

Marzena Wanagos

Akademia Morska w Gdyni

KASZUBSKIE FORUM GOSPODARCZE JAKO PRZYKŁAD WSPÓLNYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH SAMORZĄDU GOSPODARCZEGO I TERYTORIALNEGO

Streszczenie: Promocja obszaru wymaga działań zespołowych, które powinny być realizowane wspólnie przez podmioty sfery publicznej, jak i gospodarczej – np. samorządy, instytucje kultury, organizacje społeczne i gospodarcze oraz przedsiębiorców. Działania promocyjne na rzecz regionu wymagają systematyczności i cykliczności oraz integracji sił lokalnej społeczności. Kaszubskie Forum Gospodarcze jest doskonałym przykładem współpracy samorządu gospodarczego i samorządu terytorialnego w zakresie działań promocyjnych.

Słowa kluczowe: promocja, samorząd gospodarczy, samorząd terytorialny.

1. Wstęp

Promocja obejmuje wszelkie działania, których celem jest szeroko pojęta prezentacja produktu. Region Kaszub to przykład produktu w ujęciu terytorialnym, a jednym z głównych jego kierunków rozwoju gospodarczego jest turystyka.

Kaszuby – to termin, który określa zarówno ziemię, jak i zamieszkujący ją lud, mający własną historię, której początki związane są z zachodniopomorską dynastią książęcą. Po raz pierwszy nazwa Cassubia pojawia się w dokumencie z 1238 r. [Trojanowska 1994, s. 7]. Kaszuby to połączenie historii i tradycji oraz piękna przyrody. Pierwsze zetknięcie się z krajobrazem Kaszub wywołuje na przyjeźdźnych duże wrażenie. Trudno sobie bowiem wyobrazić, że na północy Polski, na obszarze nizinnym, można spotkać tak urozmaicony krajobraz. Deniwelacje terenu dochodzą tutaj do 200-250 metrów, co jest charakterystyczne dla obszarów podgórszych, a lesistość dochodzi do 60% [Borzyszkowski, Albrecht 2000, s. 119].

Region Kaszub obejmuje 9 powiatów województwa pomorskiego: bytowski, chojnicki, człuchowski, kartuski, kościerski, lęborski, pucki, słupski i wejherowski – cztery ostatnie w większej części mają charakter nadmorski. Kaszuby to obszar bogaty krajobrazowo, odrębny kulturowo (zwyczaje, język), czysty ekologicznie. Na Kaszubach rozwinęły się liczne aktywności człowieka, głównie związane z gospodarką turystyczną.

Zakres przestrzenny niniejszego opracowania ogranicza się do Kaszub Jeziornych – powiaty: bytowski, chojnicki, człuchowski, kartuski i kościerski. Jest to obszar o wybitnych walorach turystycznych, na terenie którego podmioty związane z turystyką mają szczególne znaczenie. Skupiają się w regionalnych izbach i stowarzyszeniach, podejmując liczne przedsięwzięcia o charakterze promocyjnym.

Promocja regionu, zwłaszcza tak atrakcyjnego, wymaga działań zespołowych, które powinny być realizowane wspólnie przez podmioty sfery publicznej, jak i gospodarczej, a w tym samorządy, instytucje kultury, organizacje społeczne i gospodarcze oraz przedsiębiorców. Promocja obszaru wynikająca z przemyślanej wizji działań cyklicznych opartych na wspólnych celach wielu podmiotów przynosi znacznie większe efekty. Integracja lokalnej społeczności (zarówno w aspekcie społecznym, jak i gospodarczym) podnosi atrakcyjność obszaru, pozwala na budowanie wspólnych ofert i podejmowanie działań promocyjnych, które mają o wiele trwalszy i większy zasięg oddziaływania. Przykładem pozytywnego wspólnego działania samorządu gospodarczego i samorządu terytorialnego jest niewątpliwie Kaszubskie Forum Gospodarcze.

