



Cezary Białkowski  
UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE

## UŻYTKOWNICY PRODUKTÓW I USŁUG SPORTOWYCH A REGULACJE DOTYCZĄCE SPORTU W TATRZAŃSKIM PARKU NARODOWYM

**Cel badań.** Działalność człowieka w zakresie gospodarki (w tym w obrębie marketingu sportowego) musi być dziś skonfrontowana z aspektami ochrony środowiska. Celem badania było przedstawienie jednego z uwarunkowań (regulacje dotyczące ruchu), dotyczącego praktykowania wybranych dyscyplin sportu i usług z nimi związanych na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego, które wpływa potencjalnie na kształtowanie się dóbr i usług w sporcie w tej geograficznej lokalizacji względem ich użytkowników. **Materiał i metody.** Do stworzenia opracowania wykorzystane zostały dostępne dane prezentowane przez Tatrzański Park Narodowy oraz obserwacja bezpośrednia. **Wyniki.** Dowiedziono, że istnieją pewne obostrzenia, które oddziałują na obecność sportowców na terenie polskiej części Tatr. Przekładają się one głównie na kanalizację takiego ruchu, jak też reglamentację dostępu do powyższych zasobów. Oddziałuje to również na stan infrastruktury, a w konsekwencji – na zachowania konsumentów. **Wnioski.** Czynniki regulacji ruchu turystycznego i sportowego w TPN wpływają na podaż dóbr, jaka dotyczy rynku sportowego w postaci produktu sportowego *sensu largo*.

**Słowa kluczowe:** konsument, produkt sportowy, regulacja, Tatrzański Park Narodowy, udostępnianie

### WPROWADZENIE

Funkcjonowanie przyrody i człowieka w kontekście ich specyficznej współzależności ma bardzo długą tradycję (Nierzwicki, 2006). Przybierało ono rozliczne formy. Użytkowanie zasobów naturalnych stało u progu tworzenia się najbardziej pierwotnych struktur gospodarczych. Szczególną pozycję zajmowały pod tym względem łańcuchy górskie, zwłaszcza te bogate w surowce naturalne. Niemniej góry, przez lata owiane „kulturowym tabu” i stanowiące obszar trudno dostępny dla przeciętnego człowieka, długo opierały się „ludzkiej ręce” (Jagiełło, 2007, s. 19). Po dziś dzień można jeszcze znaleźć obszary górskie, które zachowują swój dziewiczy charakter w postaci Bożego pierwiastka. Abstrahując od czysto przemysłowych cech gospodarki, a przyjmując dzisiejszy jej obraz, cechujący się wzrastającym poziomem serwicyzacji, należy spojrzeć na ten przedmiot badań z innej perspektywy. Zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju uznaje się, że takie naturalnie zachowane terytoria powinny się pozostawić dla potomnych, nie ograni-

czając im możliwości wykorzystania tego rodzaju dóbr o charakterze ekskluzywnym. Utrzymywanie przyrody w minimalnie przekształconym lub w ogóle niezmienionym stanie legło u podstaw tworzenia obszarów chronionych, do jakich według polskiego prawodawstwa zalicza się m.in. parki narodowe. Jednocześnie presja rynkowa sprawia, że także masywy górskie z potencjałem turystycznym i rekreacyjnym poddawane są weryfikacji ze strony klientów i musi być w ich obrębie prowadzona rywalizacja w warunkach konkurencji (z wykorzystaniem znajdujących się tam zasobów).

### CEL BADAŃ

Celem badania było zaprezentowanie związku pomiędzy potencjalną ofertą produktową w zakresie sportu a regulacjami w postaci zarządzeń organu ochrony przyrody (w tym wypadku dotyczących Tatrzańskiego Parku Narodowego [TPN]). W opracowaniu położono nacisk na zaspokajanie potrzeb użytkowników rynku sportowego, rekreacyj-

nego i częściowo turystycznego (w zakresie wpisującym się w turystykę sportową), uwzględniono też jego inklinacje co do poziomu infrastruktury w kontekście aspektów proekologicznych oraz protekcyjnych.

#### TEORETYCZNE PRZEŚŁANKI DOTYCZĄCE PRAKTYKOWANIA SPORTU NA OBSZARZE GÓRSKIM I ZWIĄZANYCH Z NIM PRODUKTÓW

##### Aktywność ruchowa na obszarze o zróżnicowanej rzeźbie

Obszary górskie sprzyjają podejmowaniu szczególnych rodzajów aktywności. Góry są obiektem recepcji turystycznej nie tylko jako miejsce minimalizowania dysfunkcji m.in. obszarów zurbanizowanych – otwierają też swoje podwoje przed bardziej specjalistycznymi dziedzinami. Należy w tym kontekście wyróżnić następujące dyscypliny sportu: narciarstwo klasyczne, biathlon, narciarstwo alpejskie, snowboarding, narciarstwo dowolne, alpinizm (w tym taternictwo powierzchniowe i jaskiniowe), narciarstwo wysokogórskie, tzw. sporty ekstremalne (bardzo szeroka grupa, w XXI w. prężnie się rozwijająca), sporty grawitacyjne, kolarstwo górskie, kajakerstwo górskie, lekkoatletykę (biegi górskie). Można tu także wymienić turystykę, jak i rekreację *sensu largo*.

##### Warunki zagospodarowania obszarów cennych przyrodniczo

Analizując aspekty zagospodarowania obszarów cennych przyrodniczo, należy rozpocząć od zdefiniowania samej kategorii. Obszary te cechują się wysoką wartością z punktu widzenia przyrody oraz wyposażeniem w szerokie spektrum zasobów, elementów i walorów naturalnych. Piśmiennictwo w tym zakresie koncentruje się na znacznej bioróżnorodności, warunkującej ich protekcję, a także na związkach z wartościami kulturowymi (Dobrzańska, 2005). Jeśli chodzi o perspektywę ekonomiczną, w pracy pod redakcją Poskrobki można odnaleźć stwierdzenie, że owa bioróżnorodność stanowi (lub ma potencjał, aby stanowić) dominujący ele-

ment działalności w zakresie gospodarki (przy zastosowaniu odpowiednich zabiegów), jednocześnie warunkując reglamentację użycia konwencjonalnych metod gospodarowania (Dobrzańska, 2005). Spełniają one także wiele funkcji, do których zaliczyć można przyrodnicze, gospodarcze, historyczne, kulturowe oraz techniczne.

W zakresie obszarów przyrodniczo cennych ujawnia się zatem kwestia obecności i działania człowieka (w tym komercyjnego wykorzystania tych obszarów). Ponadto Naumowicz (1990) rozpatruje tego typu tereny w odniesieniu do procesu, w którym są one dostosowywane do wykorzystania na polu turystyki i rekreacji, czyli zjawisk pośrednio związanych ze sportem.

W kontekście tak rozumianego zagospodarowania literatura podaje dwa podejścia, tj. statyczne (stan zagospodarowania terenu) oraz dynamiczne (zespół procesów – wyposażenia regionu w elementy infrastruktury). Każde z nich traktuje o konkretnych obiektach, które mają spełniać funkcje sprzyjające rozwojowi, czy to sportu, czy rekreacji, czy turystyki. Wymienić tu należy takie obszary elementów infrastruktury, jak: baza komunikacyjna, baza noclegowa, baza żywieniowa, urządzenia techniczne przeznaczone do uprawiania sportu, baza sanitarna, baza towarzysząca. Ponadto nie wolno zapominać o otoczeniu, w którym takie obiekty egzystują, a które także może oddziaływać na niniejszej grupie obiektów.

