

# GAZETA RP

GMIN, POWIATÓW I WOJEWÓDZTW

MAJ 2001 NUMER SPECJALNY ISSN 1507-5893

## SPORT I TURYSTYKA

INFRASTRUKTURA ROZWOJ INWESTYCJE

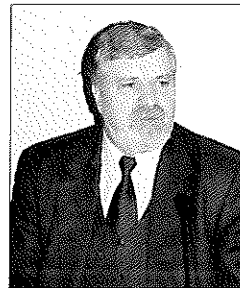


**III Forum  
Turystyki  
i Sportu  
Samorządów  
Terytorialnych RP  
18-19 maja 2001**

Federacja Związków Gmin i Powiatów RP

# SPIS TREŚCI

# Szanowni Państwo!



- 3 WYCHOWANIE PROZDROWOTNE**  
Nauczyciel kreatorem
- 4 ROZWÓJ TURYSTYKI**  
Rządowa strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006. Aktywność turystyczna Polaków
- 6 INFRASTRUKTURA SPORTOWA**  
Cały naród buduje swój stadion
- 7 BEZPIECZEŃSTWO NA STADIONACH**
- 8 PROMOCJA SPORTU**  
Czas wolny – czas dla sportu
- 13 INFRASTRUKTURA REKREACYJNA**  
Tania pływalnia dla gmin, osiedli i miast

**WYDAWCA:** Federacja Związków Gmin i Powiatów RP, Fundacja Rozwoju Samorządności i Prasy Lokalnej, **ADRES REDAKCJI**, ul. Zakopiańska 73, 30-418 Kraków, tel. (012) 266 95 70, fax (0-12) 266 86 95, **REDAKTOR NACZELNY** Wojciech Stańczyk, **PROJEKT GRAFICZNY I REALIZACJA** Jarosław Szczurek, **RADA PROGRAMOWA** Kazimierz Barczyk, Wojciech Boroński, Jan Wieczorkowski, Paweł Stańczyk, Maciej Korkuć, **PRODUKCJA PFU ASTA**, ul. Zakopiańska 73, 30-418 Kraków, tel. (012) 266 95 70, fax (0-12) 266 86 95, **DRUK DRUKMAR** Zabierzów

*Materiały konferencyjne III Forum Turystyki i Sportu Samorządów Terytorialnych RP – przygotowanie i druk zostały finansowo wsparte przez Ministerstwo Gospodarki*

Już trzeci raz zapraszamy do udziału w Forum Turystyki i Sportu Samorządów Terytorialnych RP. Spotkania pomyślane jako forum wymiany oczekiwań i propozycji dotyczących rozwoju tych dwóch dziedzin życia. Dziedzin istotnych dla prawidłowego rozwoju człowieka, a zarazem olbrzymich możliwości dla gospodarki. Dziedzin, które nie znajdowały przez wiele lat należnego im miejsca w polityce państwa oraz w polityce regionalnej, czego skutkiem jest niedoinwestowanie najbardziej atrakcyjnych turystycznie regionów kraju oraz zacofana i mocno wyeksploatowana infrastruktura sportowa i rekreacyjna.

Wydźwignięcie Polski z tego zacofania jest jednak zadaniem na wiele lat. Nie da się skoncentrować wysiłków, tak finansowych jak i organizacyjnych, by jak dotknięciem czarodziejskiej różdżki nasz kraj stał się Mekką turystów z całego świata i mruwanym kandydatem na organizatora Igrzysk Olimpijskich. Można natomiast, wspólnym wysiłkiem rządu i samorządów, znacznie poprawić atrakcyjność turystyczną Polski – przynajmniej na tyle, by z turystyki krajowej zechcieli korzystać sami Polacy, którzy coraz częściej wybierają wypoczynek nad Adriatykiem niż na plażach Bałtyku, Alpy niż Tatry czy Beskidy. Trzeba budować baseny, hale sportowe i stadiony, które spełniać będą standardy i wymogi, by mogły być areną zmagania międzynarodowych, ale i takie obiekty, które służyć będą popularyzacji sportu i szeroko rozumianej rekreacji – ogródki jordanowskie, place zabaw, boiska sportowe, korty, kryte pływalnie oraz przyszkolne pełnowymiarowe sale gimnastyczne w każdej gminie. Potrzebne jest też zrozumienie, że sam hotel, trasy narciarskie czy wielofunkcyjny aqua-park to jeszcze nie wszystko. Ważne są bowiem również warunki wpływające na wygodę wypoczywających oraz uprawiających sport – np. dobre drogi dojazdowe, parkingi.

Licząc na życzliwe odniesienie do zawartości tej gazety. Większy tym razem nacisk położony został na sprawy związane z rozwojem sportu. Głównie dlatego, że w poprzednim numerze, przy okazji ubiegłorocznego Forum, większy nacisk położyliśmy na rozwój turystyki. Niemniej jednak obie dziedziny są bardzo ważne – nie od rzeczy jest bowiem stwierdzenie, że „w zdrowym ciele, zdrowy duch”.

**Kazimierz Barczyk**  
Przewodniczący Federacji Związków Gmin i Powiatów RP  
oraz Stowarzyszenia Gmin i Powiatów Małopolski

## III Forum Turystyki i Sportu Samorządów Terytorialnych RP

Kraków 18-19 maja 2001 r., Sala Obrad Rady Miasta Krakowa, Pl. Wszystkich Świętych 3/4

**18 maja**

Otwarcie:

**Kazimierz Barczyk** – przewodniczący FZGiP RP,  
**Andrzej Gołaś** – Prezydent Miasta Krakowa

**Sesja I: Turystyka, sport i rehabilitacja w Polsce – infrastruktura, finanse, możliwości rozwoju**

**Tadeusz Donocik**, wiceminister gospodarki, **Tadeusz Wróblewski**, wiceprezes ds. sportu Urzędu Kultury Fizycznej i Sportu, **Gwidon Wójcik**, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, **Maciej Świątkowski**, przewodniczący Senackiej Komisji Zdrowia, Kultury Fizycznej i Sportu, **Tadeusz Tomaszewski**, przewodniczący Sejmowej Komisji Kultury Fizycznej i Sportu, **Włodzimierz Sukiennik**, prezes Polskiej Izby Turystyki, **Tadeusz Mękowski**, dyrektor Małopolskiego Oddziału PFRON, **Marian Bukowiec**, rektor AWF w Krakowie, **Kazimierz Torbic**, prezes firmy DC Engineering w Krakowie, **Wiesław Borkowicz**, dyrektor firmy Hemet z Zielonej Góry, **Jacek Biskupski**, prezes firmy Unicard z Krakowa.

**Sesja II: Turystyka i Sport w rozwoju regionów**

**Jan Waszkiewicz**, marszałek Województwa Dolnośląskiego, prezes Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, **Jacek**

**Protasiewicz**, wiceprezes Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, **Jan Wieczorkowski**, członek zarządu Województwa Małopolskiego, **Jan Golba**, burmistrz Krynicy i prezes Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych, **Adam Markowski**, przewodniczący Związku Gmin Jurajskich, **Marek Migdał**, prezes Zachodniopomorskiej Agencji Rozwoju Turystyki, członek Rady POT, **Tadeusz Burzyński**, dyrektor Instytutu Turystyki w Krakowie, **Witold Hiller**, Wydział Polityki Regionalnej UW w Olsztynie, **Maciej Korkuć**, dyrektor biura FZGiP RP, członek Rady POT.

**19 maja**

**Prezentacje, punkty informacyjne i konsultacyjne**

Polska Organizacja Turystyczna, Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Agencja Rynku Rolnego, regionalne związki gmin i powiatów, Centrum Informacji Europejskiej, Województwo Małopolskie, Miasto Kraków, Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych, Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, TTG Travel Trade Gazette, BMB Promotions, ogólnopolskie i lokalne programy promocji, Instytut Turystyki w Krakowie.

# Nauczyciel kreatorem

**S**port kojarzy się na ogół z wycy-nem: rozgrywkami mistrzowskimi, olimpiadami, rywalizacją w świetle jupiterów. Taki jest przekaz telewizyjny, radiowy, prasowy. Dowiadujemy się o sukcesach i porażkach sportowców, ale i zjawiskach negatywnych towarzyszących sportowi wyczynowemu – kontuzjach, dopingu, burdach na stadionach, przepukstwie. Dla przeciętnego Polaka oznacza to po pierwsze, że nie oplaca się uprawiać sportu, gdyż potrzeba na to dużo czasu i wysiłku, który może skończyć się kalectwem, a po drugie, nie warto chodzić na stadiony i kibicować, gdyż wszystko jest z góry ukartowane, a przy okazji można oberwać po głowie.

Polski sport, jego organizacja i finansowanie od wielu lat cierpią na podstawową chorobę. Więcej jest mówienia niż faktycznego rozwiązywania problemów, więcej personalnych rozgrywek między prezesami – zarówno „na gorze”, jak i w przysłowiowym Pcimiu, niż dbałości o prawdziwą promocję sportu, więcej wreszcie gigantomanii niż rzeczywistej pracy z młodzieżą. Krótko mówiąc, system jest niewydolny i potrzebuje kuracji.

Polski system oświaty, w ramach którego funkcjonuje obecnie Urząd Kultury Fizycznej i Sportu, w niewielkim dotąd stopniu przychylnie spoglądał na wychowanie fizyczne w szkołach. Od zawsze przedmiot ten traktowany był po macoszemu. Nie dostrzegano sportowych potrzeb młodzieży – harmonijny rozwój umysłu i ciała w polskich szkołach był i w dalszym ciągu jest frazesem. Dzieci i młodzież przez cały dzień słęczą w ławkach i gdyby nie to, że naturalna potrzeba ruchu zmusza je do biegania po korytarzach, tego ruchu wcale by nie zaznały. Tyle że takie „ćwiczenia” powinny być dopełnieniem zajęć organizowanych w szkołach. Tymczasem, jak się okazuje, lekcje wychowania fizycznego wciąż dla większości dzieci są jedyną formą „aktywności sportowej”. Jak wykazują badania, dotyczy to 95 proc. uczniów. To właśnie z lekceważącego podejścia władz oświatowych do edukacji sportowej od wczesnego dzieciństwa wynika, że jesteśmy społeczeństwem słabym fizycznie i chorowitym.

