

# Daniel Puciato

---

## Rola inwestycji sportowych i rekreacyjnych realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego 2007-2013 w tworzeniu produktu turystycznego gminy Głuchołazy

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 79, 513-524

---

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Daniel Puciato**

Politechnika Opolska

**ROLA INWESTYCJI SPORTOWYCH I REKREACYJNYCH  
REALIZOWANYCH W RAMACH  
REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO  
WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO 2007–2013  
W TWORZENIU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO  
GMINY GŁUCHOŁAZY**

**Wstęp**

Najważniejszą determinantą rozwoju ruchu turystycznego na obszarze recepcji turystycznej są unikatowe walory turystyczne, o charakterze naturalnym i antropogenicznym. Ich wysoka atrakcyjność oraz dostępność komunikacyjna to ważne przesłanki do powstawania infrastruktury turystycznej, a tym samym do tworzenia całościowego produktu turystycznego obszaru recepcyjnego. Jak wskazują wyniki badań empirycznych, ważnym komponentem produktu turystycznego jest infrastruktura sportowo-rekreacyjna [Puciato, 2010; Puciato i wsp., 2010]. Jest ona szczególnie ważna w przypadku turystyki wypoczynkowej oraz biznesowej, w których usługi sportowo-rekreacyjne tworzą integralną część produktu turystycznego, często decydując o jego atrakcyjności i konkurencyjności. Rozbudowa infrastruktury sportowo-rekreacyjnej wiąże się z realizacją inwestycji, dzięki którym w wyniku efektów mnożnikowych mogą się poprawić perspektywy rozwoju obszaru recepcyjnego. W praktyce gospodarczej najczęstszą barierą inwestycyjną są ograniczone środki finansowe [Pucia-

to, 2008]. Jednak integracja Polski z Unią Europejską otworzyła polskim samorządom dostęp do środków finansowych, przeznaczonych na wsparcie działań mających zniwelować różnice rozwojowe między poszczególnymi regionami Wspólnoty. Dostępne środki pomocowe umożliwiają wsparcie działalności inwestycyjnej, a szczególnie ważnym instrumentem jest Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, którego środki mogą przyczynić się do poprawy oferowanych produktów obszarów recepcji turystycznej [Puciato, 2009; Sierak i wsp. 2009].

Celem artykułu jest próba określenia roli inwestycji o charakterze sportowym i rekreacyjnym, współfinansowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego 2007–2013 (RPO WO 2007–2013) w procesie kształtowania wybranych produktów turystycznych gminy Głuchołazy. Materiał badawczy ma charakter wtórny, został bowiem pozyskany w wyniku studiowania materiałów statystycznych, literatury przedmiotu i opracowań bibliograficznych. Zastosowano metodę opisową, należącą do grupy metod badawczych o charakterze indukcyjnym. Zakres przestrzenny badań obejmował gminę Głuchołazy, a czasowy – lata 2007–2010. W artykule przybliżono pojęcie produktu turystycznego obszaru recepcyjnego, ogólnie scharakteryzowano gminę Głuchołazy oraz przedstawiono wybrane produkty turystyczne, do których powstania lub rozwoju przyczyniły się inwestycje sportowe i rekreacyjne współfinansowane ze środków RPO WO 2007–2013.

## 1. Produkt turystyczny obszaru recepcji turystycznej

Według P. Kotlera [2005] produktem jest to wszystko, co można zaoferować na rynku w celu zaspokojenia określonej potrzeby lub odczuwanego pragnienia. Ze względu na istotę zjawiska turystyki, przejawiającą się między innymi w różnorodności potrzeb zgłaszanych przez turystów oraz zróżnicowanym stopniu ich zaangażowania w zaspokajanie własnych potrzeb, pojęcie produkt obszaru recepcji turystycznej nie jest już jednak tak jednoznaczne. Produkt turystyczny można bowiem rozpatrywać zarówno z perspektywy jego producenta (przedsiębiorcy turystycznego, przedstawiciela samorządu terytorialnego), jak i konsumenta (odwiedzającego, turysty). Pierwsze ujęcie ma charakter wąski, gdyż dotyczy oferty usługowej, a zatem poszczególnych dóbr i usług komercyjnych, mających zaspokoić potrzeby turystów, realizowanej przez pojedynczych

