

Piotr Zmyślony

**Funkcja turystyczna  
w procesie  
internacjonalizacji miast**

**PROKSENIA**

Poznań-Kraków 2015

---

*Publikacja powstała w wyniku realizacji projektu badawczego  
pt. „Znaczenie funkcji turystycznej w procesie internacjonalizacji miast”  
(3838/B/H03/2011/40), który został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki.*

---

- Recenzenci:** dr hab. Wiesław Alejski, prof. Akademii Wychowania Fizycznego  
w Krakowie  
dr hab. Michał Żemła, prof. Uniwersytetu Pedagogicznego  
w Krakowie
- Korekta tekstu:** Marek Chadziński
- Zdjęcia na okładce:** Zygmunt Kruczek

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Turystyka i miasta w erze globalizacji</b> .....	<b>21</b>
1.1. Globalizacja a turystyka .....	22
1.2. Miasta we współczesnej gospodarce: urbanizacja i metropolizacja.....	30
1.3. Miasta na globalnym rynku turystycznym .....	39
1.4. Metropolie turystyczne świata.....	43
<b>2. Istota turystyki w mieście</b> .....	<b>51</b>
2.1. W kierunku definicji turystyki wielkomiejskiej .....	52
2.2. Typologia miast turystycznych.....	61
2.3. Potencjał turystyczny i atrakcyjność turystyczna miast .....	64
2.4. Miejsca turyści i turyści w mieście .....	72
2.5. System turystyki miejskiej .....	80
2.6. Deklaracja turystyki wielkomiejskiej .....	84
2.7. Podsumowanie.....	92
<b>3. Turystyka jako funkcja miasta</b> .....	<b>95</b>
3.1. Funkcjonalizm jako podstawa teoretyczna analizy funkcji turystycznej miasta.....	95
3.2. Turystyka w strukturze funkcjonalnej miasta.....	99
3.3. Podstawy pomiaru funkcji turystycznej .....	113
3.4. Pomiar funkcji turystycznej według ujęć interpretacyjnych .....	118
<b>4. Funkcja turystyczna w koncepcjach funkcjonalnych miast</b> .....	<b>139</b>
4.1. Ośrodki centralne w układzie hierarchicznym .....	139
4.2. Baza ekonomiczna miasta .....	142
4.3. Miasta światowe .....	145
4.4. Miasta globalne .....	148
4.5. Miasta informacyjne w globalnej przestrzeni przepływów .....	156
4.6. Miasta jako bramy regionalne .....	164
4.7. Miasta innowacyjne.....	168
4.8. Miasta jako maszyny rozrywki.....	173
4.9. Miasta kreatywne .....	176
4.10. Smart Cities – miasta inteligentne .....	186
4.11. Podsumowanie.....	194
<b>5. Internacjonalizacja funkcji turystycznej miast</b> .....	<b>199</b>
5.1. Internacjonalizacja w ujęciu mikroekonomicznym .....	200
5.2. Internacjonalizacja w ujęciu mezoekonomicznym (branżowym) .....	206
5.3. Internacjonalizacja na szczeblu miast .....	212
5.4. Miasta światowej turystyki jako przykład najwyższego stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej....	223
5.5. Podsumowanie.....	226
<b>6. Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta – metodyka badań</b> .....	<b>233</b>
6.1. Podstawa koncepcyjna badań .....	233
6.2. Wybór miast oraz zakresu przestrzennego badania.....	243
6.3. Źródła danych w badaniu potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej .....	246
6.4. Opracowanie zestawu wskaźników.....	257
6.5. Metodyka badania struktury potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej .....	265
<b>7. Potencjał międzynarodowy miast polskich w zakresie funkcji turystycznej</b> .....	<b>275</b>
7.1. Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej największych miast polskich .....	276
7.2. Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich – ujęcie modelowe .....	293
7.3. Klasyfikacja oraz podobieństwa miast na podstawie potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej .....	304
<b>Podsumowanie</b> .....	<b>317</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>329</b>
<b>Aneks</b> .....	<b>363</b>



## **WSTĘP**

---

Metropolizacja, internacjonalizacja oraz rozwój turystyki są jednocześnie zachodzącymi oraz dopełniającymi się przejawami współczesnej globalnej rzeczywistości. Wszystkie trzy zjawiska, związane nierozzerwalnie z rozwojem technologii informatycznych, upowszechnieniem transportu, wzrastającą mobilnością społeczną oraz demokratyzacją konsumpcji i produkcji, stanowią wyzwanie badawcze dla praktyków i teoretyków z zakresu ekonomii, socjologii, geografii, demografii, psychologii i innych dziedzin chcących rozpoznać ich przyczyny, uwarunkowania, a także ogólne mechanizmy i zasady je wyjaśniające.

Internacjonalizację warto traktować jako przejaw globalizacji rozpatrywany w ramach indywidualnego podmiotu. Innymi słowy, jest to upodmiotowiona globalizacja. Rozpatrywana jako zjawisko przestrzenne (Komorowski, 2000) globalizacja staje się sumą internacjonalizacji poszczególnych miast i innych obszarów, jednak to miasta są tymi ośrodkami, w których zaczyna się i materializuje proces umiędzynarodowienia terytorialnego, i które aktywnie przyczyniają się do integracji terytorialnej w ramach międzynarodowej sieci powiązań (Cattan, 1995).

Będąc starszymi historycznie strukturami od państw, miasta od początku cywilizacji były centrami rozwoju świata społeczno-gospodarczego. To w nich rodziły się nowe idee, realizowano najśmielsze pomysły, powstawały najważniejsze wynalazki, koncentrowała się wiedza, kumulowały się władza i bogactwo, działały najważniejsze instytucje, budowano najbardziej okazałe budynki. Wynika to nie tylko z koncentracji ludności oraz ich złożonej struktury społecznej i zawodowej, ale przede wszystkim z ich ról jako miejsc gromadzenia kapitału oraz węzłów handlu międzynarodowego, które bezpośrednio przyczyniały się do integracji międzynarodowej, a pośrednio do rozwoju państwowości (Baten, Wallusch, 2005; Wallusch, 1994). Mimo długiej historii oraz stale rosnących rozmiarów miasta pozostają do dziś atrakcyjnymi i młodymi duchem ośrodkami, które przyciągają najzdolniejszych, najbardziej utalentowanych, najbardziej otwartych i najbardziej ciekawych świata mieszkańców, pracowników i turystów. Niezależnie od tego, którą z tych trzech funkcji pełnią ich użytkownicy, miasta są tymi podmiotami, do których chcą oni należeć i których chcą doświadczać. Jak stwierdzają Burdett i Rode (2007), można je porównać do wielowiekowych, ale niezwykle sprawnych maszyn, które mogą być okresowo i częściowo wydzierżawione lub wynajęte, oferując swoim tymczasowym użytkownikom możliwość rozwoju gospodarczego, społecznego, kulturalnego, co z kolei przekłada się na podniesienie jakości ich życia.

Biorąc pod uwagę to, że przed erą umasowienia turystyki dominowały podróże związane z wykonywaniem obowiązków służbowych, można stwierdzić, że miasta stanowiły cel większości podróży już od czasu swojego powstania. Tradycyjnie skupiały znaczącą część dziedzictwa historyczno-kulturowego, a więc antropogenicznych walorów turystycznych, oraz posiadały najbardziej rozwiniętą infrastrukturę służącą zarówno mieszkańcom, jak i odwiedzającym (Aleksandrova, Rogova, Sluka, 2011, s. 140; Ashworth, 1992). Stanowiły one cele podróży wszelkiego rodzaju handlowców, kurierów, pościągaczy oraz przewoźników, a także rzemieślników chcących doskonalić swój fach, przedsiębiorców, dyplomatów oraz ludzi majątnych lub arystokratów, następnie młodych przedstawicieli najwyższych warstw społecznych odbywających *grand tours*, w końcu ekspertów, biznesmenów oraz naukowców uczestniczących w wielkich kongresach i wystawach (Law, 2002, s. 7–9; Mikos v. Rohrscheidt, 2010, s. 117–118; Swarbrooke, Horner, 2001, s. 14–17; UNWTO, 2012).

Wiele z tych podróży i wizyt miało charakter międzynarodowy. Upowszechnienie turystyki po II wojnie światowej zmniejszyło rangę miast jako miejsc recepcyjnych podróży turystycznych, były one traktowane raczej w kategoriach ośrodków emisyjnych, z których wyjeżdżano do obszarów nadmorskich, górskich i niezurbanizowanych, charakteryzujących się dużym natężeniem walorów przyrodniczych, umożliwiających wypoczynek bierny i czynny. W miastach rozwijano rekreację, a na terenach bezpośrednio do nich przylegających turystykę świąteczno-wypoczynkową, nazwaną później weekendową. Dopiero w ostatnich dziesięcioleciach obserwuje się wielki powrót masowej turystyki do miast (szczególnie tych dużych i tych wielkich), który przerodził się w zjawisko, które stworzyło nową mapę światowych kierunków turystycznych oraz wpłynęło na zmianę układu sił na globalnym rynku.

Globalizacja nie tylko zwiększa znaczenie miast w gospodarce, ale powoduje wzbogacanie i restrukturyzację ich struktury funkcjonalno-przestrzennej. Produkcja przemysłowa jest sukcesywnie z nich „wypychana”; obecnie przeważają usługi oraz specjalizacje oparte na wiedzy i informacji jako dziedzinach najbardziej innowacyjnych i dostarczających najwyższą wartość dodaną. W tym procesie uczestniczy czynnie turystyka, przy czym jej istota tkwi w jej międzynarodowej naturze, masowym charakterze, rozmiarach konsumpcji generowanej przez turystów oraz efektach mnożnikowych (Maitlan, Newman, 2009; Mika, 2011).

Z tego powodu już ponad dwadzieścia lat temu Ashworth (1992, s. 3–5) podkreślał, że konieczne są pogłębione badania turystyki miejskiej, ponieważ jest ona na tyle odmiennym zjawiskiem, że może być analizowana niezależnie od innych aspektów turystyki lub innych funkcji miejskich, a z drugiej strony jest na tyle istotna, że powinna być badana zarówno jako grupa form aktywności turystycznej podejmowanych w miastach, jak i w kontekście roli, jaką odgrywa lub może odgrywać w szerszym kontekście miejskim. Turystyka miejska wymaga zatem rozwoju spójnego nurtu będącego zbiorem teorii,

koncepcji analitycznych i technik badawczych pozwalających na przeprowadzanie dających się porównywać badań, które przyczynią się do zrozumienia tej roli i miejsca w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miast. Internacjonalizacja stanowi jeden z najbardziej kluczowych aspektów jej rozwoju.

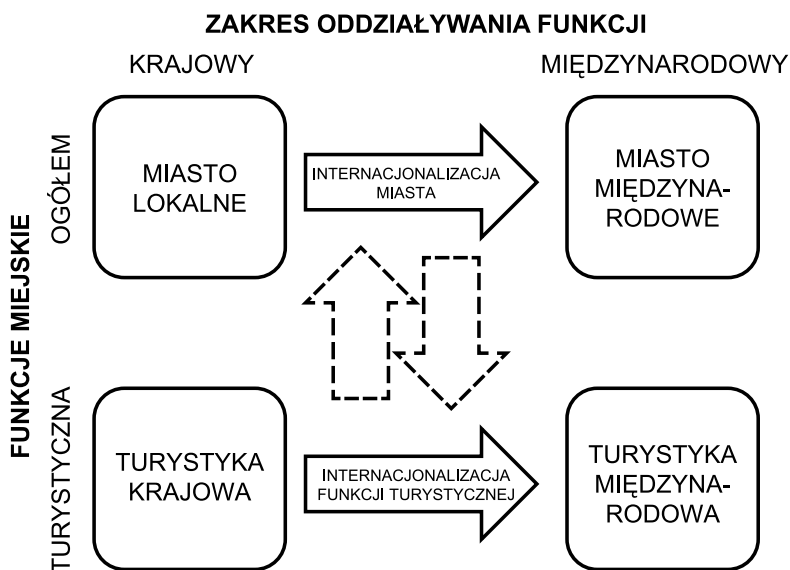
### **Problem, cele oraz metoda badawcza**

Ogólnie rzecz ujmując, internacjonalizację należy rozumieć za Szromnikiem (2009) jako „proces społeczny i ekonomiczny polegający na wiązaniu się osób oraz organizacji, a także ich grup, zrzeszeń i innych całości instytucjonalnych, funkcjonalnych oraz terytorialnych, z podmiotami z zagranicy dzięki transgranicznym przepływowi informacyjnym, realnym i personalnym o charakterze komercyjnym i niekomercyjnym” (s. 24). Badanie internacjonalizacji sfery turystyki w przestrzeni miasta wymaga przyjęcia określonego podejścia teoretyczno-poznawczego. Jest nim funkcjonalizm oparty bezpośrednio na strukturalnym i systemowym ujęciu rzeczywistości, w tym zjawisk ekonomicznych. Interpretowanie miejskiej gospodarki turystycznej w kategoriach funkcji miasta umożliwia analizę koncepcji funkcjonowania miast pod kątem znaczenia w nich turystyki. Konsekwencją osadzenia badań w tym nurcie jest przyjęcie obowiązujących w nim ram koncepcyjno-metodologicznych oraz stosownego aparatu pojęciowego. Mają one wymiar nie tylko porządkujący i dyscyplinujący, ale przede wszystkim poznawczy. Interpretacja funkcjonalna najlepiej oddaje bowiem istotę turystyki jako elementu struktury gospodarczej miasta oraz wyjaśnia jej rolę w budowaniu jego ogólnej rangi ekonomicznej w odniesieniu do ponadnarodowej sieci miast. W tym sensie pozwala ona przedstawić złożoność relacji zachodzących między turystyką, miastem a jego ponadnarodowym otoczeniem.

Ujęcie całokształtu miejskiej gospodarki turystycznej w kategoriach funkcji turystycznej rodzi istotne konsekwencje dla konceptualizacji badań. Po pierwsze należy założyć, że internacjonalizacja funkcji turystycznej miasta dokonuje się w pewnym, dotąd niezmiernym stopniu w sposób niezależny od otwierania się na zagranicę całego miasta, zgodnie z mechanizmem umiędzynarodawiania branży (Porter, 2006). Umiędzynarodawianie miasta oraz internacjonalizacja jego funkcji turystycznej zachodzą równolegle, nie są to procesy tożsame i nie muszą charakteryzować się tym samym tempem. Z uwagi jednak na to, że potencjał turystyczny tworzą elementy zarówno strictly turystyczne, jak i mające charakter ogólnogospodarczy, oba obszary internacjonalizacji są także względem siebie komplementarne. Zatem z drugiej strony, umiędzynarodowienie miasta w zakresie funkcji turystycznej, będącej częścią jego struktury funkcjonalno-przestrzennej, jest w pewnym stopniu (także koniecznym do zmierzenia w trakcie realizacji badań) pochodną ogólnego umiędzynarodowienia całej gospodarki miejskiej, a więc umiędzynarodowienia wszystkich jej funkcji.

W ten sposób umiędzynarodawianie całego miasta ma wpływ na internacjonalizację funkcji turystycznej, a internacjonalizacja turystyki przyczynia się do otwarcia całego miasta na zagranicę. Ten dwutorowy mechanizm przedstawiono na rysunku 1.

Po drugie należy założyć, że internacjonalizacja funkcji turystycznej uwarunkowana jest jej ogólnym rozwojem (a więc także rozwojem jej komponentu krajowego). Jak podkreśla Komorowski (2000), warunkiem nawiązywania i utrzymywania trwałych relacji z zagranicą jest osiągnięcie w mieście masy krytycznej zarówno pod względem ilościowym (wystarczająco wysoki poziom zagospodarowania turystycznego oraz dostępność atrakcji charakterystycznych dla dużych miast o statusie międzynarodowym), jak i jakościowym (określona struktura usług świadczonych turystom pod względem typologicznym i standardu obsługi).



Rys. 1. Internacjonalizacja funkcji turystycznej a umiędzynarodowienie miasta  
Źródło: Opracowanie własne.

Internacjonalizacja funkcji turystycznej miast i jej relacje z umiędzynarodawianiem pozostałych funkcji miejskich oraz jej ogólnym rozwojem stanowią złożoną i dotąd nierozpoznaną problematykę. Mimo istnienia bogatej literatury na temat funkcjonowania samej turystyki miejskiej dotąd nie powstało żadne studium poświęcone roli funkcji turystycznej w procesie umiędzynarodawiania miast. Fakt ten stanowi pierwszą przesłankę podjęcia badań przedstawionych w niniejszej książce. W tej sytuacji konieczne staje się przeprowadzenie badań o charakterze eksploracyjnym, dzięki czemu możliwe będzie rozpoznanie struktury międzynarodowego potencjału miast w zakresie ich funkcji turystycznej oraz wyodrębnienie najbardziej istotnych jego komponentów oraz uwarunkowań.



Badania eksploracyjne znajdują zastosowanie w przypadku konieczności głębszego poznania i zrozumienia znaczenia danego zjawiska. Przeprowadzane są w celu określenia istoty badanego zjawiska, rozpoznania jego struktury, hierarchizacji elementów go tworzących, a także poszukiwania nowych zależności empirycznych, w następstwie czego można nakreślić ewentualne kierunki dalszych badań. W ramach procesu badawczego istotniejsze jest formułowanie i rozwiązywanie problemów w formie pytań niż wytyczanie i realizowanie ściśle określonych celów i zadań. Możliwość formułowania głównych hipotez badawczych jako odpowiedzi na główny problem badawczy jest w tych warunkach ograniczona i zależna od zgromadzonej wcześniej wiedzy. Nie oznacza to jednak braku możliwości formułowania jakichkolwiek hipotez o charakterze roboczym, które mogą pojawiać się w wyniku realizacji procesu badawczego jako wyniki rozpoznania kolejnych aspektów zjawiska. Ze względu jednak na to, że powstają one jako efekt kumulowanej wiedzy, nie można ich nazwać hipotezami w czystej formie, ale właśnie hipotezami roboczymi lub szczegółowymi, które należy poddać weryfikacji w kolejnych etapach badawczych. Odpowiedź na postawiony główny problem badawczy formułowana jest w formie charakterystyki relacji badanego zjawiska z innymi zjawiskami, w ramach całego procesu badawczego (por. Babbie, 2007; Churchill, 2002; Sosnowski, 2012).

Przystępując do badań eksploracyjnych, siłą rzeczy nie można także z góry określić zakresu niezbędnych informacji, ich źródeł i sposobu ich gromadzenia, który musi być elastyczny i bazować na różnych technikach i procedurach. Ich ostateczny wybór krystalizuje się także w ich trakcie. Badania obejmują zwykle małą liczbę podmiotów, dobraną w sposób celowy, często techniką badawczą jest studium przypadków. Analiza zebranych informacji i wyników ma zwykle charakter jakościowy i jest przede wszystkim oparta o weryfikację merytoryczną, natomiast zakres użytych metod statystycznych jest ograniczony (por. Babbie, 2007; Churchill, 2002; Garbarski, Rutkowski, Wrzosek, 2000; Sosnowski, 2012). Podsumowując, można stwierdzić, że ze względu na swój charakter badania eksploracyjne w największym stopniu przypominają poszukiwania badawcze, w których mamy do czynienia z sytuacją, w której z powodu braku wystarczającej wiedzy odnośnie do natury zjawiska i czynników na niego oddziałujących nie można z góry określić sztywnego gorsetu koncepcyjno-metodycznego. Z tego powodu badania eksploracyjne realizowane są zgodnie z logiką kumulatywną.

Badania nad internacjonalizacją miast w zakresie ich funkcji turystycznej wypełniają znamiona badań eksploracyjnych. Oczywiście jest, że z uwagi na bogaty dorobek literaturowy z trzech zakresów tworzących podstawę prezentowanej tematyki (studia nad globalizacją, ekonomia turystyki oraz ekonomia miasta) nie można mówić w tym przypadku o czystych badaniach eksploracyjnych, mają one bowiem częściowo charakter eksplanacyjny.

Główny problem badawczy jest sformułowany w formie pytania: jaka jest natura internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta określona przez jej strukturę oraz jakie są jej relacje z internacjonalizacją całego miejskiego systemu gospodarczego? Analizując problem szczegółowo, zasadne jest uzyskanie odpowiedzi na dodatkowe pytania badawcze:

- jakie są atrybuty turystyki w mieście oraz jej podstawowe ujęcia badawcze jako funkcji miasta?
- jaka jest rola funkcji turystycznej w funkcjonowaniu i rozwoju współczesnych miast?
- jaki jest poziom oraz struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej największych miast polskich?
- w jakim zakresie umiędzynarodowienie miast w zakresie funkcji turystycznej determinuje ich internacjonalizację ogólnogospodarczą, a w jakim umiędzynarodowienie miast wpływa na internacjonalizację ich funkcji turystycznej?

Główny cel badań wynika bezpośrednio z głównego problemu badawczego i polega na rozpoznaniu zakresu i struktury internacjonalizacji miast w zakresie ich funkcji turystycznej poprzez określenie znaczenia, jakie nadawane jest miejskiej gospodarce turystycznej traktowanej jako funkcja miejska we współczesnych koncepcjach funkcjonalnych miasta, a następnie identyfikację najbardziej istotnych komponentów jej struktury.

Cel główny ma charakter teoriopoznawczy, warto zatem dokonać jego operacjonalizacji poprzez określenie celów szczegółowych, które łącznie układają się w całościowy proces badawczy. Ich sekwencja jest następująca:

- rozpoznanie wzajemnych związków między globalizacją, metropolizacją a turystyką,
- ustrukturyzowanie pojęć związanych z turystyką w mieście,
- wyznaczenie i klasyfikacja metropolii turystycznych świata,
- zdefiniowanie pojęcia turystyki wielkomiejskiej oraz określenie jej istoty,
- charakterystyka podstawowych komponentów turystyki w dużych miastach,
- rozpoznanie istoty funkcji turystycznej miasta w jej najważniejszych ujęciach znaczeniowych,
- systematyka mierników funkcji turystycznej na podstawie literatury naukowej, działalności organizacji i instytucji z zakresu turystyki oraz statystyki publicznej,
- określenie znaczenia funkcji turystycznej w internacjonalizacji miast w świetle najważniejszych koncepcji funkcjonalnych miasta,
- rozpoznanie istoty internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta,
- określenie relacji między potencjałem międzynarodowym miasta w zakresie funkcji turystycznej a jego międzynarodowym potencjałem ogólnogospodarczym,

- określenie zakresu i sposobu umiędzynarodowienia funkcji turystycznej dużych miast,
- określenie zakresu i struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej,
- zidentyfikowanie czynników, które w największym stopniu decydują o strukturze internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich.

Dodatkowo, z uwagi na eksploracyjny charakter badań, można wyodrębnić cel metodyczny oraz praktyczny (użyteczny).

Celem metodycznym jest stworzenie metody pomiaru internacjonalizacji funkcji turystycznej miast, na który składają się:

- zaproponowanie ogólnej, ramowej koncepcji badania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast,
- określenie procedury badawczej umożliwiającej pomiar struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie ich funkcji turystycznej,
- stworzenie modelu struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej poprzez wyodrębnienie głównych komponentów ich potencjału w tym zakresie.

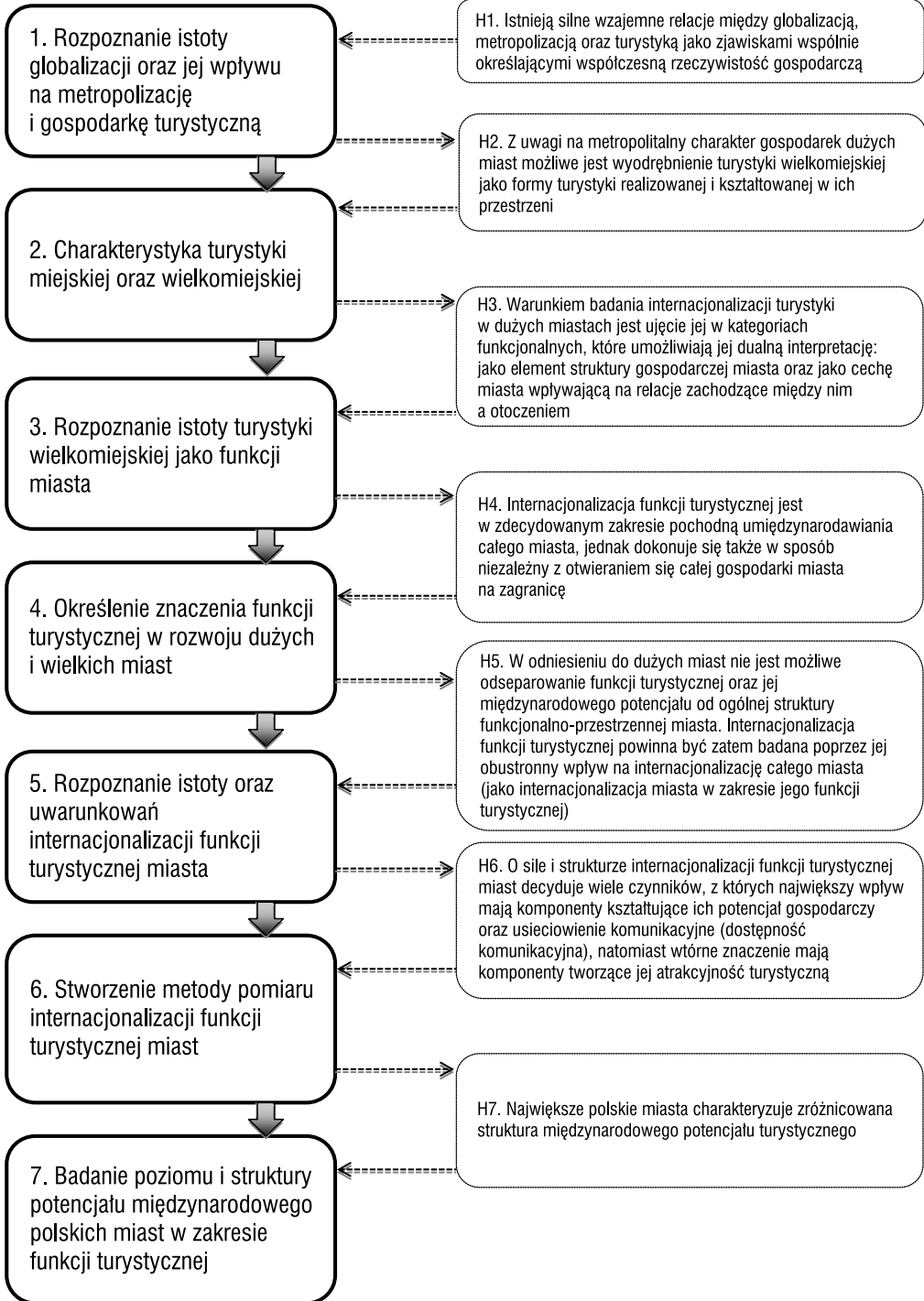
Celem praktycznym badań jest pomiar międzynarodowego potencjału miast polskich w zakresie ich funkcji turystycznej, na który składają się następujące elementy:

- wyodrębnienie najbardziej istotnych komponentów potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej,
- opracowanie syntetycznego wskaźnika potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej,
- klasyfikacja największych miast polskich według wielkości oraz struktury ich potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej,
- wskazanie elementów stanowiących o przewagach lub słabościach konkurencyjnych miast w zakresie ich międzynarodowego potencjału turystycznego.

Cały proces badawczy został podzielony na siedem etapów, z których każdy stanowi odrębny projekt badawczy z wyznaczonymi celami (rysunek 2). Zgodnie z kumulatywną logiką badań eksploracyjnych oraz wskazówkami metodologicznymi ich dotyczącymi, w wyniku realizacji kolejnych etapów formułowano tezy wynikające z pozyskanej już wiedzy, jednak mające częściowo hipotetyczny charakter. Ich weryfikacja stanowiła wyzwanie badawcze dla dalszych prac, a tym samym wpływała na ich charakter i przebieg. Ich powiązanie z poszczególnymi etapami procesu badawczego zostało przedstawione na rysunku 2. W rezultacie, w dalszych etapach badania w coraz większym stopniu nabierają dodatkowo charakteru eksplanacyjnego wspomaganego zaawansowaną, o ile to możliwe i konieczne, analizą statystyczną.

## ETAPY PROCESU BADAWCZEGO

## HIPOTEZY ROBOCZE



Rys. 2. Etapy procesu badawczego

Źródło: Opracowanie własne.

Zadania badawcze ujęto w następującej sekwencji:

- przegląd literatury polsko- i anglojęzycznej z zakresu funkcjonowania i rozwoju turystyki na obszarach miejskich, ze szczególnym uwzględnieniem dużych ośrodków, mających metropolitalny charakter;
- określenie roli miast we wzajemnych relacjach zachodzących między globalizacją a gospodarką turystyczną;
- charakterystyka poznawczo-teoretyczna rozwoju turystyki w miastach oraz systematyka pojęć związanych z tym zjawiskiem;
- rozpoznanie genezy problematyki internacjonalizacji funkcji turystycznej w ramach różnych perspektyw teoretyczno-poznawczych;
- ujęcie miejskiej gospodarki turystycznej w ramy podejścia funkcjonalnego, a następnie analiza współczesnych koncepcji funkcjonalnych pod kątem roli i znaczenia przypisywanych w nim funkcji turystycznej oraz jej internacjonalizacji;
- zaproponowanie zbioru wskaźników stopnia i zakresu internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej;
- weryfikacja praktyczna koncepcji badawczej oraz metody pomiaru potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej;
- rozpoznanie wzajemnego wpływu między internacjonalizacją miast polskich w zakresie funkcji turystycznej a ich internacjonalizacją ogólnogospodarczą.

Odnosząc się do części empirycznej pracy, pomiar będzie dotyczył stanu umiędzynarodowienia miasta w zakresie jego funkcji turystycznej. To założenie niesie za sobą istotne dla przebiegu badania ograniczenie, która zawiera się w odstąpieniu od szczegółowego badania całej struktury funkcjonalnej miasta (a więc poszczególnych funkcji miejskich innych niż turystyczna) w kontekście jego umiędzynarodowienia. Zamiast tego internacjonalizacja miasta jest mierzona w sposób całościowy jako wyodrębniona sfera mająca wpływ na internacjonalizację funkcji turystycznej. Efektem tego jest jej uogólniona analiza zbudowana na podstawie kilku cech i mająca charakter uzupełniający w stosunku do zasadniczego przedmiotu badań. Powodem tego ograniczenia są względy merytoryczne oraz praktyczne. Pomiar całej struktury funkcjonalnej miasta jest o wiele szerszy niż badanie samej funkcji turystycznej, ponadto umiędzynarodowienie każdej funkcji budującej strukturę miasta charakteryzuje się odmienną specyfiką oraz podlega innym uwarunkowaniom, a ich rozpoznanie teoretyczne wykracza poza zakres merytoryczny badań. Dokładny pomiar internacjonalizacji całej gospodarki doprowadziłby do sytuacji, w której element mający pełnić funkcję poboczną przekroczyłby wielokrotnie rdzeń przedmiotowy badania. Dlatego postanowiono skupić się na badaniu relacji między internacjonalizacją funkcji turystycznej a umiędzynarodowieniem miasta, charakteryzując ten szerszy proces ogólnymi miernikami.

Obecny stan światowej statystyki z zakresu turystyki nie pozwala na przeprowadzenie badania charakteryzującego się globalnym zakresem przestrzennym na podstawie danych źródłowych reprezentujących cechy funkcji turystycznej. Możliwe jest jednak przeprowadzenie badań skupiających się na największych miastach w Polsce, w wyniku których możliwe będzie opracowanie syntetycznego wskaźnika internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz dokonanie na jego podstawie hierarchii miast według stanu umiędzynarodowienia ich funkcji turystycznej. Idea przeprowadzenia badania zrodziła się bezpośrednio właśnie w następstwie sformułowania koncepcji, w wyniku której zidentyfikowano lukę poznawczą dotyczącą określenia, które miasta uznane jako światowe lub globalne metropolie charakteryzują się najbardziej umiędzynarodowioną funkcją turystyczną.

Badania nad internacjonalizacją funkcji turystycznej miast polskich stanowią część analityczną badań. Poznanie natury zjawiska jest wniknięciem w jego strukturę po to, aby rozpoznać siły rządzące jego natężeniem i dynamiką, a także zależności, które tworzą jego strukturę. Postanowiono, że zakresem podmiotowym badania zostaną objęte polskie miasta o potencjale metropolitalnym, co zostanie bliżej wyjaśnione w rozdziale szóstym. Zakres czasowy dotyczy lat 2002–2012. Dziesięcioletni okres jest optymalny dla badania tak złożonego, długotrwałego procesu, uwarunkowanego wieloma czynnikami o charakterze mezo- i makroekonomicznym. Okres pięcioletni byłby zbyt krótki dla oceny zmian potencjału internacjonalizacyjnego funkcji turystycznej miast, a dłuższy okazałby się niewskazany ze względu na ograniczenie dostępności danych statystycznych odczuwalne już dla roku 2002. Zawężenie zakresu badania do wyczerpującej grupy miast funkcjonujących w jednorodnym systemie społeczno-gospodarczym i ustroju politycznym pozwala uniknąć większości wyszczególnionych w poprzednim akapicie ograniczeń i skupić się na szukaniu relacji i mechanizmów rządzących umiędzynarodowianiem funkcji turystycznej. Dwudziestopięcioletni okres transformacji oraz rozwój gospodarki rynkowej i demokracji stanowi obiektywnie dogodny teren do obserwacji procesów internacjonalizacyjnych w odniesieniu do sfery turystyki. Ponadto stosunkowo duża liczba ośrodków w Polsce o potencjale metropolitalnym pozwala na przeprowadzenie badania, które nie ma charakteru studium jednego lub zaledwie dwóch przypadków, jak miałyby to miejsce w niektórych państwach Europy Wschodniej. Przystępując do nich, założono, że większa liczba miast pozwoli poznać zarówno czynniki różnicujące stopień, strukturę i dynamikę internacjonalizacji ich funkcji turystycznej, jak i wyodrębnić czynniki wspólne dla jej rozwoju. Dzięki temu możliwe będzie, nawet jeśli w ograniczonym stopniu, uogólnienie ich wyników na inne miasta.

Efektom końcowym przeprowadzonych badań powinna być wiedza stanowiąca nowe, dotychczas nieeksploatowane na gruncie badawczym i w praktyce gospodarczej spojrzenie na rolę turystyki w rozwoju miast. Z tego względu uzyskane wyniki umożliwią badaczom oraz instytucjom odpowiedzialnym za zarządzanie rozwojem turystyki w miastach

weryfikację wiedzy z zakresu programowania rozwoju funkcji turystycznej w wymiarze międzynarodowym. W szczególności realizacja projektu umożliwi:

- stworzenie podstaw koncepcyjnych oraz metodyki mierzenia międzynarodowego potencjału turystycznego miast;
- systematyzację wiedzy dotyczącej wpływu funkcji turystycznej na proces ekspansji zagranicznej miast polskich;
- rozpoznanie głównych komponentów (mających charakter czynników) internacjonalizacji miast w zakresie ich funkcji turystycznej;
- określenie kryteriów i mierników umiędzynarodowienia miast w zakresie funkcji turystycznej;
- stworzenie rankingu miast polskich pod kątem internacjonalizacji ich międzynarodowego potencjału turystycznego.

Książka stanowi studium o heterogenicznym charakterze. Przede wszystkim bazuje na naukowym dorobku z dziedziny ekonomii, w szczególności w odniesieniu do gospodarki przestrzennej, ekonomiki turystyki i gospodarki światowej. Ponadto wykorzystuje dorobek dwóch innych dziedzin naukowych: nauk o zarządzaniu w zakresie zarządzania strategicznego oraz geografii społeczno-ekonomicznej, w szczególności w odniesieniu do geografii urbanistycznej.

## **Struktura pracy**

Książka składa się z siedmiu rozdziałów poprzedzonych niniejszym wstępem oraz podsumowanych w zakończeniu. Pięć pierwszych rozdziałów zawiera rozważania oparte na analizie literatury, kolejne opisują część metodyczną oraz empiryczną.

W pierwszym rozdziale, pełniącym funkcję wprowadzenia do badanej tematyki, skoncentrowano się na przedstawieniu relacji między podstawowymi zjawiskami będącymi głównymi składowymi rozwoju turystyki w miastach: globalizacji, metropolizacji i turystyki. Przede wszystkim rozpoznane zostały mechanizmy rządzące globalizacją gospodarki turystycznej oraz najważniejsze koncepcje teoretyczne opisujące ten proces. Ponadto scharakteryzowano społeczno-ekonomiczną rolę miast oraz zjawisko metropolizacji. Następnie omówiono rolę miast na globalnym rynku turystycznym występujących na nim zarówno jako obszary recepcji turystycznej, jak i węzły oraz koncentratory ruchu turystycznego. Na koniec przedstawiono klasyfikację metropolii turystycznych świata jako wynik analizy raportów badawczych oraz rankingów zbiorczych publikowanych przez stowarzyszenia i instytuty międzynarodowe.

W drugim rozdziale skupiono się na rozpoznaniu istoty rozwoju turystyki w dużych miastach. Przedstawiona została geneza powstania tego nurtu badawczego. Ponadto podjęto próbę zdefiniowania tego, czym jest turystyka w kontekście funkcjonowania dużych miast,

określono typologię miast turystycznych, dokonano charakterystyki potencjału turystycznego, atrakcyjności turystycznej oraz struktury odbiorców miejskiej oferty turystycznej. Na koniec przedstawiono ujęcie systemowe turystyki w mieście oraz omówiono zasady Deklaracji Turystyki Wielkomiejskiej będącej dowodem na międzynarodowy zasięg poruszanej problematyki.

Turystyka, traktowana jako komponent struktury gospodarczej miast, oddziałuje na nie zarówno w sferze gospodarczej, jak i przestrzennej. Nie można zatem jej rozpatrywać inaczej, niż posługując się kategorią funkcji miejskiej, która najpełniej opisuje zakres i znaczenie potencjału i działalności miasta w tym zakresie. W rozdziale trzecim dokonano zatem charakterystyki strukturalizmu, a przede wszystkim funkcjonalizmu jako ram teoretyczno-koncepcyjnych rozważań przedstawionych w pracy, co stanowi asumpt do szczegółowego rozpoznania poziomów znaczeniowych pojęcia „funkcja turystyczna” i zasadności ich użycia w oparciu o poszczególne ujęcia funkcjonalne. Ponadto, mając na uwadze przeprowadzenie własnych badań, dokonano przeglądu źródeł danych oraz wskaźników funkcji turystycznej wykorzystywanych w literaturze z zakresu ekonomiki turystyki i ekonomiki regionu.

Kolejny rozdział zawiera charakterystykę teorii i koncepcji funkcjonalnych miast, począwszy od klasycznych, określających prawa rządzące ich wielkością, rozmieszczeniem oraz główne mechanizmy ich wzrostu, aż po współczesne, opisujące mechanizmy ich metropolizacji i internacjonalizacji oraz funkcje w globalnej gospodarce. Ich analiza została dokonana pod kątem znaczenia i roli przypisywanych w nich funkcji turystycznej. Można je podzielić na trzy grupy. Pierwszą tworzą klasyczne teorie funkcjonalne – koncepcja ośrodków centralnych oraz teoria bazy ekonomicznej, które określiły ramy badania charakteru miast oraz ich systemu hierarchicznego. Kolejną grupę tworzą koncepcje wyjaśniające logikę funkcjonowania globalnych procesów rozwojowych i – w konsekwencji – roli miast w tych procesach. Należą do niej koncepcje miast światowych, miast globalnych i miast informacyjnych. Na trzecią grupę składają się koncepcje, które za punkt wyjścia przyjmują współczesne przejawy funkcjonowania systemów miejskich: miast innowacyjnych, miast jako maszyn rozrywki, miast kreatywnych i miast inteligentnych. Należy rozpoznać, na ile i w jaki sposób rola turystyki jako funkcji trwale wpisanej w strukturę przestrzenno-gospodarczą miast oraz budującej ich międzynarodowy potencjał jest przez te koncepcje opisywana i wyjaśniana. Wszystkie koncepcje stanowią bezpośrednią podstawę do analizy istoty internacjonalizacji funkcji turystycznej dokonanej w kolejnym rozdziale.

Kumulatywny charakter badań spowodował, że dopiero w piątym rozdziale możliwe było omówienie genezy pojęcia internacjonalizacji funkcji turystycznej miast oraz ustrukturyzowanie pojęć pokrewnych temu terminowi: umiędzynarodowienie, umiędzynarodawianie (które, chociaż używane zamiennie, różnią się znaczeniowo), status międzynarodowy, potencjał międzynarodowy oraz miasto międzynarodowe. Zjawisko



internacjonalizacji wyjaśniane jest z trzech perspektyw. Pierwsza ma charakter mikroekonomiczny, nawiązuje do problematyki zarządzania strategicznego przedsiębiorstw. Mimo że to właśnie na tym ujęciu koncentrowały się pierwsze prace badawcze dotyczące internacjonalizacji, to w rozważaniach przedstawionych w niniejszej książce ma ona charakter uzupełniający. Druga perspektywa dotyczy klasycznego ujęcia mezoekonomicznego, a więc perspektywy sektorowej, przez pryzmat której należy analizować funkcję turystyczną, i która z uwagi na heterogeniczność turystyki wychodzi poza jej sztywne rozumienie. Trzecie ujęcie, podstawowe dla przedmiotu badania, ale odnoszące się do dorobku poprzednich, przyjmuje za przedmiot badań miasto i pozwala w możliwie najpełniejszym zakresie scharakteryzować istotę internacjonalizacji rozumianą zarówno jako stan lub proces, ale także podkreślając relacje internacjonalizacji funkcji turystycznej z internacjonalizacją całego miasta. Istotną częścią tej części pracy jest przedstawienie koncepcji miast światowej turystyki rozumianych jako najwyższa forma internacjonalizacji funkcji turystycznej. Rozdział kończy prezentacja wniosków odnośnie do istoty internacjonalizacji funkcji turystycznej wynikających zarówno z rozważań przedstawionych w tym rozdziale, jak i z dokonanej w poprzednim rozdziale analizy koncepcji funkcjonalnych miast.

Rozdział szósty zawiera uszczegółowienie koncepcji badań empirycznych w zakresie pomiaru poziomu i struktury międzynarodowego potencjału turystycznego miast. Przede wszystkim zaprezentowano koncepcję triady internacjonalizacji funkcji turystycznej jako głównego schematu metodycznego badań. Następnie przedstawiono procedurę wyboru miast zakwalifikowanych do badań. Kolejne podrozdziały zawierają opis źródeł danych wykorzystanych w badaniu, przedstawienie procedury tworzenia wskaźników internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej w oparciu o schemat triady internacjonalizacji funkcji turystycznej, a także metody i techniki statystyczne służące identyfikacji struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich, a także tworzenia modelu badawczego na tej podstawie oraz analizy skupień otrzymanych wyników.

Rozdział siódmy zawiera charakterystykę struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej w formie szczegółowego ujęcia analitycznego oraz stworzonego na jego podstawie uproszczonego ujęcia modelowego. Na koniec przedstawiono klasyfikację miast polskich pod względem wielkości międzynarodowego potencjału w zakresie funkcji turystycznej oraz dokonano ich klasyfikacji według podobieństwa struktur internacjonalizacji tej funkcji. W zakończeniu dokonano weryfikacji sformułowanych we wstępie hipotez roboczych oraz przytoczono najbardziej istotne wnioski będące realizacją sformułowanego celu badawczego.

Książka jest bezpośrednim efektem realizacji projektu badawczego pt. „Znaczenie funkcji turystycznej w procesie internacjonalizacji miast” (3838/B/H03/2011/40), który został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki.

## Podziękowania

Pisanie książki o charakterze naukowym jest jak surrealistyczny maraton. Jeszcze przed startem wiadomo, że dystans jest pojęciem względnym, przy czym nie można przebiec go całego w jednym podejściu. Trasę zawodnik wyznacza sobie sam, jednak łatwo ją zgubić. Obowiązuje ściśle określona technika biegu w zależności od pokonanego etapu, ponadto zanim zrobi się kolejny krok, trzeba tę potrzebę oraz sposób jego wykonania gruntownie uzasadnić. Niektóre odcinki mają przymusowe żółwie tempo, podczas innych ma się wrażenie szaleńczej gonitwy z czasem. Od samego początku pojawiają się zaproszenia do wzięcia udziału w innych maratonach, jednak ostatnia część trasy pokonywana jest przez tunel. Podczas całego biegu zawodnik pije napój rozpraszający oraz koktajl składający się z mieszaniny euforii, ciekawości, apatii i rozdrażnienia.

Najważniejsze jest jednak to, że nie biegnie się samemu, co jakiś czas towarzyszą nam inne osoby, biorące udział we własnych zawodach i wspierające w zmaganiach na dłuższych lub krótszych odcinkach. Wśród nich są ci, którzy swoje biegi już z sukcesem ukończyli, pozostawiając raporty, można zatem korzystać bez przeszkód z ich wiedzy, informacji i wniosków. Czasu nie starcza, by wszystkie przeczytać. Wszyscy oni wymienieni zostali w dziale *Bibliografia*, który traktuję jak swoistą listę podziękowań za pomoc w powstaniu niniejszej książki.

Przede wszystkim chcę jednak podziękować tym, którzy towarzyszyli mi w moich zmaganiach na trasie bezpośrednio, wpierając lub na bieżąco pomagając. Dziękuję środowisku, z którego się wywodzę, czyli wszystkim członkom Katedry Turystyki na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, z profesorem Grzegorzem Gołębskim na czele. Nie chodzi tu tylko o dyskusje dotyczące bezpośrednio wyników badań prezentowanych w książce, ale o stałą możliwość naukowego trenowania umysłu podczas naszych „katedralnych” zebrań.

Dziękuję obu Recenzentom – profesorowi Wiesławowi Alejziakowi oraz profesorowi Michałowi Źemle – za niezwykle wnikliwe i rzetelne oceny wyników moich badań. Ich uwagi pozwoliły mi nie tylko dokonać niezbędnych korekt i przesunąć w treści oraz strukturze książki, w wyniku których stała się ona bardziej uporządkowana i spójna. Przede wszystkim pozwoliły mi one spojrzeć na moją pracę z większym uznaniem.

Bardzo mocno dziękuję za wsparcie tym osobom, z którymi mogłem bezpośrednio i na bieżąco konsultować swoje przemyślenia i na pomoc których w tym zakresie mogłem zawsze liczyć, tym, które udostępniły materiały źródłowe niezbędne do badań lub uczestniczyły w ich przetwarzaniu, a także tym, które w czasie prowadzenia przeze mnie badań ukierunkowywały – czasem nieświadomie – moje działania. Wszyscy oni przyczynili się do powstania tej książki. Podziękowania należą się Marlenie Bednarskiej, Sylwestrowi

Białowąsowi, Krzysztofowi Celuchowi, Annie Aleksandrak, Renacie Cichockiej, Markowi Chadzińskiemu, Sylwii Filas-Przybył, Joannie i Kimowi Gammelgaardom, Hubertowi Gonerze, Filipowi Kortusowi, Tadeuszowi Kowalskiemu, Zygmuntowi Kruczkowi, Maciejowi Hubertowi Krzemieniowi, Aleksandrze Kuszyńskiej, Grzegorzowi Leszczyńskiemu, Iwonie Lisieckiej, Adriannie Maciejak, Janowi Mazurczakowi, Łukaszowi Nawrotowi, Marcinowi Olszewskiemu, Natalii Piechocie, Dorocie Salamońskiej-Milczarek, Agnieszce Sokołowskiej, Piotrowi Szmatale, Tatianie Szubert, Bartłomiejowi Walasowi, Jackowi Walluschowi, Norbertowi Wełyczko, Elżbiecie Wąsowicz-Zaborek i Markowi Zielińskiemu.

Wśród wymienionych są trzy osoby, którym zawdzięczam to, że w ogóle dobiegłem do końca: Tatiana, Piotr i Natalia. Wsparliście mnie wtedy, kiedy było najtrudniej. Wiele stron tej książki powstało z Waszym udziałem. Dziękuję.

*Piotr Zmysłony*



## **1. TURYSTYKA I MIASTA W ERZE GLOBALIZACJI**

---

Zarówno globalne umasowienie turystyki, jak i metropolizacja stanowią zjawiska charakteryzujące współczesną gospodarkę, której naczelną siłą rozwojową stała się globalizacja. Mimo że niektórzy badacze twierdzą, że procesy globalizacyjne w społeczeństwie i kulturze trwają już od około pięciuset, a nawet pięciu tysięcy lat (Nederveen Pieterse, 2012a; Short, Breitbach, Buckman, Essex, 2000), pojęcie globalizacji pojawiło się w literaturze naukowej z zakresu ekonomii pod koniec lat siedemdziesiątych poprzedniego wieku. Powszechnie uważa się ją zatem za stosunkowo nowe zjawisko, będące przedmiotem wielu badań oraz wywołujące burzliwe dyskusje naukowców, komentatorów życia publicznego i polityków. Jako że dotyka wszystkich dziedzin współczesnego życia, globalizacja jest definiowana z perspektywy wielu różnych dziedzin i dyscyplin naukowych, w tym – oprócz ekonomii i międzynarodowych stosunków gospodarczych – socjologii, filozofii, politologii, polityki gospodarczej, nauk o kulturze, historii, antropologii, nauk o rozwoju, a nawet geografii, biologii i archeologii (Bauman, 2000; Nederveen Pieterse, 2012a). Stanowi ona kluczowy kontekst rozważań naukowych zarówno z zakresu ekonomiki turystyki, jak i ekonomiki przestrzennej oraz geografii urbanistycznej.

Przedstawicielka badaczy z zakresu turystyki – Hjalager (2007) – stwierdza, iż „turystyka jest z jednej strony jedną z wielu przyczyn, z drugiej zaś – jest jednym ze skutków procesu globalizacji” (s. 438). Wood (2008) dodaje: „zmiany w turystyce zarówno odzwierciedlają, jak i przyczyniają się do zmian w szersze procesy globalizacyjne. W pewnym sensie, turystyka jest w globalizacji w takim samym zakresie, jak globalizacja jest w turystyce” (s. 107). Z kolei wśród badaczy reprezentujących „miejski” nurt badań panuje powszechna zgoda, że metropolie są optymalnymi środowiskami dla rozwoju globalizacji, która wpływa zdecydowanie na ich rozwój i zmiany, a ponadto sama ulega modyfikacjom, przeobrażeniom i dostosowaniu pod wpływem zmian zachodzących w miastach (Komorowski, 2000; Sassen, 2001; Short, Kim, 1999). Short i Kim (1999) stwierdzają, że „globalizacja ma miejsce w miastach i to miasta ucieleśniają i odzwierciedlają globalizację” (s. 9). Burdett i Rode (2007) nazywają miasta „ogniwami łańcucha globalizacji”, które w wyniku procesu usieciowienia mają ze sobą więcej wspólnego niż ze swoimi regionalnymi i narodowymi zapleciami gospodarczymi. O ile jednak w pierwszym zakresie problematyka wpływu globalizacji na miasta zajmuje uwagę badaczy od ponad czterech dekad, zatem dorobek naukowy w tym temacie jest imponujący, to w tematyce związków globalizacji i turystyki widoczny jest niedostatek analiz i wyników badań.

W niniejszym rozdziale zawarto podstawowe definicje, najważniejsze wątki dyskusji w obu nurtach badawczych oraz budowane na ich kanwie koncepcje i modele teoretyczno-poznawcze. Omówienie związków globalizacji i turystyki, a następnie istoty współczesnej urbanizacji, a przede wszystkim metropolizacji, stanowi przygotowanie pola do analizy międzynarodowych uwarunkowań rozwoju turystyki w miastach.

## **1.1. Globalizacja a turystyka**

---

Różnorodność ujęć badawczych globalizacji wpływa na liczbę definicji, w których podkreślane są jej różne przejawy i skutki. Bauman (2000) stwierdza, że różnorodność podejść badawczych jest przyczyną niejasności i mętności samego pojęcia, które – w miarę jego popularności i wynikającej z niej rozwoju teorii będących próbą opisu globalizacji – jest coraz trudniejsze do systematyzacji i obiektywnej dyskusji (s. 6). Globalizację można określić za Levittem (1983) jako „skutek dokonujących się w ciągu ostatnich dziesięcioleci zmian technologicznych, społecznych, politycznych i ekonomicznych w kierunku jednorodnego, zunifikowanego rynku globalnego, jeśli chodzi o gusty konsumentów i preferencje dotyczące produktów” (s. 94). Kowalski (2013) definiuje ją jako „autonomiczny, wieloaspektowy oraz transgraniczny proces transformacji narodowych gospodarek, instytucji, społeczeństw i kultur w jeden powiązany system” (s. 12). Proces ten wpływa na wszystkie aspekty ludzkiego życia, redukując znaczenie odległości geograficznej i prowadząc do kompresji czasu i przestrzeni. Stiglitz (2004) reprezentuje z kolei perspektywę narodową, stwierdzając, że globalizacja to „w istocie ściślejsza integracja państw oraz ludzi na świecie, spowodowana ogromną redukcją kosztów transportu i telekomunikacji oraz zniesieniem sztucznych barier w przepływach dóbr, usług, kapitału, wiedzy i (w mniejszym stopniu) ludzi z kraju do kraju” (s. 26). Przejawem globalizacji jest tworzenie nowych instytucji (rozumianych zarówno w wąskim, jak i szerokim znaczeniu), przekraczających swą działalnością granice państw. Hjalager (2007) natomiast podkreśla dodatkowe płaszczyzny globalizacji, stwierdzając, że oznacza ona „wzrastającą integrację gospodarek, społeczeństw oraz cywilizacji, dotyczącą takich aspektów ludzkiego życia, jak współpraca polityczna, przepływ idei, przestępczość, epidemie i terroryzm” (s. 437). Według socjologicznej oceny sformułowanej przez Giddensa (2012) „globalizacja oznacza, że w coraz większym stopniu wszyscy żyjemy w jednym świecie, a co za tym idzie, jednostki, grupy i naród są coraz silniej wzajemnie od siebie uzależnione” (s. 74). Autor ten podkreśla, że globalizacja wpływa na życie intymne i osobiste każdego człowieka na wiele sposobów: poprzez pochwały indywidualizmu, wzrost wagi pracy oraz kulturę popularną. Globalizacja tworzy nowe zagrożenia, m.in. ryzyko wyprodukowane przez człowieka w formie rozbudowanych systemów technicznych, infrastrukturalnych i informatycznych, globalne nierówności społeczne, wielkie ruchy

migracyjne, odczuwane przede wszystkim w Europie, oraz międzykulturowość wynikająca z różnorodności i spójności społecznej (Giddens, 2012, s. 72–99; 2014).

Obiektywnymi motorami współczesnej fazy globalizacji było zakończenie okresu tzw. zimnej wojny oraz dynamiczny rozwój technologii informacyjnych. Może ona być także postrzegana jako przyczyna i skutek liberalizacji handlu, czyli znoszenia barier wolnego handlu i finansowej deregulacji, które dokonują rekonfiguracji władzy na arenie międzynarodowych stosunków politycznych i gospodarczych (Giddens, 2012; Hjalager, 2007; Stiglitz, 2002; Theuns, 2008). Kluczowym i uniwersalnym atrybutem współczesnej globalizacji staje się dostępność komunikacyjna w wymiarze transportowym i informatycznym (Nederveen Pieterse, 2012b). Obecnie, od początku XXI wieku, mamy do czynienia z nową, kolejną fazą globalizacji, w której globalizacji ulegają nie tyle czynniki wzrostu i koniunktury gospodarczej, ale także kryzys gospodarczy. Dodatkowymi atrybutami tej fazy są: rosnąca siła przetargowa gospodarek globalnego południa, czyli Chin, Indii, Bliskiego Wschodu i Brazylii, narastające konflikty na tle religijnym, globalny terrorizm, pluralizm dotyczący metod i dróg rozwoju gospodarczego oraz zahamowanie liberalizmu na rzecz neokeynesizmu. Bauman (2011) podkreśla z kolei efekt „globalizacji nierówności” (s. 29), zwracając uwagę na postępującą skalę ubóstwa, zwiększające się nierówności i wykluczenie społeczne, segregację przestrzenną, bezrobocie lub niską jakość zatrudnienia, przestępczość, rozpad rodziny i wspólnot międzyludzkich. Autor – nawiązując do współczesnego języka medialnego opisującego skutki ekspedycji wojskowych i działań militarnych – nazywa je ogólnie jako „straty uboczne” „towarzyszące” globalnemu przepływowi kapitału, handlu i informacji (s. 11).

### **Globalizacja w turystyce, turystyka w globalizacji**

Mimo tego, że problematyka wpływu globalizacji na sferę turystyki opisywana jest w literaturze naukowej w ramach różnych dyscyplin oraz wielu ujęć i poziomów analizy, niektórzy autorzy wciąż wskazują na jej niedostatek, podkreślając przede wszystkim jej zbytnią ogólność kontrastującą z brakiem zwartych ram teoretyczno-koncepcyjnych niezbędnych do badania tego złożonego zjawiska, a także małą liczbą opublikowanych badań (Alejziak, 2011; Hjalager, 2007; Williams, Shaw, 2011a). Najczęściej wzajemny wpływ globalizacji i turystyki opisywany jest z perspektywy socjologicznej oraz ekonomicznej i traktowany jest jako proces oraz skutki procesu liberalizacji rynkowej, deregulacji finansowej oraz zmiany technologicznej, które prowadzą do bliższej integracji gospodarczej, rekonfiguracji sił na międzynarodowym rynku turystycznym oraz w sferze rynku pracy w turystyce, a także do ujednoczenia zachowań nabywczych turystów (Bianchi, 2002; Fayed, Fletcher, 2002; Theuns, 2008). Kowalski (2013) stwierdza, że zmiany te wraz z rozwojem technologicznym, który napędza globalizację, wpływają na wszystkie aspekty życia, zarówno konsumpcję, stosunki społeczne, jak i wzorce wypoczynku.

Za punkt wyjścia do badania związków między globalizacją a turystyką należy uznać socjologiczne rozważania Baumana (2000, 2011) nad przejawami i skutkami procesów globalizacyjnych we współczesnym ponowoczesnym społeczeństwie, inaczej zwanym przez samego autora płynną nowoczesnością. Bauman (2000) stwierdza, że immanentnymi cechami globalizacji jest uniformizacja zachowań, mobilność oraz subiektywizacja znaczenia odległości geograficznej. Zróżnicowaniu ulega przede wszystkim doświadczanie przez ludzi czasu i przestrzeni (Bauman, May, 2004). Mobilność – twierdzi Bauman – jest najwyższej cenioną i pożądaną wartością w dobie ponowoczesnych społeczeństw, natomiast swoboda poruszania się jest przyczyną powstania i kształtowania polaryzacji społecznej, ponieważ nie jest dana wszystkim w tym samym stopniu. Wszyscy jesteśmy w ruchu, nawet jeśli fizycznie stoimy w miejscu, ponieważ świat nieustannie się zmienia. Ludzie, którzy swobodnie przemieszczają się i są zadowoleni z tego faktu, stają się osobami globalnymi, natomiast inni tkwią w lokalności, co jest oznaką społecznego upośledzenia i degradacji.

Rozwój technik i środków transportu i telekomunikacji oraz następujące z nim zmniejszenie kosztów przemieszczania się – uznawane za czynniki globalizacji – sprawiły, że odległość przestaje mieć znaczenie, staje się konstruktem subiektywnym, następuje – nawiązując do stwierdzenia Paula Virilio (1997, za: Bauman, 2000) – „koniec geografii”. Bauman konstatuje: „kiedy odległości nic już nie znaczą, także miejsca, które te odległości oddzielały, tracą znaczenie” (s. 8), co nawiązuje, ale jednocześnie stawia w kontrze przywoływaną w rozdziale piątym tezę globalnej przestrzeni przepływów Castellsa (1991, 2008), w których duże miasta pełnią istotną rolę węzłów i koncentratorów. Tym niemniej opis dwóch światów Baumana – turystów i włóczęgów – w zupełności odpowiada opisowi przestrzeni przepływów i przestrzeni miejsc Castellsa.

Niezależnie od tego należy zwrócić uwagę na konsekwencje wynikające z subiektywizacji przestrzeni. Przede wszystkim Bauman stwierdza, że wszyscy są obecnie faktycznymi lub potencjalnymi turystami lub włóczęgami, odwołując się przy tym do szerszego, metaforycznego rozumienia tych terminów, w odniesieniu do konsumpcjonizmu. Pierwsi – z własnego wyboru, wybierając dowolnie kierunki – żyją w czasie, natomiast drudzy – zmuszani zewnętrznymi siłami globalnymi, często tkwiąc w miejscu – żyją w przestrzeni. Oczywiście jest, że ci pierwsi stanowią forpocztę rozwoju globalnego, dla nich znoszone są wizy, znikają granice państwowe, powstają nowe i szybsze połączenia transportowe. Współcześni ludzie żyją w nieustannym ruchu, podróży, nierzeczywistości przestrzennej, a ich przywiązanie do miejsc fizycznych jest bardzo słabe. Współczesny syndrom turysty polega na tym, że stają się oni wędrowcami dla przyjemności lub dobrowolnie przyjmując taką strategię życiową, ponieważ pozostawanie na miejscu staje się oznaką nienowoczesności, upokorzenia, a nawet degradacji. Poruszają się oni w tych kierunkach, w których



kuszą ich nowe możliwości, atrakcje, nowe wyzwania, nowe smaki. Ich relacje z innymi ludźmi są słabe i powierzchowne, ponieważ z definicji są tymczasowe i ograniczone do konsumpcji. Bycie turystą zarówno w znaczeniu dosłownym, jak i szerszym, staje się dobrowolną koniecznością, w której wolność wyboru stanowi esencję bytu. Głównym efektem globalizacji jest zatem pozostawanie w wiecznym ruchu zarówno w sensie geograficznym, jak i społecznym, pomiędzy siecią wzajemnie powiązanych miejsc (Bauman, 2000, 2011; Franklin, 2003).

W ujęciu interdyscyplinarnym, korzystającym z dorobku ekonomii, geografii, socjologii, politologii zarządzania, marketingu, administracji i innych (Cooper, 2008; Meethan, 2001; Milne, Ateljevic, 2001; Williams, Shaw, 2011b; Wood, 2008), globalizacja traktowana jest jako kontekst, w ramach którego różnorodne podmioty rynku turystycznego – między innymi państwa, miasta i regiony – definiują swoje role, poszukują zasobów i podejmują decyzje. Uwaga badaczy zajmujących się tą problematyką dotyczy działań poszczególnych podmiotów lub grup w sferze turystyki – przedsiębiorstw, organizacji turystycznych, władz lokalnych i regionalnych – polegających na adaptacji do wyzwań rozwojowych nakreślonych przez procesy globalizacyjne. Jak podkreśla Cooper (2008, s. 110), „globalizacja nie tylko niweluje granice i bariery handlowe pomiędzy państwami, ale także czyni je otwartymi zarówno wewnątrz, jak i pomiędzy organizacjami, dlatego wymaga przyjęcia innego spojrzenia i podejścia do funkcjonowania i zarządzania podmiotami turystycznymi” (s. 110). Zmiana poziomu analizy z makro na mikro przekłada się na modyfikację przedmiotu badań w kierunku procesu internacjonalizacji, którą można z kolei definiować jako formę innowacji dokonanej pod wpływem globalnych uwarunkowań (Williams, Shaw, 2011b). Cooper (2011) oraz Milne i Ateljevic (2001) wskazują, że procesy globalizacyjne zachodzą nie tylko ponad granicami państw, ale różnorodnych obszarów i szczebli geograficznych, zatem turystyka, jako działalność zdeterminowana lokalnie i funkcjonująca w oparciu o miejscowe zasoby, jest z jednej strony napędzana przez zjawiska i instytucje o zasięgu ponadnarodowym, z drugiej zaś kształtowana przez złożoność procesów zachodzących na szczeblu lokalnym. Globalizacja wymaga więc przyjęcia innego spojrzenia i podejścia do funkcjonowania i zarządzania podmiotami turystycznymi (Cooper, 2008). Wyszczególnione wcześniej przejawy globalizacji powinny być także rozpatrywane na szczeblu miast, gdzie wpływ niektórych z nich jest silnie odczuwany.

W ściśle ekonomicznym ujęciu globalizacji w turystyce dominują przede wszystkim ogólne rozważania i analizy, niepoparte szczegółowymi badaniami, prowadzone w makro- i mikroperspektywie oraz perspektywie globalnej (uniwersalnej) (Fayed, Fletcher, 2002; Hjalager, 2007; Kachniewska, Nawrocka, Niezgodna, Pawlicz, 2012, s. 182–222; Knowles, Diamantis, El-Mourhabi, 2001; Nowakowska, 2004, 2006; Otta, Gorynia, 1991; Sugiyarto,

Blake, Sinclair, 2003; Theuns, 2008), z których wynikają wnioski będące podstawą formułowania ram globalnej polityki turystycznej (Alejziak, 2011; Bianchi, 2002; Smeral, 1998).

Na podstawie prac wielu autorów (Bianchi, 2002; Fayed, Fletcher, 2002; Hjalager, 2007; Kachniewska i inni, 2012; Keller, 1996; Knowles i inni, 2001; Smeral, 1998; Sugiyarto i inni, 2003; Theuns, 2008; Vanhove, 1996) można wyróżnić najbardziej istotne gospodarcze przejawy i skutki globalizacji w obszarze turystyki, do których należą:

- rosnąca konkurencja między przedsiębiorstwami i destynacjami,
- wzrost siły przetargowej korporacji transnarodowych,
- upowszechnienie oraz malejące koszty przewozów lotniczych,
- nacisk na innowacyjność działalności turystycznej,
- wpływ nowoczesnych technologii, szczególnie w aspekcie zastosowania komputerowych i internetowych systemów rezerwacji, mediów społecznościowych,
- ilościowe i jakościowe zmiany w globalnym popycie turystycznym,
- współpraca sieciowa, alianse strategiczne, porozumienia o współpracy i fuzje,
- rosnące wymagania turystów,
- nacisk na sferę ekologii i środowiska w aktywności usługodawców i turystów.

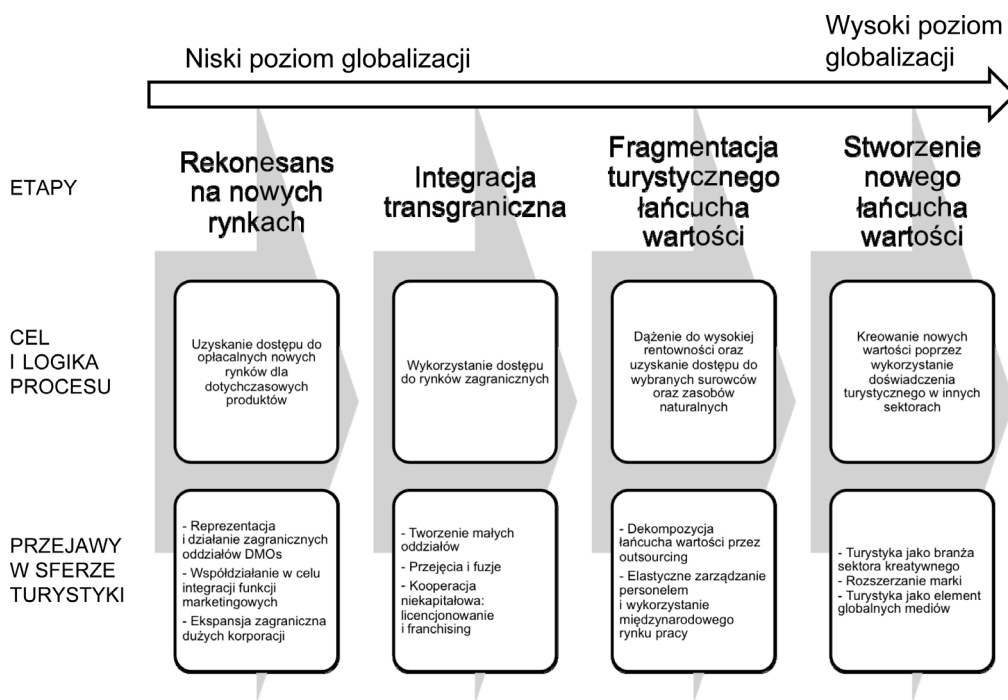
Wszystkie te obszary należy traktować jako globalne wyzwania rozwoju turystyki, odczuwane na szczeblu przedsiębiorstw, miast, regionów oraz państw.

Globalizacja w odniesieniu do turystyki zachodzi przede wszystkim w sferze konsumpcji oraz w sferze produkcji, natomiast w o wiele mniejszym stopniu w odniesieniu do kreowania terytorialnych produktów turystycznych ze względu na ich specyfikę kulturową, społeczną i przyrodniczą (Nawrocka, 2008; Nowakowska, 2006).

Z połączenia dwóch punktów widzenia na globalizację w turystyce – jako procesu i jako kontekstu lub szeroko pojętego otoczenia turystyki – wynika dyskusja nad wzajemnymi relacjami globalizacji i turystyki. Perspektywa procesowa wskazuje na globalizację jako siłę zmieniającą gospodarkę turystyczną w podobny sposób do innych aktywności gospodarczych (Bianchi, 2002; Fayed, Fletcher, 2002). Jednakże, jak podkreślają Alejziak (2011) i Theuns (2008), turystyka już od chwili swojego powstania i ze swej natury jest zjawiskiem międzynarodowym. Meethan (2001, s. 33–34) traktuje ją nawet jako formę globalizacji i równocześnie czynnik ją determinujący, przekonując, że działania międzynarodowe podmiotów tworzących gospodarkę turystyczną wzmacniają ogólny proces globalizacji. Held i inni (2000) nazywają turystykę hiperglobalizatorem, a więc czynnikiem napędzającym globalizację. Na nierozdzielnej, wzajemnej relacji globalizacji z turystyką wskazują także Hjalager (2007) i Wood (2008), przy czym ten drugi stawia retoryczne pytanie, czy globalizacja traktowana jako proces ekonomiczny może być przyczyną czegoś, co jest jej częścią.

## Modele globalizacji w sferze turystyki

Analizy na temat tego, w jaki sposób turystyka poddawana jest globalizacji, a następnie napędza ją, są odzwierciedleniem szerszej dyskusji na temat wpływu samej globalizacji na współczesną gospodarkę. Ujęcie ekonomiczne umożliwia analizowanie jej jako kompleksowego procesu, który da się podzielić na sekwencyjne etapy. Opisowy model globalizacji sfery turystyki proponuje Hjalager (2007), która w ten sposób podejmuje próbę konceptualizacji teoretyczno-badawczej tej problematyki. Zakres podmiotowy modelu ma zatem wymiar uniwersalny i dotyczy całej sfery turystyki z wyszczególnieniem podmiotów ją tworzących: przedsiębiorstw, regionów turystycznych, państw oraz innych struktur. Można jednak odnieść wrażenie, że cechuje go silna orientacja mikroekonomiczna, ponieważ poszczególne etapy są bezpośrednim przeniesieniem internacjonalizacyjnych zachowań przedsiębiorstw na poziom całej gospodarki, a regionom i państwom przypisane są cechy i zachowania przedsiębiorcze.



Rys. 3. Sekwencyjny model globalizacji w turystyce  
 Źródło: Hjalager (2007).

Zgodnie z modelem globalizacja w turystyce składa się z czterech etapów (rysunek 3). Pierwszy obejmuje próby dotarcia do nowych rynków i rozpoznania stopnia ich opłacalności dokonywane w ramach krajowego systemu turystyki. Pozycjonowanie i promocja narodowych i regionalnych produktów turystycznych następuje na trzy sposoby. Pierwszym jest

zakładanie biur na rynkach najbliższych geograficznie lub kulturowo zgodnie z logiką upsalskiego modelu internacjonalizacji przedsiębiorstw (Johanson, Vahlne, 1977; Johanson, Wiedersheim-Paul, 1975), co następuje poprzez działalność narodowych, a czasem miejskich organizacji turystycznych (DMO). Warto podkreślić, że wraz z rozwojem nowoczesnych technik informacyjnych utrzymywanie biur zagranicznych staje się coraz bardziej dyskusyjne. Drugim przejawem jest współdziałanie w celu integracji działań marketingowych na rynkach zagranicznych. Współpraca ta może mieć podstawę regionalną w przypadku, kiedy na integrację działań marketingowych decydują się publiczne i prywatne podmioty działające w tym samym mieście lub regionie, lub podstawę branżową w przypadku, kiedy na szczeblu ponadnarodowym w relacje sieciowe wchodzi podmioty tego samego typu, np. pola golfowe, hotele, a także samorządy miast (czego przykładem jest stowarzyszenie miast turystycznych European Cities Marketing). Trzecim przejawem jest ekspansja rynkowa wielkich korporacji z wykorzystaniem outsourcingu oraz subkontraktowania działań.

Drugim etapem jest integracja ponad granicami państwowymi polegająca na inwestowaniu. Dokonuje się ona w dwóch wymiarach. Pierwszym jest zakładanie własnych stałych oddziałów, realizowane przez korporacje zarządzające parkami rozrywki (np. Eurodisneyland, Legoland), a także przejęcia i fuzje charakterystyczne dla działalności turoperatorskiej i pośrednictwa turystycznego (np. Thomas Cook, TUI). Druga dotyczy kooperacji niekapitałowych w formie licencjonowania i franchisingu na trwale wpisanych w rozwój hotelarstwa i gastronomii.

Z trzecim etapem globalizacji w turystyce mamy do czynienia w momencie, kiedy obserwuje się dekompozycję procesu produkcji produktów turystycznych, które z definicji powinny mieć charakter ściśle lokalny lub regionalny. Mimo tego, że turystyka uważana jest za działalność zdeterminowaną lokalnie i zależną od walorów miejsca (Gołębski, 2009; Włodarczyk, 2009), a więc która nie może być outsourcingowana, to jednak dostępność globalnego rynku oraz zmniejszenie kosztów transportu skutkuje umiędzynarodowieniem turystycznych łańcuchów dostarczania wartości, przede wszystkim w sferze dóbr inwestycyjnych, surowców niezbędnych do świadczenia usług oraz siły roboczej. Zależnie od stopnia złożoności transakcji, możliwości ich kodowania oraz zdolności działań lokalnej podaży można wyodrębnić pięć rodzajów powiązań tworzących globalne łańcuchy wartości w turystyce (Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005; Tejada, Santos, Guzmán, 2011): powiązania rynkowe, modularne (występujące w ramach turystyki kulturalnej i biznesowej), relacyjne (występujące w ramach turystyki wyspecjalizowanej), niewolnicze (występujące w ramach masowej turystyki wypoczynkowej) i hierarchiczne. Fragmentaryzację na rzecz rynków międzynarodowych widać wyraźnie w sektorze usług gastronomicznych, w którym wiele trunków (np. wina) oraz surowców potrzebnych do tworzenia posiłków dla turystów pochodzi z krajów emisyjnych, dostarczanych często w formie półproduktów. Produkcja pamiątek oraz upominków dostępnych w przymuzealnych sklepach ma charakter

globalny. Hjalager stwierdza nawet, że tworzy się międzynarodowy podział pracy w turystyce. Umieędzynarodowienie łańcucha wartości w turystyce objawia się silnie także w odniesieniu do zatrudnienia. Turystyka jest działalnością cechującą się bardzo wysokim wskaźnikiem zatrudnienia obcokrajowców zarówno na najwyższych, jak i najniższych stanowiskach (Williams, Shaw, 2011a).

Etap czwarty polega na formowaniu się nowego globalnego wzorca budowania łańcucha wartości w turystyce. Sprzyja temu zacieranie różnic między turystyką a branżami sektora kreatywnego, marketingu i mediami. Przejawem tego procesu jest traktowanie turystyki w kategoriach gospodarki opartej na wiedzy. Ekspersi działający w turystyce coraz częściej postrzegani są nie jako specjaliści branżowi, ale znawcy takich dziedzin jak rozwój zrównoważony, zarządzanie kulturą, inwestycje w sferze usług, zarządzanie *eventami*, procesy rewitalizacyjne itp. Ponadto klastry turystyczne oraz inne struktury współpracy sieciowej zaczynają produkować specjalistyczną wiedzę (np. z zakresu organizacji wielkich festiwali, zakładania wiosek tematycznych lub tworzenia produktów turystyki medycznej). Drugim przejawem jest wykorzystywanie silnych marek dla rozwoju nowych produktów (co z powodzeniem realizują Disney oraz Legoland, poszerzając ofertę na hotele, restauracje, zabawki i kosmetyki) oraz wzajemne wzmacnianie marek destynacji i komercyjnych marek lokalnych. Trzecim przejawem jest włączenie turystyki jako trwałego elementu globalnego rynku mediów poprzez powszechność programów podróżniczych, tworzenie międzynarodowych kampanii reklamowych wykraczających poza tradycyjne formy marketingowe oraz zwiększenie nacisku na lokalne przewagi konkurencyjne.

Dzięki sekwencyjnemu opisowi zmian zachodzących w turystyce pod wpływem globalizacji możliwe jest zidentyfikowanie szans rozwojowych wynikających z nowych uwarunkowań, które mogą być wykorzystane przez miejskie organizacje turystyczne oraz władze lokalne, a także obszarów nieuchronnych zmian zachodzących pod wpływem sił zewnętrznych. Innymi słowy jest on pomocny w rozróżnieniu internacjonalizacji czynnej i biernej, tym bardziej że w wielu miejscach model charakteryzuje proces internacjonalizacji poszczególnych typów aktorów zaangażowanych w globalne procesy ekonomiczne, zmieniając optykę z opisu uniwersalnego (całościowego) na charakterystykę poszczególnych branż.

W modelu potencjału globalizacyjnego sektora Yip (2004, s. 43–45) wyodrębnia aspekty bezpośrednio związane z turystyką jako czynniki warunkujące realizację strategii globalnej, będącej najwyższą formą internacjonalizacji. Jako jeden z czynników o charakterze rynkowym wskazuje on globalny rozwój popytu turystycznego, który w połączeniu z upodabnianiem się stylów życia i gustów, a więc także stylów spędzania wolnego czasu, tworzy klienta globalnego. Do tej samej grupy zaliczył pojawienie się wielkich organizacji działających jako klienci globalni mający dużą siłę przetargową, co szczególnie widoczne jest na rynku spotkań, na którym funkcjonują instytucje rządowe i międzynarodowe stowarzyszenia pozarządowe (biznesowe, naukowe, religijne) zlecające organizację

konferencji międzynarodowych, a także międzynarodowi organizatorzy kongresów i spotkań oraz meeting planerzy odpowiadający na to zapotrzebowanie (Celuch, 2014). Między nimi o swoje miejsce na rynku walczą miejskie biura kongresów działające przy urzędach miast lub miejskich DMOs, starające się zachęcić globalnych graczy do organizacji takiego międzynarodowego spotkania w mieście, które reprezentują, składając atrakcyjne oferty będące pakietem możliwości infrastrukturalnych i komunikacyjnych, korzyści biznesowych i dodatkowych atrakcji. Do czynników o charakterze globalnym Yip zalicza znoszenie barier swobodnego przepływu osób, a do czynników dodatkowych – udogodnienia w podróży i pobytach biznesowych w formie wzrostu liczby transnarodowych sieci hotelowych, połączeń lotniczych oraz komfortu w podróży. W podsumowaniu autor stwierdza, że w niektórych sektorach układ czynników jest przyczyną powstania przymusu internacjonalizacji na drodze zwiększenia konkurencyjności lub nawet przetrwania. Turystyka jest niewątpliwie sektorem, dla którego to stwierdzenie jest prawdziwe. Warto jednak dodać, że model Yipa – w jeszcze większym zakresie, niż było to w przypadku wcześniej charakteryzowanego modelu globalizacji w turystyce Hjalager – dotyczy procesu internacjonalizacji (a więc wycinkowej globalizacji) odnoszącego się do pewnego wycinka gospodarki, jakim jest sektor, a nie do całej globalizacji. Jak już wspomniano, ostatnia faza tego procesu czyni sektor globalnym w odniesieniu do sposobu funkcjonowania i oddziaływania na inne sektory. Określenie „potencjał globalizacyjny” należy rozumieć jako zdolność do wykorzystywania globalnych uwarunkowań, a więc jako potencjał internacjonalizacyjny.

Knowles, Diamantis i El-Mourhabi (2001, s. 64) także uważają działalność turystyczną za branżę globalną, a więc taką, w której pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa lub innego podmiotu w jednym kraju jest w dużej mierze określona poprzez pozycję konkurencyjną w innych krajach. Przedsiębiorstwa oraz inne organizacje – DMOs lub biura kongresów i spotkań – nie działają na poszczególnych rynkach narodowych, ale na zintegrowanych i większych terytorialnie obszarach rynku, na których zachodzi silna konkurencja. Do głównych czynników rozwoju globalnej branży turystycznej zalicza się (Knowles i inni, 2001, s. 16–21): uwarunkowania ekonomiczne, silny rozwój technologii informatycznych i komunikacyjnych, uwarunkowania demograficzne, zwiększenie czasu do dyspozycji i możliwości jego wykorzystania, zmieniające się wartości i style życia oraz rozwój sektora usług.

## **1.2. Miasta we współczesnej gospodarce: urbanizacja i metropolizacja**

Procesy globalizacyjne, oddziałując na szczebel makroekonomiczny, wzmacniają równocześnie szczebel lokalny, nadając mu międzynarodowe znaczenie. Porter (1990, 2000) twierdzi, że w globalnej gospodarce, w której klasyczne czynniki produkcji stają się coraz łatwiej dostępne, trwałe przewagi konkurencyjne tkwią w coraz większym stopniu w lokalnych źródłach, takich jak zróżnicowana wiedza, przepływ informacji, wyspecjalizowana

siła robocza, relacje, motywacja do działania czy wzajemne wsparcie, których nie można pozyskać na odległość. Miasta, a także regiony stają się unikalnym środowiskiem dla rozwoju tych zasobów, a zatem do prowadzenia działalności gospodarczej i podnoszenia konkurencyjności (por. Porter, 1990, s. 154–159). Na wzmocnienie siły przetargowej miast jako jednej z form globalizacji gospodarki wskazuje także Sassen (2006).

## **Urbanizacja**

Proces przestrzenny, społeczny i kulturowy wyrażający się w rozwoju miast, wzroście ich liczby i wielkości oraz udziału mieszkańców miast w ogólnej liczbie ludności nazywany jest urbanizacją (Budner, 2011, s. 85). Wiek XX oraz początek wieku XXI nazywany jest właśnie jej erą z uwagi na niespotykane dotąd w historii świata tempo tego procesu (Soja, Kanai, 2007). W 1900 roku w miastach mieszkało 10% populacji świata, w 2006 roku, według Narodów Zjednoczonych, udział ten przekroczył 50%, a według szacunków ekspertów z London School of Economics (Burdett, Rode, 2007) oraz McKinsey Global Institute (2011) do 2050 roku wzrośnie do 75%. Oprócz aspektu demograficznego urbanizację należy uznać jako nieodwracalny i złożony proces przejawiający się dodatkowo w trzech płaszczyznach: ekonomicznej, przestrzenno-technicznej i społeczno-kulturowej (Budner, 2011, s. 86–87; Gaworecki, 2000, s. 93). Korzyści urbanizacji, obok korzyści skali i lokalizacji, stanowią podstawowy efekt powstający w miastach dzięki skupieniu ludności i działalności gospodarczej. Wynikają one ze zróżnicowanej struktury gospodarczej miast, oferującej różnorodność i wysoki poziom usług i dóbr potrzebnych w prowadzeniu działalności gospodarczej, ponieważ przedsiębiorstwa nie muszą ponosić kosztów budowy i utrzymania wielu urządzeń infrastruktury miejskiej (Domański, 2002, s. 91–94).

W ostatnich czterech dekadach można obserwować proces ekspansywnej i rekonfigurującej układ światowych sił urbanizacji, którą Soja i Kanai (2007, s. 54) ujmują jako jednoczesną urbanizację całego globu oraz globalizację urbanizacji jako stylu życia. Kiedy świat się urbanizuje, miasta ulegają globalizacji. W ten sposób kontekst globalny scala się z kontekstem miejskim pod względem przestrzennym, gospodarczym, społecznym i kulturowym. Cechą tej fazy urbanizacji jest rozwój rozbudowanych układów miast o różnym stopniu integracji, do których należą aglomeracje, konurbacje oraz megalopolis (Budner, 2011, s. 91–94). Urbanizacja, kiedyś ograniczona do centrów lub granic miast, obecnie rozprzestrzenia się na szczebel regionalny i dotyczy to nieomal wszystkich, poza Antarktydą, kontynentów. Tam, gdzie nie wyrastają miasta, rozwój transportu oraz technik informacyjnych i komunikacyjnych spowodował rozprzestrzenienie miejskiego stylu życia poprzez regulacje prawno-administracyjne, dyfuzję innowacji, globalizację kultury oraz homogenizację konsumpcji.

Konsekwencją procesu globalizacji urbanizacji w odniesieniu do życia gospodarczego, społecznego, politycznego i kulturalnego jest osłabienie kontroli oraz wpływów państw nad procesami rozwojowymi, na które zwraca uwagę Bauman (2000), Theuns (2008) oraz

Barber (2014). Państwo narodowe nie stanowi ani pierwotnej, ani podstawowej formuły organizacji życia społecznego i politycznego. Inkubatorem demokracji i cywilizacji były od zarania dziejów właśnie miasta, dlatego po długim okresie dominacji instytucja państwowości przechodzi kryzys. Bauman (2000) opisuje ten kryzys w aspekcie uniwersalnym, odwołując się do wymiaru socjologicznego i etycznego w kontekście osłabienia wpływu państw na życie ludzi oraz na kształt współczesnej globalnej cywilizacji i kierunku jej rozwoju. Zdaniem Barbera (2014) największą słabością państwa jest nieumiejętność działania ponadnarodowego w oparciu o zasadę współzależności.

Wraz z osłabieniem siły państw obserwuje się wzrost siły wielkich miast jako znaczących graczy na międzynarodowej arenie stosunków gospodarczych oraz politycznych (Barber, 2014; Bandyk, 2013; Castells, 2010; Hall, 1997; Sassen, 2006; Zmysłony, 2011). Ich siła tkwi w usieciowieniu przejawiającym się nie tyle w dostępności komunikacyjnej, ale w realizacji idei współzależnego rozwoju, wyrażającego się w umiejętności ponadnarodowej współpracy, realizacji idei obywatelskich i demokratycznych, rozwiązywaniu globalnych problemów, których symptomy dostrzegane są najpierw właśnie w miastach. Barber (2014) formułuje najdalej idące postulaty, twierdząc, że „obecnie, w globalizującym się świecie, to znowu miasto, które zawsze było dla ludzi siedliskiem pierwszego wyboru, staje się największą szansą demokracji. (...) Zważywszy na niechęć państw do współpracy ponad granicami, najważniejszym politycznym wyzwaniem współczesności jest odkrycie lub stworzenie takich nowatorskich instytucji, które będą potrafiły zająć się rozlicznymi problemami, jakie niesie ze sobą świat współzależności, nie rezygnując przy tym z demokracji, której tradycyjnym gwarantem były państwa narodowe. (...) Rozwiązanie mamy tuż przed naszymi oczami, słabo zbadane, lecz oczywiste: pozwólmy miastom, tym najbardziej usieciowionym i najściślej powiązanim ze wszystkich politycznych stowarzyszeń, które definiują współpraca i pragmatyzm, kreatywność i wielokulturowość, zrobić to, czego nie potrafią państwa. Pozwólmy burmistrzom rządzić światem. (...) W istocie to już się dzieje. Coraz więcej miast dołącza do sieci kultury, handlu i komunikacji, które oplatają cały świat. Owe sieci i zespoły, które je reprezentują, można wykorzystać do sformalizowania tego, co już istnieje w sposób nieformalny: rządów sprawowanych dzięki dobrowolnej współpracy i wspólnemu konsensusowi. Gdyby to burmistrzowie rządziли światem, przeszło 3,5 miliarda osób (ponad połowa ludności świata), które zamieszkują miasta, i wiele tych, które mieszkają na terenach podmiejskich, miałyby szansę na lokalną partycypację i równocześnie globalną współpracę – prawdziwy cud „glokalności”, niosący ze sobą obietnicę pragmatyzmu zamiast polityki, innowacje zamiast ideologii i rozwiązania w miejsce suwerenności” (s. 18–19). Nawet jeśli zarzuci się Barberowi zbyt śmiało wnioski i postulaty oraz tendencję do generalizacji i tolerowanie w rozważaniach błędu założenia (to, co jest skuteczne w mniejszej skali lub w niesformalizowanej postaci, niekoniecznie musi być skuteczne w większej skali



i sformalizowanych działaniach), to należy przyznać, że celnie definiuje istotę globalizacji urbanizacji na wszelkie aspekty funkcjonowania współczesnego świata.

### **Istota metropolizacji**

Naturalną konsekwencją urbanizacji w odniesieniu do wielkich miast jest metropolizacja polegająca na zmianie relacji między miastem centralnym i jego bezpośrednim zapleczem oraz nieciągłym sposobie użytkowania przestrzeni zurbanizowanych (Budner, 2011, s. 96). Według Jałowieckiego metropolizacja jest procesem przejmowania przez niektóre wielkie miasta funkcji kierowniczych w sferze zarządzania gospodarką w skali ponadnarodowej (Jałowiecki, 2004, 2005). Prowadzi ona m.in. do koncentracji w wybranych miastach wyspecjalizowanych, unikalnych i rzadkich funkcji o światowym i ponadregionalnym zasięgu. Zdaniem polskich ekspertów z zakresu ekonomiki przestrzennej, których opinie na temat metropolizacji i metropolii zebrali Markowski i Marszał (2006), metropolizacja jest procesem będącym reakcją systemu osadniczego na zjawisko globalizacji, którego natura przejawia się poprzez:

- zmianę charakteru i siły powiązań między ośrodkiem centralnym a otaczającym regionem, związaną z rozwojem systemu synergicznych powiązań funkcjonalnych na otaczających obszarach (uzupełnianie albo dublowanie funkcji ośrodka centralnego) oraz przenoszeniem poza ośrodek centralny miejskiego stylu życia z zachowaniem zdecydowanej i wszechstronnej dominacji centrum;
- krystalizowanie się nowego typu struktury przestrzennej, polegającej na ogniskowaniu rozwoju w wybranych, uzyskujących przewagę nad innymi jednostkami i międzynarodową rangę wielkich miastach, skupiających światowy potencjał gospodarczy, finansowy, naukowy, władzy, mediów i instytucji kulturalnych, przejmujących nadrzędne (kierownicze) funkcje w zarządzaniu gospodarką w skali ponadnarodowej, charakteryzujących się dużą innowacyjnością i wysokim poziomem usług oraz włączonych w międzynarodową sieć powiązań, współpracy i zależności;
- prowadzenie do zmian w użytkowaniu przestrzeni na obszarach miast oraz ich stref podmiejskich i powstania dużego, złożonego zespołu osadniczego, mającego często charakter policentryczny, o niejasno zarysowanych granicach między miastem a strefą podmiejską, któremu zazwyczaj towarzyszą procesy koncentracji ludności oraz wzrost potencjału ekonomicznego (kumulacja wartości dodanej) i społecznego, oraz który oznacza taki rozwój przestrzeni zurbanizowanej, który prowadzi do ekspansji, eksportu i kopiowania rozwiązań miejskich stworzonych w metropoliach.

Duże miasta o charakterze metropolitalnym zawsze zajmowały kluczową rolę w międzynarodowej sieci miast. Opisując ich historię Hall (1997) stwierdza, że już antyczne

Megalopolis, założone przez Greków około 370 lat p.n.e., liczyło 40 tysięcy mieszkańców, a jego mury mierzyły 9 kilometrów. Pierwszym miastem metropolitalnym, biorąc pod uwagę współczesne standardy, był Rzym liczący według historyków od 750 tys. do 1,25 mln mieszkańców. Jego wielkość była przyczyną wprowadzenia wielu rozwiązań funkcjonalnych: międzynarodowego systemu dostaw żywności, systemu zaopatrzenia w wodę, systemów utylizacji odpadów, wprowadzenia zasad kodeksu ruchu miejskiego oraz warunków dotyczących zakwaterowania podróżnych. Przez następnych 17 wieków żadne miasto na świecie nie osiągnęło wielkości starożytnego Rzymu. Londyn (a ściślej mówiąc powiat londyński, czyli London County Council) w 1810 roku przekroczył liczbę miliona mieszkańców, by w 1851 roku liczyć już 2,4 miliony, a w 1901 roku 4,5 miliona mieszkańców. Na początku XX wieku miasto na tyle „rozlało się” poza obszar administracyjny powiatu, że do mierzenia jego wielkości zaczęto używać statystycznego terminu *Greater London*, który stał się pierwszym określeniem obszaru metropolitalnego. Kolejnym największym miastem świata stał się Nowy Jork, który między rokiem 1870 a 1898 odnotował ogromny wzrost ilościowy. Liczba mieszkańców w tym czasie podwoiła się, a następnie, w wyniku poszerzenia administracyjnego o miejscowości Queens, Brooklyn i Richmond, wzrosła z 1,5 miliona do 3,4 milionów, natomiast jego powierzchnia powiększyła się dziesięciokrotnie. W 1925 roku Nowy Jork stał się pierwszym miastem świata pod względem liczby mieszkańców, których liczba 15 lat później wyniosła już 7,45 milionów. Zarówno Londyn, jak i Nowy Jork straciły swe pozycje po 1950 roku na rzecz szybko rozrastających się miast w krajach rozwijających się. Patrząc bardziej ogólnie, w pierwszych dekadach XIX wieku istniały tylko dwa ponadmilionowe miasta – Londyn i Pekin, sto lat później było ich już 16. Od 1985 roku tylko liczba megamiast liczących ponad 10 milionów mieszkańców zwiększyła się z 9 do 20, natomiast liczba metropolii wynosi niemal 450 (Soja, Kanai, 2007) (patrz tabela 1, lewa kolumna).

Skutkiem metropolizacji w wymiarze przestrzennym jest m.in. funkcjonowanie miast w sieciach o zasięgu światowym, ich względna izolacja w relacjach z bezpośrednim otoczeniem oraz „rozlewanie” się miasta metropolitalnego poza jego granice administracyjne (Grochowski, 2011). Otoczenie ulega integracji z rdzeniem metropolii, co prowadzi do peryferyzacji, zachowując jedynie pewne znaczenie jako rezerwuar słabo wykwalifikowanej siły roboczej oraz punktowe miejsca zamieszkania i rekreacji dla zamożnych mieszkańców. W rezultacie obserwować można polaryzację na centrum, czyli rdzeń metropolii i jego otoczenie, czyli bliższe i dalsze peryferie (Jałowiecki, 2005).

Metropolizacja jest pojęciem funkcjonalnym. Zmiany dokonujące się w strukturze gospodarczo-przestrzennej pod wpływem metropolizacji wskazują, że jest ona wynikiem rozwoju w dużych miastach funkcji metropolitalnych, tj. tzw. funkcji centralnych wysokiego rzędu hierarchicznego o zasięgu co najmniej ponadregionalnym (krajowym) oraz polegających na pełnieniu działalności usługowej, zaliczanej do sektora IV, w tym

zwłaszcza funkcji o charakterze decyzyjnym i kontrolnym, związanych z obecnością instytucji reprezentujących struktury kierowania, zarządzania i kontroli w skali międzynarodowej (Markowski, Marszał, 2006, s. 13). Oprócz posiadania funkcji metropolitalnych warunkiem metropolitalności jest spełnianie przez miasto innych kryteriów funkcjonalnych, takich jak (Markowski, Marszał, 2006):

- osiągnięcie masy krytycznej (min. 0,5–1,0 milion mieszkańców);
- posiadanie znacznego potencjału ekonomicznego oraz silnie rozwiniętego sektora wyspecjalizowanych usług dla biznesu;
- duży potencjał innowacyjny;
- odgrywanie roli węzła w sieci powiązań komunikacyjnych, organizacyjnych i informacyjnych;
- duża dostępność w różnych skalach przestrzennych, także w skali międzynarodowej;
- stymulowanie rozwoju sieciowego modelu gospodarki i zarządzania.

**Tabela 1. Największe oraz najbogatsze metropolie świata**

<b>(1) Największe metropolie świata</b>			<b>(2) Metropolie z najsilniejszymi gospodarkami na świecie</b>		
	<b>Miasto (państwo)</b>	<b>Szacowana populacja (w mln)</b>		<b>Miasto (państwo)</b>	<b>PKB na głowę mieszkańca (w tys. \$)</b>
1	Guangzhou (Chiny)	46,5	1	Zurych (Szwajcaria)	<b>82,410</b>
2	Tokio (Japonia)	39,5	2	Oslo (Norwegia)	<b>82,040</b>
3	Shanghai (Chiny)	30,2	3	San Jose (USA)	<b>77,440</b>
4	Dżakarta (Indonezja)	27,5	4	Hartford (USA)	<b>76,510</b>
5	Delhi (Indie)	25,8	5	Genewa (Szwajcaria)	<b>74,580</b>
6	Seul (Korea Płd.)	24,3	6	Paryż (Francja)	<b>70,760</b>
7	Karachi (Pakistan)	23,8	7	Boston (USA)	<b>70,390</b>
8	Manila (Filipiny)	22,9	8	Bridgeport (USA)	<b>68,570</b>
9	Bombaj (Indie)	22,9	9	Waszyngton (USA)	<b>68,530</b>
10	Meksyk (Meksyk)	22,5	10	Seattle (USA)	<b>67,830</b>
11	Nowy Jork (USA)	21,9	11	Macau (Chiny)	<b>67,780</b>
12	São Paulo (Brazylia)	21,7	12	San Francisco (USA)	<b>66,790</b>
13	Pekin (Chiny)	20,5	13	Perth (Australia)	<b>65,500</b>
14	Osaka (Japonia)	17,8	14	Calgary (Kanada)	<b>64,540</b>
15	Los Angeles (USA)	17,4	15	Nowy Jork (USA)	<b>64,460</b>
16	Dhaka (Bangladesz)	17,1	16	Portland (USA)	<b>64,370</b>
17	Moskwa (Rosja)	16,8	17	Monachium (Niemcy)	<b>64,180</b>
18	Lagos (Nigeria)	16,7	18	Houston (USA)	<b>63,730</b>
19	Kair (Egipt)	16,6	19	Dublin (Irlandia)	<b>63,600</b>
20	Kalkuta (Indie)	15,9	20	Luksemburg-Trewir (Luksemburg/Niemcy)	<b>63,350</b>

Źródło: (1) *(City Population, 2015)*; (2) *(Brookings, 2015)*.

