

Anna Maria Wiśniewska
Akademia Finansów i Biznesu Vistula – Warszawa

Partnerstwo publiczno-prywatne w małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych

Streszczenie

Rynek partnerstwa publiczno-prywatnego nieustannie się rozwija. Coraz większe korzyści, które wobec braku własnych środków budżetowych może dać współdziałanie z sektorem prywatnym sprawiają, że samorządy coraz szybciej i chętniej decydują się na wykorzystanie formuły PPP w obszarze inwestycji komunalnych. Cały czas dużą popularnością cieszą się inwestycje w infrastrukturę sportowo-rekreacyjną. Sektor publiczny dostrzegł w PPP poważny potencjał, który daje możliwość budowania nowoczesnej bazy sportowej, wzrostu jakości życia lokalnych społeczności, oraz rozwój sportu profesjonalnego i poszerzenie oferty turystycznej. W artykule wskazano na potrzebę inwestycji w formule PPP przez tworzenie nowych obiektów sportowych, rekreacyjnych i turystycznych a także na problematykę braku wiedzy dotyczącej współpracy na szczeblu partner publiczny - partner prywatny.

Słowa kluczowe: partnerstwo publiczno-prywatne (PPP), małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP), rekreacja, turystyka.

Wstęp

Jedną z najszybciej rozwijających się branż gospodarki narodowej jest branża turystyczna. Z jednej strony przyczyną takiego stanu jest transformacja ustrojowa, która dokonała się w Polsce w latach 90. XX wieku, a z drugiej – mogą to być zmiany w popycie oraz podaży dóbr i usług związanych z turystyką. Z roku na rok społeczeństwo ma do dyspozycji coraz więcej środków finansowych, które może przeznaczyć na zdrowy tryb życia, uprawianie sportu czy spędzanie czasu na łonie natury. Również przedsiębiorstwa nie są w tej kwestii obojętne zaopatrując swoich pracowników w karnety uprawniające do korzystania z infrastruktury sportowej i rekreacyjnej. Wychodząc temu zjawisku naprzeciw przedsiębiorcy powinni starać się nawiązać współpracę z jednostkami samorządów terytorialnych i przygotowywać wspólnie nowe przedsięwzięcia służące lokalnej społeczności. Skuteczne funkcjonowanie na dynamicznie zmieniającym się rynku usług turystycznych wymaga posiadania przez przedsiębiorców wiedzy oraz praktycznych umiejętności, które pozwolą kształtować nowe konkurencyjne zachowania na rynku. Istotne jest również dostrzeganie szans na rozwój małej i średniej przedsiębiorczości w turystyce i rekreacji które niesie za sobą formuła partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP).

Przedsiębiorstwo i zasady jego działania

Przedsiębiorstwo to podmiot gospodarczy, który na własny rachunek prowadzi działalność gospodarczą, aby osiągnąć określone korzyści. Przedsiębiorstwo jest jednym z podstawowych ogniw gospodarki narodowej, obok gospodarstw domowych i państwa.

Przedsiębiorstwo można definiować, jako organizację gospodarczą wyodrębnioną prawnie, organizacyjnie i ekonomicznie. Przedsiębiorstwo można również definiować jako grupę osób wyposażonych w środki produkcji, której celem jest osiąganie zysku oraz zaspokajanie potrzeb społeczeństwa. Kodeks handlowy definiuje przedsiębiorstwo jako zorganizowany zespół składników niematerialnych i materialnych przeznaczony do prowadzenia działalności gospodarczej.

Prawne wyodrębnienie przedsiębiorstwa wiąże się z posiadaniem osobowości prawnej, która umożliwia zawieranie umów czy dochodzenie swoich spraw na drodze sądowej. Przedsiębiorca z kolei to osoba gotowa dokonać zakupu po pewnej cenie w celu odsprzedaży po cenie niepewnej. Przedsiębiorcą jest również właściciel czynników produkcji, zorientowany na aktywne działanie, który liczy się z ryzykiem i jest skłonny do innowacji wykorzystując do tego wiedzę (Górka 2012).

Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej oraz Kodeks cywilny mówią, że przedsiębiorca to osoba fizyczna, prawna oraz jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą bądź zawodową. Nie mnożąc definicji na temat przedsiębiorczości, należy wspomnieć jeszcze o tej, która pochodzi z 1946 roku. Jej autorem jest J. Lisak, który niegdyś pisał: „przedsiębiorstwo to jednostka gospodarcza z przedsiębiorcą na czele, prowadzącym interes na własne ryzyko, celem osiągnięcia możliwie jak największego zysku, przy czym, gospodarstwo domowe przedsiębiorcy jest oddzielone od majątku przedsiębiorcy”. Definicja ta jest ponadczasowa, również współczesny ekonomista może pokusić się o podobne stwierdzenie.

