

## SPIS TREŚCI

Wstęp .....	11
-------------	----

### CZĘŚĆ I

#### ROLA SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W ROZWOJU TURYSTYKI W REGIONIE

<b>Aleksander Panasiuk:</b> Instrumenty polityki turystycznej w regionie .....	15
<b>Stefan Bosiacki:</b> Refleksje nad regionalnymi badaniami rynku usług turystycznych.....	24
<b>Ewa Dziedzic:</b> Zmiany w sprawozdawczości statystycznej a potrzeby informacyjne regionów .....	34
<b>Wiesław Alejziak:</b> Współczesne koncepcje i wybrane modele polityki turystycznej .....	43
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Aktywność gmin jako podstawowy czynnik realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej .....	54
<b>Adam Edward Szczepanowski:</b> Współpraca samorządów oraz innych podmiotów w tworzeniu i wdrażaniu produktów turystycznych w wybranych regionach Polski .....	63
<b>Anna Przybylska:</b> Aktywizacja rozwoju turystyki w gminach dolnego odcinka doliny Obry .....	72
<b>Joanna Śniadek, Alina Zajadacz:</b> Współpraca przedsiębiorstw turystycznych z samorządem terytorialnym jako czynnik rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim .....	79
<b>Dawid Milewski:</b> Kooperacja w branży turystycznej na przykładzie województwa zachodniopomorskiego .....	88
<b>Bożena Węcka:</b> Dysproporcje w zagospodarowaniu turystycznym polskiej i czeskiej części euroregionu Pradziad .....	95
<b>Tomasz Studzieniecki:</b> Rozwój turystyki w regionie w aspekcie współpracy międzynarodowej samorządu terytorialnego .....	105
<b>Tomasz Studzieniecki, Teresa Suchodolska:</b> Rola projektów finansowanych z inicjatywy wspólnotowej INTERREG w rozwoju turystyki w województwie pomorskim .....	112
<b>Danuta Sławska:</b> Ruch turystyczny a rozwój bazy noclegowej i towarzyszącej na Kubie .....	121

<b>Tomasz Taraszkiewicz:</b> Partnerstwo publiczno-prywatne w obsłudze ruchu turystycznego w Hongkongu .....	129
--	-----

## CZĘŚĆ II

### PROBLEMY FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH NA RYNKU

<b>Jadwiga Berbeka:</b> Zachowania konsumentów indywidualnych jako podstawa strategii działania przedsiębiorstw turystycznych .....	141
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Rola i znaczenie klienta w kształtowaniu jakości usług hotelarskich .....	148
<b>Adam R. Szromek:</b> Potencjał kadry kierowniczej polskich zakładów lecznictwa uzdrowiskowego .....	158
<b>Anna Tokarz:</b> Kwalifikacje zasobów ludzkich a wynagrodzenia w przedsiębiorstwach turystycznych w Polsce w świetle badań internetowych .....	168
<b>Marlena Formella:</b> Wielkość i struktura rynku biur podróży działających w Trójmieście .....	174
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Uzdrowiska w obliczu procesów globalizacyjnych w turystyce .....	187
<b>Mirosław Januszewski:</b> Czynniki determinujące decyzje inwestycyjne w turystyce – ujęcie modelowe .....	195
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> Źródła finansowania aktywności turystycznej na obszarach wiejskich .....	203
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Turystyka jako pozarolnicza forma przedsiębiorczości na wsi w świetle badań empirycznych .....	212

## CZĘŚĆ III

### WYKORZYSTANIE MARKETINGU W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH I KSZTAŁTOWANIU KONKURENCYJNOŚCI OBSZARU RECEPCJI

<b>Maja Jedlińska:</b> Współpraca w zakresie tworzenia sieciowych produktów turystycznych w regionie .....	227
<b>Katarzyna Majchrzak:</b> Promocja produktu turystycznego „Szlak kościołów drewnianych wokół Puszczy Zielonka” na tle tendencji w turystyce europejskiej .....	234
<b>Leszek Jerzak, Paweł Czechowski:</b> Rozwój turystyki przyrodniczej na przykładzie bocianiey wioski Kłopot .....	241
<b>Agata Niemczyk, Renata Seweryn:</b> Promocja szeptana jako realne i potencjalne źródło informacji o obszarze recepcji turystycznej (na przykładzie Krakowa) .....	246