Zgodnie z koncepcją miejskiego regionu ekonomicznego (Dziewoński, 1967) metropolizacja jest wpisana w rozwój miasta, obserwowana w momencie osiągnięcia przez niego masy krytycznej elementów i czynników składających się na ten rozwój. W wymiarze regionalnym metropolizacja zmienia charakter i siłę powiązań między ośrodkiem centralnym a otaczającym go regionem, co związane jest z rozwojem systemu synergicznych powiązań funkcjonalnych na otaczających obszarach (uzupełnianie albo dublowanie funkcji ośrodka centralnego) oraz przenoszeniem poza ośrodek centralny miejskiego stylu życia z zachowaniem zdecydowanej i wszechstronnej dominacji centrum. Metropolizacja prowadzi także do zmian w użytkowaniu przestrzeni na obszarach miast oraz ich stref podmiejskich i do powstania dużego, złożonego zespołu osadniczego, często mającego charakter policentryczny, o niejasno zarysowanych granicach między miastem a strefą podmiejską, ponadto któremu zazwyczaj towarzyszą procesy koncentracji ludności oraz wzrost potencjału ekonomicznego (kumulacja wartości dodanej) i społecznego, a także oznaczający taki rozwój przestrzeni zurbanizowanej, który prowadzi do ekspansji, eksportu i kopiowania rozwiązań miejskich stworzonych w metropoliach (Markowski, Marszał, 2006).

Jako zjawisko funkcjonalne metropolizacja jest wynikiem nagromadzenia w mieście instytucji, przedsiębiorstw i rynku pracy odpowiadających funkcjom centralnym najwyższego rzędu z jednej strony oraz egzogenicznym funkcjom wyspecjalizowanym z drugiej. Dynamiczna natura obserwowanego od drugiej połowy XX wieku rozwoju miast zweryfikowała pogląd, że mechanizm kumulacji tych funkcji i podmiotów napędzają głównie czynniki o charakterze wewnętrznym. Metropolizacja jest nierozzerwalnie związana z procesem globalizacji, będąc wynikiem procesów globalnych, objawiających się w rozwoju powiązań międzymiejskich coraz bardziej niezależnych od odległości oraz krajowych systemów osadniczych.

Funkcjonalny charakter procesów metropolitalnych jest przyczyną trudności występujących w obszarze pomiaru ich zakresu i dynamiki. Metropolizacja nie jest zjawiskiem przestrzennym w rozumieniu geograficznym, mimo że zachodzi w niej oraz wpływa bezpośrednio i zdecydowanie na jej charakter. Zachodzi przede wszystkim w przestrzeni gospodarczej i społecznej, a te trudno dopasować do ram statystyki publicznej tworzonych na bazie podziałów administracyjnych. Łatwiej jest dokonać pomiaru i charakterystyki miast jako aglomeracji mających genezę morfologiczną. Z kolei charakterowi i natężeniu relacji i powiązań między ośrodkiem centralnym a jego otoczeniem w ramach poszczególnych funkcji metropolitalnych, tworzonych przez różnorodne formy działalności gospodarczej na obszarze aglomeracji, trudno przypisać stały zestaw mierników, nie mówiąc o skutecznym ich pomiarze. Problem ten dodatkowo komplikuje naturalny charakter metropolizacji, skutkujący brakiem uregulowanego i zunifikowanego podejścia państw do legislacji metropolii jako jednostek terytorialnych tworzących odrębny szczebel administracyjny lub

syntetyzujących dotychczasowe szczeble, lub jako podmiotów mających charakter porozumień lub związków samorządowych. W efekcie w niektórych państwach istnieją administracyjnie wyodrębnione – a zatem statystycznie określone – metropolie (np. w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Włoszech, USA), w innych (np. w Polsce<sup>1</sup>) funkcjonują one jako specjalne związki komunalne, w innych kwestia ta pozostaje nieuregulowana.

Metropolizacja prowadzi do dominacji największych miast, które wykraczają swoim oddziaływaniem daleko poza ramy gospodarek narodowych. To właśnie w nich akumulowane są wiodące zasoby oraz powstają i rozwijają się procesy, które w sumie wpływają na całą gospodarkę światową. Według ekspertów z McKinsey Global Institute (2011) generują one 80% globalnego PKB, a udział 600 największych z nich, w których mieszka jedna piąta ludności, wynosi aż 60% PKB. Zawężając tę liczbę do 380 największych metropolii można stwierdzić, że wytwarzają one połowę PKB całego świata. Miasta o najbardziej zasobnych gospodarkach zostały przedstawione w prawej kolumnie tabeli 1, warto jednak podkreślić, że wskaźnik PKB na głowę mieszkańca nie odzwierciedla ogólnej siły gospodarczej, społecznej i politycznej oraz wynikającego z niej znaczenia miast w globalnej sieci przepływów. Globalizacja wprowadziła bowiem zmianę podstawy ekonomicznej miast z produkcji dóbr do wymiany informacji, doprowadzając także do ustanowienia globalnej hierarchii miast połączonych wspólną siecią przepływów, której istnienie jako pierwszy stwierdził Friedmann (1986), lokując na jej czele Londyn, Nowy Jork i Tokio jako globalne węzły finansowe, Miami, Los Angeles, Frankfurt, Amsterdam i Singapur jako węzły multinarodowe oraz Paryż, Zurich, Madryt, São Paulo, Seul i Sydney jako ważne węzły narodowe. Obecnie badaniem międzynarodowego potencjału gospodarczego miast – różnorodnie definiowanego – zajmuje się wiele instytutów oraz firm badawczych, tworząc rozbudowane rankingi na podstawie złożonych kryteriów. W tabeli 2 przedstawiono pierwsze 40 miejsc dziesięciu najbardziej znanych zestawień. Dziewięć z nich ma charakter wielokryterialny, jeden jest rankingiem marek miast. Ich krótka charakterystyka została zaprezentowana w załączniku nr 1 w aneksie.

Jak opisuje Sassen w pierwszych zdaniach książki *Miasta w globalnej gospodarce* (2006, s. 1), „pod koniec XX wieku rozwój technologii oraz zapoczątkowanie rozwoju branż opartych o wiedzę i informacje skłonił analityków i polityków do proklamowania końca miast. Twierdzili oni, że miasta stały się przestarzałe i niepotrzebne. Nowoczesne technologie miały sprawić, że przestrzeń fizyczna przestanie być barierą komunikacji, produkcji, prowadzenia biznesu. Obecnie wiemy, że nie tylko tak się nie stało, ale na dodatek miasta

---

<sup>1</sup> W Polsce ustawa o związkach metropolitalnych (2015), zwana powszechnie ustawą metropolitalną, została przyjęta przez Sejm we wrześniu 2015 roku. Nie zakłada ona tworzenia nowego szczebla administracyjnego. Zamiast niego funkcjonować będzie zgromadzenie związku metropolitalnego, które będzie składać się z delegatów gmin i powiatów wchodzących w skład związku (wójta, burmistrza lub prezydenta miast oraz radnego rady gmin, a w przypadku powiatów – starosty oraz radnego powiatu), natomiast organem wykonawczym związku będzie zarząd wybierany przez zgromadzenie (Ustawa z 9 października 2015 r. o związkach metropolitalnych).

umocniły swoje pozycje pomimo trendu przenoszenia fabryk produkcyjnych do tańszych krajów rozwijających się”. Okazuje się, że miasta są o wiele bliższe samoregulującemu się organizmowi niż państwa.

**Tabela 2. Najsilniejsze gospodarczo metropolie świata**

	1) Ranking Miast Światowych z tendencjami hierarchicznymi 2012 (GaWC)	2) Ranking Miast Globalnych (Global City Index) 2012 (A. T. Kearney, The Chicago Council on Global Affairs)	3) Ranking Miast o Globalnej Sile (Global Power City Index) 2012 (The Mori Memorial Foundation)	4) Ranking Konkurencyjności Miast Globalnych (Global City Competitiveness Index) 2012 (The Economist)	5) Badanie Miast Globalnych (Global City Survey) 2011 (Knight Frank)	6) Indeks Miast Globalnych (Global Cities Index) 2012 (Martin Prosperity Institute)	7) Globalny Indeks Miast Innowacyjnych (Innovation Cities Global Index) 2012-2013 (2thinknow)	8) Indeks Dobrobytu Miast (City Prosperity Index) 2012-2013 (UN-Habitat)	9) Indeks globalnej miejskiej konkurencyjności (Global Urban Competitiveness Index) 2011 (ChANS)	10) Indeks marek miast (City Brands Index) 2011 (Simon Anholt, GfK Roper Public Affairs & Media)
1	Londyn	Nowy Jork	Londyn	Nowy Jork	Nowy Jork	Ottawa-Gatineau	Boston	Wiedeń	Nowy Jork	Paryż
2	Nowy Jork	Londyn	Nowy Jork	Londyn	Londyn	Seattle	Nowy Jork	Nowy Jork	Londyn	Londyn
3	Hong Kong	Paryż	Paryż	Singapur	Paryż	Oslo	Wiedeń	Toronto	Tokio	Sydney
4	Paryż	Tokio	Tokio	Hong Kong	Tokio	Amsterdam	San Francisco Bay Area	Londyn	Paryż	Nowy Jork
5	Singapur	Hong Kong	Singapur	Paryż	Bruksela	District of Columbia	Paryż	Sztokholm	Chicago	Los Angeles
6	Szanghaj	Los Angeles	Seul	Tokio	Los Angeles	Kopenhaga	Monachium	Helsinki	San Francisco	Rzym
7	Tokio	Chicago	Amsterdam	Zurych	Singapur	Londyn	Londyn	Dublin	Los Angeles	Waszyngton
8	Pekin	Seul	Berlin	Waszyngton	Pekin	Tel Awiw-Jaffa	Kopenhaga	Oslo	Singapur	Melbourne
9	Sydney	Bruksela	Hong Kong	Chicago	Toronto	Calgary	Amsterdam	Paryż	Seul	Wiedeń
10	Dubaj	Waszyngton	Wiedeń	Boston	Berlin	Nowy Jork	Seattle	Tokio	Hong Kong	Tokio
11	Chicago	Singapur	Pekin	Frankfurt	Chicago	Melbourne	Toronto	Melbourne	Waszyngton	Berlin
12	Bombaj	Sydney	Frankfurt	Toronto	Waszyngton	Montréal	Los Angeles	Auckland	Houston	Madryt
13	Mediolan	Wiedeń	Barcelona	Genewa	Seul	San Diego	Berlin	Amsterdam	Seattle	Toronto
14	Moskwa	Pekin	Szanghaj	San Francisco	Frankfurt	San Francisco	Hong Kong	Zurych	Genewa	Barcelona
15	São Paulo	Boston	Sydney	Sydney	Sydney	Quebec City	Frankfurt	Kopenhaga	Dublin	Montreal
16	Frankfurt	Toronto	Sztokholm	Melbourne	San Francisco	Los Angeles	Sztokholm	Bruksela	Sztokholm	Mediolan
17	Toronto	San Francisco	Osaka	Amsterdam	Hong Kong	Chicago	Lyon	Barcelona	San Diego	Amsterdam
18	Los Angeles	Madryt	Zurych	Vancouver	Szanghaj	Edmonton	Melbourne	Mediolan	Boston	Genewa
19	Madryt	Moskwa	Bruksela	Los Angeles	Meksyk	Vancouver	Hamburg	Warszawa	Miami	Singapur
20	Meksyk	Berlin	Kopenhaga	Seul	Bangkok	Monachium	Sydney	Lizbona	San Jose	Seattle
21	Amsterdam	Szanghaj	Toronto	Sztokholm	Moskwa	Singapur	Seul	Budapeszt	Yokohama	Boston
22	Kuala Lumpur	Buenos Aires	Madryt	Montreal	Zurych	Tokio	Waszyngton DC	Ateny	Zurych	Kopenhaga

	1) Ranking Miast Światowych z tendencjami hierarchicznymi 2012 (GaWC)	2) Ranking Miast Globalnych (Global City Index) 2012 (A. T. Kearney, The Chicago Council on Global Affairs)	3) Ranking Miast o Globalnej Siłie (Global Power City Index) 2012 (The Mori Memorial Foundation)	4) Ranking Konkurencyjności Miast Globalnych (Global City Competitiveness Index) 2012 (The Economist)	5) Badanie Miast Globalnych (Global City Survey) 2011 (Knight Frank)	6) Indeks Miast Globalnych (Global Cities Index) 2012 (Martin Prosperity Institute)	7) Globalny Indeks Miast Innowacyjnych (Innovation Cities Global Index) 2012–2013 (2thinknow)	8) Indeks Dobrobytu Miast (City Prosperity Index) 2012–2013 (UN-Habitat)	9) Indeks globalnej miejskiej konkurencyjności (Global Urban Competitiveness Index) 2011 (ChANS)	10) Indeks marek miast (City Brands Index) 2011 (Simon Anholt, GIK Roper Public Affairs & Media)
23	Bruksela	Frankfurt	Los Angeles	Kopenhaga	Monachium	Rotterdam	Filadelfia	Praga	Toronto	Hong Kong
24	Seul	Barcelona	Vancouver	Houston	Tajpej	Paryż	Manchester	Seul	Osaka	Filadelfia
25	Johannesburg	Zurych	Istanbul	Dallas	São Paulo	Pekin	Tokio	Moskwa	Bruksela	Praga
26	Buenos Aires	Amsterdam	Genewa	Wiedeń	Buenos Aires	Toronto	Chicago	Guadalajara	Barcelona	Sztokholm
27	Wiedeń	Sztokholm	Boston	Dublin	Istanbul	Osaka	Stuttgart	São Paulo	Amsterdam	Chicago
28	San Francisco	Rzym	Chicago	Madryt	Mediolan	Sydney	Tel Awiw	Almaty	Dallas	Bruksela
29	Istanbul	Dubaj	Mediolan	Seattle	Boston	Atlanta	Szanghaj	Szanghaj	Wiedeń	Dubaj
30	Dżakarta	Montreal	Waszyngton	Filadelfia	Miami	Seul	Singapur	Bukareszt	Mediolan	Dublin
31	Zurych	Monachium	San Francisco	Atlanta	Kair	Cape Town	Montreal	Meksyk	Oakland	Rio de Janeiro
32	Warszawa	Melbourne	Tajpej	Berlin	Dubaj	Miami	Kyoto	Ankara	Portland	Edynburg
33	Waszyngton	São Paulo	Fukuoka	Oslo	Kuala Lumpur	Marsylia	Bruksela	Amman	Minneapolis	Seul
34	Melbourne	Meksyk	Kuala Lumpur	Bruksela	Tel Awiw	Hajfa	Dubaj	Bangkok	Monachium	Pekin
35	New Delhi	Genewa	Bangkok	Hamburg	Bogota	Baltimore	Vancouver	Bogota	Helsinki	Szanghaj
36	Miami	Miami	Meksyk	Auckland	Rio de Janeiro	Houston	Helsinki	Medellin	Montreal	Auckland
37	Barcelona	Istanbul	Moskwa	Birmingham	New Delhi	Suwon	Lipsk	Kijów	Szanghaj	Haga
38	Bangkok	Houston	São Paulo	Tajpej	Bombaj	Dallas	Oslo	Ha Noi	Tajpej	Moskwa
39	Boston	Atlanta	Bombaj	Pekin	Dżakarta	Glasgow	Dallas-Fort Worth	Erewań	Filadelfia	Budapeszt
40	Dublin	Tajpej	Kair	Dubaj	Johannesburg	Tajpej	Marsylia	Pekin	Vancouver	Warszawa

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (2thinknow, 2013; A.T. Kearney, 2012; Anholt, 2013; EIU, 2012; GaWC, 2014; Knight Frank Research, 2013; Martin Prosperity Institute, 2013; Ni, 2012; The Mori Memorial Foundation, 2013; UN-HABITAT, 2012).

### 1.3. Miasta na globalnym rynku turystycznym

Jak już wspomniano, warunkiem powstania i rozwoju metropolii jest istnienie w mieście sektora usług wyższego rzędu. Sektor ten rozumiany jest najczęściej jako ta część usług, która wymaga zaawansowanych umiejętności związanych z wiedzą, np. specjalistycznego wykształcenia, transferu wiedzy. Sektor ten tworzą pośrednictwo finansowe, obrót nieruchomościami, obsługa firm, administracja, edukacja, ochrona zdrowia i opieka społeczna oraz kultura, działalność organizacji, działalność wydawnicza. Dodatkowo w ramy tego sektora zaliczana jest często działalność turystyczna (Śleszyński, 2007, s. 154).

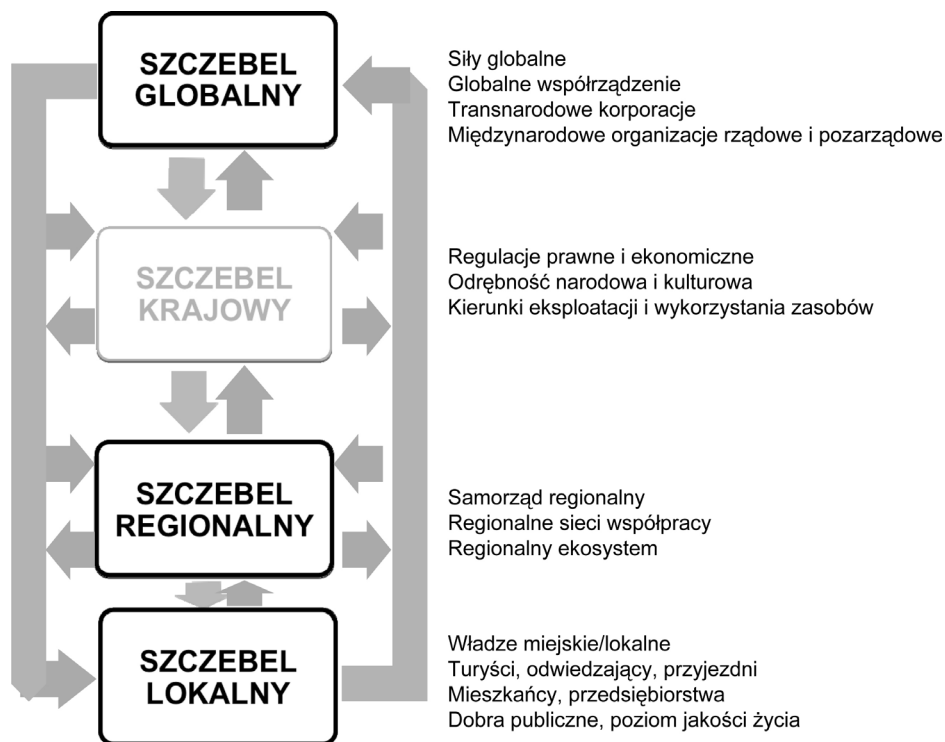
Niezależnie od przyjętej perspektywy badawczej w rozważaniach na temat roli globalizacji w rozwoju turystyki nie poświęca się nadmiernej uwagi roli miast w tym procesie, skupiając się bądź na sferze mikroekonomicznej w odniesieniu do działalności i reakcji przedsiębiorstw na globalne procesy (taka perspektywa dominuje także w sekwencyjnym modelu Hjalager) lub na zjawiskach makroekonomicznych, odwołując się – jak już wcześniej podkreślano – do kwestii ujednoczenia zachowań nabywczych, intensyfikacji konkurencji, polityki turystycznej itp. Mimo tego Cooper (2008) zauważa, że wpływ globalnych procesów na turystykę może być rozpatrywany zarówno w ujęciu sektorowym, jak i z punktu widzenia poszczególnych obszarów. Wang i Pizam (2011, s. ix) podkreślają, że działalność miast i regionów jest w dużej mierze zgodna z rozwojem gospodarki turystycznej w skali globalnej. Jenkins i inni (2011) natomiast stwierdzają, że w wyniku globalizacji określanie granic regionów turystycznych stało się zbędne, jednak wciąż pozostają one przestrzennymi ramami planowania i zarządzania turystyką. W największym stopniu międzynarodowe aspekty działań w odniesieniu do miast i regionów, m.in. w odniesieniu do wyboru rynków docelowych, form i kanałów komunikacji, identyfikowania istniejących różnic kulturowych, można znaleźć w literaturze z zakresu marketingu i zarządzania w turystyce, a w szczególności kształtowania wizerunku i budowania marki (Avraham, 2000; Govers, Go, 2009; Tasci, 2011).

O dużym znaczeniu miast można wnioskować pośrednio z opisywanej przez Bianchiego (2002), Coopera (2008) oraz Milnego i Ateljevic (2001) koncepcji turystyki jako hierarchii ogniw łączących sferę globalną ze sferą lokalną (*global-local nexus*), która w wersji ogólnej (Alger, 1988) nawiązuje do koncepcji miast-bram regionalnych (Burghardt, 1971; Short i inni, 2000) oraz teorii przepływów Castellsa (2008), o których będzie mowa w kolejnych rozdziałach książki.

Zgodnie z adaptacją i rozszerzeniem schematu koncepcyjnego zaprezentowanego uprzednio przez Milnego i Ateljevic (2001) turystyka stanowi dwustronny transakcyjny proces sterowany odgórnie przez priorytety i interesy sił geopolitycznych, transnarodowych korporacji oraz obiektywny postęp technologiczny, a oddolnie przez złożone systemy gospodarcze funkcjonujące w miastach i regionach turystycznych, tworzone poprzez interakcje między odwiedzającymi a mieszkańcami, przedsiębiorcami, pracownikami, władzami lokalnymi. Sfera regionalna i narodowa (państwowa) stanowi ogniwa pośrednie między tymi dwoma sferami (rysunek 4). System ten jest napędzany przez nawiązywanie i wzmacnianie interakcji zachodzących w ramach poszczególnych szczebli oraz między nimi. Im silniejsze oddziaływanie procesów globalnych, tym bardziej wzmacnia się sfera lokalna, a przestrzeń między nią a sferą oddziaływań globalnych ulega zmniejszeniu, co osłabia przede wszystkim szczebel państwowy, którego siła przetargowa i znaczenie zmniejsza się. Jednocześnie zwiększa się siła szczebla lokalnego, który reprezentują



m.in. miasta. Dodatkowo w przypadku dużych ośrodków o charakterze metropolitalnym ogniwa między poziomem lokalnym a regionalnym są tak gęste i intensywne, że sfera ta ulega ujednoliceniu, co uwzględniono na rysunku.



Rys. 4. Turystyka jako hierarchia ogniwi między sferą globalną a sferą lokalną  
*Źródło: Opracowanie własne, adaptacja i rozszerzenie (Milne, Ateljevic, 2001, s. 372).*

Koncepcja turystyki jako ogniwa między sferą globalną a sferą lokalną pozwala na przejście do problematyki relacji globalizacji i urbanizacji, a przede wszystkim do problematyki rozwoju miast, które są drugim podstawowym zakresem przedmiotowym badań zaprezentowanych w książce.

Wielkie miasta stanowią najważniejsze ośrodki na globalnym rynku turystycznym (Aleksandrova, Rogova, Sluka, 2011; Hayllar, Griffin, Edwards, 2008; Law, 2002; Maitland, Newman, 2009; Page, Hall, 2003). Do czynników, które decydują o ich znaczeniu i sile, należą wielki potencjał ludnościowy, dziedzictwo historyczne i kulturowe, wielofunkcyjność miast wynikająca z ich zróżnicowanej struktury społeczno-gospodarczej, rozwinięta infrastruktura oraz dostępność komunikacyjna (Niemczyk, 2010). Do tej listy należy jeszcze dodać potencjał biznesowy miast, generujący bardzo duże strumienie osób podróżujących indywidualnie w celach służbowych oraz zbiorowych turystów biznesowych.

Miasta pełnią dwojaką funkcję na globalnym rynku turystycznym. Po pierwsze są obszarami generującymi gigantyczny wyjazdowy ruch turystyczny, największymi na świecie generatorami międzynarodowego i krajowego ruchu turystycznego (Matczak, 2008), stanowią zatem źródło popytu zasilającego wszystkie rodzaje regionów turystycznych, w dużej części – poprzez usieciowienie – siebie wzajemnie. Po drugie stały się najczęściej odwiedzanymi obszarami turystycznymi. Proces ten znajduje potwierdzenie w statystykach. W tabeli 3 przedstawiono ranking dwudziestu najczęściej odwiedzanych przez turystów miast na świecie (tworzony na podstawie liczby przyjazdów turystów zagranicznych) oraz w Europie (tworzony na podstawie ogólnej liczby udzielonych noclegów turystom krajowym i zagranicznym).

**Tabela 3. Najczęściej odwiedzane przez turystów miasta na świecie i w Europie**

(1) Najczęściej odwiedzane miasta przez turystów zagranicznych (2012)			(2) Najczęściej odwiedzane turystyczne miasta Europy (2013)		
	Miasto	Przyjazdy zagraniczne (w mln)		Nazwa	Udzielone noclegi (w mln)
1	Hong Kong	23,8	1	Londyn	53,7
2	Singapur	21,3	2	Paryż	36,7
3	Bangkok	15,8	3	Berlin	26,9
4	Londyn	15,5	4	Rzym	24,2
5	Makau	13,4	5	Barcelona	16,5
6	Kuala Lumpur	13,3	6	Madryt	14,9
7	Shenzhen	12,1	7	Praga	14,7
8	Nowy Jork	11,6	8	Istambuł	14,6
9	Antalya	10,3	9	Wiedeń	13,5
10	Paryż	9,8	10	Monachium	12,9
11	Istambuł	8,8	11	Hamburg	11,6
12	Rzym	8,7	12	Amsterdam	11,3
13	Dubaj	8,0	13	Sztokholm	11,0
14	Kanton	7,9	14	Mediolan	9,9
15	Phuket	7,2	15	Dublin	9,3
16	Mekka	6,9	16	Palma de Mallorca	7,9
17	Pattaya	6,6	17	Budapeszt	7,8
18	Tajpej	6,6	18	Frankfurt	7,5
19	Praga	6,5	19	Lizbona	7,3
20	Szanghaj	6,5	20	Kopenhaga	7,0

Uwagi: (1) Dane zebrane na podstawie różnych źródeł: dane lotniskowe, dane noclegowe, dane narodowych organizacji turystycznych, metody ankietowe. (2) Dane zebrane na podstawie różnych delimitacji przestrzennych (granice administracyjne miasta/granice aglomeracji) oraz różnych źródeł (noclegi w hotelach/ noclegi w obiektach noclegowych ogółem).

Źródło: (1) (Euromonitor International, 2015); (2) (ECM, 2014).

Pierwotnym czynnikiem ponadprzeciętnego potencjału turystycznego miast, od początku ich powstania i masowego rozwoju turystyki, jest ich niezwykle dynamicznie

rosnący potencjał ludnościowy. Efektem tego jest nagromadzenie materialnej spuścizny działalności ludzkiej, a także intensywność bieżących działań podejmowanych w miastach. Miasta są w oczywisty sposób atrakcyjne dla turystów, ponieważ stanowią tygiel społeczno-kulturowy. Law (1992) wskazuje, że miasta uzyskały swoją centralną pozycję na globalnym rynku turystycznym dzięki skali funkcjonowania, czynnikom lokalizacyjnym oraz oferowaniu zróżnicowanego wachlarza doświadczeń turystycznych: od odwiedzenia znajomych i rodziny, poprzez realizację zainteresowań, poznanie i zdobycie wiedzy z zakresu historii, kultury, architektury itp., wzięcie udziału w wydarzeniu lub spotkaniu, po realizację interesów służbowych. Jak zauważa Mika (2011), funkcjonowanie miast zarówno jako obszarów generujących, jak i przyjmujących ruch turystyczny sprawia, że można je uważać za „areny” stykania się społecznych migracji zarówno grupowych, jak i indywidualnych, motywowanych potrzebami turystycznymi, przez co stanowią one nie tylko miejsca wymiany środków finansowych przeznaczonych na ich realizację, ale także dyfuzji wzorców konsumpcji turystycznej i rozwiązań organizacyjnych w zakresie obsługi ruchu turystycznego.

#### **1.4. Metropolie turystyczne świata**

---

Dane przedstawione w tabeli 3 stanowią uproszczone zestawienia najbardziej popularnych turystycznie metropolii świata. Ich uproszczenie polega przede wszystkim na tym, że obie są skonstruowane na podstawie jednego kryterium – popytu turystycznego. Z poprzedniego podrozdziału wynika, że atrybutów, jakie posiadają miasta koncentrujące światowy ruch turystyczny, jest o wiele więcej. W celu wskazania najbardziej popularnych miast turystycznych świata, oprócz liczby turystów i udzielonych noclegów, należy zgromadzić informacje charakteryzujące je ze względu na ich dostępność komunikacyjną, bazę gastronomiczną, atrakcyjność kulturową, sportową, natężenie branży spotkań, wysokość wydatków turystów oraz wiele innych czynników. W literaturze nie istnieje jednak klasyfikacja metropolii turystycznych, która byłaby stworzona na bazie wielu kryteriów, oparta na możliwie wiarygodnych i kompletnych źródłach oraz metodycznie poprawna. Istnieją oczywiście rankingi najbardziej popularnych lub odwiedzanych przez turystów miast świata, jednak tworzone są one zwykle na podstawie zaledwie jednego lub dwóch mierników. Liczne publikacje internetowe także zawierają wyniki najróżniejszych plebiscytów na ten temat, jednak ich tworzeniu brakuje obiektywnego reżimu naukowego.

W związku z powyższym zasadnym pozostaje pytanie, które z miast o najwyższym potencjale ogólnogospodarczym są równocześnie metropoliami turystycznymi?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, na potrzeby badań zaprezentowanych w niniejszej książce – wzorem rankingów miast przedstawionych w tabeli 2 – dokonano przeglądu różnorodnych rankingów miast w celu znalezienia możliwie kompletnych i reprezentacyjnych dla całego świata zestawień. Wzięto pod uwagę ogólnodostępne wyniki badań dotyczące poszczególnych obszarów potencjału turystycznego miast, realizowanych przez publiczne i prywatne instytuty badawcze, organizacje międzynarodowe oraz ponadnarodowe agencje konsultingowe. Do badań kwalifikowano rankingi mające zakres ogólnoświatowy (nie zaś makroregionalny, np. europejski lub amerykański), tworzone na podstawie obiektywnych mierników oraz zawierające opis metodyczny – w ten sposób odrzucono zestawienia mające formę plebiscytów popularności. Dzięki temu uzyskano pięć zestawień o charakterze jednokryterialnym oraz pięć zestawień, których przedmiotem nie są miasta, ale obiekty lub podmioty charakteryzujące inne wymiary potencjału turystycznego: dostępność komunikacyjną, podaż usług restauracyjnych oraz sferę kultury. W stosunku do tych przekonwertowano dane, aby uzyskać informacje w danych ujęciach według miast. W tabeli 4 zebrano wszystkie zestawienia. Ich metodyczna charakterystyka została zaprezentowana w załączniku nr 2 aneksu.

Już choćby z pobieżnej analizy zawartości tabeli 4 wynika, że najczęściej i najwyżej skategoryzowane metropolie są równocześnie najsilniejszymi gospodarczo miastami świata, które zaprezentowano w tabeli 2 na stronie 38. Oznacza to, że potencjały gospodarczy oraz turystyczny miast są ze sobą skorelowane. Warto zweryfikować tę tezę, przyglądając się dokładniej temu zjawisku i tworząc listę metropolii turystycznych świata jako element wspólny obu typów rankingów. W tym celu można wykorzystać wielokryterialną metodę rangowania (Pociecha, 2002, s. 89; Sobczyk, 2002, s. 244; Stabryła, 2000), której przedmiotem nie są cechy, ale wyniki poszczególnych rankingów. Każdemu miastu z tabeli 2 i 4 można przypisać liczbę punktów odpowiednią do zajmowanej pozycji w każdym rankingu (dla zestawień w tabeli 2 liczba punktów zawiera się w przedziale 1–40, a dla rankingów w tabeli 4 w przedziale 1–20, a następnie jest podwajana dla uzyskania efektu porównywalności). Ponadto należy policzyć częstotliwość występowania miast w poszczególnych rankingach, albowiem o potencjale gospodarczym i turystycznym świadczy nie tylko pozycja rankingowa, ale także różnorodność oferty przejawiająca się w obecności w wielu różnorodnych zestawieniach.

W wyniku rangowania można stworzyć dwa rankingi syntetyczne – jeden charakteryzujący potencjał turystyczny, a drugi – gospodarczy (tabela 5). Dla uproszczenia wyników włączono te miasta, które są obecne w trzech rankingach dotyczących potencjału turystycznego, oraz te miasta, które są obecne w co najmniej pięciu rankingach gospodarczych.

Tabela 4. Potencjał turystyczny miast światowych

	1) Ranking miast turystycznych 2012 (Euromonitor International)	2) Ranking globalnych miast turystycznych 2013 (MasterCard)	3) Liczba międzynarodowych spotkań stowarzyszeń 2012	4) Liczba międzynarodowych spotkań organizacji (UIA)	5) Ranking najlepszych miast sportu 2012 (Sport Business)	6) Wielkość obsługiwane go międzynarodowego ruchu pasażerskiego 2012 (ACI)	7) Liczba międzynarodowych połączeń lotniczych 2013 (IATA)	8) Liczba restauracji 2013 (Michelin, Diners Club)	9) Liczba obiektów na Liście Światowego Dziedzictwa Ludzkości 2013 (UNESCO)	10) Najczęściej odwiedzane muzea sztuki 2011 (The Art Newspaper)
1	Hong Kong	Nowy Jork	Wiedeń	Singapur	London	London	London	Nowy Jork	Pekin	London
2	Singapur	London	Paryż	Bruksela	Melbourne	Dubaj	Paryż	Paryż	London	Paryż
3	Bangkok	Paryż	Berlin	Wiedeń	Sydney	Hong Kong	Dubaj	Tokio	Rzym	Nowy Jork
4	London	Bangkok	Madryt	Paryż	Nowy Jork	Paryż	Istambul	Hong Kong	Paryż	Waszyngton
5	Macau	Singapur	Barcelona	Seul	Manchester	Amsterdam	Frankfurt	London	Berlin	Seul
6	Kuala Lumpur	Tokio	London	Tokio	Singapur	Singapur	Moskwa	Kopenhaga	Bruksela	Rzym (+ Watykan)
7	Szenzen	Seul	Singapur	Barcelona	Berlin	Frankfurt	Seul	Chicago	Sztokholm	Madryt
8	Nowy Jork	Dubaj	Kopenhaga	Kopenhaga	Kopenhaga	Bangkok	Singapur	Sztokholm	Madryt	Florencja
9	Antalya	Sydney	Istambul	Madryt	Glasgow	Incheon	Bangkok	San Sebastian	Seul	Tokio
10	Paryż	Barcelona	Amsterdam	London	Paryż	Istambul	Hong Kong	Kyoto	Amsterdam	Tajpej
11	Istambul	Istambul	Praga	Sztokholm	Tokio	London	Nowy Jork	Osaka	Wiedeń	Petersburg
12	Rzym	Tajpej	Sztokholm	Budapeszt	Vancouver	Kuala Lumpur	Amsterdam	Singapur	Meksyk	Barcelona
13	Dubaj	Kuala Lumpur	Pekin	Sydney	Istambul	Tokio	Rzym	Kobe	Barcelona	Edynburg
14	Kanton	Los Angeles	Bruksela	Helsinki	Dubaj	Monachium	Tokio	Lima	Nowy Jork	Melbourne
15	Phuket	Szanghaj	Lizbona	Lizbona	Madryt	Madryt	Mediolan	San Francisco	Sydney	Moskwa
16	Mekka	Mediolan	Bangkok	Genewa	Amsterdam	Tajpej	Bruksela	São Paulo	Melbourne	Los Angeles
17	Pattaya	Vancouver	Helsinki	Berlin	Doha	Nowy Jork	Monachium	Bruksela	Mediolan	Amsterdam
18	Tajpej	Rzym	Seul	Kuala Lumpur	Budapeszt	Rzym	Kuala Lumpur	Meksyk	Tel Awiw	Rio de Janeiro
19	Praga	Amsterdam	Buenos Aires	Istambul	Moskwa	Barcelona	Barcelona	Berlin	Moskwa	Berlin
20	Szanghaj	Miami	Budapeszt	Kyoto	Kuala Lumpur	Zurych	Berlin	Bangkok Szanghaj Macau	Istambul Bombaj Macau Budapeszt Praga	Glasgow

Źródło: (Airports Council International, 2013; Euromonitor International, 2013; Hedrick-Wong & Choog, 2013; ICCA, 2013; Michelin, 2014; OpenFlights.org, 2013; Skeggs, 2013; Sport Business, 2013; The Diners Club, 2013; UIA, 2013; UNESCO, 2013).

Tabela 5. Potencjał turystyczny i potencjał gospodarczy metropolii światowych

Międzynarodowy potencjał turystyczny				Międzynarodowy potencjał ogólnogospodarczy			
	Miasto	Punkty	Liczba rankingów		Miasto	Punkty	Liczba rankingów
1	<b>Paryż</b>	336	10	1	<b>Nowy Jork</b>	384	10
2	<b>Londyn</b>	334	10	2	<b>Londyn</b>	380	10
3	<b>Singapur</b>	246	9	3	<b>Paryż</b>	349	10
4	<b>Nowy Jork</b>	218	8	4	<b>Tokio</b>	315	10
5	<b>Tokio</b>	170	7	5	<b>Singapur</b>	260	9
6	<b>Istambuł</b>	154	8	6	Toronto	259	10
7	<b>Seul</b>	150	6	7	Los Angeles	257	9
8	<b>Madryt</b>	144	6	8	<b>Hong Kong</b>	243	8
9	<b>Barcelona</b>	132	7	9	<b>Amsterdam</b>	228	9
10	<b>Hong Kong</b>	132	4	10	Chicago	228	9
11	<b>Dubaj</b>	130	5	11	<b>Seul</b>	222	10
12	Bangkok	126	6	12	<b>Sydney</b>	211	8
13	<b>Amsterdam</b>	118	7	13	<b>Wiedeń</b>	210	8
14	<b>Berlin</b>	118	7	14	San Francisco	198	8
15	Rzym	114	6	15	Waszyngton	195	8
16	<b>Kopenhaga</b>	108	4	16	<b>Bruksela</b>	177	9
17	<b>Bruksela</b>	104	5	17	Boston	168	8
18	<b>Wiedeń</b>	100	3	18	<b>Sztokholm</b>	160	7
19	<b>Sztokholm</b>	98	4	19	<b>Melbourne</b>	157	7
20	<b>Sydney</b>	90	4	20	Frankfurt	155	6
21	Kuala Lumpur	78	6	21	<b>Berlin</b>	152	6
22	<b>Melbourne</b>	66	3	22	<b>Kopenhaga</b>	152	6
23	<b>Moskwa</b>	60	4	23	Pekin	149	8
24	<b>Tajpej</b>	56	4	24	Zurych	148	7
25	Macau	48	3	25	Seattle	131	5
26	Budapest	40	4	26	<b>Szanghaj</b>	116	7
27	Praga	38	3	27	<b>Barcelona</b>	115	6
28	<b>Mediolan</b>	36	3	28	<b>Mediolan</b>	112	6
29	<b>Szanghaj</b>	16	3	29	<b>Madryt</b>	106	5
<i>Uwagi: Pogrubioną czcionką zaznaczono miasta pojawiające się w obu zestawieniach.</i>				30	Montreal	100	6
				31	Genewa	99	5
				32	Monachium	91	5
				33	Dublin	86	5
				34	<b>Moskwa</b>	72	5
				35	<b>Dubaj</b>	72	6
				36	Vancouver	69	5
				37	São Paulo	67	5
				38	Meksyk	65	5
				39	Miami	52	5
				40	<b>Tajpej</b>	17	5

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 6. Metropolie turystyczne świata

Miejsce	Miasto	Wskaźnik syntetyczny	Potencjał turystyczny	Potencjał ogólnogospodarczy
1	Londyn	0,89	0,84	0,95
2	Paryż	0,86	0,84	0,87
3	Nowy Jork	0,75	0,55	0,96
4	Singapur	0,63	0,62	0,65
5	Tokio	0,61	0,43	0,79
6	Hong Kong	0,47	0,33	0,61
7	Seul	0,47	0,38	0,56
8	Amsterdam	0,43	0,30	0,57
9	Wiedeń	0,39	0,25	0,53
10	Sydney	0,38	0,23	0,53
11	Bruksela	0,35	0,26	0,44
12	Berlin	0,34	0,30	0,38
13	Kopenhaga	0,33	0,27	0,38
14	Sztokholm	0,32	0,25	0,40
15	Madryt	0,31	0,36	0,27
16	Barcelona	0,31	0,33	0,29
17	Melbourne	0,28	0,17	0,39
18	Dubaj	0,25	0,33	0,18
19	Mediolan	0,19	0,09	0,28
20	Szanghaj	0,17	0,04	0,29
21	Moskwa	0,17	0,15	0,18
22	Tajpej	0,09	0,14	0,04

Źródło: Opracowanie własne.

W celu stwierdzenia związku między potencjałem turystycznym a potencjałem ogólnogospodarczym badanych miast można obliczyć współczynnik korelacji liniowej Pearsona, który jest unormowanym miernikiem siły związku między dwiema cechami mierzalnymi i wyznaczany jest przez standaryzację kowariancji<sup>2</sup>. Obliczona standaryzowana wartość

<sup>2</sup> Współczynnik korelacji liniowej dwóch zmiennych jest ilorazem kowariancji i iloczynu odchyłeń standardowych tych zmiennych:

$$r_{xy} = \frac{cov(x,y)}{s(x)s(y)};$$

gdzie  $x$  i  $y$  oznaczają zmienne,  $cov$  oznacza kowariancję, a  $s(x)$  i  $s(y)$  oznaczają odchylenia standardowe zmiennych  $x$  i  $y$  (Pociecha, 2002, s. 85–89; Sobczyk, 2002, s. 238).

Wskaźnik przyjmuje wartość z przedziału  $-1 \leq r \leq 1$ , przy czym im wyższa wartość bezwzględna współczynnika i bliższa 1, tym zależność korelacyjna jest silniejsza. W przypadku badań społecznych można przyjąć, że korelacja między cechami jest słaba, jeśli współczynnik jest równy lub mniejszy od wartości 0,3; średnia, jeśli współczynnik znajduje się w przedziale między wartościami 0,3 a 0,5; wyraźna, jeśli współczynnik jest wyższy od 0,5 (Sobczyk, 2002, s. 238). Silna korelacja występuje wtedy, gdy wartość współczynnika jest wyższa od 0,7. Takie orientacyjne przedziały interpretacyjne mogą być jednak zmienione w zależności od wiedzy badacza dotyczącej natury problemu, jakim się zajmuje, oraz w następstwie uzyskanych wartości współczynnika, szczególnie kiedy pomiarowi podlega, jak jest to w przypadku przeprowadzanego w pracy badania, wiele cech, które z założenia mogą być ze sobą silnie powiązane. Z kolei znak współczynnika informuje o kierunku współzależności – dodatni oznacza zależność wprost proporcjonalną, a ujemny zależność odwrotnie proporcjonalną.

współczynnika wynosi aż 0,79, co jest dowodem na istnienie silnej zależności między tymi zjawiskami. Potencjał turystyczny metropolii turystycznych świata jest nierozzerwalnie związany z ich potencjałem gospodarczym, przy czym związek ten jest dwustronny.

Weryfikacja korelacji między potencjałem turystycznym a gospodarczym umożliwia stworzenie rankingu metropolii turystycznych świata zaprezentowany w tabeli 6. Tworzą go te miasta, które znalazły się w obu rankingach syntetycznych – jest ich aż 22. W celu pogłębionej analizy potencjału turystycznego można określić jeszcze, jak silny jest potencjał gospodarczy, turystyczny, a także syntetyczny (a więc wynikający ze zsumowania obu z nich) poprzez wyliczenie wskaźnika potencjału<sup>3</sup>.

Na podstawie tych nieskomplikowanych obliczeń bazujących na dostępnych w literaturze i internecie źródłach wtórnych można potwierdzić, że światowa turystyka wielkomięjska jest zdominowana przez Londyn i Paryż, dla których wartość wskaźnika syntetycznego wynosi aż 89% i 86% potencjału maksymalnego. Są to typowe miasta wielofunkcyjne, a więc różnorodne pod względem zasobów tworzących ich atrakcyjność turystyczną. Londyn znalazł się na pierwszym miejscu w czterech rankingach charakteryzujących potencjał turystyczny – jest najsilniejszym miastem sportu, muzeów sztuki współczesnej, ponadto jest największym koncentratorem transportu lotniczego, obsługującym największą liczbę połączeń oraz gromadzącym największą liczbę pasażerów. Z kolei Paryż, posiadający najsilniejszą markę na świecie, tylko w trzech rankingach zajmuje pozycje poniżej pierwszej piątki, przy czym w zestawieniach charakteryzujących potencjał turystyczny plasuje się najczęściej na drugiej pozycji.

Nowy Jork jest trzecią metropolią turystyczną. Potencjał turystyczny buduje w zakresie gastronomii oraz sztuki współczesnej, jest także liderem pod względem liczby turystów oraz wielkości wydatków turystycznych w rankingu Mastercard. Warto zauważyć, że jest to jedyne miasto reprezentujące oba kontynenty amerykańskie w całym zestawieniu. Kolejne cztery pozycje zajmują miasta azjatyckie – Singapur, Tokio, Hong Kong i Seul – których potencjał turystyczny kształtuje się w przedziale od 47% do 63%. Singapur i Hong Kong zyskują swoją rangę w rankingach międzynarodowych już przez sam fakt funkcjonowania jako miasta-państwa, rejestrujące niemal w całości zagraniczny ruch turystyczny. Potwierdzeniem tego jest ranking międzynarodowych odwiedzin turystów według Euromonitor International. Dodatkowo pozycja Singapuru jest budowana w oparciu o rozwój branży spotkań (tabela 4).

---

<sup>3</sup> W tym celu dokonano normalizacji wyników poszczególnych rankingów cząstkowych w odniesieniu do potencjalnej wartości maksymalnej, wynoszącej 800 punktów (użyto bowiem 20 rankingów mierzonych w przedziale 1–40), dzięki czemu wartość wskaźnika zawiera się w przedziale 0–1 (lub, inaczej interpretując, 0–100%), co daje przejrzystość i porównywalność wyników. Wartość wskaźnika syntetycznego została wyznaczona jako suma wartości pochodzących z obu rankingów syntetycznych (przyjęto równą wagę obu potencjałów).



Na kolejnych miejscach znajduje się dziewięć metropolii, dla których wartość wskaźnika syntetycznego wynosi powyżej 30%. Prawie wszystkie – oprócz Sydney, które zamyka pierwszą „dziesiątkę” – są położone w Europie. Wśród nich na uwagę zasługuje Wiedeń, który buduje potencjał na światowym rynku turystycznym poprzez branżę spotkań (pierwsze miejsce w rankingu ICCA oraz trzecie w rankingu UIA). Kolejne miejsca w rankingu zajmują miasta charakteryzujące się relatywnym poziomem potencjału turystycznego w granicach 17–28%. Nie jest to jednorodna grupa. Obok ośrodków takich jak Mediolan, Moskwa i Szanghaj, niewyróżniających się w żadnej dziedzinie, znajduje się Dubaj, zawdzięczający swą stosunkową wysoką pozycję w zakresie potencjału turystycznego dobrą dostępnością lotniczą, oraz Melbourne, osiągające wysoką rangę na liście światowych miast sportu. Z kolei miejsce Taipei w rankingu metropolii turystycznych świata wynika bardziej z obecności w wielu zestawieniach cząstkowych niż z wysokich pozycji w nich zajmowanych, co potwierdza bardzo niski wskaźnik syntetyczny.

Z 22 wyodrębnionych metropolii turystycznych świata najwięcej, bo aż 12, położonych jest w Europie. Kolejną grupę stanowią miasta azjatyckie, z czego sześć znajduje się w Azji Wschodniej, a jedno na Bliskim Wschodzie. Należy podkreślić potencjał turystyczny metropolii australijskich, z których aż dwa ośrodki znalazły się na liście, oraz stosunkowo niski potencjał miast amerykańskich. Tylko Nowy Jork reprezentuje tę część rynku turystycznego. Ponadto 15 z nich pełni funkcję stolic państwowych, natomiast cztery uznawane są jako gospodarcze kontrapunkty dla stolic.

Z dotychczasowych rozważań wynika, że turystyka i metropolizacja to równoległe rozwijające się zjawiska napędzane poprzez globalizację. Jedną z cech morfologicznych metropolizacji jest ściśle skorelowana z funkcją turystyczną wyjątkowość i specyfika miejsca (zwłaszcza centrum miejskiego) ze względu np. na znaczenie historyczne, kulturalne czy walory architektoniczno-urbanistyczne. Elementem wspólnym obu tych procesów jest turystyka miejska, istocie której poświęcony jest kolejny rozdział książki.



## **2. ISTOTA TURYSTYKI W MIEŚCIE**

---

Równoległe z umasowieniem turystyki w miastach na szerszą skalę rozpoczął się czas prowadzenia akademickich badań nad tą problematyką. W geograficznych rozważaniach Christallera (za: Maik, 1988; Suliborski, 2010) turystyka pełniła jeszcze marginalne znaczenie w rozwoju miast, a zabytki i miejsca atrakcyjne turystycznie nie były przez niego uznane jako dobra centralne, nie dostrzegał on także wagi podróży dokonywanych przez ludność spoza miasta w celu skorzystania z dóbr centralnych. Christaller nadał turystyce funkcję peryferyjną, podkreślając jej znaczenie w rozwoju obszarów nieurbanizowanych i zasobnych w walory przyrodnicze (Christaller, 1963), i przede wszystkim ta funkcja była następnie analizowana przez środowisko akademickie (Ashworth, Page, 2011a, s. 3).

Jeszcze w latach dziewięćdziesiątych poprzedniego wieku Law twierdził, że problematyka rozwoju turystyki na obszarach miejskich jest niedostatecznie rozpoznana w literaturze naukowej (Law, 1992, 1993). Autor podkreślał, że to niewielkie zainteresowanie kontrastowało z pokaźnym dorobkiem naukowym z zakresu istoty, znaczenia i rozwoju samych miast, a także dość licznymi, ale charakteryzującymi się różnym stopniem upublicznienia, raportami sygnowanymi przez stowarzyszenia branżowe i firmy konsultingowe dotyczącymi stanu rozwoju turystyki w wybranych miastach. Podobnego zdania był Ashworth (1989), który twierdził, że nie jest możliwe wyodrębnienie atrybutów produktu lub doświadczenia turystycznego charakterystycznych dla turystyki miejskiej, a także identyfikując zjawisko „podwójnego zaniedbania” polegające na tym, że naukowcy zajmujący się turystyką pomijają w swoich badaniach miasta, a badacze zajmujący się tematyką miejską lekceważą zagadnienia związane z rozwojem turystyki. To jest przyczyną „niewidzialności” turystyki miejskiej w obszarze aktywności naukowo-badawczej (por. 1989, 2003). Pomimo tego w innej pracy (1992, s. 3–5) Ashworth podkreślał, że konieczne jest badanie turystyki miejskiej, ponieważ jest ona na tyle odmiennym zjawiskiem, że może być analizowana niezależnie od innych aspektów turystyki lub innych funkcji miejskich. Turystyka miejska wymaga zatem ukonstytuowania się spójnego nurtu badawczego, będącego zbiorem teorii, koncepcji analitycznych i technik badawczych przyczyniających się do zrozumienia roli i miejsca turystyki w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miast.

Nurt ten jest nadal na tyle młody i na tyle dynamicznie się rozwija, że nie wytworzył się dotąd zwarty schemat definicyjny oraz aparat pojęciowy, który mógłby go wyodrębnić spośród innych nurtów badawczych z zakresu ekonomiki, socjologii i geografii turystyki. Dlatego w rozdziale przedstawiono istotę turystyki w miastach jako nurtu badawczego, na

którą składa się jej geneza jako nurtu poznawczo-badawczego, próba jej definicji w kontekście funkcjonowania dużych miast, typologizacja oraz charakterystyka sfery podaży i popytu, a wreszcie ujęcie systemowe. Podsumowaniem będzie omówienie zasad Deklaracji Turystyki Wielkomięskiej będącej dowodem na międzynarodowy zasięg problematyki jej rozwoju.

## **2.1. W kierunku definicji turystyki wielkomięskiej**

---

Swoje uwagi na temat niedostatku literatury wspomniani we wstępie Ashworth i Law formułowali w czasie, kiedy zainteresowanie badawcze, a następnie docenienie roli turystyki w rozwoju miast przez sferę nauki, znacznie wzrosło, a obaj badacze byli jednymi z twórców nurtu badań nad tym zjawiskiem. Właśnie koniec lat osiemdziesiątych i lata dziewięćdziesiąte poprzedniego wieku należy wskazać jako początek międzynarodowej i interdyscyplinarnej debaty akademickiej na temat rozwoju turystyki w mieście. W tym czasie, obok cytowanych wcześniej opracowań Lawa i Ashwortha, na naukowym rynku wydawniczym ukazały się inne ważne lub przełomowe pozycje (Ashworth, Tunbridge, 1990; Ashworth, Voogd, 1990; Borg, Costa, Gotti, 1996; Getz, 1993; Jansen-Verbeke, 1986, 1988, 1997; Judd, Fainstein, 1999; Mazanec, 1997; Murphy, 1997; Page, 1995). W polskim środowisku naukowym prekursorami nurtu badawczego turystyki miejskiej są Liszewski (1989, 1999), Baczwarow (1999), Matczak (1989) i Butowski (1996). Nagłe bogactwo literatury dotyczącej wcześniej tak poszukiwanego zagadnienia spowodowało, że w 2002 roku, przy okazji kolejnego wydania swojej książki poświęconej turystyce miejskiej, Law określił ten okres jako „eksplozję badań i publikacji z zakresu turystyki miejskiej” (Law, 2002, s. 7). Ashworth (2003) był nieco bardziej sceptyczny, twierdząc, że wyraźnie zwiększona liczba opracowań nie pociągnęła wzrostu jakości merytorycznej badań, z których wynikałyby rzetelne wnioski dla zrozumienia istoty turystyki w miastach i jej wkładu do systemu społeczno-gospodarczego miast, zatem brak balansu między nauką a rzeczywistością gospodarczą nadal jest widoczny. Warto jednak zaznaczyć, że kolejne lata obfitowały w coraz bardziej rozbudowane analizy rozwoju turystyki miejskiej. Interdyscyplinarność studiów nad turystyką i istotą miast spowodowały wyodrębnienie podejść badawczych:

- geograficznego (Jansen-Verbeke, Vandenbroucke, Tielen, 2005; Kaczmarek, Kaczmarek, 2009; Liszewski, 2005; Maciocco, Serreli, 2009; Matczak, 2008a; Mika, 2011),
- socjologicznego (Hayllar, Griffin, Edwards, 2008; Madurowicz, 2008a, 2008b; Maitland, 2008a, 2008b),
- ekonomicznego, w tym:
  - ogólnoeconomicznego (Spirou, 2011; UNWTO, 2012, 2014; Wöber, Mazanec, 2010; Żabińska, 2013; Zmysłony, 2011),

- organizacyjnego (Heeley, 2011; Douglas G. Pearce, 2015; Seiser, 2008; Zmysłony, 2013, 2014),
- marketingowego (Avraham, 2000; Florek, 2015; Govers, Go, 2009; Heeley, 2015; Kozak, 2009; Pawlicz, 2008),
- holistycznego, będącego próbą całościowego ujęcia zjawiska (Ashworth, Page, 2011a; Ashworth, 2009, 2012; Maitland, Newman, 2009; Maitland, Ritchie, 2009; Douglas G Pearce, 2001).

## Ramy definicyjne

Pomimo stale rosnącego dorobku naukowego oraz imponującej liczby turystów odwiedzających miasta (Heeley, 2011; Law, 2002; Spirou, 2011; UNWTO, 2012) samo zdefiniowanie, czym jest ta forma turystyki, nastęrcza dużych trudności. Analizując zjawisko, trzeba bowiem rozpatrywać miasto jako cel podróży turystycznych oraz motyw podejmowania aktywności turystycznej, a także formy turystyki uprawiane w miastach oraz kontekst, w jakim są one postrzegane i rejestrowane w umysłach odbiorców, a w końcu efekty społeczne, ekonomiczne, kulturowe i przestrzenne wynikające z ruchu turystycznego (por. Madurowicz 2008). Ashworth (1989) stwierdza, że trudności te są wynikiem różnorodności podejść badawczych do zagadnienia, przy czym gdy jedna grupa badaczy skupia się na aktywności turystycznej turystów miejskich, inni koncentrują się na przestrzennych aspektach lub ekonomicznych skutkach rozwoju turystyki w miastach. Według Gołębskiego (2009, s. 353) trudność ze ścisłym zdefiniowaniem tej formy turystyki wynika z następujących przyczyn: różnorodności obszarów miejskich, trudności w określeniu roli turystyki w miastach oraz braku możliwości wyraźnego wyróżnienia, kim jest turysta miejski. Ponadto autor ten zauważa dwie przeciwstawne tendencje – z jednej strony miasta wykazują wielką różnorodność ze względu na wielkość, czas założenia, lokalizację i pełnione funkcje, z drugiej strony, na skutek procesów globalizacyjnych, ich centra zaczęły się do siebie upodabniać, co jako pierwszy w odniesieniu do sfery turystyki i rozrywki opisał szeroko Ritzer (1996). Wielu autorów, mając na uwadze wieloaspektowość zjawiska i interdyscyplinarne podejście do niego, nie podejmuje się definiować turystyki miejskiej, poprzestając na stwierdzeniu, że dotyczy ona całokształtu rozwoju turystyki na obszarach miejskich, skupiając się na charakterystyce turysty miejskiego lub typologii miast turystycznych, bądź też na uwarunkowaniach rozwojowych turystyki na obszarach miejskich (Heeley, 2011; Law, 2002; Page, Hall, 2003).

Według Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO, 2002) turystyka miejska (*urban tourism*) dotyczy podróży dokonywanych przez podróżnych do miast lub obszarów cechujących się dużą gęstością zaludnienia, przy czym z reguły są to pobyty krótkie, trwające od jednego do trzech dni. Należy przyznać, że jest to określenie na tyle ogólne (a nawet ogólne), a dodatkowo podkreślające tylko sferę popytu, że nie oddaje złożoności zjawiska.

Kowalczyk (2005) oraz Ashworth i Page (2011a) dokonują rozróżnienia na turystykę miejską, mającą węższe znaczenie, i turystykę w mieście. Można powiedzieć, że podział ten jest na tyle trafny, że znajduje poparcie wśród zdecydowanej większości polskich badaczy oraz niektórych badaczy zagranicznych podejmujących rozważania na ten temat, podobnie autorzy anglojęzyczni także wpisują się w ten tok rozumowania.

Zatem, według Ashwortha i Page'a (2011a, s. 7), w turystyce miejskiej „głównym motywem przyjazdu turystów są niektóre aspekty miejskości”. Z kolei cytując Kowalczyka (2005, s. 157), przez turystykę miejską należy rozumieć „turystykę, której celem jest odwiedzanie i poznawanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego za niepodzielny element przestrzeni turystycznej”. W tym znaczeniu jest ona jedną z form turystyki, a w jej wyróżnieniu istotny jest kontekst, a więc emocjonalne nastawienie turysty do miasta jako odwiedzanego miejsca, a nie tylko typu odwiedzanej przestrzeni (por. Tuan, 1987, cyt. za: Kowalczyk, 2005). Kowalczyk podkreśla (s. 158), że turyści uprawiający turystykę miejską traktują miasto w kategoriach symbolicznych, poszukując jego „ukrytych wymiarów” pozostając „pod wpływem czegoś, co można nazwać *genius loci*”. Madurowicz (2008b) także podkreśla jakość i głębokość kontaktu odwiedzających z kulturą miejską jako istotę turystyki miejskiej, nie przesadzając, że stanowi to całkowity zakres aktywności tej formy turystyki.

Szerokie rozumienie turystyki na obszarach miejskich wymaga użycia terminu turystyka w mieście, który należy rozumieć jako „zbiór wszystkich form turystyki mających miejsce na terenach miejskich, a także wszystkie formy turystyki związane z walorami i zagospodarowaniem turystycznym występującymi na obszarach miejskich” (Kowalczyk, 2005, s. 157). Innymi słowy są to podróże do obiektów zlokalizowanych w przestrzeni miast (Ashworth, Page, 2011a, s. 7). W tej definicji kluczowe jest zwrócenie uwagi na aspekt podaży, a więc zagospodarowanie turystyczne (oraz całą infrastrukturę miejską), z którego korzystają odwiedzający miasta niezależnie od motywów i celów ich odwiedzin. W tym kontekście turystyka w mieście powinna być rozpatrywana nie tylko jako złożone zjawisko składające się z różnych przejawów aktywności turystycznej, ale także z punktu widzenia roli, jaką turystyka odgrywa lub może odgrywać w szeroko rozumianym funkcjonowaniu miasta (Ashworth, 1992, s. 3). Szerokie spojrzenie prezentuje Voultzaki (2000, s. 2), a za nią Pawlicz (2008), którzy określają turystykę miejską jako aktywność turystyczną w obszarze zurbanizowanym, posiadającym odpowiednią infrastrukturę turystyczną oraz elementy historyczne i kulturowe, które stanowią atrakcję dla turystów oraz umożliwiającą, w sposób zorganizowany i usystematyzowany, świadczenie usług i produkcję dóbr dla turystów. Turystyka taka jest oparta przede wszystkim na konsumpcji rozrywki, którą umożliwiają najczęściej centra miast w zorganizowany i usystematyzowany sposób. Definicja ta – oprócz podkreślenia roli koordynacji działań z zakresu turystyki

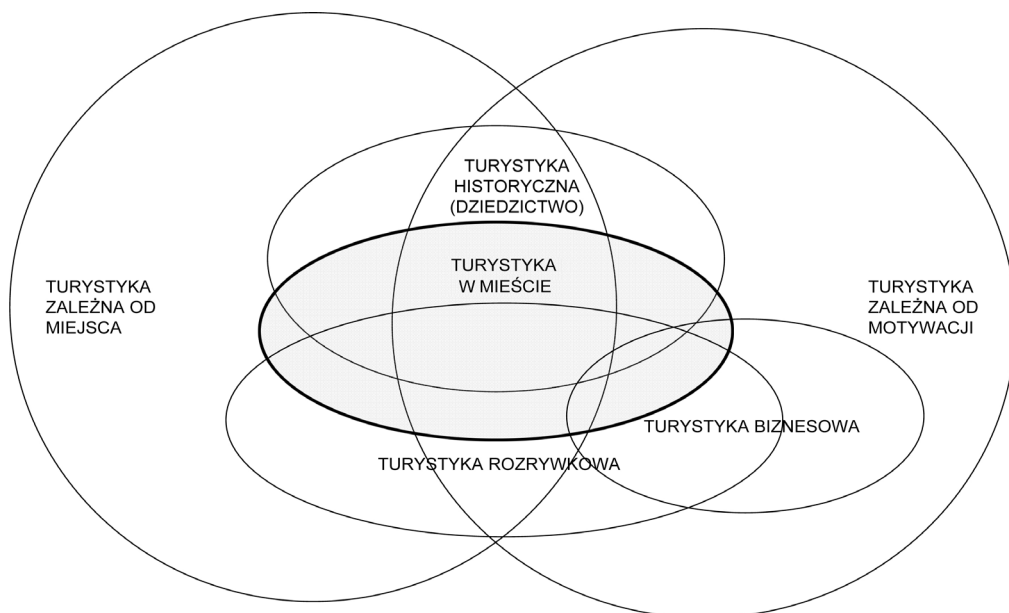
miejskiej – sytuuje to zjawisko w szerszym nurcie rozwojowym współczesnych miast, jakim jest konsumpcja szeroko pojętej rozrywki, którą tworzy, zgodnie z koncepcją miast jako maszyn rozrywki Clarka (2004), także sfera kultury i sektorów kreatywnych. Z kolei szeroką i ogólnikową definicję sformułowaną przez Matczka i Płońskiego (2008, s. 26) na bazie przeglądu brytyjskiej literatury przedmiotu należy traktować nie jako próbę określenia samego zjawiska, ale nurtu badawczego. Autorzy stwierdzają bowiem, że „pojęcie turystyki miejskiej odnosi się do zespołu interdyscyplinarnych studiów podejmujących analizę złożonego zjawiska, jakim jest występowanie turystyki w mieście, z szerokim uwzględnieniem istniejących uwarunkowań i aktywności turystycznych, infrastruktury i ruchu turystycznego w obrębie miasta”. Gdyby traktować tę definicję jako bezpośrednio odnoszącą się do samego zjawiska, to trzeba by było zmagać się z niezamierzoną przez autorów sprzecznością logiczną polegającą na wyjaśnianiu terminu poprzez jego użycie w części wyjaśniającej.

Szerokie, holistyczne ujęcie turystyki w mieście pozwala na traktowanie jej w ujęciu funkcjonalno-przestrzennym, a więc jako funkcji turystycznej. Jest to bardzo istotna konstatacja dla dalszych rozważań przedstawionych w niniejszej pracy. Warto jednak podkreślić, że najczęściej terminy „turystyka miejska” i „turystyka w mieście” są stosowane w literaturze zamiennie, a ich zakres znaczeniowy zależy od rozpatrywanego kontekstu.

Baczworow (1999) określa turystykę miejską (rozumianą bardziej jako turystykę w mieście, co wynika nie tyle z definicji, ale lektury całego opracowania jego autorstwa) poprzez wyszczególnienie jej atrybutów, którymi są: krótkie pobyty gości, mniej wyrażona sezonowość w porównaniu do innych typów regionów turystycznych, znaczny udział obcokrajowców w strukturze ruchu turystycznego, często mający poziom dominujący, względnie wysoki poziom wydatków turystów, występowanie wykwalifikowanej kadry do obsługi ruchu turystycznego, możliwość wykorzystania istniejącej infrastruktury miasta dla potrzeb turystyki.

Turystyka uprawiana na obszarach miejskich jest konglomeratem wielu form turystyki. Bazując na tym stwierdzeniu, Ashworth (2003, 2009) definiuje ją jako część wspólną tych form, dzieląc je na dwie kategorie (rys. 5). Pierwsza kategoria zawiera te formy turystyki zależne od motywów związanych z realizacją zainteresowań turystów (*special interest-specific*), która może także odbywać się w miejscu zamieszkania lub innych miejscach, zatem w tym rozumieniu podaż miejskich atrakcji turystycznych odpowiada nie tyle popytowi ściśle turystycznemu, ale szerszym potrzebom społecznym, psychicznym czy fizycznym odwiedzających miasta gości. Z kolei formy turystyki zależne od miejsca (*place-specific*) odnoszą się do miasta i jego walorów, głównym motywem turystów jest poszukiwanie, poznanie i zrozumienie miasta, jego charakteru, odrębności czy unikatowości. Motywy osób odwiedzających miasta są jednak tak różnorodne, że wymykają się

obiektywnemu, dychotomicznemu podziałowi, wskazanemu na rysunku 5. Zarówno motywy związane z rozrywką, jak i dziedzictwem historycznym i kulturowym (należące do motywów kulturowych), mogą być wpisane do pierwszej, jak i drugiej kategorii, ponieważ atrakcje oferowane przez miasto mogą być po prostu umiejscowione w tym mieście jako część koszyka dóbr i usług, które każde miasto „powinno posiadać”, jak i mogą określać charakter danego miasta, być jego emanacją. Jedynie turystyka biznesowa należy do kategorii rodzajów turystyki zależnych od miejsca. Należy przyznać, że zarówno rysunek, jak i wyjaśnienie zależności między różnymi formami turystyki zachodzącymi w przestrzeni miejskiej, w sposób chyba niezamierzony przez autora dowodzą, jak bardzo skomplikowane, niejasne i do końca niemierzalne są powiązania i zależności między nimi, a także jak dużym wyzwaniem jest ich systematyka, skoro tak uznany badacz ma z nią kłopoty. Co ciekawe, do zaproponowanego przez Ashwortha podziału kategoryzacyjnego odwołuje się pośrednio Mikos v. Rohrscheidt (2010, s. 117), który określa ją poprzez odwołanie do miejsca, czyli jako „ten rodzaj podróży turystycznych, których wyłączną lub w znacznym stopniu przeważającą destynacją są miasta”, przy czym drugorzędne jest rozróżnienie, czy są to ośrodki o znaczeniu historycznym, kulturowym, rozrywkowym, czy politycznym. Jednocześnie jednak autor ten analizuje ją z perspektywy kulturowej, klasyfikując jako segment powszechnej turystyki kulturowej – a więc na podstawie motywów i wynikających z nich zainteresowań turystów – nawiązując przy tym bezpośrednio do wąskiej definicji zaproponowanej przez Kowalczyka.



Rys. 5. Turystyka w mieście jako część wspólna rodzajów i form turystyki w nim występujących  
*Źródło: Ashworth (2003, 2009).*



## **Istota turystyki wielkomiejskiej**

Law (2002, s. 4–6) oraz Page i Hall (2003) zwracają uwagę na jeszcze jeden niezwykle istotny aspekt związany z definiowaniem turystyki w odniesieniu do obszarów miejskich. Jest nim wielkość ośrodka zarówno jako przedmiotu działania (wspierania rozwoju, koordynowania, zarządzania), jak i przedmiotu poznania (prowadzenia badań). Stwierdzają, że w miastach małych i średnich, liczących od 5 do 100 tysięcy mieszkańców, zarówno uwarunkowania, jak i same procesy rozwojowe funkcji turystycznej różnią się diametralnie od funkcjonowania turystyki w miastach dużych i wielkich, a więc ośrodkach powyżej 250, a nawet 500 tys. mieszkańców. Pierwsze są ośrodkami z reguły o najwyżej kilku funkcjach, wśród których turystyka jest wiodącym lub jednym z podstawowych filarów miejskiej gospodarki. W odniesieniu do oferty turystycznej także można mówić o jednorodności – dominuje jeden podstawowy produkt, zbudowany na dominującym walorze turystycznym (unikatowa budowla, krajobraz lub zasób naturalny), ewentualnie wzbogacony dodatkowym lub dodatkowymi produktami uzupełniającymi, stanowiącymi najczęściej reinterpretację dominującego waloru. Miasta te są na ogół dokładnie spozycjonowane na rynku, co może być ich przewagą, jak i słabością konkurencyjną, oraz stanowią płytkie marki terytorialne. Dominującą formą przyjazdów do tych miast jest turystyka miejska w wąskim znaczeniu – goście odwiedzający je są całkowicie lub częściowo umotywowani kulturowo (Silberberg, 1995) i zainteresowani poznaniem atrakcji oferowanych właśnie przez te miasta. Przykładami takich ośrodków są Kazimierz Dolny, Oświęcim, Brugia, Dubrownik, a nawet Wenecja.

Wraz ze wzrostem wielkości miasta jego struktura gospodarcza ulega dywersyfikacji, z silnym stopniem złożoności i komplementarności poszczególnych funkcji miejskich. Ponadto w ramach każdej działalności gospodarczej rozwijane są powiązania zewnętrzne, przekraczające granice państw i mające charakter globalny (Law, 2002, s. 4). Turystyka staje się jednym z wielu komponentów w strukturze funkcjonalno-przestrzennej, co potwierdzają Derek, Kowalczyk i Swianiewicz (2005) w swoich badaniach nad znaczeniem funkcji turystycznej w zależności od wielkości miast. Oprócz tego rośnie stopień kompleksowości ekonomicznej, społecznej i instytucjonalnej. W dużych i wielkich miastach, mających charakter metropolitalny, turystyka nie jest postrzegana przez planistów, inwestorów, badaczy, a także mieszkańców jako podstawa bytu miasta oraz motor napędowy gospodarki miejskiej (Ashworth, 1992; Page, Hall, 2003, s. 18). Istotne jest jednak to, że dywersyfikacji ulega sama funkcja turystyczna, na którą składa się coraz więcej komponentów, ponieważ zwiększa się zakres motywów i celów odwiedzających. Miasta te oferują wiele produktów turystycznych skierowanych do różnorodnych grup odbiorców, przy czym ze względu na swoją wielkość i zasięg oddziaływania wszystkie funkcjonują na globalnym rynku turystycznym. Interdyscyplinarna natura turystyki sprawia, że planowanie i zarządzanie turystyką w dużych miastach staje się skomplikowanym wyzwaniem. Ponadto wraz ze wzrostem

tych miast pojawiają się nowe aspekty i wyzwania rozwojowe (UNWTO, 2012). Te atrybuty sprawiają, że wielu autorów zajmujących się turystyką miejską (*urban tourism*) koncentrowało swoje badania na dużych miastach (Butowski, 1996; Hayllar i inni, 2008; Law, 1993, 2002; Murphy, 1997; Spirou, 2011). W rezultacie dopiero w ostatnich kilku latach w literaturze anglojęzycznej ugruntowało się pojęcie *city tourism*, które można przetłumaczyć jako **turystykę wielkomięską** lub **turystykę w dużym mieście**<sup>1</sup>. Nie stanowi ona równorzędnej kategorii do turystyki w mieście, należy ją raczej traktować jako typ turystyki miejskiej wyróżniony lub dookreślony na podstawie kryterium wielkości ośrodka. W ten sposób sytuują ją autorzy stosujący ten termin (Heeley, 2011; Maitland, Ritchie, 2009; Ostertag, Wöber, 2010; Paskaleva-Shapira, 2007; UNWTO, 2012, 2014; Wöber, Mazanec, 2010), w polskiej literaturze używanie terminu turystyka wielkomięska postuluje Żabińska (2013, s. 138). Warto zauważyć, że także w tym przypadku istnieje wyraźny problem w sformułowaniu spójnej definicji.

Oprócz wspomnianego kryterium wielkościowego, na podstawie dotychczas cytowanej literatury oraz kolejnych pozycji (Ashworth, Page, 2011a; Judd, Fainstein, 1999), można określić **podstawowe atrybuty turystyki wielkomięskiej**:

- 1) Różnorodność form i dywersyfikacja produktu turystycznego, na który składa się wiele subproduktów skierowanych do poszczególnych grup odwiedzających miasto (turystyka kulturowa, turystyka rozrywkowa, turystyka biznesowa, turystyka pielgrzymkowa, turystyka zakupowa itp.);
- 2) Integracja funkcjonalna z rekreacją, co widoczne jest zarówno w sferze podaży, jak i sferze popytu – urządzenia i obiekty turystyczne wykorzystywane są przez ludność miejscową i turystów, obserwuje się zatarcie i wzajemne upodabnianie zachowań turystów i mieszkańców miasta w czasie wolnym; obie funkcje realizowane są przez te same zasoby i podmioty zlokalizowane w przestrzeni miejskiej i podmiejskiej; rozróżnienie pomiędzy przestrzeniami wypoczynku i pracy, rekreacją a aktywnością zawodową oraz czasem wolnym i czasem pracy staje się coraz trudniejsze, zatem coraz większych trudności następuje wytyczanie granic pomiędzy mieszkańcami i gośćmi oraz aktywnością turystyczną i nieturystyczną (Maitland, Newman, 2009, s. 4);
- 3) Wtapianie się w strukturę funkcjonalną i przestrzeń miasta, co związane jest z różnorodnością motywów przyjazdów odwiedzających i oznacza, że turystyka rzadko stanowi podstawową funkcję miasta (nielicznymi wyjątkami są ponadmilionowe Las Vegas lub Orlando), a na ogół pełni funkcję uzupełniającą. Według Ashwortha i Page'a (2011a, s. 3), turyści wykorzystują w zasadzie wszystkie

---

<sup>1</sup> Warto wskazać, że jeszcze na początku wieku Law (2002) jako jeden z pierwszych postulował wyodrębnienie turystyki wielkomięskiej, nie stosując jeszcze terminu *city tourism*.

zasoby miasta podczas swojego pobytu, jednak nie użytkują na wyłączność żadnego lub prawie żadnego jego elementu. Oferowane im produkty turystyczne nie są wyodrębnionymi fizycznie elementami miasta, które turyści z łatwością rozpoznają – tak jest w przypadku atrakcji, które stanowią składniki tych produktów – ale stanowią mozaikę doświadczeń konsumowanych przez odwiedzających, przestrzennie rozproszonych, jednak w większości najczęściej zgrupowanych w wybranych dzielnicach lub innych obszarach;

- 4) Duża koncentracja podróży i pobytów służbowych oraz szeroko pojętej turystyki biznesowej, a przede wszystkim aktywności polegającej na organizacji spotkań i wydarzeń (nazywanej branżą lub przemysłem spotkań) o randze międzynarodowej;
- 5) Rozszerzanie się zasięgu przestrzeni penetracji turystycznej oraz działalności polegającej na udostępnianiu atrakcji turystycznych poza administracyjne granice miasta, na obszary podmiejskie, a więc w umownych granicach aglomeracyjnych, tworząc metropolitalny region turystyczny (Liszewski, 2005, 2008, 2009);
- 6) Globalno-lokalny zakres oddziaływania – turystyka, podobnie jak inne funkcje miejskie, jest częścią globalnego procesu usieciowienia miast, które następuje poprzez intensyfikację przepływów, gdzie jednym z rodzajów jest przepływ podróźnych i turystów. W tej ponadnarodowej sieci miasta pełnią funkcje ośrodków rozrządowych międzynarodowego ruchu turystycznego, łącząc w ten sposób globalny i lokalny ruch turystyczny. Dla turystów zagranicznych duże miasta stanowią „bramy wjazdowe” do terytoriów krajów. Dopiero z nich turyści przybywający z zagranicy mogą być „wysyłani” do innych ośrodków i obszarów (Ashworth, Page, 2011a; Ashworth, 2012; Matczak, 2008b; Douglas G. Pearce, 2001).

Uzupełniając tę charakterystykę oraz analizując wszystkie kategorie definicyjne związane z turystyką realizowaną na obszarach miejskich, można stwierdzić, że turystyka wielkomijska dotyczy zawsze turystyki w mieście w szerokim znaczeniu (a więc zbioru wszystkich form turystyki mających miejsce na terenach miejskich), natomiast turystyka miejska uprawiana i realizowana w miastach małych i średnich najczęściej – chociaż nie jest to regułą – stanowi turystykę w wąskim znaczeniu określonym przez Kowalczyka (2005). Warto jednak przy tym podkreślić, że podział ten nie jest w literaturze klarowny i jednoznacznie stosowany, rozważania poszczególnych autorów należy rozpatrywać w zależności od kontekstu, którego dotyczą. Najbardziej pojemnym i wieloznacznym pojęciem jest zatem turystyka miejska, a w literaturze anglojęzycznej *urban tourism*, które są stosowane we wszystkich omówionych wcześniej aspektach znaczeniowych, a nie tylko – jak postuluje Madurowicz (2008b) – w wąskim znaczeniu, jako odrębne zjawisko jakościowo

określone poprzez wyodrębnioną formę turystyki lub wyodrębniony proces miejski. Niezależnie jednak od niejasności terminologicznych występujących w literaturze rozważania przedstawione w niniejszym opracowaniu dotyczą **turystyki wielkomięskiej**.

Duże miasta cechuje wielofunkcyjność, duża gęstość zagospodarowania oraz intensywność i różnorodność podejmowanych w nim działań, czego konsekwencją jest bogactwo form turystyki. Nie sposób zatem wymienić wszystkich form turystyki, które mogą być w nich uprawiane. Wychodząc z tego założenia, Ashworth (2003, 2009) próbował określać jej fenomen i definicję (rysunek 5), identyfikując najczęściej spotykane i szerokie kategorie form turystyki. Inni autorzy także próbują dokonać klasyfikacji form aktywności turystycznej oferowanych w miastach. Kowalczyk (2005, s. 155) zauważa, że od początku zainteresowania świata akademickiego turystyką miasta traktowane były jako ośrodki turystyki wypoczynkowej i kulturowej, w tym przede wszystkim poznawczej (w odniesieniu do ich dziedzictwa kulturowo-historycznego) i religijnej. Podróże służbowe, w tym uczestnictwo w spotkaniach i wydarzeniach biznesowych, które Kowalczyk postrzega jako przejaw funkcji handlowej miasta, a także aktywności turystów związane z rozrywką, gastronomią i wydarzeniami kulturalnymi, zaczęły być przedmiotem badań w ostatnich dekadach.

Page i Hall (2003) oraz Mika (2011) wyróżniają najczęściej i równolegle występujące formy turystyki w mieście (podkreślając, że lista ta nie jest wyczerpująca):

- turystyka kulturowa i poznawcza,
- turystyka wypoczynkowa,
- odwiedziny krewnych i znajomych,
- indywidualne podróże służbowe,
- turystyka konferencyjna i targowa,
- wizyty związane z edukacją,
- turystyka religijna,
- turystyka sportowa,
- turystyka rozrywkowa,
- turystyka eventowa (uczestnictwo w wydarzeniach),
- turystyka zakupowa (handlowa),
- turystyka zdrowotna.

W uzupełnieniu powyższej klasyfikacji Mika (2011) stosuje termin „miejskiej turystyki rekreacyjnej”, podkreślając nie tylko integrację egzogenicznej funkcji turystycznej z endogeniczną funkcją rekreacyjną, ale także różne formy jednodniowej aktywności osób przyjezdnych (np. spacer, spotkania towarzyskie, uczestnictwo w wydarzeniach sportowych, zakupy itp.). Ponadto autor ten podkreśla duże znaczenie typowo turystycznych migracji jednodniowych, przyjmujących często masowy charakter i powiązanych z innymi sferami życia gospodarczego, głównie handlem, gastronomią, kulturą i transportem.

## **2.2. Typologia miast turystycznych**

---

Miasta są uznawane przez teoretyków, planistów gospodarczych oraz regionalistów jako rodzaje regionów turystycznych. Na użytek opracowywania wytycznych dla działań projakościowych w regionach Komisja Europejska (2000) definiuje **miejski region turystyczny** na podstawie kilku zmiennych: typu krajobrazu, głównego motywu przyjazdu turystów, stopnia gęstości zaludnienia oraz rodzaju zagospodarowania turystycznego. Zgodnie z tym rozróżnieniem region miejski wykazuje następujące atrybuty (European Commission, 2000; Kruczek, Zmysłony, 2014, s. 18):

- krajobraz zurbanizowany, duża gęstość zaludnienia;
- dominacja walorów antropogenicznych o znaczeniu kulturowym i historycznym;
- duża koncentracja zagospodarowania turystycznego oraz innych obiektów usługowych, których organizacja przestrzeni jest zgodna zarówno z indywidualnymi, jak i wspólnymi potrzebami mieszkańców miasta;
- motywy przyjazdu turystów: turystyka kulturowa i poznawcza, podróże w interesach, uczestnictwo w kongresach, targach i wystawach, turystyka związana z wydarzeniami o zróżnicowanym charakterze (kulturalnym, sportowym, religijnym, rozrywkowym itp.).

Dostrzegając rosnące znaczenie miast w kształtowaniu wielkości i struktury międzynarodowego ruchu turystycznego, na potrzeby regionalizacji turystycznej Polski Liszewski (2009) wyodrębnia **turystyczny region metropolitalny** jako jeden z trzech podstawowych typów regionów (obok regionu wypoczynkowo-rekreacyjnego i regionu turystyki poznawczej, edukacyjnej i religijnej). Autor łączy powstanie takiego regionu z rolą współczesnego dużego miasta, które staje się silnym magnesem przyciągającym odwiedzających w celach turystycznych, jednocześnie wykorzystywanym przez stałych mieszkańców w wolnym czasie weekendowym, a niekiedy nawet urlopowym, którzy spędzają go w odpowiednio zagospodarowanych strefach podmiejskich. Według Liszewskiego turystyczny region metropolitalny można scharakteryzować za pomocą trzech cech (Liszewski, 2009, s. 26):

- dominującym typem przestrzeni turystycznej jest przestrzeń penetracji i kolonizacji (por. Liszewski, 1995);
- wielofunkcyjny charakter – równorzędnymi funkcjami turystycznymi są poznanie, kultura, biznes i wypoczynek;
- całoroczne użytkowanie – niewystępowanie okresów wzmożonego ruchu turystycznego.

Najważniejszym atrybutem przestrzeni miejskiej, zdaniem Liszewskiego (1999), jest jej organizacja, czyli sposób urządzenia przestrzeni zgodny zarówno z indywidualnymi, jak i wspólnymi potrzebami mieszkańców miasta.

Wielofunkcyjność i różnorodność miast pod względem wielkości, lokalizacji, uwarunkowań rozwojowych w połączeniu z różnorodnością form turystyki realizowanej w dużych miastach sprawia, że klasyfikacja miast pod tym względem stanowi spore wyzwanie.

Page (1995) wyróżnia następujące miejskie obszary turystyczne:

- stolice państw (Londyn, Paryż) i stolice kulturalne (np. Rzym);
- centra metropolitalne i miasta historyczne otoczone murami (np. York, Canterbury);
- wielkie miasta dziedzictwa historycznego (np. Oxford, Cambridge, Wiedeń);
- miasta o głównie śródmiejskiej zabudowie (np. Manchester);
- rewitalizowane obszary nadbrzeżne (np. doki londyńskie oraz Darling Harbour w Sydney);
- miasta przemysłowe (np. Bradford);
- kurorty nadmorskie oraz centra sportów zimowych (np. Lillehammer);
- kompleksowo zaprojektowane obszary turystyczne;
- kompleksy turystyczno-rozrywkowe (np. Disneyland, Las Vegas);
- wyspecjalizowane centra usług turystycznych (np. uzdrowiska lub obszary ruchu pielgrzymkowego);
- miasta kultury i sztuki (np. Florencja).

Typologia ta (jedna z pierwszych) podkreśla różnorodność obszarów miejskich, na których rozwija się turystyka, jednak nie jest przejrzysta i rozłączna. Z jednej strony można stwierdzić, że typologia ta dotyczy miejskich obszarów turystycznych, a więc nie jest dokładnym odniesieniem do typologii miast turystycznych. Można ją traktować jako wstęp do takiej typologii. Z drugiej jednak strony analiza definicji turystyki w mieście pozwala stwierdzić, że polega ona na różnorodnym wykorzystywaniu przestrzeni oraz znajdujących się w niej zasobów przez przybywających do niego turystów umotywowanych w różny sposób. Dlatego miasto turystyczne nie stanowi koniecznie wyraźnie wyodrębnionej jednostki przestrzennej, która jest łatwo rozpoznawalna przez przyjezdnych. Można je określić jako rozłożoną na terenie miasta mozaikę miejsc doświadczeń konsumpcyjnych, najczęściej skupionych przestrzennie w formie stref lub dzielnic turystycznych (Ashworth, Page, 2011b; Getz, 1993; Spirou, 2011, s. 78–87), które zostaną bardziej szczegółowo omówione w dalszej części opracowania. Wiele miast może zatem pełnić dwie lub więcej funkcji wskazanych przez Page'a.

Fainstein i Judd (1999) stosują bardziej syntetyczny podział typów miast turystycznych:

- miasta stricte turystyczne (kurorty turystyczne – *resort cities*), stworzone dla przyjazdów w celach rozrywkowych i będące efektem urbanizacji turystycznej. Turystyka i przemysł rozrywkowy są wiodącymi funkcjami tych miast. Przykładem tego typu miast są Cancun oraz wspomniane już Las Vegas lub Orlando;

- miasta turystyczno-historyczne (*tourist-historic cities*), których dominującym zasobem jest dziedzictwo historyczne i kulturowe. Przykładami podanymi przez autorów tego typu miast są Praga, Jerozolima i Piza, ale można dodatkowo wskazać takie europejskie ośrodki jak Dubrownik, Czeski Krumlov, Brugia, Wenecja, Rzym;
- miasta przekształcone (*converted cities*), w których infrastruktura turystyczna powstała jako efekt planowego procesu przywracania zdegradowanych przestrzeni przemysłowych, odizolowanych od tradycyjnych centrów miast. Zwykle funkcja turystyczna jest wkomponowywana w określone obszary miasta poprzez proces rewitalizacji integracyjnej lub implantacyjnej (zob. Włodarczyk, 2011), przy czym ta druga następuje obecnie w formie wielkich megaprojektów inwestycyjnych (Gonzalez, 2011; Rius Ulldemolins, 2014; Wojtyśiak-Kotlarski, 2012). Z początku tworzono w ten sposób przestrzeń wyodrębnioną w formie dzielnic turystycznych, jednak obecnie wkomponowuje się nowe obszary w szerszy system miejskiej przestrzeni turystycznej. Przykładem tego typu miast są amerykańskie Boston, Cleveland i Atlanta, europejskie Bilbao, Manchester, Lille, Aarhus, a także – będące na wczesnym etapie rozwoju cyklu życia turystycznego – konurbacja śląska ze Szlakiem Zabytków Techniki (Staszewska, Żemła, 2013) oraz Łódź z zbytkowymi manufakturami włókienniczymi (Liszewski, 2005).

Systematykę tę stosuje także Spirou (2011, s. 109–112), podając wiele przykładów z poszczególnych typów miast oraz opisując zmiany w nich dokonane. Autor proponuje zmianę nazwy trzeciego typu z „miast przekształconych” na „miasta ze zmienioną marką” lub, korzystając z kalki z języka angielskiego, „miasta rebrandowane” (*rebranded cities*), wskazując, że współcześnie gigantyczne nakłady inwestycyjne dokonane w celu zmiany funkcji miast muszą być wspomagane szeroką komunikacją marketingową nastawioną na zmianę wizerunku miast w umysłach odbiorców. Przykładami takich miast są Filadelfia, Glasgow i Londyn.

Biorąc pod uwagę dotychczasowe rozważania, nie jest wielkim odkryciem stwierdzenie, że typologia zaproponowana przez Fainstein i Judda nie jest pełna. Po pierwsze dotyczy ona tylko ośrodków zdominowanych przez formy turystyki czasu wolnego, pomijając turystykę biznesową, która jest istotnym komponentem funkcji turystycznej wielkich miast. Po drugie brakuje w niej wyodrębnienia wielkiego miasta polifunkcyjnego, w którym nie można wskazać dominującego typu walorów, podstawowej formy turystyki lub kierunków zmian przestrzeni geograficznej lub społeczno-gospodarczej. Można zatem uzupełnić systematykę, dołączając do niej wielkie policentryczne metropolie.

Ogólnie można stwierdzić, że ze względu na wielofunkcyjność, komplementarność i uzupełniające znaczenie w stosunku do innych funkcji miejskich oraz wkomponowanie w przestrzeń miejską turystyka nie stanowi dobrej podstawy typologicznej dużych miast.

O wiele bardziej przydatna jest w sferze praktyki, a przede wszystkim w odniesieniu do działań z zakresu marketingu miasta, w którym dominuje nieustanna potrzeba wyróżnienia i pozycjonowania produktów turystycznych, narzucenia narracji marketingowej potencjalnym i rzeczywistym turystom oraz wykorzystania atrakcyjności turystycznej jako bardzo istotnego komponentu w procesie kształtowania wizerunku i marki miasta (Glińska, Florek, Kowalewska, 2009; Govers, Go, 2009).

### **2.3. Potencjał turystyczny i atrakcyjność turystyczna miast**

---

Miasta są typem regionów o bardzo wysokim potencjale turystycznym i zróżnicowanej atrakcyjności turystycznej. Nie są to pojęcia tożsame względem siebie. Według Miki (2011, s. 18) potencjał turystyczny miasta „wyraża jego zdolność do realizacji potrzeb osób przyjezdnych w celach turystycznych, zarówno tych potrzeb, z których wynikają motywy i cele przyjazdu (motywy i cele turystyczne), jak również potrzeb materialnych i duchowych turystów związanych z zakwaterowaniem, żywieniem, przemieszczaniem się, informacją i innymi elementami warunkującymi pozytywną realizację ich pobytu na miejscu”. Szeroka i pojemna struktura gospodarcza oraz różnorodność walorów turystycznych miasta sprawia, że potencjał ten jest relatywnie wysoki. Zróżnicowanie typologiczne miast turystycznych jest pochodną różnorodności motywów i celów odwiedzających je gości oraz szerokiego wachlarza walorów materialnych i niematerialnych, będących elementami ich produktów turystycznych<sup>2</sup>.

Wielkie miasta oferują zwykle kilka lub nawet kilkanaście produktów turystycznych tworzonych w oparciu o istniejącą w mieście podaż walorów turystycznych, a także innych zasobów miasta oraz istniejącej infrastruktury. Stąd na rynku miasta występują jako miasta kultury, miasta sportu, miasta historyczne, miasta rozrywki, zgodnie z wyszczególnioną wcześniej typologią. W ramach poszczególnych produktów kierowanych do poszczególnych segmentów odbiorców oferty miejskiej zasoby komponowane są w różny sposób oraz „opakowywane” w inną narrację marketingową.

Najbardziej znaną systematyką potencjału turystycznego wielkich miast jest ich podział na elementy pierwotne, wtórne i uzupełniające zaproponowany przez Jansen-Verbeke

---

<sup>2</sup> Warto zwrócić uwagę na rozróżnienie pojęcia „walor” od „zasobu” dokonane przez Kowalczyka (2000, 2012). Według autora zasoby są kategorią obiektywną i odnoszą się do wszystkich elementów krajobrazu (w jego wymiarze materialnym i niematerialnym), które mogą zainteresować turystów. Natomiast pojęcie waloru wprowadza element wartościujący, zatem odnosi się do tych zasobów, które turysta postrzega jako szczególnie wyróżniające się spośród reszty zasobów, i które mogą zaspokoić jego – odczuwane w konkretnej sytuacji – potrzeby emocjonalne. Czynnikiem weryfikującym jest jego subiektywna ocena, oparta na całokształcie przeżycia emocjonalnego, nieintencjonalnych składnikach doświadczenia oraz kontekście, w jakim znajdują się zasoby. Może być ona inna nie tylko w odniesieniu do różnych osób, ale nawet dla tej samej osoby – w pewnych sytuacjach te same zasoby kulturowe mogą stać się dla niej walorami, a w innych pozostaną zasobami.



(1988) i stosowany przez wielu badaczy turystyki wielkomiejskiej (zob. Law, 2002; Matczak, Płoński, 2008; Page, Hall, 2003; Żabińska, 2013).

Elementami pierwotnymi są główne atrakcje miasta, które wpływają na decyzję o jego odwiedzeniu. Dzieli się na dwie grupy:

1) Miejsca aktywności turystów (*activity place*):

- obiekty kulturowe: muzea i galerie sztuki, inne atrakcje biletowane, teatry, sale koncertowe, kina, centra kongresowe;
- obiekty i urzędy sportowe na wolnym powietrzu oraz zadaszone;
- obiekty rozrywkowe: kluby nocne, kasyna i inne salony gier, eventy kulturalne oraz festiwale.

2) Otoczenie czasu wolnego (*leisure setting*):

- obiekty fizyczne: historyczny układ ulic i budynków, interesujące budynki, zabytki i pomniki, budynki sakralne, parki i tereny zielone, zbiorniki wodne, rzeki i kanały, infrastruktura i zabudowa brzegowa, porty i przystanie;
- atrybuty społeczno-kulturowe miasta: żywotność i codzienny puls życia miasta, język, lokalne zwyczaje i sposób ubierania się, dziedzictwo kulturowe, gościnność i przyjazność mieszkańców, poziom bezpieczeństwa.

Elementami wtórnymi są te zasoby, których odwiedzający używają w trakcie pobytu. Należą do nich:

- hotele;
- zakłady gastronomiczne;
- dzielnice, centra i galerie handlowe;
- rynki miejskie i bazy.

Elementy uzupełniające to zasoby umożliwiające dotarcie do miasta oraz sfera obsługi ruchu turystycznego:

- Dostępność komunikacyjna (zagospodarowanie transportowe oraz zróżnicowanie środków transportu);
- Transport wewnętrzny (prywatny i publiczny);
- Infrastruktura parkingowa;
- Obsługa turystów: punkty informacji turystycznej, system informacji wizualnej, drogowskazy i tablice informacyjne, dystrybucja map i innych przydatnych turystom narzędzi.

Mimo że powyższa systematyka jest szeroko wykorzystywana w literaturze, nie jest (a nawet nie może być) jasna i jednoznaczna. Przykładem są sklepy i inne obiekty handlowe. Zaliczone są one do elementów wtórnych, jednak dla coraz większej liczby odwiedzających zakupy stanowią podstawowy cel przyjazdu. Pozwala to na umieszczenie ich w grupie miejsc aktywności turystów należącej do elementów pierwotnych (Law, 2002, s. 11). Ten sam problem występuje w przypadku zakładów gastronomicznych, które mogą

stać się celem wizyt turystów zwanych smakoszami (*foodies*). Ponadto niejasne jest także wskazanie tylko hoteli w grupie elementów wtórnych. Mimo tego, że stanowią one podstawową i najważniejszą kategorię miejskich obiektów noclegowych, stosowaną najczęściej jako wskaźnik konkurencyjności turystycznej miast, wachlarz typologiczny tych obiektów jest szerszy. Dodatkowo charakterystycznymi obiektami dla branży noclegowej dużych miast jest występowanie hosteli i apartamentów przygotowanych do dłuższych pobyków służbowych. Systematyka Jansen-Verbeke nie wytrzymuje próby czasu, zatem wymaga uzupełnień. Pierwszym z nich jest dodanie do grupy elementów uzupełniających rozwijającej się w miastach infrastruktury informatycznej w formie łącz sieci bezprzewodowych oraz sfery mobilnych aplikacji lokalizacyjnych i innych usług dla turystów opartych na technologii internetowej, GPS i telefonii komórkowej (Ahas, Aasa, Mark, Pae, Kull, 2007; Alejziak, 2009; Piechota, 2014a). Drugim jest dodanie do grupy miejsc aktywności odwiedzających sfery obsługi turystyki biznesowej – sal konferencyjnych, dużych, wielofunkcyjnych centrów kongresowych, obiektów szkoleniowo-konferencyjnych, hal targowo-wystawienniczych oraz nietypowych miejsc spotkań i wydarzeń (Davidson, Cope, 2003) – w ramach kategorii elementów podstawowych. Co prawda centra kongresowe były wymienione w klasyfikacji, jednak autorka zakwalifikowała je jako obiekty kulturowe, właśnie z myślą o ich kulturowym wykorzystaniu. Dodanie obiektów tworzących miejską branżę spotkań jako odrębnej grupy elementów pierwotnych jest wynikiem intensywnego wzrostu przyjazdów i pobyków biznesowych w miastach (por. Celuch, 2014; Żabińska, 2013). Trzecim uzupełnieniem, a raczej uszczegółowieniem systematyki, jest podkreślenie wzrastającej roli miejskich tras turystycznych, służących kontrolowanej (a więc w pewnym zakresie zorganizowanej) penetracji miejskiej przestrzeni turystycznej. Mikos v. Rohrscheidt (2009) wyróżnia trzy podstawowe typy: ogólne miejskie trasy historyczne, miejskie trasy monotematyczne (np. architektoniczne, literackie, biograficzne itp.) oraz miejskie trasy multitematyczne. Z kolei Stasiak (2014) stwierdza, że współczesne miejskie trasy turystyczne, oprócz oryginalnej i jednoznacznej nazwy własnej, znaku graficznego, linearnego przebiegu, cechują takie nowe komponenty jak: fabularyzacja zwiedzania, mikrowydarzenia związane ze szlakiem (np. krótkie przedstawienia lub pokazy), dodatkowe instalacje, wsparcie nowoczesnych technik multimedialnych oraz bogata oferta usług turystycznych i uzupełniających (np. handlowych). Czwartym uzupełnieniem, tym razem grupy elementów podstawowych w ramach otoczenia czasu wolnego, powinny być nieformalne strefy wypoczynkowe tworzone przez aktywistów miejskich w ramach mikrodziałań nazywanych taktyczną urbanistyką (*tactical urbanism*) (Lydon, Garcia, 2015). Dodatkowo Crilley (1993, s. 233) zauważa, że duże miasta kreują właściwy dla ich wizerunku przestrzenny mix kulturowy, realizowany poprzez działalność instytucji kulturalnych, rozwój przestrzeni otwartych na sztukę publiczną czy wyodrębnienie dzielnic uznawanych za artystyczne.