Od rozwoju przedsiębiorstw uzależniona jest pozycja ekonomiczna kraju, ponieważ tworzą one narodowe bogactwo. Działanie przedsiębiorstw z zastosowaniem zasad racjonalnego gospodarowania, innowacji technologicznych, produktowych oraz organizacyjnych decyduje o poziomie dochodu społeczeństwa oraz o pozycji konkurencyjnej gospodarki (Ostrowska 2014.)

Gospodarkę feudalną cechowały stosunki towarowo-pieniężne, a ich rozwój przyczynił się do powstawania przedsiębiorstw handlowych, przedsiębiorstw bankowych oraz przemysłowych. Dało to fundament gospodarce kapitalistycznej.

W gospodarce rynkowej cechą przedsiębiorstw jest prowadzenie kalkulacji kupieckiej. Przedsiębiorstwa kalkulują koszty produkcji i usług. Kalkulują również koszty przychodów i tym samym dążą do uzyskania racjonalności gospodarczej, której fundamentem jest umie-

jętne przetwarzanie zasobów na efekty w postaci uzyskiwania odpowiednich przychodów oraz wyniku finansowego.

W XX wieku w Europie i w USA do końca lat 50. i 60. panowała tendencja tworzenia wielkich przedsiębiorstw, korporacji, jednak uległa ona odwróceniu na początku lat 70.. Poniżej zaprezentowano przyczyny dynamicznego zwiększania roli małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce. Należą do nich między innymi (Czechowski 2007):

- zmiana technik wytwarzania;
- widoczny postęp w zakresie procesów technologicznych;
- dynamiczny postęp w zakresie technologii informacyjnych;
- szybki rozwój sektora usług;
- spadek konkurencyjności międzynarodowej dużych przedsiębiorstw (spowodowanej przede wszystkim zmianami, które zachodziły w otoczeniu rynku, tj. wzrost ryzyka i niepewność na wielu rynkach, rosnąca konkurencja zagraniczna, oraz zmiany kursów walut);
- racjonalizacja kosztów;
- istnienie przewagi przedsiębiorstw małych i średnich nad firmami dużymi odnośnie do umiejętności szybkiego reagowania i dostosowywania do zmian w otoczeniu, elastyczności w działaniu;
- spadek światowego popytu.

Przedsiębiorstwa z sektora małych i średnich mogą mieć przewagę nad dużymi firmami w zakresie takich czynników, jak:

- racjonalny przepływ informacji wewnątrz przedsiębiorstwa, dzięki któremu dostosowują się one do zmian w otoczeniu zewnętrznym. Taki racjonalny przepływ informacji sprzyja również rozwiązywaniu problemów wewnątrz organizacji;
- otwarcie na innowacje i ich szybkie wykorzystanie;
- umiejętność wykorzystywania uprzywilejowanych warunków w uzyskiwaniu środków finansowych, ze źródeł specjalnie uruchamianych dla wspierania rozwoju lokalnej gospodarki;
- niezbiurokratyzowane struktury zarządzania;
- szybkie reakcje na zmieniające się potrzeby rynku;
- wykorzystanie okazji gospodarczych przez przedsiębiorczych kierowników, potrafiących zdobyć oraz wykorzystać przewagę konkurencyjną na rynku, skłonnych do podjęcia ryzyka;
- lepsze wykorzystanie specjalistów o wyższych kwalifikacjach zawodowych oraz wyższych umiejętnościach praktycznych dotyczących rynku i konsumentów.

Doświadczenie państw Unii Europejskiej, a teraz również i Polski pokazuje, że małe i średnie przedsiębiorstwa bardzo korzystnie wpływają na rozwój gospodarki całego kraju. To dzięki nim bezrobocie jest mniejsze, MSP uzupełniają rynek towarów i usług oraz ożywają lokalną gospodarkę.

Małe i średnie przedsiębiorstwa, jak czytamy w literaturze przedmiotu, charakteryzują dynamiczne podejście do otoczenia. Te właśnie przedsiębiorstwa najszybciej reagują na potrzeby wymagającego klienta. Są w stanie również indywidualizować obsługę dla obecnego odbiorcy. Szczególne znaczenie ma to na rynku turystycznym.

