia sportowe i rekreacji ruchowej zwiększyły się blisko o połowę.

Trzecią pozycję w zestawieniu kategorii mających największy udział w sportowym PKB mają usługi związane z grami losowymi, czyli przede wszystkim wydatki gospodarstw domowych na zakłady organizowane przez Totalizator Sportowy. Roczne PKB w tym obszarze wynosiło prawie 7 mld zł, co stanowiło ok. 14 proc. sportowego PKB.

Istotny udział w PKB związanym ze sportową aktywnością gospodarki mają usługi szkół polegające na organizacji zajęć sportowych na wszystkich szczeblach edukacji (tj. w szkołach podstawowych, średnich i wyższych). Tego typu usługi są niemal w całości finansowane ze środków publicznych. Wynagrodzenie nauczyciela WF wchodzi tym samym w sportowe PKB, ponieważ służy rozwojowi kultury fizycznej i stanowi skład wartości dodanej (wartość dodana składa się głównie z płac i zysków).

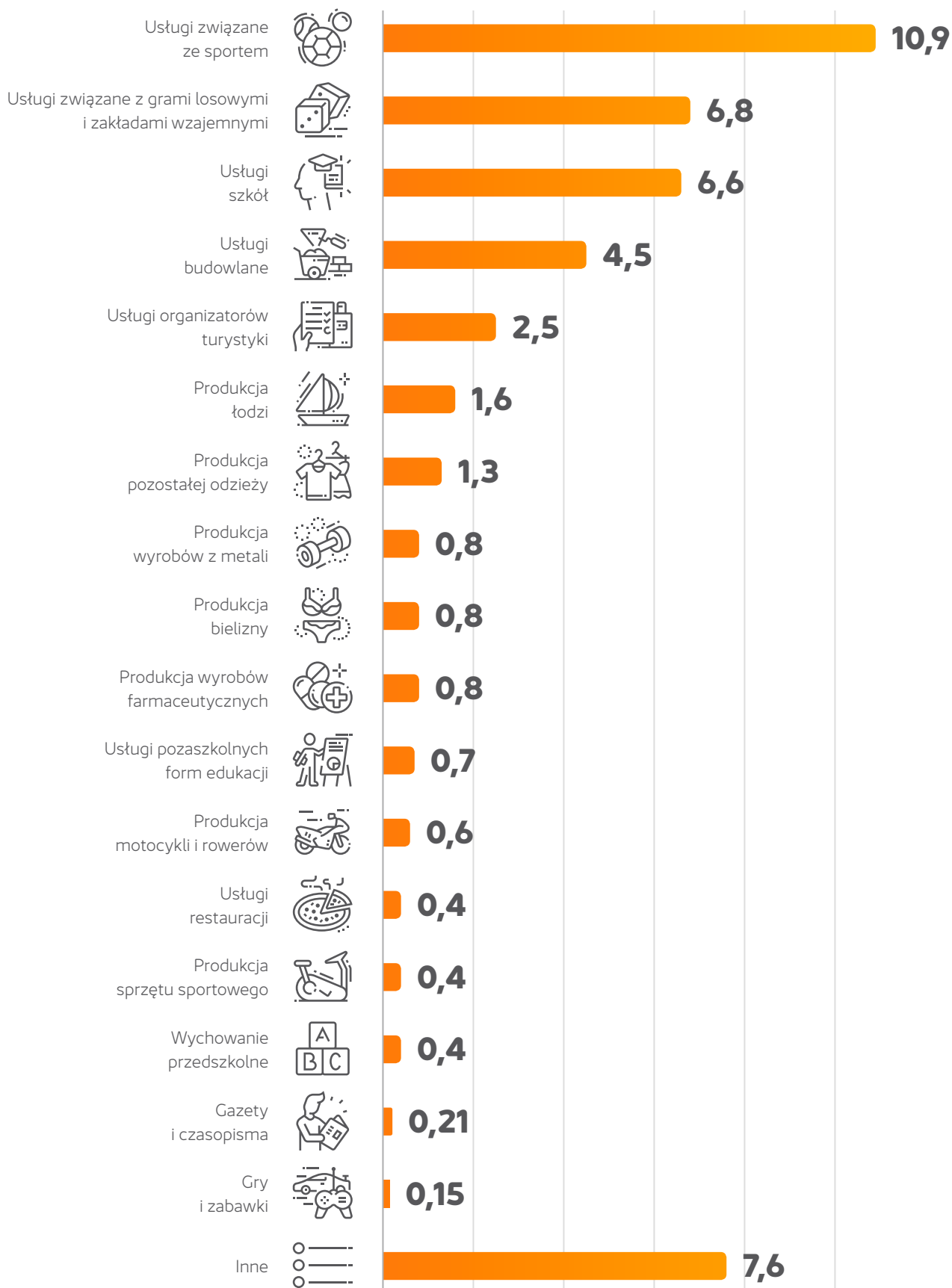
Do sportowego PKB przyczyniają się również wydatki na budowę obiektów sportowych, które w 2019 roku kształtowały się na poziomie ok. 4,5 mld zł. W 2010 roku udział tych wydatków w sportowym PKB wynosił 15,9 proc. przede wszystkim z powodu ponadprzeciętnie wysokich nakładów publicznych na rozwój infrastruktury sportowej w ramach przygotowań do mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012. W 2019 roku udział ten obniżył się do ok. 9,5 proc.



Wykres 2.

Kto wytwarza sportowe PKB, w mld zł (dane za 2019 rok)

Źródło: SpotData



Efekty mnożnikowe – wartość wytworzona dzięki sportowemu PKB

Każdy wydatek w gospodarce generuje dochody, które następnie przekładają się na kolejne wydatki. Ścieżka rozchodzenia się impulsu wydatkowego i jego wielkość nazywane są często efektem mnożnikowym lub efektem pośrednim. Jego wielkość zależy od tego, czy wydatki na dany cel generują dochody lokalne (krajowe) czy zagraniczne, oraz jak mocno powiązany jest nabywany produkt z innymi obszarami gospodarki.

Każda branża wytwarzająca towary i usługi ze sportowego PKB oddziałuje na gospodarkę poprzez efekty mnożnikowe (pośrednie). Największe zainteresowanie budzi oczywiście mnożnik branży sportowej sensu stricto, obrazujący skalę wpływu usług czynnej i biernej partycypacji w sporcie na aktywność całej gospodarki. Wydarzenia sportowe, zarówno lokalne, jak i krajowe oraz międzynarodowe, są bardzo często finansowane nie przez uczestników (widzów, zawodników), ale przez podmioty zewnętrzne – państwo lub firmy prywatne. Wszystkie rozwinięte kraje inwestują w sport, traktując to jako narzędzie interwencji w polityce społecznej i zdrowotnej, a także sposób na promocję kraju. W związku z tym pojawia się bardzo istotne pytanie, które zadają sobie samorządy, organizacje społeczne, rządy, firmy prywatne – jakie są korzyści z wydatków na sport? Jakie są mnożniki (korzyści pośrednie w przeliczeniu na jednego wydanego dolara/euro/złotego), jakie są zwroty z inwestycji?

Na podstawie różnych danych i badań można ocenić, że przeciętnie dostarczenie usługi sportowej (usługi klubów sportowych, organizacja wydarzeń sportowych itd.) o wartości 1 złotego (dolara lub euro) generuje wartość w innych dziedzinach gospodarki na poziomie dodatkowego 1 złotego (dolara lub euro). Innymi słowy, mnożnik wynosi ok. 2 – łączna wartość wytworzona w gospodarce wskutek dostarczenia usługi sportowej jest dwukrotnie wyższa niż bezpośrednia wartość tej usługi. Badania zlecone przez Komisję Europejską wskazują, że średnio rzecz biorąc, w Polsce mnożnik ten wynosi 1,92, a w krajach Unii Europejskiej waha się między 1,3 a 2,2.

Wiele badań z innych miejsc na świecie, wykonywanych za pomocą odmiennych metod, przynosi często podobne wyniki. Na przykład badania efektów organizacji maratonów miejskich w Stanach Zjednoczonych wskazują, że łączne bezpośrednie i pośrednie wydatki związane z organizacją tego typu wydarzeń są od 1,5 do 2,2 razy wyższe niż tylko wydatki bezpośrednie na organizację imprezy. Badania prowadzone nad efektami Euro 2020 w Holandii pokazały, że na 120 mln euro bezpośrednich wydatków wygenerowało łącznie ok. 195 mln euro wydatków łącznych – bezpośrednich i pośrednich (mnożnik wynosił 1,6). Jest też wiele badań nad efektami mniejszych imprez. Na przykład Rajd Ourense w Hiszpanii generuje ok. 800 tys. euro dochodów łącznych, przy budżecie organizacyjnym (pokrywającym wszystkie wydatki – na rajd nie są sprzedawane bilety) na poziomie niecałych 200 tys. euro, co daje mnożnik na poziomie ponad 4. Mistrzostwa w kolarstwie szosowym w Richmond w 2015 roku przyniosły łączne dochody w mieście i regionie na poziomie 160 mln dol., przy bezpośrednich kosztach organizacyjnych na poziomie 23 mln dol., co daje mnożnik na poziomie 7.

Najważniejsze dodatkowe korzyści związane z organizacją imprez sportowych związane są przede wszystkim z wydatkami turystów, czyli realizowane są w handlu oraz zakwaterowaniu i gastronomii. Ponadto impuls popytowy może być skierowany w stronę usług transportowych, usług rozrywkowych, usług komunalnych, usług biznesowych, a także przemysłu i budownictwa.

Część efektów bezpośrednich wydatków sportowych jest bardzo trudno wycenić. Na przykład organizacja wydarzeń sportowych może podnosić poczucie dumy lokalnych obywateli. Taki efekt ma swoją wartość i istnieją próby jej wyceny, choć są one bardzo zależne od lokalnego kontekstu i trudno je uogólniać. Wydarzenia sportowe podnoszą również wartość marketingową miasta organizatora, przekładając się na długookresowe korzyści związane z turystyką i napływem pracowników.



Mnożniki wydatkowe mogą być znacznie mniejsze, jeżeli koszty organizacji wydarzeń sportowych są bardzo wysokie. Przykładem może być organizacja igrzysk olimpijskich lub generalnie budowa drogiej infrastruktury sportowej. Organizacja 10 kosztuje współcześnie ok. kilkunastu miliardów dolarów, a bezpośrednie dochody przez nie generowane sięgają kilku miliardów. Mnożniki musiałyby sięgać 4–5, aby organizacja tego typu wydarzeń mogła być uznawana za opłacalną. Co więcej, często zdarza się, że wydatki związane z organizacją jakiegoś wydarzenia zastępują inne wydatki – łączny efekt netto jest wtedy bliski zera. Na przykład widzowie wydarzenia sportowego mogą pójść do restauracji wokół stadionu, ale zrezygnują przez to z innych wydatków.

Generalnie w badaniach nad ekonomicznym wpływem organizacji wydarzeń sportowych można dostrzec kilka ważnych wniosków dla potencjalnych organizatorów i sponsorów. Po pierwsze, kluczowym elementem jest liczba widzów i przeciętne wydatki w przeliczeniu na jednego widza. Jest to czynnik,

który ma absolutnie dominujące znaczenie dla efektów ekonomicznych. Po drugie, bardzo istotne znaczenie mają koszty. Często organizacja wydarzeń o mniejszym zasięgu niż tzw. mega-eventy (mistrzostwa świata w najpopularniejszych sportach itp.) może generować bardzo wysokie mnożniki z powodu niskich kosztów i jednocześnie wysokiej popularności wśród dobrze zdefiniowanej grupy docelowej. Jednocześnie wielkie imprezy typu igrzyska olimpijskie coraz częściej są obiektem krytyki ze strony ekonomistów pod kątem zdolności generowania szerokich korzyści gospodarczych, właśnie ze względu na bardzo wysokie koszty. Po trzecie, budowa nowej infrastruktury sportowej jest na tyle droga, że znacząco obniża mnożniki i może wręcz prowadzić do strat, jeżeli koszty utrzymania infrastruktury będą wyższe niż dochody przez nią generowane. Wśród ekonomistów panuje raczej przekonanie, że duża infrastruktura sportowa (głównie stadiony) nie przynosi na tyle istotnych korzyści dla lokalnej gospodarki, by koszty jej budowania pokrywać w całości z budżetów publicznych.

Ile osób pracuje w gospodarce sportowej i łańcuchu dostaw

W 2019 roku w sekcjach związanych ze sportem w szerokim ujęciu pracowało w Polsce ponad 370 tys. osób, wobec 295 tys. w 2010 roku (wzrost o 26 proc.).

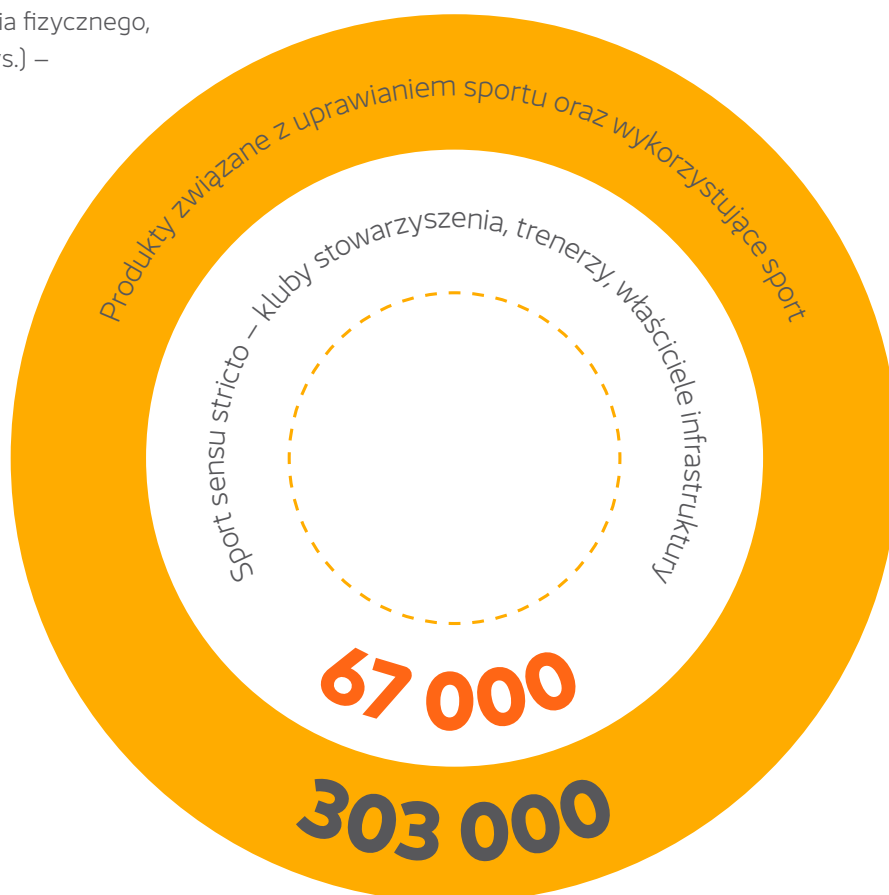
Według Eurostatu w 2019 roku mieliśmy w Polsce 67 tys. osób pracujących w usługach sportowych sensu stricto. Biorąc pod uwagę, że w szeroko pojętych sektorach sportowych i łańcuchu dostaw pracowało wówczas ponad 370 tys. osób, to na każdą osobę związaną ze sportem sensu stricto przypadają ponad 4 dodatkowe miejsca pracy w sekcjach związanych ze sportem.

