

Andrzej Rapacz

ZNACZENIE WSPÓŁPRACY MIĘDZYSEKTOROWEJ DLA KSZTAŁTOWANIA ATRAKCYJNOŚCI OBSZARU TURYSTYCZNEGO

Potrzeba rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej w miejscowościach i regionach recepcji turystów, wzbogacania oferty tych obszarów i wzmacniania ich atrakcyjności na rynku przemawia za rozwinięciem skutecznych praktyk partnerstwa instytucji publicznych i prywatnych. Współpraca międzysektorowa na poziomie obszaru recepcji turystów (miejscowości, gmin, regionów) może zapewnić obu stronom określone korzyści. Istotne znaczenie mają korzyści dla turystów oraz dla lokalnej społeczności. Celem opracowania jest przedstawienie istoty formuły partnerstwa publiczno-prywatnego, ze szczególnym uwzględnieniem jego przydatności dla rozwiązywania określonych problemów dotyczących m.in. rozwoju zaplecza materialnego turystyki obszarów turystycznych. Ma ono charakter opracowania teoretycznego, zakres bowiem wykorzystania tej formy współpracy w Polsce jest nadal bardzo ograniczony.

1. Wstęp

Współpraca różnych podmiotów i organizacji w tworzeniu produktu turystycznego oraz jego promocji i dystrybucji nie jest zjawiskiem nowym. Zakres, intensywność i formy tej współpracy w turystyce, szczególnie na poziomie miejscowości i regionów, uległy w II połowie ubiegłego wieku wyraźnym zmianom. Już w latach sześćdziesiątych w niektórych krajach Europy Zachodniej pojawiły się w miejscowościach turystycznych stowarzyszenia, których przedmiotem zainteresowania była problematyka poprawy stanu środowiska naturalnego i promocji tych miejscowości. W ko-

lejszych dekadach aktywność tych organizacji koncentrowała się wokół promocji i tworzenia systemu informacji turystycznej. Z kolei w latach dziewięćdziesiątych można było zauważyć wzrost zainteresowania tych struktur zarządzaniem turystyką na poziomie miejscowości turystycznej (regionu) po to, aby mogła ona zachować swoją dotychczasową pozycję na coraz bardziej konkurencyjnym rynku. W Polsce problematyka ta pojawiła się w obszarze zainteresowań podmiotów gospodarki turystycznej i władz lokalnych miejscowości (regionów) turystycznych dopiero w połowie lat dziewięćdziesiątych XX w. Stąd też niezbyt duże doświadczenie tych podmiotów i instytucji w tym względzie. W tym kontekście celem opracowania jest zwrócenie uwagi na korzyści wynikające z tej współpracy, możliwe formy, a szczególnie na przydatność partnerstwa instytucji publicznych i prywatnych do rozwiązywania określonych problemów dotyczących rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej czy też promocji. Artykuł ma charakter teoretyczny, chociaż w celu ilustracji omawianej problematyki podano kilka praktycznych przykładów.

2. Przyczyny rozwoju współpracy międzysektorowej w turystyce na poziomie obszaru recepcji ruchu turystycznego

Rozwój współpracy podmiotów sektora publicznego i prywatnego w turystyce ma swoje uzasadnienie w zmianach, jakie miały i mają miejsce po stronie zarówno popytu, jak też podaży, czyli – ogólnie mówiąc – na rynku turystycznym. Wśród czynników, które decydują o rozwoju tej współpracy, warto wymienić m.in.:

- zmiany potrzeb i oczekiwań turystów, czego przejawem jest zgłaszanie zapotrzebowania na kompleksową ofertę dóbr i usług oraz coraz lepszą jakość tych ostatnich,
- rosnący nacisk na respektowanie praw konsumentów (turystów),
- przybierającą na sile konkurencję w turystyce dotyczącą destynacji turystycznych, którą wzmacnia proces globalizacji postępujący w tym sektorze gospodarki,
- potrzebę doskonalenia obecnych systemów informacji i dystrybucji ofert w turystyce jako konsekwencję nie tylko rosnącej konkurencji na rynku, lecz także rozwoju nowoczesnych technologii informacyjnych,
- konieczność zwiększenia liczby turystów odwiedzających obszary turystyczne (destynacje), szczególnie poza tzw. głównym sezonem,
- potrzebę wzmocnienia atrakcyjności destynacji turystycznych,

- podejmowanie wspólnych działań służących rozwojowi określonych elementów infrastruktury w miejscowościach recepcji ruchu turystycznego,
- potrzebę ograniczenia negatywnych skutków rozwoju turystyki na środowisko naturalne i podnoszenia świadomości społecznej w tym względzie,
- ograniczone możliwości władz lokalnych (budżetów lokalnych) finansowania inwestycji wzbogacających infrastrukturę miejscowości i regionów turystycznych,
- oczekiwanie dodatkowych korzyści przez uczestników tej współpracy (zjawisko synergii).