Przedsiębiorstwo turystyczne to jednostka organizacyjna, która prowadzi działalność gospodarczą. Polega ona na odpłatnym świadczeniu usług odbiorcom różnych form turystyki, czyli celowo zorganizowany i wyodrębniony pod względem techniczno-przestrzennym i prawnym zespół ludzi wyposażony w odpowiednie środki materialne i finansowe, powołany do świadczenia usług turystycznych oraz pozwalający na maksymalizację ekonomicznych korzyści (Górka 2012).

Przedsiębiorstwo rekreacyjne to jednostka organizacyjna, która prowadzi działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług z zakresu rekreacji ruchowej i innych jej form dla ludności podróżującej oraz mieszkańców. Cechą charakterystyczną takich przedsiębiorstw jest niestabilność oraz sezonowość popytu na korzystanie z ich usług i zarazem wysoki udział kosztów stałych prowadzonej działalności. Należą do nich amortyzacja ponoszona bez względu na stopień wykorzystania mocy usługowych oraz koszty zarządu, co powoduje niestabilność zysku (*Ibidem*).

Z punktu widzenia działalności usługowej, przedsiębiorstwa turystyczne można podzielić na przedsiębiorstwa:

- transportu turystycznego, które zajmują się przemieszczaniem turystów do miejsc ich pobytu turystycznego i z powrotem;
- prowadzące zakłady hotelarskie i gastronomiczne;
- biura podróży;
- przedsiębiorstwa usług sportowo-rekreacyjnych, które służą nie tylko turystom;
- uzdrowiskowe;
- jednostki, które zajmują się informacją i promocją turystyczną.

Rynek turystyczny

Rynek możemy zdefiniować jako ogół stosunków, które zachodzą pomiędzy podmiotami uczestniczącymi w procesie wymiany, sprzedawców i odbiorców reprezentujących oraz kształtujących podaż i popyt, jak również wzajemne relacje, które między nimi występują (Wrzosek 2011).

Na rynku turystycznym panują ogólne prawa rynku. W stosunku do rynku dóbr materialnych wykazuje on wiele indywidualnych cech, które wynikają z cech popytu turystycznego, jak również z właściwości przedmiotu wymiany określanego mianem produktu turystycznego. W literaturze przedmiotu rynek turystyczny definiowany jest przez odniesienie do produktu turystycznego, jego dostawców i turystów (Czechowski 2007). W tym miejscu

warto zwrócić uwagę na podstawowe elementy podaży turystycznej. W. Gaworecki (2003) definiuje dobro turystyczne, jako „dobro lub zespół dóbr danych przez naturę, historię lub wytworzonych przez działalność ludzką, na które występuje popyt turystyczny”.

Literatura przedmiotu dzieli dobra turystyczne na podstawowe oraz komplementarne. Do walorów turystycznych czyli dóbr podstawowych zaliczamy:

- naturalne (krajobraz natury, szata roślinna, świat zwierząt, atmosfera, hydrosfera);
- produkty pracy ludzkiej.

Do dóbr turystycznych komplementarnych, czyli infrastruktury turystycznej zaliczamy:

- infrastrukturę techniczną, jak drogi, żegluga turystyczna, szlaki turystyczne, sieci hoteli czy sieci zakładów gastronomicznych;
- infrastrukturę społeczną, jak biura turystyczne, urządzenia rozrywkowe obiekty sportowe czy informacja turystyczna.

Walory i infrastruktura uzupełniają się wzajemnie. Elementy infrastruktury turystycznej, jak również ich rozmiar są warunkiem użyteczności walorów. Z kolei „uzupełnieniem infrastruktury turystycznej jest infrastruktura ogólna (paraturystyczna), której elementy nie zależą od rozwoju turystyki. Zaliczyć do niej można środki komunikacji danego obszaru, jego podstawowe urządzenia administracyjno-usługowe, kulturalne czy socjalne” (*Ibidem*).

Partnerstwo publiczno-prywatne

Partnerstwo publiczno-prywatne to od wielu lat powszechnie stosowana na całym świecie metoda współpracy administracji publicznej (centralnej i samorządowej) z partnerami prywatnymi. W gospodarce rynkowej możemy wyodrębnić trzy podstawowe grupy dóbr, które zaspokajają potrzeby społeczeństwa. Są nimi:

- wyraźne rzeczywiste preferencje i popyt indywidualnego nabywcy;
- dobra społeczne;
- dobra prywatne.