Węższa typologia odnosi się do atrakcyjności turystycznej miast, którą Mika (2011) definiuje jako zdolność do przyciągania ruchu turystycznego będącego rezultatem grawitacyjnego oddziaływania w stosunku do uczestników ruchu obiektywnie istniejących w jego przestrzeni warunków przyrodniczych, społecznych, kulturowych i gospodarczych, połączonego z ich subiektywną oceną przez turystów. Gołębski proponuje następujący podział miejskich atrakcji turystycznych (Gołębski, 2009, s. 354):

- wydarzenia sportowe, kulturalne, religijne, które według generowanego popytu i wartości przedsięwzięcia można podzielić na wydarzenia lokalne, regionalne, charakterystyczne i mega-eventy (Getz, 2008; Piechota, Zmysłony, 2014; Piechota, 2014b);
- spotkania, w tym: konferencje, kongresy, targi i inne wydarzenia wystawiennicze, imprezy konsumenckie, imprezy motywacyjne, wyjazdy integracyjne, spotkania firmowe, premiery produktów i inne (Celuch, 2014; Świątecki, Socała, Buczak, Piesik, 2005);
- kulturę w rozumieniu dziedzictwa historycznego oraz kulturę współczesną, w tym sztuki sceniczne;
- obiekty zapewniające kompleksowe wykorzystanie wolnego czasu, takie jak centra handlowe z rozbudowaną funkcją kulturalno-rozrywkową oraz sportową, które Middleton (1998) traktuje jako typ nowych obszarów turystyczno-wypoczynkowych;
- zdrowie, czyli wszelkiego rodzaju usługi poprawiające stan zdrowia oraz usługi estetyczno-wypoczynkowe;
- historyczne dzielnice będące wyodrębnionymi symbolicznie terytoriami.

Wielu znawców problematyki rozwoju turystyki w miastach, szczególnie badacze specjalizujący się w turystyce kulturowej (Buczowska, 2008; Dziembowska-Kowalska, Funck, 1999, 2000; McKercher, du Cros, 2003; Mikos v. Rohrscheidt, 2010, 2011; Richards, 1996a, 2007; van der Borg, Costa, Gotti, 1996), podkreślają pierwotne znaczenie walorów kulturowych i historycznych w budowaniu atrakcyjności turystycznej miast. Pod tym kątem dokonują zazwyczaj waloryzacji przestrzeni turystycznej.

Przykładowo zaproponowane przez Mikosa von Rohrscheidta (2010) badania potencjału turystyczno-kulturowego opierają się na miernikach tworzonych w systemie punktowym, a poszczególne elementy poddane waloryzacji ujęte są w czterech kategoriach. Podstawową kategorią są „obiekty i urządzenia będące celami turystyki kulturowej”, do której należą zabytki (obiekty sakralne, zamki i pałace, inne zabytkowe obiekty architektoniczne i techniczne, obiekty militarne), obiekty i miejsca historyczne lub współczesne (budowle historyczne i monumenty, cmentarze historyczne, budowle współczesne), pojedyncze dzieła sztuki, muzea i wystawy, eventy kulturowe, funkcjonujące zakłady przemysłowe, kulturowo

znacząca oferta przyrodnicza oraz szlaki kulturowe. Dodatkowo autor wyróżnia trzy kategorie o charakterze pomocniczym: elementy obsługi turystycznej, pozostałą ofertę czasu wolnego oraz inne czynniki wpływające na turystykę kulturową, we wszystkich stosując technikę waloryzacyjną<sup>3</sup>. Hughes (2002) z kolei podkreśla rolę kultury i sztuki w tworzeniu wizerunku miast jako miejsc atrakcyjnych nie tylko do spędzenia urlopu, ale także do pracy i życia. Według niego rozwój turystyki w oparciu o walory kulturowe może zaowocować wytworzeniem się ogólnego wizerunku miasta jako miejsca, które tętni życiem, w którym „dzieje się wiele rzeczy” i „wiele rzeczy jest możliwych”, nawet niezależnie od istniejącego stanu obiektywnego oferty kulturowej.

Niekiedy zdarza się, że odwiedzającym turystom wystarcza samo przebywanie w takim mieście, bez zwiedzania wewnątrz znanych atrakcji lub zaznajomienia się szczegółowo z jego historią lub kulturą. Zdarza się tak w ośrodkach mających silną markę opartą na silnej tożsamości i zdecydowanym wizerunku, przerastające markę najbardziej popularnych atrakcji w nim zlokalizowanych, które stanowią rdzeń jego produktu turystycznego. Przykładem jest Wenecja, w której systematycznie prowadzone badania popytu przez *Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica* wykazały, że 81% turystów odwiedza plac św. Marka, 76% Pałac Dożów, natomiast już tylko 42% z nich interesuje kolekcja sztuki Peggy Guggenheima, 39% budynek dawnego bractwa św. Rocha, a 31% Arsenał (Manente, 2015). Warto także podkreślić, że walory kulturowe, mimo tego że są generatorami ruchu turystycznego, są uznawane za niekomercyjną część obszarowego produktu turystycznego miast. Problemem jest zatem generowanie przez nie popytu w formie wydatków turystów (Pawlicz, 2012; Szmatała, Zmyślony, 2013).

Kozak (2009) i Żabińska (2013) podkreślają jednak, że współczesne metropolie oferują powrót do kultury, ale bez podziałów i wartościowań, gdzie występują elementy tradycji i współczesności, wartości oraz symbole importowane z lokalnymi podkulturami, kultura wysoka i masowa. Współcześnie materialne dziedzictwo kulturowe nie jest głównym zasobem dla rozwoju turystyki miejskiej, dlatego często mówi się, że dziś turystyka może się rozwijać także w miastach bez zabytków. Czynniki przyciągające współczesnego turystę do miasta są bardzo zróżnicowane i o powtórnych przyjazdach do miast decydują rozwinięte usługi kulturalne, handlowe, gastronomiczne oraz różnego typu wydarzenia związane z kulturą współczesną, rozrywką, sportem itd. Samo dziedzictwo kulturowe, jeśli nie jest „obudowane” wydarzeniami i innymi atrakcyjnymi produktami, nie generuje powtórnych odwiedzin. Kowalczyk (2008, s. 22) zauważa, że praktycznie wszystkie elementy

---

<sup>3</sup> Stosowanie technik waloryzacyjnych w odniesieniu do takich elementów jak: infrastruktura turystyczna, infrastruktura komunikacyjna, instytucje kultury, oferta sportowa, rekreacyjna i edukacyjna, oferta turystyki biznesowej, oferta zakupowa, w których można stosować mierniki podstawowe oparte na wartościach fizycznych.

krajobrazu kulturowego, a więc także krajobrazu miejskiego, mogą być uznane za zasoby, a nawet walory. Powołuje się on na MacCannela (2002), który z kolei podaje przykłady sądu, mennicy, giełdy, a nawet kostnicy, rzeźni i kanałów miejskich jako obiektów będących celami wycieczek turystycznych w Paryżu. Z kolei Spirou (2011, s. 78–79) podaje przykłady komercyjnie organizowanych wycieczek do faveli Rio de Janeiro, dzielnic opanowanych przez gangi w Los Angeles i dzielnic Rotterdamu zamieszkiwanych przez mniejszości narodowe, przed którymi klienci są proszeni o podpisanie oświadczenia, że zdają sobie sprawę z niebezpieczeństw czyhających podczas zwiedzania.

W odróżnieniu od turystyki miejskiej w wąskim rozumieniu, podstawą której są w całości walory kulturowe, w przypadku turystyki wielkomiejskiej nie jest możliwe postulowanie ich wiodącej roli w tworzeniu potencjału turystycznego. Wszystkie zasoby miasta pełnią obecnie funkcję walorów turystycznych bądź wykorzystywanych masowo przez wszystkie segmenty turystów, bądź selektywnie przez wąskie grupy odwiedzających, a nawet indywidualnych eksploratorów miejskich.

Wątek przypisywania wagi poszczególnym rodzajom walorów w mieście można zakończyć stwierdzeniem Ashwortha i Page'a (2011a, s. 7), którzy zauważają, że miasta są z jednej strony centrami akumulacji oraz koncentracji władzy gospodarczej i politycznej, organizacji i aktywności, a z drugiej centrami kultury, rozrywki i rekreacji. Jednak w większym stopniu przyjazdy turystów motywowane są przez pierwszą, a nie drugą grupę atrybutów. Dlatego wiodące tradycyjne miasta kulturowe jak Florencja czy Salzburg nie przyciągają większej liczby odwiedzających niż ośrodki charakteryzujące się skromniejszym potencjałem kulturowym, jak Hamburg, Lyon lub Zurych.

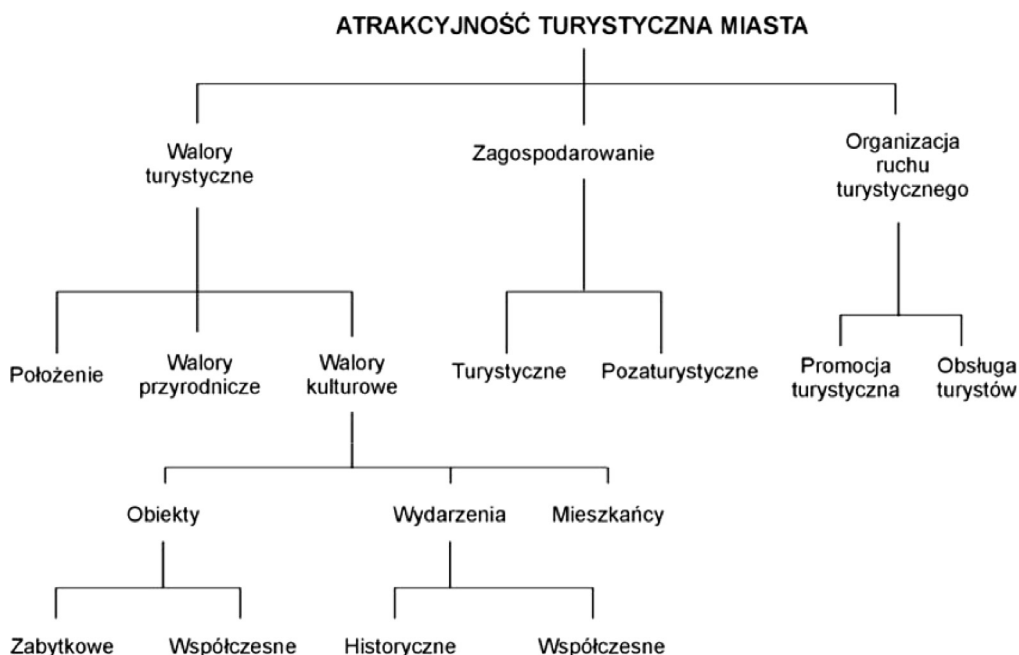
### **Istota atrakcyjności turystycznej dużych miast**

Z uwagi na tematykę niniejszego opracowania warto przytoczyć gradację atrakcji turystycznych zaproponowaną przez Butlera (1991) według kryterium zakresu rozpoznawalności. Na tej podstawie możemy wyróżnić sześć kategorii (przy czym ich rozróżnienie znów nie jest jednoznaczne):

- atrakcje rozpoznawalne na szczeblu międzynarodowym i będące w stanie przyciągnąć zróżnicowane segmenty odbiorców (np. atrakcje Londynu lub Paryża),
- atrakcje rozpoznawalne na szczeblu międzynarodowym, ale będące w stanie przyciągnąć tylko wybrane segmenty turystów (np. piramidy w Egipcie),
- atrakcje rozpoznawalne na szczeblu krajowym, a więc atrakcyjne dla szerokiego zakresu turystów krajowych, ale stosunkowo małej liczby turystów zagranicznych (np. atrakcje w Quebec w Kanadzie),

- atrakcje rozpoznawalne na szczeblu krajowym, ale mające charakter wyspecjalizowany i będące w stanie przyciągnąć turystów tylko w połączeniu z innymi miejscami (atrakcjami),
- atrakcje mające przede wszystkim zasięg regionalny, a więc atrakcyjne dla turystów w skali jednego lub kilku województw,
- atrakcje mające zasięg lokalny, mające charakter pierwotny lub komplementarny w kreowaniu popytu turystycznego.

W nawiązaniu do powyższej klasyfikacji Law (2002, 10) wyróżnia szczebel kontynentalny jako pośredni pomiędzy szczeblem krajowym a międzynarodowym, podkreślając przy tym potencjał miasta w generowaniu ruchu przyjazdowego w ramach tego samego kontynentu. Korzystając pośrednio z jego rozważań, można stwierdzić, że miasto uzyskuje minimalny międzynarodowy zasięg działalności mierzonej ruchem turystycznym, gdy udział przyjazdów zagranicznych przekroczy wartość 30% całkowitego generowanego ruchu turystycznego mierzonego liczbą udzielonych noclegów lub wynajętych pokoi w obiektach hotelowych. Z kolei w 15 najczęściej odwiedzanych miastach europejskich wskaźnik ten wynosi 70% (ECM, 2013).



Rys. 6. Czynniki składające się na atrakcyjność turystyczną miasta  
Źródło: Kowalczyk (2005).

Wielofunkcyjność wielkich miast i różnorodność walorów turystycznych w nich zlokalizowanych przekłada się bezpośrednio na składniki ich atrakcyjności turystycznej.

Kowalczyk (2005) określa ją poprzez analizę kilku komponentów (rys. 6). Pierwszym z nich są dostępność i jakość zasobów kulturowych i naturalnych, które mają potencjał do wykorzystania turystycznego (a więc postrzeganych jako potencjalne walory turystyczne). Drugim komponentem jest położenie i dostępność komunikacyjna miasta i jego terenów podmiejskich. Trzecim komponentem jest natężenie i zróżnicowanie przestrzenne zagospodarowania turystycznego w zależności od dominujących form turystyki. Ponadto istotna jest kwestia organizacji ruchu turystycznego, w tym promocji i obsługi turystów. Dodatkowym komponentem, istotnym z punktu widzenia rozwoju turystyki biznesowej, jest potencjał i specjalizacja gospodarcza aglomeracji. Ostatnim, trudnym do zmierzenia elementem, jest atmosfera, jaką tworzy miasto, którą turyści odbierają jako niepowtarzalny czynnik atrakcyjności. Wszystkie te komponenty poddawane są na rynku weryfikacji zarówno poprzez decyzje turoperatorów w zakresie włączenia miasta do swoich ofert turystycznych, jak i odwiedzin turystów. Wyniki badania wszystkich tych obszarów zostały przedstawione w niniejszym opracowaniu.

Bazując na koncepcji atrakcyjności turystycznej miasta, możemy wyszczególnić atrybuty przyciągające turystów i innych podróżnych do miast (Jansen-Verbeke, Lievois, 1999). Tworzą one cztery grupy ogólnych czynników, w ramach których można wyodrębnić czynniki szczegółowe przedstawione na rysunku 7.

Unikatowość i atrakcyjność	Atrakcje kulturowe oraz zwiedzanie	Rozrywka	Gastronomia i zakwaterowanie
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szeroki zakres atrakcji oraz aktywności</li> <li>• Ciekawe miejsca do odwiedzenia</li> <li>• Możliwość zdobycia unikalnego doświadczenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Znane budynki i budowle</li> <li>• Interesująca architektura</li> <li>• Dziedzictwo historyczne</li> <li>• Znakomite muzea i galerie</li> <li>• Interesujący mieszkańcy</li> <li>• Inna kultura i sposób życia</li> <li>• Lokalne zwyczaje i tradycja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Życie nocne</li> <li>• Zakupy</li> <li>• Koncerty muzyczne</li> <li>• Teatry i sztuka sceniczna</li> <li>• Ciekawe festiwale i inne wydarzenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobre hotele</li> <li>• Zróżnicowane i wyszukane restauracje</li> <li>• Kuchnia lokalna</li> </ul>

Rys. 7. Czynniki skłaniające do odwiedzin miasta  
 Źródło: Jansen-Verbeke, Lievois (1999, s. 88).

Podsumowując, można stwierdzić, że wielkie miasta oferują duży zakres walorów turystycznych zarówno odnoszących się do szerokiego grona odbiorców, jak i nisz rynkowych. Równie istotne jak walory kulturowe są infrastruktura biznesowa, rekreacyjno-sportowa, zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjna.

## 2.4. Miejscy turyści i turyści w mieście

---

Ashworth i Page (2011a, s. 7) celnie zauważają, że odwiedzanie miast i bycie zainteresowanym (przyciągniętym) przez miejskie walory nie oznacza tego samego. Nie wszyscy turyści są gośćmi uprawiającymi turystykę miejską w wąskim znaczeniu tego terminu, a więc motywowanymi konkretnymi walorami miejskimi. Odpowiedzi na pytanie, dlaczego ludzie odwiedzają miasta, jest tak wiele, jak różnorodne są motywacje ludzkie.

Kozak (2009) stwierdza, że natura popytu na turystykę wielkomiejską ma wiele wymiarów i często nastawiona jest na realizację wielu celów jednocześnie. Współczesny masowy turysta nastawiony jest na przeżycia, doświadczenia, wrażenia; to one są przedmiotem konsumpcji turystycznej, a w przeżywaniu autentyczne musi być ono samo, nie zaś otoczenie.

Według Gołębskiego (2003) kluczowe dla uprawiania turystyki w mieście są trzy rodzaje motywacji: kulturowe, prestiżowe i egzystencjalne (w tym biznesowe). Z kolei Madurowicz (2008a), wykorzystując ogólne rozważania Przeclawskiego (1979), wskazuje cztery motywy wyjazdów turystów do miast:

- pragnienie udania się do określonego miejsca (motyw poznawczy),
- pragnienie pozostawania w zgodzie ze stereotypami społecznymi i modą (motyw społeczny),
- zaspokojenie potrzeb emocjonalnych i estetycznych (motyw psychologiczny),
- uprawianie turystyki *sensu largo* (np. turystyka zarobkowa, pielgrzymkowa, konferencyjna).

Madurowicz (2008a, s. 72–73) proponuje także, aby wzorem rozdzielania turystyki miejskiej od turystyki w mieście dokonać rozdzielania operacyjnego turysty miejskiego od turysty w mieście. Pierwszy odwiedza i poznaje miasto, traktując je jako niepodzielne dziedzictwo kulturowe, drugi uprawia turystykę wypoczynkową, handlową, kulturalno-rozrywkową itp., korzystając z zagospodarowania turystycznego. Dodatkowo autor ten zastanawia się, czy do tej drugiej grupy zaliczyć mieszkańców, ponieważ przejawiają oni w coraz większym stopniu zachowania dotąd będące domeną turystów. „Mieszkaniec staje się turystą we własnym mieście w momencie, kiedy zakosztuje dysonansu poznawczego. Turysta stanie się mieszkańcem wówczas, gdy zrozumie miasto i zacznie się z nim identyfikować” (Madurowicz, 2008a, s. 80). Rozumiejąc perspektywę badawczą, a raczej interpretacyjną autora, podkreśloną barwną narracją, nie można zgodzić się z jego swobodną i śmiałą pod względem metodycznym propozycją ujednoczenia rozumienia ról mieszkańca i turysty. Wydaje się, że subiektywny stan odczuwania jest niewystarczający do rzeczywistego przypisania ról społecznych, zatem wypowiedź – trafną nie tylko poznawczo, ale także w odniesieniu do formułowania komunikatów marketingowych – należy potraktować jako metaforę o szerszym znaczeniu. Rozróżnienie to wpisuje się we wcześniej dokonany przez Page’a i Halla (2003, s. 87) podział na intencjonalnych użytkowników miasta, którzy



są motywowani do przyjazdu charakterem miasta, oraz przypadkowych użytkowników miasta, którzy uważają, że charakter miasta nie jest istotny w trakcie jego doświadczania.

Niewątpliwie jednym z kluczowych typów uczestników turystyki w obszarach miejskich są turyści kulturowi, ponieważ szeroko pojęta kultura dominuje wśród najważniejszych przesłanek wizyt turystycznych w dużych miastach. Można ich przyrównać do turystów miejskich w wąskim znaczeniu zaproponowanym przez Madurowicza. Literatura z zakresu turystyki kulturowej pełna jest wyników badań poświęconych profilowi turysty kulturowego (zob. K Buczkowska, 2008; K. Buczkowska, 2014; McKercher, du Cros, 2003; Mikos v. Rohrscheidt, 2010, 2011; Richards, 1996b, 2007; Silberberg, 1995). Na podstawie tych badań możemy stwierdzić, że odbiorców miejskiego produktu kulturowego cechuje różny stopień zaangażowania, wynikający z siły występowania motywacji kulturowych. Według Silberberga (1995) oprócz osób o zdecydowanym poziomie motywacji i zaangażowania, którzy stanowią około 15% wszystkich turystów i 5% odbiorców lokalnych, można wyróżnić odbiorców częściowo umotywowanych kulturowo (odpowiednio 30% turystów oraz 15% mieszkańców), odbiorców, których potrzeby kulturowe są uzupełnieniem innych potrzeb (20% obu grup) oraz odbiorców zaangażowanych incydentalnie (15% turystów oraz 40% mieszkańców). Podział ten jest podobny do segmentacji rynku turystyki kulturowej autorstwa McKerchera i du Crosa (2003). Wydaje się, że najlepszą klasyfikację turystów kulturowych stosuje Nahrstedt (1997) oraz, na jego przykładzie, Mikos v. Rohrscheidt (Nahrstedt, 1997 za: Mikos v. Rohrscheidt, 2010), przyjmując za kryterium stosunek turystów do kulturowych celów i elementów w czasie pobytu. Wyróżniają oni turystów motywowanych kulturowo, cechujących się najwyższym stopniem zaangażowania w doświadczanie miasta, turystów zainteresowanych kulturowo, wybierających specjalne oferty kulturowe i spakietyzowane wyjazdy oraz turystów przyciąganych kulturowo, incydentalnie korzystających z zasobów kulturowych miasta.

Turyści kulturowi nie są jedyną grupą odbiorców produktów turystycznych dużych miast. Równie istotnym i równie charakterystycznym dla przestrzeni miejskich segmentem odwiedzających są turyści biznesowi. Szacuje się, że w miastach metropolitalnych ich udział dochodzi do 50%. Jest to bardzo niejednorodna grupa, na którą składają się następujące profile odbiorców (Celuch, 2014; Davidson, Cope, 2003):

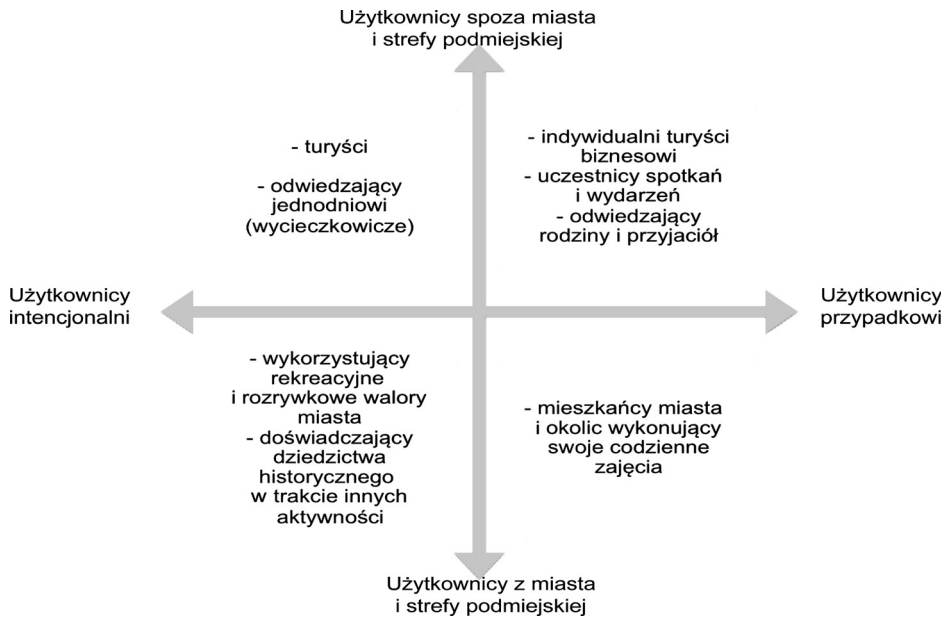
- indywidualni pracownicy podróżujący służbowo w sposób rutynowy;
- wystawcy i zwiedzający targi i wystawy;
- uczestnicy spotkań: konferencji, kongresów, zjazdów i innych zgromadzeń masowych;
- uczestnicy wydarzeń biznesowych: seminariów szkoleniowych, posiedzeń zarządów, rad nadzorczych, walnych zgromadzeń;
- pracownicy odwiedzający miasta w ramach podróży motywacyjnej lub integracyjnej;

- uczestnicy wydarzeń kulturalnych, sportowych lub rozrywkowych wchodzących w skład pobytów organizowanych w ramach turystyki korporacyjnej.

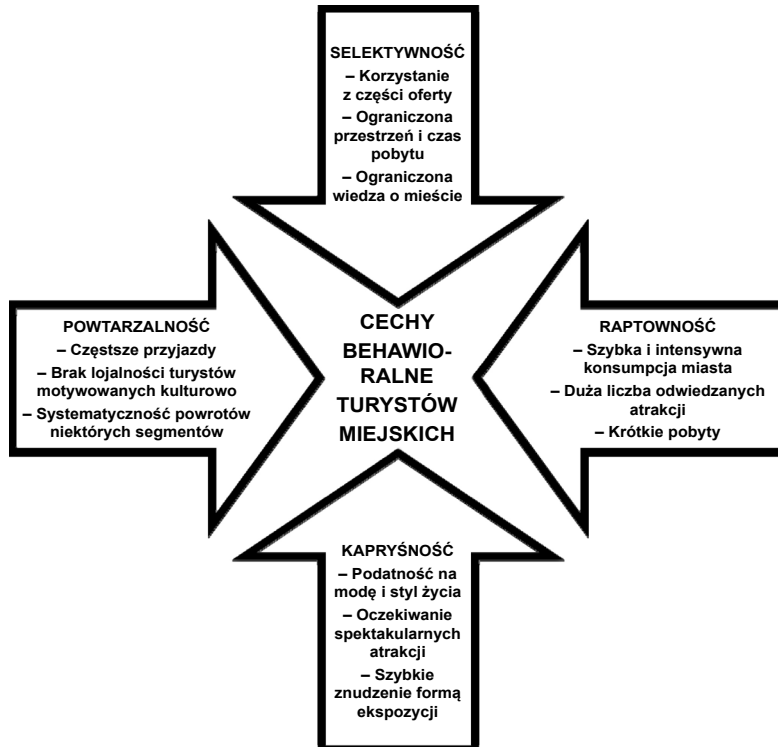
Jak już wcześniej wspomniano, ten segment „gości miejskich” korzysta przede wszystkim z infrastruktury komunikacyjnej oraz biznesowej (w tym charakterystycznych elementów, jak centra kongresowe i hotele konferencyjne), natomiast ich popyt na usługi i dobra turystyczne ma charakter pochodny (Davidson, Cope, 2003; Swarbrooke, Horner, 2001). Różnorodność typów turystów motywowanych biznesowo do odwiedzenia dużych miast jest powiązana bezpośrednio z zakresem wykorzystywania przez nich walorów turystycznych. Szerokość tego zakresu wynika z możliwości i chęci dodawania elementów rekreacyjnych po lub w trakcie wykonywania obowiązków służbowych i biznesowych w ramach pobytu w mieście. Na tej podstawie Davidson (2003) wprowadza pojęcie „współczynnika przyjemności” mierzącego możliwości zmiany ról turysty biznesowego w turystę czasu wolnego. Współczynnik służy jako kryterium porządkujące rodzaje turystycznych pobytów biznesowych. Najmniejsze możliwości dodawania elementów przyjemności w ramach pobytu w mieście mają indywidualni turyści służbowi, a następnie uczestnicy seminariów korporacyjnych. Współczynnik systematycznie wzrasta w odniesieniu do turystyki targowej, następnie uczestnictwa w premierach produktów, turystyki konferencyjnej, a największe rozmiary osiąga w odniesieniu do turystyki korporacyjnej i motywacyjnej, w ramach których uczestnicy mają swobodę w wykorzystaniu zasobów miasta w takim samym stopniu, co indywidualni turyści kulturowi. Poszerzanie współczynnika przyjemności następuje bezpośrednio przez korzystanie z ogólnej turystycznej oferty miast poprzez wydłużanie czasu pobytu ponad czas niezbędny do wykonania obowiązków zawodowych, towarzyszenie bliskich osób w czasie pobytu, korzystanie z elementów programu socjalnego towarzyszącemu spotkaniom i wydarzeniom (spotkania networkingowe, uroczyste bankiety i kolacje, specjalne wycieczki turystyczne itp.) oraz powtórne odwiedziny miasta w charakterze turysty kulturowego lub rekreacyjnego.

Poszerzając zakres użytkowników charakterystycznych dla miast, można wyróżnić cztery ich grupy (Ashworth, Tunbridge, 1990) według kryterium postaw konsumpcyjnych w stosunku do miast oraz miejsca zamieszkania (rysunek 8).

W dużych miastach zacierą się dychotomiczne rozróżnienie odwiedzających na turystów i wycieczkowiczów. Zwracają na to uwagę van der Borg (1991) oraz Russo (2002), badając rozwój turystyki w Wenecji. Wyróżniają oni dodatkowo tzw. fałszywych wycieczkowiczów. Są to odwiedzający podmiejscy, którzy korzystają z noclegu i innych usług turystycznych (np. gastronomicznych) poza granicami miasta, a w trakcie dnia przybywają do obszaru centralnego, w którym zlokalizowane są najbardziej atrakcyjne walory kulturowe. Z badań przeprowadzonych na terenie Wenecji wynika, że turyści nocujący w mieście wydatkują średnio 30% więcej niż „fałszywi wycieczkowicze” oraz trzy razy więcej niż klasyczni odwiedzający jednodniowi (Russo 2002).



Rys. 8. Użytkownicy miasta według postaw konsumpcyjnych oraz miejsca zamieszkania  
 Źródło: Ashworth, Tunbridge (1990, s. 120–121).



Rys. 9. Charakterystyka popytu turystyki wielkomiejskiej  
 Źródło: Ashworth, Page (2011a, s. 8–9); Ashworth (2009).

Struktura typologiczna osób odwiedzających miasta, a szczególnie metropolie, jest bardzo zróżnicowana. Goście są doświadczonymi międzynarodowymi użytkownikami miast, często będąc z nimi dobrze zaznajomionymi lub w jakiś sposób powiązanymi (krewni lub znajomi, interesy, powtórne odwiedziny itp.) (Maitland and Newman, 2009, s. 135). Biorąc pod uwagę różnorodność wielkomiejskiej oferty turystycznej oraz kompleksowość popytu turystów, sposób, w jaki turyści „używają” i doświadczają miasta, można scharakteryzować behawioralnie przy użyciu czterech atrybutów (Ashworth, Page, 2011a, s. 8–9; Ashworth, 2009) (rysunek 9).

## **Selektywność**

Turyści odwiedzający duże miasta korzystają jedynie z niewielkiej części przygotowanej dla nich oferty. Większość użytkowników jest raczej selektywnymi odbiorcami niż wszędobylskimi i wykorzystującymi wszystkie zasoby miasta konsumentami. Dodatkowo w porównaniu do pozostałych użytkowników selektywność wyborów turystów kształtuje ograniczony czas pobytu i wiedza o mieście, a także oczekiwania wynikające z wizerunku miasta formowanego przez docierające do nich treści marketingowe. Z perspektywy indywidualnego turysty dostępność czasowo-przestrzenna miasta jest o wiele mniejsza, a przy tym bardziej sztywna i podatna na komercjalizację i ujednoczenie niż zakres użytkowania miasta przez mieszkańców i innych użytkowników. W rezultacie przestrzeń ich aktywności jest limitowana i prowadzi zazwyczaj do stopniowego, na ogół nieformalnego wyodrębnienia w mieście przestrzeni wzmożonego ruchu turystycznego, a nawet dzielnic turystycznych (por. Getz, 1993) o różnym stopniu intensywności. Wśród turystów miejskich w ścisłym tego słowa znaczeniu, którzy motywowani są doświadczaniem miasta i jego walorów oraz poznaniem jego ducha i klimatu, często także u osób odwiedzających je nie po raz pierwszy, ograniczenia te wywołują reakcję w formie potrzeby zejścia „z utartego szlaku” i poszukiwania nieznanego na ogół turystom obiektów i przestrzeni oraz przejawów życia codziennego (Derek, 2013; Maitland, Newman, 2009; Maitland, 2008a).

Jednym z narzędzi zarządzania turystyką oraz kierunkiem badań turystyki miejskiej jest wykorzystywanie narzędzi geolokalizacji (GIS) w celu śledzenia ścieżek potoków turystów w przestrzeni miasta (*tracking*) (Fischer, Gnip, 2013; Modsching, Kramer, Ten Hagen, Gretzel, 2008; Shoal, Issacson, 2007). Szczególnie interesujące są wyniki badań nad przestrzennymi zachowaniami odwiedzających miasta prowadzone przez zespoły pod kierownictwem McKerchera. Badacze scharakteryzowali 11 stylów przestrzennych zachowań odwiedzających miasta, wykorzystując do tego celu sześć zmiennych: granice obszarów, dzienną liczbę wycieczek, liczbę przystanków w trakcie wycieczki, udział w komercyjnych city-tours, realizację wycieczek poza miasto oraz zwiedzanie miasta z wieloma przystankami (McKercher, Lau, 2008). Z kolei porównanie wzorców zachowań turystów

odwiedzających Hong-Kong po raz pierwszy z gośćmi wielokrotnymi wykazało znaczne różnice w spędzaniu czasu w największych atrakcjach miejskich. Ponadto odwiedzający miasto po raz pierwszy na ogół wybierają się na całodzienne, intensywne miejskie wycieczki, natomiast doświadczeni goście preferują krótkie wypadki do wybranych atrakcji i częste powroty do hotelu (McKercher, Shoval, Ng, Birenboim, 2012).

## **Raptowność**

Miasta są w naturalny sposób organizmami, w których życie toczy się szybciej i intensywniej, wypełnione jest wieloma aktywnościami. W stereotypowej opinii społeczności największych miast „nie zasypiają”, żyjąc w trybie 24/7, czyli 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Ta raptowność działań przekłada się na turystyczne wzorce konsumpcji. Podkreśla to zwyczajowa nazwa city-breaks określająca pobyty turystyczne w miastach. Turyści konsumują produkty turystyczne oferowane przez miasta szybko, intensywnie i w stosunkowo krótkim czasie, zwiedzając, często pobieżnie, dużą liczbę atrakcji. Niektórzy z nich kolekcjonują odwiedzane obiekty, „odhaczając” je na swojej liście atrakcji, które trzeba zobaczyć, często dokumentując zdobycz zdjęciem zamieszczanym w portalach społecznościowych.

Długość pobytu w miastach jest o wiele krótsza niż w innych typach regionów turystycznych i rzadko przekracza 2 dni. W strukturze ruchu turystycznego wielu dużych miast (jednak nie tych największych, o charakterze globalnym) znaczącym, a wielu przypadkach kluczowym segmentem są wycieczkowicze oraz tzw. fałszywi wycieczkowicze, a więc turyści nocujący poza miastem i zwiedzający je w ciągu dnia (Russo, 2002; van der Borg, 1991). Często praktyką jest pomiar czasu odwiedzin nie w dniach, ale godzinach. Negatywnymi konsekwencjami raptownego sposobu zwiedzania jest niska jakość doświadczenia turystycznego oraz obniżenie standardów jakościowych oferty turystycznej miast, a także zatarcie kultury i charakteru lokalnego przestrzeni miejskiej. Odwiedziny turystów są za to częstsze, a w przypadku sporej ich grupy wielokrotnie powtarzalne.

## **Powtarzalność**

Przyjazdy turystów do dużych miast są częstsze niż ich odwiedziny w miastach mniejszych i innych rodzajach regionów. Ta ogólna zależność musi być jednak poddana bardziej szczegółowej analizie. Po pierwsze w przypadku niektórych segmentów odwiedzających, takich jak podróżujący indywidualni w celach służbowych, uczestnicy spotkań i wydarzeń, turyści medyczni, zakupowicze itp., ta powtarzalność jest częsta, a w niektórych przypadkach nawet regularna. Po drugie turyści kulturowi na ogół nie są lojalnymi gośćmi miast. Dotyczy to szczególnie podróżujących do miast o silnym wizerunku oraz rozpoznawalnych atrakcjach, którzy są mniej skory do powtórnych odwiedzin. Selby (2004) stwierdza, że w ramach ograniczonego czasu i środków finansowych wielu turystów, w ramach realizacji

ich celów życiowych, odwiedza miasta, aby odwiedzić najbardziej znane obiekty i miejsca. Kiedy lista ta zostaje wypełniona i oczekiwania są zaspokojone, powtórne odwiedziny stają się zbędne, a turyści podążają do innych miast. Paradoksalnie im bardziej unikatowymi atrakcjami miasto dysponuje, tym bardziej prawdopodobne, że turyści nie odwiedzą go powtórnie, traktując wizytę w nich jako jednorazowe doświadczenie życiowe. Jest to szczególnie charakterystyczne dla turystów odwiedzających średnie i mniejsze miasta, jak Niagara Falls, Piza, Florencja, Wenecja, Luxor, Brugia, Dubrownik, jednak spotykane także w dużych miastach. W tym ostatnim przypadku wielofunkcyjność, uniwersalność oraz bardzo szeroki zakres oferty turystycznej, która polega na sprzedaży atmosfery miasta, a nie jego poszczególnych atrakcji, generuje powtórne wizyty.

W dużych miastach stosuje się różne strategie prowadzące do zwiększenia powtórnych wizyt. Są nimi kierowanie oferty marketingowej do nowych rynków pod względem geograficznym, demograficznym i psychograficznym, rozwój produktów niszowych (przykładem jest turystyka gastronomiczna, sportowa). Innym rozwiązaniem są inwestycje w nowe atrakcje będące nowymi symbolami miast – budowa nowoczesnych muzeów, stadionów, centrów kongresowych i kulturalnych, parków rozrywki, organizacja wielkich imprez, rewitalizacja całych kwartałów i dzielnic, to tylko niektóre inicjatywy będące powszechnym narzędziem podniesienia atrakcyjności turystycznej. Miasta nieustannie rozszerzają swoją ofertę turystyczną, przedstawiają odwiedzającym i mieszkańcom nowe możliwości spędzania wolnego czasu oraz rewitalizują i wzbogacają klasyczne atrakcje turystyczne (Clark, Lloyd, Wong, Jain, 2004, s. 294; Maitland, Newman, 2009).

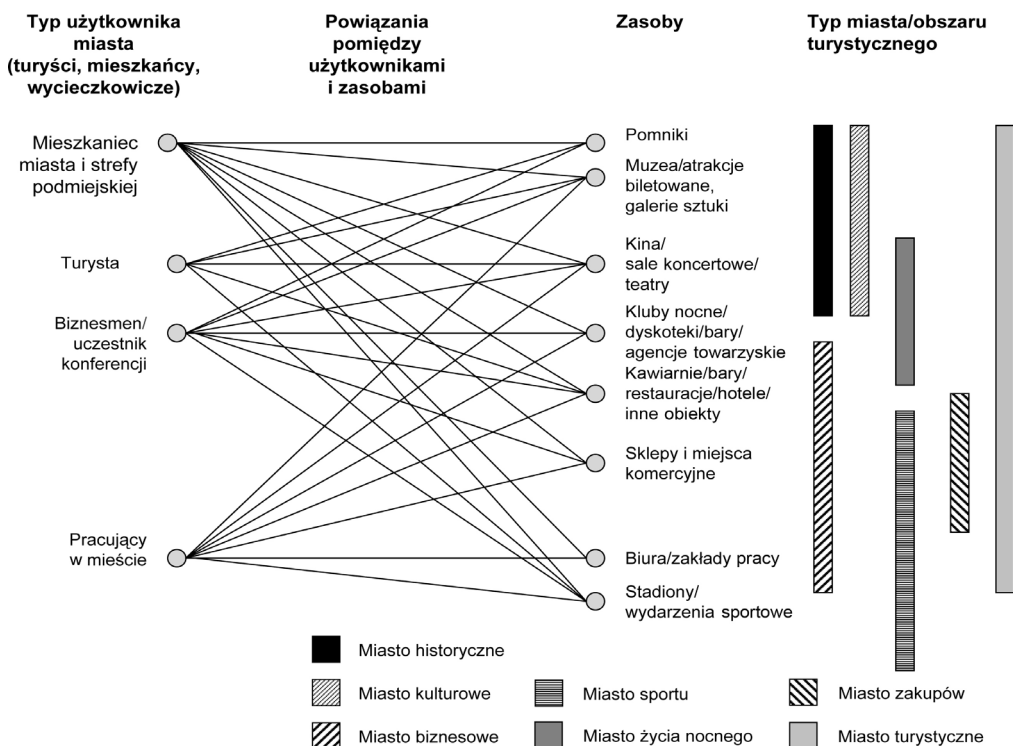
## **Kapryśność**

Miejsca turyści są z natury rozkapryśzeni i mimo że termin ten jest nienaukowy, najlepiej określa tę cechę. Turystyka w mieście jest bowiem bardzo podatna na takie zjawiska jak moda, zmiana gustów lub stylów życia. Jest to zgodne z motywem społecznym wyjazdów turystów do miast (Madurowicz, 2008a). Wybór miasta jako docelowego miejsca podróży jest w znacznie większym stopniu częścią stylu życia niż elementem demonstracji jego poziomu i pełnienia funkcji społecznych. Szybko zatem dane miasto może stracić status *trendy* i uzyskać status *passé*. Ponadto rozkapryśzenie turystów polega także na oczekiwaniu coraz bardziej spektakularnych atrakcji, wyjątkowości walorów oferowanych przez miasta (zarówno stałych, jak i czasowych), nieustannych inwestycji w poprawę jakości infrastruktury turystycznej oraz technicznej i komunikacyjnej. Pochodną tych oczekiwań jest obniżenie oczekiwań odnośnie do jakości wiedzy i informacji przekazywanej przez funkcję turystyczną miast, czego efektem jest spływanie oferty turystycznej. Jest to duże wyzwanie dla miast kulturowych, których oferta zbudowana jest na silnym dziedzictwie historycznym, realizowanym głównie przez architekturę. Wyzwanie poszerzenia produktu turystycznego jest w takich przypadkach niemal niemożliwe.

Multifunkcyjność dużych miast powoduje, że oprócz szerokiej gamy turystów selektywnymi użytkownikami oferty turystycznej, uporządkowanej w formie produktów turystycznych, są inne, niekoniecznie rozłączne, grupy: wycieczkowicze, mieszkańcy, pracownicy, zakupowicze. Różnorodne motywy aktywności powodują, że poszczególni użytkownicy motywowani są przez inne elementy potencjału zasobowego, jednak korzystają z wielu wspólnych elementów miasta (w tym z szerokiej gamy usług i dóbr turystycznych oraz infrastruktury miejskiej). Utrudnia to, a w zasadzie uniemożliwia, dokonanie kompleksowej taksonomii użytkowników miejskiej oferty turystycznej. Gołębski (2009, s. 354) stwierdza, że miasta mają z reguły wielofunkcyjny charakter, w większości przypadków atrakcje służą mieszkańcom stałym. W wielkich miastach rozwój turystyki jest zawsze jedną z wielu funkcji. Rozwój turystyki w miastach wpływa z reguły na modernizację systemów komunikacyjnych, większą dbałość o estetykę (szczególnie zabytkowych i handlowych centrów) i rozbudowę infrastruktury komunikacyjnej (lotniska, porty, dworce kolejowe).

Motywy, preferencje i zachowania turystów kształtują ofertę turystyczną miast, dlatego pochodną różnorodnego popytu jest typologia miast turystycznych. Rodzaje miast mogą być interpretowane zarówno jako ich specjalizacja, jak i wynik segmentacji produktowej oraz wynikającej z niej narracji marketingowej. Syntezę tego podejścia proponują Page i Hall (2003) w formie rysunku 10, za pomocą którego wyjaśnili związki między poszczególnymi użytkownikami miasta, wykorzystywanymi przez nich zasobami oraz obszarami ich aktywności interpretowanymi także jako rodzaje miast turystycznych lub obszarów aktywności turystycznej podejmowanych w mieście.

Na rysunku przedstawiono cztery podstawowe grupy użytkowników miast będących jednocześnie odbiorcami oferty turystycznej sprzężonej z rekreacyjną: mieszkańców i wycieczkowiczów z obszaru aglomeracyjnego, turystów kulturowych (poznawczych), biznesmenów i delegatów konferencyjnych, a także osoby pracujące w mieście. Wszyscy oni korzystają z podobnych zasobów miasta, z których większość jest dostępna nieodpłatnie w formie dóbr publicznych. Są jednak wyjątki w strukturze użytkowania zasobów. Przykładowo turysta wakacyjny nie korzysta ze sklepów oraz biur i zakładów pracy, przy czym tylko ten drugi aspekt wydaje się być zrozumiały. Osoby pracujące w mieście nie są za to zainteresowane pomnikami. Ponadto turysta biznesowy nie korzysta z biur i zakładów pracy. Podejmowane przez poszczególnych użytkowników aktywności wymagają skorzystania z poszczególnych zasobów, co rodzi za sobą pewne skutki poznawcze. Dlatego po prawej stronie rysunku mamy zobrazowane zakresy funkcjonalne miasta, którego najszerszym i najbardziej pojętym typem jest miasto turystyczne. Miasta te mogą funkcjonować niezależnie od siebie, jednak będąc od siebie zależne i funkcjonalnie powiązane.



Rys. 10. Rodzaje użytkowników miast – wykorzystywane zasoby – typy miast turystycznych  
 Źródło: Page i Hall (2003) adaptując Burtenshaw (1991).

Podsumowując rozważania dotyczące charakterystyki turystów miejskich, można stwierdzić, wykorzystując częściowo cenne komentarze Madurowicza (2008a) o tym, że w wielkim mieście zacierą się podział na turystów i nie-turystów oraz mieszkańców i nie-mieszkańców, w kategorii nie-turystów znajdują się m.in. mieszkańcy danego miasta oraz osoby w nim pracujące, w kategorii nie-mieszkańców znajdują się m.in. turyści. Ponadto w wielkim mieście znacznie częściej spotykamy nie-turystów i nie-mieszkańców niż precyzyjnie określonych (bądź samookreślających się w ten sposób) turystów i mieszkańców. Uczestnikami turystyki w mieście są zazwyczaj turyści, podczas gdy do grona uczestników turystyki miejskiej można włączyć i turystów, i mieszkańców. Można zatem stwierdzić, że zarówno próba dokładnego zdefiniowania, kto jest turystą w wielkim mieście, jak i kto nim nie jest, sprawiają tyle samo trudności badawczych.

## 2.5. System turystyki miejskiej

Wieloaspektowość i różnorodne sposoby rozumienia i opisu turystyki w mieście są przyczynami wyodrębnienia w literaturze kierunków jej badań. Najbardziej ogólny podział ujęć (perspektyw) badawczych przedstawia Kowalczyk (2000) w odniesieniu do studiów



geograficznych, jednak z uwagi na teoretyczny wymiar tej kategoryzacji można uznać, że dotyczy ona także pozostałych dyscyplin naukowych podejmujących tę tematykę. Cytując autora, można wyodrębnić trzy ujęcia badawcze turystyki na obszarach miejskich:

- ujęcie tradycyjne, traktujące miasto jako ważne ogniwo dziedzictwa kulturowego i uznające je za niepodzielny element przestrzeni turystycznej;
- ujęcie produktowe, które traktuje miasto jako atrakcję turystyczną, z jego walorami i zagospodarowaniem turystycznym wraz z rozrywkami i imprezami miejskimi konsumowanymi przez turystów i mieszkańców;
- ujęcie funkcjonalne, które traktuje turystykę jako złożone zjawisko składające się z różnych przejawów aktywności turystycznej i analizuje jej rolę w szeroko rozumianym funkcjonowaniu miasta.

Patrząc na te trzy ujęcia, można z pewnością stwierdzić, że tylko pierwszy z nich ma wymiar stricte geograficzny, dwa pozostałe stanowią już wspólny obszar geografii ekonomicznej (w tym geografii turystyki i geografii urbanistycznej) i ekonomiki przestrzennej (miast), przy czym trzeci ma w przeważającej mierze wymiar ekonomiczny. Ponadto ujęcie funkcjonalne w największym stopniu odpowiada perspektywie przyjętej w niniejszych badaniach.

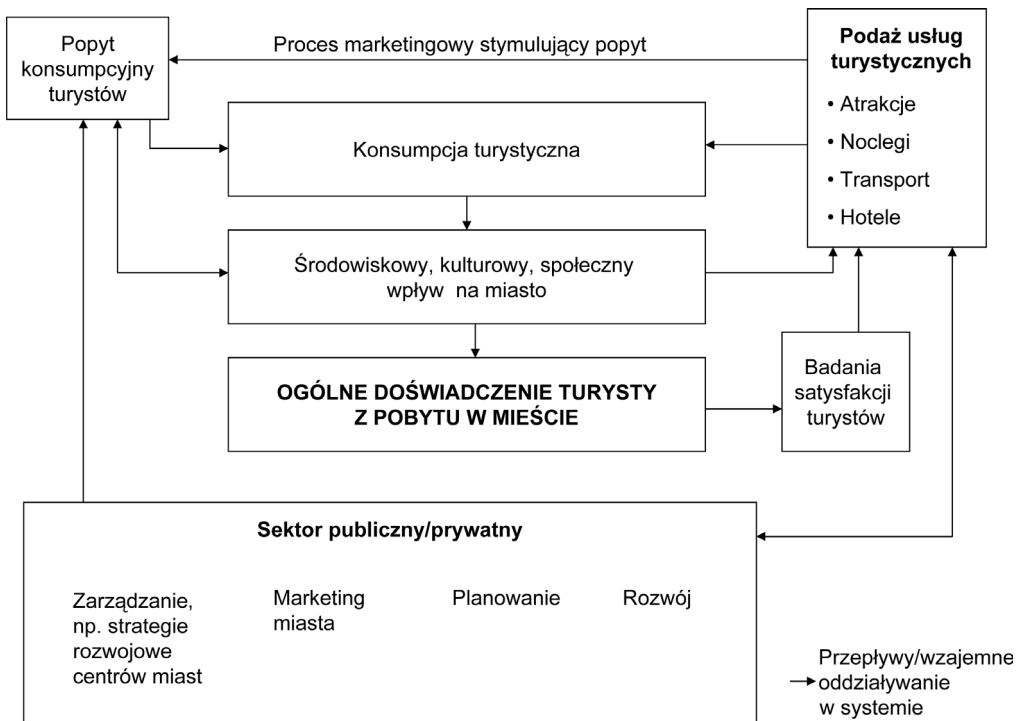
Ashworth (1992) stosuje bardziej praktyczną systematykę nurtów badawczych, odnosząc się do przedmiotu badania turystyki w mieście:

- badania nad rozmieszczeniem, strukturą i rozwojem podaży turystycznej w miastach zarówno w odniesieniu do waloryzacji turystycznej, jak i problemów z inwentaryzacją i kategoryzacją elementów zagospodarowania noclegowego, gastronomicznego i innych typów obiektów. W kierunku ten wpisuje się również badania nad koncepcją, kompozycją oraz wdrożeniem miejskich produktów turystycznych, a także ich jakością. Nurt ten wpisuje się w produktowe ujęcie teoretyczne wyodrębnione przez Kowalczyka;
- badania ruchu i popytu turystycznego w miastach dotyczące pomiaru wielkości i struktury tych zjawisk, poznania profilu oraz analizy zachowań nabywczych użytkowników miast, a także wizerunku i marki miast. Nurt ten wpisuje się zarówno w tradycyjne, jak i produktowe ujęcie teoretyczne;
- badania z zakresu miejskiej polityki turystycznej i zarządzania turystyką w miastach poruszające takie zagadnienia jak planowanie strategiczne, zarządzanie marketingowe, obszary współpracy i partnerstwa międzysektorowego, innowacje instytucjonalne i organizacyjne, dzielenie się wiedzą, tworzenie sieci biznesowych, techniki i narzędzia stymulowania rozwoju, konkurencyjność miast itp. Nurt ten wpisuje się przede wszystkim w funkcjonalne ujęcie teoretyczne.

Warto zauważyć, że – mimo podkreślanej praktycznej genezy podanej systematyki – nie ma ona charakteru wyczerpującego. Przede wszystkim brakuje w niej nurtu uniwersalnego, traktującego całokształt zjawisk i zależności tworzących turystykę w mieście od strony funkcjonalnej, a więc analizującego ogólne znaczenie turystyki w rozwoju miasta, a także jej roli w procesie budowania pozycji miasta w odniesieniu do innych funkcji i wobec innych ośrodków w różnych zakresach przestrzennych. Ponadto nurty te nie są rozłączne, co utrudnia ich interpretację. Mimo tego jednak, że klasyfikacja ta została zaproponowana ponad 20 lat temu, w pierwszej fazie rozwoju myśli badawczej nad turystyką w mieście, jest ona nadal aktualna. Ponadto stała się podstawą do stworzenia przez Page'a (1995) modelu systemu turystyki w mieście (rysunek 11). W zamierzeniu autora ma on połączyć różnorodne perspektywy badawcze wykorzystywane w badaniach turystyki w mieście. Centralnym elementem systemu jest ogólne doświadczenie turystów z pobytu w mieście, które powstaje jako rezultat sekwencyjnej konsumpcji usług i dóbr materialnych i niematerialnych oferowanych im w mieście, przy czym, obok gospodarczego wymiaru tego procesu, istotna jest siła wpływu wynikającego z zaspokojenia popytu turystów na miasto w sferze kulturowej, społecznej i środowiskowej. Konsumpcja turystyczna powstaje jako realizacja popytu turystycznego poprzez elementy podaży turystycznej, wśród których najistotniejszą rolę dla trwania i rozwoju systemu mają usługi udostępniania atrakcji turystycznych, noclegowe, transportowe i żywieniowe oraz pozostałe elementy sfery obsługi ruchu turystycznego, które składają się na ogólnie pojętą gościnność (zagadnienie gościnności w turystyce podejmują m.in. Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2008). Analizując złożoność zjawisk składających się na system turystyki w regionie, należy zarzucić autorowi, że graficzne ujęcie modelu jest zbyt ubogie w zakresie relacji występujących między poszczególnymi elementami. Uwaga ta dotyczy przede wszystkim powiązań występujących między działaniami sektora publicznego i prywatnego, zaznaczonego w dolnej części rysunku, a sferą podaży usług turystycznych oraz ogólnym doświadczeniem turysty. Ponadto sfera wpływu konsumpcji turystycznej na różne aspekty miasta (środkowa część rysunku) powinna mieć o wiele większe powiązania z pozostałymi elementami systemu. Van der Borg (1991, s. 32–42) zaznacza, że sposób i struktura konsumpcji turystycznej miasta zależy od rodzaju odbiorcy zewnętrznego: turystów, wycieczkowiczów i tzw. fałszywych wycieczkowiczów, o których była wcześniej mowa.

Skuteczność dostosowania wielkości, jakości i różnorodności wachlarza usług i dóbr konsumowanych przez turystów zależna jest od prowadzonych w mieście badań satysfakcji turystów oraz systematycznego monitorowania rozwoju funkcji turystycznej. Podkreślenie konieczności istnienia sfery badawczo-rozwojowej w warunkach wielofunkcyjności miast i towarzyszącej jej różnorodności motywów odwiedzin turystów stanowi element systemotwórczy i wyróżnia system turystyki w mieście od innych modeli systemowych stosowanych

w odniesieniu do regionów turystycznych (Gołembski, 2009; Kostrowicki, 1975; Vanhove, 2010; Zmysłony, 2006). W wyniku badań wielkości, struktury ruchu turystycznego, stopnia satysfakcji turystów oraz postrzegania przez nich miasta można wskazać miejsca i sposoby udoskonalenia pozostałych elementów systemu, w tym przede wszystkim sferę podaży i nieomówioną dotąd sferę zarządzania turystyką, opartą na współpracy sektora publicznego z branżą turystyczną. Do sfery tej należą takie działania jak strategie rozwojowe w odniesieniu do całej funkcji turystycznej lub specjalnie wyróżnionych obszarów (w formie planów rewitalizacyjnych lub megaprojektów rozwojowych, o których wspomiano wcześniej), marketing miasta (całościowy lub chociaż jego turystycznego zakresu podmiotowego), planowanie i polityka turystyczna oraz wspieranie procesów rozwojowych.



Rys. 11. Model systemu turystyki w mieście  
 Źródło: Page (2005).

Wszystkie elementy tworzące skład systemu są powiązane za pośrednictwem przepływów wiedzy, informacji, finansów, osób, władzy, a także innego rodzaju interakcji, jak wzajemne oddziaływanie konkurencyjne z jednej i więzi współpracy z drugiej strony. Podejście systemowe pozwala zracjonalizować i uporządkować kompleksową naturę turystyki w mieście w taki sposób, aby zrozumieć, jaka jest relacja pomiędzy jego elementami. System oparty jest na podejściu procesowym do analizy turystyki w mieście, przy czym jest ona traktowana zarówno jako proces, jak i przedmiot zarządzania miejskiego.

## **2.6. Deklaracja turystyki wielkomiejskiej**

---

Dynamiczny rozwój turystyki w dużych i wielkich miastach oraz różnorodność wyzwań i problemów towarzyszących rozwojowi turystyki w gospodarkach miast, szczególnie w wymiarze organizacyjnym i zarządczym, w naturalny sposób wywołały potrzebę ponadnarodowej wymiany doświadczeń, dobrych praktyk i koncepcji zarządczych między ośrodkami miejskimi oraz konieczność instytucjonalnego uregulowania kwestii pomiaru wielkości i struktury miejskiego ruchu turystycznego.

W 2011 roku Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) w partnerstwie z 21 miastami zlokalizowanymi na całym świecie zainicjowała przygotowania do projektu pod nazwą „Miasta” (*Cities*). Celem było zorganizowanie ponadnarodowej platformy skupiającej członków UNWTO, miejskie organizacje turystyczne oraz pozostałe podmioty reprezentujące sferę instytucjonalną, biznesową i akademicką, służącej do debaty na temat bieżących i potencjalnych wyzwań i szans rozwojowych dla miast oraz do wskazania priorytetowych obszarów możliwych wspólnych działań w tym zakresie. Miasta, które partycypowały w projekcie, zostały wyselekcjonowane na podstawie danych statystycznych dotyczących międzynarodowego ruchu turystycznego w taki sposób, aby odzwierciedlały szeroki wachlarz podejść z zakresu wiedzy, podejmowanych działań innowacyjnych oraz modeli zarządzania turystyką. Do projektu przystąpiły Ateny, Barcelona, Berlin, Bogota, Buenos Aires, Cape Town, Hong Kong, Kazań, Lizbona, Londyn, Madryt, Melbourne, Nowy Jork, Paryż, Quebec City, Quito, Rio de Janeiro, São Paulo, Szanghaj, Wiedeń i Saragossa (UNWTO, 2012).

W głównej fazie projektu wymiana myśli koordynowana była przez UNWTO w formie sekwencyjnych badań ankietowych prowadzonych poprzez platformę cyfrową, na podstawie których sformułowano najbardziej istotne problemy i priorytety miast w odniesieniu do strategicznego zarządzania turystyką. Wnioski z badań zostały podsumowane w dokumencie *Globalny raport o turystyce w dużych miastach* (UNWTO, 2012).

W raporcie, który jest pisany w narracji marketingowej, podkreślono wieloaspektowość wpływu turystyki na gospodarkę miejską. Szczególnie w dużych ośrodkach wpływ turystyki na gospodarkę jest na ogół wyższy niż wpływy społeczne i polityczne, jednak pod warunkiem jednoczesnego inwestowania w promocję, ochronę zasobów kulturowych i przyrodniczych oraz rozwój infrastruktury. Ponadto wypisane zostały najbardziej znaczące według autorów ogólne aspekty rozwoju turystyki w dużych miastach, sformułowane w formie uniwersalnych prawd i deklaracji (UNWTO, 2012, s. 11):

- turystyka wnosi dynamizm i żywotność do miast, a także nowe trendy i wzorce społeczne, gospodarcze i architektoniczne;
- turystyka łączy ludzi, nawiązuje relacje między nimi i uczy, jak żyć blisko siebie;

- turystyka jest jednym z głównych filarów i motorów gospodarczych wielu krajów, odgrywa ważną rolę w zakresie zatrudnienia, dochodów ludności, utrzymywania miejskiej infrastruktury i usług społecznych;
- turystyka jest przyczyną przyjęcia przez miasta bardziej konkurencyjnego podejścia w zakresie programowania rozwoju, dlatego koncentrują się one na rozwoju wyspecjalizowanych produktów, aby wyprzedzać konkurentów i zmieniać się razem ze zmianami dokonującymi się w ramach innych obszarów gospodarczych miasta;
- turystyka wymaga wprowadzenia innowacyjnych działań strategicznych na rzecz kreowania spójnego wizerunku miasta, generowania znaczących dochodów oraz kreowania wartości dodanej wynikającej z jej rozwoju.

Wzrastające znaczenie turystyki w wielkich miastach jest przyczyną powstania wyzwań rozwojowych, które można sformułować w formie problemowej:

- Jak zarządzać ciągle rosnącym ruchem turystycznym w odpowiedzialny i zrównoważony sposób?
- W jaki sposób rozwijać turystykę, aby zwiększać jakość życia mieszkańców miast?
- W jaki sposób włączać taktyczne programy rozwoju turystyki w proces planowania ogólnego rozwoju społecznego i gospodarczego miasta?
- W jaki sposób można wykorzystywać nowoczesne techniki informacyjne (ICT) w kreowaniu rozwoju konkurencyjnych, zrównoważonych, dostępnych i prospołecznych miast inteligentnych?
- W jaki sposób efektywnie mierzyć wpływ turystyki na gospodarkę miasta?
- Jakie praktyczne kroki można podjąć na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu turystyki na środowisko oraz promowania korzyści z rozwoju przyjaznej ekoturystyki miejskiej?

Raport został zatwierdzony podczas pierwszego Globalnego Szczytu Turystyki Miejskiej (Global Summit on City Tourism) zorganizowanego w Istambule w listopadzie 2012 roku<sup>4</sup>, stanowiącego finalną fazę projektu, w której, obok 21 zaangażowanych miast, wzięła udział Moskwa, która nie brała udziału w projekcie. Celami konferencji były:

- określenie zakresu konkretnych działań, które są możliwe do podjęcia przez wszystkich uczestników do ustanowienia inicjatyw prowadzących do zwiększenia inwestycji oraz zatrudnienia w sferze turystyki miejskiej;
- zachęcenie miejskich organizacji turystycznych, władz miast oraz instytucji międzynarodowych do wprowadzenia w życie ogólnych wytycznych wraz

---

<sup>4</sup> Global Summit on City Tourism: Catalysing economic development and social progres, <http://destination.unwto.org/event/global-summit-city-tourism> (data dostępu: 12.09.2014).

z konkretnymi rozwiązaniami i planami działania dotyczącymi wspierania rozwoju turystyki miejskiej zawartych w raporcie;

- podkreślenie potrzeby prowadzenia ponadnarodowej debaty na temat turystyki miejskiej oraz skupienie się na konkretnych wyzwaniach, przed którymi stoją miasta w różnych regionach świata.

Główny punkt konferencji i raportu stanowiła Istambulska Deklaracja Turystyki Miejskiej (*Istanbul Declaration on City Tourism*), datowana na 15 listopada 2012 roku i podpisana przez przedstawicieli 21 miast zaangażowanych w projekt oraz Moskwę. Zapisano w niej między innymi, że miasta były i pozostaną podstawowymi ośrodkami kreującymi, skupiającymi i transmitującymi idee, informację i wiedzę, w zglobalizowanej gospodarce pełnią funkcję powiązanych ze sobą węzłów w tym zakresie. W zmieniającej się globalnej społeczności i gospodarce miasta ulegają zmianom dostosowawczym, aby zaspokoić potrzeby mieszkańców i odwiedzających, oraz aby prezentować się jako atrakcyjne miejsce do odwiedzin lub zamieszkania w przyszłości. Turystyka, wskazywana jako ważny czynnik rozwoju miast, nie powinna być programowana tylko w kategoriach tworzenia jak najbardziej konkurencyjnych i atrakcyjnych produktów zgodnych z oczekiwaniami odwiedzających, ale jako sposób na rozwój całego miasta, poprawę jego infrastruktury technicznej, komunikacyjnej i społecznej oraz warunków życia mieszkańców. Z uwagi na zmiany dokonujące się w globalnym otoczeniu oraz samych miastach potrzebne jest dogłębne zrozumienie mechanizmów kompleksowego zjawiska, jakim jest turystyka. Z tych powodów sygnatariusze Deklaracji Istambulskiej wyrażają potrzebę podjęcia międzynarodowej dyskusji dotyczącej przyszłości turystyki w dużych miastach, w ramach której mogą zostać zaprezentowane doświadczenia i dobre praktyki pochodzące z miast położonych we wszystkich częściach świata.

W pierwszej części Deklaracja składa się z ogólnych deklaracji i tez dotyczących związków turystyki z miastami (UNWTO, 2012, s. 48):

- turystyka stanowi kluczowy zasób rozwoju miast oraz ich mieszkańców;
- przyszły rozwój miast będzie wymagał działań strategicznych mających na celu osiągnięcie balansu między stabilnością ekonomiczną, społeczną i środowiskową miast a oferowaniem jak najlepszych wrażeń z pobytu u odwiedzających;
- turystyka będzie z pewnością ważnym elementem gospodarki globalnej oraz gospodarek dużych miast, wnoszącym istotny wkład w poprawę dochodów oraz utrzymanie infrastruktury i usług społecznych;
- turystyka zapewni zatrudnienie milionom mieszkańców miast, przy czym osoby zatrudnione w gospodarce turystycznej stanowią istotny składnik ogólnego doświadczenia turystów;
- turystyka łączy ludzi i promuje integrację kulturową;

- turystyka w dużych miastach potrzebuje bardziej zróżnicowanych i elastycznych produktów, jednocześnie miasta potrzebują turystyki do osiągnięcia długookresowych celów społecznych i gospodarczych;
- turystyka może być przyczyną bardziej konkurencyjnego podejścia do promocji miasta;
- sfera turystyki w dużych miastach stanowi podstawę do wdrożenia i kreowania spójnego wizerunku skierowanego nie tylko do turystów, ale wszystkich odbiorców miasta, służącego wielu sferom działalności miasta i wnoszącego wartość dodaną z perspektywy mieszkańców i turystów.

Biorąc powyższe uwarunkowania pod uwagę, w Istambulskiej Deklaracji Turystyki Miejskiej zapisano potrzebę podjęcia następujących wspólnych działań (UNWTO, 2012, s. 49):

- zwiększenie świadomości odnośnie do realnego wpływu społecznego i ekonomicznego, który sfera turystyki posiada na szczeblu miast oraz państw;
- uczynienie z turystyki filaru polityki władz na wszystkich poziomach administracyjnych;
- ustanowienie nowych i skutecznych instrumentów wsparcia partnerstwa między wszystkimi interesariuszami rozwoju turystyki w celu zapewnienia dzielenia się informacją, wiedzą i inicjatywami rozwojowymi prowadzącymi do zwiększenia korzyści płynących do mieszkańców, turystów i gospodarek miejskich;
- podkreślanie znaczenia kapitału ludzkiego oraz konsekwentne inwestowanie w szkolenia zawodowe w gospodarce turystycznej;
- stymulowanie systemu rozwoju i wzmocnienia miejskich strategii turystyki zrównoważonej oraz działań, które mogą pełnić funkcję międzynarodowych rozwiązań modelowych i dobrych praktyk na całym świecie;
- wdrożenie innowacyjnych strategii prowadzących do zbudowania nowych i wyspecjalizowanych produktów o wysokiej wartości dodanej, adresowanych do niszowych segmentów odbiorców oraz zwiększających jakość doświadczenia turystów z pobytu w miastach;
- wprowadzenie koncepcji miast inteligentnych (*smart cities*) w sferze turystyki, integrujących rozwój technologiczny, otwarte społeczeństwo i nowe koncepcje zarządzania miastem.

Deklaracja Turystyki Miejskiej stanowi transnarodowe porozumienie miast, nie ma formy lub mocy aktu prawnego, wyraża jedynie wolę współpracy na rzecz rozwiązywania wspólnych problemów rozwojowych oraz bardziej efektywnego wykorzystywania wyzwań stojących przed współczesną miejską gospodarką turystyczną.

Obok przyjęcia Deklaracji Istambulskiej głównym tematem dyskusji były relacje między mieszkańcami a turystami oraz relacje między turystyką a jakością życia mieszkańców. Niejednokrotnie skala ruchu turystycznego destabilizuje codzienne życie mieszkańców, wywołując takie zjawiska jak tłok, ścisk, hałas dzienny i nocny, zwiększony poziom zaśmiecania przestrzeni miejskiej, wzrost cen i inne. Dlatego w końcowych wnioskach i rekomendacjach (Jafari, 2012) znalazło się wiele treści poświęconych temu zagadnieniu. Podkreślono, że w rozwoju turystyki na obszarach dużych miast należy pamiętać o następujących kwestiach:

- miasta i regiony nie są stworzone, aby turyści czuli się wygodnie, ale przede wszystkim ich mieszkańcy;
- turystyka nie musi i nie powinna być rozwijana w każdym mieście jako istotna funkcja miejska;
- potrzeby społeczeństw rozwijających się są inne od potrzeb społeczeństw rozwiniętych;
- rozwój turystyki powinien przynosić korzyści gospodarzom;
- zasoby kulturowe i naturalne powinny być chronione;
- rozwój jest zawsze uzależniony od miejsca, nie rynku;
- turystyka wtapia się w społeczność i gospodarkę miejską;
- lokalna gastronomia i wydarzenia powinny być uprzywilejowane;
- gościnność jest wpisana w kulturę lokalną;
- rozwój turystyki jest oceniany z perspektywy lokalnej, nie globalnej;
- mieszkańcy mają poczucie własności swojego miasta;
- mieszkańcy powinni być zaangażowani w planowanie turystyki w mieście;
- działania z zakresu społecznej odpowiedzialności powinny być wpisane w rozwój funkcji turystycznej;
- istotne jest zarówno doświadczenie turystów, jak i mieszkańców;
- celem rozwojowym powinna być poprawa jakości życia turystów i mieszkańców;
- turystyka zwiększa poziom szczęśliwości na głowę mieszkańca.

Na podstawie zapisów Deklaracji Istambulskiej oraz konkluzji obrad pierwszego Szczytu Turystyki Miejskiej w ramach programu działań partnerów stowarzyszonych UNWTO zweryfikowano cele strategiczne w taki sposób, aby włączyć do nich siedem obszarów działań wyznaczonych w Deklaracji oraz w konsekwencji zbudować platformę międzynarodowej współpracy miast, przedsiębiorstw i jednostek naukowych w celu stworzenia ram pomiaru i analizy funkcjonowania turystyki miejskiej (UNWTO, 2014, s. 8).

Zapisy Deklaracji Istambulskiej stworzyły podstawę do dalszych wspólnych działań miast na rzecz rozwoju turystyki miejskiej, które są kontynuowane w formie kolejnych edycji Globalnego Szczytu Turystyki Miejskiej. Drugi szczyt odbył się 20 września 2013



roku w Moskwie, a jego głównym tematem były innowacyjne strategie na rzecz poprawy konkurencyjności oraz rozwoju nowych modeli biznesowych turystyki miejskiej<sup>5</sup>. W trakcie szczytu debatowano nad aspektami zidentyfikowanymi w Deklaracji, do których należały w szczególności: tworzenie wyspecjalizowanych produktów turystyki miejskiej dla niszowych segmentów odbiorców, sposoby mierzenia wpływu turystyki na społeczność i gospodarkę miejską, wymiana doświadczeń i dobrych praktyk z zakresu budowania struktur partnerskich między sektorem prywatnym a publicznym oraz znaczenie funkcji turystycznej w rozwoju miast.

Po podpisaniu Deklaracji Istambulskiej realizowano wspólne prace projektowe w węższym zakresie przedmiotowym i podmiotowym. Przedmiotowym, ponieważ dotyczyły praktycznej problematyki mierzenia wpływu turystyki na gospodarkę miasta (*The Cities Impact Measurement Project*). Podmiotowym, ponieważ realizowano je w gronie dziewięciu miast (Barcelona, Bogota, Buenos Aires, Cape Town, Istambuł, Melbourne, São Paulo, Wiedeń i Wilno) wraz z jednostkami badawczymi oraz agencjami prywatnymi, miały formę projektu. Tematyka projektu odnosi się bezpośrednio do wyznaczonych w Deklaracji Istambulskiej wytycznych określonych w ramach pierwszego priorytetu. Dotyczy ona międzynarodowego benchmarkingu turystyki w dużych miastach (UNWTO, 2014). Podstawowym celem prac było wypracowanie zestawu mierników poziomu miejskiej gospodarki turystycznej w formie miejskiej karty wyników wraz ze źródłami informacji oraz sugerowaną częstotliwością pomiaru, możliwych do systematycznego stosowania. Ambicją zespołu badawczego było zapewnienie możliwości międzynarodowych porównań międzymiejskich, co dotąd nie jest możliwe i zostało udowodnione w części diagnostycznej projektu. Jak napisano w raporcie, mierzenie wpływu turystyki na gospodarkę miejską jest kluczowe dla identyfikacji nowych trendów rozwojowych, zapobiegania zagrożeniom i nadmiernym ryzykom oraz tworzenia skutecznych polityk rozwojowych na rzecz trwałego rozwoju turystyki (UNWTO, 2014, s. 2).

Prace polegały na przeprowadzaniu wywiadów i konsultacji z przedstawicielami miejskich organizacji turystycznych dziewięciu miast biorących udział w projekcie, a także na zebraniu informacji o zakresie danych dotyczących turystyki gromadzonych i udostępnianych publicznie przez te organizacje. Efektem tych działań było sporządzenie dokładnej analizy mierników poziomu funkcji turystycznej stosowanych przez miasta na całym świecie wraz z określeniem ich silnych i słabych stron, zakresów ich merytorycznej zbieżności i porównywalności oraz częstotliwości oraz technik ich gromadzenia. Analiza ta dokonana

---

<sup>5</sup> 2nd UNWTO Global Summit on City Tourism: Innovative strategies for improving competitiveness and the development of new business models, <http://www2.unwto.org/event/2nd-unwto-global-summit-city-tourism-innovative-strategies-improving-competitiveness-and-devel> (data dostępu: 12.09.2014).

została w podziale na mierniki sfery popytu, sfery podaży oraz mierniki wpływu turystyki na gospodarkę. Diagnoza ta pozwoliła na zaproponowanie rekomendowanego zestawu wskaźników, mającego ambicję stać się zestawem narzędzi stosowanych przez podmioty odpowiedzialne za rozwój turystyki w każdym dużym mieście. Został on opracowany na bazie Regionalnego Systemu Informacji Turystycznej według INRrouTe i UNWTO (2014), co zapewnia ich ewentualną porównywalność w różnych przekrojach terytorialnych, jednak autorzy nie dążyli do stworzenia rankingu miast na podstawie zaproponowanych mierników. Wszystkie analizowane 22 mierniki zostały podzielone na trzy grupy: wskaźniki kluczowe charakteryzujące poziom gospodarki turystycznej, wskaźniki wpływu na gospodarkę miasta oraz wskaźniki wpływu pośredniego (UNWTO, 2014, s. 40–50).

Trzeci Szczyt Turystyki Miejskiej odbył się 9 grudnia 2014 roku w Barcelonie, a jego głównym tematem było szukanie nowych paradygmatów rozwoju turystyki w dużych miastach<sup>6</sup>. Obrady nawiązywały do *Raportu na temat benchmarkingu turystyki miejskiej* (UNWTO, 2014), zatem do głównych tematów należały: wzorce rozwojowe turystyki w dużych miastach, ilościowe i jakościowe podejście w pozycjonowaniu turystyki miejskiej na globalnym rynku turystycznym, rozwój zrównoważony oraz skuteczne zarządzanie turystyką w mieście w kompleksowym i zróżnicowanym systemie zależności i powiązań gospodarczych, społecznych i środowiskowych, działania na rzecz organizacji przestrzennej oraz rewitalizacji miast turystycznych w kontekście podnoszenia jakości odczuwanej przez turystów i mieszkańców, praktyczne rozwiązania w zakresie wprowadzania koncepcji miast inteligentnych w odniesieniu do turystyki, a także – jako dominujący temat – narzędzia i rekomendowane inicjatywy z zakresu ekonomicznego pomiaru turystyki w dużych miastach. W wyniku dyskusji odbywających się w ramach poszczególnych sesji panelowych poruszono następujące tematy (Terzibasoglu, 2014):

- określono nowy paradygmat rozwoju turystyki w dużych miastach poprzez określenie turystyki jako głównego czynnika współczesnych zmian rozwojowych dokonujących się w miastach, stworzenie interdyscyplinarnej platformy wymiany idei i dobrych przykładów oraz określenie narzędzi kooperacji między miastami w celu ustalenia wspólnej wizji dostosowania miast do zmiennych uwarunkowań rozwojowych;
- przedstawiono metodologię, narzędzia i mierniki wpływu turystyki na gospodarkę miasta, opierając się głównie na dorobku systemu TourMIS z Uniwersytetu MODUL w Wiedniu;

---

<sup>6</sup> 3rd Global Summit on City Tourism: New Paradigms in City Tourism Development, <http://destination.unwto.org/event/3rd-global-summit-city-tourism-0> (data dostępu: 24.02.2015).

- przedstawiono koncepcję pozycjonowania miast na globalnym rynku turystycznym;
- podkreślono wzajemny wpływ rozwoju funkcji turystycznej i ogólnego rozwoju miast, szczególnie w wymiarze gospodarczym, społecznym i przestrzennym, w odniesieniu do miast centralnych i obszarów podmiejskich;
- zbadano sposoby wpływu innowacji na rozwój nowych produktów, rynków niszowych, zwiększenia jakości usług turystycznych oraz podnoszenia konkurencyjności miast;
- dokonano przeglądu różnorodnych podejść do kwestii zrównoważonego rozwoju, dywersyfikacji gospodarczej, zatrudnienia, wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w kontekście rozwoju funkcji turystycznej.

Dostrzeżenie i włączenie do swoich działań problematyki rozwoju turystyki w dużych miastach przez Światową Organizację Turystyki należy rozpatrywać w kategoriach politycznych (w rozumieniu instytucjonalnej polityki międzynarodowej) oraz merytorycznych. Dzięki temu wzrosła ranga turystyki miejskiej jako ponadnarodowego obszaru badań oraz działań instytucjonalnych. Problematyka rozwoju turystyki miejskiej staje się obecnie równie istotnym obszarem działań, co turystyka zrównoważona, wykorzystywanie zielonych rozwiązań w gospodarce turystycznej, kodeks etyczny dla turystyki, odpowiedzialność społeczna, walka z głodem i wykorzystywaniem dzieci, zarządzanie turystyką i jakość usług turystycznych. Wyznaczone priorytety wspólnych działań, mimo że są sformułowane z jednej strony ogólnikowo, z drugiej zbyt wąsko, stanowią pierwszy wyzwanie rozwojowych, czyli tzw. mapę drogową ponadnarodowej współpracy w tym zakresie. Sformalizowanie prac na poziomie ponadnarodowym oraz włączenie do nich instytucji naukowych i szeroko pojętej sfery biznesu stanowi dodatkową wartość dodaną działań UNWTO. Merytorycznym wkładem jest formalne (ponieważ usankcjonowane przez międzynarodową organizację będącą agendą Narodów Zjednoczonych) wyodrębnienie turystyki wielkomiejskiej (z ang. *city tourism*) jako kategorii turystyki miejskiej (*urban tourism*), dotyczącej miast każdej wielkości i każdego rodzaju, a więc obejmującej także problematykę rozwoju miast małych i średnich, często będących ośrodkami monofunkcyjnymi w odniesieniu do oferty turystycznej, a więc mających specjalizację miast historycznych, konferencyjnych, rozrywkowych i innych. Duże, wielofunkcyjne i policentryczne ośrodki, mające charakter metropolitalny, stanowią skomplikowany system zależności gospodarczych, społecznych i politycznych, rzutujących na zarządzanie i koordynowanie rozwoju miejskiej funkcji turystycznej. Ponadto stworzenie pierwszej koncepcji metodycznej pomiaru poziomu funkcji turystycznej oraz jej oddziaływania, dającej możliwości międzynarodowych porównań, należy uznać za fundament międzynarodowych badań nad turystyką miejską.

## **2.7. Podsumowanie**

---

Pomimo popularności problematyki rozwoju turystyki w miastach jako przedmiotu badań akademickich aktualne wciąż pozostają wnioski Ashwortha sformułowane w 2003 roku (Ashworth, 2003) jako podsumowanie analizy stanu światowej myśli naukowej w tym zakresie, dotyczące relacji między turystyką a miastem, którą określa on jako paradoksalną. Stwierdza, że „z jednej strony rośnie świadomość, że rozwój zdyswersyfikowanej linii miejskich produktów turystycznych, dobrobyt gospodarczy miast oraz zachowanie lokalnej kultury mogą zostać zintegrowane w ramach jednej polityki rozwojowej prowadzącej do zwiększenia korzyści wszystkich grup użytkowników miasta. Z drugiej strony, zaskakujące jest to, jak mało wiemy o naturze zależności między tymi zjawiskami. Założenie, że istnieje naturalna i uniwersalna symbioza pomiędzy wszystkimi typami interesariuszy funkcjonowania miasta jest przyjmowane z definicji niż podawane w wątpliwość, weryfikowane i wyjaśniane. Relacje między turystyką a miastami stawiają więcej pytań niż pewnych odpowiedzi. Dlaczego i w jaki sposób turyści korzystają z zasobów miasta? Jakie są implikacje dla innych funkcji miejskich w związku z rozwojem konsumpcji turystycznej? Skuteczne zarządzanie turystyką w mieście dla realizacji celów rozwoju każdego miasta wymaga każdorazowo odpowiedzi na to pytanie” (Ashworth, 2003, s. 157). Ponadto autor dodaje: „Relacje między miastem a turystyką są asymetryczne. Miasta są ważne z punktu widzenia turystyki, jednak to automatycznie nie powoduje, że turystyka jest ważna dla miast. Turystyka jest zjawiskiem silnie selektywnym, co sprawia, że miasta bardzo rzadko w całości wpisane są w ramy rozwojowe turystyki. Jej rozwój wymaga wykorzystania różnorodnych zasobów miejskich, ale nie implikuje to tego, że miasta potrzebują rozwoju turystyki. Chociaż turystyka jest często uważana jako istotna, ale uzupełniająca sfera miejskiej aktywności gospodarczej, a nawet silne wsparcie dla miejskiej gospodarki, to niewiele przykładów pokazuje, że może ona odgrywać rolę wiodącej funkcji miejskiej oraz rekompensować słabości innych funkcji. Warunki powodzenia są bowiem rygorystyczne: możliwość trwałego utrzymywania wyboru jednego kierunku rozwoju przy bardzo ograniczonej liczbie alternatyw rozwojowych, nadwyżka gruntów miejskich, zasobów pracy, istnienie działalności wspomagających turystykę, szeroki zestaw zasobów możliwych do wykorzystania jako walory turystyczne, które z kolei umożliwiają tworzenie produktów rynkowych dla wybranych rynków nabywców, dogodne położenie i dostępność komunikacyjna oraz prawdopodobieństwo pojawienia się dobrych inicjatyw rozwojowych w dogodnym czasie. Ta długa lista uwarunkowań rozwojowych wyjaśnia, dlaczego rozwój funkcji turystycznej nie jest priorytetem w wielu miastach i dlaczego niepowodzenie lub problemy rozwojowe turystyki są częstsze niż sukces rynkowy” (Ashworth, 2003, s. 157).

Mimo tego, że turystyka zachodzi w miastach, to ten fakt sam w sobie nie wyjaśnia w znacznej mierze relacji zachodzących między interdyscyplinarną turystyką

a wielowymiarowymi i złożonymi ośrodkami miejskimi (Ashworth, Page, 2011a). Podstawową kwestią, którą podnoszą Wall i Mathieson (2005), jest pytanie, na ile zmiany gospodarcze, społeczne i przestrzenne zachodzące w miastach mogą być wywołane lub powiązane z funkcją turystyczną, a nie innymi funkcjami miejskimi. Odpowiedź na nie jest tym bardziej trudna, że do rozważań nad wzajemnym wpływem tych dwóch pojemnych i skomplikowanych zjawisk dodajemy kolejne wymykające się dokładnemu zdefiniowaniu i zmierzeniu wymiary, jakimi są zmiana oraz wpływ (Ashworth, Page, 2011a).

Niedosyt poznawczy wynikający z niedostatecznego rozpoznania problematyki rozwoju turystyki wielkomiejskiej i wpływu tego rozwoju na ich gospodarkę nie przekreśla możliwości wysunięcia dwóch wniosków wynikających z przedstawienia istoty turystyki na obszarach miejskich, jednocześnie bardzo istotnych z punktu widzenia dalszych rozważań. Po pierwsze rozpatrując turystykę w szerszym ujęciu, jako wszelkie formy aktywności turystów oraz towarzyszące im zjawiska w gospodarce dużych miast, należy postrzegać turystykę w mieście jako funkcję miejską. To pozwala z kolei analizować ją jako jeden z elementów ich struktury funkcjonalno-przestrzennej. Ten wątek zostanie rozwinięty w kolejnej części pracy.

Po drugie tłem rozważań niemal wszystkich cytowanych w niniejszym rozdziale badaczy, często literalnie niewypowiedzianym, ale tylko w wielu przypadkach bezpośrednio podkreślonym (Ashworth, Page, 2011a; Ashworth, 2012; Law, 2002; Matczak, 2008b; Mazanec, 1997; Page, Hall, 2003; Douglas G Pearce, 2001; Wöber, Mazanec, 2010), jest międzynarodowy charakter turystyki wielkomiejskiej, objawiający się zarówno w ponadnarodowym, a nawet globalnym zakresie przestrzennym zjawiska, jak i procesie międzymiejskiego usieciowienia gospodarki turystycznej. Duże miasta są jednocześnie największymi na świecie generatorami międzynarodowego ruchu turystycznego, międzynarodowymi obszarami recepcji turystycznej oraz największymi węzłami komunikacyjnymi i ośrodkami rozrządowymi światowego ruchu turystycznego. Internacjonalizacja jest nieodłącznym atrybutem turystyki wielkomiejskiej, czego najbardziej dobitnym przykładem jest koncepcja światowych miast turystyki sformułowana przez Maitlanda i Newmana (2009), która zostanie przedstawiona w dalszej części opracowania. Międzynarodowy kontekst jest jednak na tyle istotny, że będzie przedmiotem pogłębionych analiz w kolejnych częściach książki.



### **3. TURYSTYKA JAKO FUNKCJA MIASTA**

---

Z rozważań przedstawionych w poprzednim rozdziale wynika, że turystyka jest traktowana jako komponent struktury gospodarczej miasta, oddziaływującej na nie zarówno w sferze gospodarczej, jak i przestrzennej. Należy ją rozpatrywać, posługując się kategorią funkcji miejskiej, która najlepiej opisuje zakres i znaczenie potencjału i działalności miasta w tym zakresie. Z tego powodu konieczne jest przedstawienie ram teoretyczno-poznawczych analizy zastosowanej w niniejszej książce, a także przedstawienie znaczenia terminu funkcja. Ponadto niezbędne jest rozpoznanie poziomów znaczeniowych pojęcia samej funkcji, jak i funkcji turystycznej i zasadności ich użycia w oparciu o kategoryzację funkcji miejskiej oraz możliwości ich opomiarowania, czemu poświęcone są rozważania zaprezentowane w niniejszym rozdziale.

#### **3.1. Funkcjonalizm jako podstawa teoretyczna analizy funkcji turystycznej miasta**

---

Analiza roli turystyki w całokształcie gospodarek wielkich miast, a także badanie jej znaczenia w budowaniu pozycji konkurencyjnej każdego z nich wobec innych ośrodków znajdujących się w ponadnarodowej sieci miejskiej, wymaga przyjęcia jasnego podejścia teoretyczno-poznawczego. Z lektury poprzednich rozdziałów wysuwa się właśnie dwu-aspекtowy charakter tej analizy: relacja turystyki wobec innych rodzajów działalności społeczno-ekonomicznej tworzących każde miasto, a także kształtowanie przez turystykę relacji miasta w stosunku do bliższego i dalszego otoczenia. Funkcjonalizm – oparty bezpośrednio na strukturalnym i systemowym ujęciu rzeczywistości – mimo że ma genezę socjologiczną (Merton, 2002) wykorzystywany jest do analizy zjawisk ekonomicznych, a w odniesieniu do opisu i interpretacji procesów funkcjonowania miast wykorzystywany jest powszechnie (Beaverstock, Smith, Taylor, 1999; Domański, 2002; Hall, 2001; Maik, 2000, 2008; Suliborski, 2010). Pozwala on – w powiązaniu ze starszym w stosunku do niego strukturalizmem – w sposób najlepszy przedstawić złożoność relacji zachodzących między turystyką, miastem a jego ponadnarodowym otoczeniem.

Nurt funkcjonalistyczny nie tworzy zwartej koncepcji, ponieważ od początku był rozwijany przez badaczy reprezentujących różne dziedziny nauk, w tym przede wszystkim w naukach społecznych, w tym w psychologii i antropologii, a następnie w socjologii i ekonomii, a także w architekturze i urbanistyce oraz geografii społeczno-ekonomicznej.

Wyrósł on na gruncie podejścia strukturalnego jako metody opisu rzeczywistości, mającego swoje korzenie w filozofii. Jego centralnym elementem jest struktura, która określa porządek całości jako układu części lub sieci relacji całości względem siebie, a także relacje i zależności między częściami ją tworzącymi. Strukturę należy traktować zarówno w odniesieniu do konstrukcji, jak i jako proces, a więc wynik działań ludzkich będących jednocześnie pod jej wpływem (Giddens, 2003).

Lévi-Strauss (2000), jeden z najbardziej znanych przedstawicieli strukturalizmu, wyróżnia trzy znaczenia tego terminu. Pierwsze znaczenie ma charakter metodologiczny, zgodnie z którym uznaje się, że przedmiot poznania to złożony system relacyjny, w którym własności poszczególnych elementów są określane przez ich przynależność do danej struktury oraz przez relacje, w jakich pozostają z innymi elementami. To znaczenie leży u podstaw metodologicznych dociekań zaprezentowanych w niniejszej książce w odniesieniu do internacjonalizacji funkcji turystycznej. Drugie znaczenie ma charakter założenia ontologicznego wynikającego z pierwszego znaczenia. Stanowi ono, że poznanie i rozumienie poszczególnych zjawisk staje się możliwe dzięki wiedzy o właściwościach struktury. Trzecie znaczenie ma formułę ontologiczną. Przyjmuje się w nim, że rzeczywistość ludzka ma naturę systemową, a struktura poszczególnych systemów tworzy nową jakość z własnym systemem praw, zatem wszelkie przekształcenia struktury nie wymagają odwoływania się do elementów zewnętrznych.

W funkcjonalizmie centralnym elementem rozważań jest funkcja określająca rolę lub znaczenie danego elementu w badanej całości (strukturze). Określa się ją poprzez identyfikację działania tego elementu, które odbywa się w obrębie całości i ma jakiś cel, czemuś służy oraz wpływa na tę całość oraz pozostałe elementy. Uniwersalną cechą funkcjonalizmu jest traktowanie przedmiotu badań jako pewnego systemu, co zbliża go do bardziej szerokiego podejścia systemowego w naukach społecznych oraz przyrodniczych (Bertalanffy, 1984), a w obszarze ekonomiki i geografii miasta jest z nim utożsamiany (Suliborski, 2008). Jako kierunek badawczo-naukowy tworzą go trzy warstwy: teoria, zawierająca luźny zbiór twierdzeń orzekających o zależnościach między cechami badanych zjawisk; uporządkowany schemat pojęciowy służący do identyfikacji, klasyfikacji i opisu elementów rzeczywistości; wyodrębniona metoda naukowa, która uznawana jest za najbardziej istotny dorobek koncepcji i na którą składają się m.in. reguły heurystyczne i metody badawcze charakterystyczne dla koncepcji techniki oraz sposoby wyjaśniania i opisu (Sztompka, 2012).

Jak jednak stwierdza Merton (2002, s. 93), nurt analizy funkcjonalnej jest obecnie najbardziej obiecującym, ale także najmniej skodyfikowanym sposobem podejścia do problemów interpretacji zjawisk społecznych. Wykorzystanie funkcjonalizmu w analizie ekonomiczno-społecznej sięga czasów Smitha, który utożsamiał i funkcje interesów prywatnych i publicznych wiązał z harmonijnym i niezmiennym porządkiem natury (za: Merton, 2002, s. 109).



Szacki (2002) wymienia następujące cechy funkcjonalizmu:

- podejście holistyczne, zbudowane na dualistycznym podejściu do przedmiotu badania, w którym przedmiot składa się z określonych części funkcjonalnych i jednocześnie pełni funkcję w ramach większej struktury;
- wyjaśnianie funkcjonalistyczne, polegające na założeniu, że każdy element spełnia lub może spełniać w systemie określoną funkcję, a także fakcie, że wskazywanie tych funkcji jest tożsame z wyjaśnieniem zjawisk zachodzących w systemie;
- założenie porządku w systemie, wynikające z natury systemu, który znajduje się w stanie równowagi dynamicznej (sprężenia zwrotne) oraz którego określa strukturyzacja hierarchiczna;
- wymogi funkcjonalne, przejawiające się w konieczności określenia stałych potrzeb badanych systemów jako całości, którym są podporządkowane funkcje pełnione przez elementy te systemy tworzące;
- ahistorycyzm, polegający na dążeniu do formułowania schematów teoretycznych mających charakter uniwersalny, a więc niezależny od poziomu rozwoju; w stosunku do badania istoty funkcjonowania miasta odnosi się on do konieczności reprezentacji wyników badań przedmiotu do innych jednostek o porównywalnym poziomie rozwoju cywilizacyjnego.

Pojęcie funkcji – będące w funkcjonalizmie centralnym punktem odniesienia – jest wieloznaczne, a zatem różnorodnie interpretowane, ponieważ zostało przywłaszczone przez wiele dziedzin nauki i język potoczny. Ogólnie rzecz ujmując, można wyróżnić trzy płaszczyzny interpretacyjne: potoczną; organistyczną (pochodzącą z nauk biologicznych) oraz matematyczno-logiczną (zaadoptowaną z nauk matematycznych).

Już w rozumieniu potocznym termin ten przyjmuje kilka równorzędnych znaczeń w zależności od kontekstu, w jakim jest używany. Po pierwsze oznacza zadanie, które spełnia lub ma spełnić jakaś osoba lub rzecz. Po drugie określa czyjeś stanowisko lub zakres obowiązków, a także rangę wynikającą z tego stanowiska lub obowiązków. Ta interpretacja jest bliska ekonomicznej charakterystyce funkcjonalnej grup społecznych według kryterium zawodowego. Po trzecie charakteryzuje możliwość wykonania określonej operacji (np. przez urządzenie lub program komputerowy). Po czwarte, najbardziej zbliżone do pozostałych dwóch płaszczyzn interpretacyjnych, oznacza wzajemny stosunek zjawisk, z których jedno wynika z drugiego (*Słownik języka polskiego*, 2014). Merton (2002, s. 94) dodaje kolejne potoczne znaczenie, zgodnie z którym funkcja odnosi się do ceremoniału publicznych zebrań lub uroczystych okazji. Ponadto autor ten przytacza szereg synonimów słowa funkcja zależnych od jego kontekstu znaczeniowego, które potęgują niejednoznaczność jego interpretacji. Są to: użytek, użyteczność, zadanie, motyw, intencja, cel, konsekwencje (Merton, 2002, s. 97).

W interpretacji organistycznej, wywodzącej się z fizjologii organizmów żywych, funkcja przypisywana jest określonym częściom (narządom) i oznacza znaczenie i rolę, a także wynikające z niej zadania, jakie mają te części do odegrania na rzecz funkcjonowania i rozwoju całego organizmu. Funkcja oznacza zatem rolę elementu w utrzymaniu całości systemu lub w jego rozwoju, lub, innymi słowy, wkład części do utrzymania ciągłości strukturalnej. W odniesieniu do miast problem badawczy koncentruje się na określeniu całości osadniczej lub społeczno-ekonomicznej, a także identyfikacji funkcji elementów tej całości, co wiąże się z potrzebą rozstrzygnięcia, co jest funkcją, a co nią nie jest (Suliborski, 2010, s. 56–57).

W interpretacji matematyczno-logicznej funkcja wyraża wzajemną zależność między dwiema lub kilkoma zmiennymi wielkościami lub przyporządkowanie elementom pewnego zbioru elementów innego lub tego samego zbioru. Zależność ta jest wyrażana dodatkowo takimi terminami jak „współzależność funkcjonalna” lub „relacje funkcjonalne” (Merton, 2002, s. 95). W tym przypadku w pierwszym rzędzie uwaga skoncentrowana jest na identyfikacji, opisie, pomiarze oraz wyjaśnianiu wzajemnych relacji między częścią a całością oraz poszczególnymi całościami tworzącymi pewien układ (Suliborski, 2010). Ta interpretacja najsilniej jest obecna w prezentowanych w niniejszej książce rozważaniach, szczególnie w odniesieniu do jej części empirycznej.

Należy zaznaczyć, że identyfikacja oraz opis funkcji – szczególnie w odniesieniu do jej matematyczno-logicznej interpretacji – nie jest zadaniem prostym, a problem ten towarzyszy wyraźnie badaniom miast. Funkcje mogą mieć charakter jawny (widoczny z perspektywy innych części lub podmiotów, a także badacza) oraz ukryty, a więc być niedostrzegalne, do których dotarcie wymaga poznania elementów ukrytych w strukturze całości. Rozróżnienie funkcji jawnych i ukrytych proponuje Merton (2002) na podstawie krytycznej analizy funkcjonalnej i w celu odróżnienia funkcji (obiektywnych konsekwencji) i motywów (świadomych motywacji). Autor stwierdza, że funkcje jawne odnoszą się do obiektywnych skutków dla określonej jednostki, które przyczyniają się do jej adaptacji i korygowania, a które zostały w tym celu pomyślane, natomiast funkcje ukryte odnoszą się do tego samego typu tych skutków, ale niezamierzonych lub niedostrzegalnych (s. 133).

Ponadto w analizie funkcjonalnej istotne jest rozróżnienie funkcji oraz dysfunkcji. Według Mertona (2002) funkcje to „dające się obserwować skutki, które przyczyniają się do adaptacji i modyfikacji danego systemu” (w tym przypadku miasta w jego międzynarodowym otoczeniu). Dysfunkcje natomiast to „takie obserwowalne rezultaty, które ową adaptację lub modyfikację pomniejszają” (s. 122). Istnieje także możliwość wystąpienia empirycznych skutków pozafunkcjonalnych, nieistotnych dla rozważanego systemu oraz podejmowanego w badaniach problemu. Warto jednak zauważyć, że zarówno istnienie

funkcji jawnych i ukrytych, jak i ich podział na funkcje i dysfunkcje istotne jest w procesie prowadzenia empirycznych badań nad związkami funkcjonalnymi części i całości strukturalnych, a nie samego rozumienia i interpretacji, czym jest funkcja. W dalszej części rozdziału wyjaśnione zostaną najczęściej występujące ujęcia interpretacyjne funkcji turystycznej jako funkcji miasta.