Osobną sprawą są kwestie przestrzenne zagospodarowania obszarów cennych przyrodniczo. Należy tu wspomnieć o modelach takich jak strefowanie (tworzenie zon o różnym poziomie ochrony), rejonizacja (rejony o różnym poziomie koncentracji infrastruktury realizującej funkcję turystyczną i rekreacyjną), ograniczanie dostępu czy koncentracja-ograniczenie (Derek i Kowalczyk, 2010). Każdy z nich odzwierciedla dążenie do kanalizacji (wyznaczenie np. wąskich korytarzy, po których odbywa się ruch turystyczny) działalności człowieka na mniejszym obszarze i ograniczenia ingerencji ludzi w przebieg naturalnych procesów. Idzie to w parze z szerszym (geograficznie) planowaniem przestrzennym, gwarantującym zachowanie dziedzictwa kulturowego i przyrodni-

czego danego obszaru, a także skorelowane jest z monitoringiem antropopresji, jaka może wynikać z aktywności ruchowej człowieka.

#### Produkt sportowy i usługa w sporcie w kontekście regionu

Sport zyskuje współcześnie znaczenie marketingowe. Historia marketingu sportowego obejmuje swym zasięgiem opracowanie Keslera (1979), głoszące, iż dotyczy on wszelkich działań, które nakierowane są na specjalistów branży sportowej, instrumentalnie wykorzystujących sport jako narzędzie promocji. Definicja ta uległa jednak przekształceniu. Wyróżnia się zarówno marketing przez sport, jak i marketing w sporcie, co podkreślił Sznajder (2015), koncentrując się na drugim z tych aspektów. Autor zaznaczył, że marketing w sporcie obejmuje pełne spektrum działań ukierunkowanych na zaspokajanie potrzeb użytkowników produktów sportowych.

Trzeba przy tej okazji uwypuklić rolę podmiotu marketingu. Jest nim naturalnie człowiek z jego określonym spektrum potrzeb. Również na kanwie marketingu w sporcie należy uściślić kategorię klientów – użytkowników – tegoż rynku. Utożsamiać ich należy z konsumentami aktywnymi, czyli uprawiającymi wybraną dyscyplinę (Sznajder, 2015), którzy jednocześnie korzystają z produktów sportowych, przybierających różnorodne formy.

W wyniku zachodzących procesów praktykowanie sportu przybrało postać komercyjną, a rywalizacja sportowa, zarówno amatorska, jak i profesjonalna, staje się coraz bardziej nastawiona na ekonomiczną korzyść i użyteczność (Berger i wsp., 2011). Ponadto poprzez postępujący w gospodarce polskiej rozwój procesów serwicyzacji usługa coraz częściej traktowana jest także w kategorii produktu. W kontekście tych przesłanek oraz idei marketingu w sporcie należy – powołując się na Svobodę (2012) – potraktować dość szeroko kwestię marketingu sportowego i zakorzenionego w nim produktu. Wspomniany autor stwierdza, że na produkt sportowy składać się mogą elementy wpisujące się w pojęcie aktywności (także fizycznej), nie umniejszając znaczenia specjalistycznych

pakietów czy imprez. Podobną definicję przytacza Sznajder (2015), który bazując na dorobku literatury zagranicznej, wymienia w tym kontekście wszelkie kombinacje składające się na zaspokojenie potrzeb rynku sportu – trzeba tu więc dostrzec kluczową pozycję konsumentów jako jego nieodłącznego elementu. Naturalne jest, że taki produkt stanowi integralną część całej kompozycji mieszanki marketingowej (marketing mixu), obok promocji, ceny i dystrybucji. Sawińska (2013) łączy produkt sportowy ściśle z turystyką i rekreacją, traktując ów produkt jako wszelkie pakiety lub usługi wzajemnie powiązane, które można nabyć na tym rynku. Tym samym Svoboda (2012) zaznacza, że produkt musi spełniać pewne warunki obejmujące kompleksowość produktu w sporcie. Wiele usług, jakie mogą się z ową kompleksowością wiązać, łączy to zagadnienie z otoczeniem wchodzącym w zależność z rdzeniem i produktem rzeczywistym. Dodatkowo kompleksowe traktowanie oraz przesłanki aktywności jako dobra, które można dostosować do warunków rynkowych, sprawiają, że spektrum produktu w obrębie sportu ulega poszerzeniu – w podobnym tonie formułuje tę kwestię Bernacki (b.d.). W tej konwencji może się on odnosić do pewnych jednostek terytorialnych, które oferują paletę takich właśnie produktów. Koresponduje to z ideą marketingu terytorialnego, w której np. regiony występują w roli podmiotów pragnących realizować swe cele w warunkach konkurencji. Sport może natomiast uwypuklać pewne specyficzne cechy regionu, a jednocześnie zawiązać domenę danego obszaru.

Ponadto na produkt sportowy oddziałują elementy otoczenia, które wpływają także na inne obszary działalności gospodarczej. Rola środowiska zewnętrznego jest o tyle istotna, że istnieją podmioty, które regulują oraz koordynują zewnętrznie sport wraz z jego praktykowaniem. Tym samym rozwój produktu, obserwowany na przykładzie cyklu jego życia, tradycyjnie obejmującego fazę załączkową, a następnie fazę wzrostu, dojrzałości i schyłku (Seweryn, 2008), w dynamicznym otoczeniu może zostać zaburzony. Ponadto innymi elementami, które kształtują jego strukturę, są badania marketingowe (na podstawie których jest on kreowany), kontrola i monitorowanie rynku.

Trzeba również wspomnieć o pewnych charakterystycznych cechach, które łączą produkt sportowy z pokrewnymi produktami turystycznymi. Należą do nich: brak mobilności, jedność czasu i konsumpcji, a także epizodyczność (Seweryn, 2008). Przymioty te wpisują się w konwencję produktu w sporcie, funkcjonującego na poddanym badaniu terytorium, na którym istnieje płynna granica między działalnością turystyczną a sportową.

### TPN JAKO PLATFORMA UMOŻLIWIĄJĄCA PRAKTYKOWANIE SPORTU

W niniejszym podrozdziale, mającym charakter empiryczny, zawarto najważniejsze informacje i wnioski płynące z hipotetycznej zależności pomiędzy strukturą usług/produktów w sporcie w polskiej części Tatr i Podtatrza wraz z ich konsumentami a przepisami instytucji ochrony przyrody. Z metodologicznego punktu widzenia wykorzystano tu materiały udostępnione przez TPN oraz zastosowano metodę obserwacji bezpośredniej. Wspomniane dokumenty były sukcesywnie publikowane przez TPN. W kontekście wymienionej metody obserwacyjnej należy zaznaczyć, że autor z racji posiadanych uprawnień (przewodnik tatrzański III klasy) wielokrotnie miał możliwość dokonania osobistej weryfikacji sytuacji na terenie TPN. Ponadto ta profesja gwarantowała mu liczne kontakty i udział w szkoleniach, na których podejmowano podobną problematykę. Pozwoliło to na zarówno osobistą refleksję, jak i identyfikację rzeczywistego związku pomiędzy regułami dostępności polskich Tatr dla sportu a potencjałem popytowym i podażowym w kontekście uczestników rynku.