Cechą widoczną dóbr publicznych w sferze infrastruktury jest ich użyteczność. Dobra infrastruktura przejawiająca cechy dóbr publicznych:

- projektuje efekty zewnętrzne;
- zaspokaja potrzeby materialne i niematerialne;
- determinuje rozwój gospodarki. Dzięki kreowaniu dogodnych warunków do rozwoju przedsiębiorczości, skłania zagranicznych oraz krajowych inwestorów, aby rozpoczynali swoje przedsięwzięcia w miejscu dla nich atrakcyjnym i na dogodnych warunkach.

Infrastruktura o charakterze administracyjnym, instytucjonalnym i gospodarczym, która reprezentuje bardzo wysoki poziom:

- przyciąga inwestorów;

- aktywizuje i ożywia środowisko a niejednokrotnie sprawia, że wzrasta poziom dobrobytu społeczności lokalnej. Dzięki generowaniu nowych miejsc pracy oraz podnoszenia standardów życia społeczności;
- ułatwia realizowanie projektów inwestycyjnych i powstawanie nowych przedsiębiorstw, które dzięki prowadzenia swojej działalności na danym terenie zasila dochody budżetów gmin poprzez płacenie danin publicznych;
- pozytywnie pobudza lokalne inicjatywy społeczne i gospodarcze (Antkiewicz i in. 2008).

Partnerstwo publiczno-prywatne w Polsce reguluje ustawa z dnia 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym (PPP), która mówi, że „Przedmiotem PPP jest wspólna realizacja przedsięwzięcia oparta na podziale zadań i ryzyk pomiędzy podmiotem publicznym i partnerem prywatnym”. W dokumencie tym wskazuje się również, że koniecznym warunkiem do zawiązania partnerstwa publiczno-prywatnego jest uzyskanie przez stronę publiczną korzyści, które przewyższają efekty możliwe do osiągnięcia w momencie realizacji danego przedsięwzięcia tradycyjną metodą.

Wspomniany akt prawny stanowi niejako „drugie podejście” do regulacji w zakresie wspólnej realizacji zadań publicznych, w których strona prywatna może wnieść do współpracy swój kapitał finansowy, jak i *know-how*, dzieląc się z sektorem publicznym najważniejszymi zadaniami i ryzykami występującymi w przedsięwzięciu, tak aby zadania publiczne były realizowane najbardziej efektywnie, a partner prywatny mógł dodatkowo otrzymać wynagrodzenie za swoje zaangażowanie na zasadach określonych w umowie (*Raport...* 2013).

Niezależnie od przyjętej definicji, partnerstwo publiczno-prywatne polega na kooperacji podmiotów z dwóch sektorów, przy realizacji zadań publicznych. Za zadanie publiczne należy przy tym uznać każde zadanie ustawowo przypisane podmiotowi publicznemu. Brak wskazania, że zadanie publiczne należy do konkretnego podmiotu pozwala na domniemanie, iż jest ono zadaniem samorządu terytorialnego, a przede wszystkim gminy (Szwichtenberg 2008).

Podmioty publiczne, które są zainteresowane budową infrastruktury sportowo-rekreacyjnej i świadczeniem usług turystycznych przy pomocy partnerstwa publiczno-prywatnego to przede wszystkim gminy i powiaty. „Z ogólnej liczby 49 projektów, tylko dwa postępowania ogłoszone zostały przez podmiot nieposiadający statusu jednostki samorządu terytorialnego. Były to spółki Park Wodny Sanok Sp. z o.o. oraz Inwestycje Świdnickie Sp. z o.o., w której 100% udziałów posiadały odpowiednio miasto Sanok i miasto Świdnica” (*Raport...* 2013).

Dotychczasowe doświadczenia związane z realizacją inwestycji sportowych i rekreacyjno-turystycznych w okresie obowiązywania przepisów o PPP i koncesji dowodzą, że tego typu formuła była wykorzystywana zarówno przez małe gminy wiejskie, jak też duże miasta wojewódzkie (*Ibidem*).

Zawierając umowę o partnerstwie publiczno-prywatnym kontrahent prywatny zobowiązuje się do realizacji przedsięwzięcia za wynagrodzeniem oraz do poniesienia w całości lub w części wydatków na jego wykonanie. Podmiot publiczny zobligowany jest z kolei do współpracy w osiągnięciu celu tego przedsięwzięcia. (Antkiewicz i in. 2008).

Wykonanie obowiązków z wykorzystaniem PPP pozwala na uzyskanie korzyści w postaci zwiększenia jakości usług dostarczanych mieszkańcom przez podmioty publiczne oraz spełnienia rosnących wymagań społeczności lokalnej. Z kolei podmioty działające w sektorze prywatnym uzyskują dostęp do nowych rynków zbytu oraz stabilne źródła sploty zaangażowanych środków (*Ibidem*). Partnerstwo publiczno-prywatne oznacza zazwyczaj wspólne inicjatywy tych sektorów, ale również kooperację:

- administracji rządowej,
- biznesu,
- sektora cywilnego.