producentów usług turystycznych [Middleton, 1989]. W drugim ujęciu, szerokim, produkt turystyczny jest częścią większej całości, na którą składa się kompleksowy produkt turystyczny obszaru recepcji turystycznej (miejscowości, gminy, powiatu, regionu). Tak pojmowany produkt to suma walorów turystycznych, które po przystosowaniu do potrzeb ruchu turystycznego stanowią atrakcje turystyczne, usług świadczonych przez różnorodne podmioty gospodarki turystycznej, usług infrastruktury ogólnej (technicznej i społecznej) oraz dostępności komunikacyjnej [Dziedzic, 1998]. W myśl koncepcji marketingu terytorialnego tego rodzaju megaprodukt składa się z różnorodnych subproduktów, których przykłady przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

## Przykładowe subprodukty terytorialne obszaru recepcji turystycznej

| Rodzaj subproduktu | Elementy składowe   | Rynki docelowe  |
|--------------------|---|---|
| 1                  | 2   | 3   |
| Turystyczny        | Przedsiębiorstwa turystyczne (obiekty noclegowe: hotele, pensjonaty, domyczasowe; zakłady gastronomiczne: restauracje, kawiarnie, bary, przedsiębiorstwa transportu turystycznego, itp.); walory turystyczne (naturalne i antropogeniczne); lokalne tradycje; atmosfera | Turyści, odwiedzający, kuracjusze, mieszkańcy   |
| Inwestycyjny       | Nieruchomości (budynki, grunty), maszyny, urządzenia, linie technologiczne, zasoby ludzkie  | Przedsiębiorcy, inwestorzy, instytucje finansowe, organizacje gospodarcze   |
| Mieszkaniowy       | Mieszkania, domy, działki   | Mieszkańcy obszaru recepcji turystycznej i innych miejsc, zainteresowanych osiedleniem się na tym obszarze, przedsiębiorcy, deweloperzy, spółdzielnie mieszkaniowe, biura nieruchomości |
| Socjalny           | Stałe i sezonowe miejsca pracy  | Pracodawcy, pracownicy poszukujący pracy, związki zawodowe, urzędy i biura pracy  |
| Handlowo-usługowy  | Przedsiębiorstwa handlowe i usługowe  | Mieszkańcy obszaru oraz okolicznych miejscowości, turyści i odwiedzający  |

| 1                      | 2   | 3  |
|------------------------|---|--|
| Oświatowo-kulturalny   | Szkoły, przedszkola, żłobki, placówki opiekuńczo-wychowawcze, kina, teatry, muzea   | Mieszkańcy obszaru oraz okolicznych miejscowości, w przypadku instytucji kultury także turyści i odwiedzający            |
| Targowo-wystawienniczy | Infrastruktura targowa, pomieszczenia konferencyjne, hotele z zapleczem konferencyjnym, tradycja organizowania targów, kongresów, sympozjów i konferencji | Przedsiębiorstwa, organizacje biznesowe, uczelnie wyższe, turyści i odwiedzający biznesowi                               |
| Rekreacyjno-sportowy   | Infrastruktura sportowo-rekreacyjna, imprezy sportowe i rekreacyjne   | Mieszkańcy obszaru i okolicznych miejscowości, turyści, odwiedzający, kluby sportowe, szkoły, uczelnie, przedsiębiorstwa |
| Publiczny              | Usługi publiczne, administracja samorządowa, komunikacja  | Mieszkańcy obszaru, organizacje gospodarcze i społeczne, przedsiębiorstwa  |

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Bernaciak, 2004, s. 1–2].