Największy udział wśród wszystkich zawodowo związanych ze sportem mają osoby pracujące w sekcji sport i rekreacja (88 tys.), a zatem instruktorzy i trenerzy sportowi, w sekcji edukacja (79 tys.) – głównie nauczyciele wychowania fizycznego, oraz w sekcji usługi osobiste (31 tys.) – m.in. instruktorzy sportu i trenerzy personalni.

Wśród sekcji związanych z działalnością sportową w latach 2010–2019 najsilniejszy wzrost liczby pracujących odnotowano w dziale kultura i rozrywka, gdzie liczba ta zwiększyła się o blisko 50 tys. (o 86 proc.). Do tak silnej poprawy w tym sektorze przyczynił się niemal całkowicie wzrost zatrudnienia w usługach związanych z indywidualną aktywnością ruchową z 40 tys. w 2010 do 89 tys. w 2019 roku. Drugim sektorem, gdzie nastąpił znaczny wzrost liczby pracujących związanych ze sportową aktywnością polskiej gospodarki, było przetwórstwo przemysłowe (wzrost o 13 tys., +33 proc.). To pokazuje, że większe zainteresowanie Polaków poprawą kondycji fizycznej oraz produkcja i eksport wyrobów z metali oraz łożdi sportowych miały największy wpływ na odnotowany wzrost liczby pracujących w szeroko pojętej działalności sportowej.

Wykres 3.

Pracujący w sporcie bezpośrednio oraz pośrednio dzięki branżom sportowym



Źródło: SpotData

Które części sportowego PKB mogą rosnąć najszybciej

Żeby określić potencjał zmian w poszczególnych obszarach sportowych gospodarki, należy zmierzyć, w jakim stopniu ich wielkość jest związana z poziomem rozwoju kraju, mierzonym PKB w przeliczeniu na głowę mieszkańca. Można założyć, że im mocniej rozwój danego obszaru w krajach UE jest związany z poziomem rozwoju, tym większy ma potencjał wzrostowy w Polsce, która jest krajem stopniowo podnoszącym swój poziom na głowę mieszkańca w relacji do średniej UE.

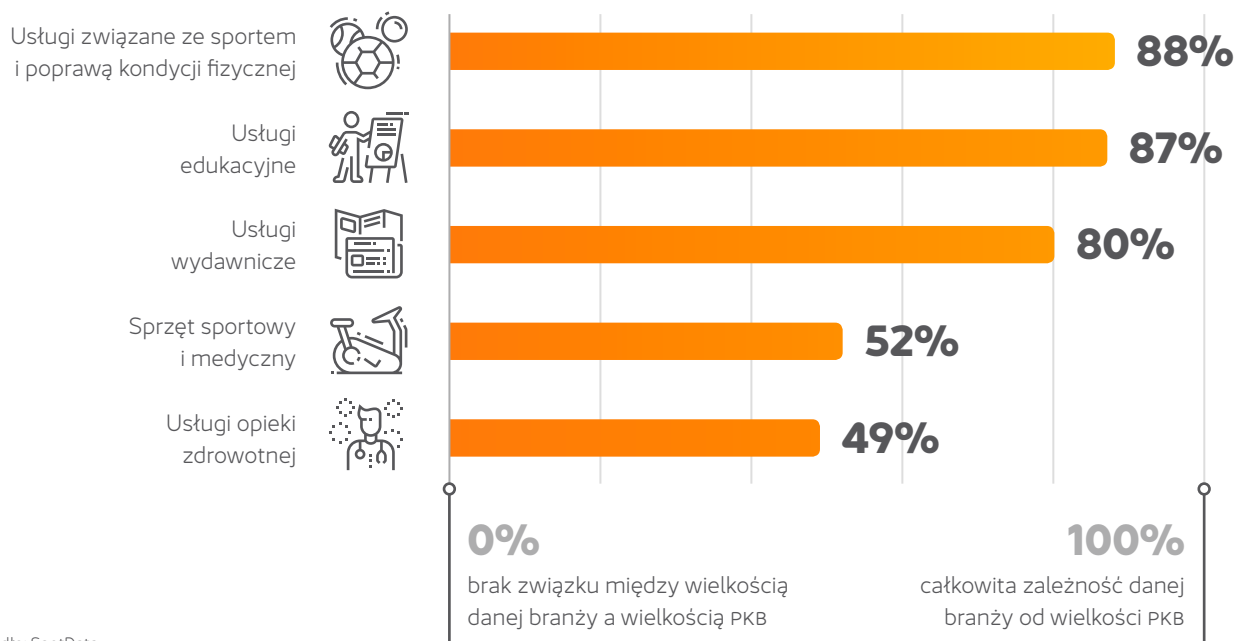
Jest pięć obszarów sportowego PKB, które – przy utrzymaniu co najmniej umiarkowanego tempa rozwoju gospodarczego – powinny notować najwyższą dynamikę:

- ▶ **Po pierwsze**, jest to sport w sensie bazowym – usługi sportu profesjonalnego oraz usługi kultury i kondycji fizycznej przeznaczone dla amatorów. W tym obszarze wpływ rosnących dochodów powinien być najsilniejszy. Im wyższy jest PKB na mieszkańca, tym większy popyt na usługi czasu wolnego, w tym m.in. usługi rozrywkowe (uczestnictwo w imprezach sportowych w charakterze widzów), usługi sportowe i fitness. Związane jest to zarówno z rosnącą ilością czasu wolnego (im zaможniejszy kraj, tym średnio mniejsza liczba godzin pracy), jak też z rosnącymi preferencjami związanymi z utrzymaniem zdrowia i prewencją zdrowotną.
- ▶ **Po drugie**, są to usługi edukacyjne, nie tylko szkolne, ale też pozaszkolne, czyli na przykład usługi różnego rodzaju ognisk sportowych, domów kultury i innych lokalnych organizacji. Podobnie jak ludzie wydają więcej na uczestnictwo w zajęciach sportowych, są też gotowi więcej wydawać na usługi trenerów, zarówno dla siebie, jak i dla swoich dzieci.
- ▶ **Po trzecie**, są to usługi wydawnicze. Wraz ze wzrostem zaangażowania w sport ludzie poszukują większej ilości informacji, związanych zarówno ze sportem profesjonalnym, jak i sportem amatorskim.
- ▶ **Po czwarte**, jest to produkcja sprzętu sportowego i medycznego (związanego ze sportem). Generalnie wielkość produkcji towarów na rzecz sportu nie jest mocno związana z poziomem rozwoju kraju. Wręcz przeciwnie, bogatsze kraje przekierowują produkcję przemysłową do tańszych państw. Ale akurat w przypadku sprzętu sportowego i medycznego jest inaczej, kraje zaможniejsze wytwarzają go więcej w przeliczeniu na głowę mieszkańca.
- ▶ **Po piąte**, są to usługi ochrony zdrowia. Jest prosta konsekwencja rosnącej wraz z dochodami skłonności do uprawiania sportu amatorskiego, usługami prewencyjnymi, potrzebą badań i leczenia kontuzji.



Wykres 4.

Korelacja obszarów sportowego PKB ze wskaźnikiem PKB per capita, na podstawie danych z krajów UE



Źródło: SpotData

Polska na tle UE

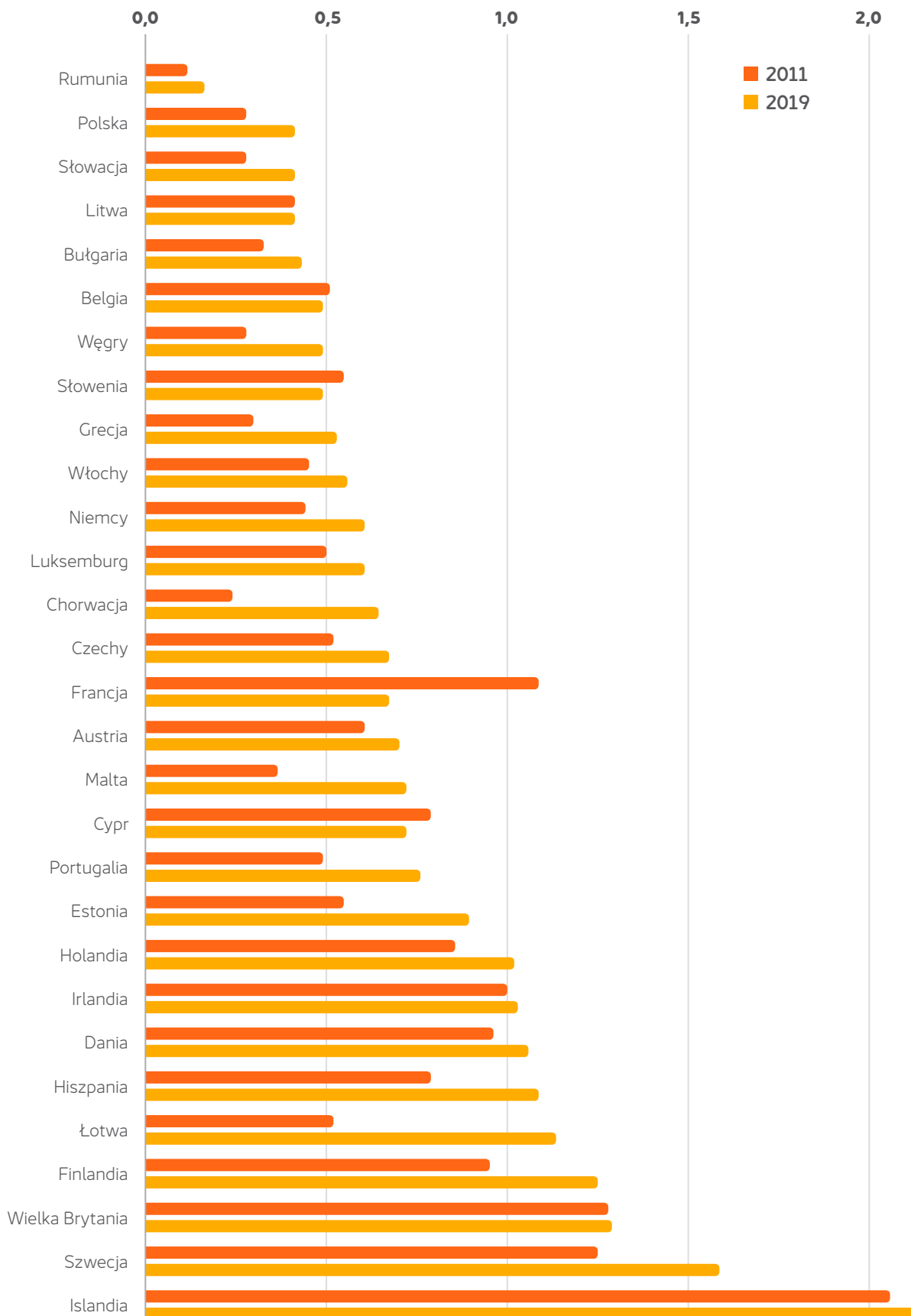
Według raportu Komisji Europejskiej z 2018 roku, który analizował i porównywał wyniki satelitarnych rachunków dla sportu w krajach członkowskich w 2012 roku, udział szeroko zdefiniowanej działalności sportowej w PKB ogółem wyniósł w krajach UE przeciętnie 2,1 proc. Wysokość tych udziałów w poszczególnych krajach członkowskich znacząco się różni. Generalnie im słabiej rozwinięty jest sektor sportowy w danym kraju lub im kraj jest w większym stopniu uzależniony od importu, co zazwyczaj dotyczy państw o małej powierzchni, tym mniejszy jest także udział szeroko pojętego sportu w PKB. Wśród wszystkich krajów UE największym udziałem działalności sportowej w PKB wyróżniła się Austria 4,1 proc., co wynika przede wszystkim z dużego znaczenia ośrodków narciarskich i przyjazdowej turystyki w celu uprawiania narciarstwa w tym kraju. Stosunkowo duży udział sportu w PKB wyróżniał też Niemcy 3,9 proc., gdzie profesjonalna działalność sportowa generuje silny popyt wewnętrzny w innych sektorach gospodarki. W wielu krajach UE znaczenie sportu było jednak dużo mniejsze. Przykładowo, w krajach nadbałtyckich udział ten nie przekraczał 1 proc.: Litwa 0,85 proc., Łotwa 0,64 proc., Estonia 0,88 proc. Przyczyną jest to, że w przeciwieństwie do Niemiec w mniejszych gospodarkach profesjonalna działalność sportowa generuje popyt na dobra, które w dużym stopniu pochodzą z importu. W tym zestawieniu udział szeroko pojętej działalności sportowej w PKB w Polsce wyniósł 2,3 proc., a zatem był nie tylko większy niż średnio w całej UE, ale też większy niż pozostałych nowych krajach członkowskich. Głównym powodem tego wysokiego wyniku w Polsce jest m.in. relatywnie duży rynek wewnętrzny, który pozwala zaspokajać sporą część popytu zgłaszanego ze strony profesjonalnej działalności sportowej przez krajowe przedsiębiorstwa.

Działalność sportowa przyczynia się nie tylko do popytu, który powiększa PKB, ale również do tworzenia miejsc pracy. Według danych zawartych we wspomnianym raporcie przeciętny udział pracujących związanych z szeroko pojętą działalnością sportową we wszystkich krajach Unii Europejskiej w 2012 roku wyniósł 2,7 proc., a zatem więcej od udziału sportowego PKB w PKB ogółem. Oznacza to, że proporcjonalna rola sportu dla liczby pracujących jest większa, niż wynika to z udziału szeroko zdefiniowanej działalności sportowej w PKB ogółem. Warto odnotować, że w zestawieniu Komisji Europejskiej w 2012 roku udział pracujących w sporcie w całkowitej liczbie pracujących w gospodarce przewyższał relatywny udział działalności sportowej w PKB we wszystkich krajach członkowskich z wyjątkiem Polski, gdzie w sekcjach bezpośrednio i pośrednio udział pracujących w sporcie wyniósł 2,2 proc. pracujących ogółem. Główną przyczyną relatywnie niskiej pracochłonności działalności sportowej w Polsce w tym okresie były m.in. wysokie nakłady inwestycyjne związane z finalizacją przygotowań do piłkarskich mistrzostw Euro 2012, a jednocześnie słaby jeszcze rozwój pracochłonnego sektora usług związanych z poprawą aktywności ruchowej. W kolejnych latach wielkość inwestycji w rozbudowę infrastruktury sportowej była mniejsza, a jednocześnie znacząco rozwinął się popyt gospodarstw domowych na wspomniane usługi sportowe. W efekcie można zakładać, że po 2012 roku w sekcjach związanych z szeroką działalnością sportową liczba pracujących w Polsce zaczęła rosnąć szybciej w porównaniu do zmian PKB. Tę tezę wspierają m.in. dane o rosnącym w ostatnich latach zainteresowaniu Polaków usługami poprawiającymi kondycję fizyczną.

Wykres 5.

Udział pracujących w sporcie sensu stricto wśród pracujących ogółem (proc.)