Zastosowanie partnerstwa publiczno-prywatnego zaczęło wzrastać w momencie, kiedy stało się możliwe wykorzystanie prywatnych zasobów i umiejętności w sektorze publicznym. Partnerstwo publiczno-prywatne powinno skutecznie wspierać funkcjonowanie sektora turystycznego łącząc działania Narodowych Organizacji Turystycznych, samorządów i komercyjnych podmiotów turystycznych. Partnerstwo i współpraca z roku na rok odgrywają coraz większą rolę we wszystkich sektorach gospodarki, również w sektorze turystycznym (Szwichtenberg 2008).

Działalność w formule PPP, na całym świecie, to siła napędowa skoku cywilizacyjno-technicznego, co jest rezultatem szerokich możliwości głównych obszarów partnerstwa (por. tabela 1) (produkty, nauka i technika, zasoby ludzkie, marketing oraz sprzedaż, infrastruktura i finanse). Skok techniczno-cywilizacyjny można osiągnąć realizując cele w obrębie głównych obszarów partnerstwa. Społeczeństwo, które zdecyduje się na realizację tych celów przyczynia się do zaspakajania potrzeb szerokiego grona odbiorców lokalnych oraz do rozwoju ekonomicznego regionu.

„W analizowanym okresie (od lutego 2009 r. do 15 czerwca 2013 r.) największa liczba projektów będących przedmiotem postępowań PPP oraz przewidzianych do realizacji w formule PPP/koncesji zlokalizowana była na terenie województw: dolnośląskiego (10) oraz małopolskiego (8). Bezpośrednio za nimi uplasowały się województwa lubelskie i mazowieckie (po 7 postępowań). Natomiast w województwach śląskim, opolskim i warmińsko-mazurskim ogłoszono po 5 postępowań” (*Raport...* 2013).

Dokonując analizy typowych celów partnerstwa można zauważyć przyczyny powstania kategorii PPP jako formy finansowania działalności turystycznej i rekreacyjnej, ale nie tylko. Pierwsza z nich to bardzo szybko rosnące oczekiwania ogółu społeczeństwa w czasie w którym realizowane są projekty. Kolejnym impulsem mogą być zaostrzające się wymagania ekologiczne w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu oraz potrzeba nowych techno-

logii, nowatorskich środków utrzymania czy modernizacja i budowa nowej infrastruktury. W jakich dziedzinach można realizować projekty w systemie PPP? Ustawodawstwo wskazuje na niejednorodność zadań publicznych. Należą do nich: „szkolnictwo, oczyszczanie miast, więziennictwo, transport, komunikacja, opieka zdrowotna i społeczna, zaspokajanie potrzeb mieszkaniowych, budowa i utrzymanie obiektów sportowych, obiektów kultury, obiektów rekreacyjnych i wiele innych przedsięwzięć”.

