

Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ODDZIAŁYWANIE WŁADZ PUBLICZNYCH NA MECHANIZM RYNKU TURYSTYCZNEGO

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie istoty oddziaływania władz publicznych na mechanizm rynku turystycznego, identyfikacja głównych instrumentów interwencjonizmu, a także ocena władz publicznych z punktu widzenia ich wpływu na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych i zachowań nabywców na rynku turystycznym.

Artykuł jest wynikiem studiów literatury z zakresu teorii regulacji, rynku i ekonomiki turystyki, a także aktów prawnych i obserwacji praktyki gospodarczej.

Badania pokazały, że efekty działalności władz publicznych, z punktu widzenia ich wpływu na funkcjonowanie rynku turystycznego, nie są jednoznaczne. Nieodpowiednie bowiem wykorzystanie instrumentów może prowadzić do niesprawności oddziaływania, a to z kolei przyczynia się często do niesprawności rynku.

Słowa kluczowe: interwencjonizm władz publicznych, instrumenty interwencjonizmu, rynek turystyczny, błędy rynku.

1. Wstęp

Wpływanie na sprawność funkcjonowania rynku turystycznego przez kreowanie możliwie najbardziej dogodnych warunków do rozwoju podmiotów gospodarczych i nabywców produktu powinno być przedmiotem szczególnej troski władz publicznych. Odpowiedzialności za kreowanie tych warunków nie może ponosić jedynie władza centralna, ale także władze regionalne i lokalne, które w związku z decentralizacją życia społeczno-ekonomicznego przejęły regulowanie spraw publicznych i funkcje związane ze stymulowaniem rozwoju gospodarczego na szczeblu regionu, powiatu i gminy.

W literaturze przedmiotu wyróżniamy dwie główne koncepcje na temat roli władz publicznych i jej wpływu na mechanizm rynkowy:

- pierwsza – określająca rolę władz publicznych w kształtowaniu mechanizmu rynkowego i form rywalizacji,
- druga – podkreślająca funkcje kontrolne w zakresie możliwości „fałszowania” mechanizmu konkurencji rynkowej przez różnorodne formy działań przedsiębiorstw.

Podstawową przesłanką oddziaływania władz publicznych jest niesprawność mechanizmu rynkowego, w tym konkurencji, wynikająca ze zróżnicowania cen podobnych produktów, efektów zewnętrznych, dążenia do monopolizacji rynku, niedoskonałości (asymetrycznej) informacji.

Celem artykułu jest przedstawienie istoty, instrumentów i oceny oddziaływania władz publicznych na mechanizm rynku turystycznego. Artykuł jest wynikiem studiów literatury z zakresu teorii regulacji, rynku i ekonomiki turystyki, a także aktów prawnych i obserwacji praktyki gospodarczej.

2. Interwencjonizm władz publicznych – perspektywa teoretyczna

Interwencjonizm władz publicznych jest kompleksem oddziaływań tych władz realizowanych za pomocą określonych narzędzi determinujących decyzje podmiotów rynkowych [Kogut-Jaworska 2008, s. 34]. Celem tego oddziaływania jest przeciwdziałanie niesprawnościom rynku turystycznego, głównie poprzez wspomaganie konkurencji. Chodzi o to, aby podmioty gry rynkowej konkurowały ze sobą na rynku o dostępne zasoby na równych zasadach, nie stosowały kolektywnych i indywidualnych praktyk monopolistycznych¹, wprowadzały innowacje, podwyższały poziom jakości i walczyły o udziały w rynku.

Rynek turystyczny ma wbudowany mechanizm samoregulacji – mechanizm rynkowy, który wymaga określonej sytuacji wyjściowej: zapotrzebowania, oferty sprzedaży, praw własności i konkurencji. Ogólnie można powiedzieć, iż rynek tworzy cenę jako efekt (rezultat) konfrontacji (uzgadniania) sprzedających i kupujących. Cena jest mechanizmem sterującym postępowaniem konsumentów i producentów w turystyce oraz jest wynikiem konkurencji między sprzedawcami i między nabywcami. Rynek nie utworzy właściwej ceny, gdy nie będą zapewnione dla wszystkich podmiotów rynkowych równy dostęp do zasobów informacji, swoboda działalności gospodarczej, funkcjonowanie odpowiedniej liczby producentów i nabywców na rynku, co jest efektem m.in. barier wejścia i wyjścia z rynku.