Według H. Zawistowskiej [2003], aby dana gmina mogła stać się obszarem turystycznym, muszą być spełnione następujące warunki: oferowane produkty (w ujęciu wąskim) powinny mieć pewne wspólne cechy i być rozpoznawalne pod wspólnym znakiem oraz powinna istnieć publiczna lub prywatna organizacja turystyczna odpowiedzialna za zarządzanie tym obszarem. S. Medlik [1995] uzupełnił szeroką koncepcję produktu turystycznego o komponentę behawioralną, związaną z percepcją produktu przez turystę lub odwiedzającego i zdefiniował go jako: „sumę wrażeń i doświadczeń, jakich doznał turysta od momentu opuszczenia miejsca stałego zamieszkania do momentu powrotu do niego” [s. 243]. S. Bąk [1990] w tak pojmowanym pakiecie produktu turystycznego obszaru recepcji turystycznej wyróżnia atrakcyjność walorów miejsca docelowego podróży, włącznie z wyobrażeniem o nim potencjalnego turysty, usługi i urządzenia umożliwiające i uprzyjemniające przebywanie w miejscu czasowego pobytu, czyli zakwaterowanie, wyżywienie, rozrywka i rekreacja oraz dostępność miejsca docelowego. Szeroko pojmowany produkt turystyczny nie jest zatem tylko prostą sumą walorów i atrakcji turystycznych, infrastruktury turystycznej i ogólnej oraz świadczonych w tych warunkach usług. Przeżycia turysty będą bowiem zależać także od wielu czynników bezpośrednio niezwiązanych z turystyką, takich jak sposób świadczenia usług, poziom rozwoju gospodarczego obszaru recepcyjnego, jego estetyka i organizacja, panujące zwyczaje społeczne (gościnność i życzliwość mieszkańców), sposób zachowania się

innych ludzi czy ogólne samopoczucie turysty. Konstatując, produkt obszaru recepcji turystycznej można zdefiniować jako: „całość składającą się z elementów materialnych i niematerialnych, stanowiącą podstawę istniejącego w umyśle turysty wyobrażenia i oczekiwań związanych z pobytem w danym miejscu” [Dziedzic, 1998, s. 23].

Tak rozumiany produkt obszaru recepcji turystycznej, podobnie jak inne produkty rozpatrywane w ujęciu marketingowym, ma określoną strukturę, na którą składają się: rdzeń produktu, produkt rzeczywisty i produkt poszerzony. Rdzeń produktu obszaru recepcji turystycznej to podstawowe potrzeby, które turysta bądź odwiedzający pragnie zaspokoić, przybywając do miejsca docelowego. W zależności od głównego motywu jego podróży mogą nimi być przykładowo: wypoczynek, poznanie, zdrowie, religia czy praca zawodowa. Oferowane na obszarze recepcji turystycznej usługi turystyczne (np. posiłki, noclegi, wycieczki, zabiegi zdrowotne, usługi rekreacyjne czy biznesowe) są produktami rzeczywistymi. Produkt rozszerzony to natomiast dodatkowe usługi oferowane turystom lub odwiedzającym na obszarze recepcji turystycznej, takie jak dobry stan środowiska przyrodniczego, wysoka estetyka miejsca czy proturystyczne nastawienie mieszkańców [Altkorn, Nowakowska, 1992].

## **2. Charakterystyka gminy Głuchołazy**

Gmina Głuchołazy usytuowana jest w południowo-zachodniej części województwa opolskiego, w powiecie Nysa. Wchodzi w skład Przedgórze Sudeckiego, Sudetów Wschodnich i Niziny Śląskiej. Zachodnia część gminy stanowi mezoregion Przedgórze Paczkowskie, południowa to Góry Opawskie, natomiast wschodnia – Płaskowyż Głubczycki. Od południa gmina graniczy z Republiką Czeską. Powierzchnia gminy wynosi 16 760 ha, a ludność liczy ogółem 26 460 osób. Najważniejszymi jednostkami morfologicznymi tworzącymi krajobraz są: Góra Parkowa złożona z trzech szczytów tworzących grzbiec o długości około 5 km, najwyższy szczyt na terenie gminy Biskupia Kopa (889 m n.p.m.), rzeka Biała Głuchołaska tworząca malowniczy przełom o długości 2,5 km, rozległa dolina Złotego Potoku oraz dolina Bystrego Potoku o długości około 4 km, ostro i malowniczo wcinająca się w zbocze Biskupiej Kopy. Lasy i grunty leśne stanowią niemal 20% ogólnej powierzchni gminy i są naturalnym siedliskiem licznej flory i fauny. Większość obszarów użytkowanych turystycznie jest obję-

