

Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka

POLITYKA TURYSTYCZNA CZECH, POLSKI I NIEMIEC A MOŻLIWOŚCI ROZWOJU WSPÓŁPRACY TRANSGRANICZNEJ W ZAKRESIE TURYSTYKI NA POGRANICZU POLSKO-CZESKO-NIEMIECKIM

Proces współpracy euroregionalnej na pograniczu polsko-czesko-niemieckim ma już ponad dziesięcioletnią tradycję. Swym zasięgiem objął różne dziedziny, w tym również turystykę. Zainicjowanie tego procesu wyprzedziło powstawanie podstaw formalno-organizacyjnych i prawnych sprzyjających rozwojowi kooperacji w regionach przygranicznych. Jest wiele czynników stymulujących intensywność współpracy transgranicznej. Wśród nich znajdują się zarówno zwykłe chęci ludzkie, jak i odpowiedniej wielkości środki finansowe. Za jeden z najważniejszych czynników należy jednak uznać politykę gospodarczą i jej część – politykę turystyczną państw, których regiony zaangażowane są we współpracę. Niniejszy artykuł podejmuje próbę scharakteryzowania głównych założeń programowych i celów strategicznych rozwoju turystyki w Czechach, Polsce i Niemczech w aspekcie ich wpływu na rozwój współpracy transgranicznej na obszarze euroregionu Neisse-Nisa-Nysa (ERN).

1. Wstęp

Polityka turystyczna to działalność polegająca na określaniu celów ekonomicznych, politycznych, społecznych i kulturalnych związanych z rozwojem turystyki, uzyskiwaniu wszechstronnych pozytywnych efektów wynikających z istnienia popytu i podaży, dążeniu do zaspokojenia potrzeb społecznych w zakresie uprawiania turystyki i precyzowaniu środków nie-

zbędnych do osiągnięcia tych celów [5, s. 170]. Polityka turystyczna państwa przybiera formy instytucjonalne i realizowana jest przez organy administracji państwowej szczebla krajowego i regionalnego oraz samorządy terytorialne (wojewódzkie, powiatowe i gminne), a także celowo wyodrębnione organizacje turystyczne. Jej priorytety, cele i zadania formułowane są w różnorodnych dokumentach, które najczęściej określane są mianem strategii, koncepcji, programu lub polityki. Tworzy ona zatem określone organizacyjno-instytucjonalne, prawne, ekonomiczne i infrastrukturalne warunki nawiązywania i intensyfikacji kontaktów transgranicznych w dziedzinie turystyki. Rozwój współpracy transgranicznej w turystyce na pograniczu polsko-czesko-niemieckim i na obszarze euroregionu Neisse-Nisa-Nysa warunkowany jest więc decyzjami podejmowanymi przez rządy Czech, Polski i Niemiec.

W niniejszym artykule omówiono politykę turystyczną wymienionych krajów poprzez zaprezentowanie kreujących ją organów i organizacji, ich zadań oraz jej priorytetów i celów na szczeblu krajowym.

2. Polityka turystyczna Polski

Zmiana struktur zarządzania turystyką w Polsce i likwidacja Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki spowodowała, iż od 1 stycznia 2000 r. za kreowanie i realizację polityki turystycznej kraju odpowiedzialny jest Departament Turystyki – obecnie w Ministerstwie Gospodarki i Pracy (NTA) – oraz Polska Organizacja Turystyczna (NTO).

Ministerstwo odpowiada głównie za tworzenie podstaw prawnych funkcjonowania turystyki oraz określenie i formułowanie celów polityki turystycznej państwa zgodnej z założeniami strategii gospodarczej administracji państwowej, a w szczególności za:

- opracowywanie i monitorowanie realizacji programów dotyczących turystyki,
- prowadzenie spraw związanych z zagospodarowaniem przestrzennym kraju w zakresie turystyki i rekreacji,
- ocenę funkcjonowania sektora usług turystycznych,
- podejmowanie działań mających na celu zwiększenie konkurencyjności polskiej turystyki,
- ochronę konsumentów usług turystycznych,