Powyższe warunki determinują pozytywne efekty konkurencji, w myśl bowiem słów F.A. Hayeka, konkurencja jest „procedurą odkrywania faktów”. Uważał on, że wszędzie tam, gdzie nie są z góry znane okoliczności warunkujące działanie rywalizujących ze sobą podmiotów, konkurencja jest skutecznym sposobem rozwiązywania problemów w warunkach niepewności. Konkurencja odkrywa te fakty, których ujawnienie w inny sposób nie jest możliwe. Decyduje ona także o tym, który spośród wielu podmiotów dążących do osiągnięcia konkretnego celu zdoła go osiągnąć. Konkurencja wskazuje również najlepsze sposoby postępowania w wa-

¹ Praktyki monopolistyczne mogą mieć charakter antykonkurencyjny – głównie zamykanie rynku i zawieranie porozumień ograniczających konkurencję, a także eksploatacyjny, który polega na osiągnięciu korzyści przez przedsiębiorstwo kosztem jego konkurentów, dostawców lub odbiorców [Fornalczyk 2007, s. 17].

runkach współzawodnictwa. W tym znaczeniu jest narzędziem selekcji i procesem formułowania opinii o rywalizujących podmiotach i ich produktach [Hayek 1988, s. 14]. Oprócz tego konkurencja, poprzez układ cen, ujawnia aktualną informację o stanie gospodarki. Warto zaznaczyć, że konkurencja stwarza bezosobowy przymus działania, wymuszając dostosowania podmiotów gospodarczych, przedsiębiorczość i skłonność do zdobywania wiedzy i umiejętności [Przybyciński 2005, s. 37-39].

Konkurencja na rynku nie zawsze jest pozytywnie postrzegana. Walczący ze sobą konkurenci wykorzystują niekiedy działania przestępcze (przekupstwo, korupcję, nieuczciwą promocję dyskredytującą przeciwnika, przestępstwa podatkowe itp.) w celu osiągnięcia wyższych korzyści. Konkurencja oceniana jest negatywnie także w innych przypadkach, jak np.:

- nadmierna konkurencja wytwarza niekorzystne stosunki społeczne – zanikanie dialogu, słabnący poziom zaufania,
- często nie zapewnia sprawiedliwego (w ocenie społecznej) podziału dochodów,
- stwarza możliwość obciążenia otoczenia kosztami produkcji (tzw. efekty zewnętrzne polegające na zanieczyszczeniu środowiska przez obiekty turystyczne),
- może prowadzić do proliferacji produktu, która wiąże się z nadprodukcją (np. zbyt duża pojemność infrastruktury turystycznej względem zapotrzebowania bądź w stosunku do chłonności naturalnej obszaru).

Można więc stwierdzić, że rynek to całokształt instytucji wymiennych zapewniających strukturę relacji wymiany za pomocą systemu ograniczeń. W zbiorze instytucji i reguł rynkowych² istotne znaczenie mają te, które służą obniżeniu kosztów transakcyjnych. Instytucje rynkowe określają reguły konkurencji [Stankiewicz 2007, s. 97-105].

Interwencjonizm polega głównie na tworzeniu ram prawnych, w obrębie których działają podmioty gospodarcze i zawierane są transakcje (system prawny określa sposób zawierania transakcji i warunki, jakie muszą spełniać ich uczestnicy), a także na nadzorze nad ich przestrzeganiem (niezbędnym dla działania rynku). W ostatnim czasie na rynku turystycznym, wśród całego zbioru różnorodnych regulacji prawnych (np. stabilne prawa własności, reguły określające przepływ i dostęp do informacji, system zinstytucjonalizowanych reguł dotyczących zawierania transakcji [Bednarski, Wilkin 2003, s. 105]), podkreślana jest waga standardów podnoszących jakość i wpływających na konkurencję.