Mając na uwadze istnienie funkcji oraz dysfunkcji w odniesieniu do problematyki rozwoju turystyki w mieście oraz wpływie tego rozwoju na umiędzynarodowienie miasta, zachodzi konieczność stworzenia nie tylko odpowiednich ram metodycznych badania, ale także przygotowania zbioru danych, dzięki którym możliwa będzie ich identyfikacja według tego kryterium. Zarówno to rozróżnienie typologiczne, jak i istnienie funkcji ukrytych należy uznać za bardzo istotny problem, szczególnie dlatego, że badania te mają w zdecydowanej mierze charakter eksploracyjny, a nie eksplanacyjny. W tym przypadku konieczne jest sięgnięcie do technik badawczych umożliwiających identyfikację ukrytych czynników internacjonalizacji miast w zakresie turystyki.

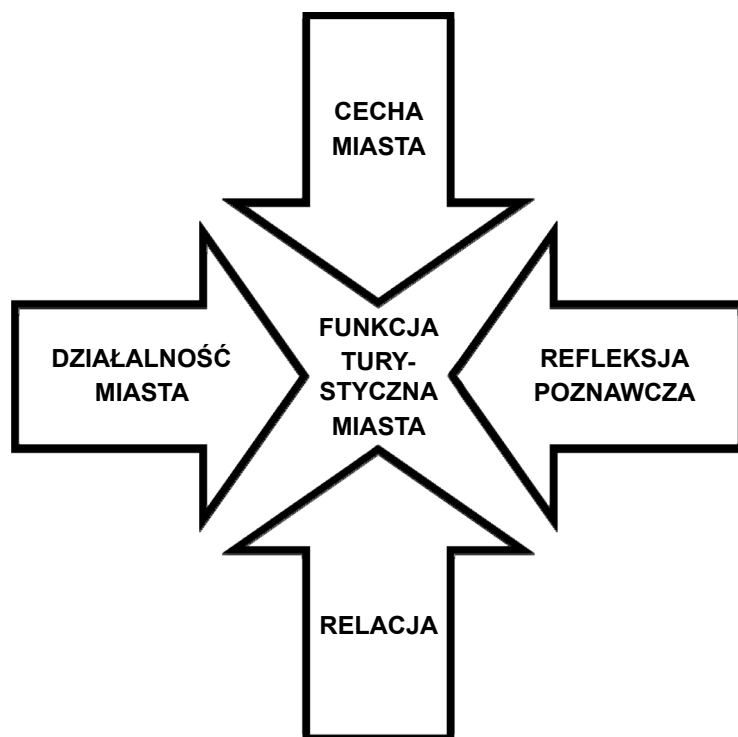
### **3.2. Turystyka w strukturze funkcjonalnej miasta**

---

Funkcja miejska stosowana jest najczęściej w sześciu ujęciach znaczeniowych (Suliborski, 2010): jako refleksja poznawcza, jako cecha miasta, jako działalność miasta (funkcja działań miejskich), jako relacja (w ujęciu strukturalno-funkcjonalnym), jako rodzaj działalności mieszkańców miasta oraz jako skupiska pracy lub miejsc zamieszkania.

Można od razu wykluczyć dwa ostatnie z nich, ponieważ nie mają zastosowania dla identyfikacji funkcji turystycznej. Koncepcja funkcji miasta jako dziedziny działalności mieszkańców opiera się na strukturze zatrudnienia tylko mieszkańców, a więc charakterze i rodzaju wykonywanych przez nich prac zawodowych (Brol, Maj, Strahl, 1990; Suliborski, 2010). Innymi słowy funkcja miasta stanowi rodzaj działalności (pracy) wykonywanej przez jego mieszkańców (Brol, 2004, s. 23). Takie ujęcie jest jednak nieprecyzyjne i dyskusyjne, ponieważ miasta stanowią otwarte rynki pracy, niezależne od faktu zamieszkania w ich granicach administracyjnych, ponadto zatrudnienie w gospodarce turystycznej cechuje wysoki poziom migracji zawodowej, także z zagranicy (Baum, 2007; Bednarska, 2012; Riley, 2004). Z kolei określenie charakteru miasta tylko na podstawie dwóch rodzajów funkcji – mieszkaniowej i miejsca pracy (Jerczyński, 1977) – odwołuje się do pojęcia funkcji jako cechy miejsca, jednak jest zbyt syntetyczne dla wyróżnienia znaczenia turystyki w tym podziale.

Do analizy turystyki jako funkcji miasta przyjęto cztery jej ujęcia poznawcze zaprezentowane na rys. 12. Dodatkowo rozpatrzona zostanie koncepcja funkcji turystycznej jako funkcji miejsca.



Rys. 12. Ujęcia teoretyczno-poznawcze funkcji turystycznej jako funkcji miasta  
Źródło: Opracowanie własne.

### **Funkcja turystyczna jako refleksja poznawcza**

Traktowanie funkcji miasta w kategoriach refleksji poznawczej opiera się na semantycznym rozumieniu tego terminu i zwykle oznacza zespół cech miasta, które stanowią o jego indywidualności, unikatowości lub podobieństwie do innych ośrodków w oczach danego badacza, obserwatora lub innego uczestnika życia miejskiego. Wyodrębnienie takich cech dotyczy głównie obserwacji morfologii miasta oraz sposobu życia mieszkańców i jest dokonywane subiektywnie. Wskazanie funkcji miasta jako jego charakteru (lub jego poszczególnych dzielnic) następuje najczęściej na podstawie jego położenia (np. miasto nadmorskie, na szlaku komunikacyjnym, satelitarne), zabudowy (np. miasto obronne, historyczne, rezydencjalne), znaczenia administracyjnego (miasto stoliczne, wojewódzkie, graniczne) lub historii (np. miasto średniowieczne, kapitalistyczne, postsocjalistyczne, modernistyczne) (Suliborski, 2010). Kontekst znaczeniowy funkcji turystycznej analizowanej poprzez refleksję poznawczą jest szeroki oraz interpretowany przez badacza lub innego obserwatora na bazie własnej percepcji i refleksji rodzących się w trakcie doświadczania miasta, sformułowanych w formie przewodnikowego, literackiego, popularnonaukowego, ale także w pełni naukowego opisu miasta. Ten ostatni wykorzystywany jest przez

przedstawicielei nurtu geografii humanistycznej: S. Kaczmarek i J. Kaczmarka (2009; 2004; 2010), Kowalczyka (2004), Madurowicza (2007, 2011), Maitlanda (2008a, 2013), Mikosa von Rohrscheidta (2010, 2011) i innych. Warto dodać, że często – chociaż nie jest to regułą – owe doświadczenie miasta dokonuje się w następstwie bezpośredniego przebywania przez badacza w mieście, a więc jest próbą obiektywnej interpretacji procesu eksplorowania indywidualnej percepcyjnej przestrzeni turystycznej (Liszewski, 2005b, 2006) lub miejskiej przestrzeni turystycznej człowieka (Włodarczyk, 2007, 2009). W tych przypadkach funkcja turystyczna danego miasta lub jego poszczególnych dzielnic (lub szczególnie wyodrębnionych obszarów) zostaje dodatkowo zatem skategoryzowana poprzez wiodącą – zdaniem badacza – formę turystyki lub rekreacji, czyli charakterem funkcji turystycznej (np. miasto turystyki biznesowej, dzielnica turystyki kulturowej, dystrykt turystyczno-handlowy, stolica sportów zimowych itp.).

Semantyczne rozumienie funkcji turystycznej może stanowić niekiedy problem prowadzący do błędnej interpretacji. Tak jest w przypadku traktowania funkcji w znaczeniu ról, jakie odgrywa sama turystyka jako zjawisko rozpatrywane z różnych punktów widzenia w kontekście podziału typologicznego samej funkcji turystycznej (Szromek, 2012, s. 49).

### **Funkcja turystyczna jako cecha miasta**

Interpretacja funkcji miasta jako jego cechy jest zbliżona znaczeniowo do funkcji jako refleksji poznawczej, ponieważ także odnosi się do semantycznego rozumienia tego terminu. Jest jednak w stosunku do poprzedniej zobiektywizowana oraz skonkretyzowana. Funkcja w tym sensie rozumiana jest jako cecha dekodująca przeznaczenie i użytkowanie miasta i odnosi się do materialnej formy przestrzeni miejskiej, natomiast abstrahuje od społecznych treści miasta zgodnie z podziałem na podsystem urbanistyczny i podsystem społeczny (por. Wallis, 1990). Podział funkcji miasta na społeczną, gospodarczą, administracyjną, mieszkaniową, kulturalną, polityczną itp. stanowi ogólne rozróżnienie cech miasta i nie oddaje w pełni znaczenia omawianego ujęcia. Podstawą określenia funkcji jako cechy miasta jest bowiem występowanie charakterystycznych dla danej funkcji elementów morfologicznych miasta. Tym samym funkcja jako cecha miasta stanowi podstawę do formułowania modeli struktur przestrzennych oraz teorii struktury przestrzennej miast (Suliborski, 2010).

Istotne dla rozpatrywania funkcji turystycznej jako cechy miasta jest to, że rozwój funkcji miejskiej w tym znaczeniu można obserwować w odniesieniu do zmian zagospodarowania przestrzeni miasta. Regulski (1986, s. 81) stwierdza, że kiedy rozwój funkcji w wymiarze społeczno-gospodarczym dokonuje się w formie ewolucyjnych, płynnych, a przez to trudniej dostrzegalnych przemian, to rozwój zagospodarowania ma charakter efektowny, skokowy, co związane jest z fizyczną zmianą morfologii miasta wywołaną działalnością inwestycyjną. Rozwój zagospodarowania jest zatem pochodną rozwoju funkcji (Brol i inni, 1990).

W innej pozycji Regulski (1982) stwierdza, że do pełnienia poszczególnych funkcji niezbędne jest właściwe przystosowanie miasta, zatem określona działalność implikuje adekwatne zagospodarowanie. W tym znaczeniu należy wyróżnić infrastrukturę techniczną oraz infrastrukturę społeczną, w ramach której, poza urządzeniami i instytucjami oświatowymi, kulturalnymi, naukowymi, ochrony zdrowia i opieki społecznej oraz administracji publicznej, wyróżnia się urządzenia i obiekty wypoczynkowe, sportowe i turystyczne (Ginsbert-Gebert, 1984). Biorąc to pod uwagę, ujęcie funkcji jako cechy wykorzystywane jest przede wszystkim w praktyce planowania zagospodarowania przestrzennego w odniesieniu do miast i obszarów metropolitalnych. W procesie tym turystyka oraz rekreacja są uznawane jako sposoby wykorzystywania i zabudowy poszczególnych terenów miejskich i podmiejskich, w ramach których uwzględnia się istotne dla ich rozwoju aspekty jak główne korytarze komunikacyjno-transportowe, zasady ochrony przyrody, krajobrazu kulturowego, dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej, wymagania kształtowania przestrzeni publicznych i zagospodarowania poszczególnych terenów, granice terenów rekreacyjno-wypoczynkowych i inne (*Ustawa z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*, 2003). Ponadto w ramach planowania przestrzennego obszarów metropolitalnych turystyce – określonej jako funkcja metropolitalna – może zostać przypisana ranga oraz typ funkcji, z czego wynikają określone kierunki rozwojowe wraz z odpowiednimi działaniami i wskazanymi obszarami oddziaływania (T. Kaczmarek, 2012; WBPP, 2012).

Na ujęciu funkcji jako cechy miasta lub innego obszaru oparte jest w dużej mierze geograficzne postrzeganie funkcji turystycznej. Włodarczyk (2009, s. 96–100) rozpatruje ją w odniesieniu do przestrzeni turystycznej rozumianej jako przestrzeń, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego i zagospodarowanie turystyczne. W odniesieniu do miasta stanowi ona element jego struktury przestrzennej, w obrębie której wyróżnia się zespół elementów antropogenicznych i środowiska naturalnego, będących przedmiotem zainteresowań turystów oraz decydujących o atrakcyjności turystycznej miasta (por. Dwucet, Pytel, Tkocz, 2008; Kowalczyk, 2000). Ze względu na podkreślenie roli ruchu turystycznego jako czynnika identyfikującego funkcję turystyczną (mimo że nie jest cechą morfologiczną miasta lub innego obszaru) oraz zagospodarowania turystycznego do podejścia Włodarczyka nawiązywać będą dalsze rozważania. Geografowie charakteryzują funkcję turystyczną właśnie w odniesieniu do trzech wymiarów: walorów turystycznych, poziomu zagospodarowania turystycznego oraz ruchu turystycznego (Derek, 2008; Fischbach, 1989; Kowalczyk, 2000). Do tego można dodać jeszcze dostępność komunikacyjną będącą istotną podstawą jej rozwoju (por. Fischbach, 1989; Włodarczyk, 2009). Te cztery elementy stanowią także podstawę analizowania zakresu przestrzennego oraz kierunków rozwoju

obszarów turystyczno-rekreacyjnych na obszarach podmiejskich dużych miast (Liszewski, 2005a; Wu, Cai, 2006).

W analizie funkcji turystycznej jako cechy miasta należy szczególnie brać pod uwagę tendencję do fragmentarycznej koncentracji przestrzennej w zakresie lokalizacji obiektów i urządzeń turystycznych. Ruch turystyczny w mieście kieruje się głównie wokół określonych miejsc, w których występują walory turystyczne stanowiące zasadniczą siłę przyciągania turystów (Gieźgała, 1977, s. 35; Konieczna-Domańska, 2007, s. 32), a także obiekty biznesowe, centra kongresowo-wystawiennicze oraz węzły i ciągi transportowe. W ten sposób w miastach tworzą się odizolowane symbolicznie (i po części fizycznie, ale w niewielkim zakresie) strefy, w których po części w wyniku zmian ewolucyjnych, a po części w wyniku decyzji i działań planistycznych funkcja turystyczna ma podstawowe znaczenie gospodarcze. Nazywane są one ogólnie dzielnicami (dystryktami, rejonami, enklawami) turystycznymi (*tourist districts*, *tourist precincts*) (Hayllar, Griffin, Edwards, 2008; Pearce, 1998). W literaturze funkcjonują także zwroty oddające szczegółowo ich charakter: dzielnice działalności rekreacyjnej (*recreational business districts*) i dzielnice działalności turystycznej (*tourism business district*) (Getz, 1993) oraz centralna dzielnica turystyczna (*central tourist district*) (Maitland, 2008a). Porównania dwóch pierwszych dokonuje Getz (1993). Wskazuje on, że w dzielnicy rekreacyjnej przemiany przestrzeni miejskiej pod wpływem turystyki mają niewielkie rozmiary, natomiast w dzielnicach działalności turystycznej turystyka jest wiodącym czynnikiem powodującym zmiany w przestrzeni miasta. Ich wykorzystanie ma charakter całoroczny, oprócz obecności walorów kulturowych i infrastruktury turystycznej rozwija się w nich funkcja handlowa, kulturowa, administracyjna, transportowa, a nawet biurowa. Są one dostępne nie tylko dla przyjezdnych, ale także dla mieszkańców korzystających ze znajdujących się w nich atrakcji i ukierunkowanych na konsumpcję znajdujących się w nich usług.

Spirou (2011, s. 78–87) natomiast wyróżnia pięć typów dzielnic turystycznych (tabela 7), z których dwa pierwsze stanowią istotę miast i dlatego są adaptowane i wykorzystywane dla celów turystycznych, natomiast pozostałe trzy są tworzone bezpośrednio dla potrzeb rozwoju miejskiej gospodarki turystycznej.

Pomimo tego, że funkcja turystyczna w dzielnicach ma dominujące znaczenie, ich rozwój opiera się nie tylko na koncentracji przestrzennej walorów i zagospodarowania turystycznego, ale także na powiązaniach z innymi funkcjami miejskimi. Jansen-Verbeke i Ashworth (1990) zauważają, że „rozwój turystyki zależy bardziej od koncentracji niż rozproszenia, funkcjonalnej integracji niż segregacji oraz wielofunkcyjnego niż monofunkcyjnego środowiska”. Pearce (1998), na podstawie analizy powiązań przestrzennych i funkcjonalnych między atrakcjami turystycznymi a innymi formami wykorzystania przestrzeni w trzech

dystryktach turystycznych Paryża, zauważa z jednej strony linearną koncentrację handlu i usług zorientowanych na obsługę turystów wokół obiektów dziedzictwa kulturowego, z drugiej konflikty na linii funkcja turystyczna – inne funkcje miejskie. Niewątpliwie nagromadzenie osób i obiektów turystycznych w mieście z jednej strony wywołuje pozytywne efekty aglomeracji (Nawrot, Zmysłony, 2009, s. 33–35), a z drugiej jest przyczyną negatywnych zjawisk i niebezpieczeństw, takich jak presja wzrostu cen gruntów, nieruchomości, usług turystycznych, zatłoczenie, problemy komunikacyjne czy niebezpieczeństwo przekroczenia pojemności turystycznej (Manente, Pechlaner, 2006; Russo, 2002; Zmysłony, 2012). Pomimo rozproszenia samej działalności gospodarczej funkcja turystyczna wyróżnia się w strukturze przestrzennej miasta.

**Tabela 7. Typologia dzielnic turystycznych**

<b>Rodzaje dzielnic i charakterystyka</b>
<p><b>Dzielnice etniczne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– na ogół zlokalizowane w śródmieściach miast, a nawet ścisłym centrum historycznym;</li> <li>– przesądzają o dziedzictwie historycznym miast, a przez to o ich atrakcyjności turystycznej;</li> <li>– na ogół są nieznacznie zmieniane przez współczesne ruchy migracyjne, a więc nie mają one wiele wspólnego ze współczesnymi podmiejskimi dzielnicami imigrantów w globalnych miastach;</li> <li>– kulturowa różnorodność dzielnic może być podkreślana, komercjalizowana i oferowana jako atrakcja na rynku turystycznym;</li> <li>– w celach komercyjnych oraz dla podkreślenia wartości kulturowej turystom udostępniane są charakterystyczne dla tych dzielnic budynki i budowle, pomniki, muzea, domy kultury, cmentarze i inne cenne obiekty;</li> <li>– dla zwiększenia ich atrakcyjności turystycznej władze miast w porozumieniu z miejskimi organizacjami pozarządowymi implementują programy wsparcia rozwoju lokalnej kuchni, sztuki, wskrzeszają lokalne festiwale i bazyry (zob. Shaw, Bagwell, Karmowska, 2004).</li> </ul> <p><b>Przykłady:</b> China Town w Chicago, Nowym Jorku, Londynie, San Francisco i wielu innych miastach amerykańskich i angielskich, żydowski Kazimierz w Krakowie oraz Jozefow w Pradze, francuska dzielnica Vieux Carré w Nowym Orleanie, imigrancka dzielnica El Raval w Barcelonie, kolonia rosyjska Alexandrowka w Poczdamie.</p>
<p><b>Dzielnice historyczne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– najstarsze dzielnice miasta, charakteryzujące się historycznym układem komunikacyjno-osadniczym, dominują w nich zabytki i budynki będące symbolami miast;</li> <li>– najchętniej i najliczniej odwiedzane przez turystów i wycieczkowiczów;</li> <li>– często cały układ urbanistyczny podlega ochronie konserwatorskiej;</li> <li>– historyczna zabudowa, potrzeba ochrony dóbr publicznych oraz potrzeby mieszkańców zwykle stoją w konflikcie z masowym popytem turystycznym, często nastawionym na splotony odbiór, a także presją inwestycyjną przedsiębiorstw branż hotelarskiej i gastronomicznej oraz tanią rozrywką. Konflikty te stanowią trudności w zrównoważonym rozwoju turystyki w tych dzielnicach.</li> </ul> <p><b>Przykłady:</b> Dzielnica Gotycka w Barcelonie, Zatybrze w Rzymie, mała City of London w Londynie, Akropol w Atenach czy Śródmieście w Warszawie.</p>
<p><b>Dzielnice rozrywkowe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– najbardziej popularna forma koncentracji przestrzennej usług turystycznych, przyciągająca dużą liczbę odwiedzających;</li> <li>– ich tworzenie jest inspirowane oraz intensywnie wspierane przez władze lokalne, a także programowane przez planistów miejskich, jednak finansowane przez sektor prywatny lub w formie partnerstwa publiczno-prywatnego;</li> <li>– na ogół są zlokalizowane poza strefą śródmiejską lub w strefie nadbrzeżnej rzek i mórz, wymagają znacznych nakładów inwestycyjnych, mogą powstawać na tzw. surowym korzeniu lub jako efekt projektów rewitalizacyjnych;</li> <li>– ich funkcjonowanie wzbogaca strukturę funkcjonalno-przestrzenną całego miasta i stanowi punkt zwrotny w dalszym jego rozwoju.</li> </ul> <p><b>Przykłady:</b> Navy Pier w Chicago, Darling Harbour w Sydney, Doki Alberta w Liverpoolu.</p>



<b>Rodzaje dzielnic i charakterystyka</b>
<p><b>Dzielnice sportowe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ich powstanie stanowi wynik realizacji ogólnej strategii rozwoju miasta, w której funkcja sportowa jest elementem wyróżniającym, lub jest podyktowane wymogami organizacji wielkiej sportowej imprezy o globalnym oddziaływaniu, najczęściej igrzysk olimpijskich;</li> <li>– skala efektów ekonomicznych wynikających z ich istnienia i organizowanych w nich imprez sportowych zależna jest od wielkości miasta – mniejsze miasta, które nie są w stanie zbudować obiektów sportowych w strefie miejskiej, doświadczają odwrotnego efektu fałszywych wycieczkowiczów, którzy nocują w centrum, ale spędzają czas i wydają pieniądze w strefie pozamiejskiej; natomiast duże miasta, wolne od problemów braku terenów inwestycyjnych, osiągają dwukrotnie większe korzyści ekonomiczne wynikające z organizacji imprez sportowych (Daniels, 2007).</li> </ul> <p><b>Przykłady:</b> tworzone ewolucyjnie dzielnice sportowe amerykańskich miast Filadelfia i Pittsburgh, które budują rozwój nie tylko w oparciu o ludność miejscową, ale także poprzez bierną i czynną obecność turystów; nowe dzielnice olimpijskie we wschodnim Londynie, Soczi, Pekinie, Atenach czy Sydney, których wpływ na rozwój miasta i regionu został poddany analizie naukowej (Buhalis, 2001; Gursoy, Chi, Ai, Chen, 2011; Mangan, Dyreson, 2013; McGillivra, McPherson, 2012; Mueller, 2009; Orttung, Zhemukhov, 2014; Thornley, 2012; Veal, Toohey, Frawley, 2012; Zhou, Ap, Bauer, 2012).</p>
<p><b>Parki tematyczne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– oferują rozrywkę rekreacyjną na otwartym powietrzu, pozwalającą na spędzenie w nich co najmniej jednego dnia;</li> <li>– mają długą tradycję, sięgającą XVI wieku, kiedy otwarto park Bakken w Kopenhadze;</li> <li>– trzy tendencje rozwojowe: <ul style="list-style-type: none"> <li>• disneylandyzacja, polegająca na zintegrowaniu różnorodnych atrakcji w jedną cenę,</li> <li>• rozwój parków regionalnych w bliskiej odległości od metropolii (Tropical Island pod Berlinem, Ski Dubai),</li> <li>• internacjonalizacja parków polegająca na budowaniu parków siostrzanych, będących oddziałami tych pierwotnych w innych krajach (Disneyland, Legoland).</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Dzielnice – zaplecza:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– dodatkowy rodzaj dzielnicy, niemający jednoznacznie rozwiniętej specjalizacji;</li> <li>– powstają i rozwijają się jako zaplecze innych dzielnic z obiektem będącym dominantą przestrzenną i funkcjonalną, np. parków tematycznych, jednak po osiągnięciu masy krytycznej zaczynają funkcjonować samodzielnie.</li> </ul> <p><b>Przykłady:</b> I-Drive w Orlando na Florydzie, zlokalizowana nieopodal Disneylandu (trzy kinopleksy, galerie handlowe z blisko pół tysiącem sklepów, ponad 220 zakładów gastronomicznych oraz 100 hoteli dysponujących 30 tysiącami pokoi); dzielnica Plakka pod wzgórzami Akropolu, która swój samodzielny rozwój opiera o turystykę kulturową i specjalizację archeologiczną.</p>

Źródło: Spirou (2011, s. 78–87, 95–98).

## Funkcja turystyczna jako działalność społeczno-gospodarcza miasta

W koncepcji funkcji miasta jako jego działalności uwzględnia się zarówno aspekt społeczno-zawodowy, jak i aspekt materialny. Uwaga skupiona jest na badaniu zlokalizowanych na jego obszarze działalności społeczno-gospodarczych. Funkcja jest zatem działalnością społeczno-gospodarczą wykonywaną w mieście (Jerczyński, 1973, s. 19), identyfikowaną w formie określonego rodzaju miejsc pracy skupionych w instytucjach przede wszystkim o charakterze prywatnym (przedsiębiorstwach), ale także publicznym. W ten sposób funkcje miasta tworzą strukturę gospodarczą, która składa się z różnego rodzaju instytucji wytwarzających dobra i świadczących usługi.

Z uwagi na to, że miasta sprawują równocześnie wiele funkcji, ich identyfikacja jako działalności pozwala na określenie ich znaczenia w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miasta. W tym przypadku porównywane jest znaczenie określonej działalności w stosunku

do znaczenia innych działalności w obrębie miasta (Jerczyński, 1973). Dlatego jej efektem jest wyznaczanie funkcji dominujących (inaczej zwanych wiodącymi), określających wagę danego rodzaju działalności w strukturze gospodarczej miasta oraz tworzących najważniejszą jego podstawę, oraz funkcji uzupełniających, skoncentrowanych na ogół wokół funkcji wiodących i dominujących (Brol i inni, 1990; Wrona, Rek, 2001). Jak pisze Jerczyński (1973), wyróżnienie funkcji zależne jest w dużym stopniu od przyjętych kryteriów oraz stopnia szczegółowości agregacji gałęzi gospodarczych. Struktura funkcjonalna miasta ulega zmianom w czasie będącym konsekwencją logiki cyklu jego życia oraz wywołanych czynnikami zewnętrznymi, m.in. postępem technologicznym oraz globalizacją gospodarki. Skutkiem zmiany struktury funkcjonalnej jest zmiana funkcji dominujących nazwana przez Kostrowickiego (1952) sukcesją funkcji. Jej brak połączony z zanikiem funkcji dominującej prowadzi zwykle do stagnacji, a nawet do regresu w rozwoju miasta.

Interpretacja funkcji jako działalności społeczno-gospodarczej umożliwia dokonanie typologizacji funkcjonalnej miast (najczęściej określanej funkcją dominującą), w wyniku której wyróżniana jest zazwyczaj funkcja turystyczna lub jej pochodna. Już w ramach jednej z pierwszych takich prób, podjętych dla miast amerykańskich, pojawił się typ miasteczka uzdrowskiego i emerytów (Harris, 1943, za: Suliborski, 2010). W Polsce Kostrowicki (1952), badając funkcje wyspecjalizowanych osiedli miejskich (czyli charakteryzujących się przewagą jednej funkcji), wyróżnił, obok przemysłowych, handlowo-komunikacyjnych i komunikacyjnych, osiedla wypoczynkowe, które podzielił na uzdrowiska, ośrodki turystyczne i kąpieliska nadmorskie (s. 47).

Obecnie funkcja turystyczna wskazywana jest jako podstawowa działalność w ogólnych klasyfikacjach funkcji miejskich, obok funkcji przemysłowych, komunikacyjnych, administracyjnych i politycznych, handlowych, komunikacyjnych, usługowych (kulturalnych, oświatowych, naukowych, zdrowotnych, mieszkaniowych i komunalnych), przy czym jest ona łączona z innymi pochodnymi jej funkcjami lub włączana w szerszą rodzinę funkcjonalną. Przykładowo Kielczewska-Zaleska (1972) identyfikuje funkcję turystyczną, uzdrowską oraz rekreacyjną, kwalifikując je jako typy funkcji usługowych. Brol i inni (1990) wskazują funkcje turystyczne i uzdrowskie, z kolei Maik (2000), wyróżniając podobny wachlarz funkcjonalny miast, wyróżnia funkcje turystyczno-wypoczynkowe. W innej pozycji Brol (2004), a także Suliborski (Suliborski, 2008, s. 260, 2010, s. 60) wyodrębniają samodzielną funkcję turystyczną. Z uwagi na to, że wszyscy wymienieni w tym akapicie autorzy nie specjalizują się w zagadnieniach rozwoju turystyki, nie definiowali osobno pojęcia funkcji turystycznej, poprzestając na jej wyróżnieniu.

Na bazie rozumienia funkcji jako działalności gospodarczej oraz identyfikacji funkcji dominujących i uzupełniających pośrednio oparta jest definicja funkcji turystycznej autorstwa Warszzyńskiej i Jackowskiego (1978, s. 208), którzy – nie odnosząc jej wyłącznie do

obszarów miejskich – stwierdzają, że „jednostki przestrzenne, w których turystyka stanowi dominującą formę działalności gospodarczej, określa się powszechnie mianem jednostek o funkcji turystycznej, podobnie jak w przypadku obszarów uprzemysłowionych i rolniczych mówi się o funkcjach przemysłowych i rolniczych”. Dodatkowo Warszzyńska (1985) dokonuje stopniowania rozwoju funkcji turystycznej w oparciu o wartości czterech klasycznych wskaźników ją określających.

W literaturze z zakresu turystyki podejmowane są próby określenia znaczenia funkcji turystycznej w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miasta lub innego obszaru. Warszzyńska (1999) ogólnie stwierdza, że może ona pełnić funkcję dodatkową, uzupełniającą, równorzędną lub wiodącą. W odniesieniu do miast Derek, Kowalczyk i Swianiewicz (2005) dokonują trzystopniowej gradacji jej znaczenia w zależności od wielkości miasta, w wyniku czego stwierdzają, że w małych miastach turystyka może być funkcją uzupełniającą lub podstawową, w miastach średnich marginalną, uzupełniającą bądź podstawową, natomiast w miastach dużych funkcją marginalną bądź uzupełniającą, co można tłumaczyć ich wielofunkcyjnością i ogólnym stopniem rozwoju, identyfikowanym poprzez wysoki poziom pozostałych funkcji.

Funkcja turystyczna jako działalność społeczno-gospodarcza posiada wyróżniającą cechę. Jest nią ruch turystyczny, czyli obecność odbiorców działalności turystycznej w miejscach, w których jest realizowana. Cecha ta nie występuje w przypadku innych funkcji miejskich. Przejawem wzrostu poziomu funkcji turystycznej w mieście jest wzrastająca liczba i aktywność przestrzenna osób przekraczająca intensywnością aktywność samych mieszkańców. Z uwagi na ściśle „turystyczną” specyfikę w ogólnych rozważaniach teoretycznych dotyczących funkcji miasta ruch osób, jako efekt i przejaw funkcji nie jest podejmowany, za to w literaturze turystycznej liczba odwiedzających jest najdokładniej badany, wraz z zagospodarowaniem turystycznym, wymiarem potencjału turystycznego obszarów turystycznych (Derek, 2008; Kowalczyk, 2000; Szromek, 2012; Warszzyńska, Jackowski, 1978). Zatem mimo tego, że nasilające się okresowo potoki i skupiska odwiedzających można rozpatrywać także jako tymczasowy (zmienny) atrybut krajobrazu miejskiego, a więc w ujęciu cechy miasta, to przede wszystkim należy go traktować w kategoriach efektu działalności turystycznej jako aktywności społeczno-ekonomicznej. Z tego samego powodu ważne jest badanie sezonowości i wahań czasowych (dziennych, tygodniowych) ruchu turystycznego, struktury typologicznej odwiedzających, średniej długości ich pobytu oraz rozmieszczenia strumieni odwiedzających w przestrzeni miejskiej.

W literaturze z zakresu ekonomiki turystyki, ale w wielu przypadkach także geografii turystyki, o wiele częściej od ujęcia funkcjonalnego stosowane jest ujęcie produktowe jako metoda wyjaśniania mechanizmów funkcjonowania lokalnej gospodarki turystycznej, które jest zbliżone do ujęcia funkcji turystycznej w kontekście specjalizacji

społeczno-gospodarczej miasta lub obszaru (Bosiacki, 2007; Dziedzic, 1997; Gołembski, 1979; Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2010; Kozak, 2009; Kruczek, Zmysłony, 2010; Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009; Rapacz, 2005; Wodejko, 1998; Żemła, 2010). Niektórzy badacze, jak np. Dziedzic (1998) oraz Middleton, Fyall i Morgan (2009), stwierdzają, że miasta oferują pakiet atrakcji, urządzeń, możliwych aktywności, świadczeń, dóbr i elementów niematerialnych, dostarczanych w tym samym czasie i miejscu, które konstytuują w umyśle turysty najpierw wyobrażenie i oczekiwania odnośnie do pobytu, a następnie doświadczenie z tego pobytu w umyśle turysty. Heterogeniczność turystyki dodatkowo warunkuje jej znaczenie w dużych, wielofunkcyjnych miastach, w których, jak już wspomniano, określana jest ona jako funkcja marginalna lub najwyżej uzupełniająca, „rozmyta” w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miasta. Mihalić (2002, s. 93) ogólnie stwierdza, że w regionach (także miejskich) o niższym poziomie społeczno-gospodarczym znaczenie i potencjał rozwojowy turystyki są na ogół przeceniane, z kolei w rozwiniętych i zamożnych – niedoceniane i niedoszacowane.

### **Funkcja turystyczna miasta jako relacja**

Najpełniejsze znaczenie funkcji miasta wywodzi się z matematycznej interpretacji terminu „funkcja” oznaczającego relację, a więc zależność między dwiema lub kilkoma zmiennymi lub rodzajem relacji współzależności między elementami tworzącymi pewną całość. Podstawą koncepcyjną ujęcia **funkcji miasta jako relacji** są dwie klasyczne teorie funkcjonalne: teoria ośrodków centralnych oraz teoria bazy ekonomicznej miasta (Dziwoński, 1967; Jerczyński, 1973; Maik, 1988; Suliborski, 2010). W ich świetle funkcja ma dualną naturę. Po pierwsze jako działalność miasta stanowi element w jego strukturze gospodarczo-przestrzennej, zajmując w niej określone miejsce i pełniąc określoną funkcję oraz, wchodząc w relacje z innymi funkcjami, buduje znaczenie i rangę w tej strukturze. Po drugie stanowi jednocześnie podstawę określenia roli i rangi miasta w sieci osadniczej oraz systemie gospodarczym, a więc dotyczy relacji całego miasta z innymi miastami. W tym sensie znaczenie określonej działalności w danym mieście porównywane jest ze znaczeniem, jakie osiąga analogiczna działalność w innych miastach (Jerczyński, 1973, s. 19).

Dualizm funkcji w rozumieniu relacji wynika z jej strukturalno-funkcjonalnego ujęcia, w którym pierwszy omówiony wymiar dotyczy układu części miasta rozumianego jako całość i wynikających z tego układu wzajemnych relacji „część do części” oraz relacji „części do całości” miasta, natomiast drugi wymiar dotyczy sieci relacji całości miasta do innych całości (por. Maik, 2008). Tak rozumiana funkcja nie jest zatem tylko prostą cechą miasta, ale stanowi element struktury miast występujący równocześnie na różnych poziomach jej organizacji (por. Suliborski, 2010, s. 73), dzięki czemu możliwe jest zatem porównywanie potencjału miast w odniesieniu do poszczególnych funkcji.

W podejściu relacyjnym nie uzależnia się wyróżnienia funkcji od jej wielkości i znaczenia w strukturze gospodarczej miasta, określając ją jako „każdą działalność społeczno-gospodarczą wykonywaną w mieście, niezależnie od jej rangi ekonomicznej i przestrzennej, rozpatrywaną zarówno jako element miasta, jak i większej całości osadniczej (sieci, systemu), w skład której badany ośrodek wchodzi” (Suliborski, 2010, s. 73). Maik (2000, s. 179) stwierdza, że jest to „działalność [miasta] jako pewnej całości, czyli taka, która jest nie tylko racją bytu miasta, ale pozwala je wyróżnić i zidentyfikować w przestrzeni geograficznej”.

Wiele definicji funkcji turystycznej występujących w literaturze także budowanych jest właśnie na ujęciu strukturalno-funkcjonalnym<sup>1</sup>. W definicji zaproponowanej przez Kurka i Mikę (2007) można jeszcze pośrednio odczytać podkreślenie zewnętrznej roli funkcji turystycznej w mieście. Stwierdzają oni bowiem, że funkcję turystyczną stanowi „wszelka działalność społeczno-ekonomiczna w miejscowości lub regionie, skierowana na obsługę turystów, z której wynika jej (jego) zdolność do zaspokajania określonych potrzeb turystycznych” (Kurek, Mika, 2007, s. 40). Matczak (1989) w swojej definicji odwołuje się już bezpośrednio do relatywnego, dualnego charakteru funkcji miasta, stwierdzając, że „przez funkcję turystyczną rozumiemy całą działalność społeczno-ekonomiczną miasta, która jest skierowana na obsługę turystów, i którą miasto spełnia w systemie gospodarki narodowej” (s. 29). Liszewski (1989), nawiązując do definicji funkcji miasta według Maika przytoczonej w jednym z wcześniejszych akapitów, także bezpośrednio podkreśla jej relatywny charakter, stwierdzając, że dotyczy ona działalności skierowanej do zewnątrz. Według niego na funkcję turystyczną składają się „wszelkie działania i zachęty, jakie jednostka przestrzenna, będąc żywym organizmem gospodarczym, emituje pod adresem turystyki przyjazdowej, jak również skutki i konsekwencje tej działalności dla jej struktury przestrzennej i życia gospodarczego” (Liszewski, 1989, s. 4).

Najpełniejszą, a zarazem najbardziej zwięzłą definicję funkcji turystycznej proponuje Kowalczyk (2000), uzupełniając, a zarazem syntetyzując rozważania Matczaka (1989) i Liszewskiego (1989). Stwierdza, że funkcja turystyczna „obejmuje działalność społeczno-gospodarczą [miasta], która jest skierowana na obsługę turystów i którą miasto spełnia w systemie gospodarki światowej, a także jako skutki i konsekwencje tej działalności dla struktury przestrzennej i życia gospodarczego miasta” (Kowalczyk, 2000, s. 37). Stosowana jest ona jako punkt odniesienia dla potrzeb dalszych rozważań zaprezentowanych w niniejszej pracy. W definicji tej podkreślone są bowiem trzy ważne aspekty: dualna istota oraz wynikające z niej głównie miastotwórczy charakter oraz światowy zakres oddziaływania, który jest kluczowy dla zjawiska internacjonalizacji miasta.

---

<sup>1</sup> Warto przy tym dodać, że mimo ściśle miejskiego pochodzenia pojęcia funkcja w geografii (por. Fischbach, 1989), w odniesieniu do turystyki odnosi się często do obszaru (regionu) turystycznego, a więc bardziej ogólnej od miasta jednostki przestrzennej.

Miastotwórcza rola turystyki wiąże się z charakterystycznym dla relacyjnej koncepcji rozróżnieniem na funkcje egzogeniczne i endogeniczne (Brol i inni, 1990; Maik, 1988; Suliborski, 2010). Pierwsze z wymienionych, inaczej zwane właśnie miastotwórczymi lub wyspecjalizowanymi, są wykonywane na potrzeby świata zewnętrznego i przez to decydują o racji bytu miasta i stanowią podstawę jego rozwoju, a także powinny stanowić źródło jego dochodów. W tym sensie określają specjalizację miasta w szerszej strukturze społeczno-gospodarczej, np. regionalnej, krajowej, a nawet makroregionalnej (kontynentalnej) i światowej, jak ma to miejsce w odniesieniu do funkcji turystycznej. W naturalny sposób zalicza się zatem do nich turystykę, a także administrację, szkolnictwo wyższe, transport zewnętrzny oraz funkcje przemysłowe. Z kolei funkcje endogeniczne, zwane też funkcjami obsługi miasta, to działalności społeczno-ekonomiczne wykonywane w mieście na potrzeby własnych mieszkańców – np. budownictwo mieszkaniowe, gospodarka komunalna, szkolnictwo podstawowe, podstawowa opieka zdrowotna, handel, usługi bytowe itp. Mają one charakter wtórny i są uważane za nieprzesądzające o rozwoju miasta, ale decydujące o jakości życia. Biorąc to pod uwagę, funkcja turystyczna może być w części rozpatrywana także jako funkcja endogeniczna, a ściślej rzecz biorąc – komponenty składające się na produkt turystyczny oferowany przez miasto mogą być w ten sposób rozpatrywane, mają bowiem charakter mieszany (dwufunkcyjny w rozumieniu relatywnym). Podczas gdy podmioty i urzędnicy tworzące funkcję turystyczną miasta zaspokajają potrzeby turystów w sposób łączny, tzn. jako wiązkę potrzeb związanych zarówno z motywem podróży, jak i wynikających z podjęcia ruchu turystycznego, to z poszczególnych składników tego kompleksowego produktu korzystają także mieszkańcy miasta, pracownicy, zakupowicze oraz inni konsumenci niebędący turystami, jednak robią to w sposób selektywny, a nie kompleksowy (Page, Hall, 2003; Szmatała, 2004). W tym sensie funkcja turystyczna ma charakter endogeniczny w odniesieniu do podmiotów i urzędzeń rekreacyjno-sportowych, kulturowych i rozrywkowych. Można stwierdzić, że endogeniczną stroną funkcji turystycznej jest funkcja rekreacyjna skierowana na obsługę mieszkańców. Ten zewnętrzno-wewnętrzny charakter jest wpisany w większość funkcji miasta, jednak w przypadku funkcji turystycznej udział zewnętrzny jest zdecydowanie większościowy.

Naturalną i logiczną konsekwencją traktowania funkcji turystycznej w ujęciu relacyjnym jest skoncentrowanie uwagi na ruchu turystycznym, którego rola została już podkreślona w ramach omawiania funkcji jako cechy miasta, ale który w tym przypadku nabiera szerszego znaczenia – jako wyznacznik egzogeniczności funkcji turystycznej, a także egzogeniczności całego miasta. Efektem działalności turystycznej jest ruch osób spoza miasta, czyli mobilność popytu, a nie podaży, który konstituuje gospodarkę turystyczną na tyle, że charakteryzując jej efekty w odniesieniu do bilansu płatniczego państwa, ukute zostały pojęcia eksportu niewidzialnego i importu niewidzialnego oznaczające turystykę

przyjazdową (turyści odwiedzający państwo są źródłem dodatkowych środków finansowych, wypracowanych w innym systemie gospodarczym) oraz turystykę wyjazdową (wyjazdy turystyczne mieszkańców za granicę i towarzyszący im odpływ pieniądza) (Wodejko, 1998). W odniesieniu do miasta taka analiza też jest uprawniona, a nawet wskazana. Ruch osób świadczy zatem nie tylko o egzogenicznym charakterze funkcji turystycznej, ale określa jej ponadkrajowy zasięg, kluczowy w badaniu jej internacjonalizacji.

### **Inne spojrzenie: funkcja turystyczna jako funkcja miejsca**

Wspomniany już wcześniej brak wymiaru popytowego w rozważaniach ogólnych dotyczących wszystkich funkcji miejskich oprócz turystycznej można tłumaczyć niemożnością porównania na jego podstawie zakresu i znaczenia funkcji turystycznej w strukturze funkcjonalnej miasta. Można zatem stwierdzić, że specyfika funkcji turystycznej jako funkcji miasta pozwala na określenie jej dodatkowej kategorii interpretacyjnej – funkcji jako efektu działań lub jako wielkości wytworzonej produkcji – lub dodanie wymiaru popytowego do metodyki pomiaru funkcji jako działalności miasta, a na pewno do pomiaru funkcji w ujęciu relacyjnym. Zasygnalizowane zostały także trudności w interpretowaniu funkcji turystycznej w kategoriach funkcji miejskiej, mające przede wszystkim swoją przyczynę w immanentnych cechach gospodarki turystycznej w odniesieniu do jednopoziomowości jej analizy (w odniesieniu do całości funkcjonalno-przestrzennej miasta, innymi słowy – z poziomu całego miasta).

Pomocna w interpretacji roli turystyki w mieście może być zatem koncepcja funkcji miejsca zaproponowana przez Suliborskiego (2008, 2010). Bazuje ona na założeniach emergentystycznej koncepcji miasta (zob. Maik, 1988, 2008), postulującej uwzględnianie wielopoziomowości zjawisk miejskich. Funkcja miejsca ma szerszy zakres niż funkcja miasta, interpretowana jest przede wszystkim w aspekcie społecznym, co pozwala na przyjęcie zewnętrznej perspektywy patrzenia na rolę samej funkcji turystycznej, od strony odbiorcy działań składających się na nią. Oznacza ona społeczną rolę miejsca polegającą na zaspokojeniu pewnej części potrzeb indywidualnych i społecznych, które stanowią główne czynniki powstania i rozwoju, przy czym miejsce odnosi się do konkretnego fragmentu przestrzeni miasta lub miasta jako całości, identyfikowanych przede wszystkim w znaczeniu społecznym (Suliborski, 2010, s. 151–152). W tym znaczeniu odnoszenie jej do działań mających na celu zaspokojenie potrzeb turystycznych jest adekwatne do kontekstu sfery zarządzania rozwojem turystyki, w ramach której obok decyzji odnoszących się do całości działalności turystycznej często konieczne jest podejmowanie decyzji lokalizacyjnych, dotyczących wybranych obszarów przestrzeni miasta i elementów jego zagospodarowania (zgodnie z nieciągłym charakterem przestrzeni turystycznej) w formie ukształtowanych dzielnic turystycznych (*tourism business district*) lub dopiero kształtowanych obszarów i atrakcji turystycznych.

Według Suliborskiego funkcja miejsca identyfikowana jest w trzech wymiarach: morfologiczno-przestrzennym, ekonomicznym i społecznym (Suliborski, 2010, s. 154–160), które można interpretować odnośnie do funkcji turystycznej. W pierwszym wymiarze przyjmuje ona formę architektonicznie określonych budowli lub układu przestrzennego, które mają dla odbiorców znaczenie oraz wartość użytkową bądź symboliczną, a jej zmiany polegają na akceptacji istniejącej formy, adaptacji, rekonstrukcji lub kreacji. Wymiar ten może być identyfikowany przez rodzaj, liczbę i jakość walorów turystycznych oraz rodzaj, liczbę i pojemność obiektów zagospodarowania turystycznego. W wymiarze ekonomicznym funkcja miejsca stanowi charakterystyczne skupienie instytucji i działalności społeczno-gospodarczych, które w tym konkretnym przypadku świadczą usługi i wytwarzają dobra zaspokajające potrzeby turystów (ale także mieszkańców i innych odbiorców) oraz stanowią – co ważne z punktu widzenia internacjonalizacji – przedmiot eksportu. Wymiar ten może być identyfikowany przez jego wielkość ekonomiczną (liczba zatrudnionych, wielkość PKB), rodzaj działalności tworzących funkcję (według klasyfikacji gospodarki narodowej), strukturę (skład rodzajowy obiektów zagospodarowania turystycznego, przesądzający o specjalizacji turystycznej miasta lub jego obszarów) oraz organizację wynikającą z powiązań społeczno-ekonomicznych oraz organizacyjno-przestrzennych, a także – co ważne w przypadku turystyki – formę instytucjonalną oraz praktyczną formę zarządzania turystyką (zakres i forma działalności organizacji odpowiedzialnych za zarządzania turystyką). W końcu wymiar społeczny opiera się na subiektywnym wyobrażeniu i wartościowaniu przez odbiorców (w tym przypadku turystów) roli i znaczenia miejsca lub obiektów w szerszym kontekście przestrzenno-kulturowym, politycznym i ekonomicznym. W tym sensie oddziaływanie miejsca zależne jest od siły wysyłania i przyciągania, opiera się na tworzeniu relacji turysta-miejsce. Funkcja turystyczna miejsca w wymiarze społecznym wiąże się z jego atrakcyjnością budowaną w procesie indywidualnej percepcji miejsca przez turystów. Generalizując rozważania autora odnośnie do tego wymiaru (który koncentruje się na jego subiektywnym i indywidualnym zakresie), można wyprowadzić dwa wnioski. Po pierwsze wpływa on na sferę kreowania wizerunku w oczach turystów, który jest pochodną planowych decyzji instytucji odpowiedzialnych za marketing miasta, ale także skojarzeń i wrażeń wywołanych poprzez interpretacje kulturowe, kontekst sytuacyjny oraz stronicze treści przekazywane kanałami nieformalnymi (Echtner, Ritchie, 1993; Govers, Go, 2009; Kotler, Heider, Rein, 1993; Luque-Martínez, Del Barrio-García, Ibáñez-Zapata, Rodríguez Molina, 2007; Żemła, 2010). Po drugiej roli i znaczenie społeczne miejsca przekłada się na jego popularność wyrażoną liczbą odwiedzin turystów, dlatego można przyjąć, że wymiar ten może być identyfikowany przez liczbę turystów lub liczbę ich odwiedzin.

Oprócz wymiarów funkcji turystycznej miejsca można wyróżnić – wykorzystując znów klasyfikację Suliborskiego (2008) – jej cztery atrybuty: formę (architektura, estetyka,



organizacja i użytkowanie przestrzeni), eksploatację (wykorzystanie walorów i obszarów turystycznych oraz urządzeń i obiektów zagospodarowania turystycznego), społeczną percepcję (subiektywna ocena przeznaczenia oraz atrakcyjności walorów, urządzeń i obiektów, będące częścią wizerunku miejsca) oraz społeczne znaczenie (indywidualne doświadczanie i wynikające z niego wrażenia emocjonalne i przeżycia estetyczne i poznawcze, dzięki którym miejsce nabiera znaczenia i wartości).

### **3.3. Podstawy pomiaru funkcji turystycznej**

---

Na podstawie dotychczasowych rozważań można stwierdzić, że funkcja turystyczna jako funkcja miejska jest kategorią wieloznaczną i interpretowaną w zależności od konieczności podkreślania jej konkretnych aspektów. Na tę różnorodność interpretacyjną wpływ ma nie tylko samo pojęcie funkcji, ale także wielowymiarowość zjawiska turystyki (Alejziak, 1998, 2005; Kowalczyk, 2000, 2006; Przeclawski, 2004), tym niemniej z uwagi na przedmiot badań największe znaczenie mają jej interpretacje jako cechy miasta oraz, w mniejszym wymiarze, jako działalności społeczno-gospodarczej miasta połączone klamrą wymiaru relacyjnego. W pierwszym ujęciu podkreślona jest rola wymiaru przestrzennego, a w szczególności walorów oraz zagospodarowania turystycznego, przy czym znacząca dla tego rozumienia jest cytowana wcześniej definicja Włodarczyka (2009), w której istotną funkcję pełni także ruch turystyczny jako aspekt rozpatrywania funkcji turystycznej, nieobecny tak silnie w innych interpretacjach. W ramach drugiego, uzupełniającego ujęcia, należy podkreślić zakres i siłę gospodarczą turystyki jako bazy do jej internacjonalizacji. Trzeci wymiar dotyczy bezpośrednio problematyki pracy, podkreśla bowiem zewnętrzne znaczenie funkcji turystycznej. Dodatkowo interpretacja funkcji turystycznej jako funkcji miejsca może być użyteczna z punktu widzenia określania atrakcyjności turystycznej miasta.

Największym wyzwaniem badania funkcji turystycznej jest jej kwantyfikacja za pomocą odpowiednich mierników. W każdym z opisanych w rozdziale 3.2. ujęć funkcji miejskiej akcentowany jest inny zestaw jej cech i własności, czego wynikiem jest zróżnicowana metodologia jej pomiaru. Ponadto ekonomika turystyki i geografia turystyki dorobiły się własnych metod i narzędzi pomiaru funkcji turystycznej.

W literaturze anglojęzycznej charakterystykę mierników odnoszących się do wynikowej (podażowej) sfery turystyki we wszystkich aspektach jej funkcjonowania przedstawiają Backman, Uysal i Backman (1992) oraz Huan i O'Leary (1999). W odniesieniu do miast zagadnieniami metodologicznymi oraz praktycznymi uwarunkowaniami pomiaru działalności turystycznej zajmuje się Wöber (1997, 2000, 2003, 2006) wraz ze współpracownikami (Bauernfeind, Arsal, Aubke, Wöber, 2010; Ostertag, Wöber, 2010). Praktyczne problemy stosowania wskaźników omawia z kolei Heeley (2011).

W literaturze polskiej systematyczny i najpełniejszy w ostatnich latach przegląd wskaźników stosowanych do pomiaru funkcji turystycznej na szczeblu lokalnym i regionalnym prezentuje Szromek (2012), dodając do niego autorską propozycję miar syntetycznych. Mimo że jego analiza dotyczy wszystkich typów obszarów turystycznych, niezależnie od stopnia gęstości zaludnienia, to stanowi ona dużą wartość także w kontekście badania obszarów miejskich. Swoją propozycję mierników w odniesieniu do konkurencyjności obszarów recepcji turystycznej, będących operacjonalizacją autorskiego modelu budowy konkurencyjności tych obszarów, przedstawia także Żemła (2010, s. 351–359), który dzieli je na wskaźniki ilościowe i jakościowe, jednocześnie grupując je na mierniki charakteryzujące lokalizację danego obszaru – niezależne od działań podmiotów kreujących terytorialne produkty turystyczne – oraz mierniki potencjału turystycznego zależne od działań tych podmiotów. Ponadto wyróżnia on kryteria oceny wizerunku obszarów jako istotny składnik ich konkurencyjności.

## Podstawowe pojęcia

W literaturze z zakresu ekonomii, a także w interdyscyplinarnej literaturze dotyczącej regionalnych aspektów rozwoju turystyki, samo pojęcie miernika jest różnorodnie rozumiane i definiowane, a także stosowane zamiennie z innymi pochodnymi terminami, najczęściej ze wskaźnikiem i miarą, ale także zmienną, cechą i parametrem. Nie podejmując próby przedstawiania różnorodności definicyjnych oraz zakresu stosowania tych terminów przez różnych autorów<sup>2</sup>, przyjmuje się następujący schemat ich rozumienia:

- **cecha** oznacza stan, działalność lub efekt tej działalności, które charakteryzują dane zjawisko, a więc według których można to zjawisko rozpatrywać, np. cechą funkcji turystycznej miasta może być gęstość bazy noclegowej, natężenie działalności podmiotów gospodarczych w sferze turystyki lub wartość inwestycji turystycznych;
- **miernik (inaczej miara)** oznacza każde wymierne przedstawienie poziomu danej cechy, wyrażone liczbą bezwzględną lub względną. Miernik to zmierzona cecha, przy czym trzeba zaznaczyć, że daną cechą w wielu przypadkach można mierzyć więcej niż jednym miernikiem;
- miernik wyrażony w wartościach bezwzględnych (a więc w formie pojedynczego parametru/zmiennej) nosi nazwę **miernika podstawowego**. Odzwierciedla on najczęściej realny poziom danej cechy, jednak może także odnosić się do przyjętej w badaniu skali lub punktacji. Przykładem miernika podstawowego jest liczba turystów, liczba miejsc noclegowych lub liczba zatrudnionych;

---

<sup>2</sup> Taką analizę przeprowadza w swojej pracy Szromek (2012).

- **wskaźnik**, inaczej **miernik złożony** lub **względny**, stanowi miernik wyrażony w wartościach względnych (zależnych), tj. będący wynikiem relacji co najmniej dwóch parametrów (zmiennych). Innymi słowy wskazuje on istnienie lub zmianę danej cechy w stosunku do przyjętej podstawy, która charakteryzuje mierzone zjawisko lub wychodzi poza nie, zatem jest miarą umożliwiającą w większym stopniu porównanie obszarów (miast) poddanych pomiarowi (por. Milewska, Skrzypczyński, Włodarczyk, 2004). Przyjmuje formę procentową, ilorazową, punktową bądź funkcji przyczynowo-skutkowej. Przykładowo wskaźnikami funkcji turystycznej są: udział turystów zagranicznych w ogólnej ich liczbie, sezonowość ruchu turystycznego, przychody z ruchu przyjazdowego przypadające na mieszkańca lub udział liczby osób zatrudnionych w turystyce w zatrudnieniu miasta ogółem;
- specjalnym rodzajem wskaźnika jest **indeks**, który przedstawia zmianę danej cechy w czasie, czyli mierzonej co najmniej w dwóch momentach czasowych (Huan, O’Leary, 1999);
- **wskaźnik syntetyczny** stanowi ogólną miarę wypadkową odpowiedniego złożenia miar kilku (kilkunastu) cech wielowymiarowego zjawiska.

Uzupełniając kwestie definicyjne należy wyróżnić za Szromkiem (2012) konieczne atrybuty, jakie powinny cechować mierniki funkcji turystycznej: (1) obserwowalność cechy, której dotyczy, (2) oparcie na możliwych do uzyskania danych pochodzących ze źródeł wtórnych lub pierwotnych, (3) wykazywanie relacji z mierzoną cechą. Jednocześnie autor ten wyróżnia trzy rodzaje wskaźników: korelacyjne, których dobór wynika z korelacji między nimi a mierzonym zjawiskiem; definicyjne, których dobór jest jednoznaczny ze zdefiniowaniem zjawiska; oraz inferencyjne, które dotyczą zjawisk, które nie mogą być obserwowane bezpośrednio, jednak o ich istnieniu można wnioskować na podstawie zmiany wartości wskaźnika (Szromek, 2012, s. 24–26).

### **Źródła danych dotyczących funkcji turystycznej miasta**

Mierniki podstawowe z zakresu turystyki są gromadzone, opracowywane, przetwarzane i publikowane przez urzędy statystyczne, administracje rządowe lub narodowe administracje turystyczne państw lub wydzielonych terytoriów (Ostertag, Wöber, 2010) na mocy międzynarodowych porozumień w sprawie podstawowych zasad oraz wspólnych standardów metodologicznych zawieranych na poziomie światowym pod egidą Narodów Zjednoczonych (United Nations, 1994, 2003, 2004, 2014) oraz międzypaństwowym (makroregionalnym). Państwa członkowskie Unii Europejskiej gromadzą i przekazują zharmonizowane statystyki dotyczące podaży i popytu w turystyce zgodnie z prawem wprowadzającym monitoring statystyczny na podstawie wspólnych ram w zakresie systematycznego opracowywania,

tworzenia i rozpowszechniania europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki (Unia Europejska, 2011), uszczegółowionych w podręczniku metodologicznym (Eurostat, 2014). Do tych wymagań dostosowywany jest polski Program Badań Statystycznych Statystyki Publicznej prowadzony przez Główny Urząd Statystyczny (Marciniak, Kraśniewska, 2010). W szczególności mierniki podstawowe gromadzone w ramach wspólnego systemu statystyki turystycznej odnoszą się do następujących cech (Unia Europejska, 2011):

- a) pojemności i wykorzystania turystycznych obiektów noclegowych;
- b) noclegów udzielonych turystom w niewynajmowanych miejscach zakwaterowania;
- c) udziału osób w turystyce oraz charakterystyki podróży turystycznych i odwiedzających;
- d) charakterystyki podróży jednodniowych.

Biorąc pod uwagę heterogeniczność, złożoność i niejednorodność gospodarki turystycznej, Komisja Statystyczna Narodów Zjednoczonych już w 1993 roku (podczas tej samej sesji, na której przyjęto międzynarodowe rekomendacje dotyczące statystyki turystycznej) ustaliła Standardową Międzynarodową Klasyfikację Działalności Turystycznej (SICTA – *Standard International Classification of Tourism Activities*), zalecaną krajom członkowskim przez Światową Organizację Turystyki do charakterystyki statystycznej w zakresie turystyki. SICTA stanowi część oraz spełnia normy Międzynarodowej Standardowej Klasyfikacji Gospodarczej (ISIC – *International Standard Industrial Classification of all Economic Activities*), porządkując działalności turystyczne według następujących kategorii (Statistical Commission, 1993):

- 1) Budownictwo,
- 2) Handel hurtowy i detaliczny,
- 3) Hotele i restauracje,
- 4) Transport, gospodarka magazynowa i łączność,
- 5) Pośrednictwo finansowe,
- 6) Organizacje i instytucje międzynarodowe,
- 7) Obsługa nieruchomości, wynajem i inna działalność związana z prowadzeniem interesów,
- 8) Administracja publiczna,
- 9) Edukacja,
- 10) Pozostała działalność usługowa: komunalna, socjalna i indywidualna.

Należy jednak wspomnieć, że jej praktyczne zastosowanie w wielu krajach (także w Polsce) było bardzo ograniczone.

Trzeba podkreślić, że prawne ujednoclenie metodyki i harmonizacja standardów procesu pozyskiwania i przetwarzania danych dotyczą przede wszystkim szczebla centralnego, a nie regionalnego i lokalnego, które bezpośrednio odnoszą się do miejskiej funkcji

turystycznej. Dopiero w drugiej dekadzie tego wieku, a więc zaledwie w ostatnich kilku latach, pojawiły się próby stworzenia podwalin dla wspólnych, międzynarodowych ram systemu regionalnej statystyki turystyki oraz turystyki miejskiej w szczególności. Wśród nich należy przede wszystkim wyróżnić trzy inicjatywy.

Pierwszą jest działająca od 2011 roku organizacja non profit Międzynarodowa Sieć na rzecz Ekonomiki Regionalnej, Mobilności i Turystyki (The International Network on Regional Economics, Mobility and Tourism – INRouTe), wspierana przez Światową Organizację Turystyki i działająca na rzecz wsparcia narzędzi polityki rozwojowej na szczeblach niższych niż krajowy i mająca na celu stworzenie metodyki statystyki turystyki na poziomie regionalnym i lokalnym, którą można zaproponować członkom Światowej Organizacji Turystyki w formie oficjalnego przewodnika metodycznego. Prace badawcze INRouTe koncentrują się na czterech obszarach pomiarowych: znaczenie turystyki jako sektora gospodarczego, turystyka i rozwój zrównoważony, rozwój turystyki i spójność terytorialna oraz wsparcie kluczowych interesariuszy w regionach turystycznych wszystkich typów (INRouTe, UNWTO, 2012). W 2012 roku ukazał się dokument przedstawiający podstawowe założenia nowego systemu regionalnej informacji turystycznej, a po dwóch latach propozycje konkretnych wskaźników wraz z minimalnymi wartościami określającymi wymagany poziom mierzonej cechy w formie Regionalnego Systemu Informacji Turystycznej (INRouTe, UNWTO, 2014).

Drugą inicjatywą, skupiającą się na zagadnieniach konkurencyjności i trwałości rozwoju turystyki, ale wymagającą pogłębionej analizy danych wtórnych lub przeprowadzania badań pierwotnych, jest zaproponowany w 2013 roku Europejski System Wskaźników Turystycznych, będący wynikiem programu badawczego zleconego przez Komisję Europejską na rzecz monitorowania rozwoju zrównoważonego turystyki (European Union, 2013).

Trzecia inicjatywa dotyczy bezpośrednio turystyki w miastach. Rekomendacja wspólnej, miejskiej koncepcji mierzenia oraz analizy wpływu turystyki (*The Cities Impact Measurement Project*) (UNWTO, 2014) powstała jako efekt partnerskiego projektu „Miasta” (*Cities*) przeprowadzonego w latach 2011–2012 z inicjatywy Światowej Organizacji Turystyki we współpracy z 21 miastami na całym świecie, a także jako realizacja Istambulskiej Deklaracji Turystyki Miejskiej (*Istanbul Declaration on City Tourism*), będącej jego zwieńczeniem (UNWTO, 2012). Koncepcja jest wynikiem realizacji pierwszego priorytetu Deklaracji Istambulskiej dotyczącego potrzeby zwiększenia wiedzy na temat ekonomicznego i społecznego wpływu turystyki miejskiej na gospodarki lokalne i narodowe. Rekomendowany zestaw mierników poziomu miejskiej funkcji turystycznej w formie miejskiej karty wyników wraz ze źródłami informacji oraz sugerowaną częstotliwością pomiaru został opracowany na bazie Regionalnego Systemu Informacji Turystycznej według INRouTe i UNWTO (2014). Zapewnia się w ten sposób ich ewentualną porównywalność w różnych przekrojach terytorialnych. Mierniki zostały podzielone na trzy grupy: wskaźniki

kluczowe charakteryzujące poziom funkcji turystycznej, wskaźniki wpływu na gospodarkę miasta oraz wskaźniki wpływu pośredniego (UNWTO, 2014, s. 40–50).

Oprócz powyższych projektów, mających ambicje przenieść się w prawnie sformalizowane sposoby pomiaru funkcji turystycznej, problematyką tą zajmują się inne instytucje proponujące własne systemy pomiaru. Wspólnym ich celem jest dążenie do porównywalności miast (bądź innych typów obszarów) względem siebie pod względem poziomu rozwoju funkcji turystycznej niezależnie od ich terytorialnej przynależności. Do takich rozwiązań należy przede wszystkim otwarta miejska baza danych TourMIS ([www.tourmis.info](http://www.tourmis.info)), stworzona przez naukowców z Modul University w Wiedniu pod kierownictwem Karla Wöbera. Jest ona wykorzystywana przez stowarzyszenie European Cities Marketing (ECM, 2013, 2014) na potrzeby corocznego raportu na temat benchmarkingu funkcji turystycznej 130 miast europejskich. Z uwagi na wspomniane już ograniczenia w dostępności i porównywalności danych pomiar ogranicza się do dwóch podstawowych mierników: liczby miejsc noclegowych oraz liczby udzielonych noclegów, wyrażonych ogółem oraz w podziale na udzielone rezydentom oraz nierezydentom (dodatkowo wyróżniając główne rynki odwiedzających). Innym typem badania, którego zakres podmiotowy ograniczony jest do terytorium Hiszpanii, jest system pomiaru konkurencyjności miast w obszarze turystyki UrbanTOUR (Exceltur, 2013).

### **3.4. Pomiar funkcji turystycznej według ujęć interpretacyjnych**

---

Różny jest sposób kategoryzacji mierników dotyczących aktywności turystycznej w wymiarze regionalnym, a w szczególności identyfikujących naturę oraz stopień rozwoju funkcji turystycznej w odniesieniu do miast. Szromek (2012) stosuje prosty podział na mierniki indywidualne i syntetyczne. Z kolei Backman, Uysal i Backman (1992), biorąc pod uwagę szeroki aspekt turystycznej działalności regionalnej, wyróżniają cztery podstawowe grupy mierników:

- wskaźniki określające efekty działalności turystycznej w regionie (najbardziej tożsamy z miernikami poziomu funkcji turystycznej);
- wskaźniki charakteryzujące podróż i pobyt w odwiedzanym miejscu;
- wskaźniki cen konsumpcyjnych;
- wskaźniki pozostałe, o różnorodnej charakterystyce.

Huan i O’Leary (1999) weryfikują ten podział i określają pięć grup wskaźników:

- wskaźniki charakteryzujące efektywność sektora podróży i turystyki,
- wskaźniki charakteryzujące aktywność turystyczną (ruch i popyt turystyczny),
- wskaźniki przestrzenno-demograficzne,
- wskaźniki charakteryzujące poziom cen i efekty gospodarcze turystyki,
- wskaźniki pozostałe.

Zupełnie inną kategoryzację proponuje Heeley (2011) w odniesieniu do mierników miast, biorąc jako punkt odniesienia praktykę zarządzania turystyką miejską. Postulując każdorazowo rozdział aspektów przychodów i kosztów związanych z rozwojem turystyki w mieście, wyróżnia on cztery kategorie miar:

- mierniki charakteryzujące gospodarkę (*industry measures*) – liczba odwiedzin, liczba udzielonych noclegów i wskaźnik obłożenia hoteli;
- mierniki charakteryzujące wpływ turystyki na społeczność lokalną (*community measures*) – wydatki odwiedzających, wpływy z turystyki, zatrudnienie w turystyce;
- mierniki marketingowe, odnoszące się do efektywności działań miejskich organizacji turystycznych;
- mierniki benchmarkingowe, dotyczące porównań między miastami.

W kolejnych rozważaniach przyporządkowano mierniki funkcji turystycznej stosowane w literaturze ekonomiki turystyki, geografii turystyki oraz ekonomiki miasta do omówionych w poprzednim rozdziale ujęć interpretacyjnych funkcji miejskiej.

### **Pomiar funkcji turystycznej jako refleksji poznawczej**

**Funkcja turystyczna w rozumieniu refleksji poznawczej** nie podlega na ogół wymiernemu pomiarowi. Mierniki, jeśli są wykorzystywane, mają zazwyczaj formę podstawową i stanowią uzupełniający element rozważań. Rozpoznanie funkcji jest najczęściej wynikiem jej pogłębionej charakterystyki w formie analizy opisowej mającej wieloaspektowy wymiar i dotyczącej rozwoju funkcji ogółem lub w odniesieniu do wybranych jej aspektów. Analiza oparta jest na metodach faktograficznych, celowej analizie treści oraz rozumowaniu dedukcyjnym lub indukcyjnym w odniesieniu do źródeł wtórnych, a także na obserwacji uczestniczącej oraz, rzadziej, wywiadach diagnostycznych (swobodnych lub skategoryzowanych, indywidualnych lub zbiorowych, konsumenckich lub eksperckich) i ewentualnie badaniach ankietowych w odniesieniu do źródeł pierwotnych (Boyd, 2011; D’Hautesserre, 2005; Derek, Duda-Gromada, Kosowska, Kowalczyk, Madurowicz, 2013; Derek, 2011a, 2011b, 2013; Hayllar, Griffin, 2009; Jelonek, 2011; J. Kaczmarek, Kaczmarek, 2009; J. Kaczmarek, 2004, 2011; Kociuba, 2008; Kowalczyk, 2004; Madurowicz, 2007, 2011; Maitland, 2008b, 2010; Meethan, 1996; Novy, Huning, 2009). Stosowana jest także triangulacja wymienionych metod (Pearce, 1998).

### **Mierniki funkcji turystycznej jako cechy miasta**

Konsekwencją wyróżnienia funkcji turystycznej jako cechy miasta oraz funkcji miejsca w wymiarze morfologiczno-przestrzennym jest skupienie uwagi na występowaniu charakterystycznych dla niej elementów. W tym celu wykorzystywane są zarówno

podstawowe, jak i względne mierniki funkcji turystycznej. Charakteryzują one naturę oraz poziom funkcji turystycznej, odnosząc się najczęściej do miar wielkościowych (fizycznych).

Mierniki podstawowe są powszechnie używane w pomiarze stanu (oraz jego zmian) zagospodarowania turystycznego jako cechy określającej funkcję turystyczną. Pomiar dotyczy przede wszystkim (por. Faracik, Pawlusiński, 2008; Getz, 1993; Kowalczyk, Derek, 2010, s. 26–30; Pearce, 1998; Warszńska, Jackowski, 1978):

- liczby, pojemności, struktury rodzajowej i rozmieszczenia tzw. urządzeń podstawowych, a więc obiektów i infrastruktury, które są istotne dla rozwoju turystyki w obszarach miejskich: noclegowych, gastronomicznych i transportowych, z których za najbardziej tożsame z funkcją turystyczną i najbardziej ją określające są obiekty noclegowe;
- liczby, pojemności, struktury rodzajowej i rozmieszczenia obiektów konferencyjnych i wystawienniczych, które należy uznać jako podstawowe ze względu na znaczenie turystyki biznesowej;
- urządzeń towarzyszących, inaczej uzupełniających: rekreacyjno-sportowych, kulturalno-rozrywkowych, handlowo-usługowych, organizacyjno-informacyjnych, leczniczo-uzdrowiskowych, regeneracyjno-kosmetycznych i innych; ich pomiar następuje rzadziej, bowiem nie mają już one zasadniczego znaczenia dla zaspokojenia potrzeb turystów i trudno stwierdzić, że turyści są podstawową grupą użytkowników.

Mierniki podstawowe charakteryzujące zagospodarowanie noclegowe są gromadzone, przetwarzane i publikowane w ramach narodowego monitoringu statystycznego turystyki nadzorowanego przez GUS, wynikającego z przepisów prawa unijnego (Unia Europejska, 2011). Do najbardziej istotnych z punktu widzenia pomiaru funkcji turystycznej mierników miasta należą (Unia Europejska, 2011)<sup>3</sup>:

- liczba turystycznych obiektów noclegowych ogółem i według rodzajów (przy czym objęte wspólnym systemem monitoringu są hotele i podobne obiekty zakwaterowania, obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania oraz pola kempingowe, włączając pola dla pojazdów kempingowych

<sup>3</sup> Należy podkreślić, że prawie wszystkie publikowane wskaźniki dotyczą szczebla lokalnego, a więc Lokalnych Jednostek Administracyjnych (LAU – *Local Administrative Unit*), które zostały wprowadzone przez Eurostat na potrzeby statystyki lokalnej i są kompatybilne z najniższym poziomem NTS. Poziom LAU I, uprzednio NTS-4, dotyczy szczebla powiatowego, natomiast LAU II, uprzednio NTS-5, dotyczy najniższego, gminnego szczebla. Nie są szczegółowo regulowane rozporządzeniem, zostały jednak wymienione w załączniku III *Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady z 20 lutego 2008 r. zmieniającego rozporządzenie z 2003 r. w sprawie ustalenia wspólnej klasyfikacji jednostek terytorialnych do celów statystycznych (NUTS) w związku z przystąpieniem Republiki Bułgarii i Rumunii do Unii Europejskiej*. Z uwagi na częste zmiany w metodyce klasyfikacji LAU Eurostat śledzi jej rozwój, z roku na rok uaktualniając rekomendacje dla krajów członkowskich. Źródła: Parlament Europejski, 2003, 2008.



i pola namiotowe, dodatkowo zakres obserwacji obejmuje co najmniej wszystkie turystyczne obiekty noclegowe liczące 10 lub więcej miejsc noclegowych lub liczące 10 lub więcej stanowisk kempingowych lub namiotowych),

- liczba miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych ogółem i według rodzajów,
- liczba pokoi w turystycznych obiektach noclegowych ogółem i według rodzajów,
- liczba obiektów posiadających co najmniej jeden pokój przygotowany dla osób o ograniczonej zdolności ruchowej, w tym osób korzystających z wózków inwalidzkich (dane gromadzone co trzy lata),
- stopień wykorzystania miejsc noclegowych oraz pokoi netto w turystycznych obiektach noclegowych ogółem i według rodzajów,
- liczba turystycznych obiektów noclegowych z zapleczem konferencyjnym,
- liczba turystycznych obiektów noclegowych z zapleczem sportowo-rekreacyjnym,
- liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach noclegowych (tylko na poziomie NTS-2).

Liczba miejsc noclegowych stanowi podstawowy miernik używany na potrzeby benchmarkingu funkcji turystycznej miast europejskich w raporcie European Cities Marketing (ECM, 2013). Ponadto pomiar poziomu zagospodarowania turystycznego dotyczyć może następujących cech i ich mierników (Beim, Matuszewska, Szmatuła, Zmysłony, 2012; Fischbach, 1989; Matczak, Napierała, 2014; Pawlusiński, 2011; Pearce, 2009; Piziak, 2011; Rotter-Jarzębińska, 2011; Szromek, 2012; Żemła, 2010):

- rozkład przestrzenny (odległość od centrum lub kluczowych walorów turystycznych) obiektów noclegowych, przede wszystkim hoteli,
- rozkład przestrzenny, liczba oraz pojemność obiektów noclegowych nieskategoryzowanych o skali mikro, takich jak kwatery prywatne i apartamenty dla turystów,
- liczba, rozkład przestrzenny punktów i zakładów gastronomicznych ogółem i według rodzajów,
- liczba i rozkład przestrzenny obiektów stricte konferencyjnych oraz obiektów hotelowo-konferencyjnych ogółem oraz według rodzajów, a także liczby i pojemności sal przez nie oferowanych (liczonej liczbą miejsc lub dostępną powierzchnią), a także wyposażenie tych sal,
- liczba sal wystawienniczo-targowych oraz ich powierzchni,
- liczba i pojemność obsługa obiektów infrastruktury transportowej,
- liczba, długość i gęstość szlaków transportowych samochodowych, kolejowych, powietrznych i morskich,
- rodzaj i gęstość szlaków turystycznych, ścieżek rowerowych itp.

Najbardziej znanymi i najczęściej stosowanymi miernikami względnymi funkcji turystycznej opartymi o rozumienie jej jako cechy miasta (lub regionu) są natomiast (Huan, O'Leary, 1999; Kowalczyk, 2000, s. 58–59; Szromek, 2012; Warszzyńska, Jackowski, 1978):

- wskaźnik wielkości turystycznej bazy noclegowej według Baretje'a i Deferta, zwany w anglojęzycznej literaturze wskaźnikiem funkcji turystycznej (*tourist function*), oceniający jej poziom z punktu widzenia odwiedzającego; odnoszący potencjał miejsc noclegowych do liczby mieszkańców (liczba turystycznych miejsc noclegowych/liczba mieszkańców x100), przy czym przy jego wartości powyżej 50 (za: Warszzyńska, 1985) uznaje się funkcję turystyczną za silnie rozwiniętą, jednak w przypadku dużych miast daje on obniżone wyniki (Rak, 2008; Szromek, 2012; Schwichtenberg, Borzyszkowski, 2000);
- wskaźnik gęstości bazy noclegowej odnoszący potencjał miejsc noclegowych do powierzchni miejscowości lub obszaru (liczba turystycznych miejsc noclegowych/powierzchnia badanej jednostki przestrzennej określona w km<sup>2</sup>), dla którego nie określono standardowego kryterium oceny stopnia rozwoju funkcji turystycznej dla obszarów miejskich;
- mniej popularne wskaźniki to jakościowy wskaźnik komfortu pokoi (*room comfort index*) określający standard noclegowy danego obszaru poprzez nadanie wag w zależności od kategorii obiektów noclegowych i odniesienie ich do całkowitej pojemności noclegowej obszaru (por. Huan, O'Leary, 1999; Szromek, 2012).

Krytyka tych wskaźników, obejmująca również kwestie opóźnionej reakcji procesów zagospodarowania w stosunku do zmian w sferze społeczno-gospodarczej funkcji turystycznej (Szromek, 2012), jest dowodem na to, że interpretacja funkcji miejskiej tylko w rozumieniu cechy miasta, mimo że jest wskazana, a nawet konieczna, jest ograniczona.

Pomiar natężenia walorów turystycznych jako cechy funkcji turystycznej następuje z wykorzystaniem mierników podstawowych lub złożonych, a więc przede wszystkim w odniesieniu do ich liczby oraz innych parametrów, jak pojemność, w odniesieniu do miast uwzględniając przy tym zróżnicowanie walorów. Dokonywany jest on w odniesieniu do całości funkcji turystycznej lub do jej specjalizacji rozumianej jako rodzaj (forma) turystyki bądź jej wybranych atrybutów (Bródka, Potocka, 2012; Derek, 2008; Gołembski, 2002; Mikos v. Rohrscheidt, 2010; Seweryn, 2003). Dodatkowo pomiar walorów turystycznych wiąże się z wykorzystaniem mierników abstrakcyjnych opartych na punktacji wynikającej z oceny ich jakości i rangi (znaczenia).

W tym celu wykorzystuje się technikę waloryzacyjną<sup>4</sup>, czyli wartościującą i zawierającą element subiektywizmu ocenę jakości i siły walorów turystycznych przeprowadzoną

---

<sup>4</sup> Waloryzacja jest krokiem badawczym metody bonitacji punktowej, która w klasycznym wydaniu dodatkowo zawiera przeniesienie wyników oceny w formie wartości punktowej na mapę w postaci siatki kwadratów o jednakowej wielkości, którym nadaje się odpowiadające ocenie wartości, przy czym niektórzy autorzy rezygnują z siatki kwadratów, skupiając się na obszarach ograniczonych administracyjnie lub geograficznie (por. Sołowiej, 1992).

według ściśle określonej procedury badawczej (por. Kożuchowski, 2005; Mikos v. Rohrscheidt, 2010; Page, 1995; Sołowiej, 1992). Subiektywizm oceny dokonywanej przez badacza ograniczany jest poprzez przyjęcie ściśle określonej procedury i zasad przyznawania punktów. W kontekście omawiania pomiaru walorów jako cechy określającej poziom funkcji turystycznej należy wskazać dwie kwestie. Po pierwsze ocena walorów, oprócz rangi i jakości, powinna dotyczyć walorów estetycznych, sposobu wkomponowania w lokalny krajobraz oraz obecny stan i formę użytkowania (Żemła, 2010, s. 352). Po drugie Szromek (2012) i Włodarczyk (2009) wskazują, że walory są podstawami rozwoju funkcji, zatem uznawanie ich natężenia jako mierników jej poziomu wywołuje efekt podwójnego pomiaru w przypadku, kiedy obejmuje on walory turystyczne oraz równocześnie zagospodarowanie turystyczne i wielkość ruchu turystycznego. Polemizując z tymi opiniami, można stwierdzić, że problem powielenia informacji wynikającej ze stosowania mierników charakteryzujących te wszystkie obszary cech należy brać pod uwagę, ale można także traktować pomiar walorów jako weryfikację (potwierdzenie) poziomu funkcji wskazanej za pomocą innych mierników, zatem nie może on być uznany jako dyskwalifikujący dla badań.

Poziom funkcji turystycznej może być także określony pośrednio poprzez zakres i stopień dostępności komunikacyjnej miasta. Pomiar dotyczy najczęściej liczby połączeń w przewozach lotniczych, kolejowych, autobusowych oraz morskich, a także ich częstotliwości. Do mierników złożonych należy zaawansowany wskaźnik dostępności lub usieciowienia (*connectivity index*), określający całkowitą dostępność miasta lub obszaru pełniącego funkcję węzła komunikacyjnego w odniesieniu do poziomu intensywności wzajemnych połączeń wszystkich węzłów tworzących sieć komunikacyjną w wymiarze krajowym lub międzynarodowym (Huan, O'Leary, 1999; Smith, 1995)<sup>5</sup>. Jego użycie wiąże się z posiadaniem bardzo szerokiego i dokładnego źródła danych, które na ogół są trudno dostępne. Ponadto określając poziom funkcji turystycznej w kategoriach dostępności komunikacyjnej, należy brać pod uwagę szerszy od turystycznego zakres tego zjawiska oraz dualność jego natury. Dostępność może być bowiem traktowana zarówno jako czynnik rozwoju funkcji turystycznej, jak i skutek jej określonego poziomu.

## Mienniki funkcji turystycznej jako działalności miasta

Identyfikacja funkcji miasta jako działalności społeczno-gospodarczej (a także jako ekonomicznego wymiaru funkcji miejsca) następuje przede wszystkim poprzez pomiar

<sup>5</sup> Dokładnie rzecz biorąc, jest to stosunek bieżącej liczby połączeń do ich liczby potencjalnej (w odniesieniu do połączeń samochodowych i kolejowych: bieżąca liczba bezpośrednich połączeń/[ $3 \cdot (\text{liczba węzłów transportowych} - 2)$ ]; w odniesieniu do połączeń lotniczych: bieżąca liczba bezpośrednich połączeń/[ $(0,5 \cdot \text{liczba węzłów}) \cdot (\text{liczba węzłów} - 1)$ ]); założeniem budowy tego wskaźnika jest stwierdzenie, że potencjał turystyczny jest zależny od dostępności komunikacyjnej, a nie odwrotnie, a więc im wyższy wskaźnik (w przedziale 0;1), tym wyższy poziom rozwoju funkcji turystycznej.

liczby zatrudnionych (mieszkańców, ale częściej wszystkich pracujących w mieście) w określonej działalności gospodarczej. Pomiar opiera się na procentowych wskaźnikach zatrudnienia w poszczególnych działach gospodarki miejskiej w stosunku do ogółu pracujących, co umożliwi określenie znaczenia danej funkcji w strukturze funkcjonalnej miasta. Wiąże się z tym ściśle pomiar specjalizacji funkcjonalnej miast, której określenie może nastąpić, według wyjaśnień Jerczyńskiego (1973), poprzez wskazanie jednej funkcji dominującej, w której zatrudnienie przewyższa pewien normalny poziom rozumiany jako wielkość krytyczną, ustalaną najczęściej w sposób dedukcyjny i z założeniem braku zróżnicowania wewnętrznej struktury zatrudnienia, lub poprzez porównanie znaczenia funkcji danego miasta ze znaczeniem tej samej funkcji w innych ośrodkach miejskich.

Pomiar funkcji turystycznej następuje najczęściej przez wykorzystanie mierników określających z jednej strony jej czynniki produkcji lub potencjał ekonomiczny, a z drugiej strony wyniki tej działalności, które w przypadku turystyki dotyczą liczby odwiedzających.

Do pomiaru liczby osób pracujących nawiązują bezpośrednio Warszzyńska i Jackowski (1978), Fischbach (1989), Derek (2008) oraz Szromek (2012). Baretje i Defert (cyt. za: Warszzyńska, Jackowski, 1978) stwierdzają, że funkcję turystyczną jako funkcję dominującą obszaru wyznacza udział zatrudnienia w usługach i handlu związany z obsługą turystów w zatrudnieniu ogółem na poziomie przekraczającym 50%, a nawet 70%. Od razu można stwierdzić, że tak wysoka wartość wskaźnika na pewno nie przystaje jednak do uwarunkowań strukturalnych ośrodków wielkomiejskich. Założenie to zresztą zweryfikowała negatywnie Derek (2008), która zmierzyła udział pracujących we wszystkich usługach rynkowych (a nie tylko związanych z obsługą turystów) w ogólnym zatrudnieniu w gminach polskich, identyfikując tylko 4 obszary gminne, w których poziom ten przewyższał w 2004 roku 70% zatrudnienia, oraz 51 takich, w których jest on wyższy od 50% (s. 15).

Największym wyzwaniem wyodrębniania funkcji turystycznej miasta na podstawie zatrudnienia jest heterogeniczność turystyki, która stanowi praktyczny problem w sprawozdawczości statystycznej. Aby obliczyć zatrudnienie w turystyce, trzeba sięgnąć do danych zawartych w wielu sekcjach i działach określonych w narodowych systemach ewidencji działalności gospodarczych (w Polsce REGON), budowanych na bazie ich międzynarodowej standardowej klasyfikacji ISIC (United Nations, 2005). Ponadto poszczególne działy działalności cechuje zróżnicowany stopień „turystyczności”, określony przez to, w jakim zakresie turyści stanowią podstawową (pierwotną) grupę odbiorców (co *de facto* odnosi się do ustalenia stopnia ich egzogeniczności wyjaśnionej w dalszych rozważaniach). Dodatkowo pomiar musi uwzględniać rozproszenie (rozdrobnienie podmiotowe) podaży turystycznej, w ramach której własność i kontrola podzielona jest pomiędzy wiele przedsiębiorstw, przy czym dominują podmioty małej skali produkcji, wśród których zdecydowana większość to podmioty rzędu mikro (Bednarczyk,

2006; Konieczna-Domańska, 2007; Kornak, Rapacz, 2001, s. 28–29; Middleton i inni, 2009; Wodejko, 1998), które nie są objęte dokładną sprawozdawczością statystyczną. W rezultacie tych praktycznych uwarunkowań pomiar funkcji turystycznej na podstawie liczby pracujących podejmowany jest rzadko i jest ograniczony do wąskiej grupy typów działalności według PKD, co najczęściej sprowadza się tylko do sekcji I według PKD 2007 (lub H według PKD 2004) obejmującej zakwaterowanie i wyżywienie<sup>6</sup>. W takim wąskim zakresie wykorzystują go w swoich badaniach Dwucet, Pytel i Tkocz (2008) w odniesieniu do pomiaru funkcji turystycznej miast konurbacji katowickiej oraz Derek (2008) w odniesieniu do polskich obszarów gminnych niezależnie od rodzaju. Autorzy ci wykorzystują wskaźnik udziału zatrudnienia w turystyce w ogólnej liczbie pracujących<sup>7</sup>. Jest on także rekomendowany dla potrzeb porównań międzynarodowych przez INRouTe, która wskazuje poziom 4% jako istotny poziom rozwoju funkcji turystycznej (INRouTe, UNWTO, 2014, s. 8). Bardziej złożony wskaźnik proponowali w latach siedemdziesiątych poprzedniego wieku Warszńska i Jackowski (1978, s. 66), który jest modyfikacją wskaźnika wielkości turystycznej bazy noclegowej Baretje'a i Deferta odniesionego do liczby mieszkańców (liczba turystycznych miejsc noclegowych x100/liczba mieszkańców zatrudnionych poza usługami turystycznymi powiększona o liczbę osób zatrudnionych w usługach turystycznych, uzależnioną od liczby miejsc hotelowych i kategorii obiektów hotelowych).

Identyfikacja funkcji miasta jako działalności społeczno-gospodarczej oraz ekonomicznego wymiaru funkcji miejsca może także następować w oparciu o instytucjonalne wyposażenie miasta, a więc liczbę lokalizowanych w mieście instytucji (Szajnowska-Wysocka, 1995), rozumianych także w kategoriach podmiotów gospodarczych. W odniesieniu do funkcji turystycznej oznacza to wykorzystywanie mierników działalności odnoszących się do liczby podmiotów gospodarczych działających w tej sferze w formie mierników podstawowych oraz złożonych. Miernik ten rekomenduje INRouTe jako podstawowy do międzynarodowej statystyki turystyki na poziomie regionalnym (INRouTe, UNWTO, 2014, s. 49). Z omówionych już w odniesieniu do zatrudnienia przyczyn pomiar ogranicza się do najbardziej tożsamej z turystyką i dającej się w całości wyodrębnić rodzajowo sekcji działalności gospodarczej, tj. sekcji „Zakwaterowanie i wyżywienie”, chociaż możliwe jest

---

<sup>6</sup> Pełna nazwa sekcji I według klasyfikacji PKD 2007, wspólnej dla statystyki wszystkich krajów UE, to „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” (przed 2007 rokiem w stosowanej polskiej klasyfikacji działalności PKD 2004 podmioty te były sklasyfikowane głównie w sekcji H: Hotele i restauracje). Według SICTA działalność hoteli i restauracji uwzględniona jest w całości w dziale 4. Międzynarodowe zalecenia UNWTO dla prowadzenia pomiaru funkcji turystycznej na szczeblu regionalnym i lokalnym w ramach Międzynarodowej Sieci Gospodarki Regionalnej, Mobilności i Turystyki ograniczają się do wyszczegółowienia sekcji „Zakwaterowanie” oraz „Inne działalności turystyczne” (UNWTO, International Network on Regional Economics Mobility and Tourism, 2012, s. 29).

<sup>7</sup> Ten sam zakres podmiotowy wykorzystują autorzy dokonujący pomiaru proporcji zatrudnienia pracowników sezonowych i całorocznych w turystyce (Smuga, Burzyński, Karpińska-Mizielnińska, Ważniewski, 2007).

dotąd dodatkowo bardziej szczegółowe wyodrębnienie działów i grup z innych sekcji powiązanych z turystyką<sup>8</sup>. Pomiaru dokonuje się, wykorzystując dwa rodzaje wskaźników:

- wskaźnik natężenia działalności turystycznej (liczba turystycznych podmiotów gospodarczych (zarejestrowanych w sekcji I wg PKD 2007, a wcześniej sekcji H według PKD 2004)/liczba mieszkańców\*1000),
- względny wskaźnik natężenia działalności turystycznej (liczba turystycznych podmiotów gospodarczych/liczba podmiotów gospodarczych ogółem).

Przykładowo oba wskaźniki wykorzystuje Majewska dla pomiaru natężenia i dynamiki funkcji turystycznej zarówno największych miast w Polsce (2011), jak i gmin małych i średnich (2012). Warto zauważyć, że mierniki te w sposób przybliżony i mniej dokładny niż wskaźniki zatrudnienia określają poziom funkcji turystycznej, ponieważ oparte są na statystyce podmiotów gospodarczych w sensie prawnym, a nie obiektów, ponadto nie wskazują także na ich kategorię i wielkość.

Biorąc pod uwagę efekty społeczno-gospodarcze charakteryzujące funkcję turystyczną, należy przede wszystkim wskazać mierniki ruchu turystycznego, które można traktować jako wielkość wytworzonej w ramach funkcji turystycznej produkcji. Łatwość budowania mierników ruchu turystycznego wynika z dostępności danych statystycznych w tym zakresie, istnieje także możliwość porównywania poziomu funkcji turystycznej na ten temat. Funkcja turystyczna wyrażana poziomem ruchu turystycznego może być ujmowana za pomocą mierników podstawowych oraz mierników złożonych. Te pierwsze są gromadzone, przetwarzane i publikowane w ramach narodowego monitoringu statystycznego turystyki nadzorowanego przez GUS, wynikającego z przepisów prawa unijnego (Unia Europejska, 2011). Do istotnych z punktu widzenia pomiaru funkcji turystycznej miasta należą (Unia Europejska, 2011):

- liczba rezydentów i nierezydentów korzystających z turystycznych obiektów noclegowych (którzy, traktowani łącznie, są następnie ujmowani przez badaczy jako liczba turystów, ponadto nierezydenci dzieleni są ze względu na kraj lub obszar geograficzny zamieszkania odwiedzającego),
- liczba noclegów udzielonych rezydentom i nierezydentom w turystycznych obiektach noclegowych (po zsumowaniu oznaczająca łączną liczbę udzielonych noclegów),
- liczba noclegów udzielonych turystom w niewynajmowanych miejscach zakwaterowania (miernik nieobowiązkowy).

---

<sup>8</sup> Grupy działalności według PKD 2007 związanych z turystyką zawarte są w następujących sekcjach: Transport i gospodarka magazynowa (H), Informacja i komunikacja (J), Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją (R), Pozostała działalność usługowa (S). Pełną listę grup działalności tworzących gospodarkę turystyczną wraz z przypisanymi im kodami podają Komisja Statystyki Narodów Zjednoczonych oraz UNWTO w dokumentach określających międzynarodowe rekomendacje dla statystyki turystyki zarówno w odniesieniu do szczebla państwowego (United Nations, UNWTO, 2008), jak i szczebli regionalnego i lokalnego (UNWTO, International Network on Regional Economics Mobility and Tourism, 2012, s. 34).

Drugą grupą mierników podstawowych świadczących pośrednio o poziomie funkcji turystycznej jest liczba pasażerów poszczególnych środków transportu lub osób obsługiwanych w obiektach obsługi transportowej, jak dworce kolejowe i autobusowe oraz porty lotnicze i morskie (Page, 2009; Sala, 2011).

Do klasycznych mierników względnych funkcji turystycznej (Backman i inni, 1992; Huan, O'Leary, 1999; Kowalczyk, 2000, s. 58–59; Nawrot, 2006, 2008; Szromek, 2012; Warszńska, Jackowski, 1978) należą:

- wskaźnik intensywności ruchu turystycznego według Schneidera, określający jego poziom w odniesieniu do potencjału mieszkalnego obszaru (liczba turystów korzystających z noclegów/liczba stałych mieszkańców\*100); jego wartość powyżej 500 dla obszarów typowo turystycznych oznacza dobrze rozwiniętą funkcję turystyczną, w miastach jednak ten próg może być niższy; wg rekomendacji INRouTe poziom liczby turystów przypadających na jeden dzień powyżej 8% świadczy o istotnym wpływie turystyki na gospodarkę (INRrouTe, UNWTO, 2014, s. 8);
- wskaźnik intensywności ruchu turystycznego (*tourist intensity*) według Charvata, wyrażający znaczenie poziomu ruchu turystycznego dla gospodarki danego obszaru (liczba udzielonych noclegów/liczba stałych mieszkańców\*100), który w większym stopniu niż poprzedni wskaźnik zwraca uwagę na uwarunkowania intensywności obecności turystów w całym obszarze miejskim;
- wskaźnik gęstości ruchu turystycznego według Deferta (liczba turystów korzystających z noclegów/powierzchnia obszaru w km<sup>2</sup>), który pozwala ocenić stopień zatłoczenia miasta, jednak z uwagi na stopień agregacji informacji statystycznej jest odnoszony do jednostki terytorialnej, co nie pozwala zmierzyć jego wartości w poszczególnych częściach miasta, np. centrum, śródmieście i peryferie.

Do rzadziej wykorzystywanych wskaźników odwołujących się do ruchu turystycznego należą (Backman i inni, 1992; Huan, O'Leary, 1999; Kowalczyk, 2000, s. 58–59; Szromek, 2012; Warszńska, Jackowski, 1978):

- wskaźnik rozwoju bazy noclegowej, określający poziom nasycenia rynku usług noclegowych (liczba turystów korzystających z noclegów/liczba miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych), pozwalający zatem określić, ilu turystów przypada na jedno miejsce noclegowe oferowane w mieście; warto jednak podkreślić, że jego wiarygodność została mocno podważona przez Szromka (2012), który nie tylko wykazuje jego merytoryczną dwuznaczność interpretacyjną (wynikającą z trudności w określeniu, czy jego wysoki wskaźnik wskazuje pozytywne, czy negatywne zjawisko), ale także, w oparciu o analizę czynnikową wspomaganą analizą korelacyjną i analizą rzetelności, udowadnia nieistotną statystycznie i bardzo niską korelację z innymi klasycznymi wskaźnikami rozwoju funkcji turystycznej (por. Szromek, 2012, s. 70–71 i 152–153);

- wskaźnik rozwoju bazy gastronomicznej, określający poziom nasycenia lokalnego rynku gastronomicznego (suma liczby turystów i liczby mieszkańców, dodatkowo podzielonych ze względu na wiek, zatrudnienie, wielkość dochodu oraz zweryfikowanych przez wskaźnik skłonności do spożywania posiłków poza domem/ liczba miejsc konsumpcyjnych); który jest tworzony analogicznie do poprzednio wyróżnionego miernika, jednak w sposób uwzględniający dualny charakter odbiorców tego typu zagospodarowania; możliwe jednak, że także w tym przypadku zachodzi niebezpieczeństwo ograniczonej rzetelności jego wskazań oraz dwuznaczności interpretacyjnej;
- wskaźnik aktywności turystycznej (*activity index*) według Backmana i Uysala (1992), określający relatywną zmianę frekwencji w stosunku do całego roku (liczba turystów lub liczba udzielonych noclegów w danym kwartale lub miesiącu \* waga określająca jego udział w rocznej frekwencji w roku bazowym/liczba turystów lub liczba udzielonych noclegów w całym roku podzielona przez 4 w przypadku pomiaru kwartalnego lub 12 w przypadku pomiaru miesięcznego); przy czym jego użyteczność dotyczy przede wszystkim uwzględnienia wahań sezonowych ruchu turystycznego;
- wskaźnik frekwencji turystycznej według Szwichtenberga i Borzyszkowskiego (liczba udzielonych noclegów przypadających/liczba stałych mieszkańców\*100 \* liczba dni w okresie pomiarowym), określający poziom intensywności ruchu turystycznego w konkretnie sprecyzowanym okresie czasu, który jest modyfikacją wskaźnika intensywności ruchu turystycznego według Chavrata uwzględniającego wahania czasowe i wynikającego z nich wykorzystania bazy noclegowej (Szwichtenberg, Borzyszkowski, 2000);
- współczynnik lokalizacji w odniesieniu do ruchu turystycznego, porównujący liczbę turystów lub udzielonych noclegów w mieście do wartości tej samej cechy w jednostce hierarchicznie wyższej, np. województwie lub kraju, pozwalający stwierdzić, w jakim stopniu ruch turystyczny w regionie skupiony jest w danym mieście.