Pora najwyższa zrozumieć, że aktywność ruchowa służyć ma dobremu samopoczuciu i zdrowiu obywateli. Jest to więc kwestia etyczna, zarówno w sensie akceptowanych wartości, jak i dokonywanych wyborów. Wiodącą rolę w zapewnieniu „ciągłości pewnych postaw i wartości” wraz z wdrażaniem do zdrowego stylu życia mają szkoły. W ten sposób identyfikuje problem Światowa Organizacja Zdrowia, która stwierdza jednak, że zadanie to należy rozpatrywać na tle istniejących realiów. Do tych realiów w polskich warunkach należy zaliczyć m.in. poziom przygotowania nauczycieli do realizacji nowej koncepcji wychowania zdrowotnego młodzieży. Dotyczy to nie tylko ich przygotowania w zakresie treści poznawczo-instrumentalnych, ale przede wszystkim zmiany mentalności pedagogicznej, zmiany postaw i całkowitej modyfikacji sposobów i form realizacji procesu wychowania zdrowotnego.

Edukacja prozdrowotna – w której głównym kreatorem jest nauczyciel – to ciągły, rytmicznie i planowo realizowany proces, w którym ludzie uczą się dbać o zdrowie własne i innych, z równą troską. Nauczyciel – kreatorem to jednak nie tylko nauczyciel gimnastyki, ale i nauczyciel każdej innej specjalności. Każdy nauczyciel, który w swej zawodowej ma wpisana, obok roli dydaktyka, me-

todyka, organizatora, przewodnika po wielorakich ścieżkach kultury – rolę wychowawcy i opiekuna młodzieży, pełni rolę realizatora edukacji i promocji zdrowia: fizycznego, psychicznego i społecznego, rolę inicjatora aktywnych form wypoczynku młodzieży.

Ta wielość ról może wydać się przesadna i nierealna. Ale, wobec zmieniającej się rzeczywistości, tylko ten nauczyciel, który potrafi wpisać w swój zawód te wszystkie role, ma szansę na kształtowanie postaw dzieci i młodzieży w oparciu o akceptowany system wartości, w tym wartości zdrowotnych. Czy wielu jest takich twórców oczekiwanych postaw prozdrowotnych młodzieży? Kiedyś był nim dr Henryk Jordan, lekarz i pedagog, który swoją determinacją i uporem przewycięzał lęki, które w jego czasach były bardzo powszechne.

Dostatek woli bywa jednak niewystarczający w zetknięciu z rzeczywistością (czytaj „bazą sportową”). W bardzo wielu szkołach nie ma sal gimnastycznych, co oznacza mniej więcej tyle, że wychowanie fizyczne odbywa się na korytarzach lub w salach lekcyjnych. Jakie są konsekwencje prowadzenia zajęć na korytarzach, też wszyscy wiemy. Trzeba się cicho zachowywać, bo inni nauczyciele mają lekcje, higiena pozostawia wiele do życzenia, nie można realizować w pełni wychowania fizycznego itd.

Nie tak dawno redakcja „Rzeczpospolitej” zamieściła list nauczycielki wf. z jednej ze szkół podstawowych w Warszawie. Z listu tego wyłania się obraz przeciętnej polskiej szkoły i realizowanego w nim „programu prozdrowotnego”: „Sala gimnastyczna w mojej szkole była remontowana 15 lat temu, jest w oplakany stan – pisze warszawska wuefistka. Wilgoć jest powodem grzyba. Farba od ścian odchodzi płatami, na suficie pojawiły się zarzysowania, kiedyś był przysznik. Czy można bezpiecznie prowadzić zajęcia? Najlepiej więc zamknąć salę, przestać z niej korzystać. W pogodne dni prowadzę zajęcia na boisku przyszkolnym. Nie czuję się bezpiecznie ani ja, ani moi uczniowie. Menelstwo zamieszkujące okoliczne bloki z boiska zrobiło ruinę. W klasach początkowych nie ma zajęć wf. z prawdziwego zdarzenia. Prowadzą je nauczyciele nieprzygotowani merytorycznie do tego przedmiotu. Przecież młodszy wiek szkolny sprzyja rozwijaniu cech motorycznych, sprawności fizycznej, nie mówiąc o zapobieganiu wadom postawy. Jeśli młody człowiek nie nauczy się aktywnie spędzać czasu wolnego, to pozostanie mu tylko psychiczna pustka, a tę wypełni nalogami”.



Dr Henryk Jordan należał do prekursorów wychowania prozdrowotnego i aktywnego spędzania wolnego czasu. To on stworzył pierwsze w kraju ogrody zabaw, zwane dziś ogródkami jordanowskimi



# Dobre perspektywy dla polskiej turystyki

Rządowa strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006

**R**ada Ministrów zaakceptowała „Strategię rozwoju turystyki w latach 2001-2006. Rządowy program wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006.” Dokument został przygotowany przez Ministerstwo Gospodarki.

## I Cel główny:

Strategia zakłada, że w gospodarce turystycznej celem głównym polityki

państwa w latach 2001-2006 będzie poprawa konkurencyjności polskiej oferty turystycznej, co powinno się przyczynić do wzrostu wydatków zagranicznych turystów w Polsce do poziomu 8,6 mld USD w 2006 r. Drugim skutkiem powinien być wzrost popytu na turystykę krajową do 122 mln podróży krajowych rocznie.

## II Cele pośrednie strategii:

1. Wzrost dochodów mieszkańców z regionów wymagających głębokiej restrukturyzacji gospodarki, m.in. przez „przenoszenie” dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych.
2. Zmniejszenie bezrobocia na obszarach przygranicznych, o dużych walorach turystycznych, dotkniętych strukturalnym bezrobociem – na tych terenach rola turystyki w tworzeniu nowych miejsc pracy może być dominująca.
3. Aktywizacja mieszkańców wsi i podnoszenie jakości życia na wsi, szczególnie na terenach pozbawionych dobrych warunków do rozwoju rolnictwa i wokół obszarów chronionych.
4. Zwiększenie rentowności uzdrowisk, ośrodków wypoczynkowych należących do zakładów pracy.
5. Wzmocnienie roli dziedzictwa kulturowego, środowiska cywilizacyjnego i przyrodniczego w edukacji, a szczególnie w wychowaniu młodzieży.
6. Poprawa wizerunku Polski i jej mieszkańców na arenie międzynarodowej oraz rozwój kontaktów z krajami sąsiednimi i współpracy z regionami przygranicznymi.

## III Narzędzia strategii

W realizacji strategii zostaną wykorzystane następujące grupy narzędzi:

- ▣ instrumenty ogólne – określone w programach rządowych, określających politykę państwa, np. w „Narodowej Strategii Rozwoju Regionalnego”, „Narodowej Strategii Rozwoju Transportu”
- ▣ programy strukturalne/sektorowe, np. rządowy program edukacyjny – „Świadome

kształtowanie krajobrazu i ochrona krajobrazu historycznego”;

- ▣ fundusze przedakcesyjne UE – np. SAPARD, ISPA, PHARE, EUREKA, MICRO;
- ▣ środki i narzędzia będące w dyspozycji poszczególnych ministrów, np. w gestii ministra gospodarki – program wspierania małych i średnich przedsiębiorstw, program promocji gospodarczej.

Minister gospodarki będzie monitorował realizację zadań związanych z rozwojem turystyki. Koszty realizacji strategii i programu wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006 oszacowano na prawie 2,5 mld zł (w tym 320 mln zł w latach 2001-2002). Ponad 2,0 mld złotych ma pochodzić ze środków pomocowych oraz ustanowionych programów rządowych. Resztę stanowią środki z budżetów: państwa i samorządów.

W latach 2001-2006 realizacja przedsięwzięć zawartych w strategii powinna doprowadzić do:

- a. zwiększenia wydatków sektora prywatnego na inwestycje infrastrukturalne i rozwój produktu turystycznego;
- b. zwiększenia konkurencyjności polskiej oferty turystycznej na rynkach międzynarodowych i rynku krajowym;
- c. szybszego rozwoju nowoczesnych technologii, badań i narzędzi wspierających zarządzanie w turystyce.

O założeniach strategii bardzo pozytywnie wypowiedziała się Polska Organizacja Turystyczna, chwając przede wszystkim podkreślenie w niej roli promocji dla rozwoju turystyki w naszym kraju. Zdaniem prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej, Gwidona Wójcika: „Szczególnie dobrą wiadomością jest zakładany wzrost nakładów na promocję, środki na działalność Polskiej Organizacji Turystycznej zostały zaplanowane w wysokości 135 mln PLN w latach 2001-2002, 240 mln PLN w latach 2003-2006. Realizacja strategii w dziedzinie promocji może pozwolić na wiele nowych projektów i kampanii promocyjnych oraz na realną konkurencję z innymi krajami w dziedzinie promocji turystycznej”.

# Polacy bardziej aktywni

**C**hoć, jak wykazują badania, spada liczba turystów przyjeżdżających do Polski, to nie jest najgorzej z aktywnością turystyczną samych Polaków. O ile w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych w żadnym roku wskaźnik uczestnictwa mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych nie osiągnął 55%, o tyle w każdym następnym roku był większy, a w latach 1997 i 1999 wynosił 63%. Rekordowy pod względem liczby mieszkańców Polski uczestniczących w wyjazdach turystycznych był rok 1999. W wyjazdach połączonych z co najmniej jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania uczestniczyło wtedy 19,5 mln osób w wieku 15 i więcej lat.