Zainteresowanie rozwojem tej współpracy ma swoje uzasadnienie w oczekiwaniach jej uczestników, tj. sektora publicznego i podmiotów branży turystycznej. Władze lokalne (reprezentanci sektora publicznego) dostrzegają, iż ograniczone możliwości budżetów lokalnych nie sprzyjają rozwojowi określonych elementów infrastruktury turystycznej, które kształtują atrakcyjność obszaru recepcji i stanowią składnik oferty destynacji. Co więcej, coraz częściej postrzegają one siebie głównie w roli pośrednika i koordynatora działań, a nie bezpośredniego usługodawcy. Z kolei podmioty sektora prywatnego w turystyce dążą do poprawy efektywności podejmowanych przedsięwzięć inwestycyjnych (inwestując w różne elementy infrastruktury turystycznej w miejscowości, regionie). Właściciele obiektów i urzędów tej infrastruktury mają świadomość potrzeby łączenia rozproszonych środków (wydatkowanych np. na promocję) i podejmowania wspólnych działań służących wzbogaceniu jej struktury oraz oferty destynacji turystycznej. Obie strony tej współpracy oczekują korzyści; jak to potwierdza doświadczenie krajów, w których ma ona dłuższą tradycję, współpraca sektora publiczno-prywatnego (partnerstwo publiczno-prywatne) jest najlepszym sposobem na:

- zachowanie pozycji konkurencyjnej destynacji turystycznych na rynku,
- tworzenie oferty (produktu turystycznego) z uwzględnieniem zasad rozwoju zrównoważonego miejscowości i regionów.

3. Istota i przydatność formuły partnerstwa publiczno-prywatnego w kształtowaniu atrakcyjności obszaru turystycznego

Rozwój współpracy na zasadach partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP), obserwowany w Ameryce Północnej i państwach członkowskich Unii Europejskiej od ponad 20 lat, jest podejściem przyjętym przez niektóre

kraje do realizacji zadań publicznych w zakresie rozwoju infrastruktury i usług. Może ono się przyczynić do istotnej poprawy wyników w porównaniu z tradycyjnymi formami zamówień publicznych. Nie należy jednak uważać, że PPP stanowi panaceum lub że jest odpowiednie w każdych okolicznościach. Natomiast nie ulega wątpliwości, że ta forma współpracy może znaleźć zastosowanie w turystyce, na poziomie bowiem obszaru recepcji ruchu turystycznego (np. miejscowości, gmin, regionów) współpraca sektorów publicznego i prywatnego pozwala lepiej wykorzystać ich zasoby oraz aktywność na rzecz zaspokojenia potrzeb turystów i lokalnej społeczności.

W literaturze przedmiotu oraz w prawodawstwie obowiązującym w wielu krajach nie ma zgodności w definiowaniu partnerstwa publiczno-prywatnego. W definicji publikowanej przez The National Council for Public-Private Partnerships partnerstwo rozumie się jako „porozumienie między jednostką publiczną i podmiotem prywatnym o charakterze komercyjnym. Dzięki temu porozumieniu przedsiębiorczość i zasoby każdego z sektorów wykorzystywane są przy dostarczeniu usług odbiorcom i udostępnianiu obiektów użytkownikom” [1].

Z projektu ustawy „Partnerstwo publiczno-prywatne” wynika, że jest to: „umowa współpracy podmiotu publicznego i partnera prywatnego, służąca realizacji zadania publicznego, w ramach której partner prywatny w całości lub w części poniesie nakłady na wykonanie przedsięwzięcia będącego przedmiotem współpracy lub zapewni ich poniesienie przez osoby trzecie” [9]. W zamian za poniesione nakłady partner prywatny uzyskuje wynagrodzenie, tj. „zapłatę sumy pieniężnej przez podmiot publiczny lub prawo [...] do pobierania pożytków lub uzyskiwania innych korzyści z przedsięwzięcia” [9]. W ramach PPP mogą być realizowane:

- przedsięwzięcia inwestycyjne dotyczące związanych z nim usług publicznych lub utrzymania obiektu (urządzenia), a także same usługi publiczne wykonywane na gruncie umowy długookresowej,
- przedsięwzięcia prowadzone na rzecz rozwoju gospodarczego i społecznego, rewitalizacji albo zagospodarowania miasta lub jego części albo innego obszaru,
- przedsięwzięcia inwestycyjne lub świadczenie usług publicznych na rzecz podmiotu publicznego, które wspomagają wykonywanie przez ten podmiot przypisanych mu zadań publicznych [5, s. 256].