ta systemem ochrony przyrody (Park Krajobrazowy „Góry Opawskie”, a także trzy rezerwy leśne: „Cicha Dolina”, „Las Bukowy” oraz „Nad Białką”). Gmina Głuchołazy jest stosunkowo bogata w rozproszone obiekty historyczne: kościoły, zabytki architektury obronnej, elementy dawnej zabudowy uzdrowskiej, pałace i dwory z parkami o charakterze krajobrazowym z cennymi zespołami starodrzewu [*Strategia rozwoju turystyki...*, 2005].

Gmina ma niezłe rozwiniętą infrastrukturę dla ruchu kołowego. Przez jej tereny przebiega droga krajowa nr 40 Prudnik–Głuchołazy–granica państwa, droga wojewódzka nr 411 Nysa–Głuchołazy–granica państwa, drogi powiatowe łączące miasto Głuchołazy z 17 sołectwami oraz drogi gminne o nawierzchni asfaltowej o długości 35,3 km. Poważnym mankamentem jest zły stan nawierzchni większości tych dróg. Połączenia autobusowe PKS umożliwiają dojazd do każdej miejscowości na terenie gminy oraz bezpośrednio do Nysy, Prudnika, Opola, Wrocławia, Głubczyc, Żywca i Nowego Sącza. Na terenie gminy znajdują się również 4 pasażerskie dworce kolejowe PKP, lecz ruch pasażerski został tu czasowo zawieszony [*Strategia rozwoju gminy...*, 2004]. Najważniejszymi funkcjami gminy są funkcje uzdrowska i turystyczna. Wśród podmiotów gospodarczych przeważają mikroprzedsiębiorstwa, głównie placówki handlowe, obiekty hotelarskie oraz gastronomiczne. Struktura gospodarcza obszaru nie jest zatem zbyt zróżnicowana, co nie jest zbyt korzystne. Większość zdarzeń gospodarczych ma charakter turystyczny, okołoturystyczny lub wiąże się z obsługą samych mieszkańców Głuchołaz. Liczba bezrobotnych, według stanu na 31 stycznia 2011 roku, wynosiła 2028 osób. Najważniejszymi obiektami infrastruktury społecznej gminy są: Samodzielny Publiczny Zakład Opieki Zdrowotnej Szpital Specjalistyczny MSWiA w Głuchołazach oraz Samodzielny Publiczny Zakład Opieki Zdrowotnej w Głuchołazach.

Na terenie gminy znajdują się 54 czynne obiekty bazy noclegowej. Zlokalizowane są one w Głuchołazach (16 obiektów), Pokrzywnej (16 obiektów), Jarnołówku (15 obiektów), Starym Lesie (3 obiekty) oraz Konradowie (4 obiekty). Według danych z 2003 roku, liczba miejsc noclegowych wynosiła 4079, w tym 2649 (64,9%) miejsc całorocznych i 1430 (35,1%) miejsc sezonowych. Tylko dwa obiekty zaliczono do kategorii „obiekt hotelarski”: Ośrodek Wypoczynkowo-Rehabilitacyjny Potok w Jarnołówku jako pensjonat trzygwiazdkowy oraz Schronisko Młodzieżowe w Głuchołazach. Pozostałe to „inne obiekty świadczące usługi hotelarskie”. Gmina Głuchołazy ma dobrze rozwiniętą bazę obiektów o charakterze leczniczo-wypoczynkowym. Na jej terenie znaj-