#### Podstawowe dane dotyczące TPN

Przedmiotem, o którym tekst traktuje, jest struktura sportu na obszarze TPN. Zgodnie z Ustawą o ochronie przyrody (Ustawa o ochronie przyrody) park narodowy zalicza się do podmiotów, które mają za zadanie stać na straży zachowania dziedzictwa przyrodniczego na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej.

TPN jest położony w południowej części województwa małopolskiego, w powiecie tatrzańskim, na terenach gmin: Kościelisko, Zakopane, Poronin i Bukowina Tatrzańska. Jego powierzchnia wynosi 211,64 km<sup>2</sup> i obejmuje nie tylko – jak nazwa wskazuje – Tatry (północny fragment centralnego pasa, w którego skład wchodzi zarówno Tatry Wysokie, jak i Tatry Zachodnie), ale również część Rowu Podtatrzańskiego i Pasma Spisko-Gubałowskiego (Radwańska-Paryska i Paryski, b.d.).

W roku 2015 park obchodził 60. rocznicę powstania, niemniej dzieje ochrony sięgają okresu wcześniejszego (lata 60. XIX w.). Niezmienne jednak pozostały podstawowe idee, jakie przyświecały jego gestorom (por. Chwaściński, 1988). Ochrona tatrzańskiego dziedzictwa (ekosystemu) stała się paradygmatem funkcjonowania tego obszaru, pomimo pewnej niezgodności z interesami lokalnych mieszkańców. Taka sytuacja ma miejsce również współcześnie. Najlepszym rozwiązaniem byłoby znalezienie „złotego środka”, to jest zadowolenie sportowców, turystów, mieszkańców ościennych gmin i inwestorów oraz TPN. Jednak prawodawcy (a za nimi TPN) regulują działalność gospodarczą oraz pokrewną (w tym związaną z turystyką, rekreacją czy wreszcie sportem) i to oni wdrażają podstawowe zasady, do których zaliczyć należy: prymat ochrony przyrody, ograniczanie wpływu człowieka na środowisko, ograniczanie zanieczyszczenia środowiska naturalnego, zaniechanie niektórych rodzajów działalności, swoistą reglamentację dostępu, poruszanie się wyłącznie po wyznaczonych do tego ciągach komunikacyjnych, jak również po określonych areałach (w wypadku m.in. narciarzy czy taterników) (Zarządzenie nr 6/2009...). Wszystkie tego typu działania nie mogą stać w opozycji wobec Ustawy o ochronie przyrody (Ustawa o ochronie przyrody...), jednocześnie TPN jest zobowiązany (według niniejszej ustawy) do realizacji zadania sprowadzającego się do udostępniania terenu na rzecz edukacji i popularyzacji swego terytorium (z racji ponadprzeciętnych walorów przyrodniczych i dziedzictwa). Potencjalnie może to mieć związek z tworzeniem się produktów o wymiarze sportowym, co jest podstawowym motywem podejmowanych w pracy studiów.



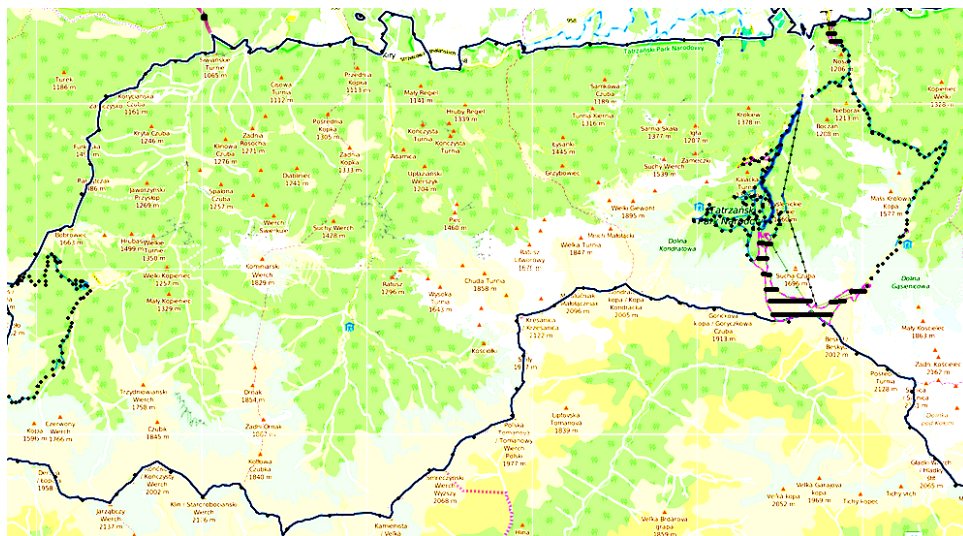
Wybrane dyscypliny w kontekście  
ich uwarunkowań w TPN*Narciarstwo alpejskie i snowboard*

Dyscypliną, która w powszechnym rozumieniu najbardziej kojarzy się z Tatrami i Podtatrzem, jest narciarstwo alpejskie. W ostatnich dziesięcioleciach pojawiła się również pokrewna dziedzina – snowboarding. Skupiając się na powszechnym wymiarze tych dyscyplin sportu, trzeba zasygnalizować znaczną dysproporcję pomiędzy potrzebami (wraz z ich realizacją) dotyczącą egzystowania tegoż sportu w tatrzańskich warunkach. Przyjmuje się, że około 4 mln polskich obywateli jeździ na nartach (OBOP...). Przy niewielkich zasobach powierzchniowych w zakresie górskiego krajobrazu w Polsce okazuje się, że Tatry są podstawowym rezerwuarem miejsc, w których można taką formę aktywności fizycznej podejmować.

Na rycinie 1 przedstawiono mapę terenów przeznaczonych do uprawiania narciarstwa alpejskiego/snowboardingu w polskiej części Tatr oraz na Podtatrzu, którego część również znajduje się w obrębie TPN. Jak nie trudno zauważyć, miejsc, które udostępnione

są na wyżej opisanym terenie do narciarstwa alpejskiego/snowboardingu, jest bardzo niewiele. Koncentrują się one w obrębie dwóch walnych dolin, to jest Bystrej oraz Suchoj Wody Gąsienicowej. Ścisłej rzecz ujmując, odnoszą się do masywu Kasprowego Wierchu wraz z podchodzącymi pod ów szczyt dolinami, wśród których można wymienić takie, jak Sucha Stawiańska (błędnie zwana często Kotłem Gąsienicowym), Gąsienicowa, Goryczkowa pod Zakosy, Kondratowa i Olczyńska. W rejonie tej ostatniej nartostrady i trasy narciarskie łączą się z analogicznym systemem usytuowanym na stokach Nosala. Warto zaznaczyć dużą dysproporcję, jaka występuje pomiędzy oboma ośrodkami. Trasy w tym rejonie, charakteryzując się wysokim stopniem trudności, są określane jako czerwone, wyłączając łatwe pole narciarskie usytuowane na pograniczu TPN, u podnóża Nosala (tworzące z wyżej wymienionym ośrodkiem jeden większy obszar) (Tatrzański Park Narodowy...).