<b>Piotr Zawadzki:</b> Znaczenie turystyki industrialnej dla rozwoju oferty turystycznej na przykładzie gminy Polkowice .....	253
<b>Grzegorz K. Janicki:</b> Centra rekreacyjno-sportowe w dolinie rzeki Utraty – zaangażowanie samorządów lokalnych .....	261
<b>Maciej Dębski:</b> Marka regionu turystycznego jako źródło przewagi konkurencyjnej destynacji turystycznych .....	269
<b>Michał Żemła:</b> Nowe zastosowania marki jako narzędzia w marketingu produktu obszarów recepcji turystycznej .....	280
<b>Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak:</b> Kreowanie wizerunku obszaru turystycznego na przykładzie Gdańska .....	287
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> Cykl życia wizerunku obszaru recepcji turystycznej jako narzędzie budowania jego konkurencyjności .....	294
<b>Marcin Molenda:</b> <i>Employer branding</i> jako nowe narzędzie budowania wizerunku przedsiębiorstw .....	304
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Istota oraz możliwości zastosowania aromarketingu na rynku turystycznym .....	311

## Summaries

### PART 1

#### ROLE OF LOCAL GOVERNMENT AND TOURIST ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN A REGION

<b>Aleksander Panasiuk:</b> Instruments of tourist policy in region .....	23
<b>Stefan Bosiacki:</b> Reflections on regional research of tourist services market .	33
<b>Ewa Dziedzic:</b> Changes in public statistics and information needs of regions	42
<b>Wiesław Alejziak:</b> Contemporary concepts and selected models of tourist policy .....	52
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Activities of communes as the basic factor for the implementation of sustainable tourism concept .....	62
<b>Adam Edward Szczepanowski:</b> Self-governments and another entities' cooperation in creation and implementation of tourist products in selected regions of Poland .....	71
<b>Anna Przybylska:</b> The stimulation of tourism development in communities in the lower Obra valley region .....	78
<b>Joanna Śniadek, Alina Zajadacz:</b> Cooperation between local tourist sector and local government as a factor conducive to the development of tourism in the Leszno region .....	87
<b>Dawid Milewski:</b> Cooperation in tourist industry on the example of West Pomerania .....	94

<b>Bożena Węcka:</b> Disproportions in tourism development of Polish and Czech part of Pradziad Euroregion .....	103
<b>Tomasz Studzeniecki:</b> The development of tourism in the region in the aspect of international cooperation of territorial self-government .....	111
<b>Tomasz Studzeniecki, Teresa Suchodolska:</b> The role of projects financed from European Community initiative INTERREG III in the development of tourism in Pomorskie voivodeship .....	120
<b>Danuta Sławska:</b> Tourist traffic vs. the development of accommodation and supporting facilities in Cuba .....	128
<b>Tomasz Taraszkiewicz:</b> Public-private partnership in tourist traffic service in Hong Kong .....	136

## PART 2

### PROBLEMS OF TOURIST ENTERPRISES FUNCTIONING ON THE MARKET

<b>Jadwiga Berbeka:</b> Consumer behaviour as a basis of tourist enterprises strategies .....	147
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Role and significance of a customer in creating the quality of hotel services .....	157
<b>Adam R. Szromek:</b> Capacity of managers of Polish health resorts .....	167
<b>Anna Tokarz:</b> Human resources qualifications and their remuneration in tourism enterprises in Poland in a view of internet research .....	173
<b>Marlena Formella:</b> Size and structure of travel agency market operating in tri city .....	185
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Health resorts in view of globalization processes in tourism .....	194
<b>Mirosław Januszewski:</b> Factors determining investment decisions in tourism – model presentation .....	202
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> Chosen sources of financing of tourist activity in rural areas .....	211
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Tourism as a non-agricultural rural entrepreneurship in the light of empirical study .....	223

## PART 3

### USE OF MARKETING IN THE TOURIST ACTIVITY OF ENTERPRISES AND IN THE CREATION OF COMPETITIVENESS OF RECEPTION AREA

<b>Maja Jedlińska:</b> Cooperation in establishing tourism network products in a region .....	233
---	-----