Źródło: SpotData, Eurostat



Rozdział 2

Wydatki na sport – kto kupuje usługi i produkty sportowe

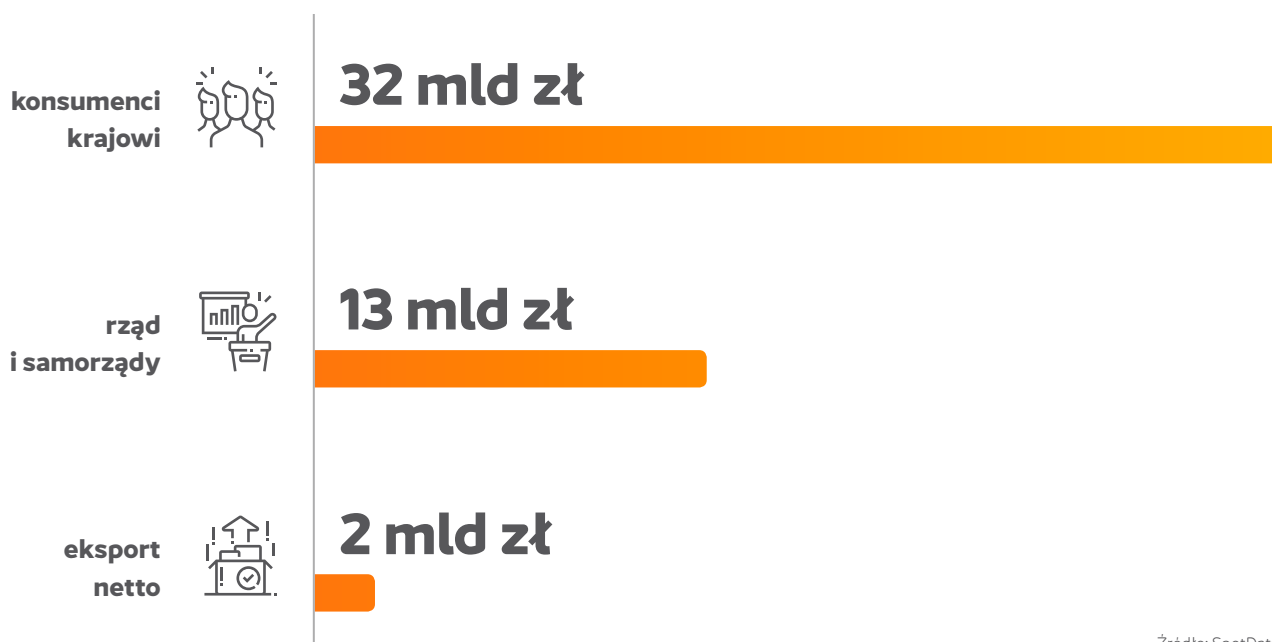
W tym rozdziale pokazujemy jakie podmioty generują popyt na dobra sportowe, w szczególności jakie jest relatywne znaczenie gospodarstw domowych, sektora publicznego i wymiany handlowej z zagranicą w strukturze tego popytu. Pokazujemy wyłącznie popyt finalny, czyli taki, który pochodzi od odbiorcy końcowego produktu, jest to bowiem podstawowa metoda liczenia sportowego PKB w metodologii wypracowanej przez Unię Europejską.

Produkty sportowe są też oczywiście nabywane przez przedsiębiorstwa w ramach tzw. zużycia pośredniego, do którego mogą zaliczać się na przykład wydatki reklamowe przedsiębiorstw na kluby i wydarzenia sportowe. One w sposób bezpośredni nie są liczone w sportowym PKB, ale na wiele sposobów pozwalają zaspokoić popyt wynikający z aktywności sportowej. Na przykład, wydatki reklamowe firm produkujących sprzęt sportowy pozwalają im ostatecznie dostarczyć ten sprzęt do klienta końcowego. Podobnie, wydatki sponsoringowe firm pozwalają klubom sportowym dostarczać usługi dla gospodarstw domowych, czyli zrealizować ich popyt. Precyzja metodologiczna i unikanie podwójnego liczenia wydatków wymaga, aby do PKB sportowego zaliczać wyłącznie popyt finalny.



Wykres 6.

Struktura źródeł finansowania produktów sportowych w Polsce



Źródło: SpotData

Popyt gospodarstw domowych

Kluczową rolę w kreowaniu popytu i tym samym tworzeniu sportowego PKB mają gospodarstwa domowe. W 2019 roku ich wydatki na dobra bezpośrednio i pośrednio związane z sportem wyniosły ponad 30 mld zł.

Najwięcej tego typu indywidualnych wydatków dotyczy usług związanych ze sportem, z poprawą kondycji fizycznej, jak również udziału w grach losowych. Dopiero na czwartym miejscu w zestawieniu indywidualnych wydatków sportowych znajdują się usługi organizatorów turystyki. Tylko te cztery kategorie wydatków odpowiadały aż za 90 proc. wszystkich „sportowych” wydatków gospodarstw domowych. Wśród tych głównych rodzajów indywidualnych wydatków sportowych, w latach 2010–2019 znacząco zwiększyły się wydatki na usługi związane

z poprawą kondycji fizycznej oraz usługi związane ze sportem. To pokazuje, że w ostatnich latach zainteresowanie Polaków utrzymywaniem sprawności fizycznej mocno się zwiększyło.

Zajęcia fitness, aerobiku i siłowni stawały się w ostatnich latach coraz bardziej popularne wśród Polaków i w efekcie zwiększał się ich udział w sportowym PKB (z ok. 10 proc. w 2010 roku do 16 proc. w 2019 roku). W 2021 roku wydatki na sport i rekreację ruchową w przeliczeniu na gospodarstwo domowe w Polsce wyniosły przeciętnie 870 zł. W porównaniu do 2016 roku wydatki te zwiększyły się w cenach stałych o blisko 30 proc. (673 zł w 2016 roku – ceny z 2021 roku po uwzględnieniu wskaźnika inflacji w kategorii usługi sportowe i rekreacyjne). W tym okresie wydatki na udział w zajęciach sportowych i rekreacji ruchowej zwiększyły się aż o 47 proc., silnie wzrosły także wydatki na wypożyczenie i konserwację specjalistycznego sprzętu sportowego (o 28 proc.). Te dane świadczą o rosnącym zapotrzebowaniu Polaków na aktywność ruchową, w tym uprawianie sportów, do

których niezbędny jest profesjonalny sprzęt. Silny wzrost wydatków na udział w zajęciach sportowych i rekreacyjnych w 2021 roku mógł wynikać także z chęci poprawy kondycji fizycznej po lockdownach wprowadzanych w związku z pandemią COVID-19.

Pomimo znaczącego wzrostu popytu na osobiste usługi sportowe ze strony gospodarstw domowych Polacy uprawiają wciąż mniej sportu niż mieszkańcy innych krajów europejskich.

W 2019 roku udział osób uczęszczających na zajęcia sportowe w postaci aerobiku lub siłowni wynosił zaledwie 6,2 proc. wobec 13,6 proc. przeciętnie w UE i np. 31,5 proc. w Szwecji czy 26,9 proc. w Danii. Polacy (8,6 proc., 6. najniższe miejsce w UE) chętniej uczestniczą w rekreacji ruchowej niż Polki (3,9 proc., 5. najniższe miejsce w UE). Niestety, niska aktywność sportowa Polaków nie dotyczy wyłącznie najstarszych osób. W grupie 18–29 lat, a zatem wśród osób, które teoretycznie powinny być najbardziej aktywne, odsetek uczęszczających na zajęcia aerobiku lub na siłownię wynosił w 2019 roku zaledwie 13,2 proc. wobec 25,1 proc. przeciętnie w krajach EU-27. Dramatycznie niski stopień rekreacji ruchowej notuje się wśród osób w wieku 65 lat i więcej, spośród których jedynie 1,1 proc. uczęszcza na zajęcia sportowe, wobec 7,4 proc. przeciętnie w EU-27 i np. 25,2 proc. w Szwecji. Niskiej aktywności sportowej w Polsce nie wyjaśniają różnice w poziomie wykształcenia czy dochodów: Polacy znajdują się w europejskiej końcówce pod względem rekreacji ruchowej także wśród osób z wykształceniem wyższym i najwyższym kwintylu dochodów.

Różnice w poziomie aktywności sportowej między Polską a lepiej rozwiniętymi krajami wynikają częściowo ze struktury zawodowej polskiego społeczeństwa, w którym stosunkowo dużo osób pracuje w rolnictwie i przemyśle (a te prace wiążą się z aktywnością fizyczną). Aktywności fizycznej wymaga także praca w budownictwie i w niektórych branżach usługowych (np. naprawa samochodów, magazynowanie, opieka zdrowotna, hotelarstwo i gastronomia). W 2019 roku 49 proc. Polaków w wieku produkcyjnym

wykonywało pracę wymagającą umiarkowanego lub znacznego wysiłku fizycznego. Dla porównania, pracę głównie siedzącą lub stojącą wykonywało 42 proc. Polaków. Osoby, których praca wiąże się z wysiłkiem fizycznym, mogą być mniej chętne do aktywnych form spędzania czasu wolnego.

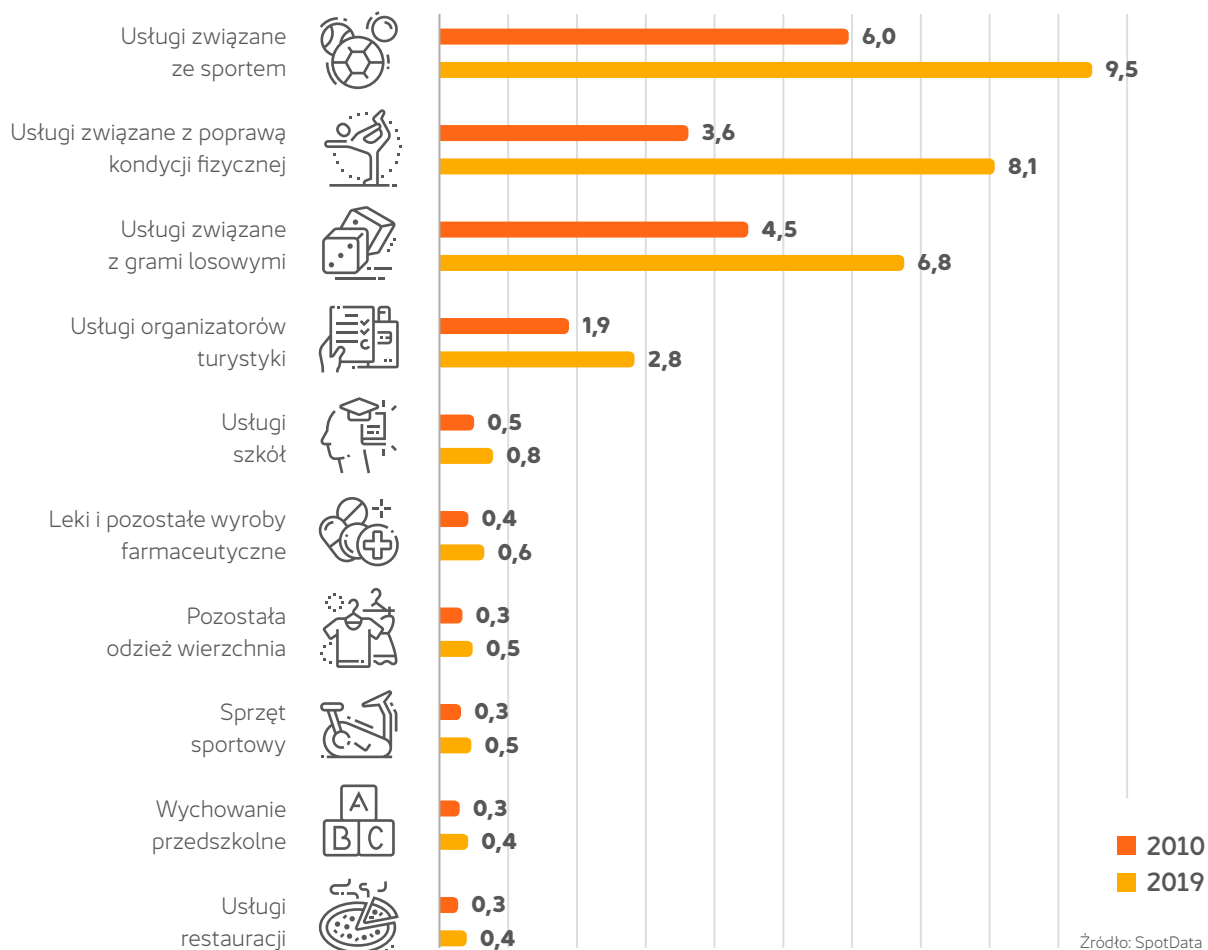
Należy podkreślić, że na tle Europy Polacy prezentują wysoki stopień aktywności fizycznej, jeśli weźmiemy pod uwagę również wysiłek związany z pracą i prowadzeniem gospodarstwa domowego. Według zestawienia przygotowanego przez WHO 80 proc. Polaków jest aktywnych fizycznie w sposób spełniający wymogi zdrowotne (przynajmniej 150 minut umiarkowanie intensywnej aktywności fizycznej tygodniowo). Dla porównania, odsetek ten wynosi w Belgii 63 proc., Czechach – 74 proc., Niemczech 77 proc. Z kolei w podobnym zestawieniu, opublikowanym przez prestiżowe pismo „Lancet”, na tle Europy polskie społeczeństwo prezentuje się przeciętnie – zajmuje 15. miejsce w Unii Europejskiej. Z badania tego wynika, że 68 proc. Polaków jest aktywnych fizycznie w sposób wystarczający. Bardziej aktywne od Polaków są społeczeństwa takich krajów jak Finlandia, Szwecja, Austria i Francja, natomiast mniejsza aktywność jest w krajach takich jak m.in. Belgia, Węgry, Niemcy, Włochy i Portugalia.

Można oczekiwać, że wraz ze zmianą struktury polskiej gospodarki, a także wzrostem zamożności i świadomości sportowej, w kolejnych latach popyt gospodarstw domowych na usługi aktywności ruchowej będzie się zwiększał, a tym samym będzie rosła rola sportu w tworzeniu PKB.

Trzecią pozycję w zestawieniu kategorii mających największy udział w sportowym PKB mają usługi związane z grami losowymi, czyli przede wszystkim wydatki gospodarstw domowych na zakłady organizowane przez Totalizator Sportowy. Roczne wydatki na ten cel wynosiły prawie 7 mld zł, co stanowiło ok. 14 proc. sportowego PKB.