Dokonując pomiaru funkcji turystycznej z wykorzystaniem zaprezentowanych wskaźników popytowych, należy wziąć pod uwagę trzy aspekty, które determinują interpretację wyliczonych na ich podstawie wartości. Po pierwsze w dużych miastach funkcja turystyczna, jako funkcja centralna, przyjmuje charakter metropolitalny, wykraczający poza granice administracyjne miasta traktowanego jako rdzeń i miejsce ciężenia ruchu turystycznego, w efekcie czego mamy do czynienia z tworzeniem się metropolitalnego regionu turystyczno-wypoczynkowego (Liszewski, 2005a, 2008). Pomiar powinien zatem uwzględniać wielkości cech adekwatnych zarówno do rdzenia (miasta w granicach administracyjnych), jak i – w miarę możliwości – zdelimitowanego obszaru aglomeracyjnego.



Po drugie wskaźniki nie uwzględniają jednodniowego ruchu turystycznego (ruchu wycieczkowiczów), który chociaż w wielu miastach stanowi istotny, a nawet większościowy udział w strukturze ruchu turystycznego, to jednak możliwości jego pomiaru są ograniczone do badań pierwotnych. Użyteczne w tym względzie może być użycie „wskaźnika wycieczkowego” (*trip index*), określającego średni czas pobytu w mieście w stosunku do średniej długości wycieczek odbywanych przez grupy odwiedzających jednodniowych.

Po trzecie wysoka wartość wskaźników może oznaczać zarówno duży poziom funkcji turystycznej pod względem ilościowym, jak i jej stagnację lub upadek pod względem jakościowym w myśl teorii rozwoju obszaru turystycznego Butlera (1980, 2000). W tym kontekście należy przywołać dodatkowy wskaźnik związany z ruchem turystycznym – wskaźnik pojemności – wyrażający stosunek liczby turystów do wielkości jego powierzchni liczonej w hektarach lub kilometrach kwadratowych. Mierzy on dopuszczalną pojemność podstawowego zagospodarowania turystycznego poprzez określenie maksymalnej liczby odwiedzających mogących równocześnie korzystać z poszczególnych urządzeń turystycznych, nie przyczyniając się do zmniejszenia zakresu i poziomu podaży usług turystycznych i nie dezorganizując życia społeczno-gospodarczego mieszkańców (Warszyńska, Jackowski, 1978). Także w kontekście pomiaru pojemności Nowakowska (1989) proponuje tworzenie wskaźników opartych na stosunku dwóch zmiennych wybieranych z przygotowanego zestawu mierników podstawowych charakteryzujących ruch turystyczny oraz inne cechy funkcji turystycznej, jak zagospodarowanie transportowe, gastronomiczne, zasobności walorów turystycznych oraz zanieczyszczenie środowiska. Wskaźniki te mogą występować w formie: relacji poszczególnych mierników wybranych z zestawu do liczby mieszkańców, relacji poszczególnych mierników wybranych z zestawu do powierzchni, wzajemnego stosunku wyróżnionych wskaźników oraz relacji wartości poszczególnych mierników wybranych z zestawu do ich wartości średniej, przy czym dobór mierników następuje zgodnie z celami badacza.

Innym miernikiem funkcji turystycznej jako działalności społeczno-gospodarczej jest orientacja na jej efekty w formie wydatków turystów lub będących ich następstwem przychodów budżetowych miast bądź dochodów mieszkańców. Pomiar wielkości rozproszonych wydatków dokonywanych przez odwiedzających na zakup komplementarnych dóbr i usług ma formę szacunku dokonywanego na bazie badań ankietowych, raportów transakcji finansowych pochodzących od międzynarodowych systemów kart płatniczych, zakupów dokonywanych w sklepach wolnocłowych bądź innych źródeł (UNWTO, 2014). Dokładne wyodrębnienie w budżetach miejskich pozycji zapisanych po stronie dochodów jest także niemożliwe, jedyną możliwością jest pośrednie badanie relacji zachodzących między poziomem funkcji turystycznej zmierzonymi wskaźnikami tradycyjnymi (opartych na stanie zagospodarowania lub intensywności ruchu turystycznego) a poziomem dochodów, przy czym dochody budżetowe mogą być mierzone sumą dochodów własnych oraz udziałów

miasta w podatku PIT i CIT w przeliczeniu na mieszkańca lub wysokością nadwyżki operacyjnej w przeliczeniu na mieszkańca, a dochody mieszkańców średnią wartością rocznych dochodów zadeklarowanych przez płatników PIT w mieście. Takiego pomiaru dokonują Derek, Kowalczyk i Swianiewicz (2005) w odniesieniu do miast średniej wielkości, przedstawiając wyniki w formie szeregów miast stworzonych w oparciu o dwa wyróżnione obszary, a następnie dokonują analizy opisowej związków między nimi. Nie można mówić jednak w tym przypadku o stworzeniu wskaźnika funkcji turystycznej w oparciu o dochody budżetów gmin lub mieszkańców. Pomiar poziomu dochodów regionalnych i lokalnych znajduje się także w międzynarodowych zaleceniach dotyczących systematycznego mierzenia poziomu funkcji turystycznej na szczeblu regionalnym i lokalnym w ramach Międzynarodowej Sieci Gospodarki Regionalnej, Mobilności i Turystyki (UNWTO, INRrouTe, 2012, s. 29).

W warunkach niedostatku lub braku wiarygodnych danych do stosowania mierników funkcji turystycznej jako działalności miasta (oraz wymiaru ekonomicznego cechy miejsca) pomiar poziomu funkcji turystycznej uzupełnia lub zastępuje się pośrednią, jakościową metodą polegającą na poznaniu deklaracji przedstawicieli władz samorządowych odnośnie do jej znaczenia w strukturze funkcjonalnej miasta lub funkcji, jaką pełni ona w rozwoju miasta. Stosuje ją m.in. Gołembski (2011) w ocenie oddziaływania władz miejskich na rozwój funkcji turystycznej Poznania oraz Zmysłony (2014) w badaniu internacjonalizacji sfery zarządzania funkcją turystyczną w miastach europejskich. Należy podkreślić, że bazuje ona na identyfikacji deklaratywnego poziomu funkcji turystycznej, jednak warto zaznaczyć, że deklaracje władz mogą stanowić odzwierciedlenie realnej polityki w odniesieniu do rozwoju funkcji turystycznej, uwzględnienia jej w hierarchii priorytetów rozwojowych lub podejmowanych działań na rzecz jej rozwoju. Skutkiem określenia wagi turystyki wśród innych funkcji miasta mogą być zapisy w strategiach rozwojowych oraz uchwałach budżetowych, a więc mimo dużego ładunku subiektywności oraz niemożności kwantyfikacji takiego miernika, jego wykorzystanie nie jest pozbawione sensu.

Do bardziej zaawansowanych mierników funkcji turystycznej jako działalności miasta należy wskaźnik udziału turystyki w gospodarce (*Tourism Proportion Factor*) mający zastosowanie głównie w odniesieniu do szczebla krajowego, ale który Royer, McCool i Hunt (1974) proponują także dla szczebla regionalnego. Wyraża się on w stosunku całkowitej wartości wydatków turystów do wartości regionalnego PKB, jednakże z uwagi na trudności metodyczne i praktyczne w uzyskaniu obu zmiennych do jego konstrukcji, jego pomiar jest równie trudny jak mierzenie satelitarne rachunku turystyki. Równie zaawansowany zestaw wskaźników do pomiaru konkurencyjności w obszarze turystyki proponuje Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (Dupeyras, MacCallum, 2013), jednak z uwagi na to, że są one adresowane do szczebla centralnego, konieczna jest analiza możliwości ich adaptacji do pozyskiwania wiarygodnych informacji na szczeblach niższych.

## **Mierniki funkcji turystycznej w ujęciu relacyjnym**

Z perspektywy problematyki internacjonalizacji funkcji turystycznej „opomiarowanie” jej ujęcia relacyjnego jest kluczowym zadaniem.

Identyfikacja funkcji miasta jako relacji, a więc w ujęciu strukturalno-funkcjonalnym, opiera się na wyznaczeniu funkcji egzogenicznych i endogenicznych oraz centralnych. Tak samo jak w poprzednim ujęciu funkcji pomiarowi podlega zatrudnienie, jednak jego wynikiem jest nie tyle identyfikacja struktury funkcjonalnej miasta, co ujawnienie jego specjalizacji funkcjonalnej lub ogólnego znaczenia w ramach większej sieci osadniczej i struktury gospodarczej. Innym cechami, o wiele częściej poddawany pomiarowi, są obecność instytucji oraz natężenie ruchu towarów i osób.

Wyliczenie, na ile dana gałąź i dział gospodarki ma egzogeniczny, a na ile endogeniczny (działający na rzecz obsługi osoby spoza miasta) charakter, stało się podstawą empiryczną teorii bazy ekonomicznej miasta (za: Dziewoński, 1967; Maik, 1988; Suliborski, 2010)<sup>9</sup>. Sprawdzenie następuje na podstawie danych pierwotnych, a więc metodami bezpośrednimi, lub na podstawie danych wtórnych, a więc metodami pośrednimi. Bezpośrednie metody mają charakter badań terenowych i polegają na ustaleniu struktury zatrudnienia na część endogeniczną (zatrudnionych na użytek miasta) i egzogeniczną (zatrudnionych na użytek otoczenia) w każdym zakładzie pracy, a następnie zsumowaniu wyników. Podstawą podziału może być wielkość produkcji przeznaczona na eksport, a w przypadku handlu i usług liczba klientów pochodzących spoza miasta. Wyniki mają charakter wskaźników procentowych. Wadą metod bezpośrednich jest duża pracochłonność, subiektywizm, niedokładność i nieporównywalność wyników, ograniczona do małej liczby miast (Brol i inni, 1990; Maik, 1988; Suliborski, 2010). Pomiar pośredni oparty jest na metodzie najmniejszych zapotrzebowań bądź współczynnika lokalizacji, którego najbardziej rozpowszechnioną formą jest wskaźnik nadwyżki pracowników Hoyta (Brol i inni, 1990, s. 75–78; Jerczyński, 1973; Suliborski, 2010, s. 90–92). Metoda najmniejszych zapotrzebowań jest odnoszona do dużych zbiorów miast i polega na wyznaczeniu wspólnego dla nich poziomu zatrudnienia endogenicznego dla poszczególnych działów gospodarki<sup>10</sup>. Wykorzystując współczynnik lokalizacji w formie wskaźnika nadwyżki pracowników, pomiar polega na odniesieniu struktury zatrudnienia

<sup>9</sup> Główne założenia koncepcji bazy ekonomicznej miasta wraz z rolą turystyki w tej koncepcji zostaną przedstawione w kolejnym rozdziale.

<sup>10</sup> Łączny poziom zatrudnienia endogenicznego dla poszczególnych działów gospodarki polega na określeniu proggu najmniejszego zatrudnienia, jakie jest niezbędne do zaspokojenia potrzeb lokalnych. Dla każdego działu przyjmuje się, że poziom endogeniczny zatrudnienia wyznacza udział zatrudnienia w tym dziale w całości zatrudnienia w tym mieście, w którym jest on najniższy (lub – aby wyeliminować jednostki o nietypowej strukturze zatrudnienia – w mieście odpowiadającym piątemu percentylowi wyznaczonemu od wielkości najniższej w szeregu badanych miast), co pozwala wyróżnić egzogeniczną nadwyżkę pracowników w innych miastach. W dalszej kolejności następuje wyliczenie bezwzględnej liczby pracowników grupy endogenicznej oraz grupy egzogenicznej (jako różnicy między ogólną liczbą zatrudnionych a liczbą grupy endogenicznej), zsumowanie liczby zatrudnionych z grupy egzogenicznej we wszystkich działach gospodarki dla każdego miasta oraz wyliczenie struktury zatrudnienia grupy egzogenicznej w każdym z miast.

w mieście do struktury zatrudnienia w jednostce hierarchicznie wyższej, np. w województwie lub w kraju. Wynik tego porównania dla poszczególnych działów gospodarki pozwala uzyskać wartość „nadwyżki pracowników” ponad potrzeby lokalne, która jest traktowana jako skala zatrudnienia egzogenicznego w danym dziale (a więc dla każdej funkcji) i całego miasta. Ujemny wskaźnik oznacza niedorozwój rozwoju danej funkcji w stosunku do potrzeb miasta. Brol i inni (1990, s. 76) wskazują, że współczynnik lokalizacji dokonuje się dla działu turystyka i wypoczynek, ale także kultury i sztuki, kultury fizycznej, transportu i łączności, nauki, handlu, przemysłu, budownictwa i innych działów poza rolnictwem<sup>11</sup>. Należy podkreślić, że pomiar funkcji miasta z wykorzystaniem tych technik jest skomplikowany, wymaga wielu nakładów czasowych i kosztowych, najczęściej odnosi się do bardzo małej liczby ośrodków i dlatego jest rzadko wykonywany.

Pomiar funkcji centralnych miasta wynika z empirycznej weryfikacji teorii ośrodków centralnych Christallera (cyt. za: Dziewoński, 1967; Maik, 1988; Suliborski, 2010)<sup>12</sup>. Do ich wyznaczenia wykorzystuje się tzw. wskaźnik centralności miasta autorstwa twórcy koncepcji, którego istota i mechanizm jest taki sam jak omówiony już wskaźnik nadwyżki pracowników, jednak w tym przypadku badania są ograniczone do tzw. strefy ciężenia miasta traktowanego jako jego otoczenie. Dodatnia wartość wskaźnika danej funkcji świadczy o jej centralności, a wartość o stopniu tej centralności, oznaczającej miastotwórczą siłę funkcji, natomiast ujemna wartość świadczy o podległości miasta względem jego otoczenia. Z podobnych powodów jak pomiar funkcji egzogenicznych obliczanie poziomu realizacji funkcji centralnych jest także rzadko wykonywane.

Drugim sposobem pomiaru centralności funkcji jest określenie liczby instytucji o ponadlokalnym i ponadregionalnym charakterze oraz stworzenie na tej podstawie klasyfikacji hierarchicznej miast (Brol i inni, 1990; Maik, 1988). Mierniki podstawowe tworzone na tę okoliczność biorą pod uwagę zarządy korporacji transnarodowych, giełdy, centrale banków i inne instytucje finansowe, centralne biura stowarzyszeń międzynarodowych, organizacji rządowych i pozarządowych itp. Obecnie metoda ta jest szeroko wykorzystywana w badaniach nad internacjonalizacją miast, których wynikiem jest konstrukcja rankingów i list miast globalnych i światowych (EIU, 2012; GaWC, 2014; Taylor, 2009; The Mori Memorial Foundation, 2013), o czym mowa będzie w późniejszych rozważaniach.

Trzecim sposobem badania centralności miast jest natężenie ruchu towarów oraz – co ważniejsze ze względu na temat pracy – osób. W odniesieniu do funkcji turystycznej pomiar dotyczy przede wszystkim zagranicznego ruchu turystycznego, jest zatem zbieżny

---

<sup>11</sup> Funkcja turystyczna wyodrębniona jest w pomiarze funkcji endogenicznych i egzogenicznych miast regionu sudeckiego przeprowadzonym przez Broła, Maja i Strahla z wykorzystaniem metody nadwyżki pracowników (Brol i inni, 1990).

<sup>12</sup> Główne założenia teorii ośrodków centralnych wraz z rolą turystyki w tej koncepcji zostaną przedstawione w kolejnym rozdziale.

z pomiarem funkcji turystycznej za pośrednictwem mierników popytowych, które zostały przedstawione wcześniej. Przyjęcie miasta jako zakresu przedmiotowego i przestrzennego wymaga przy tym zmiany definiowania – i w konsekwencji: pomiaru – struktury odwiedzających do trzech kategorii (INRrouTe, UNWTO, 2012, 2014): obcokrajowców, czyli odwiedzających pochodzących spoza państwa, w którym jest zlokalizowane miasto, rezydentów zewnętrznych, czyli mieszkańców państwa, w którym zlokalizowane jest miasto, ale mieszkających w innym regionie, oraz rezydentów lokalnych, czyli mieszkańców miasta lub obszaru, dla którego miasto stanowi zwykle otoczenie.

### **Wskaźniki syntetyczne funkcji turystycznej**

Użycie jednostkowych miar charakteryzujących poszczególne aspekty funkcji turystycznej przynosi tylko fragmentaryczny obraz jej natężenia. Wielość wymiarów i cech konstytuujących funkcję turystyczną sprawia, że – aby uzyskać możliwie jak najpełniejszy obraz tego wielowymiarowego zjawiska – jej pomiar zwykle następuje poprzez wykorzystanie przynajmniej kilku mierników. Jak jednak dostrzega Szromek (2012, s. 150–152), często zauważa się sytuację, gdy wyniki, jakie uzyskiwane są poprzez zastosowanie kilku wskaźników reprezentujących ten sam wymiar funkcji turystycznej, są sprzeczne, czego efektem jest podbudowany merytorycznie, ale jednak arbitralny wybór przez badacza miar jego zdaniem najbardziej adekwatnych, co jednak pozostawia margines do ewentualnych manipulacji. Nie tylko badacze reprezentujący ekonomikę turystyki, ale także geografowie podkreślają, że kompletna identyfikacja miast pełniących funkcję turystyczną jest możliwa dopiero na podstawie łącznych i równolegle prowadzonych analiz w trzech obszarach: zasobów środowiska geograficznego i infrastruktury warunkującej przyjazdy turystów, wielkości i struktury ruchu turystycznego oraz społecznych, gospodarczych i przestrzennych skutków wynikających z obsługi turystów (Matczak, 1989).

Dlatego też w literaturze pojawiają się próby konstrukcji syntetycznego wskaźnika funkcji turystycznej stanowiące wielokryterialne ujęcie celowo dobranych, reprezentatywnych i mierzalnych czynników, aby możliwe było dokonanie ogólnej, obiektywnej i wielowymiarowej oceny natężenia jej rozwoju. Do ich konstrukcji wykorzystywane są mierniki opisane dotąd w rozdziale. Koncentrując charakterystykę tylko na współczesnych próbach syntetycznego pomiaru poziomu funkcji turystycznej, a więc opisanych w polskiej literaturze w obecnym wieku, można wyróżnić złożone wskaźniki syntetyczne, zbudowane na zaawansowanym algorytmie, oraz proste wskaźniki syntetyczne, będące średnią arytmetyczną klasycznych wskaźników rozwoju funkcji turystycznej.

Do pierwszej grupy można zaliczyć syntetyczny wskaźnik atrakcyjności obszaru, zaproponowany przez zespół badawczy z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (Gołębski, 2002), który składa się z 43 mierników o formie podstawowej i złożonej, pogrupowanych

w siedmiu działach reprezentujących jedną z dwóch sfer: atrakcyjności turystycznej lub atrakcyjności inwestycyjnej. Mimo że jest on próbą wielokryterialnego i szerokiego pomiaru elementów wpływających na rozwój funkcji turystycznej (ujmującą nawet takie aspekty jak infrastruktura techniczna lub stan finansów publicznych), to cel jego użycia – określenie obszarów atrakcyjnych turystycznie, ale jeszcze intensywnie w tych celach niewykorzystywanych na obszarze dwóch nadmorskich województw – zdecydował o nieuwzględnieniu w jego konstrukcji takich podstawowych wymiarów funkcji turystycznej, jak zagospodarowanie turystyczne i intensywność ruchu turystycznego. Autorzy wyraźnie to podkreślają, stosując nazwę „wskaźnik atrakcyjności obszaru”, a biorąc pod uwagę dotychczasowe rozważania, można go określić jako wskaźnik potencjalnej funkcji turystycznej. Pomimo tego, że na jego podstawie dokonany został pomiar atrakcyjności miast, w tym Gdańska i Szczecina, to został on wykorzystany głównie do badań gmin o mniejszym poziomie zagęszczenia ludności.

Syntetyczny wskaźnik poziomu rozwoju funkcji turystycznej autorstwa Derek (2008) składa się z ośmiu wskaźników cząstkowych, pogrupowanych w trzy wymiary tworzące czynniki rozwojowe: ruch turystyczny (wskaźniki Schneidera i Charvata), zagospodarowania turystycznego (wskaźnik Baretje’a i Deferta, udział zatrudnionych w turystyce w liczbie zatrudnionych ogółem oraz względny wskaźnik natężenia działalności turystycznej) i walory turystyczne (wskaźniki udziału obszarów chronionych oraz lasów w powierzchni gminy oraz wskaźnik liczby obiektów wpisanych do rejestru zabytków w przeliczeniu na powierzchnię gminy). Wybór cech i mierników podyktowany był możliwościami ich pomiaru za pomocą danych wtórnych w zakresie całej Polski, a także celem badań, jakim była weryfikacja wpływu funkcji turystycznej na rozwój lokalny. Wskaźnik oparty jest na procesie normalizacji cech, przypisaniu wag poszczególnym wskaźnikom cząstkowym oraz obliczeniu wyniku końcowego poprzez zastosowanie średniej ważonej. Niezależnie od przytaczanych już wcześniej wątpliwości odnośnie do poprawności jednoczesnego stosowania wskaźników obrazujących intensywność występowania walorów wraz z pomiarem ruchu turystycznego, zagospodarowania, warto podkreślić wniosek autorki płynący z badań, że poziom funkcji turystycznej w dużo mniejszym stopniu zależy od walorów turystycznych niż od zagospodarowania i ruchu turystycznego (zob. Derek, 2008, s. 68).

Na bazie pogłębionej analizy i krytyki klasycznych mierników stosowanych w literaturze Szromek (2012) wprowadza trzy koncepcje syntetycznego wskaźnika funkcji turystycznej. Pierwszy z nich, nazwany przez autora dwuwymiarowym wskaźnikiem rozwoju funkcji turystycznej, stanowi uzupełnienie syntetycznego wskaźnika funkcji turystycznej stworzonego trzy dekady temu przez Warszzyńską (1985). Punktem wyjścia kilkietapowej procedury jego budowy jest synteza wcześniej indywidualnie określonych przedziałów wartości czterech wybranych przez Warszzyńską klasycznych wskaźników: Schneidera,

Deferta, Baretje'a i Deferta oraz gęstości bazy noclegowej. Ich normalizacja pozwala uzyskać łączną stopniową skalę (od 0 do 4) wartości ujednoczonego wskaźnika dla każdego z pięciu przedziałów stopnia rozwoju funkcji turystycznej w taki sposób, aby jego ogólna wartość zawierała się w przedziale od 0 do 1. Kolejny etap stanowi weryfikację stopnia zdefiniowania funkcji turystycznej, polega na potwierdzeniu poziomu jednoznaczności wskaźników czterech klasycznych mierników użytych do konstrukcji miary syntetycznej. Powstałe w ten sposób cztery stopnie rozwoju funkcji turystycznej (od 0 do 3) zestawia się z wcześniej określonymi pięcioma ujednoczonymi stopniami rozwoju klasycznych wskaźników. Wyniki ich mnożenia skategoryzowane są w cztery syntetyczne stopnie rozwoju funkcji turystycznej (zob. Szromek, 2012, s. 158–164). Dwuwymiarowy wskaźnik rozwoju funkcji turystycznej, mający formę stopniową (klasową), wbudowany jest w podwójny mechanizm weryfikacji poprawności określania jej poziomu i dlatego pozwala na formułowanie bardziej odważnych wniosków praktycznych w wyniku analizy dokonanej na jego podstawie.

Drugim zaproponowanym przez Szromka wskaźnikiem jest logistyczny wskaźnik funkcji turystycznej, polegający na wykorzystaniu pięciu klasycznych wskaźników funkcji turystycznej: Schneidera, Deferta, Chavrata, Baretje'a i Deferta oraz gęstości bazy noclegowej do ustalenia wzorca rozwojowego, określającego najwyższy, modelowy poziom rozwoju funkcji. Następnym krokiem jest oszacowanie parametrów funkcji prawdopodobieństwa na podstawie zmiennych opisujących rozwój badanych obszarów (wykorzystując regresję logistyczną). W ten sposób wartość wskaźnika funkcji turystycznej zawiera się w przedziale od 0 do 1, co pozwala na uszeregowanie (a nie tylko pogrupowanie) badanych obszarów według stopnia jej rozwoju (zob. Szromek, 2012, s. 164–167).

Trzecią propozycją jest taksonomiczny wskaźnik funkcji turystycznej, wykorzystujący osiem wskaźników pogrupowanych w trzy podstawowe wymiary funkcji: intensywność ruchu turystycznego (wskaźnik Deferta, Chavrata i Schneidera), poziom zagospodarowania turystycznego (wskaźnik Baretje'a i Deferta, gęstości bazy noclegowej i wykorzystania bazy noclegowej) oraz bezwzględny i względny wskaźnik natężenia działalności turystycznej. Po ich normalizacji oraz agregacji do średniej arytmetycznej następuje oszacowanie wskaźnika ilościowego w formie modelu regresji wielorakiej. Uzyskane w ten sposób wyniki poziomu rozwoju funkcji turystycznej także zawierają się w przedziale od 0 do 1, zatem i w tym przypadku możliwe jest ustalenie rankingu obszarów poddanych badaniu (zob. Szromek, 2012, s. 168–173). Autor zweryfikował poprawność konstrukcji proponowanych wskaźników na bazie 1197 obszarów statystycznie wyodrębnionych na poziomie gminnym, stosując także analizę porównawczą zgodności wskaźników.

Syntetyczne wskaźniki funkcji turystycznej będące średnią arytmetyczną mierników indywidualnych, wybranych ze względów merytorycznych oraz dostępności źródeł statystyki publicznej, stosowane są także w pracach podejmujących zagadnienia stymulowania

rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym. Przykładowo w celu stworzenia typologii małych i średnich gmin w Polsce ze względu na stadium rozwoju funkcji turystycznej Majewska (2012) wykorzystuje pięć wskaźników: Baretje'a i Deferta, Schneidera, Charvata, wskaźnik liczby podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w sekcji H według PKD na 1000 mieszkańców oraz udział liczby podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w sekcji H według PKD w liczbie podmiotów gospodarczych ogółem. Co ważne z punktu widzenia tematyki pracy, taki sam wskaźnik stosuje także do pomiaru poziomu natężenia i dynamiki rozwoju funkcji turystycznej największych miast polskich.

Wskaźnik syntetyczny będący średnią arytmetyczną dziesięciu najczęściej wykorzystywanych i omówionych w tym rozdziale wskaźników dotyczących rozwoju i wykorzystania bazy noclegowej, działalności podmiotów turystycznych oraz intensywności ruchu turystycznego, a także możliwych do zmierzenia na podstawie wtórnych danych statystycznych wykorzystuje Przybylska (2012) do pomiaru poziomu funkcji turystycznej wybranych gmin w dolinie rzeki Obry.

### **Problemy pomiaru funkcji turystycznej na obszarach miejskich**

Podsumowując przegląd mierników charakteryzujących funkcję turystyczną, należy przypomnieć, że zastosowanie wielu z nich nie jest możliwe bez dotarcia do niedostępnych publicznie (a więc na ogół płatnych i/lub trudno dostępnych) źródeł wtórnych bądź podjęcia badań w celu pozyskania danych pierwotnych. Podkreślane przez autorów (Fischbach, 1989; Matczak, 1989; Szromek, 2012) wymagania odnośnie do cech, które powinny posiadać wskaźniki, aby mogły być wykorzystane w celach pomiarowych – m.in. porównywalność, mierzalność i reprezentatywność – często nie korespondują ze szczeblem administracyjnym, którym odpowiadają miasta. Małe ośrodki wyodrębniane są dopiero na poziomie LAU II (najniższy poziom lokalny), średnie na poziomie LAU I<sup>13</sup>, największe (w Polsce) na poziomie NTS-3, natomiast aglomeracje o randze globalnej, jak Greater London lub region aglomeracji paryskiej, na poziomie NTS-2.

Na szczeblu krajowym (NTS-1 lub NTS-0) statystyka publiczna jest najbardziej wszechstronna i wyczerpująca, a im niższy szczebel, tym większa agregacja danych, dokonywana bądź na etapie ich gromadzenia, bądź analizy lub publikacji, a także węższy i mniej szczegółowy zakres przedmiotowy danych. Dotyczy to zarówno turystyki, jak i pozostałych zjawisk społecznych i ekonomicznych, jednak w odniesieniu do turystyki strata wynikająca z syntezy informacji statystycznej jest dotkliwa dlatego, że jest to działalność uwarunkowana lokalnie, zatem jej znaczenie i oddziaływanie odczuwane jest najsilniej właśnie w tym wymiarze. Bez rzetelnego pomiaru to znaczenie i oddziaływanie

---

<sup>13</sup> Patrz przypis dolny na s. 120.



jest niedoszacowane bądź nieprawidłowo interpretowane. Oczywiście wspólne procedury pomiaru zjawisk turystycznych na szczeblu centralnym przekładają się na praktykę gromadzenia i analizy danych na szczeblach regionalnym i lokalnym, jednak problem pomiaru zjawisk turystycznych na niższych szczeblach nie ogranicza się tylko do technicznych aspektów transpozycji danych z poziomu centralnego, ale dotyczy także adaptacji kwestii definicyjnych i doboru mierzonych cech oraz zmienionego podziału struktury ruchu turystycznego (INRrouTe, UNWTO, 2014).

Helley (2011, s. 21) podsumowuje obrazowo ten frustrujący zarówno dla badaczy, jak i praktyków rozwoju funkcji turystycznej w miastach fakt stwierdzeniem, że statystyka turystyki malowana jest pędzlem krajowej szerokości, który nie odpowiada miejskiemu poziomowi agregacji. Niedostatek informacji turystycznej na szczeblu aglomeracji jest pochodną problemów w odniesieniu do zjawisk ogólnogospodarczych. Jak zauważył Florida (2006), żadna organizacja międzynarodowa nie gromadzi i nie publikuje systematycznie danych gospodarczych dotyczących tego szczebla, który jest obecnie najbardziej znaczącą jednostką przestrzenną dla rozwoju globalnej gospodarki. Heeley (2011) dodaje, że równie dużym problemem jest niejasność i wieloznaczność definicji podstawowych elementów i cech turystycznych, efektem czego jest niemożność oddania bogactwa funkcji turystycznej miasta. Ostertag i Wöber (2010) twierdzą, że podstawowymi dwoma ograniczeniami statystyki turystyki miejskiej są brak dostępności danych i możliwości ich porównywania będący wynikiem ogólnego braku potrzeby wymiany informacji między miastami, niską wiedzą i poziomem zarządzania turystyką w miastach i różnorodnością interpretacyjną w odniesieniu do zakresu przestrzennego oraz przedmiotowego danych.

Jako najbardziej znaczący przykład podają różnorodną budowę podstawowego miernika ruchu turystycznego, jakim jest liczba udzielonych noclegów, w miastach europejskich. W dużych miastach brytyjskich i irlandzkich, jak Londyn i Dublin, wartość tego wskaźnika publikowana jest dla noclegów udzielonych w rejestrowanych obiektach zakwaterowania zbiorowego oraz nieformalnych noclegów wykorzystywanych przez turystów w ramach odwiedzin krewnych i znajomych (przy czym relacja między nimi wynosi w przybliżeniu 1 do 1), ponadto podstawowym zakresem przestrzennym jest obszar aglomeracji. Z kolei w Amsterdamie, Monachium i Paryżu miernik ten oznacza noclegi udzielone w obiektach hotelowych, natomiast w Barcelonie, Berlinie, Pradze, Rzymie (oraz polskich miastach [przyp. aut.]) – udzielone noclegi we wszystkich rodzajach zakwaterowania zbiorowego, dla miast w granicach administracyjnych. Z kolei w miastach historycznych takich jak Bazylea, Tarragona, Birmingham informacje ograniczone są do historycznego centrum lub śródmieścia (Ostertag, Wöber, 2010).

Z doświadczeń badaczy obsługujących system TourMIS wynika, że różnica między całkowitą liczbą udzielonych noclegów we wszystkich typach obiektów zakwaterowania

a całkowitą liczbą udzielonych noclegów w obiektach hotelowych wynosi około 10–15% na korzyść pierwszych, natomiast różnica między całkowitą liczbą udzielonych noclegów na obszarze aglomeracji a całkowitą liczbą udzielonych noclegów w mieście w granicach administracyjnych 10–20% (ECM, 2014). Mimo tych problemów definicyjno-praktycznych ten klasyczny miernik popytowy należy do najczęściej i najbardziej regularnie stosowanych w praktyce wskaźników opisujących funkcję turystyczną w miastach, co tylko ukazuje skalę wyzwań towarzyszących instytucjom, menedżerom turystycznym i badającym funkcję turystyczną miast za pomocą innych wcześniej opisywanych mierników. Można zatem stwierdzić, że głównym kryterium doboru mierników, a w konsekwencji badania poziomu rozwoju funkcji turystycznej, jest nie tyle odpowiedniość w opisanu zakresu i struktury tego zjawiska, ale dostępność danych.

## **4. FUNKCJA TURYSTYCZNA W KONCEPCJACH FUNKCJONALNYCH MIAST**

---

Klasyczne teorie funkcjonalne – teoria ośrodków centralnych oraz koncepcja bazy ekonomicznej miasta – stanowią pierwsze próby konceptualizacji funkcjonalnej miasta. Zostały one stworzone w czasach porządku opartego na terytorialności i hierarchiczności państw narodowych. Zmiany współczesnych uwarunkowań i zasad rozwoju gospodarki światowej wywołały potrzebę poszukiwania nowych koncepcji wyjaśniających rolę miast jako ośrodków międzynarodowych, funkcjonujących w postindustrialnej, globalnej rzeczywistości. Współczesne koncepcje w swoich założeniach odwołują się do obu klasycznych koncepcji, bardziej lub mniej je weryfikując. Można je podzielić na takie, które starają się wyjaśnić logikę funkcjonowania globalnych procesów rozwojowych i – w konsekwencji – roli miast w tych procesach, oraz na takie, które za punkt wyjścia przyjmują współczesne przejawy funkcjonowania systemów miejskich. Do pierwszych z nich należą koncepcje miast światowych, miast globalnych i miast informacyjnych. Do drugiej grupy należą koncepcje miast innowacyjnych, miast jako maszyn rozrywki, miast kreatywnych i miast inteligentnych. Wszystkie koncepcje rzucają światło na znaczenie turystyki w rozwoju współczesnych miast. Dlatego też każda z nich zostanie w sposób syntetyczny omówiona z podkreśleniem funkcji, jaką pełni w nich turystyka.

### **4.1. Ośrodki centralne w układzie hierarchicznym**

---

Celem teorii ośrodków centralnych (TOC), zapoczątkowanej w 1933 roku przez Christallera (1966), niemieckiego geografa, a następnie rozwijanej przez wielu badaczy, w tym Löscha (1940, za: Maik, 1988), jest wyjaśnienie mechanizmu tworzenia się struktury osadniczej, na którą składa się liczba, wielkość i rozmieszczenie miast, a także wynikające z tych cech ich znaczenie w tej strukturze (Christaller, 1966; Maik, 1988; Suliborski, 2010). Biorąc pod uwagę to, że nie wszystkie miasta oferują ten sam wachlarz usług i dóbr, główną zmienną objaśniającą jest funkcja centralna miasta, której znaczenie rozpatrywane jest zarówno wobec samego miasta, jak i w odniesieniu do relacji miasta z otaczającym je regionem. Funkcje centralne stanowią działalności gospodarcze wykonywane przez instytucje oferujące usługi i dobra nabywane nie tylko przez mieszkańców miasta, ale także przez ludność mieszkającą poza nim, co wynika z ich potrzeb społecznych i ekonomicznych. Skupiając się na sektorze usług, Christaller wyznaczył następujące funkcje centralne

określone przez działalność (Christaller, 1966; Suliborski, 2010): instytucji administracyjnych, instytucji kulturalnych i religijnych, ochronę zdrowia, instytucji użyteczności publicznej, instytucji organizacji życia gospodarczego i społecznego (stowarzyszenia, związki itp.), instytucji finansowych i handlowych, zakładów rzemiosła i gospodarki komunalnej, rynek pracy oraz instytucji i urzędów komunikacyjnych i transportowych. Löss (1940, za: Maik, 1988) z kolei wyodrębnia funkcje centralne, biorąc pod uwagę sektor przemysłowy.

Rangę funkcji centralnej określa przede wszystkim jej zasięg przestrzenny wyznaczony przez wielkość obszaru, w którym usługi i dobra centralne danego miasta są nabywane, a także jej natężenie wyznaczone liczbą ludności w mieście i przybywającą spoza miasta w celu skorzystania z danych usług i dóbr. Występowanie i intensywność tych funkcji wyjaśnia zatem znaczenie poszczególnych miast, ich rozmieszczenie w odniesieniu do innych ośrodków oraz wzajemne relacje hierarchiczne między nimi. W efekcie tworzy się hierarchiczny układ heksagonalny, w centrum którego położone jest jedno lub kilka miast centralnych charakteryzujące się nadwyżką znaczenia funkcjonalnego, czyli posiadające funkcje centralne o najwyższej randze, oddziaływujące na największy obszar. Wokół nich zlokalizowane są miasta o niższej randze funkcji centralnych, a jeszcze dalej miasta niecentralne. W obrębie systemu następują przemieszczenia ludności w celu zaspokojenia potrzeb poprzez zakup usług i dóbr centralnych. Im wyższa ranga danej funkcji, tym większe i wyższe w hierarchii miasto ją pełni (Maik, 1988; Suliborski, 2010). Funkcje rozważane są zatem tylko w obrębie powiązań między danym miastem a obszarem jego ciężarów oraz do powiązań między ośrodkami różnych rzędów w ramach jednego regionu miejskiego, co ogranicza wartość poznawczą teorii na poziomie makroregionalnym (Jerczyński, 1973).

Teoria ośrodków centralnych ma charakter modelowy, jest zbudowana na zbiorze powiązanych ze sobą logicznie założeń i postulatów (Christaller, 1966). Racjonalność producentów i konsumentów, przejawiająca się między innymi w decydującej roli kosztów transportu przy wyborze najbliższego ośrodka centralnego, równość kosztów niezależnie od kierunków, równe zagęszczenie ludności, homogeniczność krajobrazu i brak różnic geograficznych obszaru, brak granic politycznych i administracyjnych, doskonała konkurencja i brak efektów zewnętrznych oraz równa siła nabywcza wszystkich mieszkańców (Baron Pollak, 2005; Eaton, Lipsey, 1982; Maik, 1988) są powodem ograniczonej weryfikacji praktycznej całej teorii. Jej wartość przejawia się w wyjaśnieniu korelacji między wielkością miasta a jego znaczeniem w systemie wynikającym z nagromadzenia i natężenia funkcji centralnych. Funkcje centralne wysokiego rzędu hierarchicznego mają charakter metropolitalny i spełniane są przez największe miasta.

Christaller nie wskazał turystyki jako jednej z funkcji centralnych. Wynikało to z tego, że w czasach narodzin teorii uznawano, że turystyka jest działalnością zależną od zasobów naturalnych, a turystyka miejska nie była traktowana jako forma aktywności w czasie

wolnym, której czynnikiem są potrzeby obcowania z walorami o charakterze kulturowym. Funkcja turystyczna miała marginalne, najwyżej uzupełniające znaczenie w strukturze funkcjonalnej miasta, zatem nie stanowiła podstawy do hierarchicznej organizacji jednostek osadniczych, więc trudno ją było rozpatrywać w tym kontekście. Identyfikując ją na podstawie walorów naturalnych, Christaller nadał jej funkcję przypisaną do obszarów peryferyjnych, podkreślając znaczenie miast w rozwoju tych obszarów jako istotnych rynków emisyjnych (Christaller, 1963). W ciągu ostatniego półwiecza XX w. charakter i struktura popytu turystycznego zmieniły się jednak diametralnie w odniesieniu do motywów i celów wyjazdu oraz preferencji nabywczych i społecznych konsumentów usług turystycznych (Alejziak, 2009; Butler, 2006; Cho, 2010; Vanhove, 1996, 2010), podtrzymując rolę wielkich miast jako najważniejszych obszarów emisji ruchu turystycznego (Theuns, 2014), a dodatkowo nadając im status najchętniej odwiedzanego typu regionów turystycznych (Heeley, 2011; Law, 2002; Spirou, 2011; UNWTO, 2012). Obecnie turystyka jest uznawana jako działalność, której rozwój jest zależny nie tylko od liczby i jakości zasobów naturalnych, ale także koncentracji przestrzennej i wynikających z niej efektów lokalizacji (korzyści wynikających z nagromadzenia działalności tej samej lub podobnych branż) oraz – co istotniejsze – efektów urbanizacji wynikających z dywersyfikacji różnych rodzajów działalności w miejscach, w których się rozwija (Gordon, Godall, 2000). Mimo tych zmian nadal można spotkać badania odwołujące się wyłącznie do peryferyjnego oddziaływania funkcji turystycznej (Awedyk, 2009).

Biorąc pod uwagę ogólne założenia koncepcyjne teorii oraz koncentrując się na walorach turystycznych występujących w miastach, można stwierdzić, że funkcja turystyczna spełnia w pewnej mierze cechy funkcji centralnej. Przede wszystkim tworzą ją bowiem działalności usługowe wywołujące ruch turystyczny do miasta, co jest jednym z warunków identyfikacji. Z drugiej jednak strony teoria ośrodków centralnych nie zakłada zróżnicowania krajobrazu miejskiego, a tym samym zróżnicowania atrakcyjności turystycznej poszczególnych ośrodków. Sprawia to, że centralność funkcji turystycznej tkwi z jednej strony w intensywności potrzeb turystycznych mieszkańców regionu w zakresie aktywności podejmowanych w miastach (np. zwiedzanie obiektów dziedzictwa oraz kultury współczesnej, uczestnictwo w wydarzeniach itp.), która maleje wraz z odległością i integruje funkcję turystyczną z funkcją rekreacyjną. Z drugiej strony jest pochodną rangi wynikającej z wielkości i intensywności występowania miejskich walorów turystycznych. Modelową hierarchiczność ośrodków zakłada zatem istnienie w rzeczywistości unikatowych w skali narodowej lub ponadnarodowej walorów kulturowych (przede wszystkim dziedzictwa kulturowego) nie tylko w dużych ośrodkach metropolitalnych, ale małych miastach, które w teorii i w odniesieniu do innych funkcji umocowane są na niższym poziomie hierarchicznym. Przykładem takich miast jest polskie Gniezno, hiszpańskie Santiago de Compostella,

belgijska Brugia czy włoska Wenecja. Specyfika centralności funkcji turystycznej polega także na rozproszonym zakresie przestrzennym, odwzorowanym przez istnienie różnych motywów turystycznych odwiedzin miast i odpowiadającym im rodzajom aktywności odwiedzających i turystów.

Teoria ośrodków centralnych, oparta na logicznych założeniach modelowych, z biegiem lat okazała się niewystarczająca do opisu procesów rozwojowych miast oraz relacji zachodzących między nimi, szczególnie w warunkach rozwoju otwartych gospodarek narodowych. Założenie homogeniczności systemów osadniczych oraz równej koncentracji funkcji centralnych nie wyjaśniało rzeczywistego zróżnicowania i dysproporcji w tym zakresie. Weryfikacji z rzeczywistością nie wytrzymał także postulowany porządek hierarchiczny miast, kiedy w drugiej połowie XX wieku zaobserwowano wyzwalamie się wielkich miast ze swych wyznaczonych w teorii pozycji poprzez wchodzenie w różnorodne układy ośrodków równorzędnego znaczenia o sieciowym charakterze, czego nie brał pod uwagę Christaller. Kolejnym zjawiskiem, którego nie mogła wyjaśnić ta teoria, jest stale powiększający się rozdział między ponadnarodową siecią wielkich metropolii a układami miast średniej wielkości o krajowych obszarach oddziaływania (Hall, 1966; Komorowski, 2000; Short, Kim, 1999).

## **4.2. Baza ekonomiczna miasta**

---

Teoria bazy ekonomicznej, zapoczątkowana na początku XX wieku przez Sombarta (za: Maik, 1988) i następnie tworzona w sposób kumulatywny na przestrzeni kilkudziesięciu lat jako rezultat dokonań wielu badaczy, skoncentrowana jest na wyjaśnianiu ekonomicznych mechanizmów rozwoju ośrodków miejskich. Podstawą koncepcji są relacje zachodzące między dwoma wyodrębnionymi sektorami (grupami) funkcji miejskich. Pierwszy tworzą funkcje egzogeniczne (pierwotne, podstawowe), dzięki którym wytwarzane są usługi, dobra i wartości skierowane na konsumpcję zewnętrzną, mające swych odbiorców poza miastem i przynoszące korzyści ekonomiczne w formie napływu do miasta pieniądza zewnętrznego. Funkcje te uznane są jako decydujące o rozwoju miasta i mają charakter wyspecjalizowany (co je odróżnia od christallerowskich funkcji centralnych), przy czym różny jest stopień tego wyspecjalizowania. Drugi sektor tworzą funkcje endogeniczne (wtórne, zaopatrujące), ukierunkowane na obsługę funkcji egzogenicznych, a więc działające na rzecz miasta i przez to stanowiące podstawę zorganizowania, utrzymywania oraz tworzenia całości miejskiego systemu (Dziewoński, 1967; Maik, 1988; Suliborski, 2010).

Kryterium rozróżnienia charakteru funkcji oraz ich podziału na dwie grupy jest głównie charakter zatrudnienia mieszkańców lub, mówiąc ogólniej, wykonywanych przez nich działalności. W dalszych etapach rozwoju teorii wskazywano także na potencjał ludnościowy, bilans przepływów pieniężnych, płace, wartość dodaną i wartość produkcji, dochody

i wydatki ludności miejskiej, eksport dóbr, usług i kapitału (Jerczyński, 1973; Maik, 1988; Suliborski, 2008, 2010).

Funkcje egzogeniczne mają charakter miastotwórczy, a więc decydują o jego wzroście zarówno w aspekcie gospodarczym, jak i terytorialnym i ludnościowym. Innymi słowy stanowią jego bazę ekonomiczną (Dziewoński, 1967; Suliborski, 2010). Baza ta oparta jest na działalności eksportowej stanowiącej źródło pieniądza wytwarzanego poza miastem, a następnie na mechanizmie mnożnikowym (Maik, 1988, 2008). Jednocześnie funkcje egzogeniczne przesądzą o specjalizacji miasta w przestrzeni i jego znaczeniu w stosunku do innych ośrodków w ramach przestrzennego i społecznego podziału pracy (Dziewoński, 1967). Z tego względu niektórzy badacze identyfikują funkcje miasta wyłącznie w kategoriach funkcji egzogenicznych (por. Maik, 2000, s. 179). Funkcje endogeniczne stabilizują rozwój miasta wywołany przez wzrost funkcji egzogenicznych. Stabilizacja ta nie polega na hamowaniu wzrostu, ale utrwalaniu go poprzez wtórny, uzupełniający rozwój działalności dopełniających i obsługujących funkcje podstawowe, w wyniku czego miasto w sposób zrównoważony wzmacnia swój potencjał gospodarczy, ludnościowy i terytorialny.

Teoria bazy ekonomicznej umożliwiła traktowanie miasta jako otwartego regionu ekonomicznego składającego się z ośrodka centralnego i odpowiadającej mu sfery wpływów, w którym funkcje egzogeniczne pozwalają miastu utrzymywać związek ze światem zewnętrznym (w tym z innymi regionami) na zasadzie specjalizacji i komplementarności, a funkcje endogeniczne wyodrębniają go jako zwartą część przestrzeni społeczno-gospodarczej (Dziewoński, 1967). Modernizacja, urbanizacja i dyfuzja innowacji dynamizują procesy rozwojowe zachodzące w jego ramach (Pred, 1977).

Zgodnie z założeniami teorii bazy ekonomicznej funkcja turystyczna należy do funkcji egzogenicznych. Jest ona ukierunkowana na odbiorcę zewnętrznego, powoduje napływ pieniądza zewnętrznego, co wywołuje efekty mnożnikowe mające następujący przebieg (Archer, 1982; Gałęcki, Gołębski, 1980; Mason, 2008; Pawlusiński, 2008; Vanhove, 2010, s. 239–250; Wodejko, 1998): pieniądze, które przywożą i wydają turyści, stanowią nowy, zewnętrzny zastrzyk finansowy, który wzbogaca nie tylko przemysł turystyczny, ale cały system miejskiej gospodarki. Szczególne znaczenie w tym kontekście mają wpływy walutowe pochodzące od turystów zagranicznych. Pierwszymi beneficjentami są podmioty gospodarcze świadczące usługi bezpośrednio turystom – pieniądze od turystów stają się ich przychodami, które są następnie rozdysponowane na wynagrodzenia pracowników (efekt dochodowy) i zakupy dóbr i usług będących środkami produkcji lub dobrami inwestycyjnymi (efekt zaopatrzeniowy). W ten sposób w kolejnym, pośrednim obrocie ten pierwotny „pieniądz turystyczny” jest wydatkowany z jednej strony przez mieszkańców miasta na zakup dóbr i usług – i w efekcie powoduje wzrost dochodów przedsiębiorstw działających na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych – z drugiej strony przez podmioty zaopatrujące oraz

obsługujące przedsiębiorstwa turystyczne (np. z branży produkcyjnej, handlowej, bankowej, ubezpieczeniowej, budowlanej, rolniczej itp.) w postaci wypłaty wynagrodzeń dla pracowników oraz wydatków na dobra produkcyjne i inwestycyjne. Kolejne, indukowane obroty mają ten sam przebieg, przy czym coraz bardziej zmniejsza się wolumen krążącego wydatku oraz zwiększa się liczba osób i podmiotów będących pośrednimi beneficjentami tej cyrkulacji. Ponadto we wszystkich obrotach następuje także wzrost dochodów budżetowych samorządu terytorialnego w formie wpływów z podatków: dochodowych uzyskiwanych od wymienionych podmiotów oraz pośrednich przekazywanych z każdej transakcji rynkowej.

Ponadto pracownicy zatrudnieni w branżach uznanych za typowo turystyczne ukierunkowani są niemal w całości lub zdecydowanej większości na świadczenie usług odwiedzającym. Także w tym przypadku działa mechanizm mnożnikowy, wyróżnia się nawet mnożnik zatrudnienia w turystyce (Archer, 1982; Mihalič, 2002). Wzrost popytu turystycznego, a następnie konsumpcyjnego mieszkańców oraz popytu produkcyjnego i inwestycyjnego przedsiębiorstw w regionie wywołuje wzrost produkcji, a w efekcie kreuje dodatkową działalność i zatrudnienie i to nie tylko w dziedzinach bezpośrednio obsługujących popyt turystyczny, ale także w innych rodzajach działalności.

Funkcja turystyczna jako funkcja egzogeniczna ma pewne cechy wyróżniające. Po pierwsze, jak podkreśla Mika (2011), jej realizacja następuje w obrębie przestrzeni miasta. Warunkiem koniecznym jest w tym przypadku wystąpienie ruchu turystycznego, a transfer pieniądza następuje przy okazji jako tzw. eksport niewidzialny (por. Wodejko, 1998). Generuje to dodatkowo koszty obsługi odwiedzających w wyniku realizacji nie tylko pierwotnych potrzeb turystycznych wywołanych istnieniem walorów turystycznych w przestrzeni miasta, ale także potrzeb codziennych, wynikających w tym przypadku z podjęcia aktywności turystycznej (potrzeba snu, posiłku, bezpieczeństwa). Koszty te ponosi system miejski nie tylko w ramach egzogenicznej funkcji turystycznej, ale także obsługujących ją funkcji endogenicznych.

Po drugie, odwołując się do pogłębionej charakterystyki funkcji egzogenicznej w ramach rozwiniętej analizy funkcjonalnej miast dokonanej przez Jerczyńskiego (1977), funkcji turystycznej należy przypisać dwa komplementarne, a w pewnym stopniu nawet nachodzące na siebie wymiary, którym mogą być przypisane typ i ranga walorów oraz odpowiadające im rodzaje aktywności turystyczne i/lub segmenty odbiorców. W pierwszym z nich (wspólnym z funkcją rekreacyjną) funkcja turystyczna ma charakter tzw. funkcji standardowej o zasięgu regionalnym, a więc takiej, która zanika wraz z rosnącą odległością od miasta. Funkcja rekreacyjna jest działalnością gospodarczą domkniętą w obrębie miasta lub obszaru metropolitalnego, która jest równocześnie częścią eksportowej funkcji turystycznej. W tym sensie funkcja turystyczna odpowiada funkcji centralnej wyodrębnionej w ramach teorii ośrodków centralnych. W drugim wymiarze funkcja turystyczna przyjmuje formę funkcji



wyspecjalizowanej o zasięgu ponadregionalnym, opartej na walorach rzadkich (niekiedy nawet unikatowych) oraz budującej przewagę konkurencyjną miasta. Zgodnie z klasycznymi założeniami teorii bazy ekonomicznej im grupa pracowników funkcji egzogenicznej jest liczniejsza, a produkowane przez nią dobra lub świadczone usługi znajdują większą liczbę odbiorców z najbliższych miejsc na świecie, tym większy strumień pieniędzy napływa do miasta, jest ono bardziej znane i szybciej oraz lepiej może się rozwijać (por. Suliborski, 2010, s. 82). W tym znaczeniu określenie funkcji turystycznej w kategoriach funkcji egzogenicznej o ponadregionalnym charakterze stanowi punkt wyjścia do problematyki jej internacjonalizacji.

### **4.3. Miasta światowe**

---

Dynamiczny rozwój urbanizacji, a w szczególności hegemonia największych ośrodków miejskich, rozmywanie tradycyjnych hierarchicznych systemów osadniczych i przenikanie sfer wpływów miast poza granice regionów, mające ponadnarodowy zasięg i sieciowy charakter (Maik, 1995; Parysek, 1995), a przede wszystkim uzależnienie procesów rozwoju miast od czynników zewnętrznych, mających wymiar globalny, osłabiło potencjał poznawczy tradycyjnych teorii funkcjonalnych i wymusiło poszukiwanie nowych koncepcji wyjaśniających rolę i funkcjonowanie współczesnych miast. Koncepcja miast światowych jest pierwszą próbą opisu fenomenu współczesnych miast i ich międzynarodowej dominacji.

Pierwszą próbę nazwania najsilniejszych gospodarczo i najbardziej znaczących miast na świecie podjął już w 1915 roku Geddes w książce *Cities in Evolution* (za: Hall, 1997), jednak pierwsza pełna definicja miasta światowego została sformułowana przez Halla (1966) poprzez określenie funkcji, jakie pełnią tego rodzaju ośrodki na arenie międzynarodowej. Do tych ról Hall zaliczył:

- centra władzy politycznej,
- centra handlu krajowego i międzynarodowego,
- wrota do kraju, a czasem krajów ościennych,
- centra finansowe,
- centra zaawansowanych usług biznesowych,
- centra wiedzy i edukacji,
- centra gromadzenia i dyfuzji informacji poprzez wydawnictwa i media,
- centra konsumpcji dóbr luksusowych oraz masowych,
- centra sztuki, kultury i rozrywki,
- wszelkie branże wspierające i usługowe w stosunku do wyżej wymienionych.

Hall zauważył, że wszystkie wymienione role i pola aktywności zyskują na znaczeniu, dlatego w XX wieku metropolie światowe wzmacniają się dzięki swej wielofunkcyjności

– nawet kiedy pewne funkcje zanikają (np. przemysł ciężki, samochodowy itp.), pojawiają się inne, które szybko wzmacniają się i dołączają do wachlarza funkcji miast światowych.

Koncepcja miasta światowego (Hall, 1966) jako metropolii o międzynarodowym zasięgu funkcji politycznych, handlowych, komunikacyjnych, finansowych, edukacyjnych, kulturowych i technologicznych, z uwagi na wyróżnioną różnorodność kryteriów, może być określona jako kosmopolityczna. W miarę rozwoju koncepcji pojawiły się inne ujęcia teoretyczno-badawcze, uwypuklające kolejne kluczowe czynniki potencjału miast światowych oraz wskazujące na uformowanie się globalnej hierarchii miast (Beaverstock, Smith, Taylor, 1999). W ujęciu miast światowych jako lokalizacji zarządów korporacji transnarodowych (*multinational corporations – MNC*) Hymer stwierdza, że skuteczne wykonywanie funkcji zarządczych w tych korporacjach transnarodowych wymaga lokalizacji głównych siedzib w najważniejszych miastach świata, zapewniających bezpośrednie sąsiedztwo rynków kapitałowych, mediów oraz instytucji rządowych, co prowadzi do lokalnej i regionalnej specjalizacji światowej gospodarki (Hymer, 1972, za: Beaverstock i inni, 1999; Buckley, 2006). W ujęciu miast światowych jako międzynarodowych centrów finansowych uwaga skupiona jest na ich hierarchizacji i specjalizacji na podstawie zmiennych charakteryzujących wielkość i wartość sektorów bankowych i finansowych (Reed, 1981).

Friedmann (1986), rozwijając koncepcję miast światowych, stwierdza, że miasta te, będące wyrazem nowego, międzynarodowego podziału pracy, stanowią główne węzły przestrzennej organizacji produkcji i rynków oraz koncentracji i akumulacji światowego kapitału. Tym samym stają się punktami przepływu informacji oraz miejscami wewnętrznych i międzynarodowych migracji pracowników. Zakres udziału danego miasta w gospodarce światowej oraz jego funkcje wpływają na zmiany strukturalne zachodzące wewnątrz miasta, w tym problemy społeczne. Obecnie miasta światowe konstytuują połączony system globalnej gospodarki, zatem ich międzynarodowa kooperacja jest równie ważna jak konkurencja o globalny kapitał (Friedmann, 1998). Co ważne, odwołując się do roli miast jako węzłów w sieci przepływu kapitału i organizacji produkcji, Friedmann formułuje hipotezę o istnieniu zhierarchizowanego systemu miast światowych i na tej podstawie (wykorzystując dane empiryczne) tworzy ich pierwszą hierarchię (Friedmann, 1986), dzieląc je na ośrodki pierwszorzędne i drugorzędne zarówno w państwach wysokorozwiniętych, jak i półperiferyjnych. Aby tego dokonać, stosuje kryteria lokalizacyjne (lokalizacja centrów finansowych, siedzib korporacji transnarodowych, instytucji międzynarodowych, ważnych zakładów produkcyjnych, węzłów komunikacyjno-transportowych) oraz zasobowe (wskaźnik rozwoju sektora wysoko wyspecjalizowanych usług biznesowych, potencjał ludnościowy). Miejsce zajmowane przez miasto w rankingu nie jest stałe, zależy od zdolności miasta do przyciągania inwestycji bezpośrednich, generowania i adaptacji innowacji i nowych technologii oraz zdolności do zmian społecznych i politycznych (Friedmann, 1995). W miarę

rozwoju swojej koncepcji Hall (1997) także dokonuje hierarchizacji miast, dzieląc je na międzynarodowe (globalne), jak Paryż i Londyn, miasta subglobalne, jak pozostałe stolice europejskie, i wyspecjalizowane ośrodki, jak Barcelona, Genewa, Mediolan, Zurych i Frankfurt, oraz miasta regionalne.

W pierwszej, przytoczonej powyżej definicji miast światowych Halla turystyka nie została literalnie wymieniona w kontekście pełnionych przez nie funkcji, można się jedynie domyślać, że jest jedną z działalności wspierających funkcje światowe. Hymer, Reed i Friedmann także nie zauważają roli funkcji turystycznej. Jednak w miarę rozwoju koncepcji miast globalnych Hall podkreśla znaczenie turystyki w strukturze funkcjonalno-przestrzennej współczesnych wielkich miast. Podkreśla on przede wszystkim rolę turystyki biznesowej, twierdząc, że jest ona jedną z najszybciej rozwijających się funkcji tych miast, w najwyższym stopniu synergiczną z innymi funkcjami (Hall, 1997). Zdaniem autora w miastach globalnych turystyka biznesowa sprzęga się z turystyką poznawczą i wypoczynkową (czasu wolnego), ponieważ obie ciążą do nich z uwagi na ich znaczenie kulturowe, co ma wpływ na system transportowy, komunikację, obsługę mieszkańców i turystów (hotele, gastronomia, bary i inne usługi) oraz sektor kultury i rozrywki.

Zwracając uwagę na rolę globalizacji w budowaniu znaczenia współczesnych miast, Hall określa miasta globalne jako ośrodki, których gospodarka opiera się przede wszystkim na świadczeniu zaawansowanych usług opartych na gromadzeniu i przepływie informacji, takich jak usługi finansowe, prawne, rachunkowe, ubezpieczeniowe, marketingowe i public relations, informatyczne, a także obsługę mediów, edukację, ochronę zdrowia i turystykę, z podkreśleniem turystyki biznesowej. Jednocześnie jednak, zgodnie z teorią ośrodków centralnych Christallera, wypełniają one funkcje niższego rzędu na szczeblu narodowym oraz w stosunku do swoich mieszkańców, a więc wzmocniają swoją więź z gospodarką lokalną (Hall, 1997). Co więcej, w miarę rozwoju swojej koncepcji Hall (2001) wymienia turystykę – zarówno biznesową, jak i czasu wolnego – już jako jeden z czterech obszarów skupień (innymi słowy funkcję) zaawansowanych usług globalnych regionów miejskich, wchodzących w relacje synergiczne z trzema pozostałymi sferami funkcyjnymi: zarządzania i kontroli, usług finansowych i biznesowych oraz kultury i branż kreatywnych. Jest zatem oczywiste, że hotele i centra kongresowe tworzą jednocześnie zarówno część sfery turystyki, jak i usług biznesowych, natomiast muzea i galerie są częścią sfery turystyki, ale także branż kreatywnych i kultury. Oznacza to, że nie tylko każda z tych sfer charakteryzuje się silnymi tendencjami aglomeracyjnymi określonymi przez potrzeby przetwarzania i wymiany informacji, ale występują między nimi silne mechanizmy aglomeracyjne (Hall, 2002).

Zdaniem Halla (1997) wzrost znaczenia informacji jako głównego czynnika produkcji oraz rozwój informatyzacji zwiększają rolę turystyki w internacjonalizacji miast. Pomimo tego, że informacja i informatyzacja są współcześnie prawie scalone, to wciąż informacja

jest przekazywana dwiema drogami: wirtualną oraz twarzą w twarz w trakcie bezpośrednich spotkań. Skutkiem tego jest wzmocnienie efektów aglomeracyjnych w miastach globalnych ze względu na nagromadzenie w czasie aktywności opartych na gromadzeniu i wymianie informacji oraz ich znaczeniu jako węzłów międzynarodowego ruchu pasażerskiego, szczególnie połączeń lotniczych i kolejowych (Hall 1997). Z rozważań Halla wynika zatem, że rozwój turystyki jest wtórny w stosunku do pierwotnych czynników rozwoju miast światowych. Turystyka biznesowa, podejmowana w celu wymiany informacji, tworzy stałe powiązania między miastami, istniejące tylko dzięki ich potencjałowi i znaczeniu gospodarczemu, politycznemu i administracyjnemu, a nie jako wynik ich atrakcyjności w odniesieniu do turystyki czasu wolnego (kulturowej i wypoczynkowej). Efekty metropolitalne są wzmocniane przez rozwój branż związanych ze sztuką, kulturą, rozrywką, przy dalszym pochodnym rozwoju branż usługowych – hoteli, restauracji, pubów i obiektów pokrewnych. Ciężar one do centrów miast, ale ich efekty lokalizacji mogą być modyfikowane poprzez działania rewitalizacyjne. Hall wskazuje, że wraz z postępowaniem technologicznym wzrasta nie tylko wielkość międzynarodowego rynku podróży służbowych, ale także przemysłu spotkań. Wielkie centra kongresowe budowane są w centrach miast, obok skupisk hoteli, restauracji i obiektów związanych z tzw. życiem nocnym. Tworzą one znaczącą część fenomenu turystyki biznesowej, która jest jedną z najszybciej rozwijających się funkcji w strukturze gospodarce miast światowych.

#### **4.4. Miasta globalne**

---

Sassen (2001b, 2005, 2006), autorka koncepcji miast globalnych, przyjmuje za punkt wyjścia rozważania Friedmanna i Wolffa (1982), którzy jako pierwsi zauważyli, że miasta stają się miejscami koncentracji funkcji zarządzania i koordynacji światową gospodarką. Jej zdaniem dokonujące się procesy globalizacyjne są przyczyną zmian zachodzących w strukturze światowej gospodarki i tym samym przyczyniają się do przeobrażeń globalnej przestrzeni społeczno-gospodarczej. W rezultacie tworzy się nowy typ przestrzeni miejskiej oraz nowa hierarchia jednostek terytorialnych i ośrodków miejskich, na czele której stoją globalne miasta.

Podstawą mechanizmu powstania miast globalnych jest proces przestrzennego rozproszenia światowej produkcji przy jednoczesnej integracji własności i mechanizmów organizacji i zarządzania działalnością gospodarczą oraz rozwoju nowoczesnych technologii. Te powiązane ze sobą zjawiska są przyczyną wzrostu znaczenia oraz rozwoju centralnych funkcji zarządczych (planowanie, kierowanie, koordynacja działalności poszczególnych oddziałów, finanse), przy czym im bardziej rozproszona jest działalność danej korporacji, tym bardziej zintegrowane, ale także kompleksowe stają się jej funkcje zarządcze. Kompleksowość centralnych funkcji zarządzania staje się na tyle duża, że korporacje do ich wykonywania

korzystają z usług firm zewnętrznych, tj. kupują ich realizację od firm wytwarzających zaawansowane usługi dla biznesu (finansowe, podatkowe, rachunkowe, prawne, konsulting gospodarczy, wspieranie decyzji biznesowych, badania i rozwój, marketing, nieruchomości), ponadto outsourcingują inne usługi biznesowe (tworzenie sieci dystrybucji, logistyka, transport i magazynowanie, utrzymywanie i ochrona budynków, sieci informatyczne itp.). Przestrzenna koncentracja firm świadczących usługi biznesowe powoduje powstanie efektów aglomeracji. Ponadto coraz większe skomplikowanie procesów gospodarczych oraz rosnąca szybkość transakcji międzypodmiotowych sprawiają, że usługi, które świadczą te firmy, stają się coraz bardziej nierutynowe, co z kolei wpływa na rozwój innowacyjności usług dla biznesu, szczególnie finansowych. Według Sassen (2001b, s. xx) „prowadzenie działalności gospodarczej w mieście stało się synonimem uczestniczenia w intensywnej i skondensowanej pętli informacyjnej”. Pomimo gwałtownego rozwoju technik informatycznych ten miejski klimat innowacyjności nie może być zupełnie zastąpiony przez sieci bez przynależności terytorialnej, ponieważ opiera się na dynamicznym, nieskoordynowanym, elastycznym, a często nieformalnym przepływie informacji oraz wysokiej nierutynowości i jakości działań wszystkich podmiotów.

Istotę wiodących miast autorka postrzega głównie poprzez pryzmat ich zdolności do wytwarzania globalnych funkcji zarządzania i kontroli, które są strategicznymi zasobami globalnej gospodarki. Miasta globalne pełnią funkcję „centrów dowodzenia” światową gospodarką, poprzez koncentrację funkcji decyzyjnych stanowią miejsca organizacji, koordynacji i obsługi przepływu globalnego kapitału, kluczowymi lokalizacjami oraz równocześnie rynkami dla wiodących finansów i zaawansowanych usług biznesowych oraz głównymi miejscami produkcji innowacji (Sassen, 2006, s. 7). Sassen uznaje zatem miasta globalne jako miejsca współczesnej produkcji niebędącej produkcją przemysłową. Dlatego warunkiem koniecznym określającym współczesne miasta globalne nie jest wyłącznie lokalizacja głównych siedzib korporacji transnarodowych lub instytucji finansowych, ale istnienie sektora zaawansowanych oraz silnie usieciowionych usług biznesowych (Sassen, 2001a, 2001b, 2005). Im więcej niestandardowych funkcji zarządczych outsourcingują główne siedziby firm, tym swobodniej decydują o wyborze swojej lokalizacji, w efekcie coraz więcej obszarów działalności zarządczych nie tworzy efektów aglomeracyjnych ani od nich nie zależy. Według Sassen coraz mniej prawdziwa staje się teza, że miasto globalne charakteryzuje duża liczba głównych siedzib firm (2001, s. xxi). Obecnie bazę ekonomiczną nielicznych miast globalnych tworzą właśnie wyspecjalizowane usługi biznesowe, wielka ekspansja międzynarodowych transakcji finansowych oraz integracja rynków kapitałowych w jedną globalną sieć (Sassen, 2001b, s. 196).

Zlokalizowane w miastach wyspecjalizowane w świadczeniu usług biznesowych firmy muszą zapewniać sobie dostęp do najlepszej, najszybszej i najbardziej wiarygodnej

informacji rynkowej oraz zapewniać usługi i ekspertyzy o najwyższej, światowej jakości, o dużym stopniu niestandardowości. Dlatego muszą utrzymywać relacje sieciowe z dostawcami i partnerami zlokalizowanymi w innych miastach na całym świecie. Zasięg tych sieci jest w równym stopniu globalny, jak zasięg działania obsługiwanych korporacji, jednak ich oddziały zlokalizowane są tylko w miastach, gdzie koncentrują się funkcje zarządcze. W ten sposób, rozwijając swoje międzymiejskie relacje międzyoddziałowe, tworzą one ponadnarodową sieć. Te sieci przedsiębiorstw stają się podwaliną do ponadnarodowej sieci samych miast, przy czym mają one pośrednią, ukrytą naturę, ponieważ powiązania między miastami nie są wynikiem bezpośrednich decyzji i działań władz miejskich lub innych instytucji odpowiedzialnych za współpracę międzymiejską *per se*. Opisując i dokonując regularnego pomiaru tych komercyjnych relacji międzymiejskich, Taylor (2001, 2004, 2009, 2012) używa terminu „wszczepionej sieci” (*interlocking network*), trafnie oddającego ich charakter. Podstawą modelu wszczepionej sieci jest bardziej ogólna teoria zasobowa, wedle której integracja, współdziałanie i wymiana pomiędzy podmiotami jest jednym ze sposobów na zdobycie kontroli nad kluczowymi lub niepewnymi zasobami (Barney, 1991; Burdett, Rode, 2007; Wernerfelt, 1984).

Miasta rozwijają się poprzez wzajemne powiązania, a nie poprzez eliminowanie się na arenie światowej konkurencji. Barber (2014, s. 129) stwierdza, że „miasta wykazują naturalną skłonność do nawiązywania kontaktów, wzajemnego oddziaływania i tworzenia sieci”. Lapidarnie rzecz ujmując – podstawą sieci jest wzajemność, tworzona głównie na relacjach współpracy, a dopiero potem na konkurencji, ponieważ miasta potrzebują się wzajemnie i wspólnie tworzą dobrobyt sieci (Taylor, 2004, 2012). Konkurencja, i to silna, zachodzi między korporacjami i innymi przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na ich terenie. W praktyce istnieją relacje konkurencyjne między miastami, ale mają one charakter hierarchiczny (rywalizacja o status) i występują między ośrodkami znajdującymi się na niższych oraz różnych poziomach, co zostało określone jako teoria przepływów centralnych (Taylor, Hoyle, Verbruggen, 2010). Sassen (2001a, 2001b, 2005) stwierdza, że sukces gospodarczy miast znajdujących się w ich ponadnarodowej sieci powiązań zaczyna być coraz bardziej niezależny od ich gospodarczego zaplecza regionalnego oraz narodowego. To istnienie w ponadnarodowej sieci miast konstytuuje współczesne miasta globalne. Pojedyncze miasto globalne nie istnieje i jest to największa różnica między nim a miastem światowym, ukształtowanym historycznie (2001, s. xxi, 348).

Koncepcje miast globalnych, ale także wcześniejsze od niej koncepcje miast światowych, analizowane są przez pryzmat teorii ośrodków centralnych. Abbott (1997) stwierdza nawet, że stanowią one próbę zglobalizowania tej klasycznej teorii poprzez ustanowienie hierarchii miast wraz z rozłożeniem funkcji należnych ich pozycji. Hall (2002), przywołując hierarchię ośrodków Christallera, proponuje nową, globalną hierarchię miast, na czele

której lokuje miasta globalne wielkości na ogół ponad 5 milionów mieszkańców, poniżej znajdują się miasta subglobalne, liczące od 1 do 5 milionów mieszkańców (ale zdarzają się także miasta większe), wyspecjalizowane w globalnych funkcjach usługowych dla biznesu, do których należy większość stolic europejskich oraz wielkich ośrodków przemysłowych i handlowych. Poniżej nich funkcjonują miasta regionalne, liczące od 250 tys. do 1 mln mieszkańców, mające możliwości podwyższenia swojego statusu, natomiast na najniższym szczeblu znajdują się miasta prowincjonalne o wielkości od 100 do 250 tysięcy mieszkańców. Hall stwierdza, że jeszcze poniżej tej nowej hierarchii wciąż istnieją ośrodki zidentyfikowane przez Christallera. Gordon (1999) wyróżnia cztery podstawowe cechy takiego globalnego systemu miast: hierarchiczny charakter zbudowany na zasadzie ośrodków centralnych, tendencja do poziomej specjalizacji miast i zróżnicowania ich aktywności, funkcjonalny podział pracy oraz tworzenie się podsieci współpracujących ze sobą ośrodków. Istnienie tych atrybutów potwierdzają badania Sassen, która stwierdza, że między miastami o wysokiej, ale nie najwyższej randze, dochodzi do procesu specjalizacji i związanej z nim podziału funkcji globalnych, ponieważ firmy świadczące usługi biznesowe traktują miasta nie jak supermarkety, ale wyspecjalizowane sklepy, zatem preferują te miasta, które odpowiadają ich specjalizacji oraz oferują niższe koszty działalności (Sassen, 2012). W ten sposób koncepcja miast globalnych, opisując relacje i zjawiska zachodzące w największych miastach globalnych, wskazuje na współczesną formę internacjonalizacji wszystkich metropolii. Im więcej miasta koncentrują wyspecjalizowanych usług biznesowych w formie centrów usług wspólnych, stref offshoringowych, logistycznych, informatycznych itp., tym silniej wchodzą w ponadnarodową sieć międzymiejską.

Sassen (2001b) wskazuje kilka miast, z których trzy mają najbardziej rozwinięte, szerokie funkcje globalne: Nowy Jork, Londyn oraz Tokio. Miasta te tworzą transnarodowy, wspólny rynek, przede wszystkim kapitałowy, inwestycyjny oraz usług biznesowych. Nie stanowią wobec siebie konkurencji w tych samych sektorach rynkowych, każde z nich odgrywa trochę inną rolę i dlatego razem funkcjonują jako triada. Inne miasta, mające wyspecjalizowane funkcje, to na przykład Frankfurt, Paryż, Hong Kong, Singapur. W trzecim wydaniu swojej książki będącej najszerszą prezentacją koncepcji badawczej (Sassen, 2006) autorka stwierdza istnienie około 40 miast globalnych, z których niektóre, jak Londyn, Amsterdam, Bombaj i Szanghaj, są centrami światowego handlu i finansów od stuleci, natomiast inne, jak Los Angeles, Chicago i São Paulo, są stosunkowo młode.

Miasta globalne cechuje nadreprezentatywność usług biznesowych oraz silna orientacja na rynek globalny, natomiast inne wiodące, lecz niemające statusu globalnych miasta cechuje niereprezentatywność tych usług. Scott (2001) zauważa, że transnarodowość może mieć także wymiar regionalny, podając za przykłady synergiczny rozwój przygranicznych diad lub triad miejskich: europejskiej Kopenhaga-Malmö, amerykańskiej

San Diego-Tijuana oraz azjatyckiej Singapur-Johor-Batam. Dodatkowo Sassen (2012) przewiduje, że w najbliższych dekadach gospodarkę globalną będzie napędzać kilkanaście strategicznych regionalno-globalnych układów miejskich, składających się ze ściśle powiązanych dwóch lub trzech wyspecjalizowanych miast globalnych. W obecnej sieci już zaznaczają się silniejsze węzły oparte na kluczowych specjalizacjach, w przyszłości oznaczać to będzie kumulację przewag konkurencyjnych skoncentrowaną na coraz szerszym układzie międzymiejskim. Jako przykłady takich układów strategicznych wymienia Waszyngton-Nowy Jork-Chicago jako triadę globalnej geopolityki, Pekin-Szanghaj-Hong Kong jako centrum władzy i kapitału, São Paulo-Rio de Janeiro-Brasilię jako przeciwwagę polityczną i gospodarczą dla dwóch wymienionych triad, Berlin-Frankfurt jako bastion globalnego wpływu Unii Europejskiej, a nawet Genewę-Wiedeń-Nairobi: jako ponadkontynentalny układ stworzony na bazie instytucji i organizacji zajmujących się sprawami społecznymi i walki z nędzą i głodem (Sassen, 2012).

W wymiarze przestrzennym miasta globalne tworzą globalne regiony miejskie (*global city-regions*), których granice – zgodnie z założeniami klasycznych koncepcji funkcjonalnych – nie muszą odpowiadać granicom aglomeracji, ale obejmują regiony funkcjonujące poprzez powiązania z ośrodkiem centralnym. W ten sposób do ich struktury gospodarczo-przestrzennej włączane są tradycyjne funkcje przemysłowe. Następuje odrodzenie form organizacji przestrzennej na bazie regionalnej, których głównym czynnikiem sprawczym są jednak powiązania globalne, a nie lokalne, co powoduje, że wielkie regiony miejskie pełnią funkcję przestrzennych platform koncentracji przedsiębiorstw rywalizujących na globalnych rynkach (Scott, Agnew, Soja, Storper, 2001; Scott, 1996).

Miasta globalne są ośrodkami kontrolującymi światowe zasoby, w tym wiedzy i innowacji, które, wraz z rozwojem funkcji globalnych, są czynnikiem restrukturyzacji istniejącego w nich porządku społecznego. Następuje rosnąca koncentracja przestrzenna szerokiego zakresu wysoko wyspecjalizowanych działalności jak zarządzanie strategiczne, zarządzanie i controlling oraz wspomniane już wielokrotnie zaawansowane usługi biznesowe, co zwiększa popyt i podaż wysoko opłacanych, światowej klasy menedżerów oraz wysoko wykwalifikowanych specjalistów z zakresu finansów, prawa, rachunkowości, doradztwa biznesowego, marketingu, obsługi nieruchomości itp. Przyczyniają się oni do rozwoju branż skupionych na obsłudze ich potrzeb zawodowych i czasu wolnego, następuje wzrost konsumpcji, w tym konsumpcji luksusowej, rośnie popyt na kulturę w każdej formie. Wysokie zarobki i nowy styl życia powodują gentryfikację przestrzeni miejskiej. Luksusowe hotele, restauracje, butik i sklepy z drogą żywnością stanowią codzienne symbole rozwoju miast światowych (Sassen, 2006, s. 182–183).

Jednocześnie obserwuje się wzrost popytu na pracę słabo wykwalifikowanych pracowników, rozwój niskodochodowych działalności gospodarczych oraz wzrost gospodarki



nieformalnej. Ten sektor funkcjonuje na zapleczu branż stanowiących bazę ekonomiczną miast globalnych, tworzą go osoby zatrudnione dorywczo, w niepełnym wymiarze czasu i nisko opłacane, z przewagą kobiet. Sekretarki, sprzątaczk, wyprowadzacze psów, nianie, służba domowa, robotnicy budowlani, osoby zatrudnione w handlu i usługach turystycznych to przykładowe zawody tworzącej się w wielkich ośrodkach warstwy prekariatu.

W miastach globalnych tworzy się nowa geografia biegunów wzrostu i peryferii: obok tradycyjnych centrów wzrostu zlokalizowanych w centrach miast lub centralnych dzielnicach biznesu, na obszarach metropolitalnych tworzy się regionalna siatka węzłów intensywnej działalności biznesowej, połączonych ze starymi biegunami wzrostu za pomocą infrastruktury transportowej oraz nowoczesnych technik telekomunikacyjnych. Dodatkowo w miastach globalnych i między nimi tworzy się kolejny rodzaj „centrum”, mający transterytorialny charakter, stworzony częściowo w przestrzeni komunikacji i transakcji wirtualnej, a częściowo poprzez międzynarodowe centra usług wspólnych (Sassen, 2001a). Między nimi, zarówno w centrach, jak i na obrzeżach miast globalnych, wzrastają obszary zmarginalizowane. Odpowiada to porządkowi globalnemu, w którym miasta globalne stają się nowymi ośrodkami centralnymi, natomiast tradycyjne ośrodki przemysłowe obszarami peryferyjnymi.

Ten długi wywód na temat założeń koncepcji miast globalnych jest niezbędny do wyjaśnienia w niej roli turystyki jako funkcji globalnej. Od razu trzeba podkreślić, że rola ta ma znaczenie uzupełniające, przy czym w większym stopniu można ją określić na podstawie logicznych wniosków wynikających z założeń i tez autorki niż z jej sformułowań odnoszących się bezpośrednio do samej działalności turystycznej. Po pierwsze istotne znaczenie w tym zakresie ma sfera turystyki biznesowej, którą można uznać za część sfery bezpośredniej obsługi działalności składających się na funkcje globalne. Ich stopień profesjonalizacji, jakości obsługi oraz przygotowania merytorycznego osób świadczących te usługi, a przede wszystkim działalność w sferze business-to-business, pozwalają na zakwalifikowanie tego sektora do szerokiej grupy wyspecjalizowanych usług biznesowych o ponadprzeciętnym, a nawet wysokim stopniu wyspecjalizowania. Dotyczy to przede wszystkim obsługi podróży służbowych podejmowanych przez pracowników korporacji oraz innych firm i instytucji zlokalizowanych w miastach. Obsługa ta realizowana jest przez wyspecjalizowane biura podróży służbowych lub internetowe systemy zarządzania podróżami służbowymi, mające – wzorem innych firm świadczących usługi biznesowe – międzynarodowy zasięg działania. Ich działalność nie ogranicza się tylko do sfery logistyki podróży oraz transakcji finansowych z nich wynikających, ale obejmuje także tworzenie korporacyjnych programów optymalizacji podróży służbowych w sferze kosztów i efektywności pracy, opracowywanie regulaminów podróży służbowych oraz organizację wydarzeń biznesowych (Davidson, Cope, 2003; Dziedzic, 2009; Mintel, 2006).

Do sfery wyspecjalizowanych usług biznesowych należy także zaliczyć przemysł spotkań, szczególnie w odniesieniu do organizacji spotkań i wydarzeń międzynarodowych. Jego funkcjonowanie polega na organizacji spotkań stowarzyszeń i wydarzeń korporacyjnych o charakterze grupowym w konkretnych celach o charakterze organizacyjnym, marketingowym, finansowym, społecznym, naukowym i innym (Celuch, 2013b, 2014). Przemysł spotkań skoncentrowany jest głównie w metropoliach o randze globalnej lub międzynarodowej, a jego wielkość jest pochodną znaczenia danego miasta oraz potencjału ekonomicznego przedsiębiorstw w nich zlokalizowanych. Z analizy rankingów prowadzonych przez ICCA i UIA (ICCA, 2013; UIA, 2013) wynika, że przemysł spotkań stanowi sferę budującą potencjał miast globalnych (takich jak Paryż, Londyn, Tokio, Singapur i Seul) lub jest czynnikiem specjalizacji oraz strategii rozwojowych niektórych miast na arenie międzynarodowej, co można zaobserwować w przypadku wielu miast europejskich (m.in. Wiednia, Barcelony, Madrytu, Brukseli czy Kopenhagi).

Zaklasyfikowanie usług z zakresu organizacji podróży służbowych oraz spotkań do grupy wyspecjalizowanych usług biznesowych, których rozwój jest rdzeniem usieciowienia globalnego miast, jest zgodne z wynikami badań nad zakresem oraz rolą wyspecjalizowanych usług biznesowych w działalności turystyki biznesowej w Krakowie prowadzonych przez Borodako, Berbekę i Rudnickiego (2014). Przyjmując kryterium relacji klient-przedsiębiorstwo, autorzy ci zaproponowali podział specjalistycznych usług biznesowych na cztery kategorie, do których, obok usług rynkowych (m.in. badania i rozwój oraz reklama), firmowych (w tym doradztwo biznesowe, działalność prawnicza, rachunkowo-księgową, podatkową, agencje wyszukujące pracowników) i technicznych (w tym badania naukowe, usługi informatyczne, architektoniczne i projektowe) wyróżnili usługi eventowe, do których zaliczyli (Borodako, Berbeka, Rudnicki, 2014, s. 59):

- działalność związaną z organizacją targów, wystaw i kongresów,
- działalność związaną z wystawianiem przedstawień artystycznych,
- działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki,
- działalność agencji reklamowych w zakresie tworzenia stoisk oraz innych konstrukcji i miejsc wystawowych,
- pozostałą działalność profesjonalną, naukową i techniczną, gdzie indziej niesklasyfikowaną.

Ponadto przeprowadzone przez autorów badania ankietowe wykazały, że najistotniejsze znaczenie dla turystyki biznesowej mają usługi z pierwszej wyróżnionej przez nich grupy w ramach kategorii usług eventowych.

Traktowanie biznesowego komponentu sektora usług turystycznych jako wyspecjalizowanych usług biznesowych ma bardzo istotne znaczenie dla procesu internacjonalizacji funkcji turystycznej w miastach. Konsekwencją takiego założenia jest możliwość wyod-

rębnienia z całości funkcji turystycznej sfery, w której internacjonalizacja jest całkowicie wtórna wobec internacjonalizacji całej gospodarki miasta, a równocześnie przyczynia się do internacjonalizacji całego miasta, a więc także samej funkcji turystycznej.

Po drugie rozwój funkcji turystycznej, skorelowany z rozwojem funkcji rekreacyjnej i kulturowej, traktowany jest w koncepcji miast globalnych jako miernik ich globalnego znaczenia. Świadczy o tym wzrost wykorzystania powierzchni rezydencjalnej oraz miejsc hotelowych w centralnych obszarach miast (Sassen, 2001, s. 196; por. Napierała, 2013; Napierała, Adamiak, 2014). Rozwój funkcji turystycznej jest pochodną rosnących potrzeb konsumpcyjnych mieszkańców oraz odwiedzających miasta turystów, przy czym Sassen wskazuje głównie obszar konsumpcji dóbr i usług luksusowych. Co więcej, jak zauważa autorka oraz Roost (1999, s. 143), „miasta globalne są jednoczesnymi lokalizacjami produkcji i konsumpcji rozrywki, przyczyniając się do nowej formy rozwoju turystyki w mieście, polegającą na traktowaniu miasta jako obiektu konsumpcji, wzorem wielkiego parku tematycznego”. Efektem tego, obok rozwoju centrów biznesowych, jest wzrost powiązanych z nimi stref konsumpcji, składających się z obiektów handlowych, rozrywkowych oraz hotelowych i gastronomicznych (Sassen, 2006, s. 3). W tym aspekcie internacjonalizacja funkcji turystycznej, a także sam jej rozwój, są wynikiem internacjonalizacji całej gospodarki miasta.

Po trzecie turystyka, także poznawcza, staje się beneficjentem wzrostu sektora kultury w miastach, dlatego jest również wykorzystywana w procesach rewitalizacji wielu miast w celu zwiększenia lub zachowania rangi miasta w narodowych systemach miejskich (Sassen, 2006, s. 3). Nawiązując do koncepcji miasta jako maszyny rozrywki Clarka (2004c) oraz zjawiska ujednoczenia zachowań mieszkańców i turystów w metropoliach – opisywanego m.in. przez Judda (2003) i Maitlanda (2010, 2013) – Sassen stwierdza, że od lat osiemdziesiątych XX w. obserwuje się wzrost sektora kultury w miastach. Jej zdaniem można nawet mówić o uprzemysłowieniu kultury. Jej symbolem jest rozwój obiektów rozrywkowo-konferencyjnych, rosnąca liczba festiwali lub zwiększenie liczby oraz licencjonowanie artystów ulicznych. Coraz większa liczba wysoko wyspecjalizowanych pracowników chce mieszkać w miastach o wysokim stopniu rozwoju kultury, im więcej z nich pochodzi z zagranicy, tym bardziej sfera atrakcji kulturowych odpowiada temu międzynarodowemu popytowi. Cechą zmiany kulturalnej miast jest zwiększenie ich atrakcyjności turystycznej. Sassen stwierdza, że im więcej ludzi mieszka na obszarach metropolitalnych, tym bardziej centra miast stają się dla nich formą niecodziennego krajobrazu miejskiego (Sassen, 2006, s. 160).

Dodatkowo Sassen wskazuje także, że wyspecjalizowane ośrodki turystyczne, obok stref produkcyjnych oraz światowych centrów biznesowych i finansowych, są miejscami, w których obserwuje się rozwój globalnych procesów gospodarczych. Rozwój turystyki, obok internacjonalizacji produkcji, staje się czynnikiem powstania nowych biegunów wzrostu (Sassen, 2006, s. 76–77).

## **4.5. Miasta informacyjne w globalnej przestrzeni przepływów**

---

Założenia i tezy koncepcji miast globalnych, szczególnie w odniesieniu do globalnego usieciowienia ośrodków miejskich, są nierozzerwalnie związane z rozważaniami Manuela Castellsa na temat społeczeństwa sieci (2008) oraz powiązanej z nimi koncepcji miast informacyjnych (Borja, Castells, 2013; Castells, 1989, 1991, 2010). Jednocześnie rozważania Castellsa warto analizować w kontekście koncepcji płynnej nowoczesności Baumana (2000), przedstawionej w rozdziale 1, w której mobilność jest najwyżej cenioną i pożądaną wartością, natomiast swoboda poruszania się stanowi podstawę definiowania nowej hierarchii społecznej. Rozwój technik transportowych oraz nowoczesnych technologii informacyjnych sprawił, że – zdaniem Baumana – przestrzeń fizyczna staje się konstruktem subiektywnym, natomiast odległości nic już nie znaczą (s. 8). Zdaniem Castellsa dynamiczny rozwój technologii informatycznych rozpoczęty w dwóch ostatnich dziesięcioleciach XX wieku stał się współczesnym paradygmatem rozwoju i przyczynił się do głębokiej transformacji społecznej, gospodarczej i kulturowej, w wyniku której wyłoniła się nowa struktura społeczna nazwana przez Castellsa społeczeństwem sieci. Jednoczesną konsekwencją transformacji jest zmierzch tradycyjnego kapitalizmu przemysłowego opartego na industrializmie na rzecz rozwoju kapitalizmu informacyjnego, zorientowanego na osiąganie wiedzy, wytwarzanie wartości oraz wyższy poziom w wytwarzaniu informacji, przy czym celem nadrzędnym jest nadal akumulacja kapitału. Głównym źródłem wartości stały się umiejętności polegające na wytwarzaniu, przetwarzaniu, przesyłaniu, kontroli i koordynacji informacji rozumianej w sposób bardzo szeroki, czyli nie tylko jako surowiec pracy mediów, lecz także jako wzory konsumpcji, wiedza i kultura (Castells, 1989). W wyniku wspomnianej rewolucji technologicznej praktycznie wszystkie formy informacji można wyrazić w postaci cyfrowej, zrozumiałej dla komputerów i przysłać je za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnych. Techniki informacyjne stały się zatem podstawą usieciowienia społecznego i gospodarczego. Sieciowe społeczeństwo i gospodarka mają charakter globalny i otwarty, ale są także kulturowo i instytucjonalnie zróżnicowane (a więc odmienność narodowa lub lokalna nie zamiera). Jednak kluczowe procesy wytwarzania wiedzy i wartości wynikają z logiki i dynamiki sieciowej (Bendyk, 2013; Castells, 2008, 2010).

Według Castellsa sieciowe uwarunkowania sprawiły, że społeczeństwo i gospodarka są skonstruowane wokół przepływów kapitału, informacji i technologii, wokół przepływów organizujących interakcje, przepływów obrazów, dźwięków i symboli. Przepływy te stały się materialną emanacją procesów dominujących w życiu gospodarczym, politycznym i duchowym. W ten sposób tworzy się nowa forma przestrzenna, dominująca dla współczesnej działalności – przestrzeń przepływów, które zostały uwolnione z terytorialnej, przestrzennej logiki działania. Castells definiuje je jako „celowe, powtarzalne, programowalne sekwencje wymiany i interakcji między fizycznie rozłączonymi pozycjami zajmowanymi

przez aktorów społecznych w ekonomicznych, politycznych i symbolicznych strukturach społeczeństwa” (Castells, 2008, s. 412).

Przestrzeń przepływów nie jest jedyną platformą współczesnego rozwoju społeczno-gospodarczego, oczywiście jest istnienie tradycyjnej, geograficznej przestrzeni miejsc. Jest ona jednak przestrzenią dominującą, ponieważ zasady i sposób jej funkcjonowania decyduje o całościowym rozwoju. Charakteryzując rolę miast w tej nowej przestrzeni, warto także zwrócić uwagę, że – mimo abstrakcyjności samego pojęcia – nie jest ona abstrakcyjna. Castells wyszczególnia trzy warstwy jej materialnego wsparcia (Castells, 2008, s. 411–418):

- obieg wymian elektronicznych, stanowiący materialną bazę procesów, który tworzą urządzenia elektroniczne, mikrokomputery, smartfony, serwerownie, infrastruktura techniczna. Ich istnienie definiuje miejsce w sieciowej przestrzeni;
- centra (inaczej: koncentratory, ang. *hubs*) i węzły (*nodes*) przestrzeni, będące kluczowymi elementami sieci, przy czym pierwsze stanowią ośrodki decyzji i koordynacji nowych przestrzennych form oraz przepływów w sieciach, w nich tworzona jest największa wartość, kumulowana jest wiedza i innowacje, natomiast węzły są miejscami, które łączą lokalność z siecią globalną, zatem odpowiadają za dystrybucję i koordynację przepływów oraz adaptację wzorców, innowacji i mechanizmów globalnych w wymiarze lokalnym;
- przestrzenna organizacja dominujących elit zarządzających siecią przepływów, która jest kosmopolityczna i wykorzeniona z lokalnej lub narodowej specyfiki, tradycji i kontroli.

Warto zwrócić przede wszystkim uwagę na drugą i trzecią warstwę. Rolę centrów oraz węzłów w sieciach przepływów odgrywają miasta dzięki dobrze określonym właściwościom społecznym, kulturowym, fizycznym i funkcjonalnym. Są one spoiwem gospodarki światowej, łączą z informatyzowane sieci i skupiają światową władzę. W nich występuje największa intensyfikacja przepływów, przy czym centra to przede wszystkim globalne megamiasta, zgodnie z koncepcją Sassen. Dostęp do globalnych sieci przepływów pozwala miastom na koncentrację usług, kapitału, technologii, rynków i profesjonalistów, co pozwala na osiągnięcie efektu synergii i efektu skali, kluczowych dla tworzenia i dystrybucji innowacji (Castells, 2010). Ośrodki społeczne, które jako pierwsze zaadaptowały technologie sieciowe, stają się głównymi węzłami przestrzeni usieciowionego społeczeństwa. W tym sensie nowe społeczeństwo charakteryzuje się „geografią” zdeterminowaną w ten właśnie sposób, przy czym globalne sieci włączają poszczególne miasta selektywnie i w nierównym stopniu. Między miastami tworzy się hierarchia wynikająca z ich znaczenia i roli w sieciach, które można wyodrębnić na podstawie rodzaju działalności (specjalizacji) będącej przedmiotem wymiany w przepływach, np. sieci technologii informacyjno-komunikacyjnych, sieci finansowo-kapitałowe, sieci zaawansowanych usług biznesowych, sieci

kultury, sieci zarządzania i władzy, a nawet sieci kryminalne (narkotykowe, handlu ludźmi itp.) (Castells, 2010). Między nimi występuje większa lub mniejsza zbieżność, jednak tylko miasta-koncentratory są multisieciowe i koncentrują przepływy we wszystkich sieciach. Znaczenie każdego miasta w danej sieci wynika z wartości, jaką dostarczają w hierarchii wytwarzania wartości i kapitału, przetwarzania informacji i sprawowania władzy nad tymi przepływami. Globalny, sieciowy system metropolitalny rozwija się zgodnie z logiką centrum-peryferie, zgodnie z którą rozwój ośrodków o słabszej pozycji w globalnym systemie kreowania wartości w dużej mierze determinowany jest z zewnątrz, a suwerenność i sprawczość lokalna w znacznym stopniu jest ograniczona (Bendyk, 2013; Castells, 2010).

Ze względu na naturę społeczeństwa i gospodarki współczesne miasto ma przede wszystkim charakter informacyjny, zatem należy je postrzegać „nie jako formę, ale proces charakteryzujący się strukturalną dominacją przestrzeni przepływów” (Castells, 2008, s. 401). Biorąc pod uwagę trzecią wyróżnioną przez Castellsa warstwę wsparcia sieci przepływów, charakterystyczna dla miast jest tendencja tworzenia ujednoczonych architektonicznie oraz zunifikowanych i względnie wyodrębnionych z charakteru krajobrazu lokalnego form w realnej przestrzeni – centralnych dzielnic biznesu, hal lotniskowych i dworcowych z wyodrębnionymi pomieszczeniami dla VIP-ów, ekskluzywnych restauracji, hoteli, sklepów odzieżowych i spożywczych, mających charakter sieciowy lub urządzonych zgodnie ze zunifikowanymi standardami, a także przestrzeni służących wypoczynkowi elit zarządzających, takich jak pola golfowe, boiska tenisowe lub sieci ekskluzywnych klubów sportowych. Miasta informacyjne mają charakter dualny, ponieważ występuje w nich przestrzena koegzystencja elit zarządzających oraz ekspertów, a jednocześnie są one skupiskiem wszystkich tych grup społecznych, które „walczą o przetrwanie”. W tym kontekście Castells bezpośrednio nawiązuje do rozważań Baumana (2000) na temat konsekwencji wynikających z subiektywizacji przestrzeni, które mają formę wykryształizowania się dwóch przeciwstawnych, ale w pewnym sensie uzupełniających się postaw społecznych – turystów i włóczęgów. Żyją oni obok siebie, ale w innych przestrzeniach. Pierwsi znajdują się w wiecznym ruchu z własnego wyboru, stanowiąc warstwę uprzywilejowaną. Można zatem powiedzieć, że żyją w przestrzeni przepływów. Drudzy żyją w przestrzeni miejsc, mając ograniczony wpływ na to, gdzie i co wykonują.

Główną cechą przestrzenną współczesnego społeczeństwa jest sieciowe połączenie między globalnością a lokalnością. W miastach informacyjnych globalna, dominująca przestrzeń przepływów nakłada się i modyfikuje lokalną, fizyczną przestrzeń miejsc. Ludzie nadal żyją w swoich miejscach, przy czym większa część fizycznej przestrzeni oraz społeczności miast, także tych największych, ma charakter lokalny, natomiast globalne funkcje koncentrują się tylko w wybranych obszarach miasta i są zdeterminowane połączeniami z sieciami globalnymi tworzenia wartości, transakcji finansowych.