duże się 5 ośrodków, które oprócz usług hotelowych mają zaplecze lecznicze w zakresie fizjoterapii i odnowy biologicznej. Łącznie jest tu 530 miejsc o wysokim standardzie i mogą być bazą dla intensywnie rozwijającej się turystyki uzdrowiskowej czy zdrowotnej. Na terenie Głuchołaz występują różnorodne obiekty gastronomiczne: restauracje, kawiarnie, pizzerie, puby i piwiarnie. Obiekty te są zróżnicowane pod względem wielkości, rodzaju świadczonych usług oraz standardu. Dla jakości oferowanego produktu turystycznego duże znaczenie mają zlokalizowane tu obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne, takie jak basen kąpielowy „Leśny” w Głuchołazach, kąpielisko „Leśne” w Pokrzywniej, orczykowy wyciąg narciarski o długości 300 metrów w Jarnołówku, korty tenisowe, hala sportowa oraz miejski stadion sportowy. Na terenie gminy usytuowane są również szlaki turystyczne, ścieżki przyrodniczo-dydaktyczne, oznakowane trasy rowerowe oraz 20-kilometrowy szlak kajakowy – Biała Głuchołaska.

### **3. Inwestycje sportowe i rekreacyjne realizowane w ramach RPO WO 2007–2013 jako element produktu turystycznego gminy Głuchołazy**

Produkt obszaru recepcji turystycznej współtworzą przedstawiciele lokalnych samorządów terytorialnych, jego mieszkańcy, przedsiębiorstwa turystyczne, organizacje i stowarzyszenia branżowe oraz w myśl szerokiego podejścia do produktu turystycznego również sami turyści i odwiedzający. W procesie współtworzenia produktu turystycznego szczególnie aktywną rolę odgrywają przedstawiciele samorządu terytorialnego oraz przedsiębiorstwa turystyczne. Podmioty te mogą do tego wykorzystywać zróżnicowane narzędzia o charakterze prawnym, organizacyjnym, marketingowym oraz ekonomiczno-finansowym [Kornak, Rapacz, 2001; Wodejko, 1997]. Ważnym instrumentem w ramach tej ostatniej grupy jest polityka inwestycyjna. Środki na inwestycje, również te o charakterze sportowym i rekreacyjnym, mogą pochodzić z dochodów własnych, ze sprzedaży zbędnego majątku, z emisji obligacji komunalnych lub przedsiębiorstw, kredytów i pożyczek inwestycyjnych oraz funduszy Unii Europejskiej, w tym z regionalnych programów operacyjnych. W przypadku Opolszczyzny jest to Regionalny Program Operacyjny Województwa Opolskiego 2007–2013, w którego ramach występują dwa poddziałania, z których mogą być współfinansowane inwestycje sportowo-rekreacyjne. Poddziałanie



1.4.1 dotyczy wsparcia usług turystycznych i rekreacyjno-sportowych świadczonych przez przedsiębiorstwa, natomiast poddziałanie 1.4.2 – usług turystycznych i rekreacyjno-sportowych świadczonych przez sektor publiczny.

W bieżącym okresie programowania przeprowadzono dwa nabory wniosków w obszarze poddziałania 1.4.1, w którego ramach dofinansowano 101 projektów na łączną kwotę 125 984 927,10 zł oraz jeden nabór w obszarze poddziałania 1.4.2, w którego ramach dofinansowano 21 projektów na kwotę 66 288 531,10 zł. Spora grupa projektów dotyczyła budowy, rozbudowy lub modernizacji obiektów sportowo-rekreacyjnych, z czego pięć znajdowało się w gminie Głuchołazy. Dwa z tych projektów dotyczyły budowy kępielni, jeden przebudowy stadionu miejskiego, jeden budowy ogólnodostępnego krytego basenu i jeden rozbudowy zaplecza sportowo-rekreacyjnego. Jeden projekt był realizowany przez sektor publiczny i dotyczył samodzielnego obiektu sportowo-rekreacyjnego, natomiast cztery były domeną sektora prywatnego i dotyczyły urządzeń sportowo-rekreacyjnych usytuowanych przy obiektach turystycznych (noclegowych). Całkowita wartość projektów wynosiła 29 166 457,79 zł, natomiast kwota dofinansowania w ramach RPO WO 2007–2013 stanowiła równowartość 14 677 585,49 zł (tabela 2).