<b>Katarzyna Majchrzak:</b> Promotion of tourist product: “Wooden churches route around Zielonka forest” compared with tendencies in european tourism .....	240
<b>Leszek Jerzak, Pawel Czechowski:</b> Development of the eco-touristic – case from storks’ village in Kłopot .....	245
<b>Agata Niemczyk, Renata Seweryn:</b> Word-of-mouth promotion as a real and potential source of information about the tourist reception area (on the example of Cracow) .....	252
<b>Piotr Zawadzki:</b> The significance of industrial tourism for the development of tourist offer based on the example of Polkowice commune .....	260
<b>Grzegorz K. Janicki:</b> Recreation and sport centers over the Utrata river. The role of local authorities .....	268
<b>Maciej Dębski:</b> Strong brand of tourist region as a source of competitive advantage of tourist destination .....	279
<b>Michał Żemła:</b> New application of branding as a destinations’ marketing tool .....	286
<b>Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak:</b> Creating the image of city brand on the example of Gdansk .....	293
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> The image life cycle of tourism reception area as a tool for constructing its competitiveness .....	303
<b>Marcin Molenda:</b> Employer branding as a new tool for creating of market enterprises image .....	310
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Importance and possibilities of scent marketing application on travel market .....	320

**Grzegorz K. Janicki**

Wyższa Szkoła Kultury Fizycznej i Turystyki

## **CENTRA REKREACYJNO-SPORTOWE W DOLINIE RZEKI UTRATY – ZAANGAŻOWANIE SAMORZĄDÓW LOKALNYCH**

### **1. Wstęp**

Nowym podejściem w zagospodarowaniu turystycznym i charakterystyce produktu turystycznego jest projektowanie komplementarnego produktu sportowo-rekreacyjnego o dużej atrakcyjności dla możliwie szerokiej populacji klientów. Opracowanie wpisuje się w tematykę badań nad zrównoważonym rozwojem turystyki i rekreacji w obszarach silnie zurbanizowanych przy wykorzystaniu chronionych korytarzy ekologicznych. Może też stanowić przyczynek do analizy dotyczącej kreowania oraz konsumpcji produktu przedstawiającego zespół obiektów rekreacyjno-sportowych. W artykule przedstawiono koncepcję centrów rekreacyjno-sportowych bazujących na zespole obiektów funkcjonujących nad rzeką Utratą.

### **2. Geograficzne usytuowanie opisywanych obiektów**

Rzeka Utrata jest jedną z niewielu rzek zachodniego pasma podstołecznego, którą w przyszłości można uznać za interesującą w związku z jej położeniem i ze względu na funkcję rekreacyjno-turystyczną. Niedostatek wód, zbiorników i cieków wodnych jest znamieny dla raczej suchego rejonu Niziny Mazowieckiej. Zachodnie pasmo podstołeczne, w przeciwieństwie do części wschodniej prawobrzeżnej Warszawy posiadającej m.in. Zalew Zegrzyński, nie ma takiej atrakcyjności rekreacyjnej i turystycznej i tym samym nie przyciągało aktywnych mieszkańców aglomeracji. Rzeka Utrata jest jednym z ważniejszych cieków wodnych tego pasma. Ma ona ponad 70 km długości, przepływa przez cztery

powiaty województwa mazowieckiego: piaseczyński (źródło w rejonie lasów sękocińskich), pruszkowski (przez centrum miasta), warszawski – zachodni i sochaczewski (po minięciu Żelazowej Woli wpada do Bzury).

Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjno-sportowe terenu, głównie powiatu pruszkowskiego i samego miasta Pruszkowa, oraz zaangażowanie samorządów lokalnych są odpowiedzią na potrzeby ludności, stwarzają także warunki rozwoju turystyki aktywnej dla osób przyjezdnych. Z kilku zespołów obiektów sportowo-rekreacyjnych i ekorekreacyjnych usytuowanych wzdłuż środkowego biegu Utraty<sup>1</sup> najbardziej znaczącym i nowoczesnym rozwiązaniem pod tym względem wydaje się zespół obiektów, który można nazwać centrum rekreacyjno-sportowym (CRS). Jest ono zlokalizowane na terenie miasta Pruszkowa, w dolinie rzeki Utraty. Jego głównym obiektem jest kryty tor kolarski o drewnianej bieżni. Obok usytuowana jest pływalnia miejska przygotowana zarówno do zawodów pływackich o randze mistrzowskiej, jak i do wykorzystania w celach rekreacyjnych. Otwarty w roku 2008 hotel na 100 osób z planowaną ofertą usług SPA uzupełnia kompleksową ofertę CRS. W bezpośredniej bliskości znajdują się też pięknie położone stawy, dotychczas nastawione na hodowlę ryb, ale z planami ich wykorzystania na cele rekreacyjne.