W tworzeniu miast informacyjnych oraz świata sieciowego turystyka pełni funkcję wtórną, dlatego literalnie nie jest przez Castellsa wyszczególniana. Mimo tego z koncepcji społeczeństwa sieci wynikają istotne wnioski dla badania internacjonalizacji funkcji turystycznej w miastach. Na pewno nie można rozpatrywać jej umiędzynarodowienia w sposób całościowy, ponieważ jej poszczególnymi komponentami rządzi odmienna logika i dynamika rozwoju.

Przyjmując, że turystyka biznesowa składa się z indywidualnych podróży służbowych pracowników oraz grupowych podróży służbowych obejmujących tzw. przemysł spotkań, należy stwierdzić, że pierwsza aktywność składa się z przepływów, które przebiegają równoległe z sieciami będącymi motorem napędzającym globalne społeczeństwo i gospodarkę, przede wszystkim z siecią zarządzania i władzy, zaawansowanych usług biznesowych oraz siecią finansową i kapitałową, ale także wszystkimi innymi sieciami. W tym przypadku nośnikiem informacji, wiedzy i wartości są wysoko wykwalifikowani profesjonalści oraz menedżerowie przemierzający się wzdłuż węzłów i centrów tych sieci, zgodnie ze wskazywaną nie tylko przez Castellsa, ale także Halla, Sassen i innych badaczy współczesnych miast tezę o kluczowej wadze spotkań twarzą w twarz w podejmowaniu wiodących decyzji rozwojowych, tworzeniu innowacji, mimo dynamicznego rozwoju technik informacyjnych. Castells podkreśla, że w tym znaczeniu spotkania bezpośrednie (które muszą być poprzedzone podróżami biznesowymi) stanowią sieć podejmowania decyzji rządu mikro, biorąc pod uwagę zakres podmiotowy oraz liczbę miast globalnych, jednak o globalnym zakresie przestrzennym, z którą dodatkowo jest połączona globalna, gęsta makrosieć wykonywania decyzji podjętych w ramach mikrosieci (Castells, 2010, s. 2741). Przemysł spotkań jest natomiast zależny od najsilniejszych sieci w sposób wtórny – liczba i znaczenie spotkań stowarzyszeń i wydarzeń biznesowych są pochodną realnego lub aspiracyjnego znaczenia centrów i węzłów w danej sieci, której dotyczą spotkania lub wydarzenia. Zestawienie rankingów miast według liczby spotkań międzynarodowych stowarzyszeń publikowanych rokrocznie przez dwa najważniejsze stowarzyszenia branży spotkań – ICCA oraz UIA – z rankingami miast światowych według GaWC Group oraz globalnych według A. T. Kearney potwierdza tę tezę (tabela 8). Wśród miast, w których organizowana jest największa liczba spotkań międzynarodowych, znajdują się miasta uznawane za miasta światowe lub globalne<sup>1</sup>: Paryż, Londyn, Singapur, Seul, Tokio, Pekin, Hong Kong, ale przede wszystkim, zgodnie z logiką tworzenia własnych, wyspecjalizowanych centrów i węzłów, sieć spotkań i wydarzeń wytworzyła własne centra. Wiedeń, Bruksela, Kopenhaga, Genewa, Barcelona, Praga i Lizbona, nie mając statusu miast światowych lub globalnych, wyspecjalizowały się jako kluczowe miasta sieci przemysłu spotkań.

---

<sup>1</sup> Rankingi UIA i ICCA dotyczące liczby międzynarodowych spotkań nie ujmują miast amerykańskich ze względu na brak relacji członkowskich.

Można zatem stwierdzić, że logika i dynamika rozwojowa turystyki biznesowej zachodzi w przestrzeni przepływów, ma charakter globalny oraz ulega standaryzacji i unifikacji. Dlatego czynniki rozwoju węzłów tej sieci są zbieżne z czynnikami rozwoju megamiast, które opierają się o wielowymiarową infrastrukturę dostępności w ujęciu sieciowym: multimodalnym transporcie powietrznym, lądowym i morskim, sieciach telekomunikacyjnych, zaawansowanych systemach informatycznych, oraz całym wachlarzem usług wspierających wykonywanych przez wysoko wyspecjalizowany personel. Branża turystyki biznesowej świadcząca tego typu wyspecjalizowane usługi jest elementem tej ogólnej infrastruktury tworzącej dostępność, równocześnie sfera turystyki biznesowej wykorzystuje pozostałe elementy infrastruktury w ramach funkcjonowania własnej sieci. Tym samym jest ona skoncentrowana w wybranych obszarach miasta, zdominowanych przez przestrzeń przepływów.

**Tabela 8. Ranking miast według liczby spotkań międzynarodowych stowarzyszeń według ICCA oraz UIA (2014) oraz siły globalne miast według GaWC (2014) oraz A. T. Kearney (2014)**

Miejsce	International Congress and Convention Association (2014)		Union of International Associations (2014)		Miejsce	GaWC (2014)		Global Cities Index (2014)	
	Miasto	Liczba wydarzeń	Miasto	Liczba wydarzeń		Miasto	Miasto	Wartość wskaźnika	
1	Paryż	214	Bruksela	778	1	Londyn	Nowy Jork	61,7	
2	Wiedeń	202	Singapur	772	2	Nowy Jork	Londyn	58,1	
3	Madryt	200	Wiedeń	365	3	Hong Kong	Paryż	52,3	
4	Berlin	193	Paryż	280	4	Paryż	Tokio	47,2	
5	Barcelona	182	Seul	204	5	Singapur	Hong Kong	38,0	
6	Londyn	166	Bangkok	181	6	Szanghaj	Los Angeles	36,8	
7	Singapur	142	Tokio	179	7	Tokio	Chicago	35,1	
8	Amsterdam	133	Madryt	175	8	Pekin	Pekin	34,3	
9	Istambuł	130	Genewa	170	9	Sydney	Singapur	33,4	
10	Praga	118	Barcelona	162	10	Dubaj	Waszyngton	32,9	
11	Bruksela	112	Berlin	146	11	Chicago	Bruksela	32,6	
12	Lizbona	109	Amsterdam	134	12	Bombaj	Seul	32,4	
13	Kopenhaga	105	Londyn	123	13	Mediolan	Toronto	32,3	
14	Pekin	104	Dubaj	115	14	Moskwa	Sydney	31,8	
15	Seul	99	Kopenhaga	110	15	São Paulo	Madryt	30,3	
16	Hong Kong	98	Sydney	106	16	Frankfurt	Wiedeń	29,5	
17	Budapeszt	97	Sztokholm	105	17	Toronto	Moskwa	29,4	
18	Rzym	97	Istambuł	103	18	Los Angeles	Szanghaj	29,4	
19	Sztokholm	95	Pusan	99	19	Madryt	Berlin	28,9	
20	Tajpej	92	Lizbona	98	20	Meksyk	Buenos Aires	28,6	

Uwagi: informacje o metodyce tworzenia rankingów znajdują się w załączniku 1 oraz załączniku 2 aneksu.

Źródło: (A. T. Kearney, 2014; GaWC, 2014; ICCA, 2015; UIA, 2015).



Analizując rozwój turystyki czasu wolnego w ramach koncepcji miast informacyjnych, należy także wyróżnić dwa jej segmenty. Pierwszym jest turystyka podejmowana przez elity zarządzające przepływami i wysoko wykwalifikowanych pracowników, która należy do trzeciej warstwy wsparcia przestrzeni przepływów, a więc ma zakres globalny. Dotyczy to przede wszystkim turystyki wypoczynkowej i rekreacyjnej (o infrastrukturze sportowej wspomniano już wcześniej), ale także ekskluzywnych form turystyki kulturowej (szczególnie w odniesieniu do wydarzeń o randze światowej oraz zamkniętych lub ograniczonych przez wysokość cen biletów imprez specjalnych z zakresu kultury wysokiej). Ponadto siła nabywczą elit miejskich jest przyczyną powstawania obiektów kultury wysokiej oraz gromadzenia eksponatów sztuki współczesnej oraz dziedzictwa kulturowego o najwyższej randze (taki sam efekt obserwuje się w przypadku usług z zakresu ochrony zdrowia i edukacji). Występowanie tych obiektów powoduje wzrost ruchu turystycznego elit oraz innych segmentów turystów ukierunkowanych na obcowanie z kulturą. Opisywana zależność wyjaśnia po części przyczyny koncentracji tego typu obiektów oraz przyczyny zwiększonej aktywności rekreacyjnej, a także koncentracji ruchu turystycznego w miastach światowych i globalnych oraz ich okolicach. Sieć przepływów tego segmentu turystyki czasu wolnego można zobrazować rozmieszczeniem najbardziej ekskluzywnych hoteli oraz pełnowymiarowych pól golfowych na świecie (tabela 9). Widoczne w niej węzły obrazują logikę tej sieci – tworzą ją przede wszystkim lokalizacje wielkomiejskie, najczęściej w obszarach metropolitalnych stolic państwowych lub innych wielkich miast, lub w ich najbliższym sąsiedztwie (w promieniu do 150 km od ich centrów). Na 20 obiektów tylko cztery hotele i trzy pola golfowe zlokalizowane są w mniejszych miejscowościach lub innych obszarach niż metropolitalne. Zdarza się także, że takie miasta globalne jak Nowy Jork, Londyn, Filadelfia, Melbourne czy San Francisco dysponują więcej niż jednym obiektem.

**Tabela 9. Lokalizacja najbardziej ekskluzywnych hoteli oraz pól golfowych**

	Nazwa	Lokalizacja, państwo	Obszar metropolitalny		Nazwa	Lokalizacja, państwo	Obszar metropolitalny
<b>HOTELE</b>				<b>POLA GOLFOWE</b>			
1	Armani Hotel Dubaj	Dubaj, ZEA	Dubaj	1	Pine Valley	Pine Valley, USA	Filadelfia
2	Auberge du Soleil	Rutherford, USA	San Francisco, Sacramento	2	Cypress Point Club	Pebble Beach, USA	San Jose
3	Baur au Lac	Zurych, Szwajcaria	Zurych	3	Royal County Down	County Down, Irlandia Północna	Newcastle
4	Bellagio	Las Vegas, USA	Las Vegas	4	St Andrews (Old)	St Andrews, Szkocja	Edynburg
5	Belmond Charleston Place	Charleston, USA	Charleston	5	Shinnecock Hills	Southampton, USA	Nowy Jork

	Nazwa	Lokalizacja, państwo	Obszar metropolitalny		Nazwa	Lokalizacja, państwo	Obszar metropolitalny
<b>HOTELE</b>				<b>POLA GOLFOWE</b>			
6	Belmond Copacabana Palace	Rio De Janeiro, Brazylia	Rio De Janeiro	6	Augusta National	Augusta, USA	Atlanta
7	Carlisle Bay	St Marys, Antigua i Barbuda	–	7	National Golf Links of America	Long Island, USA	Nowy Jork
8	Carlton Hotel Baglioni	Mediolan, Włochy	Mediolan	8	Royal Melbourne (West)	Black Rock, Australia	Melbourne
9	Ciragan Palace Kempinski Istanbul	Istambuł, Turcja	Istambuł	9	Muirfield	Gullane, East Lothian, Szkocja	Edynburg
10	Claridge	Londyn, WB	Londyn	10	Sand Hills	Mullen, Nebraska	–
11	Clift	San Francisco, USA	San Francisco	11	Oakmont	Oakmont, USA	Pittsburgh
12	Condado Plaza Hilton	San Juan, Puerto Rico	San Juan	12	Royal Dornoch	Dornoch, Sutherland, Szkocja	–
13	Dukes Hotel	Londyn, WB	Londyn	13	Merion (East)	Ardmore, USA	Filadelfia
14	Emiliano	São Paulo, Brazylia	São Paulo	14	Pebble Beach	Pebble Beach, USA	San Jose
15	Excelsior Palace Hotel Rapallo	Rapallo, Włochy	–	15	Royal Portrush	Dunluce, Irlandia Północna	Belfast
16	Fairmont Le Château Frontenac	Quebec, Kanada	Quebec	16	Bandon Dunes	Bandon, Oregon, USA	–
17	Fifteen Beacon	Boston, USA	Boston	17	Crystal Downs	Frankfort, Michigan, USA	Chicago / Detroit
18	Four Seasons Hotel George V	Paryż, Francja	Paryż	18	Trump Turnberry	Turnberry, Szkocja	Glasgow
19	Four Seasons Safari Lodge Serengeti	Park Serengeti, Tanzania	–	19	Royal St George's	Sandwich, Anglia	Londyn
20	Grand Hotel Villa Serbelloni	Como, Włochy	–	20	Kingston Heath	Cheltenham, Australia	Melbourne

Źródło: *World's Best 50 Hotels*, <http://www.fivestaralliance.com/worlds-best-hotels-2014/2197/top-50-hotels-worldwide> (data dostępu: 12.04.2015 r.); *Top 100 Golf Courses of the World*, <http://www.top100golfcourses.co.uk/html/site/topcourses.asp> (data dostępu: 12.04.2015 r.).

Drugi segment turystyki czasu wolnego tworzy miejska turystyka kulturowa, która funkcjonuje zgodnie z logiką przestrzeni miejsc, ale której rozwój jest napędzany przez logikę przestrzeni przepływów. Turyści podróżują i odwiedzają miejsca w poszukiwaniu współczesnych lub przeszłych przejawów życia innych ludzi, a ci – jak stwierdza Castells (2008) – żyją w przestrzeni miejsc. Ten segment turystyki ma wymiar lokalny, co w tym przypadku oznacza, że czynnikami rozwoju są walory materialne i niematerialne zakorzenione w historii, kulturze, odrębności społecznej danego miasta, regionu lub kraju.

W ten sposób turystyka jest czynnikiem nie tylko łączącym lokalność z siecią globalną, co można zmierzyć wielkością zagranicznego ruchu turystycznego w mieście i regionie przylegającym do miasta, ale także czynnikiem transferującym lokalną odrębność na szczebel globalnych przepływów poprzez upowszechnienie wizerunku, zwyczajów, symbolicznych obiektów będących atrakcjami turystycznymi, potraw, przedmiotów i wydarzeń na całym świecie. Jednoczesne współlistnienie i przenikanie się tendencji globalnych i lokalnych zostało nazwane przez Robertsona (1995) „glokalizacją”. Zauważył on, że to, co jednostkowe, lokalne, staje się częścią procesów globalnych i odwrotnie – to, co uniwersalne, globalne, podlega konkretyzacji na poziomie lokalnym, jednak z uwzględnieniem specyfiki i właściwości danego miejsca. Zdaniem Huntingtona (1997, s. 42–53) tożsamość kulturowa stała się dla wielu ludzi sprawą najbardziej istotną z powodu braku różnic o charakterze ideologicznym, politycznym czy ekonomicznym, a także z powodu poczucia alienacji i rozpadu starych tożsamości wynikających z konfrontacji z innymi narodami.

Oczywiście miasta połączone są globalnie poprzez tę samą sieć transportową i telekomunikacyjną, która tworzy sieć przepływów oraz umożliwia rozwój turystyki biznesowej, jednak przestrzeń miejsc rozlewa się na o wiele większy obszar miast, a także na cały region. Kluczowe jest również to, że ten segment turystyki bazuje na przestrzeni miejsc mających charakter lokalny, ale połączonych poprzez sieć transportową i telekomunikacyjną wytworzoną w sieci przepływów. Tabela 3 w rozdziale 1 zawiera ranking miast według liczby wizyt zagranicznych turystów, która częściowo potwierdza tezę o dualnym rozwoju miejskiej turystyki czasu wolnego analizowanego zgodnie z koncepcją Castellsa. Znajdują się na niej zarówno miasta, które zdominowały gospodarkę globalną (Hong Kong, Singapur, Londyn, Nowy Jork, Paryż), jak i miasta budujące swą pozycję na bazie dziedzictwa kulturowego i historycznego (Rzym, Mekka, Kanton, Praga) lub na bazie współczesnej oferty rekreacyjno-rozrywkowej (Makau, Antalya, Bangkok, Pattaya).

Mimo podkreślania lokalnej odrębności duże miasta zaczynają się odrywać od swoich lokalnych i narodowych korzeni także w sferze turystyki (mimo że je podkreślają). Coraz więcej inwestycji w infrastrukturę i atrakcje tworzy hiperprzestrzenie, które mają takie same funkcje, strukturę funkcjonalną-użytkową, rozwiązania architektoniczne oraz wygląd niezależnie od miejsca, w którym powstają. Już nie tylko lotniska i dworce, ale także centra handlowe, centra rozrywki, wielkie muzea i sale wielofunkcyjne stają się hiperprzestrzeniami.

Dodatkowo rozwój miejskiej turystyki kulturowej w coraz większym stopniu – można nawet stwierdzić, że w stopniu dominującym – napędzany jest poprzez sieci technologii informacyjnych oraz mediów, w tym mediów społecznościowych. Obecnie cała kompleksowa sfera organizacji ruchu turystycznego oparta jest na technologiach informatycznych. Ponadto upowszechnienie komputerów przenośnych w różnych formach sprawiło, że turyści najczęściej odwiedzają miejsca, które dominują w formalnych przekazach marketingowych lub nieformalnych relacjach udostępnianych poprzez sieci. Współczesny turysta

nie rozstaje się z urządzeniami, które trzymają go nieustannie w przestrzeni przepływów – nawigacja satelitarna, geolokalizacja, sieci komórkowe i bezprzewodowy internet stają się równoległą do realnej, turystyczną przestrzenią publiczną odwiedzanych miast. W ten sposób przepływy informacji kształtują turystyczną przestrzeń miejsc. W efekcie miejska przestrzeń turystów i przestrzeń mieszkańców, która jest w większym stopniu odporna na wpływ z natury zglobalizowanej przestrzeni przepływów, jednocześnie nakładają się i różnią od siebie. Za graficzne próby przedstawienia tego zjawiska służyć mogą popularno-naukowe prace autorstwa Fischera (ze wspomaganiami firmy badań ilościowych mediów społecznościowych GNID wykorzystujących protokół API). Mają one formę wirtualnych map miast tworzonych na podstawie elektronicznej lokalizacji miejsc (geotagging) zdjęć publikowanych w dwóch fotograficznych aplikacjach społecznościowych Flickr oraz Picassa (Fischer, 2010) oraz elektronicznej lokalizacji wpisów w portalu społecznościowym Twitter (Fischer, Gnip, 2013). Rozróżnienie kolorystyczne lokalizacji zdjęć i wpisów wykonanych przez mieszkańców (kolor niebieski) i odwiedzających/turystów (kolor czerwony)<sup>2</sup> pozwoliło stwierdzić występowanie sporych różnic przestrzennych między rozproszoną aktywnością mieszkańców – częściowo skupioną wokół mniej oczywistych i nowych walorów i infrastruktury oferowanej przez centra miast – a aktywnością gości, skoncentrowaną wokół najpopularniejszych i najbardziej znanych medialnie atrakcji turystycznych. Za bardziej ogólną próbę przedstawienia turystycznej przestrzeni miejsc można uznać wirtualną mapę świata Shightsmap (<http://www.sightsmap.com>) publikowaną i aktualizowaną na bieżąco przez Google na podstawie elektronicznej lokalizacji miejsc zdjęć zamieszczanych w aplikacji Panoramio (przyjmując niemożliwe do zweryfikowania w praktyce założenie, że zdjęcia te wykonane zostały przez turystów) wraz z rankingiem najchętniej „publikowanych” miast świata tworzonym na bazie danych wykorzystywanych do budowy mapy.

## **4.6. Miasta jako bramy regionalne**

---

W literaturze z zakresu geografii urbanistycznej koncepcja miast-bram regionalnych (*gateway cities*) funkcjonowała od lat siedemdziesiątych XX wieku jako wynik procesów koncentracji gospodarczej w kontekście teorii ośrodków centralnych (Andersson, Andersson, 2000; Burghardt, 1971; Drennan, 1992). Jej znaczenie zostało wzmocnione na przełomie

---

<sup>2</sup> Uproszczeniem podyktowanym względami praktyczno-technicznymi jest przyjęcie, że turystą jest ta osoba, która umieszcza w badanych mediach społecznościowych zdjęcia lub wpisy z danego miejsca przez okres krótszy niż miesiąc, zmieniając następnie lokalizację na bardziej trwałą, domyślnie świadcząca o jej stałym miejscu zamieszkania. Mieszkańcem (lub ściślej rzecz biorąc, członkiem lokalnej społeczności – *local*) jest osoba umieszczająca w badanych mediach społecznościowych zdjęcia lub wpisy z danego miejsca przez okres co najmniej miesięczny (Gundersen, 2013). Należy podkreślić, że mapa aktywności tworzona na podstawie wpisów w portalu Twitter aktualizowana jest w sposób ciągły na podstawie skumulowanych baz danych wykorzystujących informacje zawarte w protokole API każdego tweeta. Codziennie baza zasilana jest 10 milionami zlokalizowanych wpisów, co w grudniu 2014 roku przyniosło łączną liczbę 6,3 miliarda oznaczeń lokalizacji (Fischer, 2014).

wieków jako reakcja na zdominowanie dyskusji naukowej na temat wpływu globalizacji na miasta przez koncepcje miast światowych i miast globalnych. Abbott (1997), Grant (1991) oraz Short ze współautorami (Short, Breitbach, Buckman, Essex, 2000) stwierdzają, że skupienie uwagi badaczy tylko na kilkunastu miastach światowych ogranicza możliwość zrozumienia natury internacjonalizacji miast. Tymczasem globalizacja nie obejmuje tylko miast światowych. Miasta różnią się stopniem umiędzynarodowienia i intensywnością usieciowienia. Dlatego koncepcja miast-bram regionalnych odchodzi od wyznaczania najbardziej dominujących miast w globalnej gospodarce na rzecz skupienia się nad problemem, w jaki sposób wpływa na nie globalizacja.

Koncepcja bram regionalnych pozycjonuje i charakteryzuje miasta jako ośrodki pełniące funkcję wejścia i wyjścia do danego regionu lub innego obszaru (Burghardt, 1971). W warunkach globalizacji ich pojawienie się i wzrost są wynikiem zarówno procesów regionalnej koncentracji, jak i globalnego rozproszenia produkcji (Rossi, Taylor, 2006). Globalizacja nie jest procesem wzmacniających się przepływów z poziomu globalnego do lokalnego, ale serią miejscowych reglobalizacji (Short, 1996), co jest zbieżne z rozważaniami dotyczącymi istoty internacjonalizacji. Jak już stwierdzono przy okazji omawiania koncepcji przepływów Castellsa, poziom lokalny nie jest już tylko biernym adresatem globalnych procesów. Przepływy dotyczą w takim samym stopniu kierunku lokalność-globalność, jak kierunku globalność-lokalność<sup>3</sup>. Miasta stanowią ogniwa między tymi skrajnymi szczeblami. W tym celu miasta rozwijają i podkreślają swoją specjalizację regionalną – gospodarczą, społeczną i kulturową. Można zatem stwierdzić, że efektem wtórnym umiędzynarodawiania dużych miast pełniących funkcję bram regionalnych jest tworzenie sprzyjających warunków rozwoju i szans awansu mniejszych miast położonych w strefach ich oddziaływania poprzez korzystanie z wielu skumulowanych w tych dużych miastach funkcji egzogenicznych, a których część jest składową funkcji międzynarodowych (Komorowski, 2000, s. 28–29).

Burghardt (1971), a za nim Pearce (2001, s. 937), wyróżniają cztery atrybuty miasta jako bramy regionalnej:

- zarządzanie relacjami zachodzącymi między regionem a światem zewnętrznym oraz rozwijanie swojej pozycji poprzez kontrolę przepływu kapitału, dóbr, usług i siły roboczej;
- funkcjonowanie i rozwój na styku różnorodnego stopnia intensywności i rodzajów prowadzenia działalności gospodarczej;
- utrzymywanie relacji gospodarczo-handlowych ze znacznie oddalonymi miastami i regionami, przy utrzymywaniu lokalnych powiązań gospodarczych;

<sup>3</sup> Dobrym przykładem jest globalna popularność lokalnych kuchni oraz zjawisko tzw. kuchni *fusion*, będącej mieszkanką kuchni z różnych krajów i regionów (zob. Short i inni, 2000).

- położenie przy dużych węzłach komunikacyjno-transportowych – zależność funkcjonowania od stopnia rozwoju transportu i handlu hurtowego oraz pośredników rynkowych powoduje, że ich rozwój jest uwarunkowany rozwojem technologii i procesów logistycznych, co stanowi zarazem szansę i zagrożenie rozwojowe.

Jak wynika z powyższej charakterystyki, także miasta pełniące funkcję bram regionalnych funkcjonują na rynkach międzynarodowych, a nawet rynku globalnym. W zasadzie logika ich wzrostu i rozwoju jest taka sama jak logika rozwoju miast światowych i globalnych. Zależy ona od zwiększania stopnia usieciowienia z innymi miastami, przy czym proces ten zachodzi przede wszystkim między miastami tego samego rzędu, natomiast rywalizacja między nimi dotyczy uzyskiwania powiązań z miastami wyższego rzędu. Wszystkie one aspirują do zwiększenia swojego statusu na arenie krajowej, a w konsekwencji kolejno na arenie makroregionalnej, kontynentalnej i światowej. Miasta-bramy regionalne nie uzależniają się jednak od swojego regionalnego zaplecza w tak zdecydowany sposób jak miasta o najwyższym statusie. Przeciwnie, to zaplecze nadaje sens i wartość ich pozycji w międzynarodowej sieci przepływów. Ich rola jest zatem ściśle określona – zgodnie z nomenklaturą koncepcji globalnej przestrzeni przepływów (Borja, Castells, 2013; Castells, 2010) pełnią one funkcję węzłów współczesnej gospodarki (a nie koncentratorów), dzięki którym lokalność zwiększa swoje międzynarodowe znaczenie. Innymi słowy są węzłami umiędzynarodowienia regionów, w których są zlokalizowane. W związku z tym silniej od miast światowych i globalnych zależą od sfery produkcji oraz rodzajów działalności uzależnionych od miejscowych zasobów.

Przedstawioną listę atrybutów miast-bram regionalnych można zatem poszerzyć o następujące cechy:

- specjalizacja gospodarcza na poziomie międzynarodowym;
- rywalizacja o wyższy status w ponadnarodowej sieci miast (rywalizacja pionowa);
- istnienie silnych procesów internacjonalizacji we wszystkich aspektach funkcjonowania (nie tylko internacjonalizacja gospodarcza);
- dominacja regionalna.

Podobnie jak miasta światowe i globalne także duże miasta drugo- i trzeciorzędne podlegają silnemu umiędzynarodowieniu. W gospodarkach narodowych rozwinęły się hierarchie miast na ogół z silnym ośrodkiem wiodącym oraz mniejszymi ośrodkami rywalizującymi o miano kontrapunktu dla miasta wiodącego. Nie jest to jednak regułą. W wielu państwach obserwuje się walkę o prymat miasta wiodącego. Miasto o najsilniejszym globalnym usieciowieniu, a nie stolica polityczno-administracyjna, może wygrać ten wyścig.

Autorzy koncepcji miasta-bramy regionalnej wskazują bezpośrednio na turystykę jako funkcję stanowiącą o ich statusie i konkurencyjności. Stwierdzają oni (Short i inni, 2000, s. 319), że „w ciągu ostatniej fazy globalizacji, kiedy walory turystyczne zyskały na

wartości, w wielu miastach następuje re-pakietyzacja dziedzictwa historycznego z nową infrastrukturą noclegową oraz zwiększoną dostępnością komunikacyjną, oferowanego jako «żywa historia» w celu wykorzystania korzyści wynikających z globalnych uwarunkowań, czyli rozwoju transportu, nowoczesnych technologii i rosnącej mobilności. Ten nowy trend re-pakietyzacji ofert miejskich stanowi przejaw reglobalizacji miast, które od dawna funkcjonowały na światowym rynku”. Z tej wypowiedzi jednoznacznie wynika, że reglobalizacja stanowi dodatkową cechę opisywanych miast.

Funkcja miast jako bram regionalnych istniała w literaturze turystycznej od dłuższego czasu, zanim stała się kontrapunktem dla koncepcji miast światowych i globalnych. Wynika to z wpasowania się tej koncepcji w ogólną rolę miast na globalnym rynku turystycznym (Pearce, 1995). Duże miasta z jednej strony są największymi na świecie generatorami międzynarodowego i krajowego ruchu turystycznego, z drugiej zaś są największymi obszarami recepcji turystycznej. Dzięki swojej pozycji stanowią one dla turystów zagranicznych „bramy wjazdowe” do terytoriów krajów. Dopiero z nich turyści przybywający z zagranicy mogą być „wysyłani” do innych regionów i ośrodków na jednodniowe wycieczki w ich otoczenie (Maczak, 2008).

Problemem rozwoju turystyki w miastach-bramach regionalnych jest krótka średnia długość pobytu turystów (Pearce, 2001). Mając na uwadze jedną z cech popytu turystyki wielkomiejskiej, jaką jest raptowność (Ashworth, Page, 2011, s. 8–9; Ashworth, 2009), miejskie organizacje turystyczne stają przed wyzwaniem zarządzania wysokim udziałem wycieczkowiczów w strukturze ruchu turystycznego. W odpowiedzi na ten problem wprowadza się nowe atrakcje uruchamiane w godzinach popołudniowych lub wieczornych, jak pokazy typu „światło, woda i dźwięk”, koncerty i festiwale, wprowadza się rabatowe karty turystyczne, dokonuje się pakietyzacji usług turystycznych. Miejskie organizacje turystyczne działają także na rynku pośrednictwa turystycznego poprzez działania B2B, starając się zachęcić turoperatorów do wydłużenia czasu pobytu wycieczek masowych w miastach lub wprowadzając własne systemy rezerwacyjne i sprzedaż pakietów (Heeley, 2011; Seiser, 2008).

Konkurencja o wyższy status na globalnym rynku turystycznym zmusza władze lokalne do poszerzania oferty turystycznej, aby doświadczeni i rozkapryszeni turyści zagraniczni (por. Ashworth, 2009) nie odczuwali braku danego typu atrakcji, jak przykładowo nowoczesne muzeum interaktywne, kompleks sportów wodnych lub park rozrywki. W efekcie miasta upodabniają się do siebie, w wielu przypadkach produkując „bańki turystyczne”, czyli odkontekstowane społecznie i kulturowo atrakcje tworzone w wyniku presji konkurencyjnej innych miast oraz ukierunkowane na zaspokojenie niższych potrzeb i oczekiwań masowego turysty, które w efekcie stają się pułapkami dla motywowanych kulturowo turystów miejskich (por. Judd, 1999; Kruczek, 2009, 2010). Obserwuje się także efekt naśladownictwa

oferty turystycznej, a nawet jej kopiowania. Według Gołębskiego (2009, s. 354) „wskutek globalizacji kulturowej, centra wielu miast zaczęły się do siebie upodabniać, a rywalizacja o turystów i inwestorów nabiera wymiaru międzynarodowego. Udań inwestycje, np. budowa dzielnic portowych, wielkie zespoły handlowe, dzielnice rekreacyjne, są kopiowane przez inne miasta. Wielkie miasta zaczynają nawet kopiować budowle, które są symbolami określającymi wielowiekową odrębność jednostek miejskich, np. w Makau zbudowano plac św. Marka i pałac Dożów, zrekonstruowano dzielnicę wiktoriańską Londynu”.

Innym istotnym aspektem wynikającym z roli miast jako bram regionalnych jest sfera kształtowania wizerunku oraz promocji zagranicznej całego regionu. Skoro stanowią one rozpoznawalną na arenie międzynarodowej markę przyciągającą turystów zagranicznych do regionu, wątpliwości i dyskusje budzi tworzenie strategii wizerunkowych opartych o nazwę, a nawet markę regionu tym bardziej, że na rynku turystycznym wiele miast posiada marki silniejsze, bardziej wyraziste i bardziej rozpoznawalne nawet od marek narodowych (por. Florek, 2014; Govers, Go, 2009; Walas, 2014).

Niezależnie od wyzwania towarzyszących rozwojowi turystyki w miastach pełniących funkcje bram regionalnych można stwierdzić, że funkcja turystyczna odgrywa istotną rolę w ich pozycjonowaniu na arenie międzynarodowej, dopełniając i wzmacniając ich inne funkcje regionalne. Jak podkreślono w poprzednich częściach pracy, atrakcyjność turystyczna dużych miast jest zależna przede wszystkim od ich dostępności komunikacyjnej, a więc stanu infrastruktury transportowej. Ta z kolei jest atrybutem konstytuującym status miast-bram. To powoduje, że rozwój turystyki jest wspomagany rozwojem całych gospodarek tych miast. Internacjonalizacja turystyczna takiego miasta może rozpocząć się od jego pojawienia się na międzynarodowej mapie turystycznej jako nowego lub wzmacniającego swe znaczenie węzła komunikacyjnego (co wynika z rozwoju innych funkcji regionalnych). Od aktywności władz miasta i miejskich organizacji turystycznych zależy synergia potencjału gospodarczego z funkcją turystyczną. Jest to istotne szczególnie w odniesieniu do zagranicznego ruchu turystycznego, który w wielu przypadkach zależy od decyzji zarządów przewoźników lotniczych dotyczących rozwoju swojej siatki połączeń.

## **4.7. Miasta innowacyjne**

---

W koncepcji miasta innowacyjnego ośrodki miejskie rozpatrywane są jako miejsca kreowania oraz dyfuzji innowacji. Problematykę tę w polskiej literaturze szeroko omówił Domański (2000), umieszczając ją w teoretycznych ramach Schumpeterowskiej teorii rekombinacji czynników produkcji oraz zapożyczonej z fizyki koncepcji układów dysypatywnych. Oprócz Schumpeterowskiego podejścia do natury innowacji opartej na przedsiębiorczości (Schumpeter, 1939) rozwój miasta innowacyjnego rozpatrywany jest także w odwołaniu do Marshallowskiej koncepcji akcentującej czynniki lokalizacyjne, kulturowe



oraz tkwiące w interakcjach i powiązaniach między przedsiębiorstwami (Marshall, 1925; Porter, 1998), które zostały przedstawione w poprzedniej części opracowania.

Według Domańskiego (Domański, 2000) nakłady ponoszone przez wiele układów na jednym poziomie łączą się, w oparciu o nieliniowość procesów przekształceń, na wyższym poziomie tworząc nową strukturę w mieście, która może wykonywać nowe, wcześniej niewystępujące funkcje. Analizując te procesy, Domański określił złożoną kombinację zmienności czynników produkcji oraz ich wpływ na powstawanie innowacyjnych struktur miejskich, podkreślając przy tym, że procesy innowacyjne w miastach mogą zachodzić w różnej skali zarówno w wyniku bardzo znacznego rozszerzenia wiedzy i całkowicie nowych technologii, jak i w formie wprowadzenia nowych usprawnień w małych przedsiębiorstwach. Proces kształtowania miasta innowacyjnego należy zatem rozpatrywać od strony przekształceń jego wewnętrznej struktury, które dokonują się w nawiązaniu do współczesnych tendencji rozwoju cywilizacyjnego oraz jego relacji z otoczeniem (Zioło, 2012).

Wprowadzanie rozwiązań innowacyjnych w mieście powoduje w pierwszej fazie rozwój kumulatywny, który zmienia ustaloną wcześniej równowagę i prowadzi do zmiany w strukturze funkcjonalno-przestrzennej miasta, polegającej na przyspieszonym rozwoju nowych dziedzin gospodarki i funkcji miasta oraz kurczenia się lub upadku tradycyjnych dziedzin i funkcji. W efekcie bardziej innowacyjna i posiadająca wyższe zdolności adaptacyjne gospodarka miasta staje się efektywniejsza, tworzy nowe zasoby wewnętrzne i jest bardziej atrakcyjna dla inwestorów (Domański, 2000).

Nawiązując do rozważań Castellsa (1992) odnośnie do warunków tworzenia miasta informacyjnego, idea miasta innowacyjnego odwołuje się do wiedzy jako największego potencjalnego zasobu warunkującego rozwój gospodarczy, natomiast innowacyjność, stanowiąca emanację wiedzy, jest głównym motorem napędowym wzrostu ekonomicznego (Marszał, 2012). Skutkiem ich wdrażania jest modernizacja oraz wzrost efektywności i konkurencyjności. Koncepcja miast innowacyjnych odwołuje się do wszystkich możliwych typów innowacji generowanych w mieście zgodnie z podziałem OECD (2006): produktowych, procesowych, organizacyjnych i marketingowych.

Miastem innowacyjnym można zatem określić taki ośrodek, który notuje przyspieszony rozwój społeczno-gospodarczy dzięki spełnieniu dwóch warunków: generowaniu nowych zasobów wiedzy oraz absorpcji najnowszej wiedzy w sferze praktyki gospodarczej (Marszał, 2012). Według Klasika (2008) i Marszała (2012) miasto innowacyjne powinno spełniać następujące warunki: zdolność generowania nowych idei i rozwiązań, proinnowacyjną politykę władz miejskich, otwartość na napływ kapitału zewnętrznego (ludzkiego, finansowego itp.), stwarzanie korzystnych warunków dla inwestycji, rozwój nowoczesnej infrastruktury instytucjonalnej, stałe inwestowanie w naukę, kulturę i edukację, dbałość o sektor naukowo-badawczy, środowisko naturalne i kulturowe, zabezpieczenie miejsc pracy dla klasy

kreatywnej i lokalizacji dla przemysłów kreatywnych, prowadzenie skutecznego marketingu terytorialnego, w tym przede wszystkim rozwój marki miasta, zdolność ekspansji na rynki zagraniczne oraz zdolność tworzenia powiązań z innymi miastami o dużym potencjale innowacyjności. Z kolei Szromnik (2012, s. 82) definiuje miasto innowacyjne jako ośrodek, „którego mieszkańcy oraz instytucje, w tym przede wszystkim przedsiębiorcy oraz ich firmy, konsekwentnie i systematycznie zorientowani są na tworzenie wiedzy, dzięki czemu przy współpracy z samorządem lokalnym oraz instytucjami naukowo-badawczymi tworzą warunki do kształtowania nowych idei, pomysłów, rozwiązań organizacyjnych oraz technologii i samych produktów w większym stopniu spełniających oczekiwania «przyszłości» – oczekiwania wszystkich podmiotów miejskiego systemu społeczno-urbanistycznego”.

Koncepcja miasta innowacyjnego traktowana jest przez niektórych autorów zamiennie z koncepcją miasta kreatywnego (Florida, 2003). Można stwierdzić, że na jej dorobku zbudowana jest koncepcja miast inteligentnych (obie zostaną scharakteryzowane w dalszej części pracy). Przykładowo definicja Szromnika posługuje się wspólnymi sformułowaniami z określeniami dotyczącymi miasta kreatywnego.

Kornecki i Markowski (2012) oraz Mydel (2012) podkreślają szczególne znaczenie uczelni wyższych w budowaniu podstaw instytucjonalnych miast innowacyjnych. Równie istotne znaczenie – zwiększone dodatkowo przez możliwość tworzenia warunków proinnowacyjnych w mieście – mają władze miejskie. Kluczowe jest tworzenie sprzyjającego klimatu do wytworzenia wewnętrznych czynników rozwoju o charakterze innowacyjnym oraz przyciągania i wykorzystywania innowacyjnych impulsów płynących z burzliwie zmieniającego się otoczenia (Zioło, 2012). Gaczek (2009) stwierdza, że polityka proinnowacyjna władz miasta powinna skupiać się na wywołaniu efektów aglomeracji poprzez tworzenie organizacji ułatwiających przepływ wiedzy z sektora nauki do sektora rynkowego, budowę sieci powiązań między innowacyjnymi przedsiębiorstwami w celu wywołania efektu dyfuzji wiedzy i innowacyjnych rozwiązań, tworzenie systemów wsparcia badań naukowych i konsolidowanie środków na ten cel przeznaczanych, tworzenie możliwości absorpcji nowych technologii i rozwiązań w sferze organizacji i zarządzania oraz uruchamianie wspólnych działań na rzecz internacjonalizacji sektorów kreatywnych.

Do najczęściej stosowanych narzędzi stymulowania innowacyjności należą (Makieła, 2012): tworzenie specjalnych stref ekonomicznych, zakładanie instytucji kreowania i dyfuzji innowacji takich jak parki naukowo-technologiczne, centra transferu technologii, inkubatory technologiczne oraz inkubatory przedsiębiorczości, zachęcanie do tworzenia centrów badawczo-rozwojowych oraz centrów zaawansowanych usług wspólnych dla biznesu przez korporacje transnarodowe, wspieranie rozwoju, a nawet zakładanie inicjatyw klastrowych. Domański (2000) i Marszał (2012) podkreślają, że stymulowanie innowacji powinno być skierowane zwłaszcza na małe i średnie przedsiębiorstwa oraz ułatwianie

nabywania i wdrażania nowych technologii poprzez tworzenie odpowiedniej infrastruktury instytucjonalnej. Kluczowe jest podejście systemowe i strategiczne do rozwoju miasta innowacyjnego, prowadzące do stworzenia sieci współpracy między instytucjami naukowo-badawczymi, instytucjami finansowymi, przedsiębiorstwami, organizacjami non profit i instytucjami publicznymi.

Koncepcja miast innowacyjnych lub szerzej rzecz ujmując – regionów innowacyjnych – jest wkomponowana w realizację polityki rozwoju regionalnego Unii Europejskiej w formule opracowywania i wdrażania regionalnych strategii innowacji (RSI), które, jako bezpośrednie następczynie Regionalnych Planów Technologicznych zapoczątkowanych w 1994 roku, stanowią od przełomu wieków narzędzie regionalnej polityki innowacyjnej Unii Europejskiej (Klepka, 2005; Makiela, 2012). Rdzeniem RSI jest tworzenie regionalnych systemów innowacji w celu podnoszenia konkurencyjności regionów, w tym w największej mierze ich głównych ośrodków miejskich. Podstawą ich budowy i realizacji jest tzw. trójkąt strategiczny innowacji: sfera biznesu – sfera nauki – sfera administracji, definiowany jako środowisko innowacyjne (Makiela, 2012; Gorzelak, Bąkowski, Kozak, Olechnicka, 2006). Sfera biznesu w najwyższym stopniu przesądza o konkurencyjności regionu, zatem udział przedsiębiorstw w tworzeniu strategii ma prowadzić do jak największego upracticznienia celów strategicznych. Wpływ sfery nauki na proces innowacyjności powinien być zagwarantowany przez zapewnienie narzędzi dyfuzji wiedzy na linii nauka – gospodarka – społeczeństwo, za które odpowiadać powinna przede wszystkim sfera administracji.

Od 2014 roku RSI stanowią narzędzie wdrażania europejskiej „Strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu – Europa 2020” (Komisja Europejska, 2010) na poziomie regionalnym, a także krajowym, w ramach zintegrowanych przepisów dotyczących wszystkich programów rozwojowych. Ich główną osią jest wyznaczenie tzw. inteligentnych specjalizacji, opartych na specjalizacji i koncentracji rozwojowej regionów, polegających na identyfikacji indywidualnych dla każdego z regionów obszarów nauki i technologii, które, wsparte nauką i posiadające potencjał biznesowy, mogą generować produkty i usługi mające szansę rywalizować na rynkach międzynarodowych (Foray i inni, 2012).

Analizując rolę funkcji turystycznej w koncepcji miasta innowacyjnego, należy zwrócić uwagę na trzy aspekty. Pierwszym z nich jest poszerzenie klasycznego wachlarza typologicznego innowacji (OECD, 2006) w odniesieniu do specyfiki heterogenicznej, kompleksowej i lokalnej gospodarki turystycznej. W zależności od kontekstu prowadzonych badań Hjalager wyodrębnia dodatkowe kategorie innowacji spotykanych w turystyce (Hjalager, 1997, 2002), jednak jej najbardziej uniwersalna kategoryzacja obejmuje innowacje w obrębie produktów i usług turystycznych, innowacje procesowe, innowacje organizacyjne, innowacje w zakresie zarządzania i marketingu oraz innowacje instytucjonalne,

szczególnie istotne na szczeblu miasta i regionu. Poszerzenie wachlarza typologicznego innowacji zachodzących w ramach rozwoju funkcji turystycznej wiąże się z kolejnym aspektem, jakim jest jej rozdrobnienie podmiotowe oraz przestrzenny kontekst działania, a także bazowanie na wzajemnych powiązaniach i relacjach instytucjonalnych, które powodują, że kwalifikuje się ona do włączenia w strategiczne ramy stymulowania rozwoju regionalnych systemów innowacyjnych. W literaturze z zakresu turystyki można znaleźć takie przykłady (Gibson, Lynch, Morrison, 2005; Guia, Prats, Comas, 2006; Scott, Baggio, Cooper, 2008). Pomimo tego, że turystyka nie jest uznawana za dziedzinę o wysokim stopniu uzależnienia od transferu wiedzy (Cooper, 2006), to konieczność współpracy pomiędzy organizacjami współtworzącymi produkt turystyczny, w połączeniu z koniecznością spełnienia oczekiwań klientów, prowadzi do powstawania wiedzy. Wymiana wiedzy między członkami lokalnych sieci turystycznych staje się kluczowym elementem procesu innowacji w branży, bowiem innowacja może być postrzegana jako stopień, w jakim nowa wiedza zostaje zintegrowana z ofertą usługową przedsiębiorstw i w sposób pośredni bądź bezpośredni przyczyniają się do tworzenia wartości dla klientów w całym mieście lub regionie (Salunke, Weerawardena, McColl-Kennedy, 2011). Ponadto, w odniesieniu do miasta, Markowski (2008) wskazuje rolę przemysłu spotkań w formie konferencji, wystaw i targów, jako tzw. węzłów wymiany wiedzy wpływających na dyfuzję innowacji zarówno w przypadku ich generowania, jak i kopiowania.

Warto jednak wskazać problemy towarzyszące adaptacji turystyki w ramy regionalnych systemów innowacyjnych. Przeprowadzając pogłębioną analizę funkcjonowania regionalnego systemu innowacji w duńskich warunkach gospodarki turystycznej, Hjalager (2010) identyfikuje problemy mające swoją przyczynę w cechach turystyki: stosunkowo dużą liczbę „pasażerów na gapę”, czyli przedsiębiorstw unikających zaangażowania we wspólne projekty rozwojowe, bariery absorpcji informacji spowodowane rozdrobnieniem podmiotowym, sezonowość działalności, niski poziom kapitału finansowego oraz niski poziom przywództwa.

Trzeci aspekt rozpatrywania funkcji turystycznej w koncepcji miasta innowacyjnego dotyczy związków innowacji z internacjonalizacją. Williams i Shaw (2011) podkreślają, że innowacje i internacjonalizacja przeplatają się wzajemnie, przy czym internacjonalizacja jest traktowana jako forma innowacji (zob. Johanson, Vahlne, 1977) na drodze szukania przewag konkurencyjnych zarówno w procesie rozwoju przedsiębiorstw, jak i funkcji turystycznej. Z drugiej strony innowacja jest uznawana jako warunek sukcesu w strategii internacjonalizacji (Gorynia, 2007; Rymarczyk, 2004). Włączenie funkcji turystycznej do regionalnych systemów innowacyjnych w celu wzmocnienia efektów dyfuzji wiedzy na drodze kooperacji podmiotów turystycznych może wywołać efekt osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w wymiarze ponadnarodowym.

## **4.8. Miasta jako maszyny rozrywki**

---

Rozważania Halla oraz Sassen dotyczące roli turystyki czasu wolnego w procesach rozwoju i rewitalizacji miast w bezpośredni sposób nawiązują do koncepcji miasta jako maszyny rozrywki spopularyzowanej przez Clarka i Lloyd (2004c; 2001). Według nich globalizacja nie tylko zwiększa znaczenie miast, ale powoduje ich restrukturyzację funkcjonalną, która – oprócz gospodarki – dotyka także szeroko pojętej sfery czasu wolnego, czyli rozrywki, rekreacji, kultury oraz obiektów publicznych. W efekcie można wyróżnić nowe role miast: miasto jako globalny uczestnik rynku, miasto jako globalna demokracja oraz miasto jako maszyna rozrywki (Clark, Lloyd, Wong, Jain, 2004). Ta ostatnia abstrahuje od zagadnień związanych z hierarchią miast oraz natury powiązań między nimi, koncentruje się natomiast na wyjaśnianiu zmian zachodzących w ich strukturze funkcjonalno-gospodarczej, stanowiących mechanizm ich rozwoju oraz wpływających na sposób prowadzenia polityki miejskiej. Koncepcja oparta jest na teorii lokalizacji, a punktem wyjścia – także w odniesieniu do nazwy – jest krytyka, a nawet zakwestionowanie głównych tez koncepcji miasta jako maszyny wzrostu zaproponowanej przez Molotcha i Logana (Logan, Molotch, 1987; Molotch, 1976) twierdzących, że wzrost miast napędzany jest grą różnorodnych interesów zmierzających do zwiększania potencjału gospodarczego przestrzeni poprzez intensyfikację jej użytkowania, która wyraża się w wartości gruntów. Stąd ich zdaniem kluczowe jest tworzenie jak najlepszego klimatu do inwestowania, prowadzenia biznesu oraz pracy poprzez oferowanie jak najlepszych warunków lokalizacji dla działalności produkcyjnej w formie warunków podatkowych, prawa własności, uprzywilejowanej pozycji na rynku pracy i innych czynników istotnych dla inwestorów.

Clark stwierdza, że we współczesnych miastach podział między produkcją a konsumpcją – a ściślej rzecz ujmując kulturą miejską – przestaje mieć znaczenie, a sama sfera produkcji nie pełni już kluczowej funkcji jako motoru gospodarczego. Kluczowym zasobem gospodarczym stała się wiedza i talent świadczone przez wyspecjalizowaną siłę roboczą, a także nowoczesne technologie (Castells, 2008). Ponadto w ostatnich dziesięcioleciach XX wieku rozwinęły się nowe rozwiązania w sferze handlu, transportu i komunikacji, które diametralnie zmieniły sposób życia w miastach i korzystanie z nich przez ludzi (Gehl, Gemzøe, 2008). Znaczenia nabrały nowe czynniki lokalizacji: jakość i kwalifikacje siły roboczej zamiast jej ceny, a także jakości środowiska i jakości życia zamiast warunków inwestowania. Z kolei władze miast koncentrują swoje działania na podaży dóbr publicznych takich jak: czyste powietrze, jakość środowiska naturalnego i kulturowego, jakość przestrzeni publicznej, w miejsce koncentracji na dobrach prywatnych w formie np. ulg i zwolnień podatkowych przyznawanych inwestującym przedsiębiorstwom (Lloyd, Clark, 2001; Swianiewicz, 2005). W tym kontekście przestrzeń miejska, a szczególnie przestrzeń publiczna, traktowana jest przez władze miasta nie tylko jako fizyczny obszar miasta

podlegający wycenieniu według teorii renty gruntowej, lecz jako kontekst dokonujących się w jej ramach zjawisk społecznych i kulturowych (Lloyd, Auld, 2003). Znaczenia nabiera ekonomia symboliczna polegająca na zwiększeniu roli estetyki oraz aspektów wizualnych w planowaniu przestrzennym i decyzjach planistycznych oraz ich wpływie na decyzje lokalizacyjne potencjalnych mieszkańców i przedsiębiorców (Zukin, 1995).

W miastach nastąpiło odejście od paradygmatu wzrostu opartego o wartość ekonomiczną przestrzeni na rzecz paradygmatu wzrostu opartego o jakość życia jak najszerzej grupy mieszkańców i innych odbiorców oferty miejskiej (Clark, 2004b; Lloyd, Auld, 2003; Lloyd, Clark, 2001; Swianiewicz, 2005). Już nie czynniki budujące jakość prowadzenia biznesu i pracy oraz produkcja dóbr przemysłowych, ale przede wszystkim możliwości konsumpcyjne (Clark, 2004a), czyli czynniki tworzące jakość czasu wolnego, a nawet szerzej – jakość życia – decydują o atrakcyjności miasta w oczach obecnych i przyszłych pracowników, szczególnie osób o wyższym wykształceniu zatrudnionych w branżach kreatywnych, specjalistów świadczących wyspecjalizowane usługi dla biznesu oraz kadry zarządzającej, a więc pracowników sektora świadczącego o umiędzynarodowieniu i znaczeniu w sieci miast światowych i globalnych. Stali się oni nową klasą konsumpcyjną miast. Ich duże oczekiwania odnośnie do „wyposażenia” miast będących ich obecnymi lub potencjalnymi miejscami życia i pracy stają się nową, tematyczną osią rozwojową. Miasta pełnią funkcje maszyn rozrywki, napędzanych miastotwórczą konsumpcją i podtrzymywanych przez dopełniającą konsumpcję produkcję (Clark, 2004a; Lloyd, Clark, 2001). Wraz z zanikiem produkcji przemysłowej w miastach oraz okresowym kryzysem finansowym i problemami w sferze zarządzania publicznego kultura i rozrywka stały się jednym z podstawowych rodzajów działalności miejskich oraz podstawą atrakcyjności, strategii wyróżnienia się oraz źródłem przewag konkurencyjnych miast. Dobrze zaprojektowane oraz przyjazne przestrzenie miejskie traktowana są już nie tylko jako źródło realnych lub potencjalnych przychodów, ale jako kluczowy zasób w planowaniu strategicznym. Sposób spędzania czasu wolnego, rozrywka i szeroko rozumiana kultura stały się priorytetem polityki miejskiej (Zukin, 1995).

Konsumpcja jest w dużej części napędzana przez walory oraz udogodnienia (angielski termin *amenities* można właśnie w tak dwojaki sposób tłumaczyć) oferowane przez miasto, które stają się kluczowym narzędziem strategii rozwoju miast. Decydują one o jakości życia miejskiego, a więc budują atrakcyjność miasta z punktu widzenia mieszkańców nowego typu. Zarówno władze miast, jak i sektor prywatny oraz liderzy sektora non profit traktują bowiem kulturę, rozrywkę oraz związane z nimi obiekty i urządzenia komunalne jako narzędzie wzmocnienia siły i atrakcyjności miast nie tylko w oczach obecnych i przyszłych mieszkańców, ale także turystów, uczestników konferencji oraz zakupowiczów. Clark wyróżnia cztery kategorie walorów i udogodnień miejskich (Clark, 2004d, s. 111):

- naturalne (fizyczne): klimat, wilgotność i temperatura powietrza, dostęp do wody, atrakcyjność krajobrazowa (będące tzw. czystymi dobrami publicznymi);

- stworzone przez człowieka: kluczowe instytucje kulturalne, jak muzea, opery, biblioteki, teatry, stadiony i hale sportowe, centra kongresowe, układ architektoniczny, ponadto małe obiekty jak kawiarnie, puby, street-food i małe zakłady gastronomiczne, antykwariaty i księgarnie, kina, a także lokalne imprezy;
- związane ze strukturą społeczno-ekonomiczną oraz zróżnicowaniem narodowościowym: zarobki i poziom edukacji mieszkańców, mniejszości kulturalne, religijne, seksualne itp.;
- związane z wartościami i postawami zgłaszanymi przez mieszkańców: przyjazność, gościnność, tolerancja, indywidualizm, innowacyjność, kreatywność, podejmowanie ryzyka i inne.

Niektóre z tych walorów i udogodnień wpływają na wszystkich mieszkańców i odwiedzających, inne są ograniczone przestrzennie lub rynkowo. Na bazie rozrywki i rekreacji rozwija się przedsiębiorczość w formie małych lub mikroprzedsiębiorstw świadczących spersonalizowane usługi. Najważniejszym ich atrybutem jest powiązanie z kapitałem ludzkim – stanowią one bowiem kluczowy czynnik podnoszenia jakości życia oraz decyzji lokalizacyjnych mieszkańców i pracowników. Clark bezpośrednio to ujmuje, twierdząc, że „walory i udogodnienia przyciągają talent” (Clark, 2004d, s. 106). Z uwagi na to, że różne walory oddziałują na różne grupy odbiorców, stanowią one podstawę różnicowania i wyróżnienia miast, a tym samym tworzenia przewagi konkurencyjnej, co wywołuje globalną konkurencję. Miasta, jako atrakcyjne miejsca wypoczynku oraz pracy, przyciągają wykształconych, kreatywnych i dynamicznych ludzi, którzy decydują o dalszym rozwoju tych miejsc, a pośrednio także o lokalizacji przedsiębiorstw i kapitału (Clark, 2004d; Dziembowska-Kowalska, Funck, 2000).

W koncepcji miasta jako maszyny rozrywki turystyka czasu wolnego nabrała kluczowego znaczenia jako nierozzerwalna część tego wielkiego przemysłu. Jest ona pierwszorzędną działalnością decydującą o rozwoju i konkurencyjności miasta. Turyści stanowią bowiem równorzędny segment odbiorców walorów i udogodnień miejskich, które należy rozpatrywać jako klasyczne walory oraz elementy infrastruktury turystycznej. Ponadto zatarciu ulega sposób ich wykorzystania przez mieszkańców i turystów z uwagi na zjawisko turystyfikacji zachowań mieszkańców (Clark, 2004d; Derek, 2011; Judd, 2003; Kowalczyk, 2005) oraz eksplorowania przestrzeni miejskiej przez turystów w formie naśladowania trybu życia mieszkańców (Maitland, 2008, 2013).

W związku z powyższym jasne stają się przyczyny rosnącej konkurencji pomiędzy miastami w zakresie kreowania nowych przestrzeni i obiektów mających na celu zwiększenie opeji spędzenia czasu wolnego. Budowa nowoczesnych muzeów, stadionów, centrów kongresowych i kulturalnych, parków rozrywki, organizacja wielkich imprez, rewitalizacja całych kwartałów i dzielnic, to tylko niektóre inicjatywy będące powszechnym

narzędziem podniesienia atrakcyjności turystycznej. Miasta nieustannie rozszerzają swoją ofertę turystyczną, przedstawiając odwiedzającym i mieszkańcom nowe możliwości spędzania wolnego czasu oraz rewitalizują i wzbogacają klasyczne atrakcje turystyczne. Dążą do tego, aby goście korzystali zarówno z atrakcji historycznych, jak i współczesnych obiektów (Aleksandrova i inni, 2011, s. 149; Clark, 2004, s. 294; Maitland, Newman, 2009a, s. 11).

W tej rywalizacji prym wiodą właśnie wielkie metropolie, które i tak są wyjątkowo bogate w tego typu obiekty i infrastrukturę, a dodatkowo mają też największe możliwości finansowania wielkich inwestycji. Biorąc pod uwagę międzynarodowe doświadczenie turystów, z tego swoistego „wyścigu zbrojeń kulturalno-rozrywkowych” wypadają miasta mniejsze, mające status centrów regionalnych. Pomimo, że mają one bogate walory kulturowe i/lub należycie rozwiniętą infrastrukturę biznesową i turystyczną, nie są w stanie zapewnić dostatecznie szerokiego wachlarza możliwości spędzenia wolnego czasu, w porównaniu do czołówki miast światowych. Globalizacja poszerza zatem przepaść pomiędzy silnymi światowymi miastami turystyki a innymi ośrodkami turystyki miejskiej. W tych warunkach jedyną drogą budowania swojej przewagi konkurencyjnej tych drugich jest nie tyle wznoszenie coraz większych lub bardziej spektakularnych obiektów, ale skuteczne wyróżnienie się. Mniejsze miasta muszą wyróżniać się innowacyjnością i kreatywnością. Jak podkreślają Maitland i Newman, „to jest dowód na globalizację – odróżnienie się stało się głównym atutem konkurencji ekonomicznej” (2009b, s. 137).

W podsumowaniu należy wskazać na wnioski wynikające z ujmowania funkcji turystycznej jako kluczowej działalności rozwoju miasta jako maszyny rozrywki. Mianowicie miejska turystyka czasu wolnego stanowi bazę i kluczowy czynnik internacjonalizacji miasta, który następuje nie jako włączenie miasta do sieci wzajemnych powiązań opartych o zasadę współistnienia, jak ma to miejsce w koncepcji miast globalnych i miasta informacyjnego w odniesieniu do turystyki biznesowej, ale jako międzynarodowa, a nawet globalna konkurencja.

## **4.9. Miasta kreatywne**

---

Autorem koncepcji miast kreatywnych jest Richard Florida, który swoje tezy oraz badania wyprowadza z trzech obszarów: teorii klastrów (Porter, 1998, 2000), teorii rozwoju regionalnego opartego na kapitale ludzkim (Glaeser, 1998; Jacobs, 1984, 2014; Simon, 1998) oraz koncepcji kapitału społecznego (Putnam, 2000). Warto podkreślić, że koncepcje miast kreatywnych oraz maszyn rozrywki wzajemnie się uzupełniają. Dodatkowo w koncepcji miast kreatywnych silne są elementy koncepcji miasta innowacyjnego (Domański, 2000; Marszał, 2012).

Florida twierdzi, że skupienie na procesach koncentracji instytucji finansowych i zarządczych, korporacji transnarodowych oraz firm świadczących wyspecjalizowane usługi



biznesowe w miastach światowych lub globalnych oraz analizowanie przepływów dokonujących się między nimi, nie daje pełnej odpowiedzi na pytanie o przyczyny tworzenia się i rozwoju oraz znaczenie miast. Obecnie liczą się dwie grupy czynników wzrostu: gospodarcze i dotyczące stylu życia (Florida, 2003, s. 7).

W związku z tym, opierając się na dorobku koncepcji kapitału ludzkiego, Florida stawia tezę, że najważniejszym zasobem, a także współczesnym źródłem kapitału i produktywności, a tym samym motorem wzrostu regionalnego jest wykształcona, kreatywna siła robocza, a ludzie ją wykonujący – jak zauważyła Jacobs (1984, pol. wyd. 2014) – przejawiają silną tendencję do koncentracji w miastach (Florida, 2003, 2005). Lucas podkreśla kluczowy wpływ tego zjawiska na wzrost produktywności, określając je jako powstawanie klastrów kapitału ludzkiego (Lucas, 1988) i podkreślając jednocześnie, że opiera się ono wyjaśnieniom klasycznej teorii produkcji z uwagi na to, że w miastach ludzie akceptują wysokie ceny ziemi w postaci czynszu w zamian za możliwość zamieszkiwania bliżej innych ludzi. Florida twierdzi zatem, że powstawanie klastrów przedsiębiorstw jest zjawiskiem wtórnym do tworzenia się skupisk ludzi, ponieważ następuje w celu uzyskania dostępu do skupisk utalentowanych osób (Florida, 2010, s. 226). Warunkiem wspomaganego rozwoju gospodarczego miast nie są zatem ułatwienia formalne i obniżenie kosztów prowadzenia działalności gospodarczej, ale stworzenie takich warunków do życia i mieszkania, które doprowadzą do pozyskania i utrzymania odpowiedniego kapitału ludzkiego.

W opozycji do rosnącego znaczenia kapitału ludzkiego Florida stawia w wątpliwość rolę kapitału społecznego jako podstawy organizacji współczesnego społeczeństwa oraz czynnika rozwoju gospodarczego miast. Odnosząc się do tezy Putnama (1995, 2000) o jego erozji spowodowanej wydłużeniem czasu pracy, eksurbanizacją, rozwojem nowoczesnych technik informacyjnych oraz indywidualizmem, twierdzi, że w miastach nie tyle obserwuje się kryzys kapitału społecznego, ale jego nieprzystawalność do współczesnych uwarunkowań rozwojowych. Atrybuty kapitału społecznego, takie jak bliskość relacji rodzinnych i sąsiedzkich, jednorodność i silnie zintegrowane społeczności, członkostwo w stowarzyszeniach obywatelskich oraz zaangażowanie w życie polityczne, są obecnie czynnikiem hamującym innowacyjność i indywidualizm. Dlatego ustępuje on nowemu porządkowi. W miastach dominują bowiem tzw. słabe więzi społeczne, o wiele bardziej szerokie, gęste, quasi-anonimowe, wielowymiarowe, mniej czasochłonne, elastyczne i otwarte na zmianę, zatem mobilizujące do działania oraz otwarte na nowych ludzi i nowe idee. Tworzą się one w przestrzeniach, których poszukują ludzie kreatywni, charakteryzujący się najwyższą formą kapitału ludzkiego i stanowiący kluczowy czynnik rozwoju gospodarczego miast. Koncepcja miast kreatywnych skupiona jest zatem na identyfikacji atrybutów miejsc, które wpływają na decyzje lokalizacyjne osób posiadających kapitał kreatywny (Florida, 2003, 2005).

Klasę kreatywną tworzą osoby, których rodzaj i sposób wykonywanej pracy wiąże się z tworzeniem nowych, znaczących form, a więc innowacji w odniesieniu do wszystkich typów (OECD, 2006). Tworzą ją przede wszystkim ci, którzy w pełni i regularnie angażują się w proces twórczy: naukowcy, inżynierowie, artyści, aktorzy, projektanci, architekci, pisarze i poeci, wydawcy, postaci świata kultury, analitycy think tanków. Oprócz nich do klasy kreatywnej wliczają się profesjonaliści posiadający wyspecjalizowaną i zaawansowaną wiedzę z zakresu nowoczesnych technologii, prawa, finansów, zarządzania, marketingu, bankowości, ochrony zdrowia, zajmujący się twórczym rozwiązywaniem problemów. Klasa kreatywna składa się zatem z osób pracujących w zawodach opartych na wiedzy i talencie. Według wyliczeń Florydy stanowią oni około 30% społeczeństwa amerykańskiego. Mają ponadprzeciętne zarobki oraz stanowią bardzo mobilną społecznie, zawodowo i przestrzennie grupę. Wyznają takie postawy jak indywidualizm, merytokracja, różnorodność i otwartość (Florida, 2010).

Przy wyborze miejsca do życia, czyli zamieszkania i pracy, osoby kreatywne zgłaszają potrzebę organizacji i środowiska, które umożliwiłoby im wykorzystanie ich twórczego potencjału, doceniłoby ich wkład, motywowałoby ich i stawiało wyzwania oraz było otwarte na zmiany, dlatego miasta, które zapewnią im takie warunki, uzyskują przewagę konkurencyjną. Wyodrębniają je czynniki tworzące trzy współzależne obszary rozwoju gospodarczego, nazywane formułą 3T: technologia, talent, tolerancja (Florida, 2003, 2010, s. 256–275). Wykorzystuje się do tego następujące wskaźniki: wysokich technologii, innowacyjności, liczby gejų, bohemy artystycznej, kapitału ludzkiego, tygła narodów oraz wskaźniki złożone – różnorodności i kreatywności (Florida, 2005). Z badań metropolii w Stanach Zjednoczonych wynika, że największy kapitał kreatywny (natężenie 3T) notuje Waszyngton oraz metropolia Raleigh-Durham, Boston, Austin i San Francisco (Florida, 2010). Autor koncepcji – łącząc wyniki wywiadów pogłębionych z danymi statystycznymi oraz dokonując testów korelacji statystycznej – zrećźnie wskazuje na prawidłowość swoich tez.

Centra kreatywne cechują się wysokimi wskaźnikami rozwoju branż nowoczesnych technologii informacyjnych. Ich rozwój skorelowany jest z szeroko rozumianą różnorodnością społeczną, narodowościową, religijną i seksualną, a także otwartością, które – jak się wydaje – wspierają przepływ wiedzy. Kreatywność, innowacyjność i skłonność do podejmowania ryzyka są funkcją różnorodności prowadzącą z kolei do wzrostu sektora nowoczesnych technologii. Miasta powinny zatem oferować niskie bariery wejścia nie tylko przedsiębiorstwom, ale także ludziom, co oznacza, że nowo przybyli zostaną szybko zaakceptowani i włączeni w różnorodne sieci społeczno-ekonomiczne.

Istotnym elementem koncepcji klasy kreatywnej jest stwierdzenie, że jej członkowie w pierwszym rzędzie zwracają uwagę nie tyle na możliwości pracy (w tym zakresie istotna jest głębokość rynku pracy, mierzona liczbą ofert zatrudnienia umożliwiającą realizację

horyzontalnej ścieżki kariery), ale na miękkie warunki zamieszkania i życia, jakie proponuje dane miasto, które w dużej mierze są budowane przez szeroki wachlarz możliwości efektywnego, czyli aktywnego i kreatywnego wykorzystania czasu wolnego, opartego na współuczestnictwie w wydarzeniach i „życiu miasta”, a nie biernej obserwacji. Wzrastająca liczba członków klasy kreatywnej w miastach wywołuje pozytywne efekty gentryfikacyjne, w tym redystrybucję korzyści w kierunku warstw o niższym statusie społecznym i zarobkowym, która była scharakteryzowana w ramach koncepcji miast światowych i globalnych.

Centralnym punktem rozważań w koncepcji klasy kreatywnej jest analiza czynników jej powstawania i rozwoju oraz badania sposobu i struktury konsumpcji dokonywanej przez tę klasę. Na tej podstawie Florida zwrócił uwagę na miasta jako miejsca zamieszkania, pracy i wypoczynku klasy kreatywnej, a więc ich konsumpcji. Poza koncepcją klasy kreatywnej w rozważaniach na temat roli kreatywności w rozwoju miast można wyróżnić jeszcze dwie koncepcje: sektora kreatywnego (DCMS, 1998; Dziedzic, 2014; Strykiewicz, 2008) oraz miast kreatywnych (Landry, Bianchini, 1995; Landry, 2000). W odróżnieniu od badań Floridy obie koncepcje łączą kreatywność z ogólnie pojętą sferą kultury.

Za komponenty sektora kreatywnego (*creative industries*) uznaje się działania, których istota polega na ludzkiej kreatywności, umiejętnościach i talencie, które generują bogactwo oraz wzrost zatrudnienia poprzez generowanie i eksploatację własności intelektualnej (DCMS, 1998). Zaliczają się do nich: film, muzyka, pisarstwo, fotografia, sztuki plastyczne, sztuki sceniczne, design, rzemiosło, architektura, a także projektowanie, działalność wydawnicza, media, moda, reklama, tworzenie programów komputerowych i gier komputerowych oraz tradycyjnych zabawek, gier, projektowanie mebli, tworzenie biżuterii itp. (DCMS, 1998; Dziedzic, 2014; European Travel Commission, 2005). Do tej listy dodaje się coraz częściej *street art* i graffiti miejskie (Dickens, 2008) oraz właśnie turystykę kulturową (Bagwell, 2008). Wszystkie te aktywności cechuje wysoki stopień indywidualnych umiejętności oraz ponadprzeciętne zaangażowanie w proces tworzenia, a także przedkładanie na ogół przez twórców celów artystycznych i kreatywnych ponad potencjalne korzyści ekonomiczne. We współczesnej gospodarce opartej na wiedzy przedsiębiorstwa kreatywne są uznawane jako źródła innowacji, które dostarczają nieograniczonej liczby nowych pomysłów kolejnych produktów i rozwiązań dla wszystkich gałęzi gospodarczych, nie tylko samego sektora kreatywnego. Ten paradygmat rozwojowy stał się szczególnie istotny w miastach, w których – zgodnie z logiką procesu klastrowego – działalności kreatywne ulegają silnej koncentracji. Jak podaje Strykiewicz, udział zatrudnienia w sektorze kreatywnym w regionach metropolitalnych Europy (obejmujących także Europę Środkowo-Wschodnią) waha się od 18% w Poznaniu do 31% w Mediolanie, co – jak można przypuszczać – stało się podstawą tworzenia przez władze miast strategii wspierania rozwoju wybranych branż sektora kreatywnego jako docelowej przewagi konkurencyjnej oraz budowania na jego bazie wizerunku miast (Foord, 2008; Hall, 2000; Turok, 2003).



Rys. 13. Komponenty miasta kreatywnego  
Źródło: Vickery (2011).

Paradygmat miasta kreatywnego został ukonstytuowany przez Landry'ego (2000), który stwierdził, że wspieranie rozwoju kreatywnego powinno dotyczyć całego miasta, a nie tylko sektora kreatywnego. Główna oś rozważań zostaje przeniesiona z analiz branżowych na pojęcie *creative mileu*, oznaczające środowisko kreatywne, które cechują trzy rodzaje zasobów: łatwa do dyfuzji informacja, wiedza oraz kompetencje w określonych rodzajach działalności. Ich połączenie jest warunkiem wyłonienia kreatywności, czyli zdolności tworzenia nowych form i wartości zarówno materialnych (np. produktów), jak i niematerialnych, np. wartości symbolicznych, pomysłów, idei (Törnqvist, 1983, za: Stryjakiewicz, Stachowiak, 2010). W tak określonym kontekście miasto staje się kreatywnym produktem, zatem jego rozwój jako miejsce, rama i platforma kreatywności wymaga samo w sobie kreatywnych działań. Polityka wspierania kreatywności jest w tym znaczeniu wynikiem zaangażowania kreatywnego myślenia nad rozwojem procesu produkcji kultury miasta. Komponentami miasta kreatywnego (Vickery, 2011, s. 5), obok klastrów branż sektora kreatywnego, staje się o wiele szerszy zakres zasobów miejskich, łącznie z obszarami zamieszkiwanymi przez bohemę oraz nową miejską klasę średnią (rysunek 13). W tym wymiarze koncepcja miasta kreatywnego łączy się z traktowaniem miast jako miejsc rozwoju klasy kreatywnej (Florida, 2005). W dużej mierze dyskusja na temat polityki rozwoju miasta kreatywnego jest jednak

zdominowana przez aspekty związane z rewitalizacją przestrzeni miejskiej. Wyodrębniły się odmienne strategie rozwoju dla terenów śródmiejskich i znajdujących się na obrzeżach miasta (Bagwell, 2008). Przykładami miast, które z powodzeniem oparły swoje strategie rozwojowe na koncepcji miasta kreatywnego są: Barcelona, Bilbao, Berlin, Singapur i Londyn (Foord, 2008; Richards, Wilson, n.d.; Richards, 2014).

Landry i Bianchini (1995) wskazują, że droga do stworzenia miasta kreatywnego polega w pierwszym kroku na usuwaniu barier rozwoju kreatywności poprzez stworzenie kanałów przepływu pomysłów mieszkańców do władz miejskich (co ułatwiają obecnie nowoczesne technologie) oraz zmniejszenie biurokracji i regulacji prawnych rządzących przedsięwzięciami rozwojowymi. Duże znaczenie mają także: zmniejszenie konsekwencji wynikających z myślenia według cyklu wyborczego, rezygnacja z systemu udzielania patronatów i zależności finansowej od miasta, zawężenie pola oddziaływania innych instytucji niż kulturalne na rozwój kultury. Drugim krokiem jest umożliwienie rozwoju środowiska kreatywnego poprzez przyjęcie ryzyka niepowodzenia artystycznego finansowanych projektów, poszerzenie definicji sukcesu w sferze kultury poza wskaźniki frekwencyjne, wsparcie działań partnerskich oraz indywidualności w kulturze, wsparcie środowisk imigrantów, szukanie balansu między kosmopolityzmem a lokalnością, przejście z wielokulturowości na międzykulturowość miast, wsparcie nowych miejsc i przestrzeni kultury, stworzenie systemu nagradzania za małe sukcesy w sferze kultury, zachęcanie mieszkańców do partycypacji w kulturze oraz koncentracja nie tylko na największych i najbardziej pewnych inicjatywach kulturalnych.

Vickery (2011) zauważa, że popularność koncepcji miast kreatywnych sprawiła, że w ostatnich dwóch dekadach władze miast stały się głównymi inwestorami w kulturę, wyraźnie wyprzedzając w poziomie wydatków przeznaczanych na tę sferę zarówno władze narodowe, jak i wszelkie agencje finansowane z środków centralnych. Dotyczy to wydatków inwestycyjnych i bieżącego dotowania instytucji kultury.

Pomimo tego, że Florida nie bierze pod uwagę wskaźników stricte turystycznych do weryfikacji stawianych przez siebie tez, to skupienie bardzo dużej uwagi na roli i charakterystyce wykorzystania czasu wolnego oraz oczekiwań i sposobów wypoczynku klasy kreatywnej powoduje, że koncepcja modelu miast kreatywnych w dużej mierze odnosi się pośrednio także do sfery turystycznej. Richards (2014) stwierdza, że turyści motywowani są do odwiedzin miasta takim samym zestawem elementów i inicjatyw, jaki kierowany jest do potencjalnych mieszkańców i kreatywnych pracowników. Florida przytacza argument Judda (2003) o turystyfikacji zachowań mieszkańców dużych miast. Klasa kreatywna, stanowiąca nośnik kapitału kreatywnego, decydującego o sukcesie gospodarczym współczesnych miast, wyznacza równocześnie współczesne trendy społeczne. Analiza wzorców wypoczynku przedstawicieli tej klasy stanowi równocześnie opis ich zachowań

turystycznych. Te miasta, które są postrzegane jako atrakcyjne do zamieszkania lub, mówiąc ogólnie, do życia, są także atrakcyjne dla współczesnych turystów miejskich, których przyciąga nie tylko historia i dziedzictwo, ale także współczesność miast (podkreślana jest także w innych koncepcjach i teoriach miast). Ponadto otwartość i tolerancja miast w stosunku do emigrantów są pośrednio skorelowane z umiędzynarodowieniem funkcji turystycznej.

Tym samym czynniki atrakcyjności miasta kreatywnego (Florida, 2005, 2010) można pośrednio interpretować także jako pożądane atrybuty ich funkcji turystycznej (Richards, 2014). Poza horyzontalnym rynkiem pracy są nimi (Dziedzic, 2014, 2015; Florida, 2005):

- zgodność ze stylem życia klasy kreatywnej, oceniana bogactwem i nowoczesnością „scen miejskich” – sceny muzycznej, artystycznej, technologicznej, sportów uprawianych na powietrzu oraz życia nocnego;
- obecność miejsc interakcji społecznych, które zgodnie z teorią trzecich miejsc (poza domem i pracą) zapewniane jest przez dobrze zaprojektowaną i przyjazną przestrzeń publiczną oraz nagromadzenie lokali o neutralnym charakterze, w których wizyta łączy się z możliwością spotkań z nieznanymi oraz zawiązywaniem nieformalnych znajomości: kawiarni, pubów, barów i innych lokali gastronomicznych, księgarni itp. (Oldenburg, 1998);
- szeroko rozumiana różnorodność zarówno w odniesieniu do kultury, jak i użytkowników miasta, miejsc będących mieszanką różnych wpływów, które stanowią źródła inspiracji, emocji i energii ludzkiej;
- autentyczność i wyjątkowość, których źródłem jest dziedzictwo historyczne, kulturowe i architektoniczne, ale także obecność lokalnych restauracji, sklepów, klubów, ulicznych muzyków, małych galerii oraz obiektów hybrydowych, łączących kilka funkcji (kawiarnia, kino, galeria, księgarnia) zamiast oddziałów ponadnarodowych sieci gastronomicznych lub handlowych, a także działalność lokalnej bohemy artystycznej i sceny muzycznej, zwyczaje mieszkańców oraz trudno definiowalny klimat i charakter miasta; przy czym należy podkreślić, że duże, wielkoobszarowe i wielkokubatorowe atrakcje – stadiony, centra handlowe, dzielnice rozrywkowe, parki rozrywki – są z punktu widzenia osób kreatywnych niewystarczające i nieistotne;
- tożsamość, rozumiana poprzez identyfikację ludzi z miastem, które staje się elementem ich statusu społecznego („jestem z Nowego Jorku”, „mieszkam w Gdańsku”, „I Amsterdam”, „moje miasto to Barcelona”) oraz chęć zaangażowania w życie swojej wspólnoty (ruchy miejskie), co nie musi być zarezerwowane tylko dla mieszkańców;

- możliwość rekreacji na powietrzu oraz podaż infrastruktury sportowej (do uprawiania sportu, a nie biernego kibicowania);
- atrakcyjność działań „na uboczu”, która nawiązuje do zejścia z głównego szlaku w miastach światowej turystyki (Maitland, Newman, 2009) i polega na możliwościach odkrywania kulturalnego miasta w jego nowych przestrzeniach, eklektycznej sferze twórczej oraz ruchach alternatywnych;
- jakość miejsca, odnosząca się do wyjątkowych miejsc definiujących miasto i przesądających o jego atrakcyjności, a więc jako zespół powiązanych ze sobą przeżyć i doznań, które można rozpatrywać w trzech wymiarach: co w danym miejscu się znajduje (walory środowiska naturalnego i antropogenicznego sprzyjające prowadzeniu kreatywnego życia), kto w danym miejscu mieszka (zróżnicowana struktura mieszkańców), co się dzieje w danym miejscu (dynamika życia ulicznego, oferta kreatywnych i aktywnych atrakcji).

Czynniki te są istotne dla ludzi o wysokim kapitale kreatywnym, którzy oczekują od miast – niezależnie od roli, jaką w nim odgrywają – możliwości uczestnictwa w wydarzeniach, bieżącym życiu miasta.

Dziedzic (2014) oraz Richards (2014) twierdzą, że w ostatnich latach kreatywność staje się coraz bardziej istotna w rozwoju turystyki w mieście, co jest reakcją miast na globalną konkurencję, w ramach której rośnie potrzeba podjęcia kreatywnych strategii w celu wyróżnienia się. Turystyka stała się częścią kulturalnego życia miasta, częścią jego rytmu i atmosfery.

Richards ostrzega przy tym, że kopiowanie idei Florydy, Landry’ego i innych badaczy kwestii kreatywności miast oraz kreatywnych rozwiązań w miastach, które osiągnęły sukcesy na tym polu, prowadzi do stworzenia seryjnych reprodukcji miejskich, które nie są atrakcyjne dla turystów. Według Fainstein (2007) koncepcja kreatywności przeniknęła do sfery turystyki z dwóch powodów: stała się ważnym elementem doświadczenia turystów w ramach pobytu w miastach oraz jednym z potencjalnych rozwiązań problemu utowarowienia (umasowienia) i ciągłej powtarzalności doznań turystycznych, co stało się powszechnym zjawiskiem w miastach (Richards, Wilson, 2006).

Kreatywność jest wykorzystywana w sferze turystyki na wiele sposobów (Dziedzic, 2015; Richards, 2014):

- rozwój nowych produktów miejskich, np. turystyka literacka (Kaczmarek, 2004; Mikos v. Rohrscheidt, 2010), turystyka filmowa (Beeton, 2010; Buchmann, Moore, Fisher, 2010; Turok, 2003), turystyka architektoniczna (Ockman, Frausto, 2007), turystyka kultury współczesnej (Hughes, 2002) itp.,
- rekonstrukcja i odświeżenia dotychczasowych produktów,
- waloryzacja zasobów kulturowych i turystycznych,

- powstawanie i rozwój produktów ubocznych rozwiązań i przedsięwzięć kreatywnych,
- wykorzystywanie kreatywnych technik do zwiększenia doznań turystycznych,
- zwiększanie aktywności społecznej oraz kreowanie atrakcyjnej atmosfery wybranych obszarów.

Richards i Wilson (2006) identyfikują trzy powiązane ze sobą formy związków rozwoju kreatywnego z funkcją turystyczną w mieście w wymiarze międzynarodowym:

- 1) Kreatywne miejsca. Są one tworzone nieformalnie i w następstwie różnorodnych oddziaływań. Przykładem mogą być miejsca, które zwiedzają turyści stroniący od miejsc odwiedzanych przez turystę masowego. Ich kreatywne podejście do odwiedzanych dzielnic i obszarów miasta powoduje zmianę nastawienia do nich innych użytkowników miasta. Z kolei dzielnice i obszary zamieszkiwane przez mieszkańców pracujących w sektorze kreatywnym przyciągają turystów, szczególnie tych odbywających dłuższe pobyty w ramach stażu, wymiany studenckiej, rocznej przerwy między studiami a rozpoczęciem życia zawodowego lub współczesnych nomadów. Przejmują oni styl życia mieszkańców, jednocześnie wzbogacając go kulturowo. Innym rodzajem kreatywnych miejsc są krótkookresowe, tymczasowe przestrzenie kulturalne – często sezonowe – będące efektem aktywizacji mieszkańców w formie ulicznych zakładów gastronomicznych, miejsc spotkań i koncertów, domów kultury. Są one chętnie odwiedzane przez turystów chcących doświadczyć bieżącej, modnej atmosfery miasta.
- 2) Kreatywne wydarzenia. Różnego rodzaju wydarzenia ożywiają przestrzeń miejską, motywują do przyjazdów na dłuższe pobyty turystów świadomych odwiedzanego miejsca, stwarzają pretekst do kolejnych odwiedzin miasta. Z tych powodów stały się one przedmiotem szczególnej uwagi planistów rozwoju kreatywnego i ekspertów z zakresu zarządzania rozwojem turystyki w mieście. Poprzez programowanie kalendarza imprez oraz zarządzanie strategiczne portfolio wydarzeń kulturalnych można zwiększyć rolę kultury jako czynnika kształtującego atrakcyjność turystyczną miasta. W ramach portfolio wydarzeń zwykle znajduje się jeden lub kilka masowych festiwali lub innych wydarzeń o ponadnarodowej renomie oraz kilka wydarzeń skierowanych do rynków niszowych.
- 3) Kreatywne formy turystyki. Umożliwienie turyście rozwijanie swojego potencjału kreatywnego poprzez aktywne uczestnictwo w kursach, szkoleniach lub innych formach uczenia się stanowi kwintesencję powiązania funkcji turystycznej z kreatywnym rozwojem miasta. Przykładami takich działań są lekcje tanga, samby lub innych tańców lokalnych, kursy i pokazy interaktywne gotowania, gry miejskie, otwarte koncerty muzyczne, wolne przewodnictwo turystyczne.



Większość międzynarodowych miast turystycznych posiada odrębną ofertę skierowaną do turystów kreatywnych.

Koncepcja miast jako miejsc konsumpcji dokonywanej przez klasę kreatywną ma wielu zwolenników, ale od samego początku jej ogłoszenia jest także krytykowana. Głosy polemiczne dotyczą kwestii metodycznych (np. swobodnego podejścia do warsztatu badawczego oraz śmiałości wnioskowania na podstawie zebranego materiału źródłowego), a także wtórności głównych tez w stosunku do dokonań innych badaczy (np. rozróżnienie kapitału kreatywnego i ludzkiego). Przede wszystkim jednak krytyka dotyczy praktycznej weryfikacji koncepcji, dokonywanej także przez jej autora (Florida, 2013a, 2013b, 2013c), w wyniku której zauważa się słabsze od założeń koncepcyjnych, a nawet negatywne skutki skupiania się i wzrostu klasy kreatywnej w miastach: słabszą od zakładanej kondycję ekonomiczną oraz wynikające z niej oddziaływanie klasy kreatywnej, utrzymywanie korzyści wynikających z rozwoju wewnątrz tej klasy, bardzo niską ich redystrybucję do innych grup społecznych, a także gentryfikację skierowaną przeciw przedstawicielom samej klasy kreatywnej (Avent, 2011; Evans, 2009; Glaeser, 2004; Kotkin, 2013). Po dziesięciu latach od ogłoszenia swojej koncepcji sam Florida przyznaje także, że gospodarka kreatywna pogłębia istniejące podziały społeczne poprzez wzmożenie procesów segregacji i separacji ludzi, natomiast pozytywne efekty w formie wzrostu jakości życia odczuwalne są tylko przez mieszkańców należących do klasy kreatywnej. Zdaniem autora należy wobec tego warunkować dalszy rozwój grup uprzywilejowanych, ale jednocześnie stawiać na rozwój i podnoszenie jakości życia pozostałych grup społecznych poprzez udostępnianie im i tworzenie dla nich bardziej kreatywnych i lepiej płatnych miejsc pracy, ale przede wszystkim stworzenie warunków do pobudzenia i uwalniania ich kreatywności w wyniku stworzenia lepszego systemu edukacji, szkół oraz instytucji wspierających mieszkańców w realizacji ich potencjału (Żakowska, 2015). Z kolei koncepcja miast kreatywnych zapoczątkowana przez prace Landy'ego też jest kontestowana, chociaż wzbudza o wiele mniej krytyki. Dotyczy ona przede wszystkim trudności w zaangażowaniu strategiami rozwoju kreatywności całego miasta w rozumieniu przestrzennym i społecznym. Vickery (2011) twierdzi nawet, że cały dorobek poznawczy koncepcji jest w zasadzie bardziej opisem problemów towarzyszących jej praktycznemu wdrożeniu niż przykładów miast, którym udało się ją zrealizować w całości lub chociaż w większościowym zakresie. W tym przypadku też wskazuje się na gentryfikację, segregację społeczną, ujednoczenie społeczne sfery podmiejskiej oraz rozwój zorientowany na własność prywatną uzależniony od funduszy publicznych (Borén, Young, 2013; Vickery, 2011). Dyskusja nie dotyczy jednak aspektów związanych ze wzrostem atrakcyjności turystycznej miast kreatywnych oraz – wynikającego z tego wzrostu – rozwoju funkcji turystycznej.

## 4.10. Smart Cities – miasta inteligentne

---

Dynamicznie rozwijająca się w ostatnich latach idea *smart cities*, czyli miast inteligentnych, nie jest jednolitą koncepcją ze zwartą podbudową teoretyczną oraz spójnym aparatem pojęciowym. Ma charakter eklektyczny, stanowi zbiór postulatów, rozwiązań systemowych, aplikacji praktycznych i dobrych praktyk z zakresu zarządzania rozwojem miast, socjologii miasta oraz planowania przestrzennego. Odnoszą się one do poszczególnych funkcji miasta, tworząc wielowątkową koncepcję jego funkcjonowania nastawioną na praktyczne wdrażania. W warstwie teoretycznej idea *smart city* odwołuje się do dorobku wielu teorii i koncepcji badawczych z zakresu ekonomii, socjologii oraz inżynierii gospodarczej. Należą do nich opisywane już wcześniej: koncepcja miast informacyjnych (Castells, 1989, 2008) w odniesieniu do roli nowoczesnych technologii i sieci przepływów w funkcjonowaniu miast, koncepcja miast kreatywnych (Florida, 2003, 2005) w odniesieniu do znaczenia kapitału ludzkiego i kreatywnego w rozwoju lokalnym oraz koncepcja miast innowacyjnych w odniesieniu do innowacyjnego charakteru wszystkich komponentów tworzących inteligencję w odniesieniu do miasta. Równoległe znajdują się w niej bezpośrednie nawiązania do paradygmatu rozwoju zrównoważonego (I. Jędrzejczyk, 2000; Niezgodna, 2006; UNWTO, EC, 2013; Zaręba, 2010) oraz koncepcji *local governance* w odniesieniu do współuczestniczącego realizowania polityki miejskiej (Swianiewicz, 2005).

Idea *smart cities* wyrosła na przekonaniu, że rosnący potencjał demograficzny, gospodarczy, polityczny, innowacyjny i kulturowy zwiększa znaczenie i możliwości rozwoju miast, równocześnie koncentrując w nich poważne problemy i napięcia o charakterze przestrzennym, społecznym i środowiskowym, zakłócające ich zrównoważony rozwój. Skala tych wyzwań oraz skomplikowanie sieci miejskich sprawia, że zarządzanie miastami staje się coraz bardziej skomplikowanym działaniem. Sukces gospodarczy i wzrost jakości życia wymaga obecnie zastosowania innowacyjnych i wyrafinowanych metod i narzędzi, które polegają na połączeniu nowoczesnych technologii informacyjnych, innowacyjnych i zrównoważonych rozwiązań w przestrzeni publicznej (szczególnie w odniesieniu do infrastruktury i środków transportu oraz proekologicznych rozwiązań energetycznych), wzmocnienia i upodmiotowienia miejskiego kapitału ludzkiego w formie inicjatyw obywatelskich i ruchów miejskich oraz zmiany paradygmatu sprawowania władzy publicznej z bezpośredniego podejmowania decyzji na mocy uprawnień władczych w kierunku tworzenia klimatu dla współpracy różnych interesariuszy służącej osiągnięciu wspólnych celów, respektującego zasady partycypacji wszystkich zainteresowanych stron, otwartości i partnerstwa, przejrzystości, efektywności, dążenia do konsensusu oraz integralności działań (European Commission, 2001; MRR, 2008; Swianiewicz, 2005; UNESCAP, 2010). Dodatkowym elementem jest wspieranie „zielonych” inwestycji w przestrzeni miejskiej, dokonywanych zarówno przez podmioty publiczne, jak i prywatne.

Mimo że najbardziej spektakularną oraz najbardziej rozpropagowaną cechą smart cities jest wykorzystanie nowoczesnych technologii, to z uwagi na eklektyzm teorii trudna, a nawet zbyt śmiała, jest już sama uniwersalizacja pojęcia inteligencji (*smartness*) w odniesieniu do ośrodków miejskich, a więc zdefiniowanie tego, czym jest miasto inteligentne (choć już sama wieloznaczna nazwa oddaje jego istotę). Miasto, które jest *smart*, to miasto nie tylko inteligentne, ale lekkie i elastyczne (w odniesieniu do infrastruktury oraz kapitału społecznego i administracyjnego), mocne (w odniesieniu do kapitału gospodarczego, politycznego oraz konkurencyjnego) oraz efektowne i błyskotliwe (w odniesieniu do kapitału ludzkiego, technologicznego, architektonicznego i kulturowego). Barber (2014) podkreśla dodatkowo aspekt internacjonalizacyjny, definiując inteligentne miasta jako „obeznane z techniką, używające cyfrowych wynalazków do prowadzenia swoich spraw”, a jednocześnie „świadome, współzależne ośrodki, wykorzystujące rozwiązania techniczne do lepszej komunikacji, dążące do utworzenia węzłów inteligentnych miast w globalnej sieci i wzmocnienia ich naturalnej skłonności do kontaktów i współpracy” (s. 282–283). Dodatkowo Pardo i Nam (2011) interpretują przymiotnik *smart* jako przyjazność i otwartość miasta wobec jego użytkownika. Przechodząc jednak do bardziej konkretnych definicji, należałoby ich wymienić co najmniej kilka, z których każda podkreśla inny aspekt koncepcji.

Stosując systematyczną analizę literatury, Cocchia (2014) wymienia 9 najczęściej cytowanych definicji smart cities, jednocześnie zestawiając ją z siostrzaną, zdaniem autorki, koncepcją miasta cyfrowego (*digital city*) (Couclelis, 2004), Pardo i Nam (2011) – 7 definicji, natomiast Mosannenzadeh i Vettorato (2014) wyodrębniają 16 definicji. Najczęściej koncentrują się one na trzech wymiarach miasta: technologicznym, ludzkim i instytucjonalnym (Pardo, Nam, 2011).

W opozycji do różnorodności określeń miasta inteligentnego i dla lepszego zrozumienia idei można określić, czym charakteryzuje się miasto, które nie jest inteligentne. Miasta nieinteligentne są przepełnione (jest w nich zbyt dużo samochodów, tłoku, wykorzystywanej energii, zużywanej wody, niekontrolowanej konsumpcji itp.), oplecione różnorodnymi sieciami niezdolnymi do wzajemnej komunikacji i zgodnego funkcjonowania, a także statyczne i nieulegające zmianom oraz zamieszkane i użytkowane przez ludzi, którzy nie są włączeni do procesu podejmowania istotnych decyzji je kształtujących oraz procesu planowania ich rozwoju (Copenhagen Cleantech Cluster, 2012).

Według Caragliu i innych (2011) miasto może być uznane za inteligentne, „kiedy inwestycje w kapitał ludzki i społeczny oraz tradycyjną (transportową) oraz nowoczesną (ICT) infrastrukturę komunikacyjną przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju gospodarczego oraz wysokiej jakości życia, będąc wspomaganymi mądrym zarządzaniem zasobami naturalnymi oraz partycypacyjnym sprawowaniem władzy publicznej”.

Najbardziej pojemną definicję *smart city* proponują Giffinger ze współautorami, którzy stwierdzają, że „miasto inteligentne to ośrodek, którego funkcjonowanie bazuje na sześciu filarach, opartych o «inteligentną» kombinację dogodnej infrastruktury oraz aktywność zdecydowanych, samodzielnych i świadomych obywateli” (Giffinger i inni, 2007, s. 11). Przechodząc do operacjonalizacji miasta inteligentnego, autorzy wyróżniają następujące czynniki tworzące jego sześć filarów (s. 12):

- inteligentna gospodarka (*smart economy*) – konkurencyjność: innowacyjny duch, przedsiębiorczość, wizerunek gospodarczy oraz silne marki lokalne, produktywność, elastyczny rynek pracy, współuczestniczenie miasta w międzynarodowej sieci miast, gotowość do transformacji;
- błyskotliwi ludzie (*smart people*) – kapitał ludzki i społeczny: poziom kwalifikacji, zdolność do uczenia się przez całe życie, zróżnicowanie społeczne i etniczne, elastyczność, kreatywność, kosmopolityzm i otwartość, uczestnictwo w życiu publicznym;
- inteligentne sprawowanie władzy (*smart governance*) – stworzenie możliwości partycypacji: współuczestnictwo w podejmowaniu decyzji przez mieszkańców, usługi publiczne i społeczne, transparentność rządu, strategie rozwojowe oraz tworzenie perspektyw rozwojowych;
- inteligentna mobilność (*smart mobility*) – transport oraz nowoczesne technologie informatyczne: dostępność lokalna, dostępność międzynarodowa, dostępność infrastruktury ICT, zrównoważone, innowacyjne i bezpieczne systemy transportowe;
- inteligentne środowisko (*smart environment*) – zasoby naturalne: atrakcyjność zasobów naturalnych, poziom zanieczyszczeń, ochrona środowiska, zrównoważone wykorzystanie zasobów;
- inteligentny sposób życia (*smart living*) – jakość życia: instytucje kultury, poziom opieki zdrowotnej, poczucie indywidualnego bezpieczeństwa, jakość zamieszkania, instytucje oświaty, atrakcyjność turystyczna, spójność społeczna.

Tworząc model koła miasta inteligentnego, Cohen (2011, 2012) wyróżnia te same sfery, upraszczając w znacznej mierze jego składowe. W jego modelu sferę inteligentnej gospodarki tworzą: wykorzystywanie okazji rozwojowych, produktywność oraz lokalne i globalne usieciowienie; sferę inteligentnego sprawowania władzy tworzą usługi internetowe, infrastruktura oraz otwarty urząd; sferę błyskotliwych ludzi tworzy poziom edukacji, kreatywność oraz otwarta społeczność lokalna; sferę inteligentnego sposobu życia tworzą zdrowie, bezpieczeństwo, kultura i szczęście; sferę inteligentnej mobilności tworzą zróżnicowana dostępność komunikacyjna, czysty, oparty nie na samochodach transport oraz zintegrowane ICT; silne środowisko tworzą inteligentne budynki, zarządzanie zasobami oraz planowanie rozwojem miasta.