W ostatniej dekadzie wzrosła wyraźnie liczba wyjazdów turystycznych naszych rodaków. Według ostatnich badań Instytutu Turystyki w wyjazdach tych uczestniczyło ok. 35% osób w wieku 15 i więcej lat, podczas gdy dziesięć lat wcześniej było to o ok. dziesięć punktów procentowych mniej. Wzrosła też średnia przeciętnego pobytu. W ostatnich czterech latach liczba ta przekraczała 10 mln, najwięcej osób wyjechało w roku 1998 – 11,4 mln. Jeszcze większą różnicę między okresami 1991-1995 i 1996-2000 obserwujemy pod względem uczestnictwa Polaków w wyjazdach krótkookresowych. W pierwszym okresie w wyjazdach na 2-4 dni uczestniczyło 27-34% mieszkańców Polski, w drugim 37-43%. W pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych średni poziom uczestnictwa w wyjazdach na krótko wynosił, podobnie jak w przypadku wyjazdów długookresowych, 31%, natomiast w drugiej połowie był o 9 punktów procentowych wyższy i wynosił 40%. Również pod względem liczby osób uczestniczących w wyjazdach krótkookresowych zaznacza się wyraźna różnica między pierwszą i drugą połową dekady. W latach 1991-1995 liczba mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat, którzy przynajmniej raz wyjechali na 2-4 dni nie przekraczała 10 mln w ciągu roku. W każdym następnym roku takich osób było powyżej 10 mln, najwięcej w 1999 – 13,1 mln.

Pomimo że w 2000 roku Polacy uczestniczący w krajowych wyjazdach długookresowych i krótkookresowych wyjeżdżali rzadziej niż w poprzednich latach, to i tak po-

równanie średnich dla pierwszej i drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych pokazuje, że w drugiej części dekady wyjeżdżali częściej.

Od 1995 roku obserwujemy coroczny (z wyjątkiem roku 1998) wzrost liczby Polaków uczestniczących w zagranicznych wyjazdach turystycznych. W 1994 roku w wyjazdach połączonych z co najmniej jednym noclegiem za granicę wzięło udział 2,7 mln Polaków, w roku 2000 – 4,5 mln.

## Cele i formy wyjazdów

Na co najmniej 5 dni Polacy najczęściej wyjeżdżają w celach turystyczno-wypoczynkowych, natomiast krótkie wyjazdy (2-4 dni) mają najczęściej charakter rodzinno-towarzyskich odwiedzin. W latach 1996-99 ponad połowa mieszkańców Polski (52-58%) uczestniczących w wyjazdach długookresowych co najmniej raz w roku wyjechała w celach typowo turystycznych, wśród wyjeżdżających na krótki okres takich osób było 25-29%. Odwiedziny u krewnych lub znajomych były celem wyjazdów na co najmniej 5 dni dla 36-40% uczestniczących w takich wyjazdach i dla 64-67% uczestniczących w wyjazdach krótkookresowych.

Turystyczne wyjazdy Polaków to głównie wyjazdy organizowane samodzielnie. W latach 1996-99 w taki sposób wyjeżdżało 80-83% uczestników wyjazdów długookresowych. Bardziej zróżnicowane formy organizacyjne mają wyjazdy długookresowe niż krótkookresowe. Rocznie 5-6% osób wyjeżdżających na co najmniej 5 dni korzysta z oferty biura podróży. W przypadku wyjazdów na 2-4 dni odsetek ten w latach 1996-99 nie przekroczył 1,5%. Natomiast w wyjazdach organizowanych przez zakłady pracy, szkoły, organizacje społeczne i inne uczestniczyło 18-22% wyjeżdżających na 5 i więcej dni oraz 12-16% wyjeżdżających na 2-4 dni.

Coraz większy odsetek Polaków wyjeżdża za granicę w celach typowo turystycznych (zwiedzanie, wypoczynek): od 36% ogółu wyjeżdżających za granicę w 1996 roku do 43% w 1999. Od 1998 roku odsetek ten jest większy niż odsetek wyjeżdżających w odwiedziny do krewnych lub znajomych. Wzrosło również uczestnictwo w zagranicznych wyjazdach służbowych: od 12% w 1996 roku do 15% w latach 1998-99. Z w pełni zor-

ganizowanych form wyjazdów skorzystało w ostatnich latach 27-30% wyjeżdżających za granicę, z wyjątkiem 1998 roku, kiedy z biurem podróży wyjechało 40% osób. Samodzielnie organizowało sobie wyjazd 61-62% wyjeżdżających, w 1998 roku – 55%.

## Czynniki różnicujące uczestnictwo w wyjazdach turystycznych

Poziom uczestnictwa w wyjazdach turystycznych różnicuje wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania i sytuacja materialna. W większym stopniu dotyczy to uczestnictwa w wyjazdach długookresowych niż krótkookresowych. W 2000 roku poziom uczestnictwa w krajowych wyjazdach długookresowych osób zamieszkałych w miastach liczących powyżej 500 tys. mieszkańców był trzykrotnie wyższy niż mieszkańców wsi, osób będących według własnej oceny w dobrej sytuacji materialnej prawie trzykrotnie wyższy niż osób będących w złej sytuacji, osób z wyższym wykształceniem również prawie trzykrotnie wyższy niż osób z wykształceniem podstawowym, osób w wieku 15-24 lata dwukrotnie wyższy niż osób w wieku powyżej 64 lat. Omawiany wcześniej wzrost poziomu uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych w różnym stopniu dotyczył różnych kategorii osób. Z jednej strony częściej wyjeżdżały kategorie osób charakteryzujące się niskim poziomem uczestnictwa, tzn. osoby z wykształceniem podstawowym, mieszkańcy wsi i małych miast oraz osoby najstarsze, a z drugiej strony osoby w wieku 35-54 lata, czyli najczęściej o ustabilizowanej sytuacji rodzinnej i zawodowej, a przede wszystkim osoby będące w dobrej sytuacji materialnej. W rezultacie w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych w porównaniu z pierwszą połową takie cechy jak wiek, wykształcenie i wielkość miejscowości zamieszkania w mniejszym stopniu różnicowały poziom uczestnictwa w krajowych wyjazdach turystycznych, natomiast w większym stopniu różnicowała je sytuacja materialna. Również wśród przyczyn nieuczestniczenia w wyjazdach długookresowych coraz większy udział mają względy ekonomiczne.

# Cały naród buduje swój stadion

## Budowa obiektów sportowych i turystycznych

**V**ictor Orban, premier Węgier, stwierdził nie tak dawno, że każde duże miasto węgierskie powinno mieć obwodnicę, parkingi, teatr oraz kryty basen i stadion sportowy. To zdanie umieszczone zostało nawet w programie rządowym. Premierowi udało się do niego przekonać polityków z innych ugrupowań, a także władze samorządowe, które umieściły go w swoich strategiach.

Stwierdzenie szefa węgierskiego rządu nie jest pustosłowiem. Społeczeństwu potrzebne są zarówno porządne drogi, jak i należyte obiekty, na których będzie mógł uprawiać sport czy też mu kibicować. Każdy obywatel ma do tego konstytucyjne, niezbywalne prawo, a obowiązkiem władz jest mu to zapewnić.

Od blisko dwóch lat toczy się debata nad budową stadionu narodowego dla potrzeb rozgrywania międzynarodowych spotkań polskiej reprezentacji piłkarskiej. Pojawiają się coraz to nowe pomysły: Kraków, Warszawa, Chorzów... Mówi się o rozbudowie obiektów już istniejących (Wisły, Legii), budowie całkiem nowego stadionu (Warszawa-Białoleka) oraz wskrzeszaniu do tej roli Stadionu Śląskiego. Padają przy tej okazji liczby - pojemność ok. 60 tys. widzów, koszty - min. 100 mln zł. Czy rzeczywiście jest to rozwiązanie, na które czeka Polska? Czy jest to właściwa filozofia myślenia? Chyba nie, co najlepiej widać na przykładzie Stadionu Śląskiego.

Gdy kilka lat temu rozpoczęły się prace modernizacyjne polskiej „świątyni futbolu”, nie pomyślano niestety nad dostosowaniem go do wymagań, jakie stawia przed takimi obiektami gospodarka. Obiekt tego typu musi na siebie zarabiać, a nie zarobi, oferując raz na

jakiś czas spektakl piłkarski, chociażby był najwyższej próby. Dziś na świecie nie buduje się takich stadionów, jednofunkcyjnych, bez całej gamy obiektów towarzyszących, bez możliwości zorganizowania imprez innego typu, stadionów, które ożywają na jeden czy dwa dni w ciągu roku. A tak to wygląda i będzie wyglądało w polskich warunkach.

Oczywiście obiekty tego typu na świecie i w Europie istnieją, mają się zresztą całkiem nieźle. Przykładem jest chociażby Neu Camp w Barcelonie. Stadion wybitnie jednofunkcyjny, bez żadnych dodatkowych atrakcji, na co dzień zamknięty. Tyle że on odzywa co kilka dni, mieszcząc za każdym razem ponadstutysięczną publiczność. Nie należy raczej sądzić, że tak może wyglądać Śląsk, nawet przy założeniu, że jest to obiekt o dwukrotnie mniejszej pojemności.

Polisce potrzebne jest natomiast kilka mniejszych, bardziej kameralnych stadionów, niekoniecznie „narodowych”. Stadionów, które oprócz płyty boiska zaoferują kibicom wiele dodatkowych atrakcji, na terenie których znajdowały się będą hotel, galeria handlowa, boiska treningowe, korty, restauracje. Stadionów, które zbudowane zostaną od podstaw, według standardów europejskich, a nie w oparciu o usypaną i ugniecioną kupę ziemi, a tak bez wyjątku wyglądają polskie stadiony. Taki stadion nie musiałby mieć więcej niż 30 tys. miejsc siedzących. Ważne natomiast, by miał sztuczne oświetlenie, równą i wielofunkcyjną płytę boiska, czyste szatnie, gabinety odnowy biologicznej, sale treningowe.

Kto może zbudować taki stadion? W polskich warunkach zaangażowanych w takie przedsięwzięcie powinno być jak najwięcej

stron. Po pierwsze, każdy z organów administracyjnych, tzn. wojewoda, samorząd wojewódzki, władze miasta. Wzajemne porozumienie tych stron ureguluje wszelkie sprawy związane z procesem budowlanym, począwszy od wyboru lokalizacji, poprzez zorganizowanie konkursu na projekt, wydanie zgody na budowę, po bieżące utrzymanie. Strony te, we współpracy z partnerami prywatnymi (banki, sponsorzy), zapewnią też minimalny poziom finansowania, który pozwoli na ubieganie się o wsparcie ze strony UKFiS. Do projektu zaangażować trzeba lokalne związki sportowe, dla których stadion ten mógłby być areną do rozgrywania spotkań, a zaplecze dobrym miejscem treningowym. Sposób ten sprawdzał się we Włoszech, gdzie przy okazji rozgrywanych w tym kraju mistrzostw świata w 1990 r., zbudowano kilka stadionów, m.in. San Siro w Mediolanie, który dziś służy obu najbardziej znanym klubom z tego miasta: Milanowi i Interowi, choć kluby te i ich kibice nie przepadają za sobą.



