

Jolanta Witek

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Usług nr 79, 7-8

2011

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WSTĘP

Współczesny sport, wielowymiarowy i realizowany w różnych formach instytucjonalnych, stał się produktem, na którego zapotrzebowanie zgłaszają szerokie kręgi odbiorców. Oprócz wartości kulturowych i społecznych sport jest też stymulatorem rozwoju wielu gałęzi gospodarki, tworząc nowe miejsca pracy. Postępująca komercjalizacja sportu ma wymiar ekonomiczny, wywierający wpływ na gospodarkę regionu. Dostrzegane są też szanse rozwoju miast i regionów przez organizację dużych przedsięwzięć sportowych. Systematycznie wzrasta popularność sportu i jego znaczenie. Symptodem tych zmian jest przykładowo coraz większa liczba klubów sportowych funkcjonujących w Polsce (ponad czterokrotny wzrost od 1960 roku) i ponad dwukrotny wzrost liczby ćwiczących w tym samym czasie. Doniosłe wydarzenia sportowe, prężna działalność klubów i stowarzyszeń na danym terenie oraz obecność uznanych zawodników w życiu jednostki terytorialnej są bez wątpienia czynnikami wpływającymi na pozytywny wizerunek miasta i regionu, które mogą być wykorzystywane w celach promocyjnych i jako takie wpływać na szanse rozwoju regionu. Zarządzający jednostkami samorządu terytorialnego (JST) powinni zatem dążyć do podnoszenia efektywności realizowanych zadań i zaspokajania potrzeb społeczności lokalnej w możliwie najlepszy sposób, uwzględniając wymogi rynku oraz potrzeby i preferencje mieszkańców.

Rolą samorządu regionalnego/lokalnego w rozwoju regionu jest wyważenie i ukierunkowanie rozwoju sportu, zarówno masowego jak i wyczynowego, w sposób pozwalający na stworzenie wewnętrznie spójnej wizji znajdującej odzwierciedlenie w strategiach rozwoju lokalnego i regionalnego i obejmującą wszystkie obszary aktywności sportowej i związanej z kibicowaniem. Wizja ta i strategia powinny obejmować rekreację, turystykę, sport masowy, a także wszelkie formy sportu wyczynowego. Umiejętne nagłaśnianie sukcesów, inwestowanie w rozwój różnych dyscyplin sportowych czy modernizowanie infrastruktury rekreacyjno-turystycznej może być źródłem przewagi konkurencyjnej, gdyż prowadzenie działalności przez znane organizacje sportowe, w tym zawodowe kluby sportowe, ligi zawodowe czy innych organizatorów sportu kwalifikowanego (wyczynowego) w różnych regionach kraju, może być skutecznym

sposobem promowania tych regionów. Atrakcyjny wizerunek regionu tworzony przez działania związane ze sportem wspomaga dodatkowo wizerunek przedsiębiorstw i produktów wytwarzanych w regionie. Tak powiązany ze sportem wizerunek jest pozytywnie odbierany na rynku regionalnym i lokalnym, synergicznie wspomaga odbiorców, którymi mogą być społeczności lokalne, turyści, inwestorzy lub inne jednostki terytorialne, a którzy mogą się też przyczyniać do rozwoju regionu.

Prezentowana publikacja jest efektem aktywności licznego grona pracowników naukowych, prowadzących badania z zakresu sportu i rekreacji w polskich ośrodkach akademickich. Oddając publikację do rąk Czytelnika, mam nadzieję, że przyczyni się ona do lepszego poznania silnie zróżnicowanej i wielowymiarowej problematyki sportu i rekreacji.

Jolanta Witek