- poprawę jakości procesów zarządzania poprzez finansowanie badań i narzędzi wspierających zarządzanie i rozwój nowoczesnych technologii, oraz doskonalenie kadr zarządzających,
- wspieranie procesów kształcenia kadr dla turystyki,
- inicjowanie działań objętych programami rządowymi i pomocowymi związanymi z rozwojem turystyki,
- kształtowanie wizerunku Polski i wspomaganie promocji polskiej oferty na rynkach krajowym i zagranicznych, realizowanej przez Polską Organizację Turystyczną i jej ośrodki zagraniczne, a na szczeblach regionalnym i lokalnym przez regionalne i lokalne organizacje turystyczne.

Polska Organizacja Turystyczna, jako organizacja rządowo-samorządowa, odpowiada za realizację bieżących zadań i funkcji operacyjnych, głównie w sferze marketingu (przede wszystkim promocji turystycznej). Jest ona odpowiedzialna za kształtowanie wizerunku kraju na rynkach zagranicznych i rynku krajowym, wdrażanie nowych produktów turystycznych, kompleksowe wspieranie sektora turystyki w zakresie informacji turystycznej, marketingu itp. Zgodnie z art. 3 ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej [4] do jej zadań należy m.in. promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie oraz zapewnienie funkcjonowania i rozwoju polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie.

Polityka turystyczna Polski wynika z polityki społeczno-gospodarczej kraju, której podstawowe cele określone zostały przez rząd w następujących dokumentach: Polska 2025 – długookresowa strategia trwałego i zrównoważonego rozwoju, Strategia finansów publicznych i rozwoju gospodarczego – Polska 2000-2010, Koncepcja polityki przestrzennego zagospodarowania kraju. Kierunki rozwoju gospodarczego Polski zawarte są również w rządowych programach wspierania rozwoju regionalnego, zwłaszcza w Narodowej strategii rozwoju regionalnego 2001-2006. Według powyższych dokumentów najważniejszymi zadaniami bezpośrednio odnoszącymi się do rozwoju sektora turystycznego są:

1) koncentracja aktywności społeczno-gospodarczej w miejscach najkorzystniejszych dla rozwoju gospodarczego, poprzez realizację następujących priorytetów:

- wspieranie kształtowania się regionalnych kompleksów turystycznych dynamizujących rozwój, głównie Polski północnej, północno-wschodniej i wschodniej,
- wspieranie rozwoju turystyki skierowanego na ochronę środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego, zagospodarowanie wolnych

zasobów pracy, wykorzystywanie możliwości gospodarki turystycznej w restrukturyzacji takich sektorów, jak: rolnictwo, ochrona zdrowia, gospodarka wodna;

2) regionalny rozwój turystyki, rekreacji i ochrony dziedzictwa kulturowego, dzięki wsparciu rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw sektora turystycznego, w tym: podmiotów zamierzających rozpocząć działalność turystyczną, przedsiębiorstw oferujących usługi turystyczne, ze szczególnym zwróceniem uwagi na podejmujących działalność w nowych miejscach i sektorach turystycznych, oferujących nowe produkty turystyczne z zakresu turystyki alternatywnej;

3) wsparcie komunalnej infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej, zagospodarowania turystycznego obiektów historycznych i środowiskowych, promocji i informacji turystycznej.

Najnowszym dokumentem określającym ramy rozwoju społeczno-gospodarczego, w tym turystyki, jest Narodowy Plan Rozwoju na lata 2004-2006, składający się z pięciu sektorowych programów operacyjnych i Zintegrowanego programu operacyjnego rozwoju regionalnego (ZPORR). W ZPORR w priorytecie drugim „Wzmocnienie regionalnej bazy ekonomicznej i zasobów ludzkich” zamieszczono działania dotyczące rozwoju turystyki. W ramach tego programu przewiduje się:

- rozwój i promocję markowych produktów turystycznych,
- specjalistyczne szkolenia pracowników w sektorze turystycznym,
- rozwój bazy informacyjnej i bazy dystrybucyjnej dotyczących usług turystycznych, zwłaszcza wykorzystujących Internet,
- rozwój badań statystycznych i narzędzi badawczych wspierających procesy zarządzania w turystyce,
- rozbudowę infrastruktury turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form wypoczynku, inwestycji na obszarach chronionych i w ich sąsiedztwie, inwestycji przystosowujących obiekty dziedzictwa kulturowego do potrzeb turystyki, infrastruktury gmin uzdrowiskowych dla potrzeb turystyki [2, s. 15-16].