# Dobrze na koszykówce, gorzej na piłce nożnej

**N**iebawem minie 6 lat od podpisania przez Polskę Konwencji Rady Europy nr 120 o bezpieczeństwie imprez sportowych. Przez te lata - w ocenie Rady do spraw Bezpieczeństwa i Kultury Widowni Sportowej Urzędu Kultury Fizycznej i Sportu - sport polski dokonał wielkiego kroku na drodze do spokojnych, kulturalnych imprez. Nie oznacza to, niestety, że jest dobrze.

Według analizy przeprowadzonej przez Radę ds. Bezpieczeństwa i Kultury Widowni Sportowej UKFiS, w 1999 roku (nie ma jeszcze szczegółowego podsumowania 2000 r.) dochodziło do agresji kibiców w 56 miejscowościach. Na niechlubnej liście, obok dużych aglomeracji takich, jak: Warszawa, Kraków, Katowice, Łódź czy Szczecin - figurują i mniejsze miasta. W omawianym roku w całym kraju wszczęto postępowanie karne w stosunku do 70 osób, a akty oskarżenia sporządzono w stosunku do 97 pseudokibiców. Do kolegów do spraw wykroczeń trafiły 1133 osoby.

Akty agresji kibiców odnotowano aż w 15 województwach. Na przygotowanej przez Radę mapie tylko jedno województwo zaznaczono kolorem zielonym - lubelskie. W 1999



W wielu krajach policjanci oraz ochrona obiektów dla zapewnienia bezpieczeństwa na stadionach wykorzystują patrole konne. Na zdjęciu: Barcelona, patrol konny przed meczem.

roku nie było tu ani jednego przypadku chuligaństwa kibiców.

W sezonie 1999/2000 do szczególnie drastycznych ekscesów dochodziło „tradycyjnie” przy okazji pierwszoligowych meczów piłki nożnej. Policja musiała interweniować aż dwadzieścia razy. W dziewięciu przypadkach miały miejsce bójkі na klubowych sta-

dionach. Do chuligańskich wybryków dochodziło też poza obiektami sportowymi - na ulicach miast i w środkach komunikacji miejskiej. Ogółem, w całym sezonie policjanci zatrzymali 219 agresywnych kibiców.

Trzeba od razu dodać, że w sezonie 1999/2000 mecze I ligi piłkarskiej (a było ich 315) obejrzało w sumie ponad 1 mln 190 tys. kibiców. Na jeden mecz przypadło średnio 3779 widzów. Większość (296) meczów przebiegała spokojnie. Na tle przytoczonych wyżej liczb, chuligańskie incydenty jawią się więc przysłowiową kroplą w morzu.

Lepiej wygląda sytuacja na meczach koszykówki, hokejowych czy na zawodach żużlowych, ale i tu sporadycznie dochodzi do incydentów. - Optymizm i bezpieczeństwo to polska koszykówka męska i żeńska - mówił przewodniczący Rady Józef Szewczyk. - Dobrze radzi sobie także Polski Związek Motorowy na zawodach żużlowych.

Jak wynika z raportu Rady do spraw Bezpieczeństwa i Kultury Widowni Sportowej przy UKFiS, najwięcej pieniędzy na cele zabezpieczenia spotkań wśród pierwszoligowych drużyn piłkarskich wydały w sezonie jesień-wiosna stołeczne kluby Polonia - 400000 zł, i Legia - 300 000 zł. Najmniej Odra Wodzisław - 40 000 zł, Ruch Chorzów - 60000 zł i Ruch Radzionków - 80000 zł.

Wykaz kosztów, jakie poniosły kluby przy organizacji jednego meczu i w całym sezonie (20 meczów) 1999/2000			
KLUB	LICZBA	1 MECZ	20 MECZÓW
	OSÓB OCHRONY		
Amica Wronki	160	13 000	260 000
Górnik Zabrze	105	7000	140 000
Groclin Dyskobolia	70	8000	160 000
Lech Kreisel Poznań	180	23 000	260 000
Legia Daewoo Warszawa	200	15 000	300 000
ŁKS Łódź	100	5000	100 000
Odra Wodzisław	80	2000	40 000
Petro Plock	130	12 000	240 000
Hoop Polonia Warszawa	150	20 000	400 000
Pogoń Szczecin	120	6000	120 000
Ruch Chorzów	100	3000	60 000
Ruch Radzionków	50	4000	80 000
Stomil Olsztyn	100	6000	120 000
Widzew Łódź	140	7000	140 000
Wisła Kraków	150	13 000	260 000
Zagłębie Lubin	120	5000	100 000
Łącznie	1955	149 000	2 780 000 zł





Zajęcia na sali gimnastycznej Gimnazjum nr 1 w Krakowie

# Czas wolny – czas dla sportu?

Promocja sportu jako formy spędzania czasu wolnego – strategie działania

## 1. Strategia priorytetów

Pierwsza decyzja, którą należy podjąć na szczeblu krajowym, to decyzja o przeznaczeniu środków budżetowych na sport. Następną kwestią jest rozdział środków pomiędzy konkurujące ze sobą działy. Jakie znaczenie należy przypisać sportowi rekreacyjnemu, który może wpłynąć na jakość wypoczynku i stan zdrowia większości populacji, a jakie sportowi wyczynowemu, który wpływa na prestiż i sławę kraju?

Decentralizacja sportu i przekazanie znacznej odpowiedzialności za sport władzom lokalnym sprzyja sportowi rekreacyjnemu. Pomocne jest również tworzenie lobby, które jest w stanie promować Sport dla Wszystkich na wszystkich poziomach administracji (lokalnej, regionalnej i krajowej).

## 2. Strategia identyfikacji

Należy zidentyfikować grupy nieuprawiające sportu i przyczyny ich niezaangażowania: dzieci i młodzież oraz na kobiety, które nie uprawiają sportu.

Panuje ogólna zgoda co do tego, że zwyczaj uprawiania sportu przez całe życie kształtowany jest w dzieciństwie. Oznacza to, że należy stworzyć dzieciom pozytywny wzorek sportu i pomóc im znaleźć dyscyplinę sportową, którą polubią. Sport powinien oznaczać dla dzieci zabawę i przyjemność.

W szkołach można zatrudnić specjalistów, którzy pomogą dzieciom rozwiązywać problemy z tym związane.

Ważne jest także dotarcie do grupy kobiet, które nie uprawiają sportu. W fińskim programie *Sprawność na Całe Życie*, którego celem jest przekonanie kobiet i mężczyzn w średnim wieku do ponownego zajęcia się sportem, stosuje się różne metody. Wykorzystuje się: personel służby zdrowia, wszystkie rodzaje mediów (gazety, Internet, telewizję itp.) oraz informację w miejscu pracy.

*Sprawność na Całe Życie* jest to niskobudżetowy program, otwarty również dla mężczyzn. Projekt fiński realizowany jest z powodzeniem od pięciu lat. Sukces tego programu odzwierciedla wzrost – z 33 proc. do 45 proc. – poziomu uczestnictwa społeczeństwa w sporcie.

## 3. Strategia celów

Należy określić cele, sposoby ich realizacji oraz sposoby oceny postępów. Na przykład w projekcie *Sprawność na Całe Życie* niezbędne było szczególne uwzględnienie kobiet będących w złej kondycji fizycznej.

## 4. Strategia powszechności

Powszechność oznacza, że sport powinien być dostępny dla każdego: osób niepeł-

nosprawnych (umysłowo i fizycznie), mniejszości etnicznych, wszystkich grup wiekowych itd.

Niemniej jednak należy respektować prawo dzieci do „lenistwa”, co stwarza możliwość nauczania ich, w jaki sposób można być inteligentnym widzem, poprzez poznawanie zasad gry oraz przyjęcie postawy fair play i tolerancji w stosunku do innych drużyn.

## 5. Strategia stowarzyszania

Należy zachęcać do tworzenia więzi pomiędzy:

- ▶ stronami biorącymi udział w procesie podejmowania decyzji. Powinno się również uwzględniać dzieci w zagadnieniach, które ich dotyczą.
- ▶ Szkołami i klubami oraz federacjami sportowymi, co stworzy możliwość zapropionowania dzieciom i młodzieży większej liczby dyscyplin sportowych;
- ▶ Wszystkimi ewentualnymi partnerami na etapie tworzenia programu. Na przykład program *Sprawność na Całe Życie* został stworzony przez sieć instytucji rządowych, organizacji pozarządowych, organów publicznych itp.
- ▶ Krajami należącymi do TAFISA i SPRINT, z ewentualną możliwością uczestniczenia w Międzynarodowym Dniu Wyzwania i Światowym Dniu Chodu;





- ▶ Na poziomie rodziny oraz pomiędzy rodzinami i władzami lokalnymi – programy mające na celu promocję Sportu dla Wszystkich.

### 6. Strategia współdziałania

Mimo że sport powiązany jest z kulturą, spójnością społeczeństwa i zdrowiem, należy również doceniać sport jako taki. Współdziałanie w tym zakresie nie powinno stanowić zagrożenia dla integralności sportu ani powodować, że będzie on postrzegany tylko jako narzędzie do osiągania innych celów – na przykład poprawy stanu zdrowia ludności.

Dla większego rozpowszechnienia sportu w Europie zasadnicze znaczenie ma współdziałanie w zakresie wykorzystywania obiektów. Oczywiście przykładem są szkolne obiekty sportowe. Jeżeli można w nich ćwiczyć jedynie wtedy, gdy otwarta jest szkoła, to są one w znacznym stopniu niewykorzystane. Współdziałanie władz szkolnych i społeczności lokalnej może oznaczać stworzenie możliwości uprawiania sportu rekreacyjnego przez wiele osób.