Innym kierunkiem stymulowania procesów konkurencyjnych jest oddziaływanie władz publicznych na tworzenie innowacji. Jedną ze sprzyjających temu form jest klastery, będący instytucją łączącą współpracę i konkurencję. W działalności każdego klastra można zaobserwować zjawisko kooperacji (inaczej nazywanej kooperacją). Kooperacja jest zjawiskiem stosunkowo nowym i prawie nierozpoznanym badawczo. Za kooperację uważa się układ strumieni jednoczesnych i współzależ-

² Do instytucji, w tym reguł rynkowych, zalicza się: prawa ochrony interesów konsumenta, własności intelektualnej, przepisy o uczciwej konkurencji, ochronę znaków towarowych, reklamacji, tworzenia organizacji, zasady kontroli i zasady etyczne.

nych relacji konkurencji i kooperacji między konkurentami zachowującymi swoją odrębność organizacyjną. Kooperencję cechują określone atrybuty: jednoczesność i współzależność konkurencji i kooperacji, ich ciągłość i kompleksowość, występowanie zarówno elementów formalnych, jak i nieformalnych [Cygler 2008, s. 153]. Z punktu widzenia specyfiki rynku turystycznego wskazana jest kooperacja w tworzeniu wartości dodanej (nowego produktu turystycznego) i konkurencja przy jej podziale, czyli w komercjalizacji produktu turystycznego. Stworzenie powyżej opisanych korzystnych warunków wymaga stosowania przez władze publiczne zbioru instrumentów. Instrumentem są prawnie określone możliwości dostępne władzom publicznym do sterowania pewnymi procesami (w naszym przypadku dobrze funkcjonującego rynku turystycznego), w wyniku których następuje osiągnięcie pożądaných celów [Needham 1982, s. 3]. W literaturze istnieje wiele opracowań dotyczących klasyfikacji instrumentów oddziaływania władz publicznych na gospodarkę [Kogut-Jaworska 2008, s. 69-154; Sztando 2004, s. 128-129; Patrzalek 2004, s. 7; Markowski, Kot 1992 s. 10; Miłaszewicz 2007, s. 207-219].

W niniejszym artykule do szczegółowej analizy wybrano instrumenty: finansowe, prawne, informacyjno-promocyjne, koncepcyjne i administracyjne.

Oddziaływanie władz publicznych ma zasadnicze znaczenie przy korygowaniu błędów rynku. Czy rzeczywiście jest ono efektywnym rozwiązaniem korygującym takie błędy?

- W świecie charakteryzującym się niepewnością, kosztami transakcyjnymi oraz ograniczoną informacją osoby mające dostęp do informacji mogą próbować wykorzystać je dla własnych korzyści, stosując często podstęp. Zachowania takie O.E. Williamson określa jako oportunistyczne [Rączka 2002, s. 413-424], a ich wyniki wydają się mało skuteczne.
- Inna argumentacja, dotycząca nieefektywności oddziaływania władz publicznych, wiąże się z pozytywną teorią regulacji³, z której wynika, że:
 - w praktyce politycy decydują o wprowadzeniu regulacji nie na podstawie abstrakcyjnie pojmowanego interesu publicznego, ale biorąc pod uwagę korzyści polityczne,
 - regulacja jest wprowadzona przede wszystkim po to, aby chronić przedsiębiorstwa już działające na rynku przed wejściem innych firm,
 - przedsiębiorstwa poświęcają znaczną część zasobów na sfinansowanie działań niezbędnych do uzyskania wpływu na decyzje podejmowane przez państwo, które dotyczą wprowadzenia „ochronnych” regulacji.

3. Oddziaływanie władz publicznych – aspekty praktyczne

W świetle rozważań teoretycznych interesującym zagadnieniem jest prezentacja praktycznych działań władz publicznych na rynku turystycznym, która pozwoli na ocenę tego procesu.

³ Zapoczątkowana przez G. Tullocka i rozwinięta przez G.J. Stiglera [Tullock 1967; Stigler 1971].

