

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: wtorek, 03, marzec 2026 17:14

Joanna Gryboś-Chechelska

Odśloni: 634

Inwestycje w sport to dziś nie tylko realizacja zadań własnych gmin, lecz także coraz ważniejsze narzędzie marketingu terytorialnego. Nowoczesna infrastruktura i prestiżowe wydarzenia budują markę regionu, przyciągają turystów oraz inwestorów, a dobrze zarządzane obiekty mogą stać się impulsem rozwojowym dla lokalnej gospodarki.

O tym, jak łączyć misję społeczną z rachunkiem ekonomicznym, rozmawiali uczestnicy panelu „Sportowy samorząd, jak inwestować, aby zarobić i promować region?”, który odbył się w ramach XI Europejskiego Kongresu Samorządów.

Sport jako inwestycja w rozwój

Uczestnicy zgodzili się, że sport wciąż zbyt często przegrywa w budżetowych priorytetach z inwestycjami infrastrukturalnymi, takimi jak drogi czy mosty. Tymczasem odpowiednio zaplanowane wydatki na infrastrukturę sportową i programy aktywizacyjne mogą przynieść długofalowe korzyści, zarówno społeczne, jak i finansowe.

Rafał Dąbrowski, Burmistrz Ostródy, podkreślał, że obiekty sportowe nie powinny być jedynie kosztem utrzymania, lecz elementem szerszej strategii rozwoju miasta. Kluczowe jest takie zarządzanie, które pozwoli im funkcjonować jako centra aktywności społecznej i gospodarczej.

Edukacja i nawyki od najmłodszych lat

Ważnym wątkiem dyskusji była malejąca liczba dzieci uczestniczących w edukacji sportowej oraz rosnące wyzwania kadrowe wśród trenerów i nauczycieli wychowania fizycznego. Zwracano uwagę na potrzebę inwestowania nie tylko w infrastrukturę, ale także w programy edukacyjne skierowane do dzieci, rodziców i nauczycieli.

Jacek Niedźwiedzki, Poseł na Sejm RP, wskazał, że ogromne znaczenie ma zaangażowanie władz lokalnych. Jeśli samorząd traktuje sport jako element promocji miasta i inwestycję w kapitał społeczny, rozwój tej sfery przebiega szybciej i stabilniej.

Podkreślano również, że szczególnie klasy I–III wymagają większego nacisku na wychowanie fizyczne. Zapewnienie najmłodszym odpowiednich warunków do aktywności ruchowej może przełożyć się na poprawę kondycji całego społeczeństwa w przyszłości.

Sport dla wszystkich, także seniorów

Szymon Michałek, Prezydent Chorzowa, zwrócił uwagę na rolę sportu w aktywizacji osób starszych. Programy sportowe i fitness skierowane do seniorów nie tylko poprawiają ich kondycję fizyczną, ale także wzmacniają integrację społeczną. Inwestycje w sport powinny więc obejmować wszystkie grupy wiekowe, budując zdrowe nawyki i przeciwdziałając wykluczeniu.

Obiekt jako centrum społeczności

Paneliści podkreślali, że nowoczesne obiekty sportowe mogą pełnić funkcję lokalnych centrów życia społecznego. Uzupełnienie ich o przestrzenie komercyjne jak sklepy, gastronomię czy programy społeczne, sprzyja budowaniu nowych „serc” miast i zwiększa zaangażowanie mieszkańców.

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: wtorek, 03, marzec 2026 17:14

Joanna Gryboś-Chechelska

Odsłony: 634

Jednocześnie pojawiło się pytanie o równowagę między komercjalizacją a dostępnością. Uczestnicy zgodzili się, że obiekty, niezależnie od skali inwestycji, nie powinny być zamknięte dla mieszkańców. Jacek Niedźwiedzki podkreślał, że dostępność dla lokalnej społeczności, możliwie na przystępnych zasadach, powinna pozostać fundamentem polityki sportowej samorządów, nawet jeśli same przychody z biletów sezonowych nie pokrywają kosztów utrzymania.

Finansowanie, prawo i rola samorządu

Dyskusja objęła również kwestie legislacyjne. Zwrócono uwagę, że niejasne granice kompetencji i brak przejrzystości przepisów mogą utrudniać samorządom podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Większa klarowność regulacji sprzyjałaby stabilności projektów sportowych.

Szymon Michałek zaznaczył, że w obecnych realiach wiele klubów sportowych nie byłoby w stanie funkcjonować bez wsparcia samorządów. Jego zdaniem relacje między miastem a klubami wymagają jasnych zasad, a w przyszłości warto rozważyć bardziej uporządkowany model nadzoru i współpracy.

Paneliści wskazywali również, że promocja poprzez sport, zarówno dzięki dużym wydarzeniom, jak i sukcesom zawodników, jest jednym z najskuteczniejszych narzędzi budowania marki regionu. Wsparcie mniej popularnych dyscyplin może dodatkowo poszerzać ofertę i wzmacniać tożsamość lokalną.

Sport jako element strategii regionu

Podsumowując debatę, moderator Adam Ciszkowski zwrócił uwagę, że inwestycje w sport wymagają długofalowego myślenia i profesjonalnego zarządzania. Samorządy powinny łączyć cele społeczne z ekonomicznymi, traktując sport jako część kompleksowej strategii rozwoju.

Debata pokazała, że choć obiekty sportowe rzadko generują bezpośredni zysk, mogą stać się silnym impulsem dla turystyki, promocji i integracji społecznej. Odpowiedzialnie prowadzona polityka sportowa nie jest więc kosztem, lecz inwestycją w markę regionu i jakość życia jego mieszkańców.

Związek Powiatów Polskich jest partnerem instytucjonalnym wydarzenia.

Źródło: www.forum-ekonomiczne.pl