Celem opracowania jest pokazanie pozytywnego przykładu współpracy samorządu gospodarczego z samorządem terytorialnym na rzecz aktywizacji gospodarczej regionu. Kaszubskie Forum Gospodarcze jest przedsięwzięciem obejmującym cały szereg działań promocyjnych, a u podstaw idei jego funkcjonowania leży porozumienie podmiotów sfery komercyjnej i publicznej.

W pracy, oprócz analizy teoretycznej zagadnienia współpracy samorządu gospodarczego i terytorialnego, zaprezentowano przykład tej współpracy oraz podjęto próbę jej oceny metodą ankiety.

2. Współpraca samorządu gospodarczego i samorządu terytorialnego a promocja obszaru

Na konkretnej przestrzeni geograficznej koncentruje się wiele podmiotów, które mają różny charakter funkcjonowania i różne cele. Umiejętność współpracy tych podmiotów sprzyja podnoszeniu atrakcyjności obszaru i kreowaniu pozytywnego wizerunku.

W rozumieniu marketingu terytorialnego region/miejscowość stanowi megaprodukt [Szromnik 2007, s. 115-116], na który składa się wiele produktów, oferowanych przez różne podmioty i wynikające ze swoistych cech obszaru. Dlatego w regionach mamy do czynienia z wieloma formami współpracy osób, instytucji, organizacji. Dzięki tej współpracy często powstają nowe produkty, a siła ich oddziaływania na otoczenie jest znacznie większa.

Jedną z form współpracy są organizacje pozarządowe, wchodzące w skład tzw. trzeciego sektora, którym powszechnie określa się wszystkie formy działań społecznych mieszczące się między państwem (pierwszy sektor) a rynkiem (drugi sektor).

Są to różne formy związków, tworzonych w sposób sztuczny grup docelowych, które cechują się dobrowolnością tworzenia i działania, niedochodowością, niezależnością od państwa, działaniem na rzecz wspólnego dobra oraz posiadaniem formalnego statutu [Świątczak i in. 2002, s. 5].

Bardzo ważną cechą organizacji pozarządowych jest to, że działają na rzecz wspólnego dobra, rozumianego jako dobro członków organizacji, grupy społecznej, wspólnoty sąsiedzkiej czy terytorialnej (np. gminy), albo rozumianego szeroko jako dobro całego społeczeństwa.

Podstawę działalności organizacji pozarządowych określa w Polsce Konstytucja, w której w art. 12 zapewnia się wolność tworzenia i działania m.in. stowarzyszeń, ruchów obywatelskich i innych dobrowolnych zrzeszeń i fundacji. Natomiast z punktu widzenia relacji z sektorem publicznym w preambule Konstytucji znajduje się zapis: „ustanawiamy Konstytucję Rzeczypospolitej Polskiej jako prawa podstawowe dla państwa oparte na poszanowaniu wolności i sprawiedliwości, współdziałaniu władz, dialogu społecznego oraz na zasadzie pomocniczości, umacniającej uprawnienia obywateli i ich wspólnot” [Konstytucja RP].

Prawo zrzeszania się podmiotów gospodarczych będących osobami fizycznymi i prawnymi w izbach gospodarczych reguluje ustawa z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych. Zgodnie z art. 2 tejże ustawy izba gospodarcza jest organizacją samorządu gospodarczego, reprezentującego interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów w zakresie ich działalności wytwórczej, handlowej, budowlanej lub usługowej, szczególnie wobec organów państwowych [Świątczak i in. 2002, s. 5]. Do założenia izby potrzeba współdziałania co najmniej 50 podmiotów gospodarczych z obszaru jednego województwa lub co najmniej 100 podmiotów, gdy jej członkowie są z więcej niż jednego województwa.