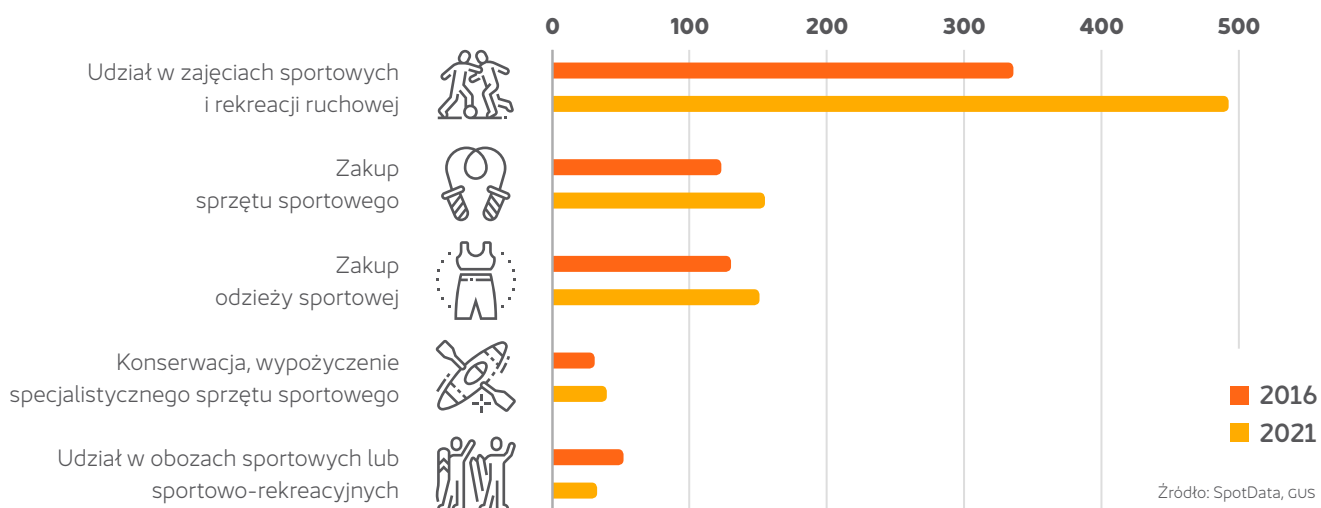
Wykres 7.

Największe „sportowe” wydatki gospodarstw domowych w 2010 i 2019 roku (ceny bieżące, mld zł)



Wykres 8.

Wydatki na sport i rekreację ruchową w przeliczeniu na gospodarstwo domowe (zł, ceny stałe z 2021 roku)



Popyt sektora publicznego

Sektor publiczny ma również istotny wpływ na wielkość sportowego PKB. W 2019 roku bieżące wydatki publiczne kierowane na szeroko pojętą działalność sportową wyniosły 8,7 mld zł. Ale sektor publiczny finansuje też większość nakładów inwestycyjnych na rozbudowę infrastruktury sportowej, czyli na budowę m.in. stadionów, boisk czy gminnych i miejskich ośrodków sportu. W 2019 roku łączne wydatki inwestycyjne na działalność sportową wyniosły 6,3 mld zł, z czego ok. 75 proc. stanowiły „sportowe” wydatki o charakterze budowlanym (4,5 mld zł).

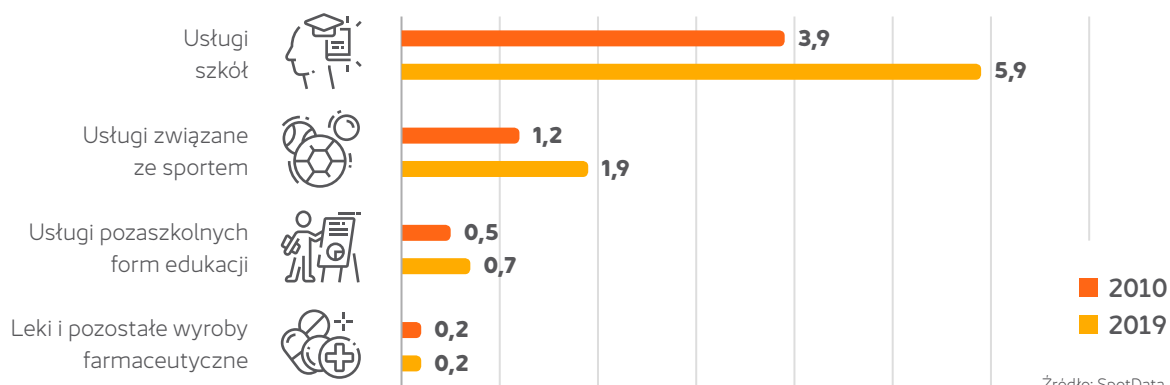
Traktując te dwie kategorie wydatków łącznie, sektor publiczny w 2019 roku przeznaczył na sport 13,2 mld zł, co odpowiada za blisko 28 proc. sportowego PKB.

Co czwarty złoty wydawany na szeroko zdefiniowaną działalność sportową w Polsce pochodzi zatem z budżetu państwa lub samorządów.

Największy udział w strukturze bieżących wydatków sportowych sektora publicznego mają koszty związane z organizacją zajęć sportowych w szkołach podstawowych, średnich i wyższych (usługi szkół). Na kolejnych miejscach w tym zestawieniu znajdują się usługi związane z sportem oraz pozaszkolne formy edukacji. Te trzy kategorie odpowiadają łącznie aż za 98 proc. wszystkich wydatków bieżących sektora publicznego na sport.

Wykres 9.

Największe „sportowe” bieżące wydatki sektora publicznego w 2010 i 2019 roku (ceny bieżące, mld zł)





Eksport

Do tworzenia sportowego PKB w Polsce przyczynia się także dodatnie saldo wymiany handlowej z zagranicą. W 2019 roku wartość eksportu dóbr zaliczanych do działalności sportowej wyniosła 7,4 mld zł wobec 5,3 mld zł importu. Analiza struktury wymiany handlowej wskazuje, że w 2019 roku w eksporcie dominowały pozostałe wyroby z metali (2,1 mld zł) oraz łódzie sportowe (1,6 mld zł), które łącznie odpowiadały za połowę wartości eksportu dóbr sportowych ogółem.

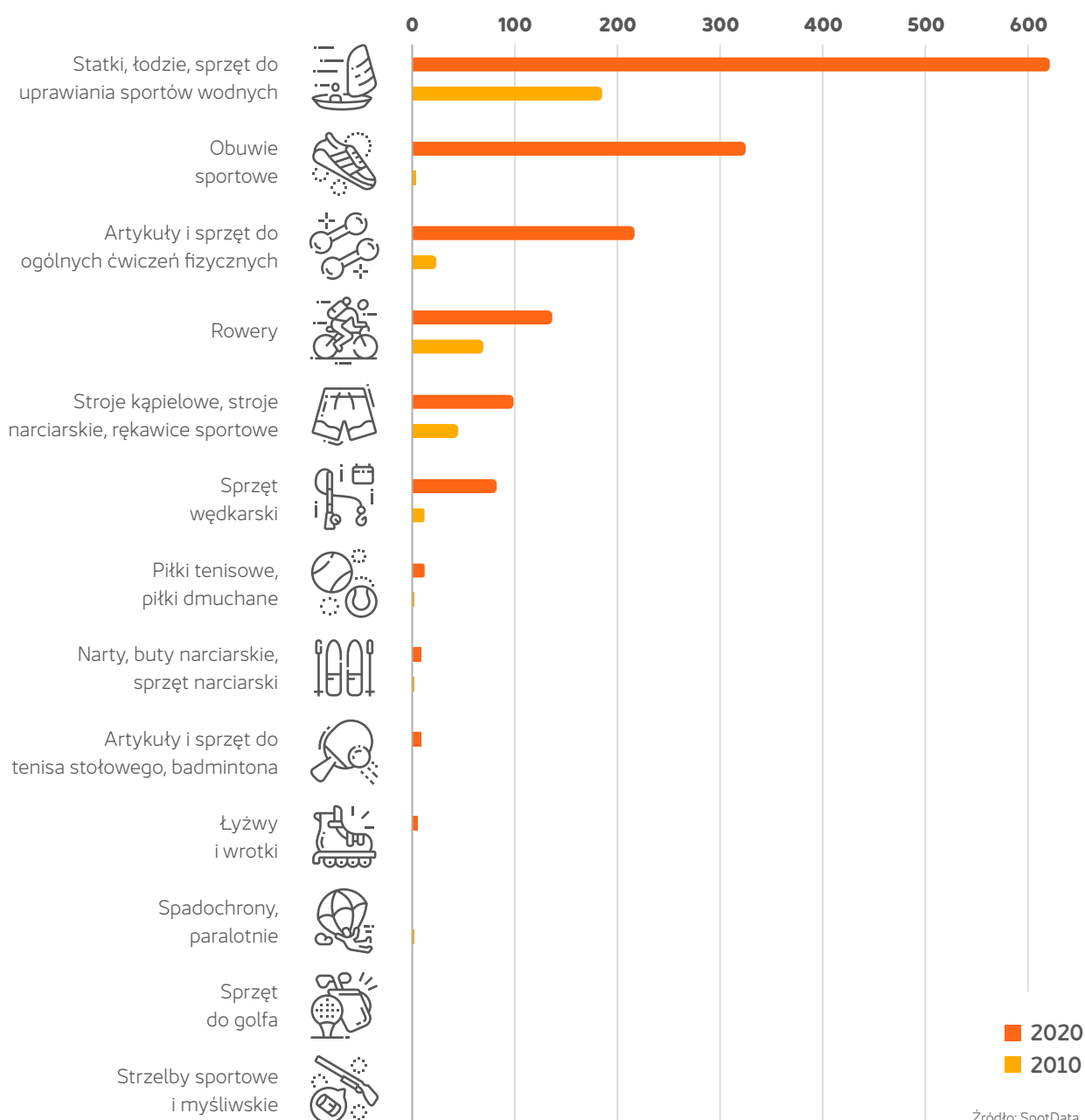
Polski sportowy PKB obniża z kolei deficyt w handlu sprzętem sportowym, który sprowadzamy z zagranicy, oraz w usługach związanych ze sportem, czyli np. wydatki gospodarstw domowych na wyjazdy na narty za granicę.

Szczegółowa analiza wielkości wymiany handlowej towarami związanymi z działalnością sportową potwierdza, że w ostatniej dekadzie Polska wyspecjalizowała się w eksporcie łodzi, ale umacnia się także w eksporcie sprzętu wędkarskiego i rowerów. Jednak saldo wymiany handlowej towarami sportowymi obniża deficyt w wymianie odzieży.

- ▶ W latach 2010–2020 wartość eksportu produktów sportowych z Polski wzrosła z 360 mln do 1,536 mln euro, a zatem ponad 4-krotnie. Choć w tym samym czasie odnotowano również znaczący wzrost importu tych produktów (z 287 mln do 1,160 mln euro), to Polska systematycznie notuje nadwyżkę w handlu towarami sportowymi (374 mln euro w 2020 roku).
- ▶ Największy udział w eksporcie towarów sportowych mają statki, łódzie i sprzęt do uprawiania żeglarstwa (ok. 40 proc. w 2020 roku). To właśnie dzięki tej kategorii Polska wypracowuje nadwyżkę handlową w międzynarodowej wymianie towarów sportowych (574 mln euro w 2020 roku). W ostatniej dekadzie Polska systematycznie notowała rosnący udział w łącznym eksporcie statków i łodzi wszystkich krajów UE: z 3,7 proc. w 2010 roku do 6,3 proc. w 2020 roku.
- ▶ Oprócz statków i łodzi do wypracowywania nadwyżki w wymianie handlowej towarami sportowymi Polski przyczyniają się jeszcze dwie kategorie: sprzęt do uprawiania wędkarstwa (5,5 proc. udziału w eksporcie towarów sportowych) oraz rowery (9,0 proc. udziału w eksporcie towarów sportowych). O ile jeszcze w 2016 roku nasz kraj miał 16 mln euro deficytu w międzynarodowym handlu sprzętem wędkarskim, o tyle w 2020 roku osiągnął nadwyżkę na poziomie 26 mln euro. W tym czasie udział Polski w łącznym eksporcie tych dóbr wszystkich krajów UE zwiększył się z 3,3 proc. aż do 16,0 proc.
- ▶ Drugą z kolei pozycję w udziale w polskim eksporcie towarów sportowych zajmuje obuwie (ok. 20 proc. w 2020 roku), jednak wynika to z dużego importu butów, a nie z ich krajowej produkcji. Dowodem tego jest co roku powiększający się deficyt Polski w wymianie handlowej obuwiem sportowym (-137 mln euro w 2020 roku wobec -33 mln euro w 2010 roku). Znaczący udział w deficycie wymiany handlowej towarów sportowych mają także pozostałe artykuły i sprzęt do uprawiania sportu i ćwiczeń fizycznych, czyli m.in. ubrania (-107 mln euro w 2020 roku).

Wykres 10.

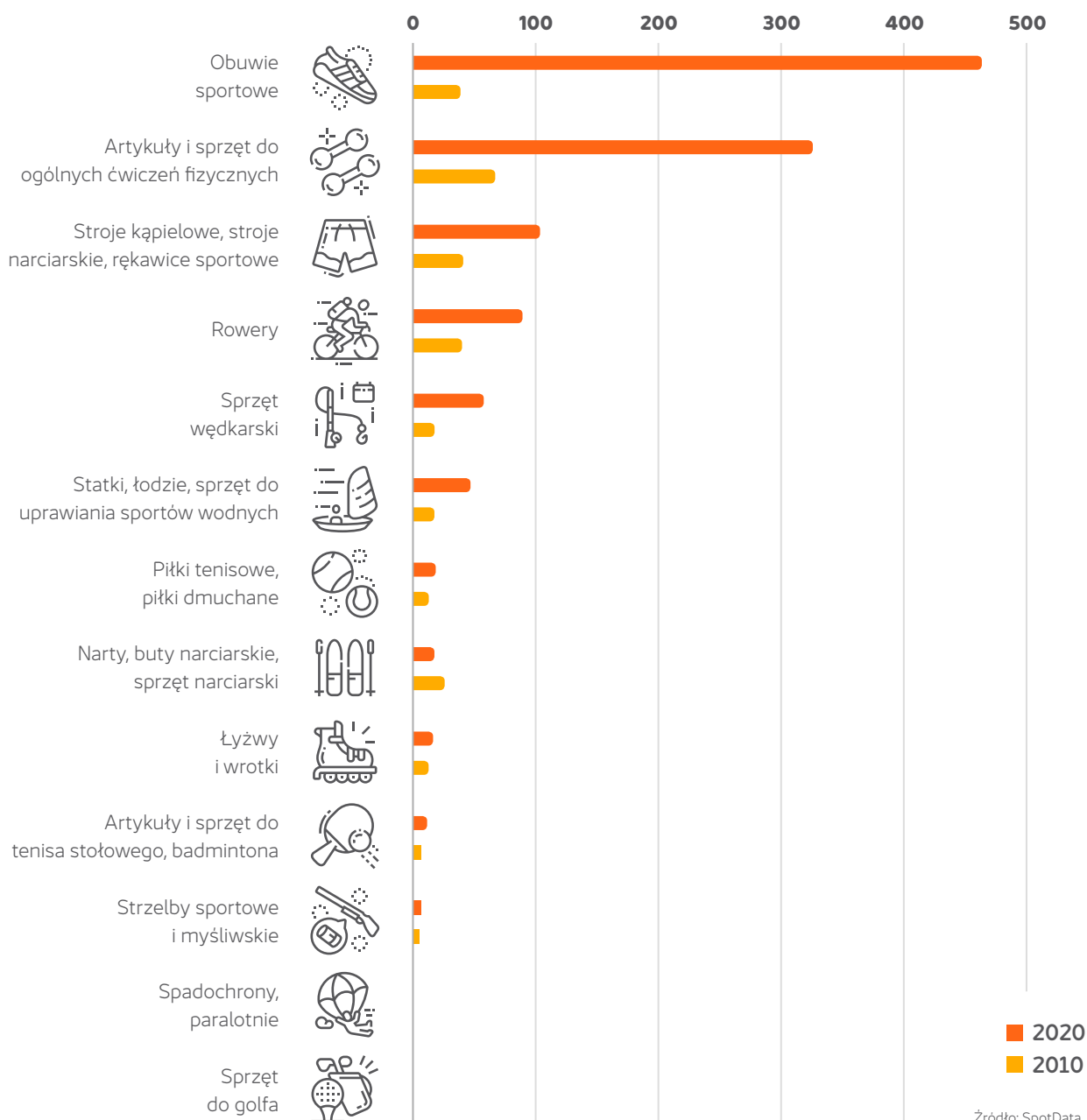
Eksport towarów sportowych z Polski w 2010 i 2020 roku (mln euro)



Źródło: SpotData

Wykres 11.