Jednym z najważniejszych dokumentów określających kierunki polityki turystycznej Polski jest Strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006, zgodnie z którą strategia rozwoju turystyki rozumiana jest jako część strategii rozwoju społeczno-gospodarczego państwa. Zadaniem tego dokumentu jest określenie celów, priorytetów i podstawowych zadań polityki państwa oraz określenie obszarów finansowego wsparcia programów samorządu wojewódzkiego i zadań administracji lokalnej, podmiotów gospodarczych,

organizacji i stowarzyszeń. W gospodarce turystycznej głównym celem polityki państwa w latach 2001-2006 jest poprawa konkurencyjności polskiej oferty turystycznej zarówno na rynku międzynarodowym, jak i na rynku krajowym, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju z poszanowaniem praw ochrony przyrody i środowiska. Realizacji celu strategicznego powinna sprzyjać realizacja zadań taktycznych. Są nimi:

1) uzyskanie wzrostu dochodów mieszkańców regionów wymagających głębokiej restrukturyzacji gospodarki, dzięki wykorzystaniu redystrybucyjnej roli turystyki, polegającej na przenoszeniu dochodów z regionów bogatszych (duże aglomeracje), do regionów biedniejszych (zagrożonych strukturalnym bezrobociem, niedoinwestowanych);

2) zmniejszenie bezrobocia na obszarach przygranicznych, o dużych walorach turystycznych, dotkniętych strukturalnym bezrobociem, na których rola turystyki jako generatora nowych miejsc pracy może być dominująca. Zaliczyć tu także należy zwiększenie liczby miejsc pracy poprzez rozwój usług w sektorze gospodarki turystycznej i wzrost aktywizacji zawodowej ludności;

3) aktywizacja mieszkańców wsi i podnoszenie jakości życia na wsi, szczególnie na terenach o słabych warunkach rozwoju rolnictwa oraz wokół obszarów chronionych, na których priorytetowa funkcja ochronna ogranicza funkcje gospodarcze;

4) aktywizacja rozwoju markowych produktów turystycznych¹;

5) zwiększenie rentowności majątku państwowego poddawanego procesowi przekształceń własnościowych w sektorze uzdrowisk, ośrodków wypoczynkowych zakładów pracy, w bazie rekreacyjnej zarządzanej przez gminy itp.;

6) zwrócenie większej uwagi na rolę dziedzictwa kulturowego, środowiska cywilizacyjnego i przyrodniczego w edukacji, a w szczególności w wychowaniu młodzieży;

7) poprawa wizerunku Polski i jej mieszkańców na arenie międzynarodowej. Jako kierunki preferencyjne przyjmuje się: kraje europejskie, w tym zwłaszcza kraje położone wzdłuż granicy wschodniej oraz kraje zamorskie, w szczególności Izrael i Japonia.

¹ W szczególności takich produktów, jak: turystyka biznesowa, turystyka w miastach i turystyka kulturowa, turystyka na terenach wiejskich, turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna, turystyka przygraniczna i tranzytowa (wg opracowania sfinansowanego ze środków UE Phare-Tourin II [3]).