Skupienie w jednej organizacji wielu podmiotów reprezentujących różny zakres wytwórczy i usługowy sprzyja wielu wspólnym inicjatywom i wzmacnia region. Kaszubska Izba Gospodarcza (KIG) jest przykładem izby o charakterze regionalnym, została utworzona w 1995 r. z inicjatywy kościerskich przedsiębiorców. Od 1998 r. jest głównym inicjatorem i organizatorem Kaszubskiego Forum Gospodarczego.

Samorząd terytorialny w swoich prawnych i funkcjonalnych założeniach działa na rzecz rozwoju gospodarczego i podnoszenia poziomu życia mieszkańców. Władze samorządowe wspierają inicjatywy mieszkańców oraz same inicjują działania prorozwojowe (por. [Ustawa o samorządzie gminnym...; Ustawa o samorządzie powiatowym...; Ustawa o samorządzie wojewódzkim]).

Promocja regionu może być wspólnym narzędziem realizującym cele zarówno samorządu gospodarczego, jak i samorządu terytorialnego. Promocja (z łac. *promotio, promovere*) oznacza poparcie, szerzenie, posuwanie naprzód. Jest marketingowym oddziaływaniem na klientów i potencjalnych nabywców, polegającym na poinformowaniu, zachęceniu, przypominaniu, a także budowaniu świadomości. Klientami w regionie są zarówno przyjeżdżający turyści, kontrahenci, inwestorzy, jak i sami mieszkańcy.

Obecnie obserwuje się silną integrację władz i organizacji regionalnych w zakresie działań promocyjnych. Rozszerza się zjawisko wpierania usług lokalnych poprzez bezpośrednie wpieranie promocji. Jednocześnie samorządy poszukują narzędzi dopingujących przedsiębiorców do podnoszenia jakości swoich produktów, a w tym usług [Gordon 2003, s. 23]. Idea organizacji w Kościerzynie imprezy o charakterze promującym i integrującym region wpisuje się w podstawy funkcjonowania zarówno izby gospodarczej, jak i samorządu terytorialnego.

Samorząd gospodarczy i samorząd terytorialny, podejmując wspólne działania promocyjne, zakładają, że wzmocnią siłę przekazu i komunikacji na zewnątrz regionu, a poprzez przepływ wiedzy i doświadczenia osób reprezentujących różne podmioty i różne interesy w regionie zintensyfikują promocję wewnętrzną. Łącząc środki finansowe, zakładają zwiększenie efektywności działań.

3. Istota i znaczenie Kaszubskiego Forum Gospodarczego

Kaszubskie Forum Gospodarcze (KFG) jest imprezą o charakterze targowym, odbywającą się w Kościerzynie każdego roku w dniach 1 i 2 maja. Podstawowym celem Forum jest promocja podmiotów gospodarczych – a wśród nich małych rodzinnych firm, jak i dużych przedsiębiorstw o bardzo zróżnicowanym profilu branżowym. Kaszubskie Forum Gospodarcze jest przedsięwzięciem o charakterze regionalnym i stanowi doskonały przykład ścisłej współpracy samorządu gospodarczego (Kaszubskiej Izby Gospodarczej) i samorządu terytorialnego (powiatu kościerskiego i miasta Kościerzyna). Bardzo istotna jest też współpraca i zaangażowanie samorządów powiatowych i gminnych z Kartuz, Bytowa, Chojnic i Człuchowa, co integruje cały region Kaszub Południowych (Jeziornych). Miejszem realizacji Kaszubskiego Forum Gospodarczego jest Kościerzyna, miasto powiatowe, położone w województwie pomorskim.

Działania promocyjne KFG mieszczą się w zakresie polityki regionalnej. Polityka regionalna może być prowadzona zarówno przez władze centralne (tzw. polityka interregionalna), jak i władze regionalne (tzw. polityka intraregionalna). Celem polityki regionalnej jest optymalne wykorzystanie zasobów regionu do kształtowania trwałego wzrostu gospodarczego oraz podniesienia ich konkurencyjności [Butowski, Wątorska-Dec, Zukowski 2002, s. 9-10]. W takim ujęciu polityki regionalnej założenia organizatorów Kaszubskiego Forum Gospodarczego doskonale wpisują się w ideę rozwoju regionu, podnosząc jego konkurencyjność.