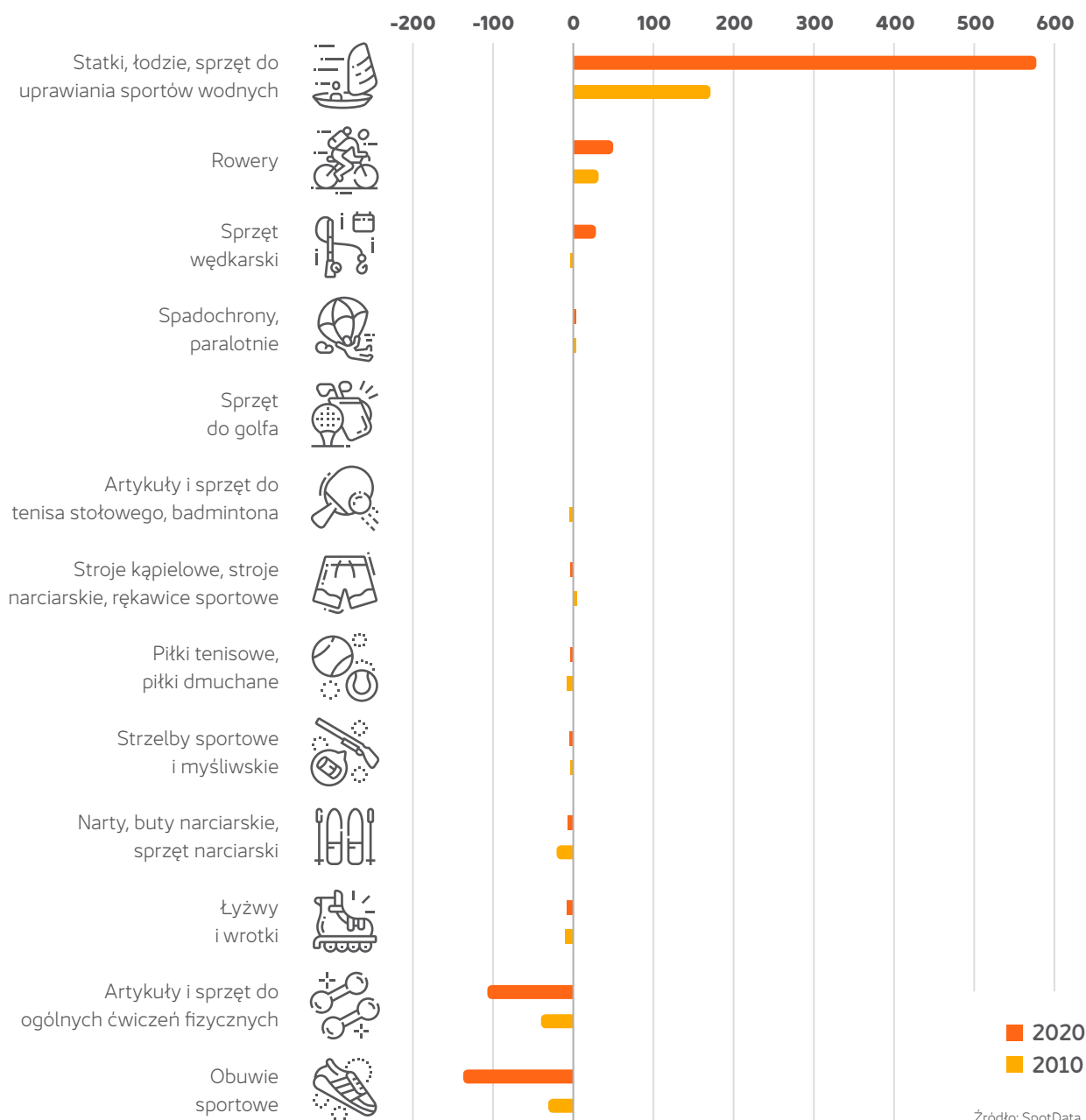
Import towarów sportowych do Polski w 2010 i 2020 roku (mln euro)



Źródło: SpotData

Wykres 12.

Saldo międzynarodowej wymiany handlowej Polski w towarach sportowych w 2010 i 2020 roku (mln euro)



Źródło: SpotData

Rozdział 3

Co mamy ze sportu? Zdrowie, praca, kapitał ludzki oraz wizerunek kraju

Znaczenie sportu dla gospodarki nie ogranicza się do wartości dodanej generowanej przez firmy z branży i powiązane sektory. Wpływ sportu na gospodarkę to także korzyści (i straty) płynące z aktywności fizycznej społeczeństwa – biegania, jazdy na rowerze, chodzenia na siłownię itp. Ludzie uprawiający sport są zdrowsi, a więc generują mniej kosztów dla ochrony zdrowia, bardziej aktywni zawodowo, lepiej przygotowani do współpracy. Sport stanowi też platformę promocji kraju, podnosząc jego markę na arenie międzynarodowej i pośrednio wpływając na postrzeganie produktów z niego pochodzących.

Ten wymiar sportu jest coraz częściej dostrzegany przez decydentów. Ministerstwo Sportu i Turystyki w „Programie rozwoju sportu 2020” stwierdza:

” *Inwestycje w sport należy traktować przede wszystkim jako szeroko rozumianą prewencję zdrowotną oraz sprzyjanie postawom prospołecznym. Upowszechnianie podejmowania prozdrowotnej aktywności fizycznej obniża koszty przeznaczane na opiekę zdrowotną oraz ubezpieczenia socjalne, a także pozytywnie oddziałuje na pracowników, m.in. zmniejszając liczbę absencji w pracy czy zwiększając efektywność i kreatywność.*

Badania nad wpływem społecznym sportu prowadzone są w wielu rozwiniętych krajach świata, także w UE. Ten dorobek badawczy można wykorzystać do oszacowania wartości społecznej sportu dla gospodarki i jakości życia w Polsce.



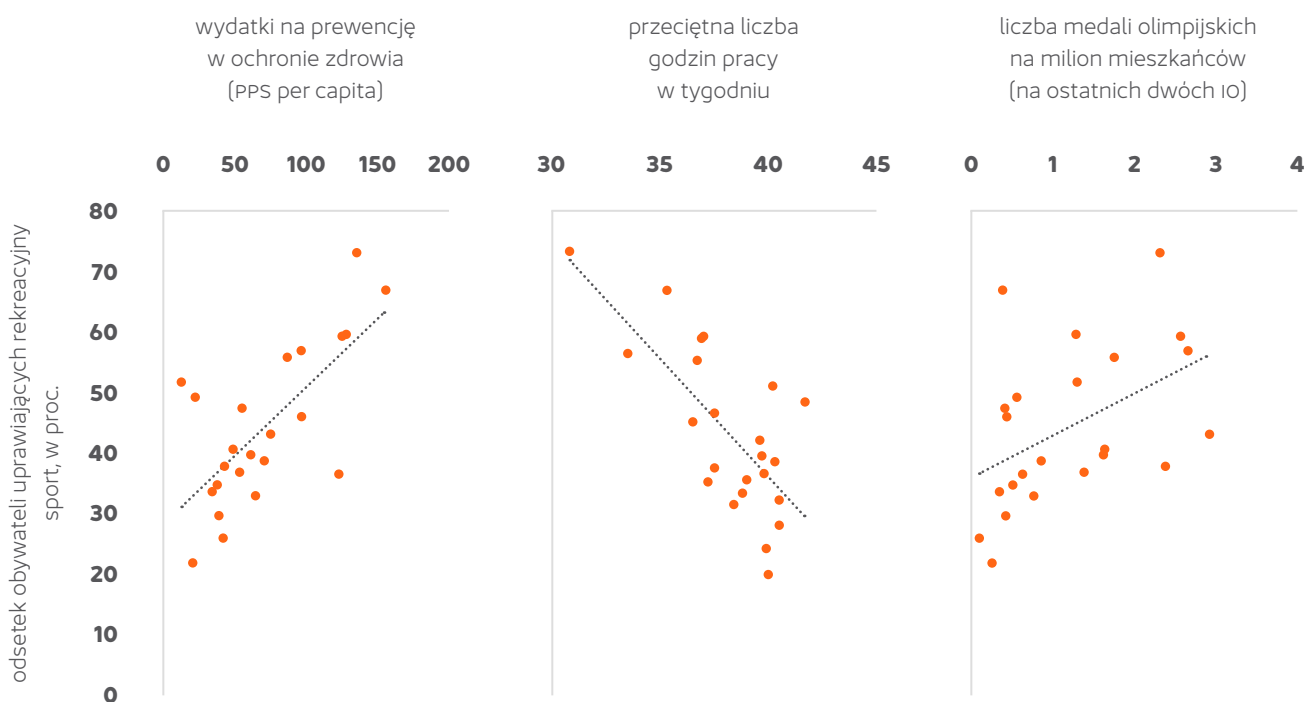
Społeczny impuls sportowy – od medali sportowców do biegania rekreacyjnego

Analizę korzyści ze sportu zaczynamy od tego, w jaki sposób sport profesjonalny przekłada się na sport amatorski. Czyli jak usługi zawodowców sportowych sprawiają, że w aktywność fizyczną angażuje się społeczeństwo.

Istnieje bardzo wyraźna i pozytywna korelacja między sukcesami sportowców profesjonalnych a aktywnością fizyczną obywateli. Wśród 18 zmiennych społecznych i gospodarczych, których statystyczny związek z aktywnością fizyczną ludności badaliśmy, liczba medali olimpijskich (w przeliczeniu na liczbę mieszkańców) jest jednym z trzech wykazujących najsilniejszy wpływ – poza przeciętną liczbą godzin pracy w tygodniu (co wskazuje na dużą rolę czasu wolnego jako czynnika umożliwiającego podejmowanie amatorskiej aktywności fizycznej) oraz wielkością wydatków na prewencję w ochronie zdrowia (co wskazuje na wysoką wartość przywiązywaną przez społeczeństwo do aktywności prewencyjnych w polityce zdrowia publicznego).

Wykres 13.

Korelacja między odsetkiem obywateli uprawiających sport a wybranymi wskaźnikami społeczno-gospodarczymi, na podstawie danych z krajów UE (każdy punkt na wykresie oznacza jeden kraj w 2019 roku)



Źródło: SpotData, Eurostat, Bank Światowy, oecd

Czy jednak opisana korelacja stanowi związek przyczynowo-skutkowy? Tego na podstawie prostej analizy statystycznej nie można stwierdzić. Dlatego można odwołać się do bardziej złożonych badań, które pokazują, że profesjonalny sport ma przełożenie na sport rekreacyjny.

Przełożenie wydarzeń sportowych w obszarze sportu wyczynowego na tzw. grassroots sport (sport powszechny) jest przedmiotem licznych badań. Jak często bywa w takich przypadkach, ich wyniki różnią się między sobą. Badania ankietowe wśród widzów wydarzeń sportowych dają bardziej optymistyczny obraz. Nie zawsze znajduje on jednak potwierdzenie w badaniach nad odsetkiem aktywnych.

Część badań ankietowych wskazuje, że organizacja wydarzeń sportowych korzystnie wpływa na aktywność sportową w społeczeństwie. Przekłada się na zwiększenie odsetka aktywnej sportowo ludności, a także zwiększenie stopnia aktywności wśród osób aktywnych. 74 proc. ankietowanych widzów półmaratonu poznańskiego stwierdziło, że udział w wydarzeniu motywuje ich do regularnej aktywności fizycznej. Z kolei 54 proc. zadeklarowało, że nabrali chęci, aby w przyszłości wystartować w półmaratonie. Podczas wydarzeń sportowych sportowa gorączka udziela się nie tylko uczestnikom, ale również widzom, i zachęca do podjęcia aktywności sportowej.

Badania nad wpływem organizacji wydarzeń sportowych na ich widzów przeprowadzono także w Wielkiej Brytanii w 2007 roku przy okazji Tour de France Grand Depart (pierwszy etap wyścigu miał miejsce na Wyspach Brytyjskich). Władze Londynu jako cel organizacji wyścigu zdefiniowały nie dostarczenie rozrywki czy promocję miasta, ale przede wszystkim „uczynienie z Londynu miasta, w którym ludzie w każdym wieku i o różnych zdolnościach mają zachętę, pewność siebie i udogodnienia, aby jeździć na rowerze, kiedy tylko im to odpowiada”.

Pośród widzów, którzy nie jeżdżą w ogóle na rowerze, 25 proc. stwierdziło, że czuje się zachęcane przez to wydarzenie do korzystania z dwóch kółek. Wśród widzów, którzy jeżdżą na rowerze nieregularnie, prawie 60 proc. czuło się zachęcanych do częstszej jazdy. Najmocniej wyścig oddziaływał na osoby regularnie korzystające z roweru – aż 66 proc. poczuło się zmotywowanych do intensywniejszej jazdy na rowerze.

Badanie przeprowadzone na próbie wszystkich Brytyjczyków wykazało, że 27 proc. dorosłych mieszkańców Wielkiej Brytanii (czyli ok. 14 mln osób) poczuło się zainspirowanych przez TdF Grand Depart do częstszego korzystania z roweru.

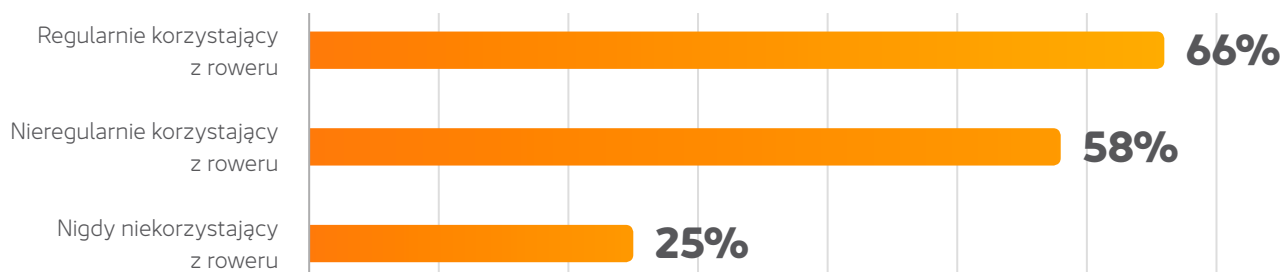
Podobny efekt wystąpił w przypadku igrzysk olimpijskich ze sportem w szerokim ujęciu. Przez 10 lat – od 2006 do 2015 – co roku badano uprawiających sport lub rekreacyjną aktywność fizyczną w Wielkiej Brytanii, czy organizacja igrzysk w Londynie motywuje ich do większej aktywności sportowej. W 2015 roku 24 proc. odpowiedziało twierdząco.



Wykres 14.

Jak sport profesjonalny może inspirować rozwój sportu amatorskiego – przykład 1.