Strategia rozwoju turystyki określa również, jakie działania podejmowane przez organy administracji publicznej, podmioty gospodarcze i organizacje pozarządowe, będą wspierać realizację jej podstawowych priorytetów. Od wymienionych podmiotów oczekuje się:

1) wzrostu nakładów na inwestycje infrastrukturalne i rozwój produktu turystycznego zapewniającego udział sektora turystyki w produkcie krajowym brutto na poziomie 6,5% oraz wzrostu udziału sektora turystyki w dochodach budżetu państwa i budżetów terenowych;

2) poprawy jakości produktu turystycznego poprzez realizację ustawowych obowiązków organów administracji właściwych w zakresie turystyki oraz wykorzystanie środków określonych w sektorowych programach rozwoju i komplementarnych działaniach władz regionalnych;

3) rozszerzenia oferty regionalnej, zwiększenia jej atrakcyjności poprzez wyeksponowanie dziedzictwa kulturowego i naturalnego, poprawę dostępności na zagranicznym i krajowym rynku turystycznym, zwiększenie aktywności wojewódzkich, powiatowych i gminnych władz samorządowych oraz zwiększenie roli regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w kształtowaniu i promocji oferty turystycznej;

4) zwiększenia nakładów na promocję turystyki, poprawę jej jakości, wsparcia dla tworzenia regionalnych i lokalnych struktur organizacyjnych, realizowanych zadań oraz wspólnych działań promocyjnych na rynkach zagranicznych;

5) większego uczestnictwa w wyjazdach turystycznych słabszych ekonomicznie grup społecznych i młodzieży dzięki wspieraniu inicjatyw samorządów i organizacji pozarządowych.

3. Polityka turystyczna Czech

W Czechach cele strategiczne rozwoju turystyki wynikają z polityki społeczno-gospodarczej zawartej w Strategii Regionalnego Rozwoju Republiki Czeskiej z roku 2000. (Strategie Regionalního Rozvoje České Republiky) i Narodowym Planie Rozwoju Republiki Czeskiej w latach 2004-2006 (NPRRCz – Národní rozvojový plán 2004-2006) [1]. Pierwszy z nich zmierza do stworzenia możliwości rozwoju regionów zgodnych ze standardami Unii Europejskiej. W drugim zapisano, że jednym z podstawowych priorytetów państwa jest wzrost konkurencyjności sektora turystycznego. Dokument ten w punkcie Program operacyjny – ruch turystyczny i uzdrowiska precyzuje cele strategiczne, taktyczne i operacyjne związane z tą dziedziną. Są to m.in.:

- poprawa jakości infrastruktury turystycznej,
- poprawa jakości oferty usługowej,
- tworzenie nowych produktów,
- poprawa klimatu przedsiębiorczości w branży turystycznej,
- zmiana struktury podmiotowej gospodarki turystycznej mająca na celu zwiększanie udziału małych i średnich przedsiębiorstw,
- kształcenie kadr specjalizujących się w turystyce,
- wprowadzenie na międzynarodowy rynek turystyczny Republiki Czeskiej z wykreowanymi nowymi produktami dostosowanymi do potrzeb poszczególnych segmentów rynku,
- utrzymanie i odnowienie narodowego dziedzictwa kulturowego,
- stworzenie podstaw do rozwoju ruchu turystycznego,
- ochrona prawna konsumenta i właściwy poziom bezpieczeństwa.

W najbliższym czasie przewidziano realizację trzech zadań. Są to:

- 1) wsparcie rozwoju usług turystycznych,
- 2) wsparcie tworzenia produktów turystycznych,
- 3) pomoc techniczna, pomoc w analizach i badaniach rynku, a także w

przygotowaniu programów promocyjnych.

Dla intensyfikacji współpracy transgranicznej w euroregionach szczególne znaczenie ma drugie zadanie, w ramach którego deklarowane jest wsparcie produktów mających ponadregionalny i/lub transgraniczny zasięg².

Obok NPRRCz dokumentem, który przedstawia założenia polityki turystycznej w Czechach, jest Koncepcja Narodowej Polityki Rozwoju Turystyki na lata 2002-2007 (Koncepcje státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2002-2007) [1]. Akcentuje ona konieczność utworzenia międzyresortowej komisji ruchu turystycznego, wzmocnienia działań na rzecz ochrony środowiska i intensyfikacji współpracy z Unią Europejską jako podstaw rozwoju turystyki oraz tworzenia nowych miejsc pracy i wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w branży turystycznej.