Tabela 1
Typowe cele partnerstwa

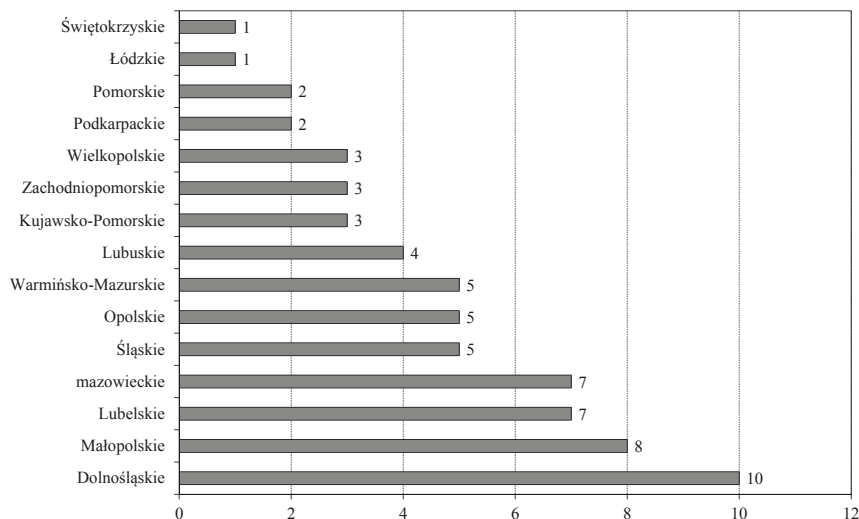
Główne obszary partnerstwa	Cele partnerstwa
Produkty	– Poprawienie i zachowanie zasobów
	– Podnoszenie jakościowych standardów
	– Rozwój atrakcji tj. parki wodne, baza noclegowa
	– Wspieranie ekonomiczne zdrowia społeczności
	– Kreowanie zrównoważonego rozwoju w sektorze turystyki
	– Pokonywanie barier handlowych i inwestycyjnych
	– Ochrona konsumentów
	– Radzenie sobie z konkurencją
Nauka i technika	– Prowadzenie badań
	– Wprowadzenie Satelitarnego Pomiaru Turystyki
	– Wprowadzenie technologicznych innowacji i aplikacji
Zasoby ludzkie	– Podnoszenie jakości usług
	– Wprowadzenie programów szkoleniowych i edukacyjnych
Marketing i sprzedaż	– Włączanie nowych rynków
	– Poprawa analizy rynku
	– Poprawa wyobrażeń o krajach docelowych
Infrastruktura	– Poprawa dróg, infrastruktury transportowej i serwisu usługowego
	– Poprawa warunków sanitarnych
	– Poprawa bezpieczeństwa
Finanse	– Nabywanie inwestycji i funduszy
	– Nacisk na rozwój inwestycji publicznych
	– Uzyskiwanie środków finansowych na rozpoczęcie działalności
	– Wzrost zysków

Źródło: Szwichenberg (2008).

Praktyka państw Unii Europejskiej wskazuje, że przedsięwzięcia w systemie PPP najczęściej realizowane są przy budowie, odbudowie, zarządzaniu i utrzymaniu infrastruktury lub dostarczaniu usług publicznych (Antkiewicz i in. 2008).

Wykres 1

Liczba postępowań PPP w podziale na województwa w okresie II 2009 - 15.VI 2013



Źródło: Raport... (2013).

Tabela 2

Korzyści dla sektora publicznego i prywatnego z PPP

Korzyści dla sektora publicznego	Korzyści dla sektora prywatnego
Szybsze wdrożenie	Stabilny długoterminowy kontrakt
Przyspieszenie rozwoju infrastruktury	Niezależność od rocznego budżetu sektora publicznego
Wyższa jakość usług	Elastyczność w ustalaniu specyfikacji produktu końcowego lub usługi
Wzrost innowacyjności w dostarczaniu usług	Bodźce do uzyskania dobrych wyników i dostarczenia usług dobrej jakości
Większa operatywność operacyjna	Możliwość generowania dodatkowych przychodów od stron trzecich (np. zarządzając budynkiem – wynajęcie powierzchni użytkowych)
Uwzględnienie całego okresu życia aktywów	Okazja do komercyjnego wykorzystania innowacji
Zredukowanie całkowitych kosztów projektu i efektywniejsze wykorzystanie pieniędzy publicznych	Szansa na osiągnięcie wysokiego, trudnego do osiągnięcia w innych warunkach celu
Lepsze zrozumienie całkowitych kosztów, fazy inwestycji i fazy eksploatacji	Wzbogacenie się o dodatkowe umiejętności i wiedzę

Źródło: jak w tabeli 1.

Do korzyści związanych ze stosowaniem partnerstwa publiczno-prywatnego należą również:

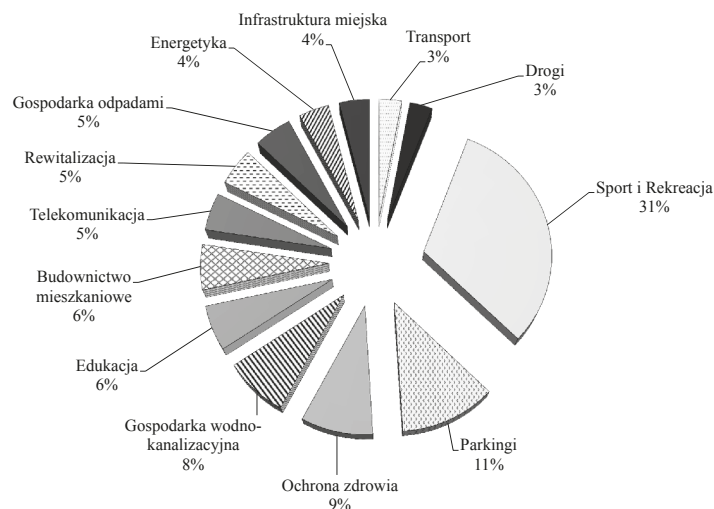
- rozwój infrastruktury miast, gmin i powiatów;
- polepszenie jakości infrastruktury, wyższa jakość usług;
- ograniczenie zadłużenia publicznego lub możliwość niezaliczenia inwestycji do długu finansów publicznych;
- możliwość pozyskania dodatkowego źródła kapitału;
- przeniesienie części odpowiedzialności na partnera prywatnego za zadania, które są obowiązkowe dla podmiotu publicznego.