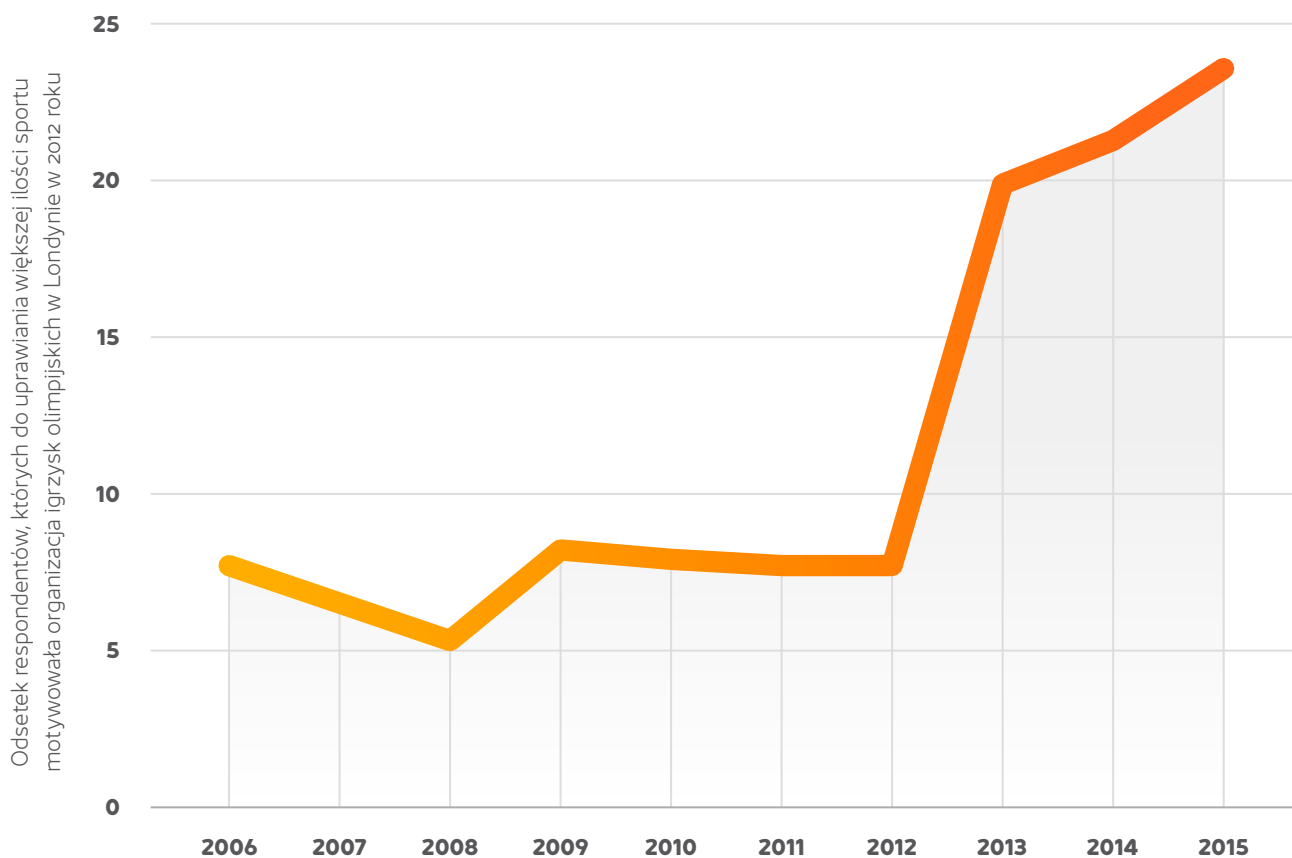
Widzowie Tour de France
zainspirowani do częstszej
jazdy na rowerze:



Źródło: Leeds City Council, Transport for London

Wykres 15.

Jak sport profesjonalny może inspirować rozwój sportu amatorskiego – przykład 2.



Źródło: UK Department for Culture, Media and Sport

Rzeczywista aktywność sportowa różni się jednak od deklaracji respondentów.

Z badań aktywności sportowej ludzi wynika, że imprezy sportowe mogą skutkować wzrostem poziomu aktywności wśród już aktywnych, natomiast brakuje jednoznacznych dowodów na wzrost odsetka aktywnych sportowo osób w populacji.

Pewnym wyjątkiem są badania nad Igrzyskami Wspólnoty Narodów w Australii. Po igrzyskach w Gold Coast w 2018 roku w prowincji Queensland wzrósł odsetek aktywnych mężczyzn (z 55 do 60 proc.) i kobiet (z 61 do 66 proc.). Z kolei po igrzyskach w Melbourne w 2006 roku 7 proc. mieszkańców Australii częściej uprawiało sporty, a 6 proc. zaczęło uprawiać nową dyscyplinę.

Na zwiększenie aktywności sportowej wpływają natomiast sukcesy narodowych reprezentacji. W Niemczech badano zależność między występami zawodowej reprezentacji piłkarskiej a liczbą członków niemieckich klubów piłkarskich. Stwierdzono, że zwycięstwa reprezentacji w mistrzostwach świata przekładały się na zwiększenie liczby członków klubów piłkarskich. Badania nad konsekwencjami (ang. legacy) igrzysk w Vancouver w 2010 roku dowiodły również wzrostu liczby uprawiających te sporty, w których reprezentanci Kanady zdobyli złote medale.

Brak bardzo mocnych dowodów na skuteczność dużych imprez z kategorii sportu wyczynowego w promocji aktywności fizycznej sprawia, że zwraca się większą uwagę na inne sposoby zwiększenia odsetka aktywnych obywateli.

Coraz częściej wskazuje się, że aby zachęcić nieaktywnych do ruchu, należy promować nie tylko sport, ale szerzej – aktywność fizyczną. Ludzie mogą być bardziej skłonni do podejmowania aktywności fizycznej, jeśli nie będzie ona miała charakteru stricte sportowego, np. codzienne spacerowanie z psem, kurs tańca towarzyskiego, uprawa własnego ogródka, wykorzystanie roweru jako środka lokomocji do pracy w miejsce samochodu. Osoby, które nie uprawiają sportu ze względu na brak czasu, mogą chętniej przekonać się np. do roweru jako dobrego środka

lokomocji. Z kolei osoby, które postrzegają siebie jako „niewysportowane” i „nienadające się” do aktywności sportowej, mogą zostać zachęczone do częstszych spacerów do parku czy uprawy własnego ogródka.

WHO prowadzi wiele działań promujących koncepcję HEPA – aktywności fizycznej pozytywnie wpływającej na zdrowie (health-enhancing physical activity), która uwzględnia możliwie wiele zachęt do podejmowania aktywności fizycznej, m.in. poprzez działania w obszarze transportu, przestrzeni publicznej czy modelowania zachowań w miejscu edukacji i pracy.

Również polski „Program rozwoju sportu” podkreśla znaczenie nie tylko sportu, ale również aktywności fizycznej: „[...] działania związane z promocją aktywności fizycznej pozytywnie wpływającej na zdrowie wykraczają poza wąsko rozumiany obszar sportu, zaś odnoszą się w szczególności do zapewnienia sprzyjających warunków do pozostawania aktywnym w każdej fazie życia oraz w każdej roli społecznej. Działania promujące aktywność fizyczną muszą zatem być zawarte w wielu sektorowych politykach, nie tylko sportowej i zdrowotnej, lecz również społecznej, transportowej, planistycznej (urbanistycznej) i środowiskowej”.

Badacze podkreślają także rolę odpowiedniej infrastruktury w promocji aktywności sportowej. Autorzy badania nad skutkami młodzieżowych igrzysk olimpijskich w 2016 roku w Lillehammer, którego wyniki opublikowali w artykule pt. „Leveraging sporting events to create sport participation: a case study of the 2016 Youth Olympic Games”, stwierdzają: „Główne rezultaty YOG 2016 w zakresie uczestnictwa w sporcie to nowa hala do curlingu i nowa hala do hokeja na lodzie. Istnienie tych obiektów zwiększyło udział w zorganizowanych i niezorganizowanych sportach lodowych na poziomie lokalnym w Lillehammer”.

Podsumowując, publiczne i prywatne inwestycje w sport przekładają się nie tylko na bezpośrednie efekty ekonomiczne, ale również na zwiększenie aktywności fizycznej w populacji. Tym samym inwestycje takie napędzają procesy społeczne i gospodarcze, które z kolei generują nowe korzyści ekonomiczne. W kolejnych dwóch rozdziałach zostanie omówiony pośredni wpływ sportu na wzrost gospodarczy oraz zdrowie i kapitał ludzki.

Wykres 16.

Kanały pośredniego oddziaływania sportu na społeczeństwo



Zdrowie



Mniej chorób



Mniejsze wydatki na
ochronę zdrowia



Praca



Większa aktywność
zawodowa



Mniej absencji
wśród pracowników



Kapitał społeczny



Wzrost liczby
kontaktów
społecznych



Integracja osób
zagrożonych
wykluczeniem



Nauka wytrwałości,
współpracy
i zdrowej rywalizacji



Promocja kraju



Zwiększenie
rozpoznawalności
kraju



Zwiększenie ruchu
turystycznego

Spadek ryzyka chorób

Najbardziej bezpośredni jest wpływ sportu na stan zdrowia ludności. Główne korzyści z masowej aktywności fizycznej przejawiają się w postaci poprawy zdrowia publicznego, a to z kolei przekłada się na znaczne oszczędności w ochronie zdrowia.

Istnieje bardzo wiele badań wskazujących na wpływ uprawiania sportu na ograniczenie ryzyka występowania wielu chorób. Jest naukowo dowiedzione, że aktywność fizyczna ogranicza ryzyko takich chorób jak cukrzyca typu 2, choroby układu krążenia, niektóre rodzaje raka (piersi, trzonu macicy, jelita grubego). Uprawianie sportu poprawia ogólną wydolność organizmu, a także wydłuża życie. Badania przeprowadzone w Holandii wskazują, że osoby, które jeżdżą do pracy rowerem, a nie samochodem, wydłużają swoje życie o ok. 3–14 miesięcy.

Co istotne, w wielu badaniach dokładnie oszacowano stopień, w jakim aktywność sportowa ogranicza ryzyko poszczególnych chorób. Wyniki tych badań można przedstawić w formie tabeli, co pokazujemy na kolejnej stronie.

Należy podkreślić, że uprawianie sportu wiąże się także z ryzykiem negatywnych konsekwencji dla zdrowia. Przede wszystkim wzrasta ryzyko kontuzji i tym samym rośnie liczba wizyt ambulatoryjnych i hospitalizacji z tego powodu. Istnieją również badania, które wskazują na negatywne dla zdrowia konsekwencje jazdy na rowerze – chodzi o ryzyko wypadków komunikacyjnych, a także konsekwencje wdychania spalin. Międzynarodowe badania i raporty są jednak zgodne, że korzyści dla zdrowia publicznego z powszechnego uprawiania sportu przeważają nad stratami.





25%

Ból pleców



30%

Depresja



30%

Demencja



20%

Rak jelita grubego



20%

Rak piersi



35%

Choroba wieńcowa serca i zawał



52%

Złamanie biodra



40%

Cukrzyca typu 2



Wykres 17.
Redukcja ryzyka choroby dzięki aktywności fizycznej przez minimum 150 minut tygodniowo

Źródło: SpotData, SPORT ENGLAND



Korzyści zdrowotne z aktywności fizycznej

Odsetek Polaków spełniających kryteria WHO pod względem aktywności fizycznej wynosi 68 proc. (badanie KANTAR z 2018 r. dla Ministerstwa Sportu i Turystyki dotyczące aktywności fizycznej w czasie wolnym lub związanej z przemieszczaniem się). Warto podkreślić, że jest to liczba wyższa niż ta dotycząca osób uprawiających sport. Aktywność fizyczna może bowiem również wiązać się też np. z codziennymi obowiązkami w pracy.

Wymienione w poprzednim podrozdziale wskaźniki sugerują, że dzięki aktywności fizycznej roczna liczba przypadków zawałów serca i udarów mózgu jest mniejsza o 24 proc. (czyli o ok. 50 tys. przypadków), zachorowań na cukrzycę - o 27 proc. (ok. 125 tys. przypadków), raka piersi i jelita grubego - o 14 proc. (w obu chorobach o ok. 3 tys. przypadków), na depresję - o 20 proc. (ok. 235 tys. przypadków). Z kolei autorzy artykułu pt. „Impact of Physical Inactivity on

World's Major Non-Communicable Diseases”, opublikowanego w piśmie Lancet, szacują, że podniesienie odsetka aktywnych fizycznie Polaków do 100 proc. obniżyłoby o 8,2 proc. liczbę zachorowań na raka piersi, o 8 proc. na raka jelita grubego, o 6 proc. na cukrzycę i o 5 proc. na chorobę wieńcową. Wskazuje to, że obecnie dzięki aktywności fizycznej w Polsce roczna liczba nowych przypadków raka piersi jest mniejsza o 15 proc. (tj. 3,2 tys. przypadków), raka jelita grubego również o 15 proc. (3,2 tys. przypadków), cukrzycy o 11 proc. (40 tys. przypadków), zawału serca o 9 proc. (7,6 przypadków).

Pomimo różnic w szacunkach, z przedstawionych danych wynika, że największy wpływ aktywności sportowej na redukcję zachorowań widoczny jest w statystykach depresji, a także chorób, których występowanie jest najmocniej związane z otyłością.

Aby oszacować wpływ aktywności fizycznej na łączną liczbę hospitalizacji można posłużyć się modelem opracowanym przez Instytut Badań Strukturalnych dla Ministerstwa Sportu i Turystyki. Opracowany w 2016 r. model pozwala zmierzyć wpływ odsetka aktywnej fizycznie ludności na wybrane wskaźniki społeczne. Dlatego stanowi narzędzie dla badaczy i decydentów chcących lepiej zrozumieć znaczenie aktywności dla polskiego społeczeństwa i gospodarki.

Wyniki symulacji wskazują, że w 2022 r. dzięki aktywności fizycznej rocznie liczba hospitalizacji z powodu

różnych chorób jest mniejsza o ok. 200 tysięcy. W Polsce rocznie liczba wszystkich hospitalizacji wynosi ok. 7,5 mln (dane sprzed pandemii COVID-19), a więc spadek o 200 tys. oznacza redukcję o 2,5 proc. Jest to wartość zbliżona do wyników badań z innych krajów. Na przykład, badania brytyjskie z 2002 r. pokazują, że brak aktywności fizycznej wśród Brytyjczyków oznaczał koszty ochrony zdrowia wyższe o 1,8 proc. Jeżeli redukcja kosztów ochrony zdrowia jest proporcjonalna, to oznacza, że dzięki aktywności fizycznej Polaków kraj oszczędza rocznie ok. 2,5 mld zł (licząc koszty z 2019 roku).

Wykres 18.

O ile jest mniej chorych dzięki aktywności fizycznej Polaków?



3 tys.

Rak jelita grubego



3 tys.

Rak piersi



235 tys.

Depresja



8-25 tys.

Zawał serca



25 tys.

Udar



3 tys.

Rak trzonu macicy



40-125 tys.

Cukrzyca

Źródło: SpotData, na podstawie różnych badań

Aktywność zawodowa i indywidualna produktywność

Badania potwierdzają pozytywny wpływ aktywności sportowej ludności na liczbę zatrudnionych w gospodarce.