### **3. Zapotrzebowanie na centra rekreacyjno-sportowe w obrębie aglomeracji miejskich**

Obraz obecnego zagospodarowania terenów zurbanizowanych w obiekty przeznaczone do uprawiania sportu jest bardzo zróżnicowany. W skali kraju najwyższy poziom techniczny mają resortowe obiekty bazy szkoleniowej dla przygotowań olimpijskich, znane jako COS-y (centralne ośrodki sportu), np. w Zakopanem, Spale czy we Władysławowie. W większej liczbie w wielu miastach występują OSiR-y (ośrodki sportu i rekreacji) nadzorowane przez samorząd lokalny. Ich głównymi obiektami są najczęściej pływalnie i hale przeznaczone do gier zespołowych. Dostępność i wykorzystanie tych obiektów są bardzo zróżnicowane. Nie prowadząc badań w tym zakresie, a jedynie obserwację, można dojść do wniosku, że istnieją odmienne przyczyny zainteresowania nimi i powszechności odwiedzania tych obiektów przez mieszkańców lub turystów. COS-y są raczej zamknięte i niedostępne dla klienta, z kolei OSiR-y, w zależności od tego, gdzie są położone, pełnią m.in. funkcję społeczną, instytucjonalną, jak np. sport szkolny (pływanie, gry zespołowe, sporty walki w ramach SZS-ów lub UKS-ów itp.). Rozwija się tam ponadto sport akademicki tych uczelni, które nie mają własnych obiektów. Nie sposób nie zauważyć, iż mamy do czynienia z ograniczoną dostępnością usług sportowych i rekreacyjnych dla miejscowej ludności

---

<sup>1</sup> G.K. Janicki, D. Kowalski, *Rekreacyjno-sportowe zagospodarowanie rzeki Utraty w rejonie Pruszkowa (Wstępny plan rekreacyjnego korytarza Utraty powiatu pruszkowskiego)*, Zeszyty Naukowe WSG w Bydgoszczy, t. 1, seria: Turystyka i Rekreacja, Bydgoszcz 2004, s. 404-409.

oraz turystów odwiedzających duże miasta. Inne czynniki to zachowania znacznej części Polaków powodujące, iż pewna liczba nawet bardzo dobrze wyposażonych obiektów sportowych i rekreacyjnych nie jest w pełni wykorzystana zgodnie z przeznaczeniem. Decydują o tym m.in.:

- czynniki socjopsychologiczne (nawyki biernego spędzania czasu wolnego w domu, TV, Internet),
- nawyki lub moda atrakcyjnego spędzania czasu wolnego w trakcie zakupów w hipermarketach, centrach handlowych i posiłki spożywane w fastfoodach,
- mała kompleksowość oferty (np. tylko sportowa, zawodnicza bez cech oczekiwanej atrakcyjności),
- brak fachowej obsługi (np. animatorów czasu wolnego, trenerów osobistych itd.),
- brak atrakcyjności miejsca (np. otoczenia przyrodniczego, obiektów dziedzictwa kultury lub możliwych wydarzeń artystycznych – muzyka, teatr, występy itp).

Wymienione zachowania lub braki elementarnej aktywności nie gwarantują ludziom zachowania dobrego zdrowia. Można powiedzieć wręcz, że niweczą cel, jakim jest prozdrowotny styl życia niezależny od płci i wieku, coraz popularniejszy w rozwiniętych krajach świata. Ideą centrów rekreacyjno-sportowych jest zatem kompleksowa oferta spędzania czasu wolnego zgodnie z pożądanymi potrzebami ludzi zarówno młodych, jak i w wieku średnim i w okresie „jesieni życia“, chętnie korzystających ze wszystkich możliwości, jakie dają takie miejsca.

Zachęcanie obywateli do aktywności oraz popularyzacja zachowań prozdrowotnych zamiast biernego spędzania wolnego czasu to proces trudny i długotrwały. Walory oferty CSR-ów mogą z powodzeniem minimalizować te trudności. Centra już powstają, a poza ich promocją powstaje problem organizacyjny związany z projektowaniem produktu sportowo-rekreacyjnego o charakterze komplementarnym i o dużej atrakcyjności.