Współdziałanie sportu wyczynowego i Sportu dla Wszystkich potrzebne jest dla przełamania stereotypu wzorca obiektów sportowych, odpowiadających wymogom międzynarodowych zawodów sportowych. Obiekty sportowe, budowane zgodnie z tymi normami, niekoniecznie są najlepsze dla sportu rekreacyjnego.

### 7. Strategia wzorów do naśladowania

Zaangażowanie czołowych sportowców w programy sportu rekreacyjnego może pomóc:

- ▶ zachęcić dzieci do uprawiania sportu nie tylko jako formy wypoczynku, ale również jako środka rozwijającego szacunek do samego siebie i poczucie własnej wartości. Na przykład w Australii, grupy dzie-

ci z rodzin patologicznych przyjęły za wzór Cathie Freeman.

- ▶ Zwiększyć popularność danej dyscypliny sportu;
- ▶ Przyczynić się do rozpowszechniania wzorców dobrego zachowania w sporcie. Rada Europy od kilku lat realizuje projekt krajowych ambasadorów sportu, tolerancji i fair play. Poszczególne kraje powołują wybitnych sportowców – medalistów olimpijskich, znanych z przestrzegania zasad fair play, którzy stają na czele programów krajowych poświęconych sportowi, tolerancji i fair play (polskim ambasadorem sportu na Olimpiadzie w Sydney był Robert Korzeniowski).

### 8. Strategia informowania

We wszystkich programach niezbędne są: stały przepływ informacji oraz ich wymiana i aktualizacja. W przypadku wspomnianego programu fińskiego za bardzo ważne uznano rozpowszechnienie informacji na temat postępów i osiągnięć.

Tworzenie i korzystanie z informacyjnej sieci na poziomie międzynarodowym, krajowym i lokalnym może sprawić, że informacje będą docierały do możliwie największej liczby osób, do których są kierowane. Bardzo użyteczną rolę odgrywają w tym procesie komputery.

Należy znaleźć sposoby wykorzystania szerokiej wiedzy i cennych badań naukowych na temat motywacji w sporcie oraz programów dotyczących sportu.

### 9. Strategia edukacji

Uzyskano ogólną zgodę co do tego, że istnieje potrzeba:

- ▶ wznowienia i ożywienia szkoleń dla nauczycieli wychowania fizycznego i trenerów tak, by rozszerzyć zakres tych szkoleń o zagadnienia dotyczące Sportu dla Wszystkich (aktywnego wypoczynku).

Można by było skorzystać z przykładów z innych krajów.

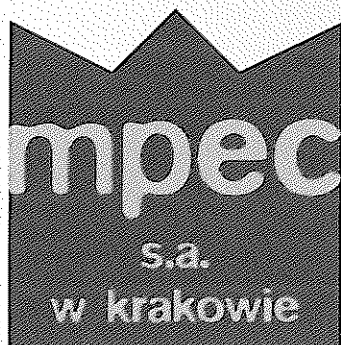
- ▶ Zwiększenia liczby godzin wychowania fizycznego i zajęć sportowych w szkołach, np. w Polsce istnieją plany dotyczące zwiększenia liczby godzin wychowania fizycznego w szkołach z trzech do pięciu tygodniowo;
- ▶ Tworzenia specjalnych programów dla młodzieży w wieku, w którym rezygnuje ona ze sportu, np. dla młodzieży w wieku 11–13 lat;
- ▶ Programów szkoleniowych przygotowujących do realizacji specjalnych programów, takich jak Sprawność na Całe Życie;
- ▶ Planowania kursów wychowania fizycznego z większą wyobraźnią. Bywa, że lekcje stają się rutynowe, a ćwiczenia dotyczą wciąż tych samych grup mięśni.
- ▶ Nauczania dzieci uczestnictwa w sporcie w charakterze kibiców-widzów, o czym wspomniano już w punkcie 4. – „Strategia powszechności”;
- ▶ Wspierania badań oraz naukowców.

### 10. Strategia finansowania

Niewystarczające finansowanie stanowi ważną przeszkodę dla programów rozwoju sportu rekreacyjnego i budowy nowych obiektów. Jednakże istnieją przykłady programów niskobudżetowych, dzięki którym udało się do sportu rekreacyjnego zachęcić wiele osób. Zaleca się, aby kraje, zanim zaczną budować nowe obiekty, bardzo uważnie przyjrzały się obiektom już istniejącym, z myślą o ich ewentualnej modernizacji i adaptacji.

W gospodarce rynkowej istnieje możliwość sponsorowania programów i inicjatyw sportowych przez różne firmy i duże przedsiębiorstwa.

Powyższe wnioski zostały opracowane przez Komisję ds. Rozwoju Sportu Rady Europy w Strasburgu [Committee for the Development of Sport – CDDS] 10 listopada 2000 roku.



## ***Miejskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej SA w Krakowie***

*mając na uwadze potrzeby klienta oraz dbając o racjonalne wykorzystanie energii realizuje we współpracy z Bankiem Światowym przedsięwzięcie typu ESCO*

*ESCO to firma oferująca kompleksowe usługi w zakresie energetyki:*

- ☛ inwestuje własne środki w majątek klienta
- ☛ podejmuje ryzyko inwestycyjne i techniczne projektu
- ☛ gwarantuje klientom oszczędności w zużyciu energii
- ☛ redukuje koszty ogrzewania

Splata kosztów projektu następuje z uzyskanych oszczędności

*Etapy realizacji projektów w formule ESCO*

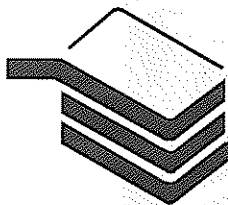
- ☛ rozmowy i negocjacje z klientem
- ☛ wstępny audyt energetyczny
- ☛ umowa o usługi ESCO
- ☛ szczegółowy audyt energetyczny
- ☛ zakup, instalacja oraz oddanie do użytku wyposażenia
- ☛ zarządzanie i kontrola wykonania projektu
- ☛ weryfikacja i monitoring osiąganych oszczędności
- ☛ eksploatacja i konserwacja zainstalowanego wyposażenia
- ☛ przekazanie wyposażenia i wiedzy klientowi

*Co mieści się w zakresie prac - warianty działań modernizacyjnych*

- ☛ modernizacja źródeł ciepła
- ☛ modernizacja wewnętrznej instalacji c.o.
- ☛ montaż zaworów termostatycznych
- ☛ montaż ekranów zagrzejnikowych
- ☛ instalacja liczników ciepła
- ☛ uszczelnienie lub wymiana okien
- ☛ modernizacja i usprawnienie wentylacji
- ☛ ocieplenie ścian zewnętrznych i stropów

**O szczegółach projektów termomodernizacyjnych informacji udzielamy pod numerem telefonu:**

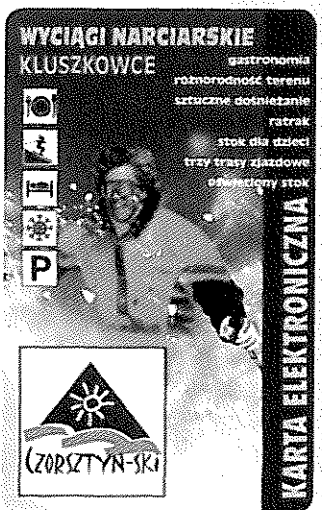
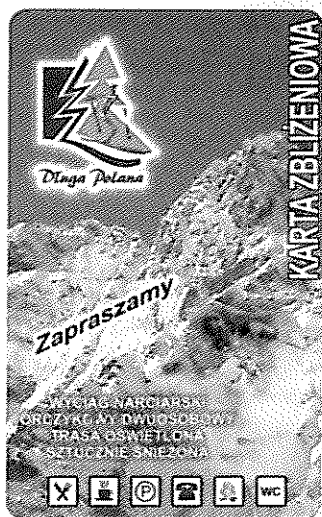
**(012) 64 65 432 , 64 65 433 , 64 65 511**



# DIGITCARD - UNICARD S.A.

## GRUPA FIRM UNICARD

### ELEKTRONICZNE SYSTEMY NALICZANIA OPŁAT (ESNO) DLA OBIEKTÓW SPORTOWYCH



Firma DIGITCARD-UNICARD S.A. od roku 1992 zajmuje się wdrażaniem różnorodnych systemów ESNO które pracując w tak ekstremalnych warunkach jak zainstalowane wysoko w górach wyciągi narciarskie oraz stosujące chlor baseny pływackie, potwierdziły wysoki stopień dopracowania i wszystkie swoje walory użytkowe. W efekcie wprowadzenia doprowadziły one do znacznego zwiększenia efektywności zagospodarowania posiadanej infrastruktury rekreacyjnej i idące za tym większe korzyści finansowe dla ich właścicieli.

#### DLA INWESTORA:

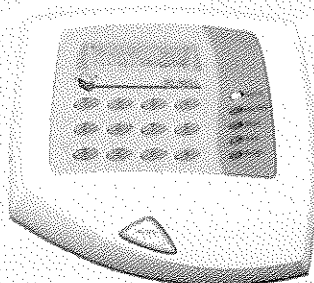
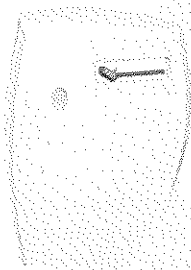
- Uzyskanie efektywnego narzędzia do zarządzania wykorzystaniem obiektów.
- Przyspieszenie i usprawnienie obsługi klientów.
- Możliwość dynamicznego kształtowania taryf w zależności np. od pory dnia lub roku, godziny świadczenia usługi, warunków atmosferycznych, co umożliwi zoptymalizowanie ceny usług pod kątem maksymalizacji zysków.
- Możliwość obsługi klientów różnych obiektów związanych z obiektami rekreacyjnymi, np. hoteli, restauracji, wypożyczalni sprzętu sportowego, parkingów.
- Bardzo wysoki stopień bezpieczeństwa i niezawodności systemów ESNO.
- Redukcja obowiązków personelu przy obsłudze klientów.
- Możliwość podłączenia do systemu ESNO modułów kadrowo-płacowych, finansowo-księgowych, fakturowania, rejestracji czasu pracy, kontroli dostępu,
- Stworzenie „image” bardzo nowoczesnej firmy.