Badanie przeprowadzone w Wielkiej Brytanii przez dwóch ekonomistów, Michaela Lechnera i Paula Downwarda, wskazuje, że aktywność fizyczna zwiększa zatrudnienie o ok. 3–5 proc. Przy czym wpływ jest większy w przypadku kobiet niż mężczyzn. Dzięki aktywności sportowej społeczeństwa mogą zatem osiągać większe zatrudnienie i większą produktywność.

Aktywność sportowa może podnosić aktywność zawodową na wiele sposobów.

- ▶ Uprawianie sportu przekłada się na większą liczbę kontaktów społecznych, co ułatwia znalezienie satysfakcjonującej pracy.
- ▶ Osoby, które uprawiają sport, są zdrowsze, więc są bardziej zdolne do pracy.
- ▶ Sport pomaga także w integracji osób z marginesu społecznego, ubogich, niepełnosprawnych, byłych więźniów, imigrantów, poszerzając liczbę aktywnych zawodowo.
- ▶ Uprawianie sportu pozytywnie wpływa również na samopoczucie i kondycję psychiczną, co przekłada się na zwiększenie chęci do pracy.

Symulacja w modelu IBS wskazuje, że gdyby Polacy nie uprawiali w ogóle sportu, w Polsce pracowałoby 150 tys. osób mniej. Jest to ok. 0,9 proc. wszystkich pracowników. Można zatem przyjąć, że dzięki uprawianiu sportu zatrudnienie w Polsce jest wyższe o niecały 1 proc. Oznacza to, że PKB Polski dzięki tylko temu efektowi jest również wyższe o 1 proc., czyli o ok. 20 mld zł w cenach z 2019 roku (przyjmując, że zasoby kapitału dostosowują się w długim okresie do zasobów siły roboczej). Są to efekty nieco mniejsze niż badaniach brytyjskich, ale może to wynikać

z faktu, że w Polsce mniejszy jest odsetek osób uprawiających sport rekreacyjny.

Uprawianie sportu nie tylko podnosi aktywność zawodową, czyli odsetek osób pracujących, ale również przekłada się na wyższą wydajność tych, którzy pracują. Istnieje wiele badań, które starają się powiązać sport z wynagrodzeniami, które z kolei są najlepszą miarą wydajności. Zwykle pozytywne efekty sięgają od kilku do kilkunastu procent. Jedno z ciekawszych tego typu badań przeprowadzono w Szwecji. Wykorzystując dane z badań kondycji fizycznej z okresu poboru do wojska, oszacowano wpływ tej kondycji na późniejsze zarobki. Aby wyeliminować wpływ czynników genetycznych, porównywano wyniki badań i późniejsze zarobki braci. Wyniki wskazały, że lepsza kondycja fizyczna poprawia zarobki od 4 do 17 proc.

Problem polega oczywiście na tym, że bardzo trudno jest uogólniać rezultaty takich badań. Nie można również całkowicie wyeliminować przypadkowej korelacji – z jakichś powodów osoby o lepszej kondycji fizycznej mogą mieć cechy, które również poprawiają ich zdolności do pracy, nawet jeżeli to nie sport ani kondycja fizyczna wpływają na te zdolności. Inny rodzaj wątpliwości, który można podnieść wobec powyższych wyników, dotyczy tego, że nieznana jest intensywność ćwiczeń koniecznych do osiągnięcia określonego poziomu kondycji fizycznej.

Przyjmując jednak ostrożnie dolną granicę szacunków dotyczących wpływu aktywności sportowej na wydajność, a także opierając się na bieżących danych dotyczących aktywności fizycznej Polaków, można założyć, że uprawianie sportu podnosi ogólną wydajność pracy w Polsce o niewiele ponad 1 proc. Oznacza to, że z tego tytułu PKB jest wyższe o ponad 20 mld zł rocznie (w cenach z 2019 roku).

Wykres 19.

Od aktywności fizycznej do zarobków



Źródło: M. Lechner, „Sports, exercise, and labor market outcomes”, IZA World of Labor 2015: 126

Kapitał społeczny

Aktywność sportowa oprócz kapitału ludzkiego, czyli indywidualnych zdolności, rozwija również kapitał społeczny, czyli relacje między ludźmi – zarówno w sensie ilościowym (liczba powiązań między ludźmi), jak i jakościowym (głębokość relacji). Oszacowanie korzyści z rozwoju kapitału społecznego w postaci konkretnych sum jest niemożliwe. Jednak nie ulega wątpliwości, że poprzez te kanały sport również wpływa na gospodarkę i jakość życia w Polsce.

Pojęcia kapitału ludzkiego i społecznego są do siebie zbliżone, jednak ich znaczenie jest różne. Przez kapitał ludzki rozumie się indywidualną konkurencyjność opartą na zasobach intelektualnych, motywacyjnych i symbolicznych. O wielkości tych zasobów decydują wykształcenie, doświadczenie zawodowe, wszelkiego rodzaju kompetencje twarde i miękkie, zdrowie fizyczne i kondycja mentalna.

Kapitał społeczny oznacza zaś współpracę zespołową opartą na wzajemnych relacjach członków grupy. Miarami kapitału społecznego są zaufanie i przynależność do organizacji (zaangażowanie obywatelskie). Kapitał ludzki stanowi zasób poszczególnych osób, podczas gdy kapitał społeczny przynależy do grupy i tworzony jest poprzez sieć powiązań i wzajemne relacje. Definicja podawana przez socjologa Nana Lina wskazuje, że „kapitał społeczny to zbiór więzi społecznych, które ułatwiają jednostkom osiągnięcie

celów rynkowych i pozarynkowych poprzez interakcje z innymi jednostkami”.

Sport pomaga rozwijać w społeczeństwie kapitał ludzki przez rolę w kształceniu pozaformalnym. Stanowi uzupełnienie edukacji, ucząc dyscypliny, wytrwałości, współpracy i zdrowej rywalizacji. Znaczenie edukacji przez sport dla tworzenia kapitału ludzkiego i społecznego jest trudne do przecenienia. Komisja Europejska w „Białej księdze na temat sportu” stwierdza: „Sport pobudza istotne wartości, takie jak duch zespołowy, solidarność, tolerancja oraz zasada fair play, przyczyniając się do indywidualnego rozwoju i samorealizacji. Propaguje aktywny udział obywateli europejskich w życiu społecznym i przez to pomaga rozwinąć aktywną postawę obywatelską”.

Podobnie nietatwo jest wycenić wpływ sportu na narodową i lokalną dumę. Występy i sukcesy narodowych reprezentantów występujących „z orłem na piersi” wpływają na dobre samopoczucie społeczeństwa i zachęcają do częstszego eksponowania barw narodowych. Z kolei sukcesy lokalnych drużyn oddziałują pozytywnie na dumę ze swojej „małej ojczyzny” i zachęcają do identyfikowania się z nią. Korzystny wpływ sukcesów narodowych reprezentacji na samopoczucie ludności potwierdzają międzynarodowe badania.



Wykres 20.

W jaki sposób sport buduje więzi społeczne



Większa liczba kontaktów z innymi ludźmi



Budowanie wspólnoty postaw, przekonań



Zwiększenie skłonności do wchodzenia w relacje z ludźmi, z którymi uprawia się sport, w innych kontekstach niż czysto sportowy

Źródło: J. Sánchez-Santos, P. Rungo, F. Lera-López, "Building social capital through sport engagement: Evidence for adults aged 50 years and older", Ageing and Society, 1-26, 2022

Sport jako element soft power

Wydarzenia sportowe organizowane w Polsce oraz sukcesy reprezentantów kraju w międzynarodowych zawodach wpływają na zwiększenie rozpoznawalności Polski, budują jej pozytywny wizerunek, zachęcają do zainteresowania polską kulturą, zwiększają ruch turystyczny i budują ogólnie pozytywny odbiór polskiej marki na świecie. Potencjał promocyjny sportu może być także wykorzystywany przez rząd w ramach dyplomacji publicznej. Wszystkie te zjawiska są elementem tzw. soft power, czyli miękkiej siły kraju. Według autora tego pojęcia, amerykańskiego specjalisty od stosunków międzynarodowych Johna Naya, soft power oznacza zdolność kraju do osiągnięcia swoich celów nie poprzez siłę i pieniądze, ale poprzez atrakcyjność swojej kultury i wartości (Nay, 1990). Sport stanowi jeden z kilkudziesięciu elementów wpływających na tę zdolność. Wiele krajów otwarcie wykorzystuje inwestycję w sport jako narzędzie dyplomacji i budowania soft power.

Pod względem soft power Polska zajmuje 24. miejsce na świecie. Tak wynika z dorocznego raportu opublikowanego przez firmę konsultingową Portland oraz University of South California. Z sześciu filarów pozycji kraju jeden stanowi kultura i sport [patrz schemat na kolejnej stronie]. W tym filarze Polska zajmuje 21. miejsce, co oznacza, że pod względem pozycji kultury i sportu kraj zajmuje wyższe miejsce niż średnio w innych dziedzinach kreujących soft power. Między 2015 a 2019 rokiem Polska awansowała pod tym względem aż o siedem miejsc. Można więc bezpiecznie postawić tezę, że sport, wraz z kulturą, przyczynia się do poprawy miękkiej siły kraju w relacjach międzynarodowych. Choć jednocześnie ambicje i możliwości są zapewne znacznie większe.

Czy to ma znaczenie ekonomiczne? Bardzo często uważa się, że tak. Australia na przykład w 2015 roku przyjęła krajową strategię dyplomacji sportowej, w której rozwój sportu jest uznawany za element interesów narodowych, promujący rozwój regionów i wzmacniający wpływy kraju na świecie i jego globalną reputację. Francja uważa sport za jeden z kluczy do budowania atrakcyjności kraju. Kraj ma ambasadora sportu i kompletną strategię rozwoju sportu

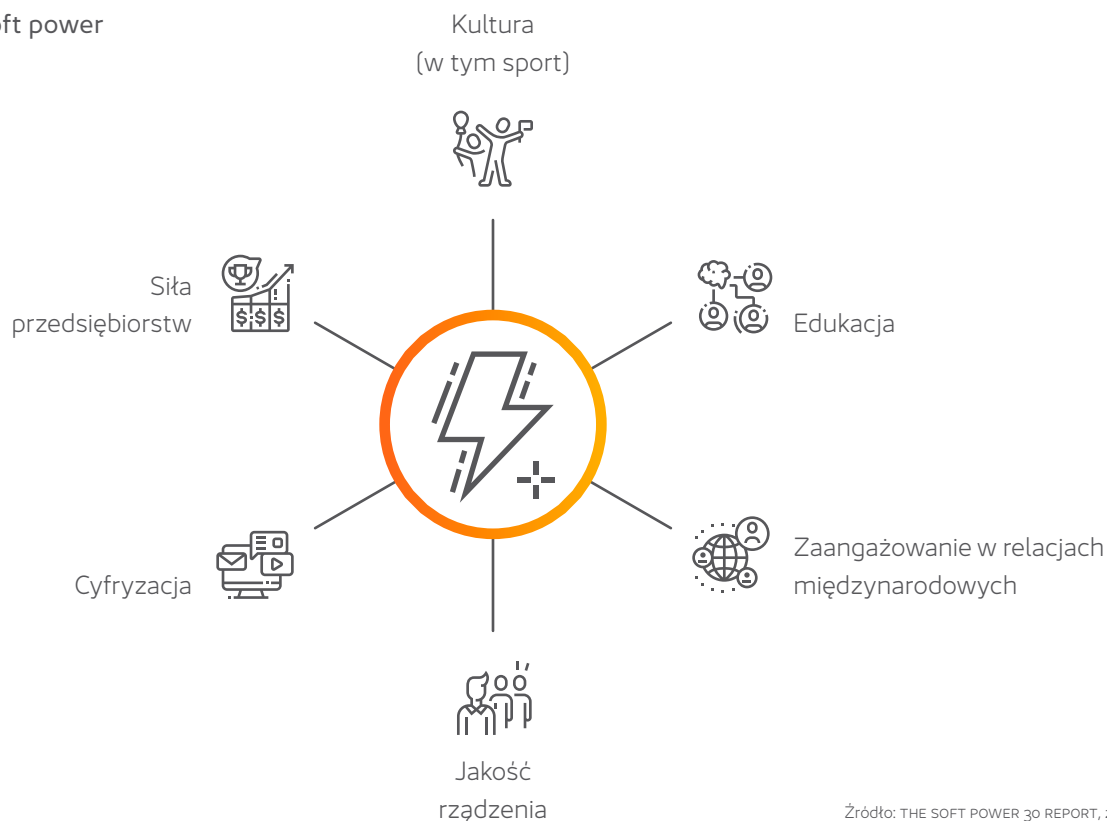
opartą na trzech obszarach: zwiększeniu wpływów Francji w sporcie, uczynieniu sportu priorytetem dla rządu i jego sieci oraz uczynieniu sportu integralną częścią francuskiej dyplomacji gospodarczej. Podobne podejście stosuje też wiele innych rozwiniętych krajów, m.in. Japonia czy Wielka Brytania. Choć warto też pamiętać, że dyplomacja sportowa jest wykorzystywana przez kraje autorytarne jako sposób na budowanie wizerunku nadszarpniętego przez działania w innych sferach polityki (na przykład Związek Radziecki w przeszłości czy współczesna Rosja). Sport nie zawsze jest wykorzystywany do promocji wartości szanowanych w rozwiniętych krajach demokratycznych. Jednocześnie zachowanie wielu sportowców i związków sportowych na świecie po agresji Rosji na Ukrainę w 2022 roku pokazało, że środowisko potrafi jednoczyć się wokół najważniejszych wartości. Rola promocyjna sportu zależy zatem zawsze od tego, w jakim kontekście jest on promowany i wspierany.

Sport jest istotny nie tylko dla wizerunku kraju, ale również – a może przede wszystkim – miast i regionów. Większość wydarzeń sportowych jest związana z konkretnymi miastami: od igrzysk olimpijskich, przez mistrzostwa świata i kontynentów (które są ściśle powiązane z miastami organizatorami), rozgrywki klubowe, po sport amatorski. Dzięki rozpoznawalności wywoływanej przez wydarzenia sportowe miasto może zyskać na wartości jako destynacja turystyczna, ale również zwiększyć swoją atrakcyjność jako miejsce do zamieszkania dla dobrze wykształconej i mobilnej siły roboczej.

Ten ostatni element jest bardzo istotny w warunkach globalnej konkurencji o talenty. Współczesna gospodarka usługowa i cyfrowa koncentruje się w dużych metropoliach. One stanowią kluczowe elementy geograficzne i demograficzne sieci gospodarczej. Dlatego silne miasta posiadają rozbudowane usługi kulturalne, sportowe, rozrywkowe i starają się tworzyć przestrzeń przyjazną do życia. Walczą między sobą o talenty i przez to o inwestycje. Sport w tej walce może odgrywać bardzo istotną rolę.

Wykres 21.