Tabela 2

Projekty sportowo-rekreacyjne dofinansowane ze środków RPO WO 2007–2013  
w gminie Głuchołazy w latach 2007–2010

| Lp.          | Tytuł projektu  | Wartość ogółem (zł)  | Kwota dofinansowania (zł) |
|--------------|---|----------------------|---------------------------|
| 1.           | Przebudowa stadionu miejskiego w Głuchołazach   | 9 992 308,99         | 7 212 503,01              |
| 2.           | Podniesienie atrakcyjności turystycznej hotelu Sudety w Głuchołazach przez utworzenie kępielni  | 2 019 261,47         | 749 985,15                |
| 3.           | Rozbudowa zaplecza noclegowo-gastronomicznego oraz sportowo-rekreacyjnego Ośrodka Wypoczynkowo-Szkoleniowo-Rehabilitacyjnego w miejscowości Pokrzywna | 3 265 147,00         | 1 848 945,00              |
| 4.           | Hotel-SPA i kępielnia w Pokrzywnej  | 7 742 160,33         | 2 499 702,33              |
| 5.           | Wzrost atrakcyjności Jarnołtówka przez ogólnodostępny kryty basen i poprawę bazy noclegowej   | 6 147 580,00         | 2 366 450,00              |
| <b>Razem</b> |   | <b>29 166 457,79</b> | <b>14 677 585,49</b>      |

Źródło: opracowanie własne.

W wyniku alokacji środków finansowych pochodzących z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej na terenie Głuchołaz można się spodziewać głównie rozwoju produktów turystyki wypoczynkowej i biznesowej, które scharakteryzowano w tabeli 3.

Tabela 3

Charakterystyka produktów turystycznych Głuchołaz skomponowanych na podstawie powstającej infrastruktury sportowo-rekreacyjnej

| Cechy charakterystyczne   | Produkt turystyki wypoczynkowej  | Produkt turystyki biznesowej  |
|---------------------------|--|---|
| Główne elementy produktu  | Baza noclegowa (ośrodki wczasowe, hotele), baza gastronomiczna, dobra dostępność komunikacyjna, infrastruktura sportowo-rekreacyjna (trasy narciarskie – zjazdowe i biegowe, wyciągi narciarskie, ścieżki rowerowe, kąpieliska, baseny, kręgielnie, boiska, ośrodki jazdy konnej), infrastruktura rozrywkowa, imprezy sportowe, rekreacyjne i rozrywkowe | Baza noclegowa (hotele) z zapleczem konferencyjnym, zróżnicowana baza gastronomiczna o wysokim standardzie, w tym również usługi cateringowe, dobra dostępność komunikacyjna, infrastruktura sportowo-rekreacyjna (baseny, kręgielnie, boiska do gier zespołowych i terenowych), dobra infrastruktura teleinformatyczna |
| Lokalizacja               | Tereny rekreacyjne Głuchołaz, szczególnie okolice Kopy Biskupiej oraz Złote Hory   | Tereny, na których usytuowane są hotele z zapleczem konferencyjnym, tereny rekreacyjne Głuchołaz  |
| Kierunki rozwoju produktu | Rozbudowa bazy sportowo-rekreacyjnej, zwiększenie liczby imprez plenerowych  | Rozbudowa bazy konferencyjnej i sportowo-rekreacyjnej   |
| Rynki docelowe            | Rodziny z dziećmi, osoby samotne, dzieci, młodzież, osoby starsze, turystyka regionalna (Opole), krajowa i zagraniczna   | Organizatorzy spotkań biznesowych, przedsiębiorstwa, uczelnie wyższe z regionu, kraju i z zagranicy, uczestnicy tego rodzaju spotkań  |
| Potencjał rozwojowy       | Duży z założeniem systematycznej poprawy stanu polskiej gospodarki   | Średni z założeniem rozbudowy infrastruktury kongresowej  |

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Studium rozwoju turystyki rekreacyjnej w rejonie Kopy Biskupiej*.