Władze publiczne, poprzez przepisy gwarantujące swobodę prowadzenia działalności gospodarczej, wpływają na zwalczanie nieuczciwej konkurencji. W realizacji celów polityki na rynku turystycznym stosuje się prawo przeciwdziałające praktykom monopolistycznym. Do zwalczania koncentracji przedsiębiorstw turystycznych stosuje się zakazy porozumień. Jednak na tym rynku nie każdy alians strategiczny jest niekorzystny dla mechanizmu rynkowego. Z punktu widzenia efektywności systemu rynkowego w turystyce bardziej niebezpieczne dla ograniczenia konkurencji są powiązania poziome (fuzje i kartele) niż koncentracja pionowa. Spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję zazwyczaj wyłącza się franchising w usługach gastronomicznych i hotelarskich, obok tych sieci bowiem funkcjonują inne konkurencyjne grupy podmiotów, a także obiekty pozasieciowe, które dają klientom możliwość wyboru miejsca zakupu. Franchising, jako przykład pionowego systemu powiązań, może być dodatkowo uznany za proefektywnościowy z uwagi na standaryzację operacji gospodarczych, co wynika np. z zawierania kontraktów z autoryzowanymi dostawcami. Innym przykładem oddziaływania władz publicznych za pomocą standardów jest wprowadzenie wymogów kategoryzacyjnych w stosunku do określonych w ustawie o usługach turystycznych rodzajów obiektów hotelarskich. Wprowadzanie standardów w opinii Y. Barzela zbliża rynek do sytuacji konkurencji doskonałej. Standardy są niejako łącznikiem między światem doskonałej informacji a modelem doskonałej konkurencji [Barzel 2004, s. 2] poprzez to, że dobra turystyczne stają się jednorodne, a informacja zunifikowana i dzięki temu bardziej doskonała. Powyższe działania usprawniają mechanizm rynkowy.

Następnym instrumentem oddziaływania władz publicznych na zwalczanie koncentracji na rynku turystycznym jest definiowanie rynku właściwego (*relevant market*), który jest określany w wymiarze produktowym, geograficznym i czasowym. W orzecznictwie Komisji Europejskiej można spotkać wiele przykładów wyznaczenia rynku właściwego, np. na rynku biur podróży występuje podział na wyjazdy zorganizowane i samodzielnie spędzane wakacje przez konsumentów, a także rozgraniczenie na rynek wyjazdów dalekiego (lot samolotem przekraczający trzy godziny) i krótkiego zasięgu [Fornalczyk 2007, s. 20]. Innym przykładem właściwego rynku produktowego jest świadczenie usług w zakresie infrastruktury portu lotniczego na geograficznym rynku południowo-zachodniej Anglii. Komisja Europejska przyznała, że przejęcie niektórych portów, np. w Exeter, wpłynęłoby zasadniczo na osłabienie konkurencji. Swoje zasługi w tym zakresie ma również Europejski Trybunał Sprawiedliwości, który interpretując prawo europejskie, uznał przypadek uzyskiwania licencji przewodnika turystycznego w Grecji przez osoby pochodzące z innych państw członkowskich, które chciały świadczyć swoje usługi na zasadzie samozatrudnienia (po uzyskaniu stosownego pozwolenia w kraju pochodzenia) za niezgodny z Traktatem ustanawiającym Wspólnotę Europejską (TWE) [Woicka 2002, 35-36]. Można też przytoczyć przykład orzeczenia ws. *Komisja przeciw Hiszpanii*. Hiszpańskie prawo stwierdzało, że osoby, które chciały zostać przewodnikami, musiały przejść przez egzaminy zarezerwowane jedynie dla obywateli hiszpańskich,

i w tym przypadku Trybunał uznał również takie procedury za niezgodne z TWE [Zawadzka 2002, s.137].