Za największy wyróżnik miast inteligentnych wielu autorów uznaje właśnie stosowanie internetu oraz nowoczesnych, sieciowych technologii w organizacji miasta oraz zarządzania nim (cyfrowe platformy komunikacji, wykorzystanie mediów społecznościowych, kreatywne przedstawianie danych statystycznych, cyfrowe systemy transportowe itp.) (Habibi, 2014; IBM, 2010; Kuk, Janssen, 2011; Su, Li, Fu, 2011). Warto jednak podkreślić, że technologie należy postrzegać w aspekcie narzędziowym nie tylko jako element współczesnej architektury i logistyki miejskiej, ale także jako nową płaszczyznę współuczestniczącego sprawowania władzy i aktywizacji mieszkańców. Technologia wzmacnia zaangażowanie mieszkańców oraz umożliwia otwartą współpracę oraz wymianę poglądów i pomysłów, co wzmacnia kreatywność i innowacyjność społeczną (Ahmed, Anguluri, 2014; Caragliu i inni, 2011; Cohen, 2012; Di Bella, 2015). Próbując ukonstytuować ideę smart cities jako zwartą koncepcję funkcjonowania miast, Leydersdorff i Deakin (2011) traktują miejskie technologie jako sieciovą płaszczyznę wzajemnego funkcjonowania oraz rozwoju trzech obszarów: zorganizowanej produkcji wiedzy, którą kreują uniwersytety, tworzenia bogactwa przez sferę gospodarczą oraz władze reprezentujące i koordynujące społeczeństwo obywatelskie. Lombardi i inni (2012) poszerzają tę triadę poprzez upodmiotowienie społeczności miejskiej jako czwartego aktora miasta inteligentnego. Dynamika aktywności mieszkańców jest szczególnie widoczna w postaci nieformalnych interwencji w przestrzeń miejską, czego przykładem są takie działania aktywistów jak samozwańcze ustawianie drogowych znaków lepiej opisujących przestrzeń z perspektywy pieszego lub rowerzysty (*guerrilla wayfinding*), organizowanie krótkookresowych targów i bazarów (*pop-up markets*), zastępowanie ulicznych miejsc parkingowych parkami z małą zielenią miejską i miejscami do wypoczynku lub ogródkami kawiarnianymi (*parklets*) oraz uspokajanie ruchu ulicznego za pomocą czasowych przewężeń czy spowolnień dla samochodów (*DIY traffic-calming*). Wszystkie te mikrodziałania nazywane są taktyczną urbanistyką (*tactical urbanism*) (Lydon, Garcia, 2015), jednak ich bardziej sformalizowanych początków należy szukać już w koncepcji „miast dla ludzi” sformułowanej przez Gehla w jego książkach publikowanych od lat osiemdziesiątych poprzedniego wieku (Gehl, Gemzøe, 2008; Gehl, 1987, 2010).

Nierozerwalnie związanym z ideą *smart cities* jest zjawisko crowdsourcingu (Howe, 2006), będące pewnego rodzaju społecznym outsourcingiem, polegające na wykorzystywaniu aktywności i zaangażowania mieszkańców (lub ich pewnych grup) do realizacji zadań, które tradycyjnie były realizowane przez urzędników lub specjalistów w danej dziedzinie (np. planowaniu przestrzennym, procesach rewitalizacyjnych lub wydatkowaniu środków budżetowych). Przykładem takich projektów miejskich są budżety partycypacyjne, konkursy na projekty zagospodarowania wybranych obszarów miasta, konsultacje społeczne w sprawie elementów transportu publicznego (np. stacji rowerów miejskich) oraz funkcji obiektów publicznych (Kanter, Litow, 2009; Mikołajczyk, 2013). Miejskie projekty

crowdsourcingowe stają się w coraz większym stopniu profesjonalizowane, oparte na szczegółowych wytycznych technicznych i formalnych, dodatkowo realizowane są w oparciu o media społecznościowe, czego przykładem jest partycypacyjny projekt rewitalizacji placu ratuszowego na cele rekreacyjne ogłoszony przez władze Bostonu (Sturgis, 2015).

Innym innowacyjnym rozwiązaniem, które wpisuje się w takie filary idei *smart cities* jak zaangażowanie mieszkańców oraz koncepcję *good governance* przy wykorzystaniu neoliberalizmu w odniesieniu do finansów publicznych jest ustanawianie dzielnic udoskonalonych biznesowo (*Business Improvement Districts*), bazujących na mechanizmie dobrowolnego, dodatkowego samoopodatkowania działalności gospodarczej oraz nieruchomości, w wyniku którego mieszkańcy przeznaczają środki na inwestycje rozwojowe lub odtworzeniowe w przestrzeń publiczną lub obiekty użyteczności publicznej, a także utrzymywanie dodatkowych służb porządkowych. Decyzje, na co przeznaczyć środki, podejmowane są wspólnie w sposób bezpośredni lub pośredni (drogą przedstawicielską). Inicjatywy podejmowane w ramach dzielnic udoskonalonych biznesowo nie powodują zmniejszenia zaangażowania władz miejskich w rozwój poszczególnych dzielnic. Ich sposób działania, realizowany tylko w niektórych państwach, jak Kanada, USA, Wielka Brytania, Australia, Nowa Zelandia, RPA, Belgia, Japonia, Norwegia, w których jest to prawnie możliwe, polega na prywatnym finansowaniu wykorzystującym publiczne mechanizmy zbierania danin i podatków (Hoyt, 2004; Lippert, Sleiman, 2012; Ward, 2006).

Zarówno model Giffingera i innych, jak i Cohena zawiera elementy literalnie nawiązujące do turystyki. Nawet jednak bez nich można odnieść wrażenie, że koncepcja *smart cities* w samej swojej istocie dotyczy pośrednio rozwoju funkcji turystycznej miast. Położenie nacisku na otwartość i „użytkowość” przestrzeni miejskiej poprzez wprowadzanie udogodnień transportowych oraz rozwiązań przyjaznych dla pieszych i rowerzystów, rozwój sfery kultury i rekreacji oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii na potrzeby użytkowników miasta podnosi atrakcyjność miasta z perspektywy wszystkich jego użytkowników, a więc nie tylko mieszkańców, ale także turystów. Według Kanter i Litowa (2009) miasto inteligentne należy postrzegać jako organiczną całość lub zintegrowany system, w którym mieszkańcy i odwiedzający stanowią najważniejszy czynnik rozwojowy.

Wiele inicjatyw stanowiących przykłady dobrych praktyk miast inteligentnych ukierunkowanych jest na sferę turystyki, szczególnie w odniesieniu do wykorzystania nowoczesnych technologii. Stanowią one podstawę systemów zarządzania turystyką (DMS – *Destination Management Systems*), gromadzących bazy danych dotyczących ruchu turystycznego i pełniących uzupełniające się funkcje z zakresu e-marketingu, e-commerce oraz zarządzania relacjami z klientami. DMS stanowią narzędzia działalności przedsiębiorstw oraz miejskich organizacji turystycznych w zakresie analizowania wielkości i struktury popytu turystycznego w mieście, sterowania potokami turystów w przestrzeni miejskiej oraz szacowania

wpływu funkcji turystycznej na gospodarkę miasta i regionu, jednocześnie służą także samym turystom jako bazy informacji turystycznej o mieście i okolicach (Estêvão, Carneiro, Teixeira, 2011, 2014; Schröcksnadel, 2008; Taaffe, 2014). Wykorzystywanie możliwości nowych technik informacyjnych – czy poprzez telefonię komórkową, czy GPS, czy wreszcie stacjonarny lub mobilny internet – do dokładniejszego i szybszego rozpoznawania i monitorowania wielkości, dynamiki oraz struktury przestrzennej ruchu turystycznego, nieuchwytnych dla tradycyjnych technik statystycznych, stanowi stały element aktywności naukowej i inżynierskiej w miastach i regionach (Ahas, Aasa, Mark, Pae, Kull, 2007; Alejskiak, 2009; Piechota, 2014; Zmysłony, 2008a). Jeszcze bardziej jednoznacznym przejawem funkcjonowania miasta inteligentnego jest oferowanie turystom oraz mieszkańcom usług bazujących na lokalizacji poprzez wykorzystanie mobilnych aplikacji lokalizacyjnych opartych najczęściej na technologii GPS (*Global Positioning System*). W zależności od miejsca, w którym użytkownik aktualnie się znajduje, dostarczają one między innymi opisy atrakcji turystycznych, ofertę lokalnych usług i produktów, a także aktualne warunki pogodowe oraz informacje komunikacyjne. Ze wszystkimi tymi danymi turyści mogą się zapoznać za pomocą własnych smartfonów lub korzystając z kiosków multimedialnych usytuowanych w różnych punktach miasta (Piechota, 2014). Właściwie wszystkie duże miasta na świecie oferują turystyczne aplikacje lokalizacyjne o różnym zakresie funkcjonalności. Piechota (2014) dokonuje ich przeglądu w odniesieniu do największych miast Polski. Sposób działania oraz oddziaływania aplikacji mobilnych na odbiorców opiera się na koncepcji turystycznego łańcucha wartości (Poon, 1993; Weiermair, 1997), w którym poszczególne ogniwa w formie doznań, emocji, zakupu produktów i usług są projektowane w taki sposób, aby zaoferować jak najdogodniejszą formę poznawania miasta przy jak najmniejszym obciążeniu innych funkcji miejskich, a także dostarczyć informacji wpisanej w dobraną dla danego segmentu narrację marketingową. Nowoczesne aplikacje łączą informację turystyczną i lokalizacyjną z rekomendacjami blogerów<sup>4</sup>. Korzyścią dla turystów z użytkowania mobilnych aplikacji lokalizacyjnych jest ułatwienie korzystania z infrastruktury i usług miejskich w czasie rzeczywistym, poprzez informację dotyczącą bieżącego czasu oczekiwania na wejście w najbardziej popularnych obiektach turystycznych, bieżących wydarzeń kulturalnych lub dostępnych promocji. Operatorzy aplikacji uzyskują z kolei cenne informacje pozwalające zarządzać cyrkulacją strumieni turystów podczas dużych wydarzeń, dotyczące pomiaru gęstości ruchu turystycznego w zależności od miejsc oraz pory dnia, co pozwala na bardziej skuteczne i zrównoważone („zielone”) wykorzystywanie zasobów turystycznych (Taaffe, 2014).

---

<sup>4</sup> Przykładem takich rozwiązań jest wideomapa Poznania, zob. <http://www.poznan.travel/pl/tr/warto-zobaczyc/wideo-mapa-poznania>, lub poszerzona rzeczywistość (oferowana w aplikacji Visit Holland, zob. <http://www.holland.com/global/tourism/holland-information/holland-apps.htm>).

Analizując zarządzanie turystyką według koncepcji *governance* uwaga skierowana jest na rozpoznanie ról, jakie poszczególne podmioty odgrywają w rozwoju turystyki oraz siły ich wzajemnego oddziaływania i natury powiązań między nimi (Beritelli, Bieger, Laesser, 2007), w wyniku czego można rozpoznać relacje zachodzące między kluczowymi graczami w ramach funkcji turystycznej. W tym sensie zarządzanie turystyką skupia się na wpływaniu na struktury i procesy tworzące miejską funkcję turystyczną. Obejmuje ono podejmowanie inicjatyw będących formą interakcji z podejmowanymi w regionie decyzjami i działaniami podmiotów mających wpływ na jego ofertę turystyczną. Podstawą takiego współrzędzenia jest wyjaśnienie, jak oraz w jaki sposób funkcjonuje i powinna docelowo funkcjonować miejska gospodarka turystyczna stanowiąca sieć powiązań między uczestnikami sfery biznesu turystycznego, instytucji i organizacji non profit oraz społeczności lokalnej (Beritelli, Bieger, 2014).

Zakres oddziaływania idei *smart cities* na sferę turystyki dał podstawę rozwoju koncepcji inteligentnych regionów turystycznych (*smart tourism destinations*) (Boes, Buhalis, Inversini, 2015; Buhalis, Amaranggana, 2015). Podkreślane w ostatnich dziesięcioleciach w literaturze znaczenie współpracy i partnerstwa w kreowaniu regionalnych produktów turystycznych oraz rozwoju samej turystyki jako działalności gospodarczej (Bramwell, Sharman, 1999; Czernek, 2013; Dredge, 2006; Selin, Chavez, 1995; Selin, 1999; Voultzaki, 2000; Zapata, Hall, 2012; Zmysłony, 2008b) stanowią kamień węgielny koncepcji miast inteligentnych. Da się je efektywnie wprowadzić dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii informacyjnych (Cohen, 2011). Problematyka ich zastosowania stanowi główną oś dociekań badawczych, z nieznacznym odniesieniem do takich aspektów jak konkurencyjność, zrównoważony rozwój oraz integracja społeczna (Buhalis, Amaranggana, 2015; Wang, Li, Li, 2013). Buhalis i Amaranggana (2015) podkreślają, że wprowadzenie inteligentnych rozwiązań w turystyce wymaga stworzenia technologicznej sieci integrujących wszystkich interesariuszy, w ramach której informacje mogłyby być wymieniane w sposób natychmiastowy i nieustanny. Z uwagi na to, że produkt turystyczny świadczony jest przez wiele podmiotów zgłaszających różnorodne cele, wykorzystywanie wspólnej sieci wymiany informacji powinno służyć także indywidualnym interesom i nie powinno być obciążone dodatkowymi kosztami. Z drugiej strony, w oparciu o możliwości technologiczne przetwarzania wielkiej liczby danych oraz ich personalizacji, platforma czerpałaby informacje pochodzące od turystów, jednocześnie umożliwiając im osiągnięcie wyższej satysfakcji z pobytu dzięki skorzystaniu z aktualnej informacji w czasie rzeczywistym. Aby zapewnić realną otwartość informacji, organizacje odpowiedzialne za zarządzanie turystyką powinny zapewnić, że każda informacja pojawiająca się w systemie będzie ogólnie dostępna do publicznego lub komercyjnego wykorzystania, z uwzględnieniem odpowiednich przepisów prawa, co i tak może budzić kontrowersje. Ponadto każdy użytkownik platformy wymiany



informacji uzyskiwałby dostęp do narzędzi umożliwiających mu ich przetwarzanie. Zastosowanie inteligentnych systemów informatycznych pozwoli na zwiększenie satysfakcji turystów poprzez sprzężenie zwrotne bazujące na dostępie usługobiorców i usługodawców do informacji w czasie rzeczywistym oraz zaawansowanej obsługi z wykorzystaniem internetu rzeczy oraz personalizacji informacji, które zminimalizują negatywne doznania w trakcie podróży i pobytu w mieście, np. zgłaszanie zagubionego bagażu, procedury bezpieczeństwa, opóźnienia środków transportu, unikanie stania w kolejkach itp. (Buhalis, Amaranggana, 2015).

Oparcie w tak szerokim zakresie funkcjonowania turystyki na technologiach informatycznych stanowi operacyjny krok w usieciowieniu miast poprzez włączenie ich w globalną sieć przepływów wyodrębnionych w koncepcji miast informacyjnych Castellsa (2013; 1991). Ustanowienie wewnętrznej, miejskiej sieci nieustannej wymiany informacji w celu dostarczenia bardziej zrównoważonych i dopasowanych do indywidualnych potrzeb produktów na bazie technologii informacyjnych daje możliwości tworzenia sieci ponadnarodowych powiązań w oparciu o aktywność obsługiwanych turystów w innych miastach i regionach na świecie. Warto zwrócić uwagę, że wraz z usieciowieniem informacyjnym miast następuje internacjonalizacja polityki miejskiej poprzez globalną adaptację dobrych i sprawdzonych pomysłów i praktyk zrodzonych w jednym ośrodku miejskim, czego przykładem jest globalna próba transferu „efektu Bilbao” polegającego na rewitalizacji miasta poprzez kulturę oraz „modelu barcelońskiego” opartego na wykorzystaniu wielkich wydarzeń sportowych jako katalizatora megaprojektów rewitalizacyjnych (Gonzalez, 2011; Rius Ulldemolins, 2014).

Idea smart cities jako koncepcja rozwoju miasta jest krytykowana. Greenfield (2013) podważa sens i wartość powszechnej informatyzacji przestrzeni i rozwiązań miejskich, stwierdzając, że nie służą one mieszkańcom tak, jak powinny to robić, ale korporacjom je ustanawiającym. Hollands (2008) stwierdza, że z uwagi na ideologiczny i marketingowy charakter koncepcji należy ją uznać za przykład „celebryzacji miast”, które są w istocie technologicznym rodzajem miast przedsiębiorczych, w formie dodawania im atrakcyjnej wizytówki. Murray, Minevich i Abdoullaev (2011) wskazują na braki źródeł finansowania kosztochłonnych miejskich inteligentnych projektów, podkreślając przy tym, że inwestycje w kapitał ludzki przyczyniają się w największym stopniu do wzrostu gospodarczego. Krytyka dotyczy także pogłębiania się nierówności społecznych z powodu wykluczenia technologicznego, kosztów ekologicznych wynikających z nieustannego utrzymywania systemów informacyjnych w gotowości, konieczności aktualizacji systemów informatycznych oraz moralnego starzenia się sprzętu do ich obsługi, trudności w aktywizacji społecznej mieszkańców wokół inteligentnych projektów wprowadzanych w miastach (Hollands, 2008; Peck, 2005). Do tego należy dołożyć wątpliwości dotyczące kwestii ochrony danych osobowych wprowadzanych i przetwarzanych w ramach miejskich systemów informacyjnych.

## 4.11. Podsumowanie

Przegląd najważniejszych koncepcji funkcjonowania i rozwoju miast przynosi niejednoznaczny obraz znaczenia funkcji turystycznej w tym procesie. W jednych koncepcjach turystyka pełni pierwszoplanową funkcję, by w innych nie być nawet literalnie wymieniana jako siła tworząca potencjał konkurencyjny, zatem o jej znaczeniu trzeba wnioskować, analizując założenia merytoryczne oraz logikę wywodów. Niejednoznaczne postrzeganie roli i znaczenia funkcji turystycznej przekłada się bezpośrednio na internacjonalizację funkcji turystycznej. Wnioski wynikające z poszczególnych koncepcji zostały przedstawione w tabeli 10.

**Tabela 10. Funkcja turystyczna i jej internacjonalizacja w koncepcjach funkcjonalnych miasta – podsumowanie**

Koncepcja	Znaczenie i rola funkcji turystycznej	Wnioski dla badania internacjonalizacji funkcji turystycznej
<b>Teoria ośrodków centralnych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– brak bezpośrednich odniesień do turystyki (Christaller zaliczył ją do funkcji peryferyjnej);</li> <li>– współczesna funkcja turystyczna spełnia atrybuty funkcji centralnej o szerokim zasięgu przestrzennym;</li> <li>– ranga funkcji turystycznej jest pochodną rangi wynikającej z wielkości i intensywności występowania miejskich walorów turystycznych.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– funkcja turystyczna ma potencjalną (immanentną) zdolność do internacjonalizacji dzięki statusowi funkcji centralnej;</li> <li>– istnieje ścisły związek między metropolizacją a internacjonalizacją miasta.</li> </ul>
<b>Teoria bazy ekonomicznej miasta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– funkcja turystyczna jest funkcją egzogeniczną polegającą na działalności eksportowej, decydującą o rozwoju miasta i mającą charakter wyspecjalizowany;</li> <li>– jej realizacja następuje w obrębie przestrzeni miasta, co rodzi koszty obsługi turystów ponoszone przez miejski system gospodarczy;</li> <li>– funkcja turystyczna wywołuje i stymuluje efekty mnożnikowe w gospodarce miejskiej.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– funkcja turystyczna jest funkcją o ponadregionalnym charakterze, opartą na walorach rzadkich, niekiedy unikatowych, oraz budującą przewagę konkurencyjną miasta;</li> <li>– poprzez wykorzystywanie tych samych walorów, infrastruktury i usług funkcja turystyczna jest integralnie związana z funkcją rekreacyjną, mającą charakter funkcji endogenicznej;</li> <li>– internacjonalizacja funkcji turystycznej jest pochodną (konsekwencją) rozwoju tej funkcji.</li> </ul>
<b>Koncepcja miast globalnych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wtórne znaczenie turystyki w koncepcji;</li> <li>– turystyka biznesowa, a w szczególności obsługa podróży służbowych i branża spotkań, traktowana jest jako sfera usług biznesowych o ponadprzeciętnym, a nawet wysokim stopniu wyspecjalizowania, bezpośrednio tworząca potencjał miast globalnych;</li> <li>– rozwój funkcji turystycznej, skorelowany z rozwojem funkcji rekreacyjnej i kulturowej, traktowany jest jako pochodny miernik ich globalnego znaczenia;</li> <li>– turystyka jest wykorzystywana w procesach rewitalizacji wielu miast w celu zwiększenia lub zachowania rangi miasta w narodowych systemach miejskich.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zaliczenie turystyki biznesowej do grupy wyspecjalizowanych usług biznesowych umożliwia wyodrębnienie z całości funkcji turystycznej sfery, która jest czynnikiem usieciowienia miasta oraz całej funkcji turystycznej (wypoczynkowej i kulturowej);</li> <li>– internacjonalizacja funkcji turystycznej, a także sam jej rozwój, jest wynikiem internacjonalizacji całej gospodarki miasta.</li> </ul>

Koncepcja	Znaczenie i rola funkcji turystycznej	Wnioski dla badania internacjonalizacji funkcji turystycznej
<b>Koncepcja miast światowych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znaczenie funkcji turystycznej dostrzegane wraz z rozwojem teorii;</li> <li>– turystyka biznesowa jest traktowana jako jedna z najdynamiczniej rozwijających się funkcji miast światowych, traktowana głównie jako narzędzie tworzenia przepływów wiedzy i informacji między miastami światowymi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turystykę należy rozpatrywać jako jeden z czterech obszarów skupień (innymi słowy funkcję) zaawansowanych usług globalnych regionów miejskich, sprzężony z pozostałymi obszarami – jej internacjonalizacja jest zależna od rozwoju i internacjonalizacji innych funkcji miejskich;</li> <li>– rozwój turystyki jest wtórny w stosunku do potencjału i znaczenia gospodarczego, politycznego i administracyjnego miast światowych, a nie jako wynik ich atrakcyjności turystycznej w odniesieniu do turystyki czasu wolnego.</li> </ul>
<b>Miasta informacyjne w globalnej sieci przepływów</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– brak bezpośrednich odniesień do turystyki w koncepcji;</li> <li>– turystyka pełni funkcję wtórną w tworzeniu miast informacyjnych i społeczeństwa przepływów;</li> <li>– poszczególnymi rodzajami turystyki rządzi odmienna logika i dynamika rozwoju;</li> <li>– turystyka biznesowa jest zależna od sieci zarządzania i władzy, zaawansowanych usług biznesowych oraz sieci finansowej i kapitałowej;</li> <li>– turystyka wypoczynkowa i rekreacyjna podejmowana przez elity zarządzające przepływami i wysoko wykwalifikowanych pracowników jest pośrednio uzależniona od wirtualnej przestrzeni przepływów;</li> <li>– turystyka kulturowa funkcjonuje zgodnie z logiką przestrzeni miejsc, ale jej rozwój jest napędzany przez logikę przestrzeni przepływów;</li> <li>– rozwój miejskiej turystyki kulturowej w coraz większym stopniu – można nawet stwierdzić, że w stopniu dominującym – napędzany jest poprzez sieci technologii informacyjnych oraz mediów.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– logika i dynamika rozwojowa turystyki biznesowej ma charakter globalny i ulega standaryzacji i unifikacji, jej internacjonalizacja jest oparta o multimodalny transport powietrzny, lądowy i morski, sieci telekomunikacyjne, zaawansowane systemy informatyczne oraz zaawansowane usługi biznesowe;</li> <li>– internacjonalizacja turystyki wypoczynkowej i rekreacyjnej następuje głównie w sferze podaży (tworzenie hiperprzestrzeni turystycznych);</li> <li>– turystyka kulturowa jest czynnikiem łączącym lokalność z siecią globalną oraz czynnikiem transferującym lokalną odrębność na szczebel globalnych przepływów.</li> </ul>
<b>Miasta innowacyjne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– brak bezpośrednich odniesień do turystyki w ramach teoretycznych, istotne lub uzupełniające znaczenie w praktyce tworzenia regionalnych systemów innowacji;</li> <li>– relatywnie niski potencjał innowacyjny turystyki przy jednoczesnym bardzo wysokim stopniu sieciowej wymiany wiedzy.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– internacjonalizacja uważana jako forma innowacji;</li> <li>– włączenie funkcji turystycznej jako składowych regionalnych systemów innowacji czynnikiem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w wymiarze ponadnarodowym.</li> </ul>
<b>Koncepcja miasta jako maszyny rozrywki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turystyka, jako nierozzerwalna część szeroko rozumianej konsumpcji, priorytetem miejskiej polityki rozwojowej miast;</li> <li>– pierwszorzędną działalność decydująca o rozwoju i międzynarodowej konkurencyjności miasta;</li> <li>– zatarcie granic między aktywnością rekreacyjną mieszkańców a aktywnością turystyczną odwiedzających.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– miejska turystyka czasu wolnego jako podstawa i kluczowy czynnik internacjonalizacji miasta, rosnąca konkurencja międzynarodowa pomiędzy miastami w zakresie zwiększania możliwości spędzenia czasu wolnego, odzwierciedlona w presji inwestycyjnej i komunikacji wizerunkowej;</li> <li>– globalizacja poszerza przepaść pomiędzy silnymi światowymi miastami turystyki a innymi ośrodkami turystyki miejskiej.</li> </ul>

Koncepcja	Znaczenie i rola funkcji turystycznej	Wnioski dla badania internacjonalizacji funkcji turystycznej
<b>Koncepcja miast-bram regionalnych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bezpośrednie odwołanie się do turystyki jako znaczącej funkcji miejskiej – koncepcja bram wjazdowych na stałe wpisana w praktykę i teorię funkcjonowania dużych miast;</li> <li>– silne tendencje rozwoju i wzbogacania funkcji turystycznej, która dopełnia i wzmacnia inne funkcje miejskie i regionalne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dostępność komunikacyjna głównym czynnikiem konstytuującym i internacjonalizującym miasta;</li> <li>– efektem wtórnym umiędzynarodawiania dużych miast pełniących funkcję bram regionalnych jest tworzenie sprzyjających warunków rozwoju i szans awansu mniejszych miast położonych w strefach ich oddziaływania;</li> <li>– zwiększanie integracji między miastami tego samego rzędu, rywalizacja o powiązania z miastami wyższego rzędu wśród miast niższego rzędu, które aspirują do zwiększenia swojego statusu na arenie krajowej, a w konsekwencji kolejno na arenie makroregionalnej, kontynentalnej i światowej;</li> <li>– zaplecze regionalne źródłem konkurencyjności miast, dzięki czemu lokalność nabiera międzynarodowego, a nawet globalnego znaczenia.</li> </ul>
<b>Koncepcja miast kreatywnych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pośrednie odniesienie się do funkcji turystycznej;</li> <li>– duża rola jakości zagospodarowania czasu wolnego jako oferta miast skierowana dla przedstawicieli klasy kreatywnej;</li> <li>– turyści motywowani do odwiedzin miasta takim samym zestawem atrybutów, jaki kierowany jest do potencjalnych mieszkańców i kreatywnych pracowników – atrybuty miasta kreatywnego jako atrybuty funkcji turystycznej.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– kreatywność funkcji turystycznej jako klucz do zwiększenia konkurencyjności miast na międzynarodowym rynku turystycznym;</li> <li>– trzy czynniki międzynarodowego rozwoju funkcji turystycznej w miastach: kreatywne miejsca, kreatywne wydarzenia i kreatywne formy turystyki.</li> </ul>
<b>Koncepcja miast inteligentnych – Smart Cities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– istotne znaczenie funkcji turystycznej;</li> <li>– odwiedzający kluczowymi odbiorcami udogodnień i „inteligentnych” rozwiązań w miastach;</li> <li>– systemy zarządzania turystyką jako elementy inteligentnego zarządzania miastem;</li> <li>– wpływ idei <i>smart cities</i> na powstanie koncepcji <i>smart tourism destinations</i>;</li> <li>– upodmiotowienie społeczności miejskiej oraz turystów poprzez włączenie ich do działań na rzecz rozwoju turystyki (<i>tactical urbanism, crowdsourcing, business improvement districts</i>).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– koncepcja <i>smart tourism destination</i> jako narzędzie internacjonalizacji funkcji turystycznej – oparcie rozwoju turystyki na technologiach informatycznych operacyjnym krokiem usieciowienia miast;</li> <li>– wraz z usieciowieniem informacyjnym miast następuje internacjonalizacja miejskiej polityki turystycznej poprzez globalną adaptację dobrych i sprawdzonych pomysłów i praktyk zrodzonych w innych miastach;</li> <li>– wykorzystanie nowoczesnych technologii informacyjnych do budowania pozycji konkurencyjnej na szczeblu międzynarodowym.</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne.

Przegląd koncepcji funkcjonalnych miasta stanowi w znacznej mierze wprowadzenie do problematyki internacjonalizacji miast, sygnalizując i wskazując na najważniejsze relacje między jej czynnikami. Wszystkie współczesne teorie analizują bowiem funkcjonowanie i rozwój miast w warunkach otwartej, globalnej gospodarki. Wiadomym jest, że uwarunkowania internacjonalizacji, tworzące zbiór elementów czynnych i biernych w przestrzeni,

oddziałują wzajemnie na siebie z różnym natężeniem, siłą i efektem. W wyniku tego jedne ośrodki stają się bardziej atrakcyjne i zasobne w powiązania międzynarodowe, a inne mniej. Intensywność internacjonalizacji jest przede wszystkim proporcjonalna do wielkości miasta, zatem w największym stopniu i najszybszym tempie umiędzynarodawiają się wielkie miasta, natomiast w najmniejszym stopniu i najwolniejszym tempie miasta małe (Hall, 1966; Labasse, 1981; Sassen, 2001b, 2005). Te ogólne wnioski stanowią wprowadzenie do szczegółowej analizy istoty internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, która zostanie przedstawiona w kolejnym rozdziale.



## **5. INTERNACJONALIZACJA FUNKCJI TURYSTYCZNEJ MIAST**

---

Po przedstawieniu istoty turystyki miejskiej, wyjaśnieniu jej roli jako funkcji miasta oraz przeanalizowaniu jej znaczenia we wszystkich najważniejszych teoriach i koncepcjach miasta, nadszedł czas na zagłębienie się w istotę jej internacjonalizacji. Celem tego rozdziału jest zatem ustrukturyzowanie pojęć związanych z internacjonalizacją funkcji turystycznej miast, a także wyjaśnienie genezy samego pojęcia, którego charakter jest wypadkową trzech perspektyw. Pierwsza ma charakter mikroekonomiczny, odnosi się do problematyki zarządzania strategicznego przedsiębiorstw i wywodzi się z dwóch dyscyplin w ramach dziedziny nauk ekonomicznych: nauk o zarządzaniu oraz ekonomii opartej o wiedzę z zakresu gospodarki światowej. Mimo że to właśnie na tym ujęciu koncentrowały się pierwsze prace badawcze dotyczące internacjonalizacji, to w rozważaniach przedstawionych w niniejszej książce ma ona charakter uzupełniający. Druga perspektywa dotyczy klasycznego ujęcia mezoekonomicznego, a więc perspektywy sektorowej, przez pryzmat której należy analizować funkcję turystyczną, i która z uwagi na heterogeniczność turystyki wychodzi poza jej sztywne rozumienie. Ujęcie to jest mocno osadzone w teorii ekonomii. Natomiast trzecie ujęcie, podstawowe dla przedmiotu badania, ale odnoszące się do dorobku poprzednich, przyjmuje za przedmiot badań miasto i wywodzi się z dwóch dyscyplin: ekonomii, w szczególności w odniesieniu do gospodarki przestrzennej, oraz geografii społeczno-ekonomicznej, w szczególności w odniesieniu do geografii urbanistycznej.

Istnieją co najmniej dwie przesłanki scharakteryzowania tych trzech perspektyw badawczych. Pierwszą jest dwojaka perspektywa samej funkcji turystycznej, która z jednej strony jest charakteryzowana jako całokształt działalności społeczno-gospodarczej, z drugiej strony jako system możliwy do zarządzania w celu wytwarzania zintegrowanego produktu oferowanego zarówno turystom, jak i mieszkańcom metropolii i regionu. Cytowany już Cooper (2008) podkreśla, że wpływ globalizacji na turystykę można być rozpatrywany zarówno w ujęciu ogólnym, czyli makroekonomicznym, jak i sektorowym, a także z punktu widzenia poszczególnych obszarów. Drugą przesłanką jest inny sposób analizowania samej internacjonalizacji w omawianych perspektywach. W pierwszej, miejskiej, dominuje ujęcie statyczne, które określa stan umiędzynarodowienia, druga podkreśla czynniki umiędzynarodawiania, natomiast trzecia pozwala w możliwie najpełniejszym zakresie scharakteryzować internacjonalizację zarówno jako stan i proces, ale także podkreślając relacje

internacjonalizacji funkcji turystycznej z internacjonalizacją całego miasta. Co więcej, opierając rozważania na koncepcjach i teoriach miasta przedstawionych w poprzednim rozdziale, możliwe jest zaprezentowanie koncepcji miast światowej turystyki jako najwyższej formy internacjonalizacji funkcji turystycznej miast.

## **5.1. Internacjonalizacja w ujęciu mikroekonomicznym**

---

W ujęciu mikroekonomicznym internacjonalizacja jest procesem, który cechuje przechodzenie do coraz wyższych form działalności na rynkach międzynarodowych. Zakłada się przy tym, że funkcjonowanie na rynku lokalnym różni się od działalności na rynkach zagranicznych, ponieważ firma napotyka zarówno obce otoczenie kulturowe, prawne, ekonomiczne i techniczne, jak i obce środowisko nabywców, dystrybutorów i konkurentów (Fonfara, 2009, s. 7). Perspektywa mikroekonomiczna powoduje odmienność terminologiczną w stosunku do literatury makroekonomicznej i tej z zakresu ekonomiki miast. Dotyczy ona innego definiowania podstawowych pojęć, w tym internacjonalizacji i internacjonalizacji oraz wzajemnych relacji zachodzących między nimi.

Rundh (2006) określa internacjonalizację jako „proces zwiększania zaangażowania w operacje międzynarodowe”. Z kolei Calof i Beamish (1995, s. 116) definiują ją jako „proces dostosowania obszarów i działań organizacji (strategii, struktury organizacyjnej, zasobów itp.) do otoczenia międzynarodowego”, podkreślając, że nie musi on zachodzić zawsze w sposób przyrostowy, czasem może oznaczać zmniejszenie działań lub nawet gwałtowną deinternacjonalizację. Rymarczyk (2004) dokonuje rozróżnienia między terminami: umiędzynarodowienie, internacjonalizacja oraz globalizacja. Pierwsze z nich odnosi łącznie do internacjonalizacji i globalizacji jako dwóch etapów ekspansji zagranicznej zarówno indywidualnych przedsiębiorstw, jak i gospodarki. Z kolei przez internacjonalizację rozumie każdy rodzaj działalności gospodarczej podejmowanej przez przedsiębiorstwa za granicą. Z kolei globalizacja oznacza wyższy etap umiędzynarodowienia, polegający na traktowaniu świata jako jednego rynku. W tym znaczeniu globalizacja rozumiana jest w węższym ujęciu niż opisane w poprzedniej części rozdziału w odniesieniu do bardziej uniwersalnego procesu odnoszącego się do całej gospodarki światowej (Rymarczyk, 2004, s. 19). Pojęcie globalizacji można zatem stosować w sensie ogólnym oraz jako końcowy etap świadomie podejmowanej strategii internacjonalizacji. Internacjonalizacja jest zatem analizowana w ujęciu procesowym (czas, sposób zarządzania) oraz sieciowym (Fonfara, 2009).

W konsekwencji można – za Gorynią (2007, s. 35) – przyjąć, że strategia internacjonalizacji w ujęciu opisowym oznacza „prawidłowości, schemat w zachowaniach przedsiębiorstwa w jego związkach gospodarczych z zagranicą”, natomiast w ujęciu normatywnym jest to „program (plan) posunięć firmy w stosunku do jej otoczenia zagranicznego”. Rymarczyk



(2004, s. 23) stwierdza, że właściwy proces umiędzynarodowienia dokonuje się w sferze dyfuzji, przy czym można go opisać w postaci trzech stopni. Najpierw następuje uświadomienie możliwości międzynarodowych wpływów. Następnie zachodzi etap dostosowania do międzynarodowego otoczenia, a potem obserwuje się właściwy rozwój międzynarodowy w formie tworzenia lub przekształcania obiektów. Gorynia (2007) dodatkowo podkreśla, że obok tzw. internacjonalizacji czynnej, polegającej na realnej ekspansji zagranicznej przedsiębiorstwa w różnych możliwych formach, wyróżnia się internacjonalizację bierną, polegającą na wchodzeniu w różne związki gospodarcze z partnerami zagranicznymi bez wychodzenia z działalnością gospodarczą poza granice kraju, w którym jest zlokalizowana dana firma. W obu przypadkach jest to działanie wynikające ze świadomych decyzji zarządu firmy (Fonfara, 2009; Gorynia, 2007).

Traktowanie internacjonalizacji jako procesu strategicznego rozwoju przedsiębiorstwa umożliwia badanie przyczyn i motywów ekspansji zagranicznej, a następnie jej form i przebiegu, a także strategii działań organizacji na rynkach zagranicznych oraz metod ich wyboru. Badania nad tymi zjawiskami zaowocowały sformułowaniem modeli internacjonalizacji, które są najcenniejszym wkładem tego obszaru badawczego w dorobek z zakresu gospodarki międzynarodowej. Mogą być także pomocne w procesie badawczym internacjonalizacji funkcji turystycznej w miastach.

Zgodnie z konwencjonalnymi, sekwencyjnymi koncepcjami, internacjonalizacja następuje etapowo w miarę przyrostu doświadczenia w działaniu i wiedzy zarówno tej uniwersalnej, możliwej do wykorzystania na każdym rynku, oraz specyficznej, dotyczącej danego rynku (Gorynia, Jankowska, 2007). W modelu uppsalskim (Johanson, Vahlne, 1977; Johanson, Wiedersheim-Paul, 1975), który stał się początkiem dyskusji na temat form internacjonalizacji, zakłada się, że wejście na rynek zagraniczny jest wynikiem przemyślanych decyzji i wynika z wcześniejszego powodzenia na rynku krajowym, kierunek ekspansji następuje od rynków najbliższych pod względem geograficznym i kulturowym (dlatego mówi się o bliskości psychicznej tych rynków, zapewniającej skuteczną wymianę informacji), przy czym na początku dominuje eksport, dopiero później w grę wchodzi bardziej trwała obecność na rynkach zagranicznych (Johanson, Wiedersheim-Paul, 1975).

Z kolei Cavusgil (1984) proponuje podejście innowacyjne, wyróżniając trzy fazy internacjonalizacji: zaangażowanie spontaniczne, często przypadkowe i eksperymentalne, następnie aktywne zaangażowanie, a finalnie zaangażowanie zaawansowane, koncentrujące się na poszukiwaniu możliwości działania na wielu rynkach, a nie tylko wyselekcjonowanych. Zaletą modelu Cavusgila jest podkreślenie wagi świadomego zaangażowania kierownictwa danej organizacji jako czynnika determinującego stopień internacjonalizacji. Gorynia i Jankowska (2007) stwierdzają, że kluczową zmienną wyjaśniającą przebieg procesu umiędzynarodowienia w odniesieniu do przedsiębiorstw jest doświadczenie

i wiedza, w szczególności na temat rynków zagranicznych stanowiących cel ekspansji. Zwykle następuje to w określonej sekwencji przyswajania i dyfuzji innowacji (Lekvall, Wahlbin, 1973): ignorancja wobec działalności na rynkach zagranicznych – świadomość innowacji płynących z umiędzynarodowienia – zainteresowanie korzyściami wynikającymi z wejścia na nowe rynki – próba, czyli pierwsze kroki w ekspansji – adaptacja organizacji do systematycznej działalności międzynarodowej. Przebieg tego procesu może odzwierciedlać zaangażowanie władz miejskich oraz miejskich organizacji turystycznych we wprowadzenie oferty miast na rynki zagraniczne. Funkcję turystyczną miasta należy traktować jako system otwarty, którym można sterować podobnie do organizacji formalnych, wykorzystując narzędzia zaadaptowane z obszaru zarządzania przedsiębiorstwami. Wykorzystując rozważania Cavusgila (1984), można traktować internacjonalizację jako opcję rozwojową, polegającą na aktywnym zaangażowaniu podmiotów odpowiedzialnych za rozwój turystyki w mieście i mającą charakter indukowanych, kontrolowanych i w pewnym stopniu zintegrowanych działań, przede wszystkim w sferze zarządzania funkcją turystyczną.

Odnosząc się do modelu uppsalskiego oraz modelu Cavusgila, warto podkreślić, że – jakkolwiek nie jest problemem utożsamianie eksportu z tzw. niewidzialnym eksportem turystycznym – to już trudno dostosować ostatnie fazy obu modelu koncepcyjnych, w których pojawia się motyw tworzenia oddziałów produkcyjnych za granicą, do realiów procesu umiędzynarodowienia turystyki w miastach<sup>1</sup>. Z tego względu bardziej przydatna jest koncepcja Bilkleya i Tesara (1977), w której zakłada się, że głównym czynnikiem początkowym umiędzynarodowienia nie jest świadome zaangażowanie osób zarządzających organizacją, ale czynnik zewnętrzny, czyli aktywność podmiotów reprezentujących stronę popytową. Założenie to jest prawdziwe w odniesieniu do rozwoju funkcji turystycznej, której rozwój, zgodnie z modelem ewolucji obszaru turystycznego (Butler, 1980, 2000), rozpoczyna się od fazy eksploracji, w której liczba turystów oraz sposób wykorzystywania przestrzeni turystycznej są na tyle nieinwazyjne, że nie wywołują rozwoju podaży, a kolejna faza (wprowadzenia) zakłada rozwój zagospodarowania oraz aktywność instytucji odpowiedzialnych za koordynację działań tylko na poziomie lokalnym.

Charakteryzując modele sekwencyjne, warto podkreślić, że nie we wszystkich przypadkach organizacje przechodzą przez kolejne etapy umiędzynarodowienia przedstawione w koncepcjach sekwencyjnych. Możliwe jest skracanie i omijanie poszczególnych faz oraz symultaniczna ekspansja na wiele rynków równocześnie, bez stopniowego rozszerzania działalności na coraz bardziej odległe rynki (Gorynia, Jankowska, 2007; Szymura-Tyc, 2013).

---

<sup>1</sup> Praktyką rozwiniętych struktur miejskich organizacji turystycznych w krajach zaawansowanych pod względem zarządzania jest tworzenie przedstawicielstw zagranicznych, tak jak robią to narodowe organizacje turystyczne. Przykładem jest Vienna Tourist Board posiadająca oddział w Tokio lub Turismo de Lisboa działająca na rynku brazylijskim (Kruczek, Zmysłony, 2014). Oddziały te stanowią jednak przedstawicielstwa marketingowo-handlowe, a nie produkcyjne, które w działalności DMO są z natury rzeczy niemożliwe.

Cavusgil (1994) stwierdza nawet, że obecnie „stopniowa internacjonalizacja umarła”, a najdalej idącą zmianą w stosunku do modeli sekwencyjnych jest koncepcja organizacji urodzonych globalnie (*born global*), a więc zakładanych z założeniem działalności na wielu rynkach międzynarodowych, a nawet rynku globalnym, nawet przed zaangażowaniem na rynku krajowym (Bader, Mazzarol, 2009; Gabrielsson, Manek Kirpalani, 2004; Knight, Cavusgil, 1996). Koncepcji tej nie da się adaptować do rozwoju funkcji turystycznej w żadnym z rodzajów miast turystycznych wyróżnionych przez Fainstein i Judda (1999). Miasta z założenia nie rodzą się w wyniku decyzji jednego podmiotu, ale w drodze o wiele bardziej powolnej i skomplikowanej i wieloaspektowej ewolucji, to samo dotyczy ich funkcji turystycznej (Butler, 1980; Russo, 2002; van der Borg, 1991). Można jedynie dyskutować o tym, czy koncepcja natychmiastowej internacjonalizacji może być zastosowana odnośnie do opisywanych w rozdziale 4 dzielnic turystycznych – np. dzielnic rozrywkowych, parków rozrywki oraz nowych dzielnic turystycznych powstających w wyniku rewitalizacji dzielnic o przemysłowym charakterze (Spirou, 2011, s. 78–87). Niewątpliwie wiele sztucznych watorów tworzonych dla potrzeb wykorzystania kulturalno-rozrywkowego bądź sportowego, a także biznesowego (sale widowiskowo-sportowe, parki rozrywki, centra handlowo-rozrywkowe, centra konferencyjne, stadiony i hale sportowe) już w dniu oddania do użytku funkcjonuje w ramach realizacji strategii międzynarodowej. W takich przypadkach strategia *born global* może stanowić podstawę decyzji inwestycyjnych zarówno podmiotów prywatnych, jak i publicznych, a także operatorów obiektów funkcjonujących na tych obszarach. Nie dotyczy to jednak tak skomplikowanych struktur jak całe miasta.

Internacjonalizacja stanowi wyzwanie dla zarządzania z uwagi na problem rozproszenia działalności, przy czym w działalności turystycznej integracja zachodzi w trzech kierunkach: pionowym, poziomym oraz diagonalnym w formie wspomnianych już międzynarodowych aliansów strategicznych, które łączą firmy niezwiązane ze sobą branżowo, np. hotelarstwo, transport lotniczy oraz sektor ubezpieczeniowy oraz bankowy (Knowles, Diamantis, El-Mourhabi, 2001, s. 66). W tym kontekście warto dodać, że Poon (1993) wprowadza do literatury pojęcie partnerstwa informacyjnego, stwierdzając, że dzięki szybkiemu rozwojowi technik informacyjnych i komunikacyjnych podmioty turystyczne łączą się (czasem nieformalnie) poprzez transfer informacji, integrując w ten sposób sferę zarządzania i marketingu.

Biorąc pod uwagę wielokrotnie podkreślaną w tym opracowaniu interdyscyplinarność funkcji turystycznej oraz kompleksowość miejskiego produktu turystycznego, dorobek literaturowy z zakresu internacjonalizacji przedsiębiorstw dostarcza jeszcze jeden, niezwykle istotny rezultat badań, zbliżający ją do podejścia sektorowego omówionego w kolejnym podrozdziale. Jest nią koncepcja sieciowej internacjonalizacji (Gorynia, Jankowska, 2008; Johanson, Mattsson, 1988), która z oczywistych względów stanowi podstawę rozważań i badań wielu autorów z zakresu regionalnego rozwoju turystyki od początku tego wieku

(Baggio, Scott, Cooper, 2010a, 2010b; Dredge, 2006; Gibson, Lynch, Morrison, 2005; Lemmetyinen, Go, 2009; Novelli, Schmitz, Spencer, 2006; Strobl, Peters, 2013). Koncepcja dopełniła teorię partnerstwa i współpracy w regionach turystycznych (Bramwell, Lane, 1999; Bramwell, Sharman, 1999; Fyall, Garrod, Wang, 2012; C. M. Hall, 1999; Zmysłony, 2008). Dotąd nie była wykorzystywana w badaniach nad umiędzynarodowieniem przedsiębiorstw lub regionów turystycznych. Podejście sieciowe do internacjonalizacji polega na włączeniu otoczenia społeczno-gospodarczego jako elementu silnie wpływającego na możliwość ekspansji na rynki zagraniczne. Poprzez istnienie w sieci biznesowej indywidualne podmioty mogą częściowo kontrolować zasoby niebędące w ich posiadaniu oraz dysponować możliwościami działania niedostępnymi przy samodzielnej aktywności.

Jednym z najważniejszych zasobów z punktu widzenia potencjału umiędzynarodowienia jest wiedza na temat rynków oraz strategii ekspansji zagranicznej, zatem umiejętność i skłonność dzielenia się nią w ramach sieci jest kluczowa (Zieliński, 2014). Sieć biznesowa jest zbiorem długoterminowych relacji formalnych i nieformalnych, jakie występują pomiędzy dwoma lub więcej podmiotami (Håkansson, Snehota, 1993). Relacje te charakteryzuje ciągła interakcja, współzależność zasobów, podmiotów i działań oraz brak wyraźnych granic (Ratajczak-Mrozek, 2010). Jeśli podmioty tworzące miejski produkt turystyczny potraktować jako sieć, to przedmiotem zainteresowania stają się głównie powiązania i oddziaływania tych elementów. Wynikają z tego istotne konsekwencje dla identyfikowania elementów tworzących sieć (zgodnie z terminologią wykorzystywaną w podejściu sieciowym zwanych także aktorami lub uczestnikami sieci). W ramach modelu zarządzania w sieci Håkansson i inni (2009) oraz Ford i inni (2003) zakładają, że to, w jaki sposób uczestnicy sieci wyobrażają sobie całą sieć oraz swoje w niej miejsce, wpływa na ich sieciową aktywność. Wyobrażenie o sieci decyduje bowiem o tym, jakie działania będą podejmowali, by współpracować w ramach sieci i tę sieć rozwijać. Posiadany przez nich obraz sieci wpływa także na oczekiwania dotyczące efektów funkcjonowania sieci oraz na ocenę tych efektów.

Według Johansona i Mattsona (1988), wykorzystanie potencjału wynikającego ze współzależności sieciowej zależy od pozycji danego podmiotu w sieci: zarówno w odniesieniu do indywidualnych powiązań i relacji z poszczególnymi organizacjami, jak i w odniesieniu do więzi danego podmiotu z całą siecią lub jej częścią. W tym kontekście internacjonalizacja oznacza budowanie i umacnianie pozycji zarówno w powiązaniu z zagranicznymi partnerami należącymi do sieci przedsiębiorstwa (dotychczasowymi i nowymi), jak i zwiększanie koordynacji między pozycjami w różnych sieciach mających wymiar wewnętrzny (narodowy). Stopień internacjonalizacji jest zatem wypadkową zarówno umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa, jak i umiędzynarodowienia sieci, w których funkcjonuje. Szczególnie interesująca jest sytuacja, w której przedsiębiorstwo o niskim poziomie internacjonalizacji funkcjonuje w wysoko umiędzynarodowionej sieci biznesowej. W tym kontekście podmiot

ten i tak posiada wiele pośrednich związków z zagranicą, które może pogłębić przez intensyfikowanie relacji w ramach własnej sieci, a następnie gwałtowną ekspansję na rynki zagraniczne z wykorzystaniem strategii specjalizacji lub tworzeniem własnych filii handlowych i produkcyjnych. Jedynie bardzo duże podmioty mogą mieć problemy z wejściem na rynki zagraniczne z uwagi na niewykorzystany potencjał uwidoczniiony w słabej pozycji w sieci. Wysoki poziom internacjonalizacji podmiotów oraz całej sieci daje z kolei możliwości wykorzystania efektu synergii, z drugiej strony silną konkurencję w sieci. W każdym przypadku orientacja sieciowa oznacza współzależność podejmowanych działań internacjonalizacyjnych wszystkich podmiotów funkcjonujących w sieci (Gorynia, Jankowska, 2008; Gorynia, 2007; Johanson, Mattsson, 1988).

Podejście sieciowe do internacjonalizacji przenosi ciężar rozważań z poziomu mikroekonomicznego na poziom wyższy, zdeterminowany przestrzennie zakresem miejskiego produktu turystycznego, a więc na szczebel mezoekonomiczny. Stanowi zatem ogniwo koncepcyjne między zarysowanym na początku tego podrozdziału spojrzeniem na umiędzynarodowienie z punktu widzenia przedsiębiorstwa do miejskiej analizy internacjonalizacji. Internacjonalizacja sfery zarządzania turystyką w mieście przejawia się najsilniej w odniesieniu do planowania, organizowania oraz przewodzenia, natomiast umiędzynarodowienie funkcji kontrolowania, mającej charakter weryfikujący w stosunku do poprzednich, zachodzi w sposób indukowany. Orientacja międzynarodowa powinna przenikać przez wszystkie etapy procesu strategicznego, od analizy strategicznej, poprzez tworzenie wizji rozwojowej, aż po wyznaczenie celów i programów strategicznych.

Nawiązując do zmian w obszarze organizowania, internacjonalizacja funkcji przewodzenia przejawia się w zmianach formy prawnej, uelastycznianiu struktury organizacyjnej oraz rozszerzaniu zakresu kompetencji DMO, przy równoczesnym integrowaniu rozproszonych dotąd zasobów finansowych oraz ludzkich wokół działań na rzecz rozwoju i promocji funkcji turystycznej w mieście. Zmiany te wymuszone są przez uwarunkowania globalne, pod wpływem których widoczna jest wyraźnie nieefektywność dotychczasowych struktur oraz ich niski potencjał rynkowy, a także pośrednio poprzez poznawanie dobrych praktyk z zakresu zarządzania funkcjonujących w innych, konkurencyjnych miastach. Umiędzynarodowienie wymaga wyższej skuteczności zarządzania turystyką, zatem zmiany prowadzą zwykle do wyraźnego wyodrębnienia oraz większej samodzielności DMO, opartej na jasnych zasadach organizacyjnych. Tylko podmiot stworzony lub wyodrębniony specjalnie dla potrzeb zarządzania turystyką w regionie i nieobarczony inną, dodatkową działalnością jest w stanie zagwarantować profesjonalny poziom wykonywanych zadań w tym zakresie (Kruczek, Zmysłony, 2010). W warunkach europejskich, a przede wszystkim wschodnioeuropejskich, w których uwarunkowania lokalne określają tradycje publicznego zarządzania turystyką, zmiana ta staje się kluczowym wyzwaniem na drodze internacjonalizacji funkcji turystycznej.

## **5.2. Internacjonalizacja w ujęciu mezoekonomicznym (branżowym)**

Traktując funkcję turystyczną jako działalność społeczno-gospodarczą, jej internacjonalizację można dodatkowo rozpatrywać, opierając się na modelu struktury branży (sektora) działającej w warunkach globalnej konkurencji oraz modelu diamentu konkurencyjności i powiązanej z nim teorii klastrów. Wszystkie one są autorstwa Portera (1990, 1998, 2000, 2006, s. 333–361). Definiuje on branżę (inaczej sektor, z ang. *industry*) jako „grupę firm wytwarzających wyroby będące substytutami” (2006, s. 25), którego klasyczną strukturę tworzy pięć sił: obecna konkurencja w sektorze, groźba wejścia do sektora potencjalnych konkurentów, nabywcy, dostawcy oraz groźba substytucyjnych usług lub wyrobów. Pięć sił tworzy poszerzony obraz konkurencji, nieograniczony tylko do bezpośrednich rywali. Oprócz nich na kondycję sektora oddziałują czynniki znajdujące się w jego otoczeniu, jak np. wahania kursów walut, cykl gospodarczy, uwarunkowania prawne, poziom stabilności politycznej itp., które mogą wpływać na siłę poszczególnych elementów struktury. Szromnik (2009, s. 25) wskazuje gałęzie (sektory) jako podmioty internacjonalizacji obok osób i grup społecznych, organizacji, miast, regionów, systemów gospodarczych, społeczeństw oraz krajów.

Turystyka jako działalność gospodarcza wykracza poza definicję oraz istotę branży lub sektora przedstawionej przez Portera. Ma ona bowiem ponadbranżowy charakter, co wynika z jej heterogeniczności oraz komplementarności produktu turystycznego, które z kolei wpływają na określenie jej zakresu przedmiotowego, a w konsekwencji także zakresu podmiotowego (Gałęcki, Gołębski, 1980; Gieźgała, 1977; Gołębski, 2009; Wodejko, 1998). W tym przypadku do struktury branży jako szóstą siłę należałoby dodać siłę usług i wyrobów komplementarnych. Działalność turystyczną konstituuje nie przedmiot działalności lub końcowy produkt, który wytwarza (jak ma to miejsce w przypadku innych wymienionych wcześniej funkcji), ale odbiorca tej działalności (Wodejko, 1998) – turysta lub szerzej: odwiedzający – który dodatkowo wynika z roli społecznej i czasowej aktywności (turystą się bywa) niż stałej cechy ludzkiej (Alejziak, 2009; Przeclawski, 2004). Gospodarka turystyczna, definiowana od strony popytu, ma ponadbranżowy, a nawet ponadsektorowy charakter. Gieźgała (1977) określa ją jako „kwantyfikowany agregat różnorodnych sektorów gospodarczych, tworzony lub pobudzony w związku z podróżami i pobytami turystów” (s. 180). W mieście tworzą ją podmioty i urzędy komplementarne względem siebie poprzez fakt spełniania potrzeb odwiedzających związanych zarówno z motywem ich podróży, jak i wynikających z podjęcia przez nich aktywności turystycznej (Gołębski, 1979; Szmatuła, 2004; Wodejko, 1998). O ile w przypadku aktywności tworzących bezpośredni przemysł turystyczny, a więc koncentrujących się na produkcji dóbr i świadczeniu usług turystycznych w ścisłym tego słowa znaczeniu (tj. zakwaterowanie

i wyżywienie, transport, organizacja i pośrednictwo turystyczne, udostępnianie atrakcji, informacja i promocja turystyczna) wyodrębnianie funkcji turystycznej jako branży nie stanowi większego problemu (choć nie dla wszystkich z nich czynnikiem popytotwórczym jest wyłącznie turystyka), to rozszerzenie jej zakresu o działalność podmiotów bezpośrednio je zaopatrujących oraz pośrednio związanych z popytem turystów – a więc tworzących razem lokalną gospodarkę turystyczną – kultura i rozrywka, usługi komunalne i społeczne, łączność, budownictwo, gospodarka magazynowa, edukacja turystyczna, handel hurtowy i detaliczny, rynek nieruchomości, doradztwo biznesowe, administracja publiczna i organizacje turystyczne (World Travel, Tourism Council, Oxford Economics, 2010) – przysparza dużych problemów metodologicznych i praktycznych w zakresie jej pomiaru. Rozwiązaniem jest tworzenie regionalnych rachunków satelitarnych, jednak jest to skomplikowane, pracochłonne i wymagające na tyle dokładnego materiału sprawozdawczego, że praktycznie jest bardzo rzadko wykonywane na szczeblu miast i regionów (Dziedzic, Kachniewska, Łopaciński, Skalska, 2014; Dziedzic, Skalska, 2009; World Travel, Tourism Council, Oxford Economics, 2010).

Jak podkreśla Porter (2006, s. 334), istnieje wiele różnic między konkurowaniem sektora w skali międzynarodowej i w skali krajowej. Do największych z nich należą: odmienne warunki na rynkach zagranicznych, odmienne role rządów obcych miast oraz różne cele, zasoby i możliwości obserwowania zagranicznych konkurentów. Struktura sektora pozostaje taka sama, jednak jej analiza musi obejmować siłą rzeczy większą liczbę konkurentów zagranicznych, potencjalnych nowych rywali i substytutów, a także odbiorców.

Pozostając na szczeblu mezoekonomicznym, ale przyjmując międzynarodowy zakres przestrzenny analizy, Porter wykazuje, że siła konkurencyjna branż mających charakter lokalny determinuje konkurencyjność regionów, a nawet całych gospodarek narodowych (Porter, 1990). Jego analiza ma uniwersalny zakres przestrzenny, który nie ogranicza się jedynie do miast, ale różnych szczebli przestrzennej organizacji działalności gospodarczej. Tym niemniej, jak wynika z liczby przykładów przytaczanych przez autora oraz innych badaczy (Jewtuchowicz, 2005; Novelli i inni, 2006; Porter, 1998, 2000), miasta pełnią w niej nadrzędną funkcję.

Yip (2004, s. 46–57) wyróżnia pięć instrumentów, które można wykorzystać w prowadzeniu działalności międzynarodowej (globalnej). Są nimi: uczestnictwo w rynku, pozycjonowanie produktów i usług, fizyczna lokalizacja działalności, marketing oraz posunięcia konkurencyjne (traktowanie działań konkurencyjnych w danym kraju jako część szerszej, globalnej strategii). W odniesieniu do zarządzania funkcją turystyczną w mieście możliwe jest wykorzystanie tylko niektórych z nich, i to tylko poprzez sterowanie niemające całkowitego wpływu na ostateczny wynik wykorzystania danego z nich. Są nimi przede wszystkim

działania marketingowe, ale także pozycjonowanie, decyzje dotyczące uczestnictwa w rynku oraz posunięcia konkurencyjne.

Porter stwierdza, że znaczenie lokalizacji w procesie podnoszenia konkurencyjności wzrasta mimo tego, że zmieniają się czynniki samej konkurencyjności. Obecnie kluczowe stają się innowacje prowadzące do zwiększenia produktywności wykorzystania nakładów produkcji (Porter, 1998). Ponadto konkurencja ma nadal wyłącznie wymiar mikroekonomiczny i odnosi się do przedsiębiorstw, nie do regionów, dla konkurencyjności których powinny być tworzone jak najbardziej odpowiednie warunki. Dlatego źródeł trwałej przewagi konkurencyjnej w wymiarze regionalnym – która przekłada się następnie na wymiar narodowy – należy poszukiwać w wytworzeniu wyjątkowych umiejętności oraz know-how w ramach danej specjalizacji gospodarczej, a więc branży, z przestrzenną koncentracją na poziomie lokalnym połączoną z umiejętnością współdziałania (Porter, 1990). Ta dualna perspektywa odpowiada ekonomicznemu ujęciu funkcji miasta lub regionu. Porter proponuje cztery grupy czynników tworzących warunki do osiągnięcia trwałej pozycji konkurencyjnej w wymiarze międzynarodowym, które oddziałują na siebie wzajemnie, w wyniku czego powstają innowacje i wyższa konkurencyjność. Strukturę „diamentu konkurencyjności” tworzą (Porter, 1990, s. 72): (1) uwarunkowania czynnikowe, a więc ilość, struktura i jakość istniejących lub wytworzonych zasobów, takich jak: zasoby naturalne, ziemia, czynnik pracy ludzkiej, kapitał oraz odpowiednia infrastruktura; (2) uwarunkowania popytowe, z których należy podkreślić wielkość rynku nabywców oraz jego strukturę; (3) struktura podmiotowa regionu, strategie podmiotów w nim funkcjonujących i stan rywalizacji między nimi; (4) sektory powiązane i wspomagające. W tym układzie, szczególnie analizując dwa ostatnie uwarunkowania, najbardziej kluczową rolę odgrywają klastry, będąc – jak stwierdza Porter (2000, s. 15) – uderzającą cechą niemal wszystkich gospodarek narodowych, regionalnych oraz metropolitalnych, szczególnie tych wysoko rozwiniętych.

Na podstawie modelu „diamentu konkurencyjności” Porter buduje koncepcję klastra, wychodząc od innowacyjności jako głównego czynnika rozwoju ekonomicznego. Definiując klastry, Porter odwołuje się do Marshalla (1890, polskie wydanie: 1925, s. 258–267), który zwrócił uwagę na zewnętrzne korzyści wzrostu skali produkcji i podziału pracy, wynikające z terytorialnej organizacji wzajemnie powiązanych małych przedsiębiorstw jednego bądź pokrewnych sektorów, którą nazwał dystryktem przemysłowym. Porter, podkreślając znaczenie lokalnych źródeł rozwoju ekonomicznego współczesnych gospodarek narodowych, określa klastry (nazywane także gronami lub skupiskami przedsiębiorców) jako geograficzne skupiska wyspecjalizowanych w konkretnej dziedzinie przedsiębiorstw, połączonych podobieństwami i wzajemnie się dopełniających, oraz ich dostawców i przedsiębiorstw z pokrewnych sektorów i branż oraz instytucji otoczenia rynkowego (np. uniwersytetów,



izb handlowych), które równocześnie konkurują i współdziałają ze sobą, w wyniku czego powstaje efekt synergii (Porter 1998, 2000).

W praktyce istnieje wiele przykładów funkcjonowania klastrów. We współczesnej postindustrialnej rzeczywistości gospodarczej dotyczy ona także rzemiosła, nowoczesnych technologii i zaawansowanych usług konsumpcyjnych i biznesowych, przy czym należy podkreślić ich różnorodność specjalizacyjną oraz przestrzenną. Większość z nich, szczególnie mających rdzeń usługowy i związanych z nowoczesnymi technologiami, rozwija się w miastach, a w szczególności w metropoliach: klaster multimedialny oraz usług finansowych w Nowym Jorku oraz San Francisco, filmowy w Hollywood, informatyczny w Krzemowej Dolinie, modowy w Mediolanie i Paryżu, samochodowy w Detroit, lotniczy w Seattle, biotechnologiczny w Bostonie, zaawansowanych technologii w miastach japońskich, hazardu i rozrywki w Las Vegas, farmaceutyczny w New Jersey, poza tym Porter wyróżnia wiele innych miejskich inicjatyw klastrowych (Porter, 1998, 2000). Koncepcja ściśle zlokalizowanych i specjalistycznych źródeł konkurencyjności jest także dostrzegana przez Krugmana, który, mimo że opowiada się przeciw polityce rządów na rzecz wzmocnienia konkurencyjności, która jego zdaniem powinna być realizowana przez sektor prywatny, dostrzega znaczenie efektu aglomeracyjnego mającego źródło głównie w miastach (Krugman, 1995). Zgodnie z jego modelem nowej geografii ekonomicznej (Domański, 2010; Krugman, 1991, 2010) rozwój struktur klastrowych w miastach napędzany jest dwoma efektami. Pierwszym z nich jest efekt lokalizacji produkcji, mający branżową specyfikę, a więc oparty na specjalizacji działalności gospodarczej – rosnące przychody przedsiębiorstw oraz niższe koszty transportu stwarzają bodziec do koncentrowania produkcji każdego towaru w jednej lokalizacji, natomiast pozytywne efekty zewnętrzne, prowadzące do powstania efektów skali, pojawiają się w konsekwencji rynkowych interakcji między nimi. Zjawiska aglomeracyjne w obszarach miejskich są dodatkowo napędzane przez efekt urbanizacji, czyli rosnący lokalny popyt oraz lokalną podaż pracy, zgodnie z mechanizmem zwiększonej konsumpcji gospodarstw domowych oraz wynikającej z niej różnorodności produkcji odnoszącej się nie tylko do dóbr pośrednich, ale także do dóbr i usług finalnych (Bottazzi, Gragnolati, 2015; Domański, 2010).

Do podstawowych atrybutów klastra należą (Porter, 1998; Gorynia, Jankowska, 2008, s. 37–42, 99–104): koncentracja przestrzenna, specjalizacja w określonej dziedzinie gospodarczej, występowanie dużej liczby małych i średnich przedsiębiorstw, organizacja działalności w ramach łańcucha tworzenia wartości, intensywność i różnorodność relacji między przedsiębiorstwami, czyli równoczesna rywalizacja i kooperacja, aktywna rola władz terytorialnych i/lub otoczenia instytucjonalnego oraz orientacja eksportowa. Ich szczegółowe przedstawienie nie jest konieczne, poza tym taką analizę przeprowadza wielu badaczy (Gorynia, Jankowska, 2007, 2008; Ketels, 2003; Silska, 2004). Dlatego też warto zwrócić

uwagę na oddziaływanie klastrów w gospodarce miast. W wyniku ich działalności kreowane są liczne efekty aglomeracji – przede wszystkim efekt skali produkcji, ale także: zwiększenie elastyczności i szybkości działania, możliwość pozyskania nowych zdolności rozwojowych, dostęp do bardziej specjalistycznych usług i siły roboczej, podnoszenie specyficznych kwalifikacji i jakości zasobów ludzkich, tworzenie i dystrybucja nowej wiedzy, wzajemne uczenie się czy poszerzanie bazy informacyjnej (poprzez np. wymianę informacji), co w efekcie przynosi wyższy poziom innowacyjności organizacyjnej i przedsiębiorczości oraz redukcję ryzyka (Górzyński, Pander, 2006; Petrić, Mrnjavac, 2003; Porter, 1990, s. 151–154, 2000). Należy dodać, że warunkiem instytucjonalnym rozwoju klasycznych klastrów jest działalność ośrodków naukowych w postaci uczelni wyższych i instytutów naukowo-badawczych. Stanowią one główny inkubator innowacyjności i przedsiębiorczości, źródło wykwalifikowanej siły roboczej oraz merytoryczny rdzeń rozwoju klastrów, dlatego często ich działalność jest współfinansowana przez przedsiębiorstwa funkcjonujące w strukturze klastrowej (por. Porter, 1998, 2000).

Najważniejszymi aspektami funkcjonowania klastrów z punktu widzenia internacjonalizacji miasta są wewnętrzne powiązania międzypodmiotowe, wynikające z zewnętrznych, globalnych uwarunkowań, a także efekty koncentracji przestrzennej i współpracy prowadzące do osiągnięcia integralności wytworzonego produktu oraz efektu skali produkcji. Porter (1998) zauważa, że funkcjonowanie w ramach struktury klastrowej pozwala każdemu przedsiębiorstwu uzyskiwać korzyści takie, jak gdyby działało w większej skali i/lub połączyło się z innymi podmiotami, bez poświęcania swojej niezależności i elastyczności działania. To daje zdolność do eksportu wytworzonego produktu.

Lokalna koncentracja i regulacja działalności gospodarczej w miastach dotyczy także funkcji turystycznej. W wymiarze przestrzennym zjawiska te przyjmują formę dzielnic turystycznych. Ich wymiar ekonomiczny jest przedmiotem badań wielu autorów, przy czym wiele z nich ma charakter uniwersalny lub odnosi się do różnych typów regionów (Hjalager, 2000; Januszewska, Nawrocka, 2008; Kachniewska, 2013; Kusa, 2008; Nawrot, Zmysłony, 2009; Niedzielski, Dołowy, Milewski, Szostak, 2008; Novelli i inni, 2006; Petrić, Mrnjavac, 2003), a nie tylko miast (Jackson, Murphy, 2006). Ponadto sam model diamentu konkurencyjności adaptowany jest na potrzeby analizy konkurencyjności turystyki (Vanhove, 2010, s. 114–118).

Warto wskazać na szczególne atrybuty tworzenia klastrów turystycznych. W mieście koncentracja podaży jest pierwotnie determinowana występowaniem walorów turystycznych lub infrastruktury biznesowej, które stanowią równocześnie specyficzny rodzaj czynnika produkcji zarówno w odniesieniu do ogólnego produktu turystycznego miasta, jak i cząstkowych produktów. Ukierunkowanie działalności dotyczy nie tylko ogólnej działalności turystycznej jako działalności gospodarczej, ale odnosi się do pozycjonowania produktu

turystycznego oferowanego w mieście (np. miasta dziedzictwa historycznego, miasta rozrywki, ośrodki turystyki biznesowej). W tym kontekście funkcja turystyczna formułuje się poprzez koncentrację przestrzenną podmiotów oferujących komplementarne produkty, które nie pochodzą z tego samego sektora, niemniej korzystają z uczestnictwa we wspólnej strukturze organizacyjnej (Novelli i inni, 2006). Oprócz podmiotów lokalnych w miastach funkcjonują obiekty należące do międzynarodowych systemów z branży hotelarskiej, gastronomicznej i transportowej, które wzorem uczestników klastra bardziej skupiają się na promocji miejskiego produktu turystycznego niż indywidualnych usług (Jackson, Murphy, 2006). Wynika to z rozproszonego charakteru rynku turystycznego na szczeblu lokalnym (Olszewski, Zmysłony, 2009; Porter, 2006, s. 239–248).

W odniesieniu do funkcji turystycznej miasta główną korzyścią wynikającą z koncentracji przestrzennej jest nie tylko osiągnięcie efektu skali produkcji, ale także umożliwienie stworzenia zintegrowanego produktu turystycznego (Nawrot, Zmysłony, 2009). Poszczególne elementy podaży turystycznej powinny ze sobą współdziałać w taki sposób, aby niezależnie od wyboru turysty tworzyć jednolitą całość. Do tego konieczna jest bardzo wysoka integracja działań podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki, które ze względu na jej interdyscyplinarny charakter tworzą różnicowany i obszerny zbiór przedsiębiorstw, instytucji oraz osób.

W turystyce obserwuje się nie tylko zjawiska koncentracji i współpracy podmiotów turystycznych i instytucji w ramach jednej miejscowości, ale także między samymi miejscowościami ze sobą sąsiadującymi (Żemła, 2014). Brak jednego lub małej liczby masowych odbiorców (jak ma to miejsce na rynku dóbr przemysłowych) powoduje jednak, że produkt turystyczny miasta trudno poddaje się standaryzacji. Ponadto technologia jego wytworzenia jest za każdym razem (i każdym turystą) niepowtarzalna. Te czynniki stają się przyczyną braku samoczynnej koordynacji pomiędzy podmiotami turystycznymi, który nie występuje w klastrach o innych specjalizacjach gospodarczych. W rezultacie trudne (choć nie niemożliwe) jest osiągnięcie efektu synergii, co jest najbardziej istotną dysfunkcją miejskich klastrów turystycznych. Pomimo braku samoczynnej koordynacji funkcjonują równocześnie zależności zarówno w obszarze produkcji (w ujęciu procesowym), jak i w obszarze produktowym (w ujęciu marketingowym) (zob. Górzyński i inni, 2006; Januszewska, Nawrocka, 2008; Kachniewska, 2013). Dlatego dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej funkcji turystycznej miasta konieczne jest wytworzenie dodatkowego charakterystycznego dla klastrów obszaru zależności – czyli zarządzania i administracji (Kachniewska, 2013; Nawrot, Zmysłony, 2009).

Zgodnie z koncepcją klastrów zbudowanie i oferowanie miejskich produktów turystycznych powinno łączyć się z efektem specjalizacji miast na rynku turystycznym, dzięki czemu miasta osiągają przewagę konkurencyjną na rynku międzynarodowym.

Trzeba jednak zaznaczyć, że efekt specjalizacji widoczny jest przede wszystkim w przypadku małych i średnich miast, charakteryzujących się homogeniczną ofertą turystyczną. W przypadku ośrodków metropolitalnych, w których funkcja turystyczna budowana jest na bazie różnorodnych motywów i celów turystycznych, postulat specjalizacji nie wybrzmiewa już tak silnie, chociaż budowanie produktów turystycznych opiera się wciąż na mechanizmie klastrowym. Tym niemniej – jak udowadniają Bottazzi i Gragnolati (2015) – w wymiarze uniwersalnym pomimo tego, że w tworzeniu klastrów znaczące są zarówno czynniki lokalizacyjne, odpowiadające za specjalizację, jak i motywy urbanizacyjne, to te pierwsze są statystycznie bardziej istotne. Z drugiej strony jest to także potwierdzeniem tezy, że zjawisko klastrów nie jest przypisane tylko ośrodkom miejskim.

W każdym przypadku kluczowym efektem mechanizmu klastrowego jest przeniesienie potencjału konkurencyjnego branży ze szczebla lokalnego na szczebel międzynarodowy. Poprzez zdolność do eksportu wytworzonego produktu małe i średnie przedsiębiorstwa, specjalizując się i współpracując na poziomie lokalnym, nabierają zdolności konkurowania w wymiarze globalnym (Novelli i inni 2006; Porter 1990, 1998). Efekt ten wywołuje sprzężenie zwrotne w postaci jeszcze silniejszej koordynacji działań i integracji lokalnej.

Pomimo tego że w przypadku działalności turystycznej zdolność do eksportu produktu (rzeczywista lub tylko potencjalna) jest naturalna, wynika bowiem z międzynarodowego charakteru zjawiska, jakim jest turystyka, to warto z całą mocą podkreślić, że teoria klastrów przede wszystkim podkreśla znaczenie internacjonalizacji jako warunku tworzenia trwałej przewagi konkurencyjnej. Tylko te miasta, które eksportują wytworzony produkt turystyczny, a więc w których turystyka zagraniczna stanowi istotną część przyjazdowego ruchu turystycznego, są zdolne do wykreowania efektów koncentracji, co jest warunkiem osiągnięcia przez nie konkurencyjności w skali międzynarodowej. Osiągnięcie organizacji klastrowej wymaga wysiłku ekonomicznego i zarządczego (Kachniewska, 2013), ma zatem charakter warunkowy, jest bowiem niezbędne we współczesnych warunkach zglobalizowanej konkurencji miast na rynku turystycznym.

### **5.3. Internacjonalizacja na szczeblu miast**

---

Mając na uwadze ogólną definicję internacjonalizacji sformułowaną przez Szromnika i zaprezentowaną we wstępie do niniejszej książki, warto podkreślić, że w odniesieniu do miast powinno się ją postrzegać w kategoriach przejawu, a nawet manifestacji globalizacji (por. Kowalski, 2013; Nederveen Pieterse, 2012).

Internacjonalizacja jest wieloletnim procesem, na który składają się przemyślane działania planistyczne, gospodarcze, społeczne i polityczne. Ich podstawą są inwestycje w zakresie

infrastruktury miejskiej, dostępności komunikacyjnej i telekomunikacyjnej, bazy hotelowej, inwestycji sieciowych. Proces internacjonalizacji miast jest powiązaniem działaniem wielu sił i czynników, które w efekcie obrazują otwartość miasta, jego przygotowanie gospodarcze, infrastrukturalne i kulturowe, a także społeczne, do podjęcia wyzwań wynikających ze współzawodnictwa między miastami (Komorowski, 2000, s. 8).

Według Szymańskiej (2008) internacjonalizacja miasta jest szczególnym typem procesu internacjonalizacji, który polega na otwieraniu się na zagranicę całych dużych jednostek osadniczych – z inicjowaniem nowych kontaktów, wymianą informacji i osób, przepływem kapitału i technologii w obu kierunkach, rozwojem komunikacji oraz współpracą przedsiębiorstw i instytucji. Gordon (1999) podkreśla, że internacjonalizacja wyzwala presję lub szansę na zmianę struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta, która nie miałaby miejsca, gdyby tkwiły one w narodowych systemach gospodarczych o ustalonej hierarchii i specjalizacji. Presja ta prowadzi na ogół do intensyfikacji rozwoju oraz akumulacji wybranych funkcji miasta, które najmocniej opierają się na przepływach realizowanych między danym miastem a zagranicznymi ośrodkami. Międzynarodowa integracja dokonująca się poprzez równoległą internacjonalizację wielu ośrodków miejskich ma formę zbiorowej intensyfikacji sieci powiązań oraz indywidualną intensyfikację wykorzystania korzyści wynikających z ich rozwoju. W efekcie obserwuje się wzmocnienie całego globalnego systemu miejskiego, a także wzmoczoną presję konkurencyjną funkcjonujących w nim miast, która wynika zarówno z długoletnich trendów globalnych, jak i krótkookresowych, nierutynowych szoków gospodarczych oraz/lub (wynikających z cyklu gospodarczego) zmian lub wyzwań.

Najbardziej pogłębioną analizę pojęć związanych z internacjonalizacją miast przeprowadza Komorowski (2000). Rozróżnia on trzy zbliżone do siebie terminy: umiędzynarodawianie, czyli właściwą internacjonalizację miasta, ponadto status międzynarodowy i potencjał międzynarodowy miasta. Wszystkie terminy autor nazywa operacyjnymi w stosunku do prowadzonych przez siebie badań, jednak mają one uniwersalny charakter, umożliwiające traktowanie ich znacznie szerzej niż tylko narzędziowo. Jego zdaniem właściwą internacjonalizację (*internationalization*), inaczej umiędzynarodawianie, należy traktować jako proces, który „tworzy nowe lub rozwija istniejące już cechy charakteryzujące międzynarodowy status miasta” (Komorowski, 2000, s. 13). Wartości poszczególnych cech umiędzynarodowienia zmieniają się dzięki efektom synergicznym zachodzącym między elementami gospodarki miasta mającymi udział w internacjonalizacji, a także dzięki decyzjom władz miejskich. W procesie internacjonalizacji następują zmiany relacji między elementami gospodarki miasta, siłami ich oddziaływania na siebie, a także zmiany stopnia ich wpływu na inne ośrodki w równoległym przebiegającym procesie konkurencji między miastami. Zmiany te dotyczą nie tylko cech lub elementów infrastruktury miasta, które bezpośrednio

związane są z umiędzynarodowieniem, ale także innych, pośrednio biorących udział w procesie, a będących jego katalizatorami. Zatem umiędzynarodawianie miasta jest przekształceniem się systemu miejskiego polegającym na wzroście znaczenia powiązań międzynarodowych zarówno w sensie gospodarczym, społecznym, jak i kulturowym.

Z kolei status międzynarodowy (charakter międzynarodowy miasta) jest „opisowym i wyobraźnym stanem mówiącym o zakresie i wielkości powiązań w skali międzynarodowej, odpowiadającym powszechnie przyjmowanym cechom międzynarodowości miast. Stan ten może być skutkiem położenia geograficznego, rozwoju historycznego, funkcji politycznych (np. stolice), a także działań władz miasta lub państwa, które doprowadziły do osiągnięcia przez miasto warunków umożliwiających realizację powiązań międzynarodowych (np. rozbudowa połączeń komunikacyjnych i telekomunikacyjnych). Stan umiędzynarodowienia jest więc pochodną działania czynników endogenicznych i egzogenicznych miasta wykreowanych w naturalnym procesie rozwojowym oraz przez wieloletnią politykę władz” (Komorowski, 2000, s. 13). Aktualny status jest „fotografią” procesu umiędzynarodawiania miasta w danym momencie.

W odróżnieniu od opisowego charakteru pojęcia statusu międzynarodowego potencjał międzynarodowy miasta (inaczej: potencjał internacjonalizacyjny lub potencjał umiędzynarodowienia) jest kategorią wymierną i oznacza umiędzynarodowienie (międzynarodowość, ang. *internationality*) miasta. „Wyraża on pewną gotowość, stan lub zdolność, które sprzyjają podejmowaniu powiązań, które są wyzwaniem dla miasta we współczesnej internacjonalizacji i globalizacji gospodarki, opartą na posiadanym zasobie dóbr miejskich uznanych za sprzyjające powiązaniom międzynarodowym”. Inaczej to ujmując, można stwierdzić, że jest to „heterogeniczny zbiór cech, z których część stanowi bezpośrednio odbicie związków ze światem zewnętrznym, a część wyraża je pośrednio, [a więc – P.Z.] kwantyfikuje stan powiązań międzynarodowych miasta” (Komorowski, 2000, s. 13).

Mimo że rozróżnienie tych trzech pojęć precyzyjnie odzwierciedla istotę zjawiska umiędzynarodawiania<sup>2</sup>, to na ogół w literaturze termin internacjonalizacja (a także synonimiczny termin umiędzynarodowienie) używane są w sposób ogólny, a więc zarówno w odniesieniu do stanu, jak i procesu. Zwykle jednoznacznie określony kontekst rozważań daje możliwość rozróżnienia zakresu przedmiotowego analizy. W niniejszej pracy słowo

---

<sup>2</sup> Jak można zauważyć, w odniesieniu do pojęcia internacjonalizacji, które jest zapożyczeniem językowym, stan (umiędzynarodowienie) od procesu (umiędzynarodowanie) różni tylko jedna litera, która może powodować pewne pomyłki. W języku polskim w taki sposób można rozpoznać czasowniki dokonane od niedokonanych (np. przeprowadzić/przeprowadzać). Z tego powodu w niniejszym opracowaniu terminy te często będą traktowane jako synonimy. Ponadto kontekst rozważań często będzie sugerował, o które ujęcie w danym momencie chodzi. Tym niemniej warto podkreślić, że w literaturze najczęściej stosowanym polskim synonimem internacjonalizacji jest umiędzynarodowienie, a nie umiędzynarodawianie, zatem – mimo istotnej różnicy znaczeniowej – należy mieć na uwadze wymiennosc tych dwóch bardzo podobnych określeń i polegać w największym stopniu na kontekście rozważań.

„internacjonalizacja” także jest używane zarówno w wąskim, jak i szerokim znaczeniu, zależnie od przyjętego kontekstu. Ten relatywizm pojęciowy wzmacnia dodatkowo fakt wykorzystywania terminu globalizacja w kontekście opisu procesu internacjonalizacji miast, czego przykładem są prace Goodwina (1996) oraz Yeoh i Changa (2001).

Międzynarodowość miasta to pewien stan lub potencjał, a internacjonalizacja to proces odzwierciedlający istnienie i działanie tego potencjału i wynikających z niego sił, czyli zjawisk dynamicznych wielostronnie przekształcających miasta w kierunku ośrodków zdolnych spełniać w różnym stopniu funkcje międzynarodowe. Najczęściej w literaturze spotyka się badania mające na celu określenie potencjału międzynarodowego w wyniku zastosowania metody wskaźnikowej albo charakterystykę statusu międzynarodowego poprzez identyfikację jego cech (Abbott, 1997; Fry, Radebaugh, Soldatos, 1989; Labasse, 1981). Proces umiędzynarodawiania miasta bada się także, dokonując pomiaru w różnych latach, a następnie przeprowadzając analizę dokonanych w danym okresie zmian wskaźników z wykorzystaniem miar statystycznych oraz weryfikacji merytorycznej. Poprzez pomiar potencjału międzynarodowego badacz jest w stanie, przynajmniej w przybliżonym zakresie, określić, na ile dane miasto jest międzynarodowe.

Badacze zajmujący się mierzaniem potencjału międzynarodowego miast posługują się dodatkowo pojęciem miasta międzynarodowego (Cattan, 1995; Komorowski, 2000; Labasse, 1981). Abbott (1997) charakteryzuje je jako miasta zaangażowane w ponadnarodową „działalność wymienną”, która polega na interakcjach między równorzędnymi ośrodkami w formie dwustronnych przepływów opartych na przewagach mających źródło w specjalizacji produkcji i handlu. Działalność wymienna prowadzi do uzyskiwania pozycji ponadnarodowych, mających – w zależności od siły tej pozycji – zasięg regionalny, kontynentalny lub globalny. Szymczak (2008, s. 22) określa je jako metropolie, które cechują się wysoką intensywnością kontaktów międzynarodowych w różnych dziedzinach, przyciągają inwestycje zagraniczne, międzynarodowe imprezy kulturalne i sportowe oraz zagranicznych obywateli – mieszkańców innych metropolii. Z kolei Komorowski (2000, s. 32–33) definiuje miasto międzynarodowe, charakteryzując je jako przestrzeń, w której występują zależności i związki między czterema podstawowymi, najbardziej atrakcyjnymi i kluczowymi dla procesu internacjonalizacji sferami jego funkcjonowania:

- miasto dostępne w odniesieniu do transportu oraz sieci ICT (co jest zbieżne z koncepcją miast inteligentnych),
- miasto dla biznesu, w których podkreślane są m.in. czynniki turystyczne (jak występowanie hoteli wyższych kategorii, w tym sieci międzynarodowych) oraz dostępność telekomunikacyjna (co nawiązuje do koncepcji miast światowych, miast globalnych oraz miast kreatywnych),

- miasto zróżnicowanej bazy ekonomicznej, z podkreśleniem sfery innowacji, nauki i szkolnictwa wyższego oraz sektora usług, w tym usług turystycznych (co jest zbieżne z koncepcją miast światowych i globalnych),
- miasto przyjemne do zamieszkania, które charakteryzują m.in. muzea oraz inne instytucje kulturalne na międzynarodowym poziomie oraz liczne zabytki historii identyfikujące miasta (nawiązanie do koncepcji miast kreatywnych, miast inteligentnych oraz miast jako maszyn rozrywki).

Jak wynika z rozważań przedstawionych w poprzednim rozdziale, po przekroczeniu masy krytycznej zinternacjonalizowania oraz liczby osób w nich zamieszkujących, miasta międzynarodowe są określane jako miasta światowe (Friedmann, 1986; Hall, 1966, 1997) oraz miasta globalne (Sassen, 2001, 2006). Wynika z tego, że pojęcie miasta międzynarodowego jest szersze od tych dwóch terminów.

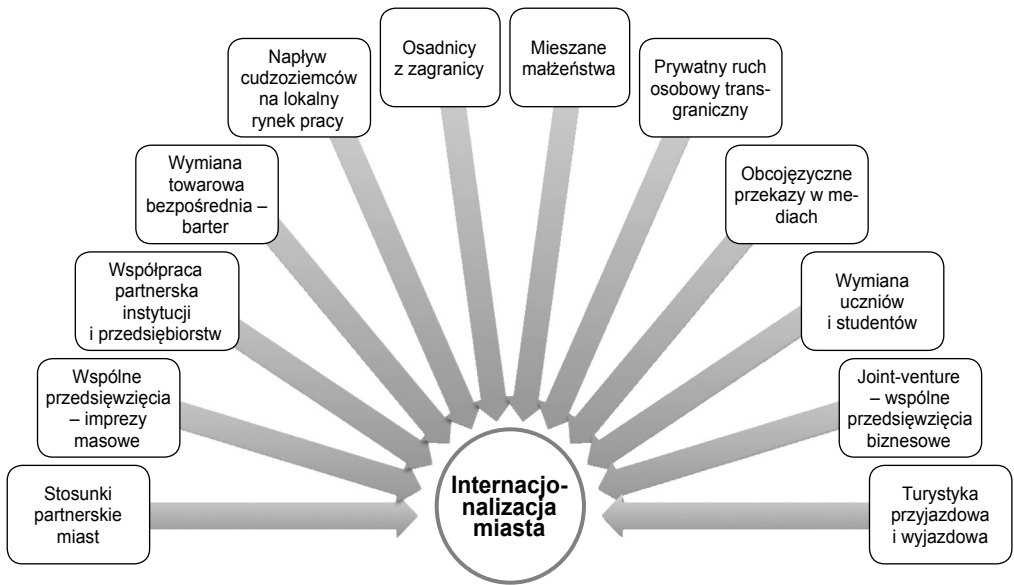
Otwieranie się miasta na kontakty i przepływy z zagranicą ma różnorodne oblicza – od politycznych, poprzez biznesowe, społeczne, aż po prywatne. Wiele z nich, przedstawionych na rysunku 14, dotyczy bezpośrednio turystyki lub działalność turystyczna jest w nie zaangażowana. Można do nich zaliczyć: zagraniczną turystykę przyjazdową i wyjazdową, konferencje i spotkania o charakterze międzynarodowym, wymianę uczniów i studentów, wizyty przedstawicieli władz samorządowych, zwane turystyką samorządową – *policy tourism* (Gonzalez, 2011; Rius, Ulldemolins, 2014), wspólne przedsięwzięcia sportowe, kulturalne i artystyczne, a także transgraniczny ruch osobowy. Pośrednio z turystyką powiązane są wszystkie przejawy umiędzynarodowienia miasta.

W warunkach globalizacji internacjonalizacja jest wpisana w rozwój miast. Jest jego wynikiem, co oznacza, że jej zakres i natężenie są zależne od stopnia rozwoju miast. Umiędzynarodawianie wymaga bowiem rozwiniętej infrastruktury technicznej, gospodarczej i społeczno-kulturowej. Jednocześnie jest jego czynnikiem, co wskazuje, że wtedy, gdy stanie się zjawiskiem wpisanym w gospodarkę miasta, staje się w coraz większym stopniu motorem rozwoju. Zależność tę w ujęciu teoretycznym bada Komorowski (2000)<sup>3</sup>, stwierdzając, że może ona pojawić się i oddziaływać na miasto w fazie stagnacji cyklu rozwojowego miasta. Można jednak stwierdzić, że już w fazie wzrostu i ekspansji miasta zapewniają warunki dla rozwoju powiązań międzynarodowych, czego przejawem jest wzrost liczby oddziałów i zarządów korporacji międzynarodowych, wzrost liczby konferencji, wystaw, targów oraz innych spotkań i wydarzeń międzynarodowych, a także wzrost liczby miejsc hotelowych, połączeń lotniczych, kolejowych i innych (Cattan, 1995).

---

<sup>3</sup> Autor odchodzi od klasycznego, przestrzenno-ludnościowego cyklu życiowego miasta (urbanizacja – suburbanizacja – dezurbanizacja – reurbanizacja) i – w oparciu o model cyklu życia produktu Vernona – tworzy teoretyczny model cyklu rozwojowego miast, składający się z czterech faz: wzrostu, stagnacji i nasycenia, regresu lub kryzysu oraz wychodzenia z kryzysu i odnowy.





Rys. 14. Przejawy internacjonalizacji miasta.

Źródło: Szromnik (2009).

Oprócz wzmocnienia procesów rozwojowych internacjonalizacja łagodzi przebieg fluktuacji wzrostowych i przyczynia się do długookresowej tendencji wzrostowej lub wtedy, gdy miasto osiągnie stadium stagnacji, utrzymywania na wysokim poziomie rozwoju. Umędzynarodowienie wpływa bowiem stymulująco na zróżnicowanie struktury gospodarczej miasta poprzez wzrost inwestycji w nowoczesne gałęzie gospodarki. Im większe zróżnicowanie bazy ekonomicznej miasta, tym większa jego stabilność gospodarcza i cywilizacyjna. Tendencje do specjalizacji gospodarczej są szczególnie silne w pierwszej fazie cyklu, zatem procesy internacjonalizacyjne występujące w końcowej fazie wzrostu mogą łagodzić jej występowanie lub przejąć rolę stabilizatora napięć wynikających z nadmiernej specjalizacji. Finalnie internacjonalizacja może skutecznie oddalać widmo upadku gospodarczego miast (Komorowski, 2000, s. 45–60). W szerszym ujęciu internacjonalizacja przyczynia się do sukcesu miasta rozumianego jako funkcja ogólnego kosztu pracy (stanowiącego iloczyn liczby zatrudnionych w mieście i wysokości ich płac) oraz wartości dodanej uzyskiwanej w gospodarce miasta. Dzięki internacjonalizacji następuje bowiem przyspieszenie jego rozwoju gospodarczego poprzez rozszerzenie rynku zbytu dla produkcji i usług świadczonych w mieście oraz wewnętrznym procesom synergicznym w jego gospodarce (Komorowski, 2000, s. 88–99).

Poprzez wpływ na procesy rozwojowe miast internacjonalizacja staje się czynnikiem kształtującym zarówno ich potencjał konkurencyjny, jak i potencjał synergetyczny,

realizowany poprzez usieciowienie. Poprawa międzynarodowej pozycji miasta – rozumiana właśnie w ten dwójaki sposób – stanowi współcześnie wyznacznik jego ogólnej konkurencyjności. W zglobalizowanej gospodarce duże miasta są nie tylko elementami sieci biegunów wzrostu, ale stają się właśnie biegunami konkurencyjności, które zdobyły pozycję dominującą, dzięki czemu wytwarzają efekty przyciągania, które poprzez mechanizm synergii są korzystne dla innych obszarów i działalności. Dochodzi do sprzężenia zwrotnego – wraz z rosnącą gospodarką miasta pojawiają się duże siły umiędzynarodawiające i oddziaływujące na powstawanie presji związanej z tworzeniem infrastruktury sprzyjającej internacjonalizacji (np. infrastruktura transportowa i komunikacyjna, hotelowa, konferencyjna i wystawiennicza, biznesowa), które staje się zadaniem głównie dla władz miast i sektora publicznego, ale także inwestorów prywatnych. Celem jest osiągnięcie jak najwyższej pozycji międzynarodowej, co znów wywołuje presję na polepszenie międzynarodowego potencjału zasobowego (Komorowski, 2000, s. 79–85).

Procesy internacjonalizacyjne koncentrują się głównie w dużych miastach, a szczególnie ich centrach, w mniejszym zakresie dotyczą miasta średnie, a w jeszcze mniejszym małe miasta. W konsekwencji powiązania międzynarodowe dotyczą głównie dużych miast, tworząc transnarodową, a nawet globalną sieć międzymiejską. Internacjonalizacja miast jest procesem skierowanym nie na ogólnie pojętą zagranicę, ale inne ośrodki o podobnej randze do umiędzynarodawianego miasta (Borja, Castells, 2013; Castells, 2010; Hall, 2001; Sassen, 2005, 2012; Short, Kim, 1999; Taylor, Catalano, Walker, 2002; Taylor, 2004). To, z jakimi miastami miasto tworzy trwałe relacje poprzez przepływy informacji, wiedzy, kapitału, usług i osób, świadczy o jego randze w międzynarodowej sieci miast. Ma ona zatem charakter hierarchiczny, na czele której znajdują się miasta globalne lub światowe, poniżej miasta wyspecjalizowane i miasta pełniące funkcje bram regionalnych, a na samym dole małe miasta lokalne (Sassen, 2006; Short, Breitbach, Buckman, Essex, 2000).

Jednym z pierwszych elementów miasta, które ulegają internacjonalizacji poprzez funkcję turystyczną, jest jego przestrzeń publiczna. Według Jałowieckiego tradycyjna przestrzeń publiczna to centrum miasta, jego obszar kulturowy, a więc ulice ze sklepami, place, liczne wydarzenia: grajkowie, żebracy, grupy ludzi manifestujące różnorodne poglądy. Przestrzeń publiczna jest sferą wolności, w której każdy mieszkaniec miasta może czuć się swobodnie, generuje ona obrazy i dźwięki, dostarczając bogatej i różnorodnej informacji oraz wielu zmysłowych wrażeń. Z uwagi na jej otwarty charakter nie służy ona wyłącznie mieszkańcom, stanowi równocześnie główny obszar penetracji turystycznej. Sama w sobie, jak i poprzez budowle, budynki i infrastrukturę, które są jej integralnymi elementami, przestrzeń publiczna jest przestrzenią, której odbiór jest jednym z pierwszych doświadczeń pobytu turysty w mieście i w której przebywa on najdłużej. Tym samym staje się areną

nawiązywania nieformalnych i formalnych kontaktów pomiędzy ludnością miejscową a odwiedzającymi, a tym samym przenikania sposobów życia, wartości, postaw i innowacji. W tym sensie zwiększenie wielkości zagranicznej turystyki przyjazdowej jest czynnikiem internacjonalizacji miasta poprzez przestrzeń publiczną, w której zaobserwować można większość sfer internacjonalizacji wyróżnionych przez Szromnika (2009): internacjonalizację ludzi (mieszkańców), kontaktów (relacji), norm i obyczajów, a także funkcji (w tym także turystycznej) oraz zasobów miasta.

Internacjonalizację przestrzeni publicznej poprzez rozwój zagranicznej turystyki przyjazdowej można analizować w odniesieniu do efektów wymiernych (ilościowych) oraz niewymiernych, należących do pięciu głównych grup: korzyści finansowych, rzeczowych, organizacyjnych, kulturowo-poznawczych i intelektualnych (por. Szromnik 2009). Jednocześnie proces internacjonalizacji przestrzeni publicznej można rozpatrywać w dwóch podstawowych wymiarach: bezpośrednim i pośrednim.

Bezpośrednie przejawy internacjonalizacji mają przede wszystkim charakter społeczny i dotyczą następujących obszarów:

- zwiększenie intensywności międzynarodowych interakcji międzyludzkich;
- wzrost otwartości, gościnności i tolerancji mieszkańców;
- napływ i dyfuzja nowych myśli, stylów życia, wartości i postaw.

Trwalsze i bardziej wymierne skutki internacjonalizacji przestrzeni publicznej następują w wymiarze pośrednim, które dokonują się w formie procesów ekonomicznych i społecznych będących adaptacją do zmian wywołanych przez efekty bezpośrednie. Należy tutaj wymienić następujące efekty:

- wzrost innowacyjności, przedsiębiorczości oraz aktywności gospodarczej mieszkańców wywołanych wzrostem i różnorodnością wymagań i potrzeb przejawianych przez zagranicznych gości;
- wzrost edukacji zawodowej mieszkańców (w sferze językowej, kulturowej, geograficznej, społecznej);
- wzrost inwestycji prowadzących do poprawy jakości i estetyki oraz podniesienia atrakcyjności przestrzeni publicznej – przyjęcie perspektywy odbiorcy zewnętrznego uczuła władze miast i ich mieszkańców na określone problemy i niedostatki oraz wskazuje konieczność wzbogacania przestrzeni publicznej o dodatkowe elementy i urządzenia, które istnieją w innych ośrodkach, w celu podniesienia atrakcyjności miasta (wzrost powierzchni terenów zielonych, elementów małej architektury, uporządkowanie sieci transportowej i podniesienie dostępności komunikacyjnej);
- wzrost liczby atrakcji i wydarzeń odbywających się w przestrzeni publicznej (imprezy plenerowe, zawody i konkursy, wydarzenia sportowe i kulturowe);

- konieczność wprowadzenia czytelnego, dostępnego i jednolitego systemu oznakowania stanowiącego system identyfikacji wizualnej (drogowskazy i tablice powinny być przejrzyste i łatwe do odczytania przez osoby posługujące się językiem obcym oraz powinny wykorzystywać znane i jednoznacznie rozpoznawalne akronimy);
- wykorzystywanie obiektów i elementów przestrzeni publicznej w promocji turystycznej;
- rozbudowa infrastruktury technicznej, komunikacyjnej i społecznej w celu uatrakcyjnienia przestrzeni publicznej.