Powinno się uwzględnić zaangażowanie na kilku poziomach. Po pierwsze zaangażowanie państwa i jego instytucji ze względu na poziom zdrowotności społeczeństwa, np. w obliczu kryzysu służby zdrowia i starzejącego się społeczeństwa. Po drugie przez jednostki samorządu terytorialnego, na terenie których powstały lub powstają CRS-y, ze względu na ich korzystne funkcje wychowawcze oraz możliwości angażowania i integrowania społecznego mieszkańców. Nie należy zapominać, że w zależności od usytuowania i atrakcyjności oferowanych usług CRS-y mogą stanowić istotny cel dla turystyki przyjazdowej, biznesowej, aktywnej itd.

#### **4. CRS – tor kolarski w rekreacyjnym korytarzu Utraty (jako przykład możliwości realizacji komplementarnego produktu)**

CRS „Tor kolarski nad Utratą“ w Pruszkowie może stanowić przykład realizacji projektu polegającego na przygotowaniu produktu o charakterze komplementarnym, który jest oferowany zarówno dla ogółu mieszkańców pobliskiego terenu, jak i dla

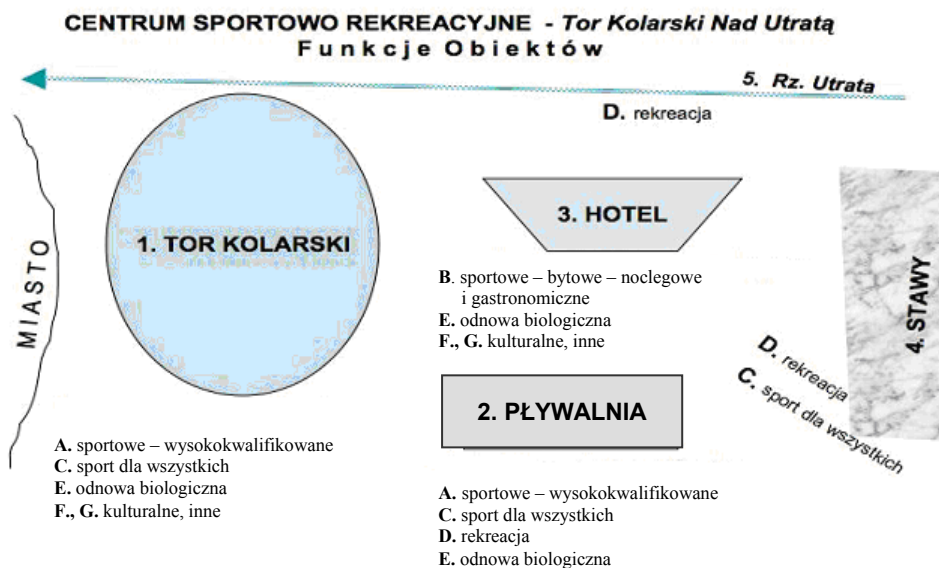


turystów. Przez produkt o takiej charakterystyce można rozumieć pewną kompozycję usług czasu wolnego, która wyczerpuje całościowe zapotrzebowanie uczestników (mieszkańców oraz turystów) dzięki istnieniu funkcji charakteryzujących centrum rekreacyjno-sportowe.

Funkcje badanego CRS, które już są lub będą dostępne docelowo, powinny spełnić oczekiwania nawet bardzo wymagających uczestników. Można je podzielić na:

- a) sportowe – wysoko kwalifikowane (stanowiące atrakcję widowiskową): kolarstwo torowe, gry zespołowe, pływalnie,
- b) bytowe – noclegowe i gastronomiczne,
- c) sportu dla wszystkich: pływalnie, siłownia, fitness, siatkówka plażowa, windsurfing, kajaki,
- d) rekreacja: sporty jak wyżej, ścieżki rowerowe, imprezy plenerowe,
- e) odnowa biologiczna: fizjoterapia, kosmetyka, masaże, SPA,
- f) kulturalne: koncerty, imprezy masowe, pokazy, konkursy,
- g) inne: wystawy, targi, konferencje, sympozja, imprezy edukacyjne.

Identyfikację wymienionych funkcji w odniesieniu do obiektu CRS tor kolarski przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Centrum rekreacyjno-sportowe – tor kolarski nad Utrąą

Źródło: opracowanie własne.