Tabela 1. Oddziaływanie władz publicznych na funkcjonowanie rynku turystycznego

Narzędzia	Oddziaływanie pozytywne
Finansowe dochodowe	Obniżenie lub rezygnacja z pobierania opłaty miejscowej dla wybranych grup turystów (np. dzieci), co zachęca konsumentów do nabywania produktu turystycznego
Finansowe wydatkowe	Inwestycje infrastrukturalne (drogi, lotniska) z jednej strony poprawiają funkcjonowanie podmiotów podaży, a z drugiej warunkują zaistnienie transakcji kupna i sprzedaży
	Dofinansowanie do wyjazdów turystycznych z funduszu socjalnego przedsiębiorstw
	Rozważana pomoc publiczna dla PLL LOT umożliwi utrzymanie dotychczasowych warunków konkurencji na rynku przewoźników lotniczych
Regulacje prawne	Ostatnie zmiany w ustawie o usługach turystycznych powodują podniesienie poziomu ochrony turystów i zwiększają swobodę działalności gospodarczej
	Wymogi kategoryzacyjne zwiększające przejrzystość rynku hotelarskiego
Informacyjno-promocyjne	Karta turystyczna Polski, miejscowości (np. Karta Łużycka), przyczyniające się do intensyfikacji ruchu turystycznego i wzrostu przychodów ze sprzedaży
	Dostęp do informacji turystycznej dzięki punktom IT, portal narodowy, portale internetowe regionów, powiatów i gmin, zmniejszające asymetrię informacji
Administracyjne	Wprowadzenie do organizacji wewnętrznej urzędu komórki organizacyjnej zajmującej się rozwojem turystyki, np. wspierającej działalność podmiotów gospodarczych
Koncepcyjne	Koncepcja klastra turystycznego, koncepcja zorganizowania centrum wsparcia biznesu turystycznego, program rozwoju turystyki, zwiększające przejrzystość rynku, efektywność i nasilenie konkurencji w wyniku pojawienia się nowych podmiotów

Źródło: opracowanie własne.

Jak już wcześniej przedstawiono, kierunkiem oddziaływań władz publicznych jest tworzenie proinnowacyjnych klastrów. W proces ten bardzo intensywnie zaangażowane są Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i samorząd terytorialny. Dobrym przykładem jest powstały w 2008 r. Opolski Klastr Turystyczny *Kraina Miodu i Mleka*, którego inicjatorem była Lokalna Organizacja Turystyczna, gdzie prężnie działają władze powiatu kluczborskiego i oleskiego. Pomiedzy podmiotami klastra obserwuje się zarówno konkurencję, jak i współpracę. Konkurencja jest utrzymywana przez dążenie do jak najwyższej jakości usług i dóbr materialnych (poprzez np. organizowanie konkursów). Współpraca natomiast odbywa się na

płaszczyźnie poziomej oraz pionowej. Przykładem powiązań między podmiotami jest dostarczanie produktów mleczarskich i pszczelarskich do funkcjonujących gospodarstw agroturystycznych i pensjonatów wiejskich. Klaster nawiązał współpracę z Uniwersytetem Opolskim i Opolskim Parkiem Naukowo-Technologicznym.

Tabela 2. Oddziaływanie władz publicznych na funkcjonowanie rynku turystycznego

Narzędzia i środki interwencjonizmu		Negatywne konsekwencje
narzędzia	środki	
Finansowe	Podatek dochodowy	Wyłącznie gospodarstwa agroturystyczne pod pewnymi warunkami są zwolnione, co zaburza konkurencję. Podobne do nich pensjonaty wiejskie mają gorsze warunki do konkurowania
	Podatek od nieruchomości	Przedsiębiorstwa uzdrowiskowe płacą niższą stawkę niż pozostałe przedsiębiorstwa turystyczne, co skutkuje niższymi kosztami transakcyjnymi
Regulacje prawne	Dodatkowe wymagania formalne zakładania przedsiębiorstwa	Nierówne bariery wejścia na rynek touroperatorów <i>profit</i> i <i>non-profit</i>
	Kosztowne wymogi kategoryzacyjne	Określone standardy obiektów hotelarskich przy braku dla podobnych nieujętych w ustawie np. dla hosteli (międzynarodowa nazwa obiektu noclegowego)
	Wymogi dla przewodników	Wybrane miejscowości tworzą listę własnych przewodników, która dyskryminuje innych przewodników
Informacyjno-promocyjne	System informacji	Nieodpowiednia polityka promocyjna wprowadzająca w błąd potencjalnych nabywców, co powiększa asymetrię informacji rynkowej
	System promocji-mix	Nierówność w traktowaniu członków i innych podmiotów przez regionalne organizacje turystyczne w opłatach targowych
Administracyjne	Zwyczaj administracyjny	Zwyczajowo NFZ zakupuje usługi uzdrowiskowe w publicznych sanatoriach, dyskryminując prywatne
Koncepcyjne	Plan zagospodarowania przestrzennego	Brak wyznaczonych terenów pod inwestycje turystyczne hamuje możliwości wejścia na rynek w danej miejscowości