Turystyka i rekreacja w formule PPP

Sektor sportu i rekreacji to najpopularniejszy obszar inwestycji publiczno-prywatnych. Obecnie stanowi ok. 1/4 wszystkich inwestycji realizowanych w formule PPP. Warto przyrzeć się, jak w kolejnych latach od momentu wejścia nowej ustawy o partnerstwie publiczno-prywatnym formował się jego udział w rynku partnerstwa publiczno-prywatnego i czy obecnie inwestycje w infrastrukturę sportową cieszą się tak dużą popularnością jak w pierwszych dwóch latach obowiązywania nowych przepisów o PPP. Na wykresie 2 przedstawiono strukturę rynku PPP w latach 2009-2011.

Wykres 2

Sektor sportu i rekreacji na tle rynku PPP w latach 2009-2011



Źródło: jak w wykresie 1.

Z wykresu 2 wynika, że w latach 2009-2011 w Polsce spośród wszystkich ogłoszonych postępowań PPP, ponad 30% dotyczyło przedsięwzięć infrastrukturalnych z przeznaczeniem na działalność sportową lub rekreacyjną oraz kontraktów operatorskich na zarządzanie takimi obiektami. Należy jednak podkreślić, że prawie wszystkie zakończyły się niepomyślnie, o czym świadczy fakt, iż w okresie tym zawarto jedynie dwa kontrakty z prywatnymi inwestorami:

- koncesję na zarządzanie krytą pływalnią Neptun w Gliwicach;
- koncesję na zagospodarowanie, eksploatację i zarządzanie kąpieliskiem na terenie jeziora w miejscowości Niesulice.

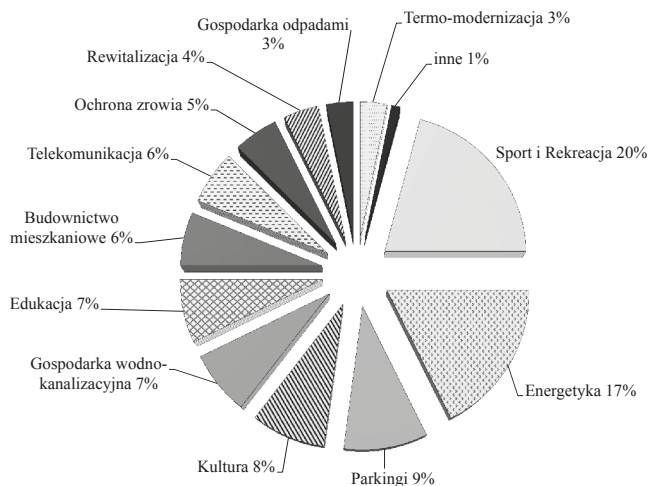
Z uwagi na krótki okresem obowiązywania nowych przepisów o partnerstwie publiczno-prywatnym, powodem niepowodzeń sporej części postępowań był przede wszystkim niedostateczny stopień wiedzy podmiotów publicznych i prywatnych na temat zasad realizacji projektów w formule PPP.

Wiele nieudanych prób w realizacji inwestycji w dziedzinie sportu i rekreacji spowodowało, iż podmioty publiczne w kolejnych latach zaczęły ostrożniej podchodzić do partnerstwa publiczno-prywatnego jako formy realizacji inwestycji w tego typu infrastrukturę. Świadczy o tym przedstawiona na wykresie 3 struktura rynku PPP w roku 2012.

Na wykresie 3 widać obniżenie udziału sektora sportu i rekreacji w rynku partnerstwa publiczno-prywatnego w roku 2012, co nie znaczy, że w tym okresie było mniejsze zainteresowanie

Wykres 3

Sektor sportu i rekreacji na tle rynku PPP w 2012 roku



Źródło: jak w wykresie 1.

sowanie formułą PPP jako formą realizacji zadań publicznych. Niemniej jednak, tendencja spadkowa w liczbie ogłaszanych postępowań PPP w sektorze sportu i rekreacji widoczna była także w pierwszej połowie 2013 r. W tym okresie wszczęto jedynie 5 procedur – przy 8 postępowaniach w analogicznym okresie w roku poprzednim (*Raport...* 2013).