KFG służy realizacji zadań statutowych Kaszubskiej Izby Gospodarczej – w ideę działalności tej Izby wpisuje się organizacja targów przedsiębiorczości oraz panelu szkoleniowego. Celem Kaszubskiego Forum Gospodarczego jest wspieranie lokalnej przedsiębiorczości poprzez stworzenie lokalnym i ponadregionalnym przedsiębiorstwom możliwości prezentacji i sprzedaży swoich produktów, wymiany doświadczeń i integracji, nawiązania nowych kontaktów, pozyskania wiedzy poprzez udział

w szkoleniach i seminariach. Jedną z ważnych funkcji, którą od kilku lat pełni KFG, jest przygotowanie społeczności Kaszub do wyzwań, jakie niesie ze sobą proces integracji Polski z Unią Europejską. Forum służy też utrwalaniu postaw społeczeństwa obywatelskiego jako jednego z kluczowych elementów demokracji.

Promocja potencjału gospodarczego Kaszub oraz wspieranie przedsiębiorczości lokalnej realizowana jest podczas Forum poprzez:

- promocję podmiotów gospodarczych,
- wymianę doświadczeń i informacji z innymi podmiotami.

Głównymi narzędziami promocji wykorzystywanymi podczas Forum są:

- szeroko rozumiany PR i przekaz medialny o odbywającej się imprezie – wykraczający poza obszar Kaszub. Dziennikarze przyjeżdżają z całej Polski, aby zdobywać informacje o Kaszubach;
- reklama w mediach, prasie, w postaci ulotek i nośników elektronicznych dotycząca Forum, ale także konkretnych ofert regionu;
- kontakty osobiste i bezpośrednia wymiana informacji o ofertach między potencjalnymi kontrahentami, a także podejmowanie inicjatyw sieciowych produktów regionu;
- liczne pamiatki, tworzone specjalnie na tę okazję przez lokalnych rzemieślników i przedsiębiorców w celu popularyzacji idei Forum oraz własnej działalności.

W czasie Forum realizowane są konferencje, seminarium, imprezy piknikowe i kulturalne. Towarzyszy temu stała ekspozycja o charakterze targowym lokalnych przedsiębiorców, rzemieślników, właścicieli kwater (w tym agroturystycznych), samorządów i organizacji społecznych.

Organizatorzy KFG, określając myśl przewodnią każdej z kolejnych edycji, mają zawsze na celu położenie akcentu na problem znaczący dla promocji i rozwoju regionu. Szkolenia i seminaria wiążą się z tematem przewodnim Forum. Przykładowo V KFG (2002 rok) miało na celu popularyzację idei wspólnego działania na rzecz lokalnej przedsiębiorczości i odbywało się pod hasłem „Razem możemy więcej”. W VI edycji (2003 rok) przyjęto hasło przewodnie „Ekologiczne Kaszuby”. Natomiast w VII edycji (2004 rok) – w roku przystąpienia Polski do UE – hasło brzmiało „Przedsiębiorczość w zjednoczonej Europie – budowanie społeczeństwa obywatelskiego”. W edycji VIII przyjęto hasło: „Promocja regionu – przegląd atrakcji turystycznych”, mając na względzie to, że turystyka jest głównym zajęciem mieszkańców Kaszub. Każda edycja niesie ze sobą ideę współpracy, współdziałania, postaw obywatelskich i podkreśla wartości środowiska – w ujęciu przyrodniczym i kulturowym.