Na pozostałym terenie liczba tras narciarskich jest znacznie uboższa. Wyróżnia się pod tym względem jedynie Dolina Chochołowska ze szlakami narciarskimi teoretycznie przeznaczonymi dla narciarzy alpejczy-



---- trasy i szlaki narciarskie, obszar zakreślony poziomymi liniami – arealy narciarskie

Źródło: Tatrzański Park Narodowy, <http://geoportaltpn.pl/walory/> (pobrane 17.02.2016, dok. elektroniczny, www.tpn.pl)

Ryc. 1. Obszary udostępnione do uprawiania narciarstwa na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego

ków (średnia skala trudności) oraz z niewielkim półkiem narciarskim ulokowanym na Polanie Chochołowskiej. Podobną rolę odgrywają stoki położone w rejonie Kalackiego Koryta.

Także odrębną kwestią jest ulokowanie na terenie opisywanego parku narodowego infrastruktury przeznaczonej do uprawiania narciarstwa alpejskiego/snowboardingu. Składać się mogą na nią wyciągi narciarskie, koleje linowe (w tym krześelkowe), systemy sztucznego naśnieżania, ratriki czy pozostałe obiekty towarzyszące (np. budynki kolei). Na rycinie 1 przedstawiono usytuowanie tych obiektów na obszarze TPN.

Z mapy można odczytać nieodłączność infrastruktury i arealów do niej przypisanych – szczególnie w rejonie Kasprowego Wierchu. Kolejom i wyciągom towarzyszą zwykle także budynki stacyjne. Warto również zwrócić uwagę na brak obiektów przeznaczonych do sztucznego śnieżenia stoków. Trzeba też uwypuklić minimalny zasięg infrastruktury w Dolinie Chochołowskiej, zwłaszcza w kontekście istniejących tam specjalnych tras.

Dotychczasowa analiza koncentrowała się na amatorskim wymiarze narciarstwa/snowboardingu. Pokróćce należy też wspomnieć o profesjonalistach. Trzeba tu zaznaczyć, iż mogą oni korzystać jedynie z takiego arealu i takiej infrastruktury, jakie zostały wyżej opisane. Przepisy TPN nie prezentują szczegółowych rozwiązań przeznaczonych dla nich. Co więcej, jeszcze kilkadziesiąt lat temu istniała specjalna, homologowana trasa Międzynarodowej Federacji Narciarskiej (Fédération Internationale de Ski, FIS) na zboczach Kasprowego Wierchu, a na trudnym, północnym stoku Nosala organizowano zawody z cyklu Pucharu Świata. Współcześnie brak w TPN takich miejsc, predestynowanych dla treningu. Dodatkowo obowiązujące przepisy (Ustawa o ochronie przyrody...; Zarządzenie nr 6/2009...) dają TPN prawo do reglamentacji organizowania zawodów na tym terenie – jedynym w Polsce, które ma znamiona alpejskiej rzeźby.

Ponadto powyższe założenia co do uprawiania narciarstwa tyczą się obostrzeń, jakie nakłada park względem gestorów, w postaci wprowadzania decyzji o zamknięciu tras narciarskich/snowboardowych ze względów

przyrodniczych (zwykle ma to miejsce ok. 30 kwietnia, kiedy to fauna tatrzańska kończy okres hibernacji) mimo korzystnych warunków do uprawiania sportów zimowych. Innym przykładem jest ograniczenie możliwości sztucznego śnieżenia, a także presja TPN wywierana m.in. na Polskie Koleje Linowe dotycząca wdrażania polityki środowiskowej (Polskie Koleje Linowe...). Pod tym względem należy wspomnieć negatywne opinie, jakie padały z ust dyrektora TPN na temat propozycji Andrzeja Bachledy dotyczącej rozbudowy ośrodka na stokach Kasprowego Wierchu (Wywiad...) czy infrastruktury sztucznego śnieżenia, które korzystnie wpływałoby na ofertę sportową regionu i wydłużyło sezon narciarski/snowboardowy.

## Kolarstwo

Dyscyplina ta niekoniecznie musi kojarzyć się z Tatrami oraz turystyką i rekreacją z nimi związaną, pomimo to od wielu lat wyróżnia się w miejscowym krajobrazie. Nie ma zbyt długich tradycji, jednak połączenie jednośladow i wysokich gór znane jest co najmniej od wieku – jedni z pierwszych uczestników Wyścigu dookoła Francji musieli zmagać się z pokonywaniem górskich przełęczy (Thompson, 2008). W kwestii profesjonalnych możliwości uprawiania kolarstwa należy uwypuklić wykorzystanie obszaru TPN do imprez kolarzy zawodowców z cyklu Tour de Pologne, wcześniej znanego jako Wyścig dookoła Polski. Podjazdy pod Głodówkę czy Wierch Poroniec mają miejsce jedynie epizodycznie, co zdeterminowane zostało przebiegiem granicy TPN, obejmującego swym zasięgiem jedynie fragmenty asfaltowych szos. W tym zakresie trzeba także wspomnieć o półamatorskiej imprezie pod nazwą „Tatry Tour”, która rokrocznie odbywa się na okrajającej pasmo trasie. Nie można jednak pominąć bardzo istotnego aspektu uprawiania kolarstwa w TPN – wszelkie tego typu imprezy odbywają się wyłącznie na trasach dostępnych do powszechnego ruchu kołowego, a zatem rola TPN jako regulatora, zarządzającego terenem chronionym i cennym przyrodniczo jest stosunkowo niewielka.

Jeśli chodzi o szerszy kontekst – sport powszechny – podobnie, jak to ma miejsce w

wypadku profesjonalistów, każdy użytkownik roweru ma szansę skorzystać z dróg, po których odbywa się także ruch samochodowy. Niemniej użytkownicy jednośladów mają do dyspozycji więcej tras niż zmotoryzowani.

Areał, z którego mogą korzystać rowerzyści, jest relatywnie niewielki. Trasy rowerowe prowadzą dnami dolin, takich jak Chochołowska, Bystrej czy Suchej Wody Gąsienicowej, oraz na północnych rubieżach Tatr. Pozostałe tereny, mimo iż „uzbrojone” zostały w drogi bite lub te, którymi dowożone jest zaopatrzenie, np. do schronisk tatrzańskich, nie są udostępnione (szczególnie dotyczy to asfaltowej szosy do Morskiego Oka). Obiektywnie trzeba również wspomnieć, że poruszanie się po części tych dróg wymaga nierzadko użycia odpowiedniego sprzętu ze względu na podłoże, którym jest bruk. Zatem istnieje pewien rodzaj reglamentacji dostępu do uprawiania kolarstwa w TPN, np. uwarunkowany posiadaniem roweru górskiego, gdyż szosowy mógłby się wiązać ze znacznymi trudnościami w poruszaniu się. Park nie przewiduje wyposażenia dróg jezdnych w bardziej odpowiednią nawierzchnię (Tatrzański Park Narodowy...); za przykład może posłużyć kwestia przeprowadzonego w pierwszej dekadzie tego stulecia remontu Drogi Oswalda Balzera (nawierzchnia bitumiczna czy bardziej proekologiczna, szutrowa) – potencjalnie trasy rowerowej. Konkludując, trzeba więc zaznaczyć pasywność TPN w udostępnianiu parku na potrzeby rowerzystów.