Przedsięwzięcia, o których mowa, mają skutkować korzyściami po stronie interesu publicznego, przeważającymi w stosunku do korzyści wynikających z innych sposobów realizacji tych przedsięwzięć. W publikacjach poświęconych problematyce PPP wskazuje się na wiele korzyści społecz-

nych związanych z realizacją wspólnych przedsięwzięć. Wśród nich wymienia się m.in.:

- podniesienie standardu usług, poprawę parametrów technicznych lub obniżenie uciążliwości danego przedsięwzięcia dla otoczenia,
- transfer technologii z sektora prywatnego do sektora publicznego,
- optymalne rozłożenie ryzyka pomiędzy podmiot publiczny i prywatny – obciążenie ryzykiem strony, która ma duże doświadczenie i możliwości zarządzania nim przy jak najmniejszych kosztach,
- wykorzystanie umiejętności zarządczych sektora prywatnego i doświadczenia, a nie tylko jego możliwości związanych z organizowaniem funduszy na realizację przedsięwzięć,
- szybsze wdrożenie projektów do praktyki, wynikające z determinacji podmiotu prywatnego do osiągnięcia korzyści z realizowanego przedsięwzięcia (np. inwestycji),
- wymianę doświadczeń sektora prywatnego z sektorem publicznym, co nie pozostaje bez wpływu na zadowolenie kadry sektora publicznego ze zdobycia nowej wiedzy i umiejętności (szerzej zob. [6, s. 35-39]).

Dostrzegając przydatność PPP do realizacji m.in. przedsięwzięć infrastrukturalnych, można w odniesieniu do turystyki wymienić te projekty (inwestycje), które służą jej rozwojowi i stanowią narzędzie budowy przewagi konkurencyjnej (miejscowości, gmin, regionów turystycznych). Będą wśród nich m.in.:

- w dziale „inwestycje infrastrukturalne”: porty i przystanie, śródlądowe drogi wodne, kolejki linowe lub podobne linie szczególnego charakteru, używane wyłącznie lub głównie do transportu pasażerów, autostrady, parkingi samochodowe, drogowe przejścia graniczne,
- w dziale „turystyka i wypoczynek: trasy i wyciągi narciarskie, obiekty sportowe (stadiony, hale widowiskowe) i rekreacyjne (kąpieliska, parki rozrywki itd.), pola kempingowe i karawaningowe,
- w dziale „inne inwestycje”: oczyszczalnie ścieków, stałe tory wyścigowe [4, s. 86].

Formuła partnerstwa publiczno-prywatnego w turystyce nie musi dotyczyć wyłącznie przedsięwzięć mających charakter inwestycji. Może obejmować problematykę wspólnego finansowania projektów, marketingu czy też sfery zarządzania obiektami i urządzeniami służącymi mieszkańcom i turystom (np. kąpieliska, baseny, parki wodne itd.). Współpraca sektora publicznego i prywatnego w turystyce (na poziomie miejscowości, gmin) powinna być rozważana wówczas, gdy wystąpią następujące okoliczności:

- realizacja przedsięwzięcia inwestycyjnego (np. budowa kompleksu basenów) lub świadczenie określonych usług turystom i mieszkańcom nie mogą być sfinansowane ze względu na ograniczone środki, którymi dysponują sektor publiczny lub też podmioty sektora prywatnego,
- współpraca przyczyni się do podniesienia jakości usług czy też świadczenia określonych usług lub też zapewni skrócenie czasu realizacji wspólnego przedsięwzięcia,
- istnieje szansa na wzrost konkurencyjności w zakresie świadczenia określonych usług,
- brak jest ograniczeń natury legislacyjnej w zakresie takiej współpracy,
- realizowane projekty lub też świadczone usługi stwarzają przestrzeń dla innowacji,
- współpraca będzie stymulować rozwój lokalnej gospodarki.