Forum przyciąga dwie grupy beneficjentów: bezpośrednich i pośrednich. Wśród bezpośrednich można wyliczyć: przedsiębiorców, pracobiorców (pracownicy, ale również często osoby poszukujące pracy), samorządy lokalne, ale również przedstawicieli samorządu wojewódzkiego, przedstawicieli organizacji społecznych i instytucji kultury. Pośrednio uczestnikami Forum są sami organizatorzy (w tym samorząd gospodarczy i wybrane jednostki samorządu terytorialnego).

W ostatnich latach obserwuje się silną ingerencję władz i organizacji lokalnych w promocję obszarów. Rozszerza się zjawisko wspierania usług lokalnych poprzez bezpośrednie wspieranie promocji przez samorządy. Jednocześnie samorządy poszukują narzędzi, które dopingują do podnoszenia jakości produktów, współpracy i synergii wydatków na promocję. Idea Kaszubskiego Forum Gospodarczego powstała w 1997 r. jako inicjatywa Kaszubskiej Izby Gospodarczej. Pierwsze Forum było zorganizowane wyłącznie siłami Izby. Formuła współpracy i liczby współorganizatorów rozszerza się od 1999 r. Na początku dołączyła gmina miejska Kościerzyna. Gmina co roku z budżetu miasta przeznacza konkretne kwoty na współfinansowanie tego przedsięwzięcia. Zazwyczaj środki te pokrywają koszty imprez kulturalnych. Miasto, oprócz wkładu finansowego, zapewnia również wkład rzeczowy w postaci udostępnienia obiektu szkolnego, na terenie którego organizowane jest Forum, oraz profesjonalną scenę. Pracownicy urzędu aktywnie włączają się w prace organizacyjne i uczestniczą w Komitecie Organizacyjnym. Co roku w styczniu współorganizatorzy podpisują list intencyjny.

Od roku 2002 do grona współorganizatorów włączyły się Międzynarodowe Targi Gdańskie SA, głównie w zakresie dostarczania i przygotowania zabudowy targowej. Wprowadzenie partnera, który na rynku wystawienniczym ma mocną i ugruntowaną pozycję, podniosło rangę KFG. Pozwoliło też wykorzystywać bogate doświadczenia partnera w organizacji imprez służących promocji przedsiębiorczości w szerokim tego słowa znaczeniu. Dla Międzynarodowych Targów Gdańskich udział w organizacji Forum to również dobra okazja do przedstawienia swojej działalności i pozyskania partnerów do kolejnych imprez wystawienniczych na terenach targowych w Gdańsku.

Założeniem przy organizacji kolejnych edycji Kaszubskiego Forum Gospodarczego było tworzenie partnerstwa lokalnych samorządów na rzecz promocji regionu. Nawiązana została współpraca z samorządem powiatu kościerskiego oraz gminy wiejskiej Kościerzyna, później dołączyły następne powiaty kaszubskie i samorządy najniższego szczebla. Do stałej współpracy włączono także miasta i gminy oraz organizacje samorządu gospodarczego miast partnerskich, jak Marburg Colbe (Niemcy) oraz Sanary-sur-Mer (Francja) i Pryłuky (Ukraina).

4. Próba oceny Kaszubskiego Forum Gospodarczego

W celu oceny Kaszubskiego Forum Gospodarczego przeprowadzono internetowe badanie ankietowe wśród 200 respondentów z terenu powiatów: bytowskiego, chojnickiego, człuchowskiego, kartuskiego i kościerskiego. Populację badaną stanowili zarówno przedstawiciele podmiotów gospodarczych, przedstawiciele samorządów terytorialnych, jak i przedstawiciele organizacji *non-profit*. Dobór wśród podmiotów przeprowadzono nielosowo, próba była kwotowa, a podział przedstawia się następująco:

- usługodawcy z zakresu turystyki i rekreacji (w tym agroturystyka) – 25% (50),
- pozostali usługodawcy i inni przedsiębiorcy – 60% (120),
- organizacje *non-profit* – 10% (20),
- samorząd terytorialny – 10% (20).