Można jeszcze zwrócić uwagę na dwie istotne sprawy. Pierwsza odnosi się do szlaku rowerowego w Dolinie Chochołowskiej. Na początku tego wieku, przy wzrastającej popularności kolarstwa górskiego, w dolinie i u jej wylotu powstała sieć wypożyczalni sprzętu kolarskiego (niekolidująca z przepisami parkowymi). Drugą sprawą jest to, że kolarze nie mogą korzystać ze ścieżek poza wyszczególnionymi obszarami (w tym ze znakowanych szlaków), aby oddawać się cykloturystycznej pasji. Implikuje to jednocześnie brak perspektywy uprawiania kolarstwa górskiego o bardziej wyczynowym charakterze.

## Biegi narciarskie

Następną z dyscyplin sportu rozważanych w tekście są biegi narciarskie, które w Tatrach mają korzenie w turystyce narciarskiej. W obrębie TPN istnieje niewielki areał miejsc strictly przeznaczonych do narciarstwa biegowego. Szczególną rolę odgrywa tu kompleks zlokalizowany w okolicach ulicy Czecha w Zakopanem i u podnóży Krokwi, który działa pod auspicjami Centralnego Ośrodka Sportu. Fragment tras ma niemal unikalną w polskich warunkach nawierzchnię asfaltową, która pozwala na treningi w letniej odmianie tej dyscypliny, czyli jeździe na nartorolkach.

Trzeba jednak zaznaczyć, że mimo pozornego braku dużej ilości tras biegowych park zaleca również korzystanie z ogólnodostępnych ścieżek turystycznych na potrzeby narciarstwa biegowego – choć nie każdy z tatrzańskich szlaków jest do tego odpowiedni. Najlepszą opcję stanowi oddawanie się biegowej pasji na trasach, które wiodą łagodnie wznoszącymi się dnami dolin, takich jak Chochołowska, Kościeliska czy Białki (dalej Doliną Rybiego Potoku, czyli Droga Oswalda Balzera). Istnieje również popularna wśród amatorów trasa pokrywająca się z Droga pod Regłami, uzupełniona siecią ścieżek w Lesie Białego (obszar ten nie leży już jednak na terenie parku narodowego). Niemniej należy podkreślić brak dodatkowych terenów udostępnionych na terenie TPN dla przedstawianej dyscypliny. Przyczyn tego stanu rzeczy należy się doszukiwać m.in. w paradygmacie, jaki przyświeca organizacji stawiającej cele przyrodnicze przed rynkowymi (spójnymi z popytem na tego typu produkt).

## Skoki narciarskie

Dyscypliną pokrewną powyższej, o podobnej skandynawskiej genezie są skoki narciarskie. W Tatrach ta efektowna dziedzina znalazła swoje miejsce już u progu XX stulecia (Radwańska-Paryska i Paryski, b.d.). Dziś na terenie TPN istnieje tylko jeden kompleks dedykowanych jej obiektów. Skocznie na zboczach Krokwi, z najsłynniejszą w kraju Wielką Krokwią, w zasadzie tylko częściowo znajdują się na terenie parku. Rokrocznie naj-

większa ze skocznia staje się areną międzynarodowych zmagani o Puchar Świata. Latem pokryta igielitem skocznia pozwala na całoroczne treningi licznych od sukcesów Małysza adeptów tej trudnej narciarskiej sztuki. Obiekt wzmocniony jest trybunami dla fanów tej dyscypliny, którzy jako ciekawostkę i atrakcję turystyczną mogą traktować możliwość zwiedzenia obiektu i przejażdżki skonstruowaną do tego celu (jak i dla zawodników) kolejką krzesełkową.

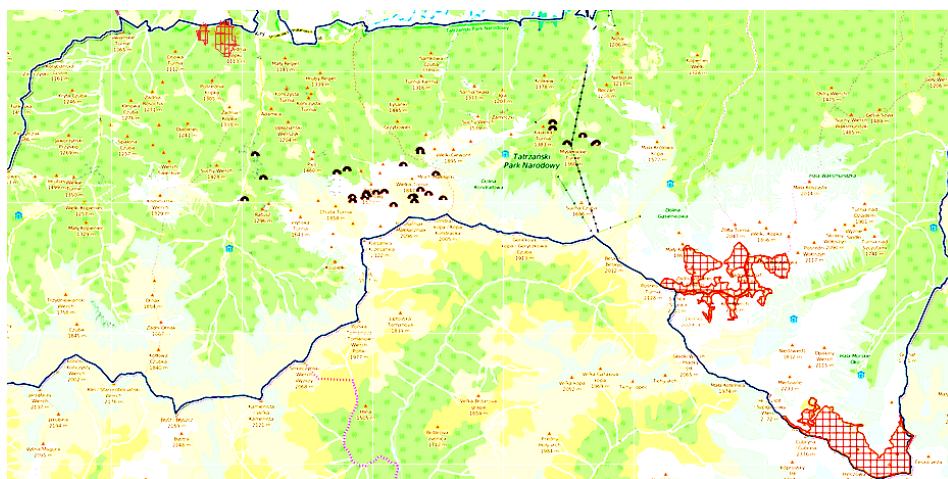
### *Narciarstwo wysokogórskie*

Pod tym pojęciem kryje się dyscyplina, która wywodząc się od narciarstwa klasycznego, była już pokrótce opisana we fragmencie na temat biegania na nartach. Niemniej w górach typu alpejskiego, do jakich bezwzględnie zaliczyć należy Tatry, podlegała ona pewnym modyfikacjom, od początku ubiegłego wieku intensywnym. Obecnie wyróżnia się kilka form, takich jak skialpinizm (podchodzenie częściowo na nartach, częściowo z wykorzystaniem technik alpinistycznych i zjazd eksponowaną trasą), *freeride* oraz turystyka narciarska, oderwana jednak od najtrudniejszych technicznie miejsc.

Powyższe formy aktywności narciarskiej nieobce są TPN. Jednak tylko pierwsza i ostatnia zostały formalnie uregulowane. Narciarze-

-turyści mają do dyspozycji przede wszystkim znakowane ścieżki, w znacznej mierze dostosowane do tego rodzaju ruchu (wyjątek stanowią dwa odcinki szlaków Dolina Sucha Stawiańska-Liliowe oraz Myślenickie Turnie-Kasprowy Wierch, które dostępne są jedynie do podchodzenia). Jednak pośród około 260 km szlaków część – zwłaszcza te położone w Tatrach Wysokich – predestynowane są dla skialpinistów. Tylko posiadając odpowiedni sprzęt wspinaczkowy oraz umiejętności posługiwania się nim, można korzystać z tego typu dobrodziejstw. Ponadto skialpinści mogą – bez legitymowania się specjalnymi uprawnieniami – brać udział w tego rodzaju wycieczkach, które odbywają się na terenie udostępnionym do uprawiania taternictwa powierzchniowego, to jest na odcinku głównej grani tatrzańskiej od Hińczowej Przełęczy po Rysy (wraz z sąsiednimi grzbietami odchodzącymi od tego fragmentu) oraz na grani od Świnicy po masyw Granatów (zob. ryc. 2) (Tatrzański Park Narodowy...).

Trzeba także wziąć pod uwagę rywalizację czysto sportową. Na terytorium TPN wpisują się w nią cykliczne imprezy, takie jak Memoriał Malinowskiego, Memoriał Strzeleckiego czy Zawody im. Oppenheima. Odbywają się one na trasach ogólnodostępnych, są więc zgodne z obowiązującymi przepisami parkowymi.