Źródło: opracowanie własne.

Nie zawsze działania władz publicznych wywołują pozytywne skutki. Obserwuje się, że to samo narzędzie interwencjonizmu, z jednej strony, wpływa stymulująco na konkurencję, a z drugiej ją zakłóca. Zdarza się także, iż zamierzeniem regulatora było porządkowanie warunków rynkowych, jednak stosowanie w praktyce danego instrumentu wywołuje efekt odwrotny, spowodowany np. nadmierną biurokracją.

Nierówne warunki konkurencji w turystyce są widoczne na przykładzie turystyki wiejskiej. Traktowanie w przepisach podatkowych i ubezpieczeniowych małych pensjonatów w sposób bardziej restrykcyjny niż gospodarstw agroturystycznych zakłóca konkurencję, gdyż te drugie nie podlegają przepisom o podatku dochodowym (pod pewnymi warunkami) i dodatkowo korzystają z przepisów o KRUS-ie.

Innym przykładem negatywnego oddziaływania władz na mechanizm rynkowy jest protekcyjnie traktowanie przedsiębiorstw uzdrowiskowych względem innych podmiotów świadczących usługi zaspokajające podobne potrzeby, poprzez preferencyjne stawki podatkowe (np. podatek od nieruchomości).

Następnym przejawem zakłóceń są wysokie bariery wejścia i funkcjonowania touroperatorów o charakterze *profit* względem organizatorów *non-profit* (np. organizacje kościelne i szkolne organizujące wyjazdy turystyczne) na rynku turystycznym, z punktu widzenia ochrony konsumentów. Podmioty *profit* są zobowiązane do posiadania gwarancji lub ubezpieczenia na rzecz klienta, podczas gdy podmioty niedochodowe nie mają takiego obowiązku.

Wymogi kategoryzacyjne w hotelarstwie wymuszają stosowanie nazw obiektów wraz z właściwymi podwyższonymi standardami określonymi dla nich, podczas gdy takie obiekty o międzynarodowej nazwie, jak hostele (nieobecne w polskim prawie) muszą zachowywać tylko tzw. wymagania minimalne.

W świetle powyższych ustaleń można stwierdzić, iż efekty oddziaływań władz publicznych mają charakter zarówno pozytywny, jak i negatywny, co przedstawiono w sposób syntetyczny w tab. 1 i 2.

Powyższe argumenty upoważniają do stwierdzenia, że oddziaływanie władz publicznych okazuje się zawodne. Niedoskonałość polityki publicznej związana jest z: wysokim poziomem biurokracji i korupcji, ograniczonym zaufaniem przedsiębiorców do inicjatyw władz publicznych, słabym zaangażowaniem się władzy publicznej w długim okresie w realizację celów ogólnospołecznych, niesprawnością aparatu sprawiedliwości i oportunistycznym biurokratyzmem.

4. Zakończenie

Badania pokazały, że efekty działalności władz publicznych, z punktu widzenia ich wpływu na funkcjonowanie rynku turystycznego, nie są jednoznaczne. Nieodpowiednie bowiem wykorzystanie instrumentów może prowadzić do niesprawności oddziaływania, a to z kolei przyczynia się często do niesprawności rynku.

W celu ograniczenia zawodności oddziaływania władz publicznych na funkcjonowanie mechanizmu rynkowego należy:

- koncentrować się na osiągnięciu celów długookresowych,
- środki typu uznaniowego zastąpić ustalaniem trwałych reguł postępowania i automatycznie działającymi rozwiązaniami instytucjonalnymi,

- interweniować tylko w tych dziedzinach, gdzie istnieją wyraźne dowody, że mechanizm rynkowy stanowi droższe rozwiązanie, a zastosowane instrumenty będą mniej kosztowne od mechanizmu rynkowego,
- poprawiać jakość informacji.