Instrumentem pomiarowym w badaniu był kwestionariusz, w którym wykorzystano skalę pomiarową nominalną alternatywną dotyczącą pytań – 1, 2, 3, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, niealternatywną dla pytań 5 i 8, porządkową dla pytania 6 i przedziałową dla pytania 15. W badaniu wykorzystano pytania zamknięte (pytania 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15) oraz pytania kafeteryjne (pytania 5 i 8).

W badaniu podjęto próbę pozyskania informacji od podmiotów uczestniczących w KFG odnośnie do opinii dotyczących organizacji dotychczasowych przedsięwzięć, jak i preferencji i sugestii na przyszłość. W badaniu użyto również pytania filtrujące (1, 4, 7) oraz kontrolne (6).

Analizując wyniki badań, można wyciągnąć następujące wnioski:

- KFG wzbudza coraz większe zainteresowanie wśród podmiotów, które chętnie włączają się w tę inicjatywę, widząc szansę nawiązania kontaktów oraz rozwoju własnej działalności.
- Zdecydowana większość respondentów wybiera możliwość wystawienniczą na powierzchni zewnętrznej (84% odpowiedzi) – jest ona tańsza i sprzyja większej integracji ze środowiskiem. Duży wpływ na te odpowiedzi ma termin organizowanej imprezy (1, 2 maja), kiedy zazwyczaj jest już ciepło i aura sprzyja otwartej przestrzeni.
- Wysoką ocenę przyznano seminariom i szkoleniom organizowanym podczas Forum – ponad 70% respondentów chce brać w nich udział. Duża rozbieżność jest jednak w przypadku proponowanej tematyki (od szczegółowych zagadnień ekonomicznych, np. podatków czy pozyskiwania środków na działalność, aż po zagadnienia marketingowe, jak kreowanie produktów sieciowych, zastosowanie technik marketingowych czy zastosowanie wspólnych rozwiązań dystrybucyjnych. Proponowane tematy najczęściej związane są z zakresem działalności podmiotów uczestniczących w badaniu. Widocznie kształtują się tu grupy: działalność komercyjna i działalność *non-profit* (w tym samorządy).
- Podział ten jest widoczny również w związku z zainteresowaniem umieszczeniem w katalogu Forum. Podmioty komercyjne w 90% chcą, by informacja o nich tam się znalazła, natomiast podmioty *non-profit* są mniej zainteresowane tą formą promocji (zaledwie 24% z nich).
- Respondenci uznali za bardzo cenne dotychczasowe działania promocyjne podczas Forum. Stwierdzili jednak, że więcej powinno być konkursów i loterii, a organizatorzy powinni się skupić bardziej na promocji wydarzenia w mediach i ściągnięciu większej liczby dziennikarzy na samo wydarzenie.
- Imprezy integracyjne, zdaniem respondentów, powinny trwać cały dzień (64%), a forma biesiady kaszubskiej (z muzyką regionalną i regionalnym jadłospisem)

jest najbardziej wskazaną formą dla imprezy integracyjnej. Respondenci wskazywali również, że wstęp na tę imprezę powinien być bezpłatny (56%).

- Impreza w skali od 1 do 10 otrzymała łącznie ocenę średnią na poziomie 7 punktów, a najwyżej ocenili ją przedsiębiorcy, bo na 8,5 punktu. Najniżej ocenili ją przedstawiciele organizacji *non-profit* (6 punktów). Do kryteriów i czynników, które najczęściej respondenci uwzględniali w swojej ocenie, można zaliczyć: zwiększającą się popularność imprezy, możliwość nawiązania kontaktów, poszerzenie wiedzy o regionie i licznych zagadnieniach w trakcie organizowanych szkoleń, integrację społeczną i gospodarczą Kaszub Jeziornych, a co za tym idzie – zwiększenie poczucia tożsamości regionalnej. Jednym z czynników wysokiej rangi Kaszubskiego Forum Gospodarczego była również możliwość pokazania przedsiębiorczości i kultury Kaszub szerokiej grupie odbiorców poprzez media.