Składowe soft power

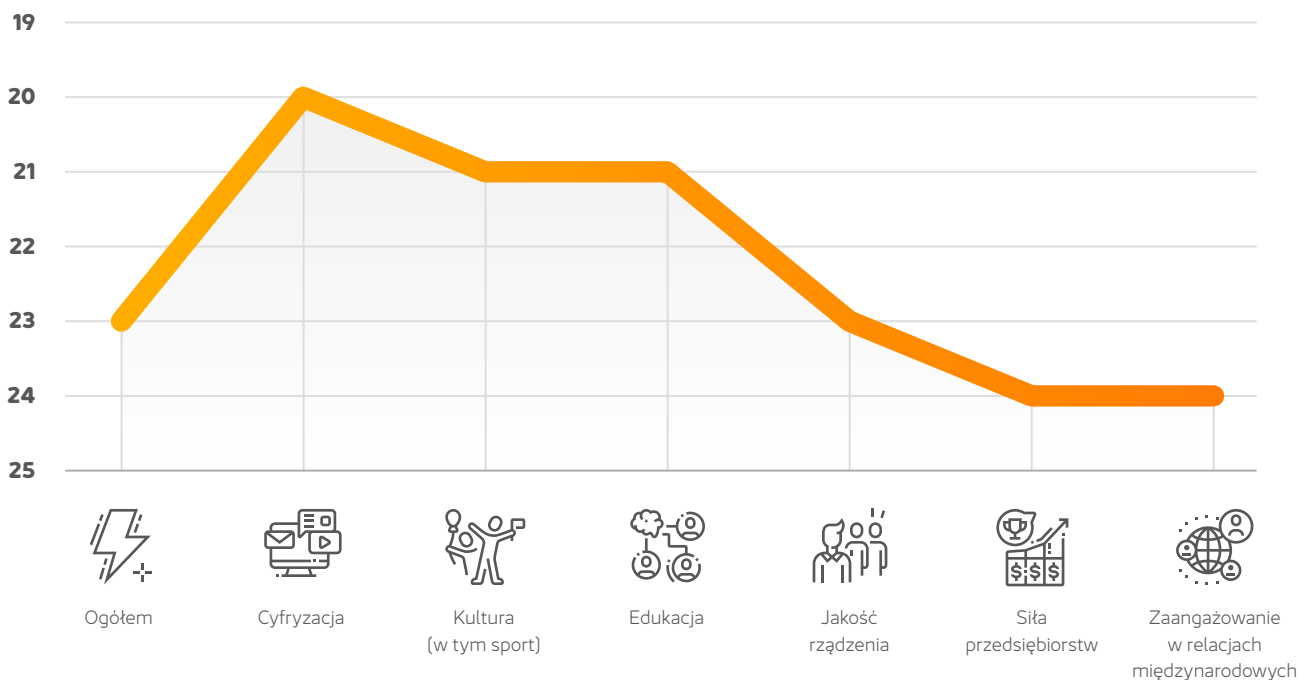


Źródło: THE SOFT POWER 30 REPORT, 2019

Wykres 22.

Pozycja Polski w rankingu soft power 2019

Źródło: THE SOFT POWER 30 REPORT, 2019



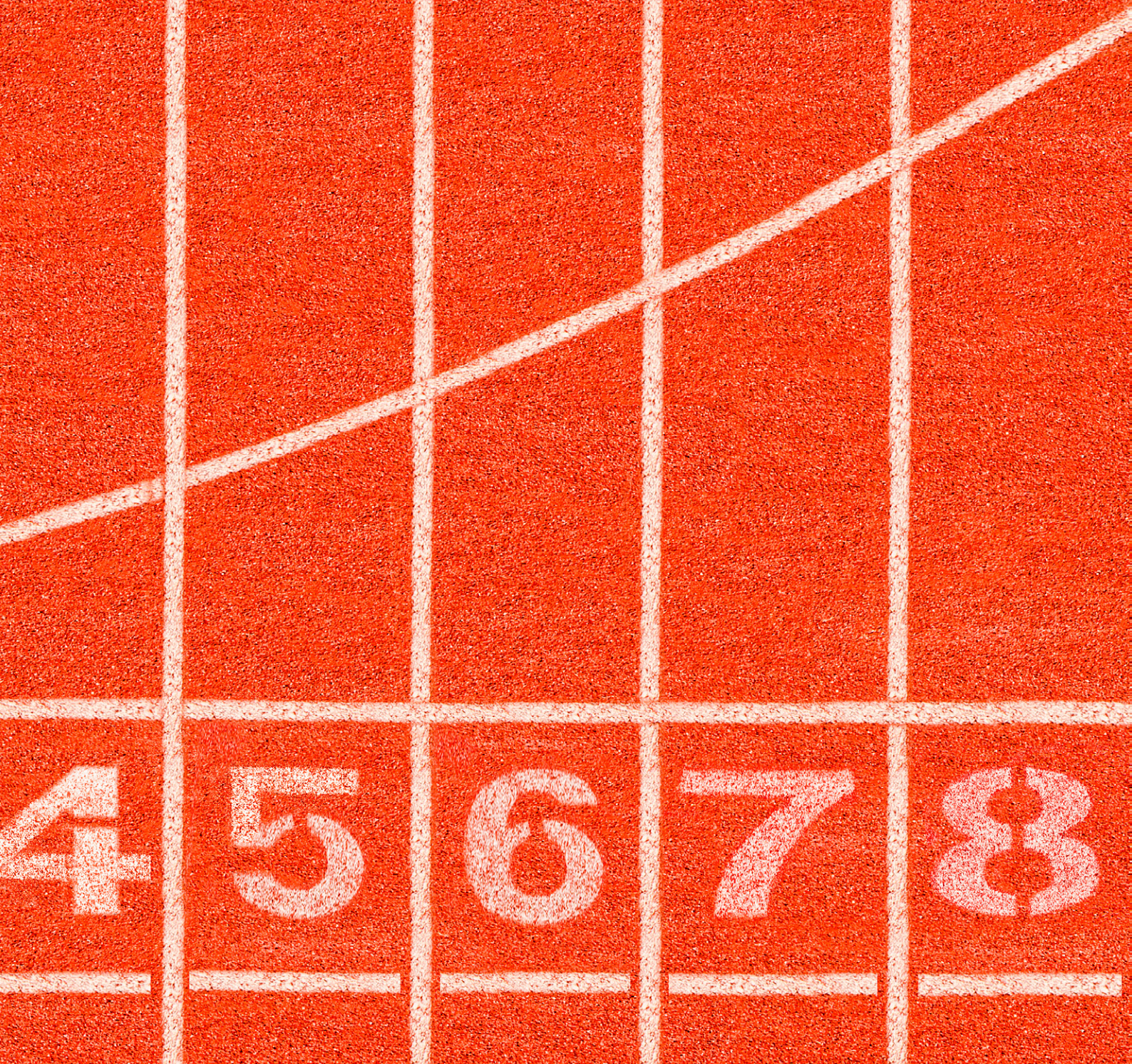
Podsumowanie

- ▶ Usługi związane z partycypacją w sporcie w formie biernej lub czynnej generują w Polsce ok. 11 mld zł PKB. Ale wszystkie produkty związane z uprawianiem sportu i partycypacją oraz produkty konieczne do ich wytworzenia łącznie składają się na 47,5 mld zł PKB. Taka jest wielkość polskiej gospodarki sportowej. Pracuje w niej łącznie niemal 370 tys. osób.
- ▶ Usługi umożliwiające partycypację w sporcie związane są głównie z aktywnością klubów fitness i obiektów sportowych, a także usługami klubów sportowych i trenerów. Natomiast w szerszym ujęciu gospodarki sportowej największą rolę odgrywają usługi gier losowych, usługi edukacyjne (nauczyciele WF), usługi budowlane oraz produkcja przetwórcza towarów związanych z aktywnością fizyczną – od łodzi, przez ubrania, po materiały i komponenty służące do produkcji tych towarów.
- ▶ Na podstawie różnych danych i badań można ocenić, że przeciętnie dostarczenie usługi sportowej (usługi klubów sportowych, organizacja wydarzeń sportowych itd.) o wartości 1 złotego generuje dodatkową wartość w innych dziedzinach gospodarki również na poziomie ok. 1 dodatkowego złotego. Innymi słowy, mnożnik wynosi ok. 2 – łączna wartość wytworzona w gospodarce wskutek dostarczenia usługi sportowej jest dwukrotnie wyższa niż bezpośrednia wartość tej usługi. Badania zlecone przez Komisję Europejską wskazują, że średnio rzecz biorąc, w Polsce mnożnik ten wynosi 1,92, a w krajach Unii Europejskiej waha się między 1,3 a 2,2.
- ▶ Istnieje bardzo wyraźna i pozytywna korelacja między sukcesami sportowców profesjonalnych a aktywnością fizyczną obywateli. Porównanie międzynarodowe wskazuje, że liczba medali olimpijskich (w przeliczeniu na liczbę mieszkańców) jest jedną ze zmiennych wykazujących najsilniejszą zależność z aktywnością ruchową mieszkańców. Zależność przyczynowa może tutaj przebiegać w obu kierunkach. Z jednej strony sukcesy reprezentantów w zawodach sportowych mogą zachęcać obywateli do zwiększenia ich aktywności fizycznej. Z drugiej strony większa aktywność ruchowa poprawia ogólną sprawność fizyczną, może ułatwiać wyławianie talentów sportowych i ostatecznie zwiększać liczbę osiągniętych sukcesów w zawodach sportowych.
- ▶ Wartość ekonomiczna sportu ma dwie strony. Jedną stanowią oszacowane skutki ekonomiczne – bezpośrednie i pośrednie. Druga: sport wywiera wiele pozytywnych efektów zdrowotnych i społecznych, które przekładają się również na korzyści ekonomiczne. Dzięki uprawianiu sportu więcej osób pracuje, większa jest wydajność pracowników, wyższy jest kapitał społeczny oraz mniejsze wydatki na ochronę zdrowia. Tych efektów nie należy sumować ze sportowym PKB, ponieważ duża część korzyści zdrowotnych i społecznych związanych z uprawianiem sportu jest już wyceniona przez konsumentów nabywających usługi.
- ▶ Dzięki aktywności fizycznej rocznie liczba hospitalizacji w Polsce z powodu różnych chorób jest mniejsza o ok. 200 tys. Są to korzyści wynikające z bieżącej aktywności Polaków. Gdyby aktywność ta była wyższa, korzyści byłyby wyraźnie większe. Spadek o 200 tys. oznacza redukcję o 2,5 proc. Jest to wartość zbliżona do wyników badań z innych krajów. Na przykład badania brytyjskie z 2002 roku pokazują, że brak aktywności fizycznej wśród Brytyjczyków oznaczał koszty ochrony zdrowia wyższe o 1,8 proc. Jeżeli redukcja kosztów ochrony zdrowia jest proporcjonalna, to oznacza, że dzięki aktywności fizycznej Polaków kraj oszczędza rocznie ok. 2,5 mld zł.

Bibliografia

- J. Baran, P. Lewandowski, M. Lis, I. Magda, Ocena korzyści społecznych inwestycji w sport w odniesieniu do ponoszonych kosztów. Raport metodologiczny, Instytut Badań Strukturalnych, Ministerstwo Sportu i Turystyki (2016)
- J. Baran, M. Lis, I. Magda, Ocena korzyści społecznych inwestycji w sport w odniesieniu do ponoszonych kosztów. Raport analityczny, Instytut Badań Strukturalnych, Ministerstwo Sportu i Turystyki (2016)
- Biała księga na temat sportu, Komisja Wspólnot Europejskich (2007)
- N. Cavill, D. Richardson, C. Foster, Improving Health Through Participation in Sport: a review of research and practice, BHF, University of Oxford (2012)
- A. Barajasa, D. Coates, P. Sanchez-Fernandez, "Beyond retrospective assessment. Sport event economic impact studies as a management tool for informing event organization", European Research on Management and Business Economics 22 (2016) 124–130
- R. Coleman, Flora London Marathon 2000 – the economic legacy, Journal of Hospitality and Tourism Management 10 (2004)
- Commonwealth Games Value Framework, PWC, The Commonwealth Games Federation (2019)
- L. Davies, E. Christy, G. Ramchandani, P. Taylor, Measuring the Social and Economic Impact of Sport in England. Report 1: Social Return on Investment of Sport and Physical Activity in England, Sheffield Hallam University, Sport England (2020)
- L. Davies, Sport participation in Scotland – quantifying the benefits, Observatory For Sport in Scotland (2019)
- C. Gratton, Economic value of community clubbased sport in Australia, Australian Sports Commission, Griffith University (2015)
- Impact of the UK stages of The Tour de France 2014, Leeds City Council, Transport for London, UK Sport, Welcome to Yorkshire (2014)
- L. Keane, E. Hoare, B. Bellew, J. Richards, "Literature review of the methodological evidence base for assessment of the economic and social value of sport and active recreation", Prepared for the NSW Office of Sport. Sport and Active Recreation Intervention and Epidemiology Research (SPRINTER) Group, The University of Sydney, 2017
- T. Kokolakis, E. Christy, L. Davies, Measuring the Social and Economic Impact of Sport in England Report 2: The Economic Importance of Sport and Physical Activity in England, Sheffield Hallam University, Sport England (2020)
- R. Koning, E. Gerdes, P. van Eldert, P. Hover, SROI sport and physical activity 2022. What is the social return on investment of sport and physical activity?, Rebel Economics & Policy bv, Knowledge Centre for Sport & Physical Activity (2022)
- B. Liberda, Rachunek satelitarny sportu dla Polski za 2012 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki (2017)
- E. Malchrowicz-Moško, J. Poczta, K. Adamczewska, The Potential of Non-Mega Sporting Events for the Promotion of Physical Activity Among Inactive Supporters at the Poznan Half Marathon: A Case Study, International Journal of Environmental Research and Public Health (2019)
- Mapping Study on measuring the economic impact of COVID-19 on the sport sector in the EU, Komisja Europejska, Ecorys, SportsEconAustria (2020)
- V. Matheson, "Point/Counterpoint: Is there a Case for Subsidizing Sports Stadiums?", College Of The Holy Cross, Department Of Economics Faculty Research Series, Paper No. 18–14
- V. Matheson, "The Rise and Fall (and Rise and Fall) of the Olympic Games as an Economic Driver", College Of The Holy Cross, Department Of Economics Faculty Research Series, Paper No. 18–16
- S.E. Nordhagen, Leveraging sporting events to create sport participation: a case study of the 2016 Youth Olympic Games, International Journal of Sport Policy and Politics (2021)
- E.R. Oldenboom, "Costs and benefits of major sports events. A Case-study of Euro 2000", MeerWaarde Onderzoeksadvies, 2006
- N. Peters, B. Gerretsen, T. Geijsen, De sociaaleconomische waarde van sporten en bewegen, Ecorys (2021)
- Program rozwoju sportu do roku 2020. Aktualizacja, Ministerstwo Sportu i Turystyki (2019)
- Researching the Value of Sport in Ireland, Sport Ireland, Sport Industry Research Center (2021)
- Study on the Contribution of Sport to Economic Growth and Employment in the EU, Komisja Europejska, SportsEconAustria (2012)
- Study on the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts, Komisja Europejska, SportsEconAustria, Sheffield Hallam University (2018)
- Taking Part – Statistical Release 2014/15 Quarter 4, UK Department for Culture, Media and Sport (2015)
- M. Taks, G. Teare, Linking sport events with sport participation and development, [w:] R. Baker (Ed.), Sport for development and peace, Rowman Littlefield (2022)
- The Tour de France Grand Depart 2007 Research Summary, Social Research Associates, Transport for London (2007)
- M.E. Weed, Should we privilege sport for health? The comparative effectiveness of UK government investment in sport as a public health intervention, International Journal of Sport Policy and Politics (2016)





Centrum Analiz SpotData
Bonnier Business (Polska) sp. z o.o.
ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa

tel. +48 22 333 99 18
kontakt@spotdata.pl

SPOTDATA