#### DLA KLIENTA:

- Szybka i pewna obsługa krótszy czas stania w kolejce a tym samym dłuższa rekreacja,
- Możliwość wykorzystywanie jednego transpondera do płacenia za różne usługi na obiekcie (np. opłata za saunę, solarium) a także używania go jako kluczyka do szafki z ubraniami,
- Możliwość dokonywania, w punkcie kasowym rezerwacji usług,
- Możliwość korzystania z „kart stałego klienta”,
- Łatwość i bezpieczeństwo posługiwania się oferowanymi transponderami (są one dostępne w formie „zegarka”, standardowej karty plastikowej lub breloczka).

Do tej pory wdrożyliśmy ponad 20 Elektronicznych Systemów Naliczania Opłat ESNO oraz ponad 1500 innych systemów automatycznej identyfikacji, co stawia nas na pierwszym miejscu wśród firm zajmujących się tą tematyką w Polsce.

#### CZYTNIKI KART ZLBIŻENIOWYCH



CENTRALA: KRAKÓW 30-415, UL. WADOWICKA 12, TEL (012) 296 46 46 FAX 269 04 24

e-mail: [biuro@unicard.pl](mailto:biuro@unicard.pl)

[www.unicard.pl](http://www.unicard.pl)

ODDZIAŁ: WARSZAWA 03-450, UL. RATUSZOWA 11, TEL (022) 619 22 04, 618 62 96, FAX 818 64 67

ODDZIAŁ: POZNAŃ 61-249, UL. UNII LUBELSKIEJ 3, TEL. (061) 878 32 75, 878 32 18, FAX 878 32 45



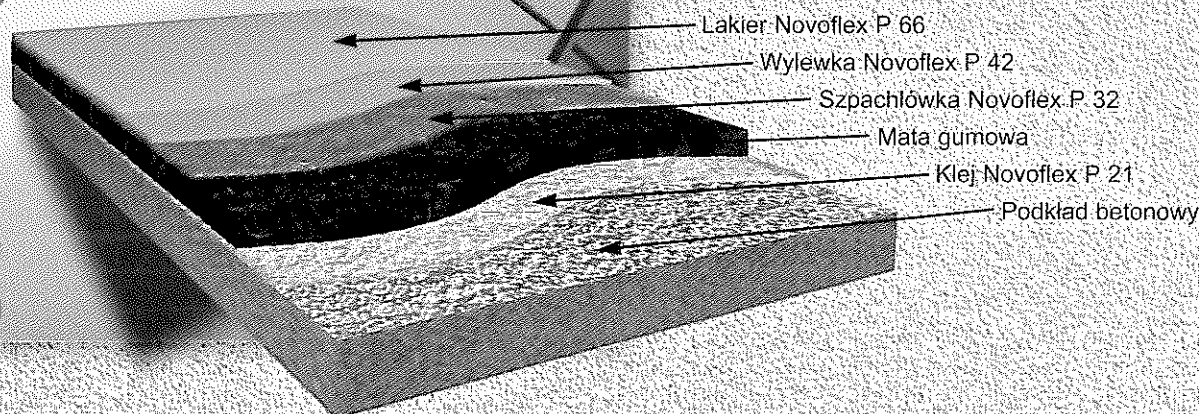
## Novoflex

### Sposób na sukces

#### Posadzka Novoflex-Sport gwarantuje:

- **bezpieczeństwo**  
elastyczna i sprężysta posadzka  
- możliwość regulacji parametrów
- **komfort**  
ciepła, matowa powierzchnia  
rozpraszająca refleksy świetlne
- **estetykę**  
szeroka gama kolorów
- **czystość i higienę**  
jednolita powierzchnia  
(bez spoin i porów)
- **trwałość**  
bezproblemowa eksploatacja i renowacja

#### Zestaw Posadzkowy Novoflex-Sport:



Lakier Novoflex P 66

Wylewka Novoflex P 42

Szpachlówka Novoflex P 32

Matą gumową

Klej Novoflex P 21

Podkład betonowy



ISO 9001

**NOVOL** Sp. z o.o.

ul. Żabikowska 7/9,

62-052 Komorniki k/Poznań

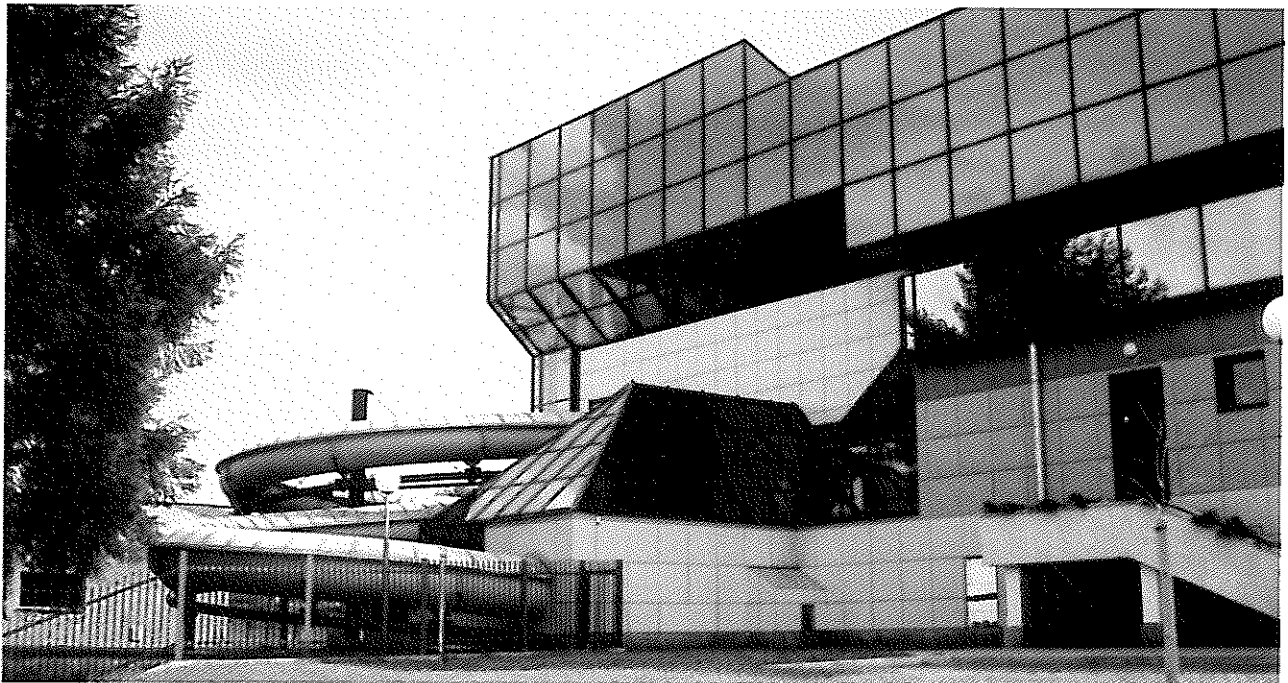
tel. (+48) 61 810-98-00, fax (+48) 61 810-9809,

e-mail: [novol@novol.pl](mailto:novol@novol.pl), <http://www.novol.pl>

Poszukujemy solidnych i rzetelnych projektantów, wykonawców i inwestorów, którym zapewnimy doradztwo i szkolenia.

# Tania pływalnia dla gmin, osiedli i miast

Kazimierz Torbicz



**O**gólnie wiadomo, że czym większy zakres usług ma oferować pływalnia, tym będzie wyższy jej koszt. Zagadnienie kosztów pływalni, zwłaszcza dla małych miast i gmin, ma istotne znaczenie przy podejmowaniu decyzji o budowie, gdyż społeczności te mogą sobie pozwolić na jeden taki obiekt i koszt jego powinien być jak najniższy, a zakres usług jak największy. Jakże zatem powinny być kryteria wyboru programu usługowego pływalni i jak określić konieczne koszty planowanej pływalni?

Podjęwając się budowy krytej pływalni, należy uwzględnić trzy główne kryteria – kryterium kosztowe, kryteria ogólne oraz szczegółowe programu użytkowego. Towarzyszyć temu powinna rzetelna analiza ekonomiczno-finansowa (biznesplan). Należy w niej ustalić, czy obiekt będzie rentowny czy też ma być stale dotowany. Konieczność stałych dotacji nie oznacza, że obiektu nie należy budować. Chodzi o to, by konieczność ujęcia dotacji ujmowana była w kolejnych rocznych budżetach.

## Kryteria kosztu realizacji.

Badając kwestie kosztów inwestycji, należy określić przede wszystkim, jaką część lokalnego budżetu można będzie przeznaczyć na dane przedsięwzięcie. Towarzyszyć temu powinno zbadanie:

- ▶ możliwości uzyskania dodatkowych środków z dopłat funduszy celowych wojewódzkich lub centralnych;
- ▶ możliwości uzyskania dodatkowych funduszy lub aportów rzeczowych ze sponsoringu;
- ▶ możliwości etapowania realizacji ze względu na lokalizację obiektu i program usługowy;
- ▶ możliwości wynajmu lub dzierżawy niektórych usług pływalni;
- ▶ możliwości wyboru takiego systemu realizacyjnego, który nie będzie generował narzutów kosztów realizacji przez pośredników i nie będzie sprzyjał korupcji.

Utarło się mniemanie, że pływalnia powinna posiadać basen główny – często jako jedyny obiekt pływacki – o wymiarach 25x12,5 m. Mniemanie takie zostało ugruntowane syste-

mem dotacji byłego UKFFIT, z którego wynikało, że każda pływalnia powinna być tak budowana, by miała wszelkie homologacje, jakie są konieczne do przeprowadzenia co najmniej ogólnopolskich konkursów pływackich. W praktyce oznaczało to, że dotacji nie uzyskiwała pływalnia nie spełniająca tych kryteriów. W konsekwencji doprowadziło to do wywindowania kosztów realizacyjnych krytych pływalni, co jest działaniem ewidentnie szkodliwym społecznie. Kryta pływalnia powinna być bowiem taka, jakie są rzeczywiste potrzeby danej społeczności lokalnej. Nie ma też powodu, aby jakiegokolwiek pieniądze podatników – równych przecież wobec prawa i mających prawo do równego traktowania – były dzielone przez kogokolwiek w sposób nie uwzględniający tej równości.