Przeprowadzone badanie pokazuje, że Kaszubskie Forum Gospodarcze jest odbierane bardzo dobrze przez uczestników i pełni funkcję promocyjną regionu. Okazuje się, że wspólne inicjatywy samorządu gospodarczego i terytorialnego sprawdzają się doskonale w wymiarze lokalnym i dają większe możliwości integracji regionu i wymiany doświadczeń i wiedzy w drodze bezpośrednich kontaktów. Przewodnią myśl takich inicjatyw „razem możemy więcej” może być z powodzeniem wdrażana w życie i pozytywnie oceniana przez wszystkich uczestników tych przedsięwzięć.

5. Podsumowanie

Długoterminowym rezultatem organizacji Kaszubskiego Forum Gospodarczego – imprezy odbywającej się cyklicznie raz w roku – jest integracja gospodarcza i społeczna regionu Kaszub. Połączenie przedsięwzięć wystawienniczych, szkoleniowych i kulturalnych sprzyja podniesieniu atrakcyjności regionu, budowie spójnej oferty, nawiązywaniu kontaktów społecznych i gospodarczych uczestniczących w nim osób. Pobudza również postawy obywatelskie i kształtuje tożsamość regionalną mieszkańców. Integracja różnych środowisk – działalności komercyjnej, społecznej, a w tym publicznej – sprzyja wymianie poglądów i składaniu wzajemnych deklaracji wsparcia i współpracy w wielu dziedzinach życia regionu.

Organizacja Kaszubskiego Forum Gospodarczego jako element promocji regionu niewątpliwie przyczynia się do postrzegania Kaszub jako atrakcyjnego miejsca dla inwestycji, turystyki i wypoczynku.

Literatura

- Borzyszkowski J., Albrecht D., *Pomorze – Mała Ojczyzna Kaszubów*, Oficyna Pomorska, Gdańsk 2000.
- Butowski L., Wątorska-Dec M., Żukowski M., *Finansowanie rozwoju turystyki ze środków UE*, PART SA, Warszawa 2002.
- Gordon A. (red.), *Turystyka w gminie i powiecie*, POT, Warszawa 2003.
- Kołąkowska-Lis J., *Kaszuby*, BOSZ, Olszanica 2002.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej uchwalona przez Zgromadzenie Narodowe w dniu 2 kwietnia 1997 roku, przyjęta przez Naród w referendum konstytucyjnym w dniu 25 maja 1997 roku, podpisana przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w dniu 16 lipca 1997 roku.
- Szromnik A., *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków 2007.
- Świąteczak M., Dąbrowska K., Kopcińska K., Schimanek T., *Biała księga prawa dla organizacji pozarządowych*, Warszawa 2002.
- Trojanowska I., *Szwajcaria Kaszubska. Przewodnik*, OSKAR, Gdańsk 1994.
- Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (DzU 1990 nr 16, poz. 95 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (DzU 1998 nr 91, poz. 578 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie wojewódzkim (DzU 1998 nr 91, poz. 576 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych (DzU 1989 nr 35, poz. 195 z późn. zm.).

THE KASHUBIAN ECONOMIC FORUM AS AN EXAMPLE OF PROMOTIONAL COMMON ACTIONS OF ECONOMIC AND TERRITORIAL SELF-GOVERNMENT

Summary: The promotion of a region requires team actions which should be carried out together by entities of public as well as economic sphere – e.g. self-government bodies, cultural institutions, social and economic organizations and entrepreneurs. Promotional actions for the region require the regularity and the cyclical nature and the integration of strength of a local community. The Kashubian Economic Forum is an excellent example of the economic cooperation of the self-government and the local government in promotional common actions.