Na szczeblu krajowym realizacją polityki turystycznej Czech zajmuje się obecnie Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – Ministerstvo pro místní rozvoj³ (MRR jako odpowiednik National Tourism Administration – NTA), a w jego strukturach Departament Turystyki i Integracji Europejskiej [6,

² W ERN taki charakter mają np. Transgraniczna trasa rowerowa Odra-Nysa i Trasa rowerowa Liczyrzepa (na pograniczu polsko-niemiecko-czeskim).

³ Poprzednio turystyką zajmowało się Ministerstwo Gospodarki.

s. 145-163], oraz Czeska Centrala Ruchu Turystycznego – Česká centrála cestovního ruchu (CzCRT jako odpowiednik National Tourism Organisation – NTO).

Turystyka, obok polityki regionalnej, integracji europejskiej i polityki mieszkaniowej, należy do podstawowych zadań ministerstwa. Odpowiedzialne jest ono za:

- koordynację spraw związanych z realizacją programu operacyjnego Ruch turystyczny i uzdrowiska,
- dofinansowanie projektów wynikających z Narodowego programu wsparcia rozwoju ruchu turystycznego,
- sprzyjanie rozwojowi miast i gmin ze statusem uzdrowiskowym,
- pomoc dla właścicieli infrastruktury uzdrowiskowej,
- wsparcie programów rozwoju turystyki uzdrowiskowej,
- wstawiennictwo przy budowie infrastruktury turystycznej z zakresu sportowo-rekreacyjnego,
- opracowanie kalendarza imprez wystawienniczych i targowych dla Czech,
- finansowanie statystyki turystyki czeskiej,
- współtworzenie prawa w zakresie ruchu turystycznego i aktów wykonawczych,
- uregulowanie świadczenia usług przewodnickich,
- opracowanie państwowej polityki ruchu turystycznego.

Czeska Centrala Ruchu Turystycznego powstała na podstawie Rozporządzenia Ministra Gospodarki w 1993 r. Siedziba organizacji znajduje się w Pradze. Celami CzCRT są:

- intensyfikacja krajowego i przyjazdowego ruchu turystycznego,
- wspieranie i koordynacja akcji marketingowych na rynkach krajowym i zagranicznych,
- współpraca z organami państwowymi, organizacjami profesjonalnymi, np. regionalnymi agencjami rozwoju, instytucjami finansowymi, szkołami, firmami konsultingowymi i analogicznymi organizacjami zagranicznymi w zakresie rozwoju ruchu turystycznego,
- tworzenie przyjaznego wizerunku marki Republiki Czeskiej i jej promocja na rynku krajowym i zagranicznym,
- tworzenie i przygotowywanie priorytetowych produktów turystycznych charakterystycznych dla destynacji – Republika Czeska,
- pomoc w tworzeniu ekologicznego produktu turystycznego,

- wsparcie rozwoju systemu informacyjnego dla gości krajowych i zagranicznych oraz prowadzenie serwisu informacyjnego dla podmiotów przemysłu turystycznego w Republice Czeskiej,
- koordynacja prac nad zorganizowaniem ogólnokrajowego turystycznego systemu informacyjnego,
- uczestnictwo w tworzeniu i rozwoju narodowych i międzynarodowych systemów informacji i rezerwacji,
- wydawanie materiałów promocyjnych o Republice Czeskiej,
- zabezpieczenie współpracy z krajowymi i zagranicznymi dziennikarzami i mediami,
- współpraca z regionami w Republice Czeskiej, zaangażowanie w kreowanie obszarów turystycznych, ich rozwój i uatrakcyjnienie,
- wsparcie inwestycji turystycznych, zabezpieczenie informacji o możliwościach inwestycyjnych i potencjale regionów turystycznych,
- tworzenie oddziałów zagranicznych w celu prowadzenia akcji informacyjno-promocyjnych o potencjale turystycznym Republiki Czeskiej.

4. Polityka turystyczna Niemiec

W Republice Federalnej Niemiec sprawy turystyki na szczeblu ogólnokrajowym podzielone są, podobnie jak w Czechach, pomiędzy Ministerstwo Gospodarki i Pracy (Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit – NTA) i Niemiecką Centralę Turystyki (Deutsche Zentrale für Tourismus – DZT jako NTO).