Najważniejszym obiektem centrum jest sam tor kolarski zwany welodromem. Został on oddany do użytku we wrześniu 2008 r. Sercem obiektu jest 250-metrowa bieżnia o kształcie zbliżonym do elipsy, pokryta drewnem z sosny syberyjskiej, o

wysokich parametrach niezbędnych do uzyskania dużej szybkości jazdy. Trybuny dysponują 1700 miejscami siedzącymi, z możliwością dostawienia kolejnych 1300 miejsc. Około 10 tys. m<sup>2</sup> to całkowita powierzchnia użytkowa obiektu<sup>2</sup>.

Prócz funkcji czysto związanych z dyscypliną kolarstwa torowego obiekt stwarza możliwość organizowania zawodów sportowych w innych dyscyplinach, np. sportach walki, grach zespołowych, szermierce, a nawet zawodach hippicznych. Welodrom może być także wykorzystany komercyjnie, m.in. do organizacji kiermaszów, festynów, imprez rozrywkowych, widowisk, koncertów czy wystaw.

Atrakcyjność i widowiskowość kolarstwa torowego w Europie i na świecie sprawia, że cieszy się ono bardzo dużym zainteresowaniem i przynosi spore efekty ekonomiczne w trakcie organizowanych imprez. W Polsce dyscyplina ta, jak dotąd, była zbyt mało popularna, przede wszystkim ze względu na brak podobnych obiektów spełniających wymagania federacji kolarskich. Tory mogą mieć bieżnię betonowe lub drewniane. Igrzyska Olimpijskie i Mistrzostwa Świata mogą się jednak odbywać wyłącznie na torach drewnianych. W ramach kolarstwa torowego rozgrywane są interesujące i widowiskowe konkurencje, do których zalicza m.in.: sprint klasyczny, wyścig na 1000 m, wyścigi na dochodzenie na 2000, 3000 lub 4000 m, sprint drużynowy (dawniej sprint olimpijski), „madison” (nazywany też wyścigiem amerykańskim) czy „skratch” (podobny do wyścigu punktowego na dystansie 15 km).

Wyposażenie obiektu, nagłośnienie, doskonała akustyka i skomputeryzowanie pozwalają na jego wielofunkcyjne wykorzystanie w przyszłości.

Elementem zaplecza materialnego CRS może być wybudowana w Pruszkowie w 2003 r. pływalnia miejska „Kapry basen“. Obiekt przewidziano do sportowego wykorzystania (amatorskiego i zawodowego) oraz funkcji rekreacyjnej. Pływalnia ma przepisową długość 25 m z sześcioma torami dla zwodników. Obok znajduje się pływalnia dla dzieci o głębokości do 1 m. Na tym samym poziomie znajduje się *jacuzzi* z podgrzewaną wodą. W obiekcie znajdują się szatnie z prysznicami oraz sauna parowa. Na parterze zlokalizowano gabinety do fizjoterapii oraz pokoje dla trenerów i instruktorów. Na piętrze jest barek serwujący posiłki i napoje oraz sala do zajęć z fitnessu. Pływalnia służy głównie mieszkańcom i pracownikom instytucji samorządowych. Sport profesjonalny może się odbywać w wielu konkurencjach pływackich, także w pływaniu artystycznym oraz piłce wodnej. Najliczniejszą grupę na zajęciach z pływania stanowią uczniowie wszystkich typów szkół, głównie z terenu miasta. Sportowe wykorzystanie obiektu to przede wszystkim: treningi w ramach sekcji sportowych, zawody mistrzowskie w pływaniu, ratownictwo wodne oraz siatkówka plażowa na boisku przy pływalni.

Funkcje rekreacyjne wiążą się z centrum fitness, placem zabaw dla dzieci do lat 10 (bezpośrednio przy pływalni), odnową biologiczną, usługami kosmetycznymi i studium fryzur.

---

<sup>2</sup> Materiały informacyjne Polskiego Związku Kolarskiego, Pruszków 2008.