Jest jednak konieczne, aby istniał określony system dotacji finansowych dla budowy krytych pływalni w małych miastach i gminach wiejskich. Te społeczności i ich system szkolny nie są w stanie sfinansować budów pływalni, które obecnie nie mogą być już traktowane jako nadzwyczajny luksus i czyż przy-

wielej. Problem jest duży. W Polsce jest 2500 gmin, z czego ok. 1500 nie stać na budowę tego typu obiektów z własnych środków. Oznacza to, że w ciągu najbliższych dziesięciu lat należałoby przewidzieć rocznie średnio 150 dotacji na ten cel. Najlepszym rozwiązaniem – moim zdaniem – byłyby dotacje równe kwotowo dla wszystkich gmin i udzielane w taki sposób, by nie sprzyjało to korupcji. Spowoduje to, że inwestorzy preferować będą rozwiązania tańsze, a nie – jak to się dzieje w wielu przypadkach – dużo droższe, z programem ponad miarę rzeczywistych potrzeb. Nie oznacza to oczywiście, że społeczności lokalne nie powinny budować obiektów drożych. Jeżeli samorządy chcą podejmować się takich inwestycji, mogą to czynić w oparciu o własne środki lub środki z innych funduszy.

Dotacje powinny być również dostępne dla gmin realizujących pływalnie o mniejszych basenach niż 25 x 12,5 m, np. 16,67 x 8,5 m. Kryterium ich przyznawania powinno uwzględniać przede wszystkim to, czy zapewniają one program szkoleniowy dla dzieci i młodzieży. Zastosowanie takiego rozwiązania spowoduje, że ilość realizowanych w danym roku obiektów wzrośnie, choć kwotowo wielkość dotacji przypadającej na jedną inwestycję będzie niższa. Dobrym przykładem budowy tanich pływalni był program 1000 basenów we Francji realizowany około 30 lat temu. Powstało wtedy bardzo dużo pływalni w małych miejscowościach, a system realizacji nie powodował korupcji.

Duży wpływ na koszty obiektu ma sposób realizacji inwestycji. W sporej ich liczbie pozostawia on wiele do życzenia, co związane jest ze złym przygotowaniem przetargu. „Ślepa” wiara w kosztorysy sporządzone nierzadko z błędami przez niekompetentnych kosztorysantów, wędrujących od zleceniodawcy do zleceniodawcy, pracujących w oparciu o różne normy rzeczowe rodem z epoki już dawno minionej jest wciąż obecna i trudna do zarzucenia. Korzystna dla inwestora, a co za tym idzie i dla mieszkańców, byłaby taka formuła przetargu na projekt i budowę krytej pływalni, która określałaby szacunkową wartość inwestycji, ale z określonym minimalnym programem usług.

### Kryteria ogólne i szczegółowe wyboru programu użytkowego pływalni

Należy podkreślić, że wybór programu usługowego pływalni jest najważniejszą czynnością dla zaplanowania dobrej pływalni zwłaszcza w małej miejscowości, gdzie z pewnością nie powstanie więcej pływalni niż jedna. Musi to być zatem pływalnia uniwersalna, typu np. minipark wodny, oferująca szeroki zakres usług i przewidująca zmiany stylu życia i wypoczynku społeczności, dostępna dla wszystkich, bez względu na wiek i zasobność

portfela. Powinna też zapewniać realizację programów szkolnych szkół zlokalizowanych na terenie danej gminy lub w odległości możliwej do dojazdu użytkowników. Obiekt powinien być dostępny przez cały rok i przez jak największą część dnia.

W kryteriach szczegółowych uwzględnić należy następujące aspekty:

- ▶ architektura minimalizująca koszt inwestycji (użytkownicy przychodzą po wypoczynek dla czystej wody i atrakcji użytkowych, a nie dla rozwiązań architektonicznych);
- ▶ technologie basenowe i uzupełniające, uwzględniające zasadę „tanie i dobre, choć niekoniecznie luksusowe”;
- ▶ zastosowanie w miarę możliwości lokalnych materiałów i lokalnych wykonawców;
- ▶ możliwość etapowego realizowania programu docelowego (atrakcje wodne, terapeutyczne, zabawowe i gastronomiczne realizowane w późniejszych etapach, po oddaniu do użytku samej pływalni).

Niestety kryteria rzadko brane są pod uwagę, z czego wynikają dodatkowe koszty, związane nie tylko z samym wykonaniem, ale również utrzymaniem i koniecznością dokonania poprawek. Najczęstsze błędy zaprogramowania usług pływalni, a nawet parków wodnych to:

- ▶ niepotrzebne widownie w halach basenowych małych miejscowości, które właściwie nie mają żadnych funkcji usługowych, a niewiele przypadkowych widzów skazanych jest na duchotę i wysokie temperatury;
- ▶ tory pływackie o szerokości 2,5 m i głębokości basenów uniemożliwiające korzystanie z nich przez niepełnowidzących lub słabo pływających (np. 1,8 / 2,2 m);
- ▶ brak basenów lub stref dla nauki pływania dla początkujących;
- ▶ lokowanie różnych, często kosztownych atrakcji wodnych w strefach o niewłaściwych głębokościach i o temperaturach za niskich dla tych atrakcji.

Wybrany i zatwierdzony program powinien stanowić podstawę do podjęcia działań inwestycyjnych, w tym dokonania wyboru architekta wykonującego projekt budowlany. Projekt ten powinien być wykonany dla inwestycji o kosztach zapreliminowanych przez biznesplan. Inwestor powinien wystrzegać się jednak architektów, którzy budują sobie „pomniki” kosztem środków publicznych, nie wiedząc w rzeczywistości, ile będą one kosztowały. Z pewnością każdy inwestor musi też wiedzieć, co chce zrealizować, a więc powinien zamówić projekt budowlany potrzebny do uzyskania pozwolenia na budowę. Te dokumenty są konieczne i wystarczające dla ogłoszenia przetargu na realizację inwestycji. Wybór formuły należy do inwestora – można ogłosić przetarg na wykonawcę całościowego, gdy inwestor nie ma własnych służb inwestorskich i godzi się na ponoszenie dużych dodatkowych kosztów z tego

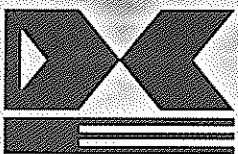
tytułu lub zorganizować przetargi cząstkowe na poszczególne etapy realizacji oraz poszczególne technologie budowlane i instalacyjne, gdy inwestor chce zaoszczędzić koszty, ma własną służbę inwestorską lub wynajmie odpowiednich potrzebnych konsultantów. To ostatnie rozwiązanie jest znacznie tańsze, a zarazem bardzo skuteczne. O skuteczności tej formuły widzą najlepiej eksporterzy usług budowlanych do krajów arabskich, gdzie system ten jest powszechnie stosowany. Dokonywanie przetargów na podstawie tzw. dokumentacji wykonawczej jest nieporozumieniem. Inwestor w procesie przetargowym musi liczyć przyszłowiowe „gwoździe”, o których zapomniał kosztorysant i dawać pracochlonne odpowiedzi wszystkim oferentom. Czym mają różnić się oferty, jeśli od technologii budowlanych i instalacyjnych ważniejsze są te „gwoździe” i przypadkowy układ kosztorysów?

Powszechnym zwyczajem jest więc tworzenie sztucznych zasłon, by po wygraniu przez kogoś przetargu, zacząć poprawiać błędy projektantów i kosztorysantów. Ta praktyka powoduje, że przetargi wygrywają często firmy niekompetentne, gdyż poważni wykonawcy obawiają się startować, nie narażając się na śmieszność. Jeden z inwestorów, któremu odmówiłem złożenia oferty – dziwiąc mi się – tłumaczył, że przecież „wszystko będzie do przeprojektowania po wygraniu przetargu”. Trudno oprzeć się wrażeniu, że to nie zdrowy rozsądek czy wiedza techniczna odgrywają wiodącą rolę, ale że ważniejsze są papiery i udawanie dobrego działania w myśl zasady „jak nie umiesz wykonywać dobrej roboty, to zrób przynajmniej dobre papiery”.

### Konieczne zmiany

Czy istnieje możliwość dokonania takich zmian w systemach prawnych i przepisach sanitarnych oraz w praktyce inwestycyjnej, aby mogło powstać w Polsce jak najwięcej tanich pływalni i aby dostęp do nich nie był tylko przywilejem dużych aglomeracji i miast? Dotyczy to zresztą wszystkich inwestycji komunalnych. Odpowiedź jest twierdząca, ale tylko pod warunkiem, że nie będziemy szukali ani „polskiej drogi” ich rozwiązania ani najdroższych wzorców zagranicznych; że normy i przepisy, a także prawo budowlane, zostaną zharmonizowane z rozwiązaniami unijnymi obowiązującymi w zakresie inwestycji, a fakultatywność nie będzie mylona z obligatoryjnością; że urzędnicy samorządowi będą rzeczywiście dbać o finanse publiczne, powierzone im przez lokalne społeczności, a społeczności te będą kontrolować urzędników. Efekty tej pracy powinny być podstawą kontroli, a nie „papiery”. Potrzebne jest również doradztwo w zakresie ekonomiki i organizacji techniki basenowej. Tylko to może urealnić i przyspieszyć proces, w którym nie będzie w tej dziedzinie Polski B czy C.