Podsumowanie

Finansowanie małego i średniego przedsiębiorstwa przy pomocy partnerstwa publiczno-prywatnego to dobry sposób na nawiązanie współpracy, która zwłaszcza w rekreacji i turystyce może przynieść najbardziej wymierne korzyści. Do czynników, które możemy zaliczyć jako sprzyjające wdrożeniom projektów w Polsce należą między innymi:

- wysokie zapotrzebowanie na modernizację i rozwój nowej infrastruktury publicznej ze względu na poziom istniejącego niedoinwestowania;
- wcielenie pierwszych regulacji prawnych związanych z formułą PPP, jednak warunkiem musi być przyspieszenie i uporządkowanie prac w tym zakresie;
- wysoko wykwalifikowana i wykształcona na wysokim poziomie kadra specjalistów z dziedziny, prawa, ekonomii oraz techniki;
- obecność doświadczonych, międzynarodowych firm konsultingowych, skłonnych wspierać rozwój PPP w Polsce;
- aktywność Europejskiego Banku Inwestycyjnego, dysponującego kapitałem i doświadczeniem w finansowaniu projektów PPP

Wg *Raportu...* (2013) najpopularniejszym rodzajem obiektów sportowych, przewidzianych do realizacji w PPP, były parki wodne, pływalnie i baseny (42% wszystkich obiektów). Drugą pod względem liczebności grupę stanowiły kompleksy sportowo-rekreacyjne (22% wszystkich obiektów). Coraz większą popularnością cieszą się także inwestycje w infrastrukturę turystyczną (14% wszystkich obiektów).

Współpraca partnera publicznego z partnerem prywatnym, realizujących wspólnie duże projekty infrastrukturalne może przynieść wymierne korzyści w postaci rozwoju infrastrukturalnego gmin, miast i powiatów. Dzięki tej współpracy polepsza się jakość oferowanych usług w sektorze turystycznym i rekreacyjnym. Jeśli gminy zechcą podjąć się współpracy z przedstawicielami biznesu, to czeka nas wszystkich szybki rozwój obiektów sportowych, wypoczynkowych i rekreacyjnych na światowym poziomie.

Bibliografia

- Antkiewicz S., Kalinowski M. (2008), *Innowacje finansowe*, CeDeWu, Warszawa.
- Czechowski L. (red.) (2007), *Małe i Średnie Przedsiębiorstwa na rynku turystycznym*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Gdańsk.
- Gaworecki W. (2003), *Turystyka*, PWE, Warszawa.

- Górka K. (2014), *Finanse w turystyce i rekreacji*, <http://www.awf.katowice.pl> [dostęp: 17.09.2014].
- Lisak J. (1946), *Ekonomia jednostkowa. Nauka o przedsiębiorstwie*, WSNSG, Katowice, cyt. za Wietrzyk-Szczepkowska K. (red.) (2007), *Wybrane problemy funkcjonowania przedsiębiorstwa*, *Economicus*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Rapacz A. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne*, Difin, Warszawa.
- Raport. Partnerstwo Publiczono-Prywatne w sporcie, rekreacji i turystyce w Polsce w 2013* (2013), Cieślak&Kordasiewicz, Kancelaria Doradztwa Gospodarczego, Warszawa.
- Szwichtenberg A. (2008), *Partnerstwo Publiczno-Prywatne a gospodarka turystyczna*, Politechnika Koszalińska, Koszalin.
- Wrzosek W. (1994), *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa.

Public-Private Partnership in Small and Medium Enterprises in Tourism and Recreation Industries

Summary

The market of public-private partnership is constantly evolving. Increasing benefits from the cooperation with a private sector, taking into account the lack of own budgets resources, make governments quickly and more likely to decide to use the PPP formula in the area of municipal investments. Still there are popular investments in sports and recreation facilities. The public sector noticed in PPP a serious potential, which gives the opportunity to build a modern sports facilities, increase the quality of life of local communities, and helps to develop the professional sport and enrich the touristic offer. The article pointed out the need to invest in PPP by creating new sports, recreation and touristic complexes, as well as stressed the lack of knowledge on issues concerning cooperation between public and private partners.

Key words: public-private partnership (PPP), small and medium-sized enterprises (SMEs), recreation, tourism.

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Anna Maria Wiśniewska
Akademia Finansów i Biznesu Vistula
ul. Stokłosa 3
02-787 Warszawa
tel.: 22 457 23 00
e-mail: a. wisniewska@vistula.edu.pl