4. Formy i etapy tworzenia partnerstwa publiczno-prywatnego w regionie turystycznym

Biorąc pod uwagę dotychczasowe uwagi o przydatności formuły partnerstwa publiczno-prywatnego w turystyce, warto zwrócić uwagę na możliwe obszary współpracy podmiotów reprezentujących oba sektory. Może ona dotyczyć m.in.:

- przygotowania wspólnych projektów (np. utworzenia lokalnego, regionalnego centrum informacji turystycznej),
- budowy oraz eksploatacji obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej (m.in. wyciągu narciarskiego, kąpieliska, parku wodnego),
- zarządzania określonym obiektem (m.in. basenem, będącym własnością komunalną np. gminy),
- wspólnych działań marketingowych, których celem jest np. poprawa wizerunku i konkurencyjności gminy, miejscowości,
- pozyskiwania środków finansowych na realizację przedsięwzięć inwestycyjnych w turystyce.

Wykorzystywanie PPP w turystyce, na poziomach lokalnym i regionalnym, i to nie tylko w wymienionych wcześniej obszarach aktywności, stanowi najlepszy sposób na kształtowanie zjawiska konkurencji w tej dziedzinie gospodarowania i tworzenia produktów turystycznych z uwzględnieniem zasady zrównoważonego rozwoju poprzez m.in.:

- pobudzanie inwestycji, tworzenie nowych miejsc pracy, warunków do dalszego rozwoju ekonomicznego obszaru recepcji,

- oszczędności po stronie nakładów związanych z realizacją przedsięwzięć inwestycyjnych,
- rozłożenie ryzyka w przedsięwzięciach inwestycyjnych,
- zwiększanie przychodów uczestników partnerstwa,
- poprawę jakości świadczonych usług lub utrzymanie obecnego ich poziomu,
- efektywniejsze wdrażanie wspólnych przedsięwzięć.

Współpraca sektorów publicznego i prywatnego w turystyce na poziomie lokalnym (miejscowości, gminy) może mieć formę:

- umowy zawartej przez władze lokalne z partnerem prywatnym, dotyczącej eksploatacji obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, stanowiących własność komunalną (gminy); w praktyce dotyczy ona np. eksploatacji (prowadzenia) urządzeń sportowych i rekreacyjnych (kąpielisk, basenów), parkingów itd.,
- umowy, w jakiej partner prywatny zobowiązuje się do sfinansowania budowy obiektu (urządzenia), w którym będą świadczone turystom i mieszkańcom usługi (np. budowa lotniska, parku wodnego), a następnie jego wynajmu gminie na czas z góry określony,
- umowy typu „budowa – zachowanie prawa własności obiektu/urządzenia – eksploatacja”; podmiot prywatny po zrealizowaniu inwestycji pozostaje właścicielem obiektu (którego budowę sfinansował) i świadczy określone usługi nabywcom (lokalnej społeczności i turystom) (szerzej na temat współpracy zob. [3, s. 20; 4, s. 93-97]).

Dostrzegając korzyści z rozwoju współpracy podmiotów z sektorów publicznego i prywatnego w turystyce na poziomie obszaru recepcji ruchu turystycznego, należy mieć na względzie to, iż budowanie tej współpracy przechodzi określonymi etapami. W pierwszej fazie tworzenia takiego partnerstwa pojawia się u potencjalnych partnerów obu sektorów świadomość istnienia między nimi określonych relacji i tego, że rozwiązanie określonego problemu wymaga połączenia wysiłku (może to dotyczyć potrzeby zapewnienia turystom pełniejszej i rzetelniejszej informacji). Na tym etapie może dojść do sformułowania problemu, który należy rozwiązać poprzez podjęcie współpracy. Uświadomienie sobie wzajemnej współzależności, zdefiniowanie wspólnych problemów i określenie możliwych korzyści to elementy zachęcające do przejścia do kolejnego etapu tworzenia partnerstwa. Może on polegać na określeniu celów i zasad współpracy (celem takim może być stworzenie lokalnego lub regionalnego centrum informacji turystycznej). Pozytywne doświadczenia związane z gromadzeniem informacji przez zainteresowane współpracą podmioty, prowadzeniem badań rynku itd. wskazują na pożądany kierunek rozwoju tej współpracy. Mogą one

prowadzić do powstania nieformalnej grupy realizującej określone zadania w tym obszarze aktywności na rynku turystycznym. W ten sposób rozpoczyna się nowy etap współpracy, który charakteryzuje się formalizowaniem istniejących związków i relacji między partnerami. Na tym etapie podejmowane są działania, których efektem jest tworzenie struktury organizacyjnej służącej współpracy. Chodzi zatem o stworzenie pewnego systemu, który obejmie i uporządkuje wspólnie działania i interakcje partnerów. Może nim być powołanie centrum informacji turystycznej (określenie formy prawnej i organizacyjnej, zasad funkcjonowania, finansowania działalności itd.).