Kolejnym elementem CRS-u jest hotel „Victor”. Wpisuje się on urbanistycznie i architektonicznie w zespół obiektów CRS „Tor nad Utratą”. Jego usytuowanie w ciszy, na skraju terenów zielonych, nad rzeką Utratą i bezpośrednio obok stawów pięcickich, a jednocześnie nie dalej niż 500 metrów od centrum miasta Pruszkowa sprawia, że obiekt ten powinien stanowić atrakcyjną placówkę hotelowo-gastronomiczną w aglomeracji stołecznej. Hotel oferuje 100 miejsc noclegowych w 56 w pokojach jedno- i dwuosobowych oraz cztery apartamenty. W hotelu znajduje się restauracja, kawiarnia i bar. Przewidywane jest otwarcie gabinetów kosmetycznych, salonu fryzjerskiego oraz gabinetu fizjoterapii. Możliwa jest pełna obsługa konferencji, spotkań firmowych oraz uczestników imprez sportowych: trenerów i ekip zawodników. Oferta innych usług dotyczących spędzania czasu wolnego jest powiązana z działalnością pozostałych obiektów CRS, głównie toru kolarskiego i pływalni. Może być też uzupełniona przez wykorzystanie obiektów wodnych w przyszłości (na sporty wodne i rekreację), którymi są stawy pięcickie i rzeka Utrata.

Atrakcją CRS-u mogą być wspomniane już stawy pięcickie i rzeka Utrata położone w bezpośredniej bliskości toru kolarskiego. Nie spełniają one obecnie funkcji rekreacyjno-sportowych. Funkcje te należy traktować jako potencjalne w dłuższej perspektywie. Dzisiaj można jedynie mówić o nich jako walorach podnoszących atrakcyjności otoczenia CRS. W przypadku stawów jest to związane z ich dotychczasowym wykorzystaniem jako stawów hodowlanych. Z kolei rzeka Utrata ma wysoki IV lub V pozaklasowy poziom zanieczyszczeń. Plany renaturyzacji Utraty i przygotowywany projekt stwarzają realne szanse przywrócenia walorów przyrodniczych tej rzeki i jej otoczenia. Projekt ten stanowi obecnie przedmiot zainteresowania jednostek samorządu lokalnego tego obszaru.

## **5. Zaangażowanie samorządu lokalnego w budowę obiektów w dolinie rzeki Utraty**

Większość obiektów rekreacyjno-sportowych zlokalizowanych w powiecie pruszkowskim i w samym mieście Pruszkowie mogła powstać przy znacznym wsparciu lub przy pełnym ich sfinansowaniu ze środków pochodzących z budżetów samorządu powiatowego i gminnego. To zaangażowanie umożliwiło powstanie w dość krótkim czasie zaplecza sportowego dla dyscyplin sportu kwalifikowanego, sportu szkolnego wszystkich poziomów nauczania oraz dla mieszkańców tego terenu. Obiekty, o których mowa, zostały zlokalizowane tak, że ich położenie, bliskość naturalnych zasobów przyrodniczych przy jednoczesnym doskonałym skomunikowaniu z aglomeracją stołeczną sprawiają, że mogą być one łączone w ramach centrów rekreacyjno-sportowych z bogatą ofertą dla wszystkich zainteresowanych.

Kryty tor kolarski z drewnianą bieżnią wybudowany z inicjatywy Polskiego Związku Kolarskiego sfinansowano w 90% ze środków budżetu państwa. Z kolei

z inicjatywy Zarządu Miasta Pruszkowa i ze środków budżetu miasta wybudowano pływalnię miejską, która jest obiektem samofinansującym się. Wspomaganie przez budżet dotyczy natomiast subwencji oświatowej do lekcji pływania dla dzieci i młodzieży szkolnej. Władze tego miasta umożliwiły nieodpłatne przekazanie gruntu w użytkowanie przez PZKOL, licząc na społecznie użyteczny rozwój terenu nieużytków – łąk nad rzeką Utratą. W tym celu wybudowano drogę dojazdową umożliwiającą szybkie dotarcie do obiektu uczestnikom masowych imprez sportowych.

Najbardziej kosztowne przedsięwzięcie samorządu powiatu pruszkowskiego realizowane przy udziale środków województwa mazowieckiego oraz unijnych stanowi natomiast renaturyzacja (odnowienie czystości) rzeki Utraty. Regionalny program rozwoju gmin i powiatu pruszkowskiego zlewni Utraty – „Program Utrata” jest realizowany od kilku lat i powinien doprowadzić do pełnej odnowy zasobów wodnych tego terenu.

## 6. Wnioski

Tereny silnie zurbanizowane wymagają szczególnego podejścia do zagospodarowania w kierunku rekreacyjno-sportowym przy wykorzystaniu naturalnych zasobów istniejącego środowiska przyrodniczego. Przeznaczanie dotąd niezabudowanych terenów pod parki i ośrodki sportowe wiąże się z koniecznością poważnych inwestycji gminnych. Jest to jednak jedyna droga do osiągnięcia społecznie pożądanego rekreacyjnego wykorzystania naturalnych ciągów przyrodniczych.