Źródło: Tatrzański Park Narodowy, <http://geoportal.tpn.pl/walory/> (pobrane 17.02.2016, dok. elektroniczny, www.tpn.pl)

Ryc. 2. Obszary udostępnione do taternictwa powierzchniowego i jaskiniowego w Tatrzańskim Parku Narodowym



Odrębną kwestią jest natomiast *freeride*. Dyscyplina ta stała się popularna zwłaszcza wśród młodszego pokolenia narciarzy. Mimo iż nie jest główną domeną narciarstwa tatrzańskiego, ekstremalne popisy nie zyskały pochlebnej opinii prezentowanego parku narodowego. Teoretycznie *freeride* można praktykować na terenach przeznaczonych do skialpinizmu (wyżej opisanych), ale niejednokrotnie zdarzało się obserwować nielegalne zjazdy po trasach do tego nieprzeznaczonych. Wydaje się, że problem ten może narastać, zwłaszcza przy napływie trendów z zachodniej części kontynentu. Jednak ze względu na zagrożenie, jakie wiąże się z uprawianiem tej dyscypliny, stwarzane także wobec przyrody, prawdopodobnie nie znajdzie ona uznania ze strony parku (Wywiad...).

### Taternictwo

Taternictwo trzeba podzielić na wstępnie na powierzchniowe i podziemne (speleologię). Szczególnie to pierwsze zapisało się złotymi zgłoskami w dziejach „podboju” Tatr przez człowieka, a wejście na Mnicha na przełomie lat 70. i 80. XIX w. symbolicznie wskazuje moment przyjęcia przez polskie taternictwo sportowej formy (Radwańska-Paryska i Paryski, b.d.).

Przepisy TPN wskazują konkretne miejsca, po których wspinacze mogą się poruszać. Istnieje kilka rejonów, na których mogą oni podejmować próby pokonywania zwykle niemal pionowych urwisk. Są to: (1) odcinek grani od Świnickiej Przełęczy po Świnicę (północne stoki) i dalej od Świnicy po Skrajny Granat po obu stronach grani (włączając niewielkie połacie skalne na południowych stokach masywu Świnicy, poniżej czerwono znakowanego szlaku z tego szczytu na Zawrat) oraz zachodnie stoki zwornikujące w Skrajnym Granacie (po Żółtej Przełęczy) oraz południowe (aż po Krzyżne); (2) północne stoki głównej grani tatrzańskiej od Hińczowej Przełęczy po Rysy i dalej na północ po Białczańską Przełęczy (stoki zachodnie) wraz z odchodzącymi od niej grzbietami; (3) Żleb Jaroniec; (4) „brama skalna” u wylotu Doliny Lejowej (Tatrzański Park Narodowy...). Na rycinie 2 pokazano umiejscowienie tych obszarów (obszary zakratkowane + sygnatury jaskiń).

Należy zaznaczyć, że teren ten jest przeznaczony stricte do wspinania się. Potrzeba jednak dostać się jeszcze uprzednio pod ścianę oraz ewentualnie się z niej wycofać, co wedle przepisów parkowych winno się odbywać najkrótszą możliwą drogą. Inny, bardziej formalny warunek stanowi wpisanie się do specjalnej książki wyjść taternickich, co jest zeterminowane względami bezpieczeństwa (Tatrzański Park Narodowy...).

Taternictwo jaskiniowe objęte jest jeszcze większymi restrykcjami, gdyż od adepta tej sztuki wymaga się uzyskania specjalnych uprawnień, wpisu do księgi wyjść i otrzymania zgody parku na eksplorację danej jaskini. Dodatkowo TPN ogłasza specjalną listę dostępnych jaskiń, wraz z okresami ich użytkowania (Zarządzenie nr 6/2012...). Istnieje zatem wiele takich obiektów geologicznych, które nie są udostępnione do uprawiania prezentowanej dyscypliny.

### Pozostałe dyscypliny

Pod tym ogólnym hasłem kryje się szerokie spektrum dziedzin. Trzeba wspomnieć o bardzo popularnej, choć młodej dyscyplinie, jaką są biegi górskie. Zyskujące coraz większą popularność bieganie (lekkoatletyka) potrafiło wykształcić swoją trudniejszą i niejako ekstremalną formę, także w Tatrach. Biegi te mają wymiar masowy i mogą być praktykowane na obszarach przeznaczonych dla powszechnego ruchu.

Co do pozostałych dyscyplin, trudno dostrzec inne poważnie traktowane przez TPN. Regulamin parku nie obejmuje jednak konkretnych obostrzeń w tym zakresie. Szczególnie należy tu wypunktować braki w udostępnieniu terenów dla dyscyplin wodnych. Paradoksalnie w Tatrach istnieje spora liczba akwenów, które można by zaadaptować w tym kontekście, niemniej reguły parkowe uniemożliwiają korzystanie z tego rodzaju aktywności.

Wymagania formalne dotyczące imprez sportowych na terenie TPN

TPN, jako gestor pewnego terenu posiadającego unikalne w polskiej skali cechy przyrodnicze, nie tworzy specjalnych reguł wy-

różniających praktykowanie sportu w formie profesjonalnej czy amatorskiej. Nie zmienia to faktu, że przeprowadzanie zawodów sportowych zostało potraktowane w dokumentach TPN osobno (Zarządzenie nr 1/2016...). Organizator musi uprzednio dokonać opłaty na rzecz parku, a także zadbać o bezpieczeństwo uczestników rywalizacji w niezadko trudnym i niebezpiecznym terenie. Poza tym istnieje konieczność dostosowania do wspomnianej rejonizacji dostępności obszaru naturalnego dla konkretnej dziedziny sportu oraz zachowania elementarnych zasad ochrony przyrody (wyszczególnionych w opisie TPN).

#### Regulacje TPN w dziedzinie sportu w kontekście usług i produktów sportowych

Powyższe przesłanki, oparte w znacznej mierze na regulaminach dostępności omawianego parku narodowego, jak też naturalne predyspozycje terenu do organizacji sportu, wpływają niepoślednio na strukturę produktową w kontekście rynku sportowego. Zasady TPN dotyczące korzystania jedynie z wyznaczonych i ograniczonych areałów narciarskich, szlaków turystyki narciarskiej, które pokrywają się z trasami stricte turystycznymi, niemożności uprawiania wspinaczki wysokogórskiej poza wąskimi terenami – mają wspólny mianownik w postaci proekologicznego paradygmatu. Czynniki współgrające z ideą zrównoważonego rozwoju (rozumianą jako zachowanie dla kolejnych pokoleń tego samego zakresu dóbr, dzięki którym owe pokolenia będą mogły w identyczny sposób zaspokajać swoje potrzeby) sprawiają, że istnieją pewne ograniczenia co do rozwoju i ekspansji w tym obszarze. Szczególnie piętno odciska się na inwestorach, którzy pragnęliby rozszerzyć kwestie dotyczące podaży (tyczy się to zwłaszcza potencjalnie funkcjonującej infrastruktury, której realizacja blokowana jest przez ograniczenia areału, jak również czynniki przyrodnicze sygnowane przez prezentowaną instytucję).