## Zakończenie

Środki finansowe pochodzące z Unii Europejskiej mogą wydatnie przyczynić się do rozwoju produktu turystycznego oferowanego na obszarze Głuchołaz. Oprócz funduszy przedakcesyjnych i inicjatyw wspólnotowych szczególnie ważne wydają się tu dotacje udzielane w ramach funduszy strukturalnych, w tym w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego 2007–2013. Jeśli zaplanowane projekty dotyczące infrastruktury sportowo-rekreacyjnej zostaną zrealizowane, obiekty te mają szansę być ważnymi komponentami produktu turystycznego, szczególnie w turystyce wypoczynkowej i biznesowej. W przypadku dalszej absorpcji środków finansowych z Unii Europejskiej w kolejnych okresach programowania atrakcyjność produktu turystycznego obszaru może się jeszcze poprawić, co w konsekwencji może doprowadzić do wzrostu roli turystyki w procesach rozwoju społeczno-ekonomicznego Głuchołaz, a co za tym idzie, do poprawy jakości życia ich mieszkańców.

## Literatura

- Altkorn J., Nowakowska A., *Podstawy marketingu turystycznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1992.
- Bąk S., *Promocja produktu turystycznego w obrocie z krajami o gospodarce rynkowej*, Szkoła Główna Planowania i Statystyki w Warszawie, Warszawa 1990.
- Bernaciak A., *Analiza pozycji konkurencyjnej gminy – spektrum przestrzeni*, „Świat Marketingu” 2004, nr 12.
- Dziedzic E., *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 1998.
- Kornak S., Rapacz A., *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001.
- Kotler P., *Marketing*, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2005.
- Medlik S., *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
- Middleton V., *Tourism Product*, w: *Tourism Marketing and Management Handbook*, red. S. Witt, L. Mountinho, Hempel Hempstead, Prentice Hall 1989.

- Puciato D., *Inwestycje turystyczne jako forma pobudzania popytu turystycznego na przykładzie gminy Głuchołazy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Gospodarka a Środowisko” 2008, nr 10.
- Puciato P., *Regionalny program operacyjny województwa opolskiego 2007–2013 a rozwój turystyki na obszarze Gór Opawskich*, „Problemy Zagospodarowania Ziemi Górskich” 2010, nr 57.
- Puciato D., *Rola środków pomocowych z Unii Europejskiej w podnoszeniu atrakcyjności turystycznej gminy Głuchołazy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2009, nr 39.
- Puciato D., Goranczewski B., Kamalski Ł., *Potencjał turystyczny gminy Milicz w świetle badań ankietowych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, Szczecin 2010.
- Sierak J., Maśloch G., Górniak R., *Fundusze Unii Europejskiej jako instrument niwelowania dysproporcji zagospodarowania jednostek terytorialnych w Polsce*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów SGH” 2009, nr 95.
- Strategia rozwoju gminy Głuchołazy*, uchwała Rady Miejskiej w Głuchołazach z dnia 30 czerwca 2004 r., nr XX/159/04, Głuchołazy 2004.
- Strategia rozwoju turystyki w gminie Głuchołazy*, uchwała Rady Miejskiej w Głuchołazach z dnia 29 czerwca 2005 r., nr XXXIV/256/05, Głuchołazy 2005.
- Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wyższa Szkoła Handlowa, Warszawa 1997.
- Zawistowska H., *Rola Unii Europejskiej w poprawie jakości produktów turystycznych, w: Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

**THE ROLE OF INVESTMENT SPORTS AND RECREATIONAL ACTIVITIES  
UNDER THE REGIONAL OPERATIONAL PROGRAM OF THE OPOLE  
PROVINCE IN 2007–2013 IN FORMATION OF TOURIST PRODUCT  
GŁUCHOŁAZY COMMUNE**

**Summary**

Sport and recreation infrastructure is an important element of the product area tourist destinations. With the EU Structural Funds to municipalities can raise funds for projects of this type of investment and improve its attractiveness to tourists. The aim of

this study is to determine the role of the investments of sport and recreation, co-financed by of the Regional Operational Program of the Opole Province in 2007–2013, in the process of travel products selected Głucholazy commune. The research material used in this paper is secondary and has been acquired as a result of studies of statistics as well as bibliographic literature and studies. A descriptive method was applies which is one of induction research methods. The research covered of the Głucholazy commune and the years of 2007–2010. In the years 2007–2010 were supported were supported five projects related to the development of sports and recreation infrastructure in the area Głucholazy. As a result of these investments the most likely direction of development of community tourism product will be: leisure tourism and business tourism.

*Translated by Daniel Puciato*