Budowanie partnerstwa publiczno-prywatnego w turystyce nie musi ograniczać się wyłącznie do podanego przykładu. Mogą to być działania prowadzące do tworzenia stowarzyszeń, których przykładem są działające od kilku lat w Polsce lokalne i regionalne organizacje turystyczne. Członkami tego typu organizacji są przedstawiciele zarówno samorządów gminnych, powiatowych oraz wojewódzkich, jak i branży turystycznej (przedsiębiorstwa turystyczne, stowarzyszenia turystyczne, izby gospodarcze itd.). Warto jednak zwrócić uwagę na to, iż w działających już regionalnych organizacjach turystycznych:

- zdecydowaną większość stanowią organizacje reprezentujące samorząd terytorialny (miasta, gminy, powiaty, urzędy marszałkowskie) oraz związki i stowarzyszenia gmin i powiatów,
- zdecydowanie mniejszy jest udział w tego typu organizacjach (regionalnych organizacjach turystycznych) pozostałych stowarzyszeń, organizacji branżowych, a przede wszystkim podmiotów gospodarki turystycznej (zob. [2, s. 30-31]).

Wśród zadań regionalnych organizacji turystycznych wymienia się:

- koordynowanie działań promocyjnych mających sprzyjać kształtowaniu wizerunku regionu (województwa) jako atrakcyjnego turystycznie obszaru,
- stworzenie regionalnego systemu informacji turystycznej,
- promocję walorów turystycznych regionu w kraju i za granicą,
- koordynowanie i stymulowanie działań na rzecz tworzenia atrakcyjnej oferty regionu,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- wspomaganie lokalnych organizacji i struktur turystycznych,
- doskonalenie kadr na potrzeby turystyki,
- prowadzenie badań i analiz marketingowych rynku turystycznego [7, s. 6].

Z kolei do zadań lokalnych organizacji turystycznych zalicza się przede wszystkim:

- integrację społeczności lokalnej, głównie jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej,
- kształtowanie pozytywnego wizerunku tzw. małej ojczyzny,
- tworzenie i rozwój oferty turystycznej wykorzystującej lokalne atrakcje turystyczne,
- promocję lokalnej oferty i atrakcji turystycznych,
- gromadzenie i aktualizację informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
- utrzymanie i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej [7, s. 7].

W wielu krajach Europy Zachodniej formuła partnerstwa publiczno-prywatnego znalazła szerokie zastosowanie przy budowie i zarządzaniu parkami wodnymi. Partnerami w takim przedsięwzięciu (przyjmującym formę spółki) są prywatni inwestorzy oraz gminy lub organizacje samorządowe. Sektor prywatny wnosi do spółki środki finansowe, dobre rozpoznanie rynku oraz wiedzę w zakresie zarządzania. On też najczęściej bierze na siebie ryzyko związane z inwestycją. Sektor publiczny (np. gminy) może z kolei zaoferować teren pod budowę, ułatwić dostęp do funduszy państwowych oraz kształtować społeczne poparcie dla projektu. Formuła partnerstwa międzysektorowego pozwala na podział między strony odpowiedzialności, kosztów i zysków [8, s. 57-69].

5. Podsumowanie

Nie ulega wątpliwości, że idea partnerstwa sektorów publicznego i prywatnego może służyć realizacji przedsięwzięć, w tym inwestycyjnych, które mają istotny wpływ na rozwój elementów infrastruktury w regionach turystycznych oraz świadczenie usług turystom i lokalnej społeczności. Potwierdzają to doświadczenia nie tylko wielu krajów Europy Zachodniej, ale i coraz częściej również krajowe. Przedsięwzięcia te wzbogacają zaplecze materialne obszarów turystycznych, kształtują nowe możliwości tworzenia atrakcyjniejszych ofert, sprzyjają docieraniu z nimi do potencjalnych turystów (poprzez rozwój sieci placówek informacji turystycznej), a także przewadze konkurencyjnej. Korzyści z ich realizacji osiągają odbiorcy usług (m.in. turyści), podmioty sektora prywatnego i sektor publiczny. Partnerstwo publiczno-prywatne stanowi alternatywę zarówno dla pełnej