Mimo że realizowane są założenia teoretyczne (wyszczególnione w części teoretycznej) w zakresie samej idei produktu sportowego (szczególnie w sferze rdzenia) (Sznajder, 2015), należy zauważyć, że istotnym czyn-

nikiem oddziałującym na stan produktu rzeczywistego są ograniczenia, jakie stawia TPN kontrahentom na rynku usług sportowych. Otoczenie instytucjonalne silnie wpływa na próby rozszerzania oferty, poprzez blokowanie inwestycji (czego dowodem jest fakt, od kilkudziesięciu lat przeprowadzono jedynie modernizację części infrastruktury, np. kolei na Kasprowy Wierch, bez kolejnych inwestycji), przy prężnym rozwoju ośrodków alpejskich) oraz dążenie do kanalizacji ruchu sportowców i turystów w TPN (strona podażowa). Przekłada się to na stronę popytową (np. preferencje narciarzy co do destynacji), ale również pośrednio na zachowania potencjalnych klientów (Skawiński, 2010). Przechodząc do podmiotu marketingu, stwierdzić należy, że użytkownicy nie zaspokajają w ten sposób swych potrzeb. Skutkować to może poszerzeniem się substytutów na innych geograficznie obszarach, które nie podlegają tego rodzaju restrykcjom, a są wyposażone w podobną infrastrukturę. W ten sposób konsument dóbr, kształtując swe zachowanie, przenosi zainteresowanie na inne obiekty. Fakt ten stymuluje również do dalszego rozważenia kwestii komercjalizacji takich produktów/usług i gotowości do konkurencyjności (w kontekście turystyki, roli edukacyjnej oraz promowania naturalnego dziedzictwa – które jest jednym z podstawowych założeń funkcjonowania parku narodowego) przez opisywany podmiot. Tymczasem proponowane coraz to nowe inwestycje są negatywnie opiniowane przez park, za czym stoją przesłanki proekologiczne (Wywiad... ). Ogranicza to tworzenie kolejnych obiektów przez potencjalnych inwestorów czy wykorzystywanie naturalnych zasobów przez sportowców. Obniżona zostaje jakość usług, które łącząc się z konkretnymi propozycjami/pakiętami, nie mogą uwypuklić swych walorów (marnotrawstwo potencjału, ograniczenia w modernizacji itp.). Przez to zmienia się poziom pozytywnej recepcji danego dobra przez jego użytkownika.

#### DYSKUSJA

Pomimo opisanych wyżej niedogodności nadal istnieje popyt na dotychczasowy wa-

chlarz oferty rekreacyjnej i sportowej polskich Tatr (por. Skawiński, 2010) ze strony konsumentów. Rodzi się tu zatem pole do dalszych rozważań – czy poważnie traktować ideę zrównoważonego rozwoju czy skupić się słowach Stwórcy: „czyńcie sobie ziemię poddaną” (*Pismo Święte...*, 2004, s. 26–27)? Refleksja nad tym dylematem wciąż może być dyskutowana i zawierać merytoryczne argumenty obu stron. Nie można jednak odrzucić podstawowego wniosku płynącego z powyższej analizy, iż czynniki regulujące wpływają na stan usług i produktów w sporcie w polskich Tatrach. Ponadto istnieje dość szerokie spektrum innych czynników, które potencjalnie oddziałują na stan usług i produktów sportowych na terytorium TPN. Odnaleźć można wśród nich klimat, globalną koniunkturę/dekoniunkturę w sektorze turystyki czy subiektywne preferencje konkretnej jednostki. Wysłunięte w poprzednim podrozdziale wnioski nie są bezwzględnie i jedynym bodźcem stymulującym do rozwoju produktów sportowych w TPN. Pokazują jednak, że – w świetle dotychczasowych badań – trzeba również brać pod uwagę wpływ popytu na tego typu dobra i racje przyrodnicze. Dysfunkcjonalność sportu i turystyki jako źródło antropopresji jest tematem dyskusji na polu ekonomicznym, ale głównie dylematem nauk przyrodniczych. Opisywane przesłanki środowiskowe stoją w opozycji wobec podejścia gospodarczego, trudno zatem jednoznacznie odnieść się do prezentowanej kwestii. Niemniej jednak można do jej naświetlenia zastosować przeniesioną na grunt tatrzański ideę zrównoważonego rozwoju, który gwarantuje kolejnym pokoleniom zaspokajanie identycznych potrzeb (Ustawa Prawo ochrony środowiska...). Jest to rozwiązanie klarowne dla obu stron pomimo niemożności pełnego wykorzystania potencjału. Nie prowadzi przy tym do pełnej blokady, gdyż uwzględnia również obecną generację (w tym wypadku klientów korzystających z produktów sportowych).

Refleksję nad wynikami można również rozszerzyć o wysunięcie stosownych postulatów uwzględniających rynek i interesariuszy. W oparciu o literaturę – teorię oraz dotychczasową praktykę marketingową – należy stwierdzić, iż istnieją możliwości rozszerzenia obecności produktów i usług na lo-

kalnym rynku, spajane przez popyt na sport. Zwracając uwagę na szerokość ujęć produktów sportowych (Sznajder, 2015) i łatwość ich adaptacji w kontekście zastanych zasobów, możliwość ich kreacji jest dość prosta. Naturalne dobra, jakie występują w środowisku TPN już w momencie otwarcia i udostępnienia, stać się mogą nie tylko destynacją, ale również obiektem zainteresowania bez większej ingerencji człowieka. Jest to zarazem produkt, który może być oferowany nawet przez niekomercyjną organizację, jaką stanowi park narodowy. Nie stoi to w opozycji do kluczowej dla organizacji ochrony przyrody idei zrównoważonego rozwoju (ograniczona ingerencja człowieka). Ponadto świadomość użytkowników co do kwestii przyrodniczych jest na tyle znacząca (TNS, 2014), że gwarantuje zachowanie naturalnego dziedzictwa. Sprawa dziewiczości przyrody to również atut sam w sobie (np. dla amatorów *freeride*). Inny aspekt potencjału rynkowego obszaru TPN ogniskuje się w szerokim zapleczu produktu poszerzonego, który udostępniono bez większych ograniczeń w otulinie parku (infrastruktura hotelowa i gastronomiczna, suweniry itd.). Tak ukierunkowane odejście od rdzenia produktu pozwala na częściowe spełnienie oczekiwań interesariuszy/użytkowników.

Spoglądając na podejmowane zagadnienie z jeszcze innej perspektywy, można abstrahować od jedynie dysfunkcjonalnego wymiaru działalności TPN. Przyjmując przesłanki dotyczące znacznej antropopresji na obszarze polskich Tatr, park mógłby całkiem zaniechać ingerencji człowieka w środowisko. Przełożyłoby się to na zupełne ograniczenie możliwości uprawiania sportu w prezentowanej lokalizacji. Zatem nie powinno się utożsamiać tej instytucji ochrony przyrody z rolą wyłącznie „hamulcowego”, czego przykładem są metody ochrony czynnej (np. usuwanie niebezpiecznych dla ludzi drzew grożących zawaleniem), która sprzyja aktywnym konsumentom produktów sportowych.

## WNIOSKI

1. Sport funkcjonujący na terenie TPN ma bogate tradycje, które przekładają się na in-

frastruktury i tworzenie specjalnych prawideł, które regulują jej działanie.

2. Występujące w TPN możliwości, obiekty oraz usługi, które dotyczą sportu, można potraktować w kategoriach produktu.

3. Szerokie spektrum rozwoju produktu sportowego w TPN nie jest w pełni wykorzystane. Ilustruje to m.in. kanalizacja ruchu oraz kolizja z celami interesariuszy w postaci inwestorów.