Zadania Ministerstwa koncentrują się głównie na następujących kwestiach:

- współpracy rządu federalnego z rządami landów, z DZT i z Niemieckim Związkiem Turystyki (Deutscher Tourismusverband – DTV) w zakresie turystyki w ramach Komisji „Turystyka”,
- poszukiwaniu sposobów poprawy jakości partnerstwa między Rządem Federalnym a podmiotami gospodarki turystycznej (*public private partnership*),
- koordynacji polityki w zakresie turystyki rządu federalnego i rządów poszczególnych landów,
- wsparciu współpracy międzynarodowej (np. z krajami Europy Wschodniej i regionem Morza Bałtyckiego) i multinarodowej (w ramach OECD i WTO) w dziedzinie turystyki,

- wspieraniu tworzenia struktur regionalnej kooperacji w zakresie kształtowania produktu turystycznego i jego marketingu,
- pomocy organizacyjnej i finansowej w rozwoju systemu informacji i rezerwacji w turystyce,
- sprzyjania programowi doradczemu TRANSFORM.

Polityka rządu federalnego w zakresie turystyki kieruje się zasadą własnej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Natomiast zadaniem rządu federalnego jest rozwój koniecznej infrastruktury, jak też odpowiednich warunków ramowych. Sprawy turystyki zostały włączone do ogólnych programów rządu federalnego dotyczących wsparcia rozwoju i promocji gospodarczej. Zwraca się w nich uwagę na podnoszenie wydajności w gospodarce turystycznej. W swojej polityce turystycznej Rząd Federalny dąży w szczególności do osiągnięcia następujących celów:

- poprawy jakości produktów turystycznych,
- kształcenia i doksztalcania kadr,
- udzielania pomocy w przypadku zmian strukturalnych, szczególnie w przypadku nowych technologii i technik komunikacji,
- zagwarantowania trwałego rozwoju turystyki,
- prowadzenia działań marketingowych przez DZT dla Niemiec jako „kraju spędzania urlopów i kraju wycieczek”.

Niemiecka Centrala Turystyki (DZT), która pełni rolę narodowej organizacji turystycznej, zajmuje się promocją Niemiec na rynku krajowym i zagranicznym. Organizacja działa jako stowarzyszenie. Zrzesza 51 członków. Głównie są to duże firmy związane z turystyką (np. przewoźnicy typu Lufthansa, sieci hotelowe, związki branżowe, np. Niemieckie Stowarzyszenie Hoteli i Gastronomii). Podstawowe zadania DZT skupiają się wokół głównego celu, jakim jest promocja Niemiec jako kraju atrakcyjnego turystycznie na rynkach krajowym i zagranicznych. Polegają one na:

- edycji materiałów promocyjnych,
- organizacji stoisk targowych i prezentacji narodowych,
- utrzymaniu zagranicznych przedstawicielstw DZT,
- współpracy przy tworzeniu systemów informacji i rezerwacji w turystyce.

Członkiem DZT jest Niemiecki Związek Turystyki (DTV) – drugi podmiot, który odgrywa bardzo ważną rolę w rozwoju turystyki Niemiec. Jest to organizacja działająca od ponad 100 lat. Skupia ona 17 krajowych i regionalnych organizacji turystycznych, 28 znaczących miast turystycznych Niemiec, 3 związki komunalne i 26 członków wspomagających. W odróż-

nieniu od DZT, głównym jego priorytetem nie jest promocja, ale rozwój gospodarki turystycznej. Do najważniejszych bowiem zadań należą:

- podnoszenie jakości świadczonych usług,
- podnoszenie kwalifikacji kadr turystycznych,
- tworzenie norm wykorzystywanych w systemach klasyfikacji i kategoryzacji obiektów noclegowych,
- tworzenie standardów informacji turystycznej dla rozwoju systemów informacyjnych i rezerwacyjnych,
- badanie rynku turystycznego w różnych przekrojach.