W miejscowych planach zagospodarowania wyznaczono wzdłuż cieków wodnych ścieżki rowerowe i ciągi piesze. Niewątpliwie gorszym rozwiązaniem jest sytuowanie równoległe do rzek lub innych cieków wodnych dróg komunikacji kołowej, choć w przypadku mniej ważnych cieków wodnych, wzdłuż których niemożliwe jest ukształtowanie korytarzy ekologicznych, a zabudowa zbliża się do wody, może być to rozwiązanie atrakcyjne przestrzennie i chroniące cieki przed degradacją przez upublicznienie ich wybrzeży<sup>3</sup>.

Centrum rekreacyjno-sportowe „Tor nad Utratą” jest takim pożądanym społecznie i ekologicznie rozwiązaniem. Oferta CRS przez łączenie wielu funkcji, które są charakterystyczne dla poszczególnych obiektów, może i powinna stanowić atrakcję turystyczną dla mieszkańców aglomeracji stołecznej oraz sprzyjać rozwojowi poświadanych sposobów wykorzystania czasu wolnego przez lokalną społeczność.

W upowszechnianiu stylu życia i zachowań obiektywnie korzystnych dla człowieka oraz kreowaniu przy tej okazji rekreacyjno-sportowych produktów olbrzymią rolę do odegrania mają media publiczne. Uzyskanie pozytywnych efektów ekonomicznych (przynajmniej samofinansowania w początkowym okresie) fun-

---

<sup>3</sup> M. Fic, *Regionalny Program Rozwoju Gmin i Powiatu Pruszkowskiego Zlewni Utraty – PROGRAM UTRATA*, AQUAGEO-MF, Raszyn-Falenty 2007 nr 10/11, s. 172.

kejonujących i przyszłych CRS-ów, a także ich komplementarne cechy powinny uwzględniać podejście zarówno w skali mikro- (odnoszących się do poszczególnych podmiotów usługodawców), jak i makroprojektów<sup>4</sup> (dotyczących całego regionu, np. Mazowsza wraz z aglomeracją stołeczną).

Przedstawiony temat w opinii autora wymaga pogłębionych badań dotyczących m.in. możliwości zachowania w aglomeracji stołecznej korytarzy ekologicznych, mimo iż istnieje duża presja dotycząca zabudowy terenu. Problem mogą po części rozwiązać decyzje o przeznaczaniu terenów na obiekty podobne do CRS-ów. Drugi obszar badań, który powinien być rozwijany, to studia i analizy konsumpcji tego typu produktów w szerokim przekroju społecznym z uwzględnieniem efektów zarówno humanistycznych, jak i ekonomicznych.

## Literatura

- Fic M., *Regionalny Program Rozwoju Gmin i Powiatu Pruszkowskiego Zlewni Utraty – PROGRAM UTRATA, AQUAGEO-MF*, Raszyn-Falenty 2007 nr 10/11.
- Janicki G.K., Kowalski D., *Rekreacyjno-sportowe zagospodarowanie rzeki Utraty w rejonie Pruszkowa (Wstępny plan rekreacyjnego korytarza Utraty powiatu pruszkowskiego)*, Zeszyty Naukowe WSG w Bydgoszczy, t. 1, seria: Turystyka i Rekreacja, Bydgoszcz 2004.
- Janicki G.K., *Makro- i mikroprojektowanie produktu turystycznego*, [w:] *Gospodarka turystyczna a grupy interesu*, red. S. Wodejko, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006.
- Materiały informacyjne Polskiego Związku Kolarskiego, Pruszków 2008.

## RECREATION AND SPORT CENTERS OVER THE UTRATA RIVER. THE ROLE OF LOCAL AUTHORITIES

### Summary

In this paper the author presents his concept for the development of recreation and sport centers on the base of the existing complex of facilities over the Utrata river. The new concept of tourist management and tourism product characteristic is an arrangement of an attractive complementary sport and recreation product in full scale for the widest possible group of clients. The paper emphasizes a positive role of local authorities and a postulate for media's engagement to popularize some good kinds of spending leisure time.

---

<sup>4</sup> G.K. Janicki, *Makro- i mikroprojektowanie produktu turystycznego*, [w:] *Gospodarka turystyczna a grupy interesu*, red. S. Wodejko, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006, s. 187-198.