4. Przyczyn ograniczenia potencjału rozwojowego doszukiwać się można w regułach ochronnych prezentowanych przez TPN, które blokują ekspansję i udostępnienie zasobów dla produktów i usług sportowych. Istnieje więc związek pomiędzy regulacjami TPN a strukturą sportu w opisywanej lokalizacji.

5. Przy szerokim zainteresowaniu ze strony konsumentów oraz pozostałych interesariuszy można stwierdzić, że popyt oraz podaż produktów i usług sportowych na obszarze polskich Tatr są ograniczane. Skutkuje to niepełnym zaspokojeniem potrzeb ich użytkowników oraz oddziałuje na ich zachowanie. Jednocześnie pojawia się związek między wspomnianymi klientami oraz regulacjami przyrodniczymi TPN.

6. Czynniki proekologiczne odzwierciedlone w przedstawianych regułach gospodarowania w TPN nie są jedynym czynnikiem, który kształtuje obraz rynku sportowego w południowej części Podhala.

7. Istnieją sposoby, takie jak wykorzystanie otuliny parku (która posiada znaczący potencjał produktowy umożliwiający zachowanie równowagi pomiędzy popytem a podażą) czy rozszerzenie areałów dostępnych do uprawiania konkretnych dyscyplin sportu, które nie stoją w opozycji z celami instytucji ochrony przyrody, a mogą dodatnio wpływać na kształtowanie się rynku produktów i usług w sporcie oraz postaw konsumentów.

## BIBLIOGRAFIA

Berger, B., Ulfik, A., Halemba, P. (2011). Rola marketingu sportowego w kreowaniu wizerunku sportowca poprzez media. W: P. Halemba (red.), *Zarządzanie w wybranych obszarach sportu, turystyki i rekreacji* (s. 115–139). Katowice: AWF.

- Bernacki, E. (b.d.). *Marketing sportowy – definicja, rodzaje, przykłady*. Pobrano z: <http://www.alterweb.pl> [dostęp: 12.05.2016].
- Chwaściński, B. (1988). *Z dziejów taternictwa o górach i ludziach*. Warszawa: SiT.
- Derek, M., Kowalczyk, A. (2010). *Zagospodarowanie turystyczne*. Warszawa: WN PWN.
- Dobrzańska, B. (2005). Obszary przyrodniczo cenne. W: B. Poskrobko (red.), *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych* (s. 9–24). Białystok: PRY.
- Jagiello, M. (2007). Początki taternictwa – swoista sublimacja natury i kultury. *Zeszyty Dydaktyczno-Naukowe WSHGiT*, 1, 19–41.
- Kesler, J. (1979). Man created ads in sport's own image. *Advertising Age*, 27.08.1979, 5–10.
- Naumowicz, K. (1990). *Turystyka. Zagadnienia teoretyczne*. Szczecin: US.
- Nierzwicki, W. (2006). *Zarządzanie środowiskowe*. Warszawa: PWE.
- Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu* (2004). Poznań: Księgarnia Świętego Wojciecha.
- Polskie Koleje Linowe, <http://www.pkl.pl> [dostęp: 19.07.2016].
- OBOP TNS (b.d.). *Raport. Turystyka zimowa*. Pobrano z: <http://www.wiadomosciturystyczne.pl> [dostęp: 01.08.2016].
- Radwańska-Paryska, Z., Paryski, H. (b.d.). *Wielka encyklopedia tatrzańska*. Pobrano z: [http://z-ne.pl/s,menu,1243,encyklopedia\\_tatr.html](http://z-ne.pl/s,menu,1243,encyklopedia_tatr.html) [dostęp: 19.04.2016].
- Sawińska, A. (2013). Produkt jako instrument marketingu w turystyce i rekreacji. W: A. Panasiuk (red.), *Marketing w turystyce i rekreacji* (s. 97–117). Warszawa: WN PWN.
- Seweryn, R. (2008). *Zastosowanie marketingu mix na rynku turystycznym*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Skawiński, P. (2010). Zarządzanie ruchem turystycznym w Tatrzańskim Parku Narodowym. *Folia Turistica*, 22, 25–34.
- Svoboda, M. (2012). Marketing of sport is not only about sportsground equipment and facilities, but mainly about people. W: E. Wiśniewski (red.), *Marketing sportowy wyzwaniem dla miast i regionów* (s. 73–77). Kołobrzeg – Łódź: Społeczna Akademia Nauk.
- Sznajder, A. (2015). *Marketing sportu*. Warszawa: PWE.
- Tatrzański Park Narodowy, <http://tpn.pl> [dostęp: 17.02.2016].
- Thompson, C. (2008). *Tour de France: a cultural history*. Oakland: University Press of California.
- TNS (2014). *Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski*. Warszawa: Ministerstwo Środowiska.
- Ustawa o ochronie przyrody (Dz. U. 2004 nr 92 poz. 880).



Ustawa Prawo ochrony środowiska (Dz. U. 2016 poz. 672).

Wywiad z dyr. TPN o narciarstwie w Tatrach. Po-  
brano z: <http://www.powder.pl> [dostęp:  
30.07.2016].

Zarządzenie nr 1/2016 dyrektora Tatrzańskiego  
Parku Narodowego z dnia 4 stycznia 2016 r.  
w sprawie opłat za udostępnianie Tatrzańskiego  
Parku Narodowego.

Zarządzenie nr 6/2009 dyrektora Tatrzańskiego  
Parku Narodowego z dnia 22 maja 2009 r.  
w sprawie ruchu pieszego, rowerowego oraz  
uprawiania narciarstwa na terenie Tatrzań-  
skiego Parku Narodowego.

Zarządzenie nr 6/2012 dyrektora Tatrzańskiego  
Parku Narodowego z dnia 4 maja 2012 r. w  
sprawie uprawiania taternictwa jaskiniowego  
na terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego.

#### Abstract

The consumers of sports products and services in the context  
of sport-related regulations in the Tatra National Park

**Background.** Nowadays, human activity in economy (including sports marketing) must be confronted with environment protection. The aim of the research was to present one of the conditions (regulations) for practicing selected sports disciplines and supplying related services in the Tatra National Park, a factor potentially influencing the development of sports products and services in this area. **Material and methods.** In the paper, data provided by the Tatra National Park were used, as well as direct observation. Results. The research proved that some restrictions had an impact on the presence of sportspeople in the Polish part of the Tatra Mountains. These translate mainly into controlling the traffic and limiting the availability of resources. They also influence sports infrastructure and, as a consequence, the consumers' behaviour. **Conclusions.** Factors regulating tourist and sports activities in the Tatra National Park affect the supply of goods in the sports market.

**Key words:** consumer, sports product, regulation, the Tatra National Park, availability

Praca wpłynęła do Redakcji: 02.02.2017

Po recenzji: 08.03.2017

Zaakceptowano do druku: 15.03.2017

*Adres do korespondencji:*

Cezary Białkowski

Wydział Zarządzania

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ul. Rakowicka 27

31-510 Kraków

e-mail: [bialkowskicz@gmail.com](mailto:bialkowskicz@gmail.com)

*Jak cytować:*

Białkowski, C. (2017). Użytkownicy produktów i usług sportowych a regulacje dotyczące sportu w Tatrzańskim Parku Narodowym. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 56, 52–64.