**DC ENGINEERING Sp. z o.o.**  
**TECHNIKA BASENÓW I FONTANN**  
**PROJEKTOWANIE - DORADZTWO**  
**DOSTAWY URZĄDZEŃ - BUDOWA**

**PLYWALNIE I BASENY**

- Baseny rodzinne (1)
- Ekskluzywne baseny rezydencyjne
- SPA (Jacuzzi, Whirlpool)
  - rodzinne i publiczne (3) (4)
- Baseny użytku publicznego
  - sportowe
  - rekreacyjne (5)
  - rehabilitacyjne (4)
- Duży wybór atrakcji wodnych (6)
- Przykrycia basenowe (2)
- Pawilony basenów



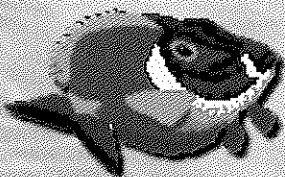
1



2



3



10



4



10



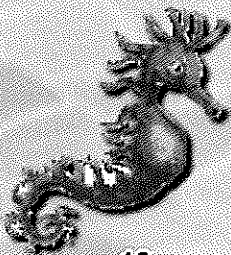
5 6

**FONTANNY**

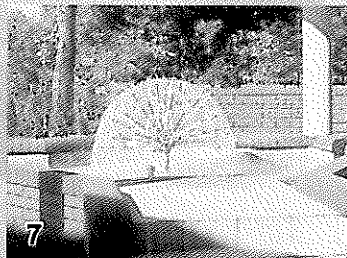
- prywatne i publiczne (7)
  - wewnętrzne, ogrodowe i miejskie

**WYPOSAŻENIE BASENOWE**

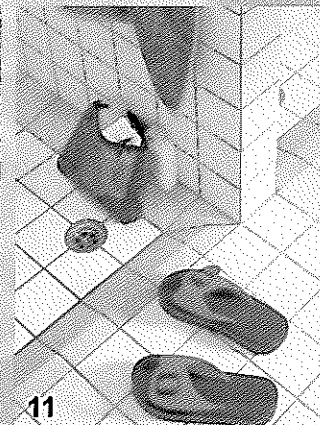
- Wszystkie urządzenia i materiały dla technologii basenowej i wyposażenie użytkowe
  - do budowy
  - do eksploatacji
- Chemia basenowa
- Wykładziny PCV do basenów typu LINER i ALKORPLAN
- Mozaika kolorowa OPIOCOLOR do basenów, łazienek, wnętrz, elewacji i reklamy (8) (9)
  - monokolory i mieszanki kolorystyczne (9)
  - wzory liniowe, motywy morskie, ściennie i dowolnie projektowane (10)
- Kompletny system ceramiki do basenów, stref mokrych, wnętrz i elewacji **KLINKER SIRE**
- Rewelacyjny system ceramiki do wnętrz, elewacji i stref mokrych **VOGUE - GABIANELLI** (11)
- Chemia budowlana zwłaszcza do basenów i stref mokrych **SCHOMBURG**



10



7



11



9

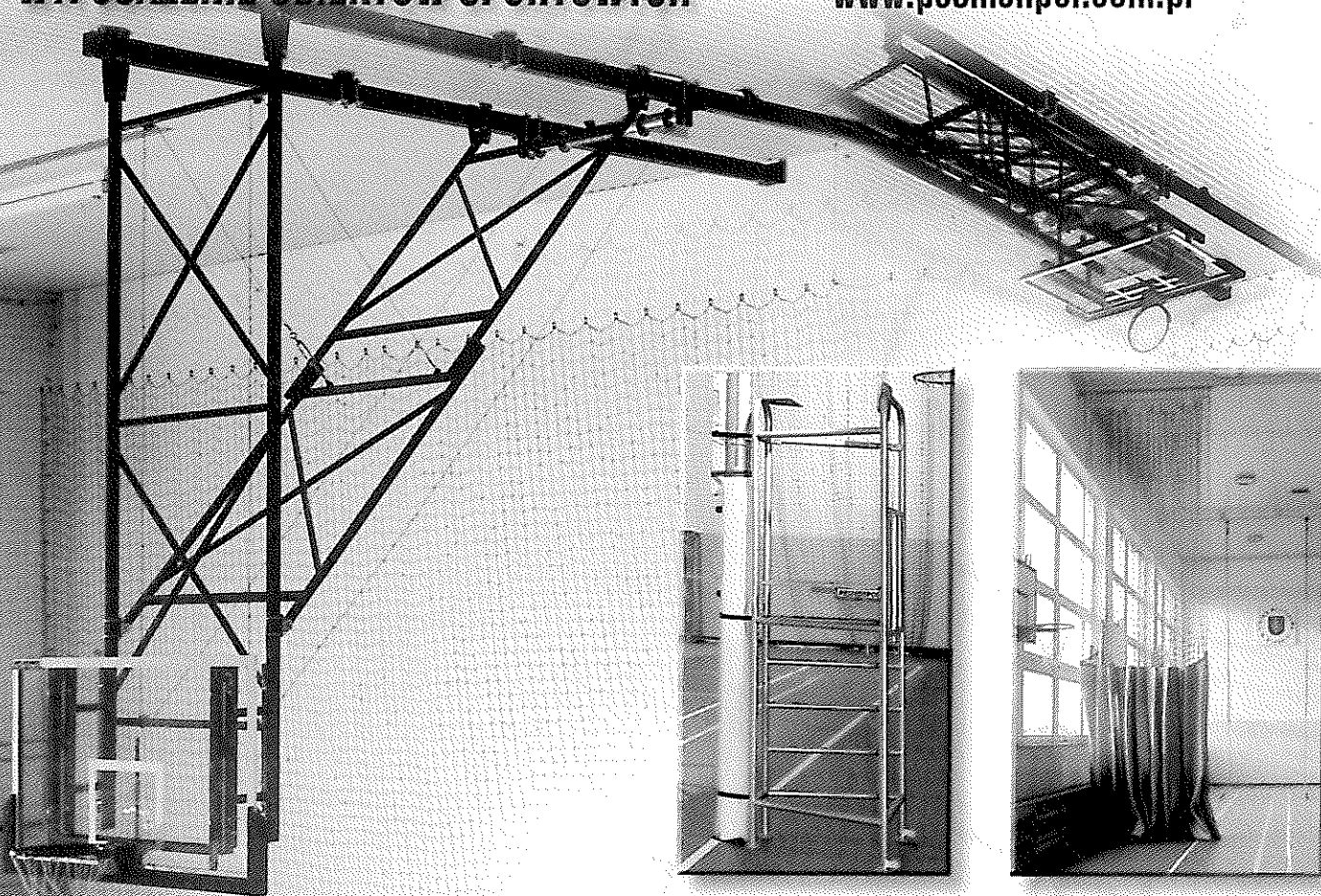
**DC ENGINEERING Sp. z o.o.**  
**BIURO TECHNICZNE**  
30-082 Kraków, ul. Kazimierza Wielkiego 117  
tel./fax (012) 637 97 69, 638 15 32  
tel. kom. 0601 44 38 95, 0603 85 80 04  
e-mail: dce@interia.pl  
e-mail: dcengine@kki.net.pl  
internet: dce.w.interia.pl



# PRODUKCJA URZĄDZEŃ SPORTOWYCH WYPOSAŻENIE OBIEKTÓW SPORTOWYCH

# PESMENPOL

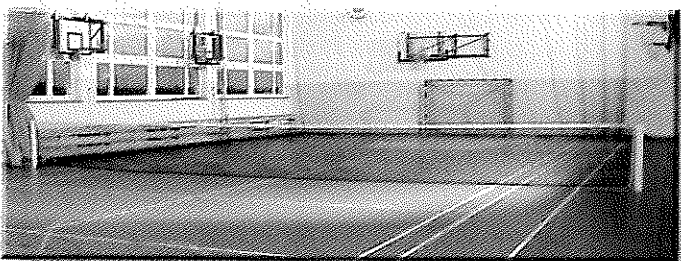
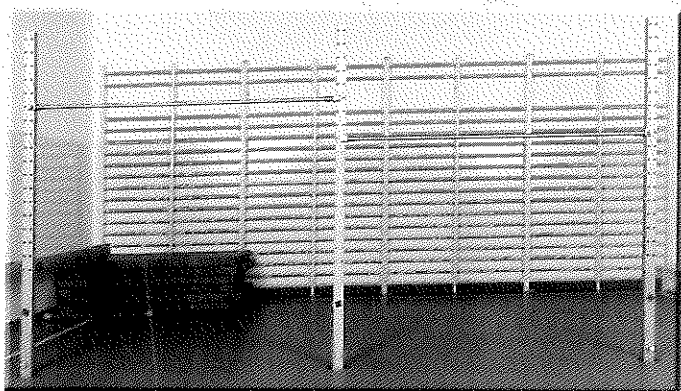
[www.pesmenpol.com.pl](http://www.pesmenpol.com.pl)



Firma PESMENPOL od wielu lat specjalizuje się w produkcji profesjonalnych urządzeń sportowych o najwyższym standardzie. Wszystkie produkowane przez nas urządzenia i sprzęt sportowy spełniają normy krajowych i międzynarodowych federacji sportowych oraz wymagania przepisów bezpieczeństwa, a także warunki wymagane do rozgrywania zawodów ligowych.

W ciągu ostatnich siedmiu lat wyposażyliśmy kilkaset obiektów sportowych – począwszy od małych sal gimnastycznych w szkołach podstawowych po pełnowymiarowe hale widowiskowo-sportowe. Od kilku lat na zlecenie Polskiego Związku Koszykówki realizujemy również dostawy sprzętu do koszykówki dla Uczniowskich Klubów Sportowych na terenie całej Polski.

Posiadany potencjał produkcyjny i wysoko wykwalifikowana kadra pracowników pozwala na szybką realizację zamówień. Dysponujemy specjalistycznym sprzętem montażowym, dzięki któremu montaż urządzeń sportowych może być prowadzony po całkowitym wykończeniu obiektu. Zapraszamy do współpracy Inwestorów, szkoły, kluby sportowe, firmy budowlane realizujące obiekty sportowe. Jesteśmy również do dyspozycji naszych Klientów chcących uzyskać informację odnośnie najbardziej optymalnych wariantów wyposażenia obiektów sportowych.



Zapraszamy również do odwiedzenia naszej witryny internetowej: [www.pesmenpol.com.pl](http://www.pesmenpol.com.pl)  
FIRMA PRODUKCYJNO-HANDLOWA PESMENPOL, 32-425 TRZEMEŚNIA 53  
tel. (012) 273 06 31, 273 53 91, fax (012) 273 06 32, e-mail: [sport@pesmenpol.com.pl](mailto:sport@pesmenpol.com.pl)