prywatyzacji, jak też dla zlecenia podmiotowi prywatnemu wykonania zadań publicznych. Ma ono wiele zalet, ale nie jest jedynym sposobem rozwiązywania problemów związanych z rozwojem infrastruktury turystycznej i oferty obszarów recepcji ruchu turystycznego. Warto zwrócić uwagę na jego dynamikę. Partnerstwo międzysektorowe bowiem przechodzi określony cykl rozwoju, który prowadzi:

- z jednej strony do rozszerzania partnerstwa w warunkach, kiedy nie jest wykorzystywany w stopniu zadowalającym istniejący potencjał współpracy w miejscowościach i regionach turystycznych,
- z drugiej strony do jego ograniczenia i upadku, jeśli partnerzy stracą zainteresowanie współpracą, zrealizują swoje zadania czy też nie uda się im osiągnąć celów.

W turystyce, w miejscowościach i regionach turystycznych w Polsce, obserwujemy obecnie tendencję do rozwoju współpracy obu sektorów, u podstaw której tkwią: zmiany w popycie turystycznym, rosnąca konkurencja, ograniczone możliwości sektora publicznego finansowania ze środków budżetowych przedsięwzięć inwestycyjnych służących turystom i lokalnej społeczności oraz potrzeba zapewnienia obszarom recepcji zrównoważonego rozwoju. Formuła partnerstwa publiczno-prywatnego może zatem w odczuwalny sposób sprzyjać realizacji projektów, które wzmacniają atrakcyjność obszarów turystycznych. Dlatego też przyspieszenie i sfinalizowanie prac nad prawnym uregulowaniem współpracy międzysektorowej (wspomnianą ustawą o partnerstwie publiczno-prywatnym) należy uznać za niezwykle istotne. W ten sposób bowiem będzie możliwe wykorzystanie profitów, które wiążą się ze stosowaniem tej formy współpracy w turystyce.

Literatura

- [1] <http://ncppp.org>, The National Council for Public-Private Partnerships, Washington.
- [2] *Jak rozwijać lokalną turystykę*, red. M. Migdał, Forum Turystyki Pomorza Zachodniego, Szczecin 2004.
- [3] Jerzmanowski Z., *Partnerstwo publiczno-prywatne. Gmina – nie orkiestra*. „Wspólnota” 2000 nr 1.
- [4] Jędrzejczyk I., *Partnerstwo publiczno-prywatne w realizacji turystycznych projektów inwestycyjnych w regionie*, [w:] *Kształtowanie jakości produktu turystycznego regionu z zachowaniem rozwoju zrównoważonego*, Instytut Turystyki, Warszawa 2004.

- [5] Karnat B., *Partnerstwo publiczno-prywatne; porozumienie rozłożonego ryzyka w celu finansowania inwestycji publicznych*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1037, Wrocław 2004.
- [6] *Partnerstwo publiczno-prywatne jako metoda rozwoju infrastruktury w Polsce*, Raport Amerykańskiej Izby Handlowej w Polsce, Warszawa 2002.
- [7] *Podstawy organizacyjno-prawne regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych*, Ministerstwo Gospodarki i Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2002.
- [8] Rapacz A., *Parki wodne elementem wzbogacającym ofertę turystyczną obszaru*, [w:] *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 924, Wrocław 2001.
- [9] Ustawa o partnerstwie publiczno-prywatnym (projekt z 5 lipca 2004 r.).
- [10] Zysnarski J., *Partnerstwo publiczno-prywatne*, ODDK, Gdańsk 2003.

INTERNATIONAL COOPERATION SIGNIFICANCE IN SHAPING CUSTOMER APPEAL OF A TOURIST REGION

Summary

Public-private partnership as the form of inter-sector cooperation becomes more and more popular in Poland. Lack of legislation in this field (applicable Act) does not pose any barrier for the development of public and private sector cooperation in tourist regions. They take up activities directed towards the development of semi and tourism infrastructure in these regions, broadening an offer and improving customer appeal of the area, as well as its competitive advantage. The study points to forms and stages of constructing public-private partnership in tourist resorts and regions. There are also presented examples of activities which illustrate the development of inter-sector cooperation in tourism.