5. Zakończenie

Analiza dokumentów programowych organów i podmiotów tworzących system zarządzania gospodarką turystyczną oraz jego struktury pozwala na próbę oceny ich wpływu na możliwości intensyfikacji współpracy transgranicznej na pograniczu czesko-niemiecko-polskim. Z przeprowadzonych badań wynika, że:

1) we wszystkich trzech krajach na szczeblu centralnym funkcjonują dwa podstawowe podmioty polityki turystycznej, tj. organy administracji państwowej w postaci ministerstw (stanowiącej tzw. NTA) oraz narodowe organizacje turystyczne (NTO);

2) usytuowanie spraw turystyki na poziomie ministerialnym w każdym z państw, którego regiony wchodzi w skład ERN, powinno dawać gwarancję poważnego jej traktowania poprzez nadawanie wagi inicjatywom ustawodawczym istotnym z punktu widzenia rozwoju turystyki. Przemawia za tym również tworzenie w omawianych krajach międzyresortowych komisji bądź rad turystycznych przy ministrach właściwych ds. rozwoju turystyki;

3) przyjęte w badanych państwach formy funkcjonowania narodowych organizacji turystycznych, a mianowicie agencji rządowych lub rządowo-samorządowych, stwarza możliwość intensyfikacji współpracy rządu z podmiotami gospodarczymi i regionami;

4) obowiązująca we wszystkich krajach dualna struktura organizacji i zarządzania turystyką powinna przynosić wiele korzyści dzięki rozdzieleniu funkcji strategicznych i operacyjnych z zakresu polityki turystycznej;

5) wszystkie trzy państwa w swoich strategiach gospodarczych podkreślają duże znaczenie turystyki, formułując kierunki, cele i priorytety jej rozwoju.

Zgromadzony materiał badawczy upoważnia do stwierdzenia, iż w programach strategicznych rozwoju społeczno-gospodarczego na szczeblu krajowym badanych państw niedostatecznie wyraźnie akcentuje się oddziaływanie współpracy transgranicznej na ten rozwój (w tym również rozwój gospodarki turystycznej). Może to stanowić dość istotną barierę intensyfikacji procesu integracji i kooperacji w zakresie turystyki. Z kolei przyjęta we wszystkich krajach podobna dualna struktura organizacji i zarządzania gospodarką turystyczną powinna ułatwiać rozwój współpracy o charakterze ponadgranicznym w tej dziedzinie.

Literatura

- [1] <http://www.mmr.cz>.
- [2] Piekarzewska O., *Turystyka w świetle prac nad Narodowym Planem Rozwoju*, [w]: *Turystyka w gminie i powiecie*, red. A. Gordon, POT, Warszawa 2003.
- [3] *Strategia rozwoju krajowego produktu turystycznego Polski*, UKFiT, Warszawa 1997.
- [4] Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (DzU nr 62, poz. 689 z późn. zm.).
- [5] Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Prywatna Wyższa Szkoła Handlowa, Warszawa 1997.
- [6] Żemła M., *System zarządzania turystyką na tle ustroju samorządowego w wybranych krajach europejskich*, Folia Turistica nr 11, AWF, Kraków 2002.

CZECH, POLISH AND GERMAN TOURIST POLICY VS. OPPORTUNITIES FOR CROSS-BORDER COOPERATION IN TOURISM IN POLISH-CZECH-GERMAN BORDER AREAS

Summary

In spite of the existence of the Neisse-Nisa-Nysa Euroregion along Polish-Czech-German border areas for over ten years and the carried out cooperation within the framework of tourism development in this area, an extremely important element of tourist economy development becomes the properly created tourist policy. Such policy, however, is the domain of top governmental spheres, that is why the influence of the Euroregion on its creation by the particular countries is only of an indirect nature. In cross-border cooperation, at the Polish-Czech-German border

areas, the objectives and priorities of tourist policy of the three countries have to be observed and respected. The article presents basic assumptions concerning Polish, Czech and German tourist policy as well as conclusions indicating areas for mutual cooperation in the sphere of tourism in the discussed region.