Można zaproponować, za E. Chamberlinem i J.M. Clarkiem, że głównym celem oddziaływania władz publicznych i stosowania instrumentów powinna być dążność do tworzenia warunków, by konkurencja była skuteczna czy, inaczej, zdolna do działania (*workable competition*) [Szydło 2006, s. 172].

Literatura

- Barzel Y., *Standards and the form of agreement*, „Economic Inquiry” 2004, no. 42 (1).
- Bednarski M., Wilkin J. (red.), *Ekonomia dla prawników*, LexisNexis, Warszawa 2003.
- Cyglar J., *Kooperacja przedsiębiorstw w układzie międzynarodowym*, [w:] Z. Dworzecki, M. Romanowska (red.), *Strategie przedsiębiorstw w otoczeniu globalnym*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008.
- Fornalczyk A., *Biznes a ochrona konkurencji*, Oficyna Wolters Kluwer, Kraków 2007.
- Hayek F.A., *Konkurencja jako sposób zdobywania wiedzy*, [w:] *Gospodarka nakazowa. Z zagadnień teorii i praktyki gospodarki socjalistycznej*, In Plus, Warszawa 1988.
- Kogut-Jaworska M., *Instrumenty interwencjonizmu lokalnego w stymulowaniu rozwoju gospodarczego*, CeDeWu.pl, Warszawa 2008.
- Markowski T., Kot J., *Ekonomiczne i finansowe instrumentarium polityki przestrzennej*, „Samorząd Terytorialny” 1992, nr 12.
- Miłaszewicz D., *Problem wyboru narzędzi realizacji roli państwa w procesach inwestycyjnych w Polsce w okresie przemian*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
- Needham B., *Choosing the Right Policy Instruments*, Aldershot, Hampshire 1982, s. 3.
- Patrzalek L., *Finanse samorządu terytorialnego*, Wydawnictwo AE, Wrocław 2004.
- Przybyciński T., *Konkurencja i ład rynkowy – przyczynek do teorii i polityki konkurencji*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2005.
- Rączka J., *Dlaczego państwo reguluje rynki – pozytywne teorie regulacji ekonomicznej*, „Ekonomista” 2002, nr 1.
- Stankiewicz W., *Ekonomika instytucjonalna. Zarys wykładu*, Wydawnictwo PWSBAiTK, Warszawa 2007.
- Stigler G.J., *The economic theory of regulation*, „Bell Journal of Economic”, Spring 1971, no. 2.
- Sztando A., *Instrumenty lokalnej polityki gospodarczej*, [w:] R. Bról (red.), *Ekonomika i zarządzanie miastem*, Wydawnictwo AE, Wrocław 2004.
- Szydło M., *Swobody rynku wewnętrznego a reguły konkurencji. Między konwergencją a dywergencją*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2006.
- Tullock G., *The welfare cost of tariffs, monopolies and theft*, „Western Economic Journal”, June 1967, no. 5.
- Woicka I.L., *Orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości w sprawie swobody świadczenia usług*, „Wspólnoty Europejskie” 2002, nr 6.
- Zawadzka A., *Rynek wewnętrzny Wspólnoty Europejskiej a interes publiczny*, Wydawnictwo Prawo i Praktyka Gospodarcza, Warszawa 2002.

PUBLIC AUTHORITIES INFLUENCE ON TOURISM MARKET MECHANISM

Summary: The objective of the hereby article is to present the concept, instruments and evaluation of public authorities influence on the tourism market mechanism.

The article is an effect of literature studies in the field of the theory of regulations, market and tourism economics, as well as legal acts and observations of economic practice.

The conducted studies confirmed that the results of public authorities activities, from the perspective of their influence on tourism market functioning, are not fully explicit. Improper implementation of instruments may result in inadequate influence, which is frequently followed by market dysfunctions.