Koncepcja internacjonalizacji miasta stanowi podstawowe ramy teoretyczne badania istoty umiędzynarodawiania funkcji turystycznej. Internacjonalizacja funkcji, rozumianej jako przejaw aktywności społeczno-gospodarczej miasta, stanowi sferę umiędzynarodowienia miasta ściśle związaną z internacjonalizacją jego zasobów, ofert, relacji i kontaktów, ludzi, a finalnie także przepisów i norm (Szromnik, 2009). Turystyka, jako jedna z naturalnych funkcji egzogenicznych miasta o znaczeniu ponadregionalnym, uznawana jest przez badaczy zajmujących się zjawiskiem otwierania się na zagranicę lub usieciowienia miast za podstawowy element tego procesu (por. Czerny, 2005). Jest także jedną z funkcji, która internacjonalizuje się w najszybszym tempie i najszerszym zakresie. Może nawet zapoczątkowywać internacjonalizację całej gospodarki miasta, ponieważ zwykle pojawia się wcześniej niż w fazie stagnacji – jak sugeruje to Komorowski – czyli już w początkach fazy wzrostowej. Wynika to ze zróżnicowanego charakteru popytu turystycznego, w którym występują nie tylko masowi turyści indywidualni, zbiorowi lub psychocentrycy, ale także eksplorersi i drifterzy oraz allocentrycy – stosując typologie Cohena (1974) i Ploga (2001) – odwiedzający miasta niezależnie od poziomu zagospodarowania turystycznego. Rozwój funkcji turystycznej, mierzony zarówno od strony popytowej – jako wzrost międzynarodowego ruchu turystycznego, jak i od strony podażowej – jako rozwój infrastruktury turystycznej, klasyfikowany jest jako czynnik, narzędzie i efekt internacjonalizacji miast. Wieloaspektowy wpływ turystyki na internacjonalizację jest zgodny z omawianymi w poprzedniej części rozdziału relacjami zachodzącymi między turystyką a globalizacją.

W literaturze omawiane są warunki (czynniki) internacjonalizacji miast na ogół rozumiane jako jej stymulanty. Abbott (1997) wskazuje rozwój technologii informacyjnych, zmiany w międzynarodowym systemie handlowym i kapitałowym, ale także globalizację usług edukacyjnych i turystycznych. Szromnik (2009) dzieli je na dwie grupy: zewnętrzne (o charakterze makroekonomicznym) oraz wewnętrzne, dotyczące bezpośrednio cech strukturalnych i funkcjonalnych miasta. Pierwsze są adekwatne do opisywanych już wcześniej czynników globalizacji, natomiast do drugich można zaliczyć:

- kontakty, powiązania, aktywność społeczną i biznesową, a także dążenia, potrzeby i mobilność mieszkańców miasta;
- sprawność i determinację w działaniu oraz skuteczność i innowacyjność władz miasta;
- dostępność komunikacyjną mierzoną w liczbie i rodzajach sieci połączeń oraz odległości od głównych portów i przejść granicznych, a także gęstością i jakością sieci telekomunikacyjnych, w tym internetowych;
- atrakcyjność turystyczną opartą o walory materialne i niematerialne, w tym spotkania i wydarzenia o charakterze międzynarodowym;
- znane osoby i miejsca historyczne związane z kulturą, sztuką i religią;
- tradycje i zwyczaje regionalne i lokalne stanowiące elementy wyróżniające dane miasto spośród innych;
- aktywność miasta lub regionu w mediach;
- stan infrastruktury i poziom jakościowy usług turystycznych: noclegowych, gastronomicznych, rozrywkowych, sportowych, a także handlu i usług społecznych.

Z listy tej wynika, że funkcja turystyczna jest podstawowym motorem internacjonalizacji miasta. Trzy z ośmiu czynników dotyczą jej bezpośrednio, jednak jeśli wziąć pod uwagę, że dostępność komunikacyjna, tradycje i zwyczaje regionalne to składowe atrakcyjności turystycznej miasta, a aktywność w mediach w dużej mierze opiera się na komunikowaniu wizerunku w świadomości aktualnych lub potencjalnych turystów, to w rezultacie aż sześć z nich jest związanych z turystyką.

Także większość (trzy z pięciu) kryteriów charakteryzujących miasto dysponujące funkcjami międzynarodowymi wyróżnionymi jako pierwsze przez Labassa (1981) odnosi się do turystyki. Są to:

- istnienie infrastruktury umożliwiającej organizację międzynarodowych imprez: hotele o wysokim standardzie, centra kongresowe, sale konferencyjne itp.;
- ponadnarodowe znaczenie miasta na rynku turystyki biznesowej i/lub kulturowej;
- oferowanie usług na poziomie międzynarodowym, np. imprez targowych, wystaw międzynarodowych i innych.

Całości dopełniają kryteria związane z usieciowieniem, a więc liczby dotyczące: zatrudnionych w firmach zagranicznych, studentów zagranicznych oraz mieszkańców wpisanych w inny sposób w sieć międzynarodowych powiązań, a także istnienie oddziałów korporacji transnarodowych w mieście. W późniejszych opracowaniach autor dodaje kolejne kryteria, odnoszące się do wyspecjalizowanych usług biznesowych, stowarzyszeń międzynarodowych oraz istnienia elit miejskich.

Fry, Radebaugh i Soldatos (1989) wyróżniają kilkanaście cech miasta międzynarodowego, do których zaliczają: istnienie rozwiniętego sektora usług nastawionych na obsługę

powiązań międzynarodowych, w tym hoteli i obiektów konferencyjnych, organizowanie wydarzeń o randze międzynarodowej oraz rozwinięty system turystyki.

Prowadzone w Wielkiej Brytanii badania nad statusem globalnym miast pozwoliły wskazać jako ich cechy cztery grupy zaawansowanych aktywności usługowych (G.B. Government Office for London, 1996):

- usługi finansowe i biznesowe: nagromadzenie usług bankowych, ubezpieczeniowych, prawnych, rachunkowych, reklamowych i komunikacyjnych, public relations, architektonicznych, wzornictwa przemysłowego i mody oraz inżynierii lądowej i wodnej;
- „władza i wpływ” lub działalność z zakresu „zarządzania i kontroli”, określona przez lokalizację i działalność siedzib rządowych, ponadnarodowych organizacji (np. UNESCO lub OECD) oraz siedzib głównych organizacji, w tym korporacji transnarodowych;
- branże kreatywne i branże kultury: działalność sceniczna (teatralna, operowa, baletowa, koncertowa), działalność muzealna i wystawiennicza, media drukowane i elektroniczne;
- turystyka – zarówno wypoczynkowa i kulturowa, jak i biznesowa – oraz obsługujące je obiekty hotelarskie, gastronomiczne, rozrywkowe i transportowe.

Obecnie wiele znaczących ośrodków badawczych prowadzi cykliczne pomiary umiędzynarodowienia miast, tworząc rankingi ich potencjału konkurencyjnego lub znaczenia na arenie globalnej, wykorzystując w nich wskaźniki charakteryzujące funkcję turystyczną. Ze względu na rozległość opisu charakterystyce tych badań poświęcona jest jedna z kolejnych części opracowania.

Analizując istotę internacjonalizacji funkcji turystycznej w ramach koncepcji umiędzynarodawiania miast, warto odwołać się do klasyfikacji rodzajów internacjonalizacji dokonanej przez Szromnika (2012, s. 348) według kryterium wielkości, zakresu i kierunków przepływów transgranicznych. Dokonując jego nieznacznej modyfikacji wynikającej z odwrotnej interpretacji korzyści wynikających z międzynarodowej wymiany turystycznej w stosunku do kierunków strumieni ruchu turystycznego (Wodejko, 1998), można wyróżnić cztery rodzaje internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta:

- internacjonalizację zbilansowaną, w ramach której występuje podobna wielkość strumienia emisyjnego, rozumianego jako liczba mieszkańców wyjeżdżających z miasta w celach turystycznych, i strumienia recepcyjnego, rozumianego jako liczba odwiedzających. Taka sytuacja jest charakterystyczna dla dużych miast o ponadprzeciętnej atrakcyjności turystycznej, jednak niemających statusu miast światowej turystyki (Maitland, Newman, 2009);
- internacjonalizację dodatnią, w której występuje przewaga strumienia recepcyjnego, a więc liczba odwiedzających przekracza liczbę wyjeżdżających w celach

turystycznych. Sytuacja ta ma miejsce w przypadku małych i średnich miast o ponadprzeciętnych walorach kulturowych (Ashworth, Tunbridge, 1990; Maitland, 2006), a także w przypadku miast światowej turystyki;

- internacjonalizację ujemną, z dominacją strumieni emisyjnych, która jest charakterystyczna dla miast o średnich lub niskich walorach turystycznych, niezależnie od ich wielkości;
- internacjonalizację jednokierunkową, w której występują powiązania tylko z jednego kierunku. Jest to sytuacja teoretyczna, ponieważ współcześnie nie ma miast, które nie byłyby interesujące nawet dla wąskich segmentów turystów, ponadto należy brać także pod uwagę aktywność osób podróżujących służbowo.

Jedyną drogą budowy przewagi konkurencyjnej w wymiarze międzynarodowym jest strategia wyróżnienia się. Jej podstawą jest określenie tożsamości oraz wyodrębnienie zasobów unikatowych lub wyróżniających miasto spośród innych miejskich centrów turystycznych (Knowles i inni 2001). Jak podkreślają Maitland i Newman, „to jest dowód na globalizację – odróżnienie się stało się głównym atutem konkurencji między miastami” (2009b, s. 137). Internacjonalizacji powinna ulec cała orientacja marketingowa miasta, co oznacza, że międzynarodowy rynek turystyczny powinien być odniesieniem zarówno do formułowania celów, jak i programowania działań marketingowych. Ponadto – mając na uwadze opisane zacieranie różnic między nie tylko odbiorcami zagranicznymi a krajowymi, ale nawet między przyjezdnymi a mieszkańcami – należy stwierdzić, że rynek krajowy powinien być traktowany jako jeden z segmentów szerokiego, międzynarodowego rynku turystycznego.

#### **5.4. Miasta światowej turystyki jako przykład najwyższego stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej**

---

Dorobek teoretyczny współczesnych koncepcji miasta oraz wzrost znaczenia funkcji turystycznej w procesie rozwoju ośrodków miejskich doprowadziły do sformułowania pierwszej modelowej koncepcji międzynarodowego miasta turystycznego uwzględniającej równocześnie procesy globalizacyjne oraz metropolitalne. Jest nią zaproponowana przez Maitlanda i Newmana (2009) koncepcja miast światowej turystyki (*world tourism cities*). Jak przyznają autorzy, miasta wykazujące relatywnie wysokie poziomy poszczególnych funkcji miejskich i wskaźników rozwojowych mają także ponadprzeciętny potencjał gospodarczy funkcji turystycznej, jednak w ogólnoświatowej dyskusji na temat miast globalnych nie przywiązuje się należytej uwagi do tej problematyki, skupiając się na kwestiach związanych z kapitałem, rynkiem pracy oraz rolą korporacji transnarodowych. Niedostatecznie podkreśla się dziedzictwo historyczne, multinarodowość i multikulturowość, które stanowią składowe ich międzynarodowej atrakcyjności.

Według Maitlanda i Newmana wielkie, wielofunkcyjne i policentryczne miasta, które skupiają międzynarodowy biznes, elity krajowe oraz zasoby kultury o randze narodowej i międzynarodowej, w których zlokalizowane są charakterystyczne zabytki historii oraz obiekty będące współczesnymi ikonami, uzyskują znaczącą przewagę także w międzynarodowym (a raczej międzymiejskim ponad granicami państw) wyścigu o turystów, nowych mieszkańców oraz inwestycje (Maitland i Newman, 2009, s. 5). Ich globalna ranga i znaczenie sprawia, że można do nich stosować określenie miasta światowej turystyki. Są to wielkie, wielofunkcyjne i kulturowo zróżnicowane miasta, będące ważnymi węzłami w globalnej sieci przepływów kapitału i ludzi, które ze względu na swoją wielkość i policentryczny charakter oferują odwiedzającym szeroką gamę doświadczeń oraz – co bardzo istotne – możliwość eksploracji turystycznej nowych miejsc i przestrzeni poza uznanymi i często zatłoczonymi atrakcjami. Dziedzictwo historyczne, rozpoznawalne budynki, status wiodących ośrodków kulturalnych i znaczenie w gospodarce światowej sprawiają, że generują one wielomilionowe rzesze odwiedzających mających różnorodne motywacje, w których udział turystów międzynarodowych jest znaczny. Dzięki mozaice społecznej i kulturowej oraz zasobom ekonomicznym i przestrzennym, jakimi dysponują miasta światowej turystyki, mają one zdolność do „produktowania” nowych atrakcji i przestrzeni turystycznych, które zwiększają ich przewagę konkurencyjną nad innymi miastami (Maitland, Newman, 2009, s. 2–12).

Wielkość i wielofunkcyjność tych miast sprawiają, że turystyka jest jedną z wielu dziedzin ich gospodarki, zatem mimo dużej atrakcyjności nie można ich uznać za miasta typowo turystyczne, na miano których zasługują inne ośrodki monofunkcyjne. Do światowych miast turystyki autorzy zaliczają dziesięć miast: Nowy Jork, Paryż, Londyn, Berlin, Sydney, Chicago, Los Angeles, San Francisco, Madryt i Moskwę, jednak nie podają przy tym ścisłych kryteriów tego wyróżnienia. Zaznaczają jednak, że wyróżnikiem jest ich wielofunkcyjność i policentryczność, dlatego takie miasta jak Barcelona, Praga, Ateny, a nawet Rzym nie mogą być, według autorów, za takie uznane. Właśnie bogactwo i zmienność oferty dla turystów chcących poznać inne miejsca niż masowo odwiedzane atrakcje, a także doświadczyć „prawdziwego” obrazu codziennego lokalnego miejskiego życia (Maitland, 2010, 2013) są cechami wyróżniającymi miasta światowej turystyki od innych typów miast turystycznych, takich jak omówione w rozdziale 2 centra rozrywki i hazardu, mniejsze miasta o profilu historycznym oraz miasta przekształcone (por. Judd, Fainstein, 1999).

Miasta światowej turystyki charakteryzują się udaną – z punktu widzenia wizerunku i zainteresowania odwiedzających – kompozycją dziedzictwa kulturowego i historycznego z nowoczesnością oferowaną poprzez współczesną architekturę, kulturę i sztukę, siłę gospodarki oraz silny wizerunek. Pozwala to odwiedzającym i mieszkańcom interpretować i reinterpretować całościową „narrację”, jaką te miasta oferują. Ich przewaga konkurencyj-



na wynika z kombinacji wiodących branż gospodarczych, silnego sektora kultury i sztuki, tradycyjnych atrakcji turystycznych oraz zróżnicowanej społeczności mieszkańców oraz pracowników (Maitland i Newmann, 2009, s. 136).

Wzorem miast światowych i globalnych, stanowiących najwyższy stopień umiędzynarodowienia gospodarki, w odniesieniu do miast światowej turystyki należy przyjąć, że stanowią one przykłady najwyższego stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej. Dlatego obserwowane w nich zjawiska związane bezpośrednio lub pośrednio z działalnością turystyczną należy potraktować jako skutki przynależne internacjonalizacji.

Pierwszym z nich jest zróżnicowana struktura typologiczna osób odwiedzających miasta oraz wzajemne ujednocianie się postaw i zachowań mieszkańców, zatrudnionych, turystów i innych użytkowników miast (Clark, 2004; Derek, 2013; Kowalczyk, 2005). Maitland (Maitland, 2013) twierdzi, że jest to konsekwencją globalizacji oraz narodzin nowej, mobilnej, globalnej klasy średniej. Turystyka przestała być odrębną aktywnością podejmowaną w mieście, a turyści odrębną grupą konsumentów z charakterystycznymi dla siebie potrzebami i strukturą popytu. Oprócz tradycyjnych odwiedzających kulturowych miasta goszczą mniej widocznych turystów – podróżujących służbowo, odwiedzających krewnych i znajomych, studentów międzynarodowych, turystów łączących pobyt z pracą, którzy są doświadczonymi międzynarodowymi użytkownikami miast, często z nimi dobrze zaznajomionymi. Natomiast mieszkańcy, często o krótkim stażu w danym mieście – pod wpływem własnych doświadczeń turystycznych oraz poszerzającej się oferty wolnego czasu – podlegają procesowi turystyfikacji życia w mieście, a więc zachowują się jak turyści (Judd, 2003; Maitland, 2010, 2013). Skutkiem tego jest trudność w rozróżnieniu przestrzeni wypoczynku od przestrzeni zawodowych, rekreacji od aktywności zawodowej oraz aktywności turystycznej od nieturystycznej (Maitland, Newman, 2009, s. 4). To zacieranie różnic ma dodatkowe konsekwencje w sferze badań i analiz turystyki w miastach – mianowicie czyni z i tak dostatecznie trudnego w pomiarze zjawiska misję wręcz niemożliwą.

Drugim ważnym zjawiskiem jest nieustanne poszerzanie oferty turystycznej, rekreacyjnej i kulturowej miast wynikające z globalnej presji konkurencyjnej. Budowa nowoczesnych muzeów, stadionów, centrów kongresowych i kulturalnych, parków rozrywki i obiektów handlowych, organizacja wielkich imprez, rewitalizacja całych kwartałów i dzielnic to tylko niektóre inicjatywy będące powszechnym narzędziem podniesienia atrakcyjności turystycznej miast. Dziembowska-Kowalska i Funck (2000) wskazują, że nagromadzenie wysokiej jakości walorów kulturowych i usług publicznych, pomimo że nie jest źródłem wysokich bezpośrednich zysków i dochodów w skali miasta, kreuje korzyści zewnętrzne w innych sektorach lokalnej gospodarki, a także wpływa na decyzje przedsiębiorstw dotyczących tego, gdzie inwestować, lub na decyzje wysoko wykwalifikowanych pracowników i kadr zarządzających dotyczące tego, gdzie mieszkać i pracować. W ten sposób turystyka wchodzi

w coraz silniejsze związki komplementarne z innymi funkcjami społeczno-gospodarczymi. W tej rywalizacji prym wiodą właśnie miasta globalne, bogate w tego typu obiekty i infrastrukturę, a dodatkowo mające największe możliwości finansowania wielkich inwestycji, co dzieje się kosztem mniejszych miast o statusie regionalnym i lokalnym. W ten sposób turystyka staje się częścią „maszyn rozrywki”, w jakie przekształcają się miasta (Clark, 2004). Przestrzeń turystyczna miast rozlewa się poza ich ścisłe centra, a nawet granice administracyjne, wobec czego tereny podmiejskie stają się częścią metropolitalnych regionów turystyczno-wypoczynkowych (Liszewski, 2005).

W koncepcji miast światowej turystyki turystyka poznawcza i wypoczynkowa stawiane są – co zrozumiałe – na pierwszym planie jako czynnik potencjału międzynarodowego funkcji turystycznej. Jednocześnie jednak silnie podkreśla się to, że siła ogólnogospodarcza oraz stopień usieciowienia miasta stanowią warunek konieczny umiędzynarodowienia jej funkcji turystycznej.

## **5.5. Podsumowanie**

---

Internacjonalizacja miast jest formą ich rozwoju gospodarczego polegającą na wchodzeniu w skomplikowaną sieć międzynarodowych powiązań, czego skutkiem jest wzrost ich znaczenia na arenie międzynarodowej (Komorowski, 2000; Szromnik, 2009). Każda z trzech omówionych w niniejszym rozdziale perspektyw badawczych pozwala zwrócić uwagę na inne aspekty internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta.

Mając na uwadze możliwości wykorzystania koncepcji internacjonalizacji przedsiębiorstw w analizie umiędzynarodowienia miast w zakresie funkcji turystycznej, należy przede wszystkim zwrócić uwagę na następujące kwestie:

- internacjonalizacja funkcji turystycznej dotyczy ogólnego otwarcia się na zagranicę, a więc intensyfikacji działalności z zagranicą, bez szczegółowego określania rodzaju obszarów i podmiotów, z którymi miasto powinno intensyfikować stosunki produkcyjne lub handlowe; wynika to z charakteru ruchu turystycznego skoncentrowanego w miastach, który – szczególnie w odniesieniu do turystyki czasu wolnego – nie jest generowany tylko przez inne ośrodki miejskie o podobnej randze i potencjale, ale także przez inne obszary. Miasta przyciągają zróżnicowany wachlarz odbiorców, którego struktura jest dodatkowo niemożliwa do rozpoznania zarówno przy wykorzystaniu obecnych technik statystyki publicznej, jak i specjalnych badań pierwotnych;
- internacjonalizacja może stanowić opcję strategiczną rozwoju funkcji turystycznej, zatem zawsze jest procesem zapoczątkowanym przez świadome decyzje osób z kierownictwa podmiotów odpowiedzialnych za jej rozwój, z czego wynikają różne teorie i koncepcje odnośnie do ich procesu;

- niespotykana w praktyce jest internacjonalizacja funkcji turystycznej miasta od początku powstania tej funkcji;
- internacjonalizacja jest wypadkową decyzji indywidualnych podmiotów oraz umiędzynarodowienia sieci, w ramach których wchodzą one ze sobą w relacje i krótkookresowe interakcje;
- możliwe jest wyodrębnienie lub wyznaczenie etapów (faz) ekspansji zagranicznej pod kątem zarządzania tym procesem (*ad hoc*) lub jego badania (*ex post*), jednak nie oznacza to, że następuje ona za każdym razem zgodnie z jednym wzorcem.

Ujęcie mezoekonomiczne pozwala na wzbogacenie koncepcji internacjonalizacji funkcji turystycznej o następujące wnioski:

- funkcja turystyczna odpowiada charakterystyce działalności ponadbranżowej działającej w warunkach globalnej konkurencji;
- funkcja turystyczna może być traktowana jako działalność gospodarcza stanowiąca rdzeń diamentu konkurencyjności miasta i regionu pozwalającego na tworzenie przewagi konkurencyjnej w wymiarze międzynarodowym, a więc wpływającą na umiędzynarodowienie miasta i regionu;
- z uwagi na naturalną zdolność do eksportu produktu turystycznego funkcja turystyczna charakteryzuje się wysokim potencjałem klastrowym, przy czym głównym efektem funkcjonowania jako klastr jest umożliwienie tworzenia zintegrowanych produktów turystycznych;
- podstawą budowania przewagi konkurencyjnej na rynku międzynarodowym jest kooperacja i tworzenie silnych powiązań międzypodmiotowych w ramach i pomiędzy sektorem publicznym, prywatnym i mieszanym, które prowadzą do uformowania silnej sieci współpracy w ramach funkcji turystycznej miasta.

Teoria internacjonalizacji miast pozwala na sformułowanie następujących wniosków dotyczących istoty umiędzynarodowienia funkcji turystycznej:

- funkcja turystyczna wpisana jest w proces internacjonalizacji miast i należy do obszarów działalności miasta ulegającej najszybszej i najsilniejszej internacjonalizacji, rzutującej na internacjonalizację innych funkcji miasta;
- internacjonalizacja jest odczuwana najsilniej i najgłębiej w miastach dużych i wielkich, mających rzeczywisty lub potencjalny charakter metropolitalny, a więc liczących ponad 500 tysięcy mieszkańców, a w przypadku potencjalnych metropolii – ponad 300 tysięcy mieszkańców;
- internacjonalizacja funkcji turystycznej jest pochodną jej rozwoju, czyli pojawia się i wynika na pewnym etapie jej rozwoju, w którym miasto osiąga potencjał międzynarodowy w zakresie turystyki;
- internacjonalizacja ma formę usieciowienia miasta, a więc dotyczy przede wszystkim intensyfikowania relacji i przepływów osób, usług, kapitału i wiedzy

zachodzących między miastami o podobnej randze i wielkości, zatem podstawowym jej warunkiem (czynnikiem) jest międzynarodowa dostępność komunikacyjna (transportowa i telekomunikacyjna);

- internacjonalizacja jest długotrwałym, całościowym i obiektywnym procesem, stanowiącym wypadkową działań wielu podmiotów tworzących lub kształtujących produkty turystyczne miasta, a nie wynikającym tylko z decyzji władz miasta lub organizacji odpowiedzialnych za rozwój turystyki w regionie;
- internacjonalizacja jest procesem angażującym bezpośrednio lub pośrednio wszystkie podmioty tworzące funkcję turystyczną;
- pomiar internacjonalizacji dotyczy przede wszystkim statusu międzynarodowego funkcji turystycznej;
- w zależności od statusu międzynarodowego funkcji turystycznej danego miasta można wyróżnić jej dodatnią, ujemną lub zbilansowaną internacjonalizację.

Na podstawie powyższych badań literaturowych można stwierdzić, że internacjonalizacja miast powinna być rozpatrywana w następujących wymiarach:

- jako zjawisko obiektywne, będące wypadkową skorelowanych ze sobą sił, stosunków i uwarunkowań, mających charakter egzogeniczny i stanowiących element otoczenia, oraz których władze miasta nie mogą bezpośrednio kontrolować, a ich jedyną reakcją może być próba adaptacji i jak najlepsze ich wykorzystanie; perspektywa miejska pozwala nazwać te procesy umiędzynarodowieniem biernym, wynikającym z otwartego charakteru funkcji turystycznej;
- jako opcja strategiczna, czyli możliwa do określenia i realizacji strategia lub cel rozwoju przyjęte przez instytucje odpowiedzialne za zarządzanie turystyką, do której można przyporządkować określone narzędzia realizacji; wymiar ten można nazwać internacjonalizacją czynną;
- jako stan, czyli stopień umiędzynarodowienia w danym momencie czasu lub jako proces mierzony zmianami umiędzynarodowienia w danym okresie czasu, przy czym oba wymiary są możliwe do zmierzenia.

Biorąc pod uwagę zarówno wnioski wynikające z rozważań przedstawionych w niniejszym rozdziale, jak i wyniki badania roli funkcji turystycznej w koncepcjach funkcjonalnych miasta przedstawionych w podrozdziale 4.11., istotna do rozpatrzenia wydaje się być kwestia, na ile miejskie zasoby, pozycja międzynarodowa oraz indywidualne powiązania z innymi ośrodkami wpływają na pozycję konkurencyjną względem innych miast, a na ile internacjonalizacja wywołuje proces integracji gospodarki miasta z globalną, transnarodową siecią wspólnej gospodarki miejskiej (por. Gordon, 1999). Siłę miasta wyznacza osiągnięcie jak najlepszej pozycji w sieci globalnych przepływów, które w odniesieniu do turystyki mają postać przepływów osób (odwiedzających), a także kapitału, pracowników oraz

informacji i wiedzy eksperckiej. Im bardziej zdywersyfikowana jest struktura funkcjonalno-przestrzenna miasta, tym bardziej zróżnicowana jest oferta produktów turystycznych oraz tym większe jest znaczenie procesów integracyjnych miasta w globalną sieć przepływów. Z drugiej strony pochodną specjalizacji gospodarczej miasta jest wąska oferta produktowa na rynku turystycznym (która dodatkowo może być wywołana jednorodnym bogactwem walorów kulturowych lub – w mniejszym zakresie – specjalistycznych, jak infrastruktura sportowa lub biznesowa), zatem w tym przypadku większe znaczenie w ekspansji międzynarodowej ma wzmacnianie pozycji konkurencyjnej.

Mimo że na rynku turystycznym miasta funkcjonują tradycyjnie jednocześnie jako miejsca docelowe ruchu turystycznego oraz „bramy regionalne”, stanowiąc ośrodki rozrządowe regionalnego i lokalnego ruchu turystycznego, to postępująca integracja z globalną siecią miast systematycznie odrywa je od regionalnych systemów gospodarczych i sprawia, że stają się one autonomicznymi metropolitalnymi regionami turystycznymi. Im większe i bardziej zinternacjonalizowane miasto, tym skuteczniej i intensywniej połączone jest z innymi miastami niż ze swoim regionalnym zapleczem. Ten fakt wpływa na rolę i oddziaływanie turystyki miejskiej na gospodarkę tych miast, które pełnią funkcję najważniejszych ośrodków skupiających międzynarodowy ruch turystyczny, jednak ich podstawą funkcjonowania i rozwoju nie jest turystyka. Skoro miasta w coraz większym stopniu funkcjonują w oderwaniu od swojego zaplecza, to także ich potencjał rozrządowy w odniesieniu do ruchu turystycznego jest wykorzystywany w coraz mniejszym stopniu. Ten paradoks zauważają Ashworth i Page (2011, s. 4), którzy stwierdzają, że stanowi on znaczące wyzwanie w regionalnej polityce turystycznej, której jednym z podstawowych celów jest redystrybucja ruchu turystycznego i korzyści z nim związanych z ośrodków centralnych na obszary położone wokół nich, a nawet w dalszej odległości, a więc wykorzystanie turystyki jako narzędzia rozwoju regionalnego, a nie tylko miejskiego. To wymaga silnej współpracy między władzami miejskimi i miejskimi organizacjami turystycznymi – które w zależności od etapu cyklu życia funkcji turystycznej oraz innych uwarunkowań jej rozwoju nie muszą być zainteresowane „wyprowadzaniem” korzyści płynących z turystyki poza granice miast lub metropolii – a ich odpowiednikami na szczeblu regionalnym. Brak współpracy stanowi poważne osłabienie oddziaływania naturalnej roli turystyki w regionach. Niezależnie od tego cechą miast światowych jest przestrzenna koncentracja ruchu i popytu turystycznego oraz internacjonalizacja przepływów turystycznych mających charakter bardziej horyzontalny (międzymiejski) niż pionowy (w kierunku ośrodków i obszarów o niższej randze).

Zarówno analiza roli funkcji turystycznej w koncepcjach funkcjonalnych miasta, dokonana w poprzednim rozdziale, jak i rozważania na temat genezy internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz charakterystyka miast światowej turystyki, przedstawione w niniejszym

rozdziale, pozwalają na sformułowanie istotnych wniosków odnośnie do natury internacjonalizacji funkcji turystycznej w dużych miastach.

Pierwszym, najbardziej ogólnym, a jednocześnie mającym fundamentalne znaczenie dla dalszych badań wnioskiem jest stwierdzenie, że w odniesieniu do dużych miast nie jest zasadne – a także możliwe – wyodrębnienie funkcji turystycznej oraz jej międzynarodowego potencjału od jej kontekstu, w którym się rozwija, czyli całej struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta. Internacjonalizacja funkcji turystycznej, pozostając w relacji z innymi funkcjami miasta, nie może być badana i interpretowana wyłącznie w odniesieniu do cech i zjawisk charakteryzujących ją samą.

Ponadto proces umiędzynarodowienia funkcji turystycznej dokonuje się w różny sposób i zależny jest od innych mechanizmów w odniesieniu do jej dwóch podstawowych rodzajów, tj. turystyki biznesowej oraz turystyki czasu wolnego, na którą składa się turystyka poznawcza i wypoczynkowa.

Turystyka biznesowa stanowi działalność pochodną w stosunku do rozwoju innych funkcji miejskich, w tym funkcjonowania w mieście korporacji transnarodowych oraz przedsiębiorstw świadczących wyspecjalizowane i wysoko zaawansowane usługi dla firm. Jest ona więc skutkiem siły i internacjonalizacji całej gospodarki miasta. Wraz z postępowaniem technologicznym i internacjonalizacją wzrasta wielkość międzynarodowego rynku podróży służbowych, liczba obiektów hotelowych oraz liczba międzynarodowych spotkań i wydarzeń. Ponadto w ramach funkcji turystycznej uwidaczniają się procesy usieciowienia zgodnego z modelem wszczepionej sieci (Taylor, 2009). Powiązania sieciowe realizowane są przez transnarodowe łańcuchy hotelowe, funkcjonujące głównie w segmencie turystyki biznesowej (por. Sidorkiewicz, Pawlicz, 2015; Włodarczyk, 2003), sieci restauracyjne oraz wynajmu samochodów. Z tego względu konkurencja między miastami nie jest odczuwana w dużym stopniu. Popyt osób podróżujących służbowo na usługi typowo turystyczne ma charakter pochodny, czyli jest wykonywany w związku z realizacją potrzeb i obowiązków niezwiązanych z turystyką (Davidson, Cope, 2003). Dlatego źródła internacjonalizacji tej sfery funkcji turystycznej są bardzo zróżnicowane i rozproszone, ponieważ wynikają z kluczowych zasobów dla działalności, które tworzą gospodarkę turystyczną w wymiarze zarówno lokalnym, jak i globalnym.

W sferze turystyki poznawczej i wypoczynkowej na ogół nie występują bezpośrednie sieciowe powiązania między miastami. Wykazują je jedynie globalne sieci barów gastronomicznych oraz handlowe, a także podmiejskie parki rozrywki (np. Disneyland, Legoland). W tym wymiarze miasta przede wszystkim konkurują ze sobą o turystów, bezpośrednie inwestycje zagraniczne i zainteresowanie turoperatorów. Konkurencja ta oparta jest o posiadane zasoby, czyli unikalne i rozpoznawalne atrakcje oraz wynikającą z nich specjalizację. Skoro działalność miast zachodzi coraz częściej ponad szczeblem narodowym,

to głównym narzędziem konkurencji jest koncepcja unikalnej propozycji sprzedaży (Kotler, Keller, 2012; Reeves, 1961). Jest to zgodne z zasadą ogólnej teorii systemów (Bertalanffy, 1984), według której dopiero świadomość tworzenia systemu wyższego rzędu powoduje, że konkurencja przeradza się we współzależność i współpracę, a to na rynku turystyki wypoczynkowej w odniesieniu do miast nie występuje.

Na rynku turystyki wypoczynkowej miasta konkurują także z innymi typami regionów (Kruczek, Zmysłony, 2010). Sassen (2006, s. 54) wskazuje, że regiony turystyczne, obok miast i stref produkcji przemysłowej, stają się nowymi biegunami wzrostu, w których obserwuje się rozwój globalnych procesów gospodarczych. Ośrodki i kurorty nadmorskie oraz górskie to konkurenci, którzy przyciągają mieszkańców miast pragnących podczas aktywności realizowanych w czasie wolnym zmienić otoczenie miejskie na mniej przekształcone, co jest zgodne z teorią ośrodków peryferyjnych Christallera (1963). Różnorodność motywów, wynikająca z różnorodności zasobów i skorelowana bezpośrednio z wielofunkcyjnością miast, jest główną cechą i jednocześnie przewagą konkurencyjną miast nad obszarami nadmorskimi, górkimi lub wiejskimi, których oferta opiera się w głównej mierze na monofunkcyjności (Kachniewska, Nawrocka, Niezgoda, Pawlicz, 2012, s. 215–222).

O ile w sferze turystyki biznesowej jej internacjonalizacja jest pochodną siły ogólnogospodarczej oraz stopnia ponadnarodowego usieciowienia miasta, to obiekty i instytucje funkcjonujące w sferze turystyki poznawczej i wypoczynkowej pełnią funkcję tzw. podstawowych dóbr turystycznych (Wodejko, 1998) i dlatego należy je uznać za istotny czynnik umiędzynarodowienia miasta. W tym kontekście funkcja turystyczna rozpatrywana jest w kategoriach atrakcyjności turystycznej miasta (Szmatuła, Zmysłony, 2013) i ma istotny wpływ na jego wizerunek oraz pozycję konkurencyjną w aspekcie międzynarodowym. Można więc stwierdzić, że funkcja turystyczna traktowana tylko w wymiarze turystyki poznawczej i wypoczynkowej stanowi czynnik internacjonalizacji miast.





## **6. TRIADA INTERNACJONALIZACJI FUNKCJI TURYSTYCZNEJ MIASTA – METODYKA BADAŃ**

---

Z lektury poprzednich rozdziałów wynika, że istoty oraz znaczenia internacjonalizacji funkcji turystycznej należy szukać nie tyle w samym procesie tworzenia się jej międzynarodowego potencjału tkwiącego w poszczególnych zjawiskach oraz procesach składających się na tę funkcję (których pomiaru można dokonać za pomocą wybranych mierników przedstawionych w rozdziale 3), ale w relacji między jej bezpośrednim umiędzynarodawianiem a umiędzynarodawianiem całej gospodarki miasta. Ten wniosek jest nie tylko wynikiem rozpoznania roli funkcji turystycznej w koncepcjach funkcjonalnych miasta, ale przede wszystkim stanowi konsekwencję podejścia funkcjonalnego stosowanego w pracy oraz wynikającego z tego podejścia relacyjnego rozumienia istoty funkcji.

Biorąc to pod uwagę, błędem byłoby badać internacjonalizację turystyki, skupiając się tylko na niej samej, abstrahując przy tym od wzajemnego wpływu miasta jako całości i jego „turystycznego” komponentu. W tym przypadku konieczna jest identyfikacja i wyjaśnienie procesu internacjonalizacji miasta w zakresie funkcji turystycznej.

Warto jednak dodać, że internacjonalizacja funkcji turystycznej miast oraz jej relacje z umiędzynarodawianiem pozostałych funkcji miejskich stanowią złożoną i dotąd niedostatecznie rozpoznaną problematykę. Na tę złożoność wpływ mają: skomplikowana natura miasta, jego rozległa struktura funkcjonalno-przestrzenna oraz kompleksowa i interdyscyplinarna natura funkcji turystycznej. Pomiar potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej wymaga przeprowadzenia dalszych badań eksploracyjnych. Dopiero dzięki nim możliwe będzie rozpoznanie struktury i wyodrębnienie najbardziej istotnych czynników potencjału międzynarodowego miasta w zakresie jego funkcji turystycznej. W tym celu zostanie wykorzystany schemat badawczy nazwany triadą internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta. W niniejszym rozdziale przedstawiono ogólną koncepcję oraz metodykę badań opartych na tym schemacie, a także scharakteryzowano wykorzystane źródła danych.

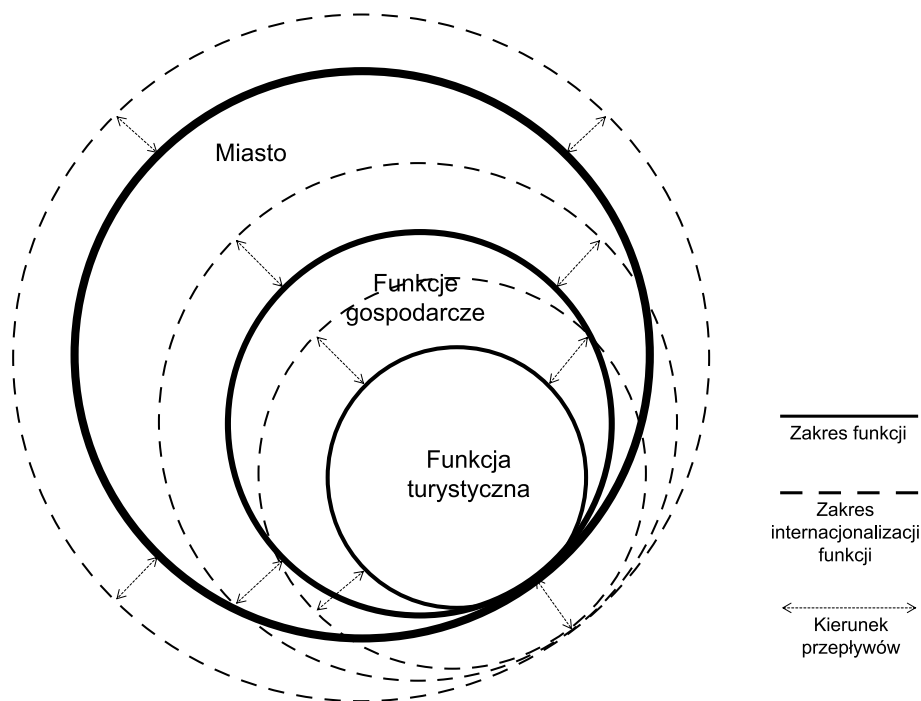
### **6.1. Podstawa koncepcyjna badań**

---

Badanie nad stanem i strukturą potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej wypełnia znamiona badań eksploracyjnych. Problem badawczy sformułowany na tym etapie projektu brzmi następująco: jaka jest struktura internacjonalizacji miasta oraz jaki jest wzajemny związek między umiędzynarodowieniem funkcji turystycznej miasta

a internacjonalizacją jego całego systemu gospodarczego? Rozwiązanie problemu wymaga odpowiedzi na kolejne pytania mające charakter wspomagający: w jaki sposób mierzyć internacjonalizację funkcji turystycznej miast?; jakie są najbardziej istotne czynniki i mechanizmy umiędzynaradawiania funkcji turystycznej miast?, a także które miasta w Polsce posiadają najsilniejszy potencjał międzynarodowy w zakresie funkcji turystycznej?

Biorąc pod uwagę badania literaturowe przedstawione w poprzednich rozdziałach, można zarysować ogólny schemat poglądowy przedmiotowego zakresu badania (rysunek 15).



Rys. 15. Relacja internacjonalizacji funkcji turystycznej jako funkcji gospodarczej miasta – schemat poglądowy  
Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie rozważań dotyczących ujęć funkcji turystycznej (rozdział 3) zdecydowano, że będzie ona rozpatrywana w trzech ujęciach: jako relacji (ujęcie podstawowe) oraz jako cechy miasta oraz działalności społeczno-gospodarczej (ujęcia uzupełniające). Z uwagi na to, że rozważania prezentowane w niniejszej książce mają charakter ekonomiczny, należy przyjąć na bazie uzupełniającego ujęcia funkcji, że badania dotyczą funkcji turystycznej jako funkcji gospodarczej miasta, co wyklucza inne aspekty jej oddziaływania (społeczny, polityczny, kulturowy itp.). Procesy internacjonalizacyjne zachodzą na wszystkich szczeblach oddziaływania funkcji oraz miasta (zobrazowane linią przerywaną), przy czym w badaniu ich istoty kluczowe jest posługiwanie się ujęciem relacyjnym. Internacjonalizacja jest zjawiskiem egzogenicznym, a więc skierowanym na zewnątrz danego poziomu funkcjonalnego.

Na rysunku widoczne są zakresy wpływu internacjonalizacji funkcji turystycznej – obejmuje ona nie tylko samą funkcję turystyczną, ale także pozostałe funkcje gospodarcze, miasto, a także otoczenie miasta, z czego wynika wpływ internacjonalizacji funkcji turystycznej na relacje danego miasta z innymi ośrodkami. Z lektury poprzednich rozdziałów wynika, że wpływ ten we wszystkich obszarach jest wzajemny – umiędzynarodawianie innych funkcji gospodarczych wpływa na internacjonalizację funkcji turystycznej, a ten sam proces można obserwować w stosunku do internacjonalizacji całego miasta.

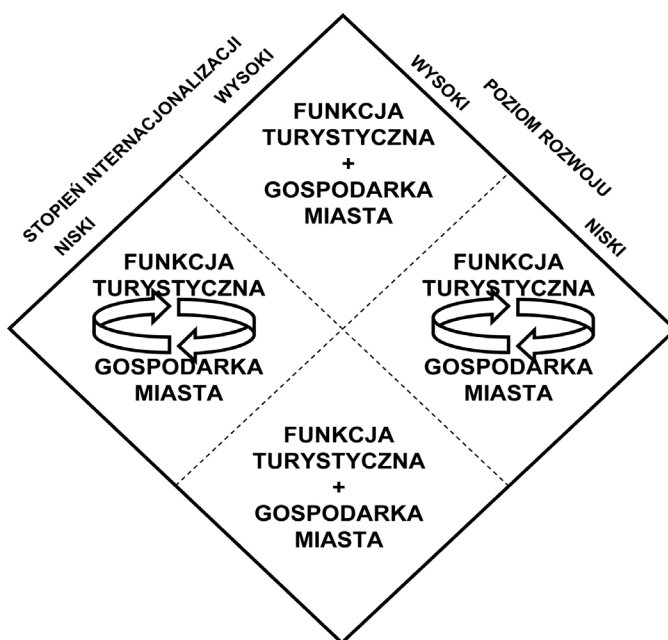
Analiza literatury dotyczącej funkcji turystycznej miast oraz jej internacjonalizacji oraz koncepcji miejskich, przedstawiona w poprzednich rozdziałach, pozwala na konceptualizację badań empirycznych.

Po pierwsze krytyczna analiza literatury przedmiotu potwierdziła sformułowaną we wstępie hipotezę, że umiędzynarodowienie funkcji turystycznej miast jest równocześnie pochodną umiędzynarodowienia ich całych gospodarek, a więc umiędzynarodowienia innych funkcji miejskich, ale dokonuje się też w pewnym stopniu w sposób niezależny od otwierania się na zagranicę całego miasta, zgodnie z mechanizmem umiędzynarodawiania branży. Umiędzynarodawianie funkcji turystycznej oraz pozostałych funkcji miejskich zachodzi zatem równolegle, jednak zjawiska te nie muszą charakteryzować się tym samym tempem i charakterystyką. Relacja zachodząca między nimi wynika ze wzajemnych powiązań między czynnikami obu potencjałów.

Wzajemne relacje między dwoma międzynarodowymi potencjałami mogą skutkować trzema ogólnymi etapami procesu umiędzynarodawiania, z których środkowy charakteryzuje się dwoma scenariuszami. W pierwszym etapie gospodarka miasta oraz jego funkcja turystyczna mają lokalny charakter, zatem nie można mówić o jakimkolwiek umiędzynarodawianiu. W drugim etapie internacjonalizacja może postępować dwutorowo. W pierwszym przypadku funkcja turystyczna może funkcjonować w warunkach wzrastającego umiędzynarodawiania miasta, sama charakteryzując się niskim stopniem umiędzynarodowienia. Wtedy internacjonalizacja turystyki, niezależnie od jej natężenia, ma charakter wtórny, zachodzi zatem proces jej umiędzynarodawiania poprzez otwieranie się na zagranicę innych funkcji miasta. W drugim przypadku internacjonalizacja funkcji turystycznej może postępować w warunkach lokalnego charakteru innych funkcji miejskich, a więc nie przyczyniając się do umiędzynarodawiania całego miasta. Takie zjawisko może zachodzić przede wszystkim w mniejszych lub średnich ośrodkach. W dużych miastach może natomiast występować sytuacja, w której turystyka umiędzynarodawia się szybciej oraz silniej od pozostałych funkcji miasta, stając się wiodącym czynnikiem jego internacjonalizacji. Jak już stwierdzono, z reguły jednak obie ścieżki zachodzą równolegle. Trzecim, ostatnim etapem umiędzynarodowienia charakteryzuje się opcja, w której notuje się wysokie poziomy internacjonalizacji zarówno w sferze turystyki, jak i w odniesieniu do całego miasta.

Po drugie internacjonalizacja funkcji turystycznej jest pochodną ogólnego rozwoju funkcji turystycznej. Relację między poziomem rozwoju funkcji turystycznej i miasta a stopniem ich internacjonalizacji przedstawiono na rysunku 16. Na jego podstawie można określić cztery możliwe przypadki:

- wysoki stopień internacjonalizacji i wysoki poziom rozwoju, który może występować zarówno w odniesieniu do funkcji turystycznej, jak i całej gospodarki miasta (górna ćwiartka);
- niski stopień internacjonalizacji przy niskim stopniu rozwoju, co dotyczy zarówno funkcji turystycznej, jak i całej gospodarki miasta (dolna ćwiartka); przypadek ten nie dotyczy jednak z założenia wielkich miast, których dotyczy praca, albowiem one charakteryzują się relatywnie wysokim poziomem rozwoju;
- niski stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej przy wysokim stopniu rozwoju miasta lub wysoki poziom rozwoju funkcji turystycznej przy niskim stopniu internacjonalizacji miasta (lewa ćwiartka) – w obu przypadkach dominuje krajowy charakter funkcji turystycznej;
- wysoki stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej przy niskim stopniu rozwoju miasta lub niski poziom rozwoju funkcji turystycznej przy wysokim stopniu internacjonalizacji miasta (prawa ćwiartka) – w obu przypadkach międzynarodowy rozwój funkcji turystycznej odbiega od poziomu potencjalnego, innymi słowy napotyka bariery rozwojowe.



Rys. 16. Stopień rozwoju a stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej i miasta  
Źródło: Opracowanie własne.

Podsumowując, można stwierdzić, że internacjonalizacja miasta w zakresie jego funkcji turystycznej (inaczej mówiąc – gospodarce turystycznej) jest bezpośrednio pochodną rozwoju funkcji turystycznej i wzrostu udziału jej egzogenicznej („zagranicznej”) części w tym rozwoju. Dodatkowo pośrednio wpływ na nią ma rozwój całej gospodarki miejskiej oraz stopień internacjonalizacji innych funkcji gospodarczych miasta.

Na podstawie powyższych rozważań skonstruowano ogólny schemat koncepcyjny badań, nazwany modelem **triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta**. Tworzą go następujące składowe (rysunek 17):

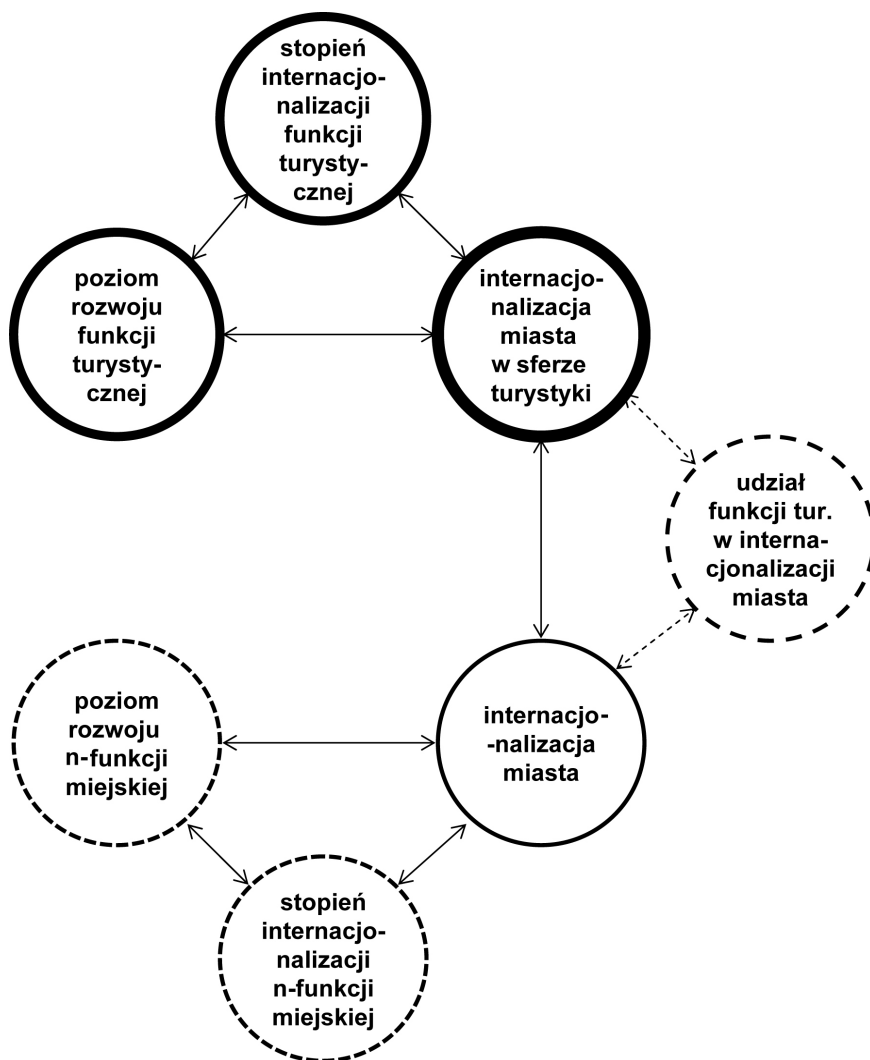
- poziom rozwoju funkcji turystycznej;
- stopień umiędzynarodowienia funkcji turystycznej, mierzony jako zagraniczna część funkcji turystycznej (udział elementów międzynarodowych w miejskiej gospodarce turystycznej);
- internacjonalizacja miasta w zakresie jego funkcji turystycznej, mierzona jako zagraniczna część funkcji turystycznej w ogólnym poziomie rozwoju miasta, będąca pochodną dwóch pierwszych składowych.

Traktując wielkomiejską gospodarkę turystyczną jako integralną funkcję miasta, kwintesencją jej internacjonalizacji jest trzecia wyróżniona składowa – internacjonalizacja miasta w zakresie funkcji turystycznej. Stanowi ona wynik oddziaływania dwóch pierwszych składowych, które są sferami czynników w stosunku do niej. Dlatego też stanowi ona centralną składową triady zaznaczonej na rysunku pogrubionymi polami<sup>1</sup>. Składowa ta stanowi łącznik z procesami umiędzynarodawiania pozostałych funkcji miasta, co także zostało zaznaczone na rysunku. Proces ten obrazuje obszar internacjonalizacji miasta będący wynikiem – analogicznie do internacjonalizacji zachodzącej w sferze turystyki – wypadkowej rozwoju poszczególnych funkcji oraz stopniem ich internacjonalizacji. Można zatem stwierdzić, że dolna część rysunku obrazuje ogólną triadę internacjonalizacji miasta, będącą sumą triad internacjonalizacji n-funkcji miejskich. Triada internacjonalizacji pełni w badaniach funkcję koncepcyjną, a nie realną, co oznacza, że nie będzie podlegała szczegółowemu pomiarowi. Zakładany jest dwustronny związek przyczynowo-skutkowy między funkcją turystyczną a pozostałymi sferami funkcyjnymi miasta.

Relacja między dwoma centralnymi składowymi – internacjonalizacją miasta w sferze turystyki oraz internacjonalizacją miasta – odpowiada udziałowi funkcji turystycznej w internacjonalizacji całej gospodarki miejskiej. Ten schemat należy uznać jako podstawę do dalszej operacjonalizacji procesu badawczego oraz sposobu wnioskowania na podstawie uzyskanych wyników.

---

<sup>1</sup> Rola tej składowej jest na tyle istotna i wynikająca z dotychczasowych rozważań, że nazwa prezentowanego schematu koncepcyjnego powinna brzmieć „Triada internacjonalizacji miasta w sferze turystyki”. Nie zdecydowano się jednak na nią, ponieważ w tym przypadku nazwa schematu (triady) pokrywałaby się z nazwą jej jednej składowej, co rozdziłoby zamęt terminologiczny w i tak skomplikowanym układzie pojęciowym.



Rys. 17. Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta

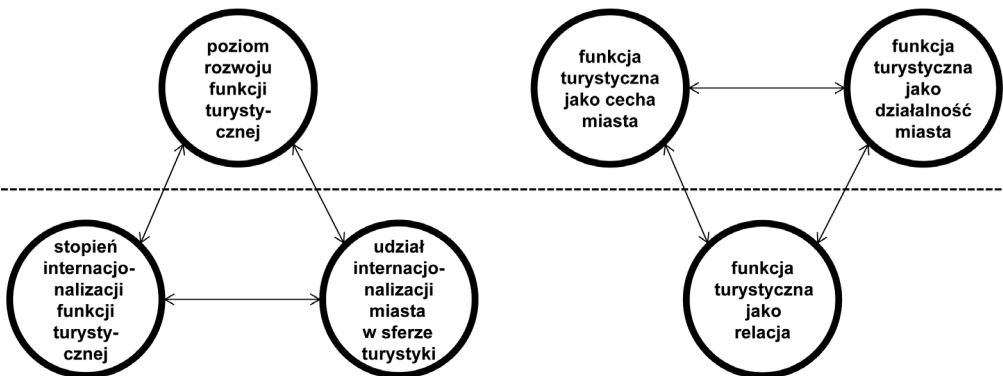
Źródło: Opracowanie własne.

Elementy przedstawione na rysunku 17 pozostają we wzajemnym wpływie, a jego natężenie i kierunek należy zbadać, aby poznać strukturę internacjonalizacji.

Te elementy modelu, które podlegać będą pomiarowi, a następnie analizie, zaznaczono na rysunku 17, obrazującym triadę internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, linią ciągłą, a linią pogrubioną zaznaczono zasadniczy zakres przedmiotowy badań. Z uwagi na temat niniejszej książki jest nim funkcja turystyczna rozumiana jako cecha miasta, działalność miasta oraz jako relacja (patrz rozdział 3), natomiast pomiar będzie dotyczył stanu umiędzynarodowienia (a nie umiędzynarodowiania – patrz rozdział 5.1.) miasta w zakresie jego funkcji turystycznej. To założenie niesie za sobą istotne dla przebiegu badania

ograniczenie, która zawiera się w odstąpieniu od szczegółowego badania całej struktury funkcjonalnej miasta (a więc poszczególnych funkcji miejskich innych niż turystyczna) w kontekście jego umiędzynarodowienia. Zamiast tego internacjonalizacja miasta jest mierzona w sposób całościowy, jako wyodrębniona sfera mająca wpływ na internacjonalizację funkcji turystycznej. Efektem tego jest jej uogólniona analiza zbudowana na podstawie kilku cech i mająca charakter uzupełniający w stosunku do zasadniczego przedmiotu badań. Powodem tego ograniczenia są względy merytoryczne oraz praktyczne. Pomiar całej struktury funkcjonalnej miasta jest o wiele szerszy niż badanie samej funkcji turystycznej. Ponadto umiędzynarodowienie każdej funkcji budującej strukturę miasta charakteryzuje się odmienną specyfiką oraz podlega innym uwarunkowaniom, a ich rozpoznanie teoretyczne wykracza poza zakres merytoryczny badań. Dlatego też zaznaczono je na rysunku linią przerywaną. Dokładny pomiar internacjonalizacji całej gospodarki doprowadziłby do sytuacji, w której element mający pełnić funkcję poboczną przekroczyłby wielokrotnie rdzeń przedmiotowy badania. Dlatego postanowiono skupić się na badaniu relacji między internacjonalizacją funkcji turystycznej a umiędzynarodowieniem miasta, charakteryzując ten szerszy proces ogólnymi miernikami.

Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta jest zbieżna z ujęciami funkcji turystycznej analizowanymi w rozdziale 3. Ogólny poziom rozwoju funkcji turystycznej odpowiada jej postrzeganiu jako cechy miasta oraz działalności miasta, natomiast stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz udział internacjonalizacji miasta w sferze turystyki odpowiadają jej dualnemu ujęciu relacyjnemu (rysunek 18). Zakres tych zbieżności jest istotny ze względu na konieczność kwantyfikacji zjawiska.



Rys. 18. Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej a ujęcia funkcji turystycznej

Źródło: Opracowanie własne.

Pomiar stanu i struktury internacjonalizacji następuje poprzez wypełnienie wyodrębnionej triady miernikami umiędzynarodowienia. Ich identyfikacja będzie odrębna dla

każdego etapu badawczego. Z kolei forma mierników zależy od przyjętej techniki pomiaru internacjonalizacji.

### **Techniki pomiaru internacjonalizacji funkcji turystycznej**

Ogólnie rzecz biorąc, istnieją trzy podstawowe techniki pomiaru stopnia internacjonalizacji miast (Hall, 2001). Dobór jednej z nich zależy od jakości i formy dostępnych danych źródłowych opisujących poszczególne cechy tworzące obraz zjawiska. Pierwsza, najbardziej rozpowszechniona, oparta jest na pomiarze cech (atrybutów) miasta świadczących o jego międzynarodowym (a więc także światowym i globalnym) znaczeniu. Stosują je czołowi badacze problematyki miejskiej (Cattan, 1995; Friedmann, 1986; Fry, Radebaugh, Soldatos, 1989; Komorowski, 2000; Sassen, 2001, 2006; Short, Kim, 1999) oraz instytuty badawcze (A.T. Kearney, 2012; EIU, 2012; McKinsey Global Institute, 2011; The Mori Memorial Foundation, 2013). Polega ona na wymiernym określeniu stopnia natężenia cech i zjawisk świadczących o otwartości miasta na zagranicę lub jego globalnym oddziaływaniu, a więc, innymi słowy, obecności elementów zagranicznych w mieście. Takimi przykładowymi cechami są: liczba głównych centrali bankowych, wartość przedsiębiorstw notowanych na giełdach zlokalizowanych w mieście, liczba turystów zagranicznych lub udzielonych im noclegów, liczba hoteli należących do międzynarodowych systemów hotelowych, liczba wystaw zagranicznych w galeriach sztuki, liczba pasażerów obsługiwanych na lotniskach. Podejściu towarzyszy założenie, że ogólna otwartość miasta określona przez wyodrębnione atrybuty przekłada się na intensywność relacji danego miasta jako indywidualnego ośrodka z innymi ośrodkami miejskimi, zgodnie z założeniami istoty internacjonalizacji. W znacznej mierze to uproszczenie ma techniczną przyczynę – statystyka w o wiele większym zakresie skupiona jest właśnie na pomiarze atrybutów, dlatego pomiar internacjonalizacji dokonany w ten sposób sprowadza się nie do mierzenia samego umiędzynarodawiania, czyli procesu internacjonalizacji, ale do określenia potencjału międzynarodowego miasta lub efektów internacjonalizacji – wzroście znaczenia miasta na arenie międzynarodowej. Jego zaletą jest jednak relatywnie szerokie ujęcie zjawiska, obejmujące nie tylko sam proces, ale także jego uwarunkowania oraz skutki.

Druga technika, bardziej skomplikowana, polega na bezpośrednim odwołaniu się do natury internacjonalizacji jako wnikanii miasta w sieć powiązań z innymi miastami oraz założeniach teorii miast globalnych (Sassen, 2001) i teorii przepływów centralnych (Taylor, Hoyler, Verbruggen, 2010). Pomiarowi podlegają zatem nie ogólne otwarcie miasta na zagranicę, ale wzajemne relacje między miastami, ponieważ to one tworzą strukturę sieci, w której miasta stanowią węzły przepływu zasobów materialnych, niematerialnych i ludzkich. W tym relacyjnym, czyli procesowym ujęciu, każdy pomiar dotyczy powiązania między dwoma konkretnymi miastami, a nie wielkości zjawiska w jednym mieście.



Podejście to jest bardziej zaawansowane od techniki atrybutowej. W związku z tym, że nie istnieją bezpośrednie miary relacji, należy wybrać mierniki świadczące o ich występowaniu, najczęściej w formie przepływów. Ponadto z powodu ograniczoności (w większości przypadków w stopniu zbliżonym do zupełnego braku) publikowanych źródeł wtórnych w formie nadającej się do wykorzystania należy dokonać ich przetworzenia lub przeprowadzić badania pierwotne.

Metodę mierzenia relacji stosuje Sieć Badawcza nad Globalizacją i Miastami Światowymi<sup>2</sup> w ramach cyklicznego projektu badania stopnia usieciowienia miast, udokumentowanego kolejnymi publikacjami uznanego w świecie rankingu miast światowych z tendencjami hierarchicznymi (GaWC, 2005, 2010, 2011, 2014). Badacze wykorzystują źródła pierwotne. Punktem wyjścia do badań jest założenie teorii miast globalnych o roli nagromadzenia transnarodowych firm świadczących zaawansowane usługi dla biznesu jako czynnika sieciotwórczego. Identyfikacja takich firm pozwala na wyznaczenie globalnej sieci lokalizacji oddziałów według ich znaczenia mierzonego metodą punktową na podstawie badań bezpośrednich. Usieciowienie danego miasta, świadczące o stopniu jego integracji z globalną siecią, jest całkowitą sumą jego wartości usługowej ocenianej przez poszczególne firmy w relacji do wszystkich miast w sieci (Taylor, Aranya, 2008; Taylor, Catalano, Walker, 2002; Taylor, 2012)<sup>3</sup>. Innym sposobem pomiaru relacji jest śledzenie migracji pracowników najwyższego szczebla między danymi miastami (z wykorzystaniem źródeł pierwotnych) oraz analiza treści czasopism ekonomicznych (Beaverstock, Smith, Taylor, Walker, Lorimer, 2000). Pomiar relacji między miastami na podstawie źródeł wtórnych możliwy jest także w sferze dostępności transportowej oraz telekomunikacyjnej. Badaniu podlegają w tym przypadku liczba połączeń lotniczych, kolejowych i promowych lub zrealizowanych połączeń telefonicznych, przepływu kapitału lub towarów (za pośrednictwem firm kurierskich) między poszczególnymi miastami. Wysiłek czasowy i organizacyjny potrzebny do przeprowadzenia pomiaru oraz wąski zakres zjawiska, który jest możliwy do zmierzenia za pomocą tej techniki, jest największą jej wadą. Po stronie zalet należy zapisać modelowy charakter, wynikający z relatywnie wiernego oddania natury zjawiska internacjonalizacji.

---

<sup>2</sup> Globalization and World Cities Research Network, sieć badawcza stworzona na Wydziale Geografii Uniwersytetu w Loughborough przez wybitnych badaczy problematyki rozwoju miast (jej honorowymi założycielami są Manuel Castells, John Friedmann, Peter Hall, Saskia Sassen i Nigel Thrift) i kierowana przez Petera Taylora, stanowi obecnie wirtualną globalną przestrzeń wymiany myśli i prowadzenia badań naukowych nad internacjonalizacją miast (za: <http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html>, data pobrania: 12.03.2014 r.).

<sup>3</sup> Wyjaśnienie techniczne metody: jeśli dana firma uznała (nie ma bowiem innej możliwości pomiaru ze względu na różnice w strategiach rozwojowych i strukturze organizacyjnej badanych firm), że w mieście A ich oddział ma średnie znaczenie (ocena 2), a w mieście B wiodące (ocena 5), to indywidualna wartość usługowa miasta A w relacji do miasta B wynosi 2/5, a miasta B 5/2. Taka sama ocena następuje dla relacji miasta A z miastem C w ocenie tej samej firmy. Porównanie wszystkich relacji daje sumę wartości usługowej danego miasta w stosunku do wszystkich miast z punktu widzenia danej firmy. Ten przebieg postępowania powtarzany jest dla wszystkich firm mających oddziały w danym mieście. Suma daje globalny wynik.

Trzecią techniką, najbardziej uproszczoną i syntetyczną, stosowaną w warunkach niedoboru materiału źródłowego, jest metoda rangowa (Stabryła, 2000). Wykorzystywana ona jest wtedy, kiedy niemożliwe jest uzyskanie informacji źródłowych na temat zjawiska w formie danych podstawowych opisujących jego poszczególne cechy, za to dostępne są wtórne informacje o charakterze zbiorczym w formie rankingów i zestawień porównawczych, a więc z założenia relatywne. Zaletami takiego materiału źródłowego są szeroki zakres przedmiotowy i powiązana z nim wielokryterialność oraz możliwość szybkiego wykorzystania bez konieczności ich przetwarzania, dzięki czemu nie jest kosztowna, natomiast wadami – uproszczenie danych wynikające z ich dużej syntezy oraz utraty informacji na temat różnic między miastami względem wartości danej cechy (które w konkretnych przypadkach mogą być znaczące, czego nie wskaże różnica w pozycjach rankingowych), zachowując informację o relacjach zachodzących między nimi. Nie daje ona także możliwości poznania struktury badanego zjawiska, a jedynie jego natężenie.

W sensie operacyjnym, w przypadku gdy badacz dysponuje zbiorczą listą wartości danej cechy, metoda rangowa polega na zastąpieniu wartości każdej cechy jej pozycją (rangą) na uporządkowanej malejąco liście wszystkich wartości tej cechy, mającej postać kolejnych miast. W przypadku gdy dostępne są tylko listy rankingowe, możliwe jest przyznanie punktów poszczególnym miastom odpowiednio do pozycji zajmowanych w każdym zestawieniu pozycji (zgodnie z zasadą im wyższe miejsce, tym większa liczba przyznanego punktu), a następnie obliczenie rangi sumarycznej, czyli zsumowanie wyniku dla wszystkich zestawień, co pozwala stworzyć syntetyczną listę rankingową. Metodę tę zastosował m.in. Florida (2011) w ramach analizy obecności miast w najważniejszych jego zdaniem światowych rankingach, nazywając ją badaniem badań (*a survey of the surveys*).

Przeprowadzając pomiar i analizę struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast, wykorzystano technikę atrybutową. Decyzja ta jest podyktowana względami merytorycznymi oraz technicznymi. Względy merytoryczne są dwa. Po pierwsze internacjonalizacja funkcji turystycznej miast nie ma wyłącznie formy usieciowienia międzymiejskiego, można ją scharakteryzować także jako ogólne otwarcie się na zagranicę. Po drugie funkcja turystyczna jest rozdrobniona podmiotowo, nie tworzą jej wyłącznie duże podmioty działające w ramach międzynarodowych sieci korporacyjnych. Zastosowanie metody relacyjnej ograniczyłoby zatem przedmiot badania. Heterogeniczność turystyki sprawia, że konieczne jest wykorzystanie mierników dotyczących jak najszerzego zakresu jej funkcjonowania, co możliwe jest tylko w przypadku zastosowania techniki atrybutowej.

Do przyczyn technicznych należy przede wszystkim zakres możliwych do pozyskania źródeł. Znając niedostatek statystyki publicznej w odniesieniu do ogólnego zakresu turystyki na szczeblu lokalnym, trudno byłoby oczekiwać, aby możliwe było pozyskanie

wiarygodnych danych dotyczących tak wąskiego wycinka rzeczywistości, jakim są relacje między poszczególnymi miastami czy to w odniesieniu do miejsca zamieszkania turystów, czy relacji własnościowych podaży, czy w końcu do zakresu przestrzennego oddziaływania atrakcyjności obiektów. Jak już wspomniano, możliwe jest zgromadzenie takiego materiału źródłowego, i to przy dużych nakładach organizacyjnych i finansowych, tylko w odniesieniu do dostępności komunikacyjnej, informacja dotycząca pozostałych komponentów miejskiej gospodarki turystycznej możliwa jest do pozyskania tylko w formie cech, czyli przy wykorzystaniu metody atrybutowej.

## **6.2. Wybór miast oraz zakresu przestrzennego badania**

---

Pierwszym krokiem procesu badawczego jest wybór miast. Z uwagi na eksploracyjny charakter badań wykorzystanie z góry określonych kryteriów ich doboru okazało się niemożliwe. Na podstawie rozważań zaprezentowanych w rozdziale 5 przyjęto, że podstawowym kryterium jest wielkość ośrodka (Komorowski, 2000; Labasse, 1981; Markowski, Marszał, 2006). Analiza obejmuje miasta przekraczające wielkość 300 tysięcy osób zamieszkałych w jego granicach administracyjnych (granice administracyjne obowiązują także dla innych mierników), a więc ośrodków mających co najmniej potencjalny charakter metropolitalny. Wobec nieznanego potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie ich funkcji turystycznej przyjęto następujące kryteria uzupełniające:

- kryterium międzynarodowej dostępności komunikacyjnej – istnienie lotniska cywilnego w odległości do 75 km od granic miasta, zdolnego realizować regularne, bezpośrednie połączenia lotnicze;
- kryterium międzynarodowego potencjału noclegowego – działalność przynajmniej jednego hotelu o standardzie umożliwiającym obsługę gości biznesowych (co najmniej 4 gwiazdki), należącego do międzynarodowej sieci hotelowej;
- kryterium międzynarodowego potencjału rynku turystyki biznesowej – działalność dużego obiektu konferencyjnego umożliwiającego zorganizowanie dużego międzynarodowego spotkania, a więc, przyjmując kryteria ICCA (2013), posiadającego salę o pojemności min. 300 osób w układzie teatralnym.

Dodatkowe kryterium, wynikające z doświadczeń badań nad internacjonalizacją funkcji turystycznej miast międzynarodowych zaprezentowanych w poprzednim rozdziale, dotyczy umiędzynarodowienia ruchu turystycznego. Przyjęto, że do badań kwalifikowane będą miasta, dla których udział udzielonych noclegów cudzoziemcom w liczbie udzielonych noclegów ogółem, ustalony na podstawie statystyki publicznej (GUS BDL, 2014), jest nie mniejszy niż 28%, obliczony jako 40% średniego poziomu obliczonego dla 15 najczęściej odwiedzanych miast europejskich, który wynosi 70% (ECM, 2013).

**Tabela 11. Miasta wybrane do badań według kryteriów badawczych**

Miasto	Potencjał ludnościowy – liczba mieszkańców w granicach administracyjnych	Międzynarodowa dostępność komunikacyjna – liczba lotnisk cywilnych w odległości maksymalnie 75 km	Międzynarodowy potencjał noclegowy – liczba obiektów (w tym co najmniej jeden 4-gwiazdkowy)	Międzynarodowy potencjał turystyki biznesowej – pojemność sali kongresowej	Umiejscowienie ruchu turystycznego – udział udziałem noclegów cudzoziemcom w liczbie noclegów ogółem
Bydgoszcz	361 254	+ (1)	+ (2)	+ (803)	– (25,23%)
Gdańsk	460 427	+ (1)	+ (11)	+ (1000)	+ (34,43%)
Katowice	307 233	+ (1)	+ (4)	+ (8000)	+ (31,48%)
Kraków	758 334	+ (1)	+ (16)	+ (2000)	+ (56,69%)
Lublin	347 678	+ (1)	+ (5)	+ (6500)	– (27,28%)
Łódź	718 960	+ (1)	+ (5)	+ (1020)	– (26,22%)
Poznań	550 742	+ (1)	+ (8)	+ (2000)	+ (31,07%)
Szczecin	408 913	+ (1)	+ (5)	+ (951)	+ (31,10%)
Warszawa	1 715 517	+ (2)	+ (34)	+ (5000)	+ (41,44%)
Wrocław	631 188	+ (1)	+ (12)	+ (1000)	+ (35,18%)

Uwagi: „+” oznacza spełnienie kryterium; „–” oznacza niespełnienie kryterium; w nawiasach podano dokładne dane.  
*Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (GUS BDL, 2014; Hotelarz, 2014; MeetingsPoland.pl, 2014; Urząd Lotnictwa Cywilnego, 2015).*

W tabeli 11 przedstawiono miasta według przyjętych kryteriów. Zgodnie z kryterium podstawowym analizowana populacja jest zbiorem skończonym, natomiast kryteria uzupełniające należy traktować jako weryfikujące wybór. Do analizy zakwalifikowano te miasta, które spełniają kryterium podstawowe oraz co najmniej trzy kryteria uzupełniające (kursywą zaznaczono niespełnienie kryterium). Ze wszystkich dziesięciu miast tylko trzy: Bydgoszcz, Lublin i Łódź, nie spełniły jednego kryterium – umiejscowienia ruchu turystycznego. Wszystkie miasta zostały zatem zakwalifikowane do badań.

Warto dokładnie zwrócić uwagę na obiektywne ograniczenie badań wynikające z przyjęcia ściśle określonego zakresu przestrzennego, jakim są granice administracyjne miast. Tym samym niemożliwa staje się identyfikacja, a także wyjaśnianie natury internacjonalizacji miast polskich w odniesieniu do obszarów aglomeracyjnych, które są przestrzenią formowania się funkcji metropolitalnych miast. Problem jest tym bardziej zasadny, że rozważania zaprezentowane w rozdziałach literaturowych dotyczyły miast w ich szerszych granicach (co często nie było wyrażone bezpośrednio, ale wynikało z ich kontekstu). Warto jednak podkreślić, że problem zakresu przestrzennego jest najbardziej podstawową kwestią, przed którą stają badacze podejmujący się rozpoznania zjawisk wielkomiejskich niezależnie od tematu, jaki podejmują, oraz dyscypliny naukowej, którą reprezentują. Należy w tym miejscu jeszcze raz przytoczyć oraz potwierdzić opinie Heeleya (2011) oraz Floridy (2006)

przedstawione w podsumowaniu rozdziału 3, którzy wskazują na ogromny niedostatek informacji statystycznej reprezentującej szczebel metropolitalny we wszystkich dziedzinach. Dotyczy to także danych na temat szeroko pojętej sfery turystyki w mieście, które należało pozyskiwać z wielu źródeł (co zostanie dokładnie scharakteryzowane w kolejnym podrozdziale), dla których podstawową jednostką przestrzenną była najczęściej gmina (LAU I), a następnie NUTS-3 lub NUTS-2. W wielu przypadkach, w których informacje wykaczały poza statystykę publiczną, granice administracyjne miast stanowiły jedyny zakres przestrzenny.

Problem gromadzenia danych dotyczących szczebla aglomeracyjnego wynika bezpośrednio z braku uregulowań prawnych dotyczących tego szczebla administracyjnego. Eurostat wyznacza granice szerszych stref miejskich (Larger Urban Zone – LUZ), będących obszarami oddziaływania aglomeracji miejskich, wykorzystując technikę zakresu dojazdów do pracy, jednak baza Urban Audit prowadzona pod jego egidą oraz Komisji Europejskiej ma charakter nieobowiązkowego projektu i jest dalece niewystarczająca (Eurostat, 2015). Należy dodać, że wyznaczone do badania miasta różnią się znacznie w zakresie swojego potencjału metropolitalnego. Obok realnych metropolii (Warszawa, Kraków, Wrocław, Łódź, Poznań, Trójmiasto, Szczecin, Katowice) zakwalifikowano także takie ośrodki, dla których potencjał metropolitalny jest ograniczony lub potencjalny (Lublin, Bydgoszcz).

Należy przypomnieć, że w Polsce do roku 2015 kwestia metropolizacji nie była uregulowana prawnie (co zostało już omówione w rozdziale 1), natomiast ustawa o związkach metropolitalnych (2015), której początek obowiązywania ustalony został na 1 stycznia 2016 roku, wprowadza dobrowolną ich formułę, co nie będzie prowadziło do ustalenia przez GUS nowego poziomu sprawozdawczości statystycznej.

Ograniczony zakres przestrzenny ma istotny wpływ na meritum badań, tj. na ich zakres przedmiotowy. Mianowicie nie jest możliwe uwzględnienie wszystkich cech turystyki wielkomiejskiej wyodrębnionych w rozdziale 2.1 niniejszej książki. Dotyczy to rozszerzania się zasięgu przestrzeni penetracji turystycznej, a także działalności turystycznej właśnie poza granice administracyjne miasta. Funkcja turystyczna jako funkcja metropolitalna przyczynia się bezpośrednio do zmiany charakteru i siły powiązań między ośrodkami centralnymi a otaczającymi je regionami za pośrednictwem systemu synergicznych powiązań funkcjonalnych w formie dublowania lub dopełniania funkcji miasta. Szczególnie interesująco mechanizmy te przebiegają w aglomeracjach innych niż monocentryczne, jak metropolia śląska lub metropolia trójmiejska. Niestety, identyfikacja tych powiązań i mechanizmów oraz ich wyjaśnianie nie jest w niniejszej pracy możliwe. Z uwagi na transparentność kryteriów konieczne było przyjęcie granic administracyjnych ośrodka centralnego,

bez jakichkolwiek odstępstw od tej zasady, biorąc pod uwagę stratę możliwości zebrania potencjalnej wiedzy związanej z alternatywnym rozwiązaniem.

Brak badania procesu rozszerzania się zasięgu metropolitalnej funkcji turystycznej wpływa na niemożność rozpoznania innego jej atrybutu, jaką jest jej integracja funkcjonalna z rekreacją. Obie te cechy łączą się ze sobą, a przykładem ich realizacji w przestrzeni jest nie tylko liczba odwiedzin dużych miast przez mieszkańców obszarów podmiejskich w czasie wolnym, ale także funkcjonowanie satelitarnych miejscowości turystycznych, które popularność zawdzięczają bliskiej odległości od miasta centralnego, co napędza zarówno ruch turystyczny (tworzony przez turystów odwiedzających miasta centralne i „przy okazji” odwiedzających także te miejscowości), ale także ruch rekreacyjny (generowany przez mieszkańców ośrodków centralnych). Podsumowując rozważania nad ograniczeniami wynikającymi z przyjęcia zakresu przestrzennego, można stwierdzić, że nierozpoznany zostanie zakres i sposób, w jaki obszary podmiejskie (metropolitalne) uzupełniają (poprzez tworzenie nowej wartości rynkowej lub dublowanie oferty) funkcję turystyczną badanych miast, a tym samym w jakim stopniu przyczyniają się do ich internacjonalizacji.

### **6.3. Źródła danych w badaniu potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej**

---

Zgodnie z charakterystyką miasta międzynarodowego przedstawioną w rozdziale 5.1 badanie internacjonalizacji funkcji turystycznej dotyczy miast liczących ponad 300 tysięcy mieszkańców (zakres przestrzenny wyznaczony jest przez granice administracyjne jednostek miejskich, LAU II, z niektórymi wyjątkami, kiedy konieczne było zastosowanie szczebla NTS-3). Zakres krajowy umożliwia zebranie wiarygodnych i porównywalnych danych liczbowych w ramach jednolitego systemu statystycznego, dlatego wykorzystano wyłącznie mierniki jednokryterialne, przy czym starano się objąć możliwie jak najszerszy i najpełniejszy wachlarz cech charakteryzujących funkcję turystyczną, jej internacjonalizację oraz potencjał gospodarczy miasta. Zgodnie z określonymi przez Szromka (2012, s. 24–26) koniecznymi atrybutami mierników funkcji turystycznej warunkiem zakwalifikowania danego miernika do badań było nie tylko wykazywanie bezpośredniej lub pośredniej relacji z rozwojem oraz internacjonalizacją funkcji turystycznej, ale także obserwowalność cechy, którą mierzy dany wskaźnik oraz – co najistotniejsze – dostępność możliwie jednorodnego dla wszystkich miast źródła danych. Starano się uwzględnić jak największy wachlarz mierników, aby w jak najszerszym zakresie móc zbadać naturę internacjonalizacji, czyli jej charakter i wielkość. Wiele z mierników nie jest

ogólnodostępnych w ramach statystyki publicznej, dlatego ich zebranie wymuszało korzystanie z innych źródeł lub płatnych informacji przekazywanych przez Główny Urząd Statystyczny.

Zgodnie z przyjętymi założeniami oraz operacyjnym modelem triady internacjonalizacji funkcji turystycznej gromadzono takie mierniki, aby za ich pomocą możliwy był pomiar trzech jej aspektów: ogólnego poziomu rozwoju funkcji turystycznej, stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz internacjonalizacji miasta w sferze turystyki. Istotne zatem było, aby zgromadzony materiał informacyjny charakteryzował badane miasta zarówno pod względem potencjału turystycznego (funkcja turystyczna jako cecha miasta), potencjału gospodarczego turystyki (funkcja turystyczna jako działalność miasta), jak i potencjału międzynarodowego (funkcja turystyczna jako relacja). Dodatkowo zdecydowano się zgromadzić mierniki opisujące funkcję turystyczną zarówno w sposób bezpośredni (działalność skierowana na obsługę turystów), jak i pośredni (działalność przyczyniająca się do rozwoju oraz umiędzynarodowienia funkcji turystycznej).

W model triady internacjonalizacji wpisana jest także relacja między funkcją turystyczną a pozostałą sferą gospodarki miasta, reprezentowaną przez inne funkcje miasta. Z tego względu na potrzeby badań gromadzono także mierniki charakteryzujące poziom rozwoju całego miasta oraz stopień jego internacjonalizacji, mając przy tym na uwadze ograniczone możliwości rozpoznania tego zjawiska.

W celu zmierzenia dynamiki obu zjawisk zebrano dane odpowiednio dla 2012 oraz 2002 roku. Trzeba jednak podkreślić, że lata te różnią się pod względem dostępności niektórych mierników. Pierwotna lista mierników, składająca się z 81 pozycji, znajduje się w aneksie jako załącznik nr 2. Wszystkie mierniki zostały poddane weryfikacji pod względem merytorycznym i technicznym w celu zakwalifikowania do badań.

Odwołując się do ujęcia funkcji turystycznej jako cechy miasta, zgromadzono mierniki opisujące podstawowe elementy potencjału turystycznego. Potencjał noclegowy jest odzwierciedlony łączną pojemnością turystycznych obiektów noclegowych i łączną pojemnością hoteli (oba mierzone liczbą miejsc noclegowych), a także liczbą hoteli (GUS BDL, 2014)<sup>4</sup>. Na podstawie literatury omawianej w poprzednich rozdziałach oraz systemów statystyki publicznej zdecydowano, że miejsca noclegowe najpełniej oddają potencjał miasta w tym zakresie zarówno w odniesieniu do turystyki czasu wolnego, jak i turystyki biznesowej, rezygnując przy tym z liczby pokoiów jako miernika dublującego informację dotyczącą pojemności hoteli, a także łącznej liczby obiektów jako miernika nieodwzorowującego potencjału miast ze względu na różnorodność w typie

---

<sup>4</sup> Turystyka/Turystyczne obiekty noclegowe/Turystyczne obiekty noclegowe wg rodzajów (GUS BDL, 2014).

i wielkości obiektów. Wyodrębnienie liczby hoteli oraz liczby miejsc noclegowych w hotelach wynika z tego, że są one uznawane za najbardziej istotny segment potencjału noclegowego miast, należą do niego zarówno obiekty duże, jak i wysoko skategoryzowane, oba te parametry mają znaczenie w określaniu potencjału biznesowego i turystycznego miasta. Zrezygnowano z mierników charakteryzujących bardziej dogłębnie potencjał noclegowy (np. liczba miejsc noclegowych w podziale na kategorie obiektów), uznając, że nie dostarczają one należytej informacji w zakresie ogólnego poziomu rozwoju funkcji turystycznej miast. Z przyczyn obiektywnych niemożliwe było pozyskanie informacji dotyczącej liczby zakładów gastronomicznych oraz ich pojemności (brak danych dla szerebla LAU II).

Potencjał w zakresie obsługi rynku spotkań jest charakteryzowany poprzez liczbę sal konferencyjnych w hotelach. Zdecydowano, że dwa inne mierniki gromadzone w ramach statystyki publicznej nie zostaną uwzględnione z uwagi na zbyt ogólny (liczba obiektów noclegowych dysponujących salami konferencyjnymi) lub zbyt szczegółowy (liczba miejsc w salach konferencyjnych) zakres przedmiotowy informacji (GUS BDL, 2014)<sup>5</sup>.

Do pomiaru natężenia walorów kulturowych badanych miast wykorzystano ogólnodostępne informacje dotyczące łącznej liczby galerii i salonów sztuki oraz muzeów (GUS, 2003, 2013a)<sup>6</sup>. Włączono również informacje o wystawach organizowanych w tych obiektach<sup>7</sup>. Ponadto wykorzystano zestawienia zabytków nieruchomości wpisanych wraz z lokalizacją do rejestrów zabytków tworzonych przez Wojewódzkich Konserwatorów Zabytków oraz publikowanych łącznie przez Narodowy Instytut Dziedzictwa (2013)<sup>8</sup>. W celu określenia ponadprzeciętnego potencjału turystycznego w zakresie walorów kulturowych wykorzystano dodatkowo listę Pomników Historii Prezydenta RP (GUS, 2014b). Mianem „pomnik historii”, ustanawianym od 1994 roku, określa się zabytek nieruchomy o szczególnym znaczeniu dla kultury naszego kraju, można zatem wysunąć tezę, że ten fakt przyczynia

<sup>5</sup> Turystyka/Wyposażenie turystycznych obiektów noclegowych/Obiekty z zapleczem konferencyjnym (GUS BDL, 2014).

<sup>6</sup> Kultura i sztuka/Muzea/Galerie i salony sztuki, Muzea (GUS BDL, 2014).

<sup>7</sup> Niestety, informacje te publikowane są w podziale na regiony i podregiony, w związku z czym w przypadku czterech miast dane pochodziły z szerszego obszaru niż z aglomeracyjnego (podregion bydgosko-toruński, gdański, katowicki i lubelski).

<sup>8</sup> Zgodnie z obowiązującą *Ustawą z 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami* zabytek to „nieruchomość lub rzecz ruchoma, ich część lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową” (art. 3 pkt. 1), z tego względu stanowi także walor turystyczny. W myśl ustawy ochronie i opiece podlegają, bez względu na stan zachowania, zabytki nieruchome, będące w szczególności: krajobrazami kulturowymi, układami urbanistycznymi, ruralistycznymi i zespołami budowlanymi, dziełami architektury i budownictwa, dziełami budownictwa obronnego, obiektami techniki, a zwłaszcza kopalniami, hutami, elektrowniami i innymi zakładami przemysłowymi, cmentarzami, parkami, ogrodami i innymi formami zaprojektowanej zieleni, miejscami upamiętniającymi wydarzenia historyczne bądź działalność wybitnych osobistości lub instytucji.



się do zwiększenia ruchu odwiedzających chcących dany obiekt poznać. Lista pomników zawiera datę wpisu oraz lokalizację, co dało możliwość przypisania ich do badanych miast oraz stwierdzenia ich łącznej liczby dla każdego z nich. Uznano, że odległość 75 km od centrum miasta (około godzina dystansu koleją lub samochodem) stanowi kryterium przyporządkowania obiektu do danego miasta (możliwe zatem, że jeden obiekt mógł zostać przyporządkowany do więcej niż jednego ośrodka). Ponadto w formie odpłatnej pozyskano informacje gromadzone w ramach systemu statystyki publicznej, ale niepublikowane dla zakresu przestrzennego LAU II na temat zorganizowanych imprez masowych w poszczególnych miastach (GUS, 2014a). Statystyki prowadzone są zgodnie z definicjami podanymi w *Ustawie z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych* i odnoszą się do imprez artystyczno-rozrywkowych oraz sportowych (*Ustawa z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych*, 2009)<sup>9</sup>.

Pomiar dostępności komunikacyjnej miast odnosi się do sfery transportu drogowego, kolejowego i lotniczego. W przypadku pierwszej z nich dostępność charakteryzuje liczba wlotów autostrad jako dróg o znaczeniu ponadnarodowym, znajdujących się nie więcej niż 25 kilometrów od granic administracyjnych miast. Informacje pozyskano z danych Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad (2013) zawierających trasę przebiegu danych odcinków oraz czas oddania do użytku, przy czym pomiar ustalono według stanu na 31 grudnia 2012 roku (oraz – analogicznie – 2002 roku). Ponadto dla każdego miasta policzono liczbę dziennych bezpośrednich połączeń kolejowych (odjazdy) ze stacji uznawanych za dworce główne, tj. realizujące indywidualnie połączenia ponadlokalne<sup>10</sup>, przy czym ze względu na częste zmiany w rozkładach jazdy pomiar ustalono na 31 grudnia 2012 roku (oraz – analogicznie – 2002 roku), korzystając z danych udostępnionych przez Polskie Koleje Państwowe w formie książkowej (PKP, 2002, 2003, 2012) lub tzw. plakatowych rozkładów jazdy pociągów (<http://rozklad.plk-sa.pl/Plakaty>). W odniesieniu do połączeń i tras lotniczych zdecydowano się nie bazować na danych publikowanych w branżowym roczniku statystycznym (GUS, 2013b), ponieważ opublikowano trasy tylko dla niektórych

<sup>9</sup> „Imprezą masową jest masowa impreza artystyczno-rozrywkowa, masowa impreza sportowa, w tym mecz piłki nożnej, z wyjątkiem imprez: organizowanych w teatrach, operach, operetkach, filharmoniach, kinach, muzeach, bibliotekach, domach kultury i galeriach sztuki lub w innych podobnych obiektach; organizowanych w szkołach i placówkach oświatowych przez zarządzających tymi szkołami i placówkami; organizowanych w ramach współzawodnictwa sportowego dzieci i młodzieży; sportowych organizowanych dla sportowców niepełnosprawnych; sportu powszechnego o charakterze rekreacji ruchowej, ogólnodostępnego, nieodpłatnego, organizowanego na terenie otwartym; zamkniętych organizowanych przez pracodawców dla ich pracowników – jeżeli rodzaj imprezy odpowiada przeznaczeniu obiektu lub terenu, gdzie ma się ona odbyć” (*Ustawa z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych*, 2009).

<sup>10</sup> W większości miast były to stacje główne, poza Warszawą, dla której policzono połączenia realizowane ze stacji Warszawa Centralna, Warszawa Wschodnia, Warszawa Zachodnia i Warszawa Gdańska, oraz Łodzi, dla której policzono połączenia realizowane ze stacji Łódź Kaliska i Łódź Fabryczna.

lotnisk (choć informacje o liczbie pasażerów przedstawiono dla wszystkich działających), a ponadto określoną trasę krajową przypisywano tylko do jednego lotniska, a nie do obu nią połączonych. Dlatego, wzorem badania miast światowych, wykorzystano dane na temat liczby połączeń lotniczych według lotnisk (*airport route maps*) sporządzonych przez IATA i publikowanych regularnie na portalu Openflights (OpenFlights.org, 2013), zawierających oprócz liczby połączeń także ich częstotliwość. Obliczono również łączną długość tras wychodzących z danego miasta. Założono, że dane miasto jest obsługiwane przez lotniska oddalone od niego o nie więcej niż 75 km.

Sferę dostępności komunikacyjnej zdecydowano podzielić na dwie części. Dane określające liczbę pasażerów włączono do mierników ogólnej dostępności komunikacyjnej miasta ze względu na to, że nie dotyczą one tylko liczby turystów, ale także innych podróżnych, przy czym nie da się określić udziału turystów. Z kolei liczbę połączeń różnych typów transportu zakwalifikowano do mierników dostępności turystycznej, z uwagi na to, że ta liczba służy do oceny potencjału i atrakcyjności turystycznej miast, których teoretyczne ujęcie zaprezentowano w rozdziale 2.

Odwołując się do ujęcia funkcji turystycznej jako działalności społeczno-gospodarczej miasta, zgromadzono mierniki opisujące cechy potencjału gospodarczego turystyki.

W głównej mierze funkcja jako działalność miasta charakteryzowana jest przez ogólną liczbę podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON o profilach działalności uznanych jako turystyczne: zakwaterowanie, gastronomia, transport, kultura, obiekty sportowe, organizatorzy turystyki oraz piloci i przewodnicy. Niektóre sfery połączono ze sobą, aby uzyskać większe wartości mierników. W tabeli 12 zestawiono wszystkie podklasy wg Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) 2007 (dla danych z 2012 roku) oraz PKD 2000 (dla danych z 2002 roku), które wzięto pod uwagę w badaniu<sup>11</sup>. Z uwagi na to, że nie są one ogólnodostępne, konieczny był ich zakup z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS REGON, 2014). Niestety, nie było możliwe zebranie informacji dotyczącej liczby zatrudnionych z ramach tych działalności. Z rejestru REGON nie udostępnia się publicznie liczby pracujących, można jedynie naliczyć zestawienie, przedstawiając ilość podmiotów zarejestrowanych, które zgłosiły przewidywaną liczbę pracujących w pięciu przedziałach (do 9 osób, 10–49 osób, 50–249 osób, 250–999 osób oraz 1000 i więcej osób). Z kolei w Banku Danych Lokalnych informacje te nie są dostępne dla szczebla LAU II.

---

<sup>11</sup> Dane dotyczące transportu obejmują tylko 2012 r. wg PKD 2007, ponieważ w dwóch wcześniejszych klasyfikacjach (PKD 2004 i PKD 2000) sekcje w ramach poszczególnych gałęzi transportu łączyły transport pasażerski i towarowy, co ograniczyło porównywalność danych.

**Tabela 12. Podklasy wg PKD 2007 oraz PKD 2000 uwzględnione w badaniu liczby podmiotów gospodarczych internacjonalizacji miast polskich**

Kategoria	Kod PKD 2007	Kod PKD 2000	Nazwa podklasy według PKD 2007
Zakwaterowanie	55.10.Z	55.11.Z	Hotele i podobne obiekty zakwaterowania
	55.20.Z	55.12.Z	Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania
	55.90.Z	55.23.Z	Pozostałe zakwaterowanie
Gastronomia	56.10.A	53.30.A	Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne
	56.10.B	55.30.B	Ruchome placówki gastronomiczne
	56.30.Z	55.40.Z	Przygotowywanie i podawanie napojów
Transport	49.10.Z	b.d.	Transport kolejowy pasażerski międzymiastowy
	49.31.Z	b.d.	Transport lądowy pasażerski, miejski i podmiejski
	49.39.Z	b.d.	Pozostały transport lądowy pasażerski, gdzie indziej niesklasyfikowany
	50.10.Z	b.d.	Transport morski i przybrzeżny pasażerski
	51.10.Z	b.d.	Transport lotniczy pasażerski
Kultura	91.03.Z	92.52.B	Działalność historycznych miejsc i budynków oraz podobnych atrakcji turystycznych
Obiekty sportowe	93.11.Z	92.61.Z	Działalność obiektów sportowych
	93.13.Z	93.04.Z	Działalność obiektów służących poprawie kondycji fizycznej
Organizatorzy turystyki	79.12.Z	63.30.A	Działalność organizatorów turystyki
	79.11.A	63.30.B	Działalność agentów turystycznych
	79.11.B	63.30.B	Działalność pośredników turystycznych
Piloci i przewodnicy	79.90.A	63.30.C	Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych
	79.90.B	63.30.D	Działalność w zakresie informacji turystycznej
	79.90.C	63.30.D	Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji, gdzie indziej niesklasyfikowana

Źródło: Rozporządzenie Rady Ministrów z 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), 2007, Rozporządzenie Rady Ministrów z 7 października 1997 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), 1997.

Ponadto jako wynik gospodarczy działania sfery turystyki biznesowej miast uznano liczbę spotkań i wydarzeń gromadzoną przez Poland Convention Bureau oraz publikowaną corocznie w raporcie *Raport przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce* (PCB, 2013). Mimo że informacje te charakteryzują się niepełną wiarygodnością oraz reprezentacyjnością w stosunku do mierzonej cechy (co jest wynikiem kilku okoliczności<sup>12</sup>), jest to jedyny ogólnopolski raport dotyczący rynku spotkań, który zawiera wszystkie badane miasta. Z tego powodu zdecydowano się ująć w badaniu ten miernik, który jest także istotny w procesie konstrukcji wskaźników internacjonalizacji funkcji turystycznej.

<sup>12</sup> Należą do nich: brak obowiązku raportowania tej cechy, skomplikowana metodyka, sposób gromadzenia danych z wykorzystaniem różnych instytucji, m.in. biur miast i kongresów, które traktują wyniki raportu jako narzędzie konkurencji, co wpływa na obiektywizm danych, brak narzędzi dyscyplinujących dostawców informacji oraz weryfikacji merytorycznej danych.

**Tabela 13. Mierniki poziomu rozwoju funkcji turystycznej miast polskich wykorzystane w badaniach**

Lp.	Miernik	Rodzaj	Dostępność	Źródło
<b>Funkcja turystyczna jako cecha miasta</b>				
1	liczba miejsc noclegowych	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
2	liczba miejsc noclegowych w hotelach	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
3	liczba hoteli	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
4	liczba sal konferencyjnych w obiektach noclegowych	bezpośredni	2012	(GUS BDL, 2014)
5	liczba galerii i salonów sztuki	bezpośredni	2002 2012	(GUS, 2003a, 2013)
6	liczba muzeów	bezpośredni	2002 2012	(GUS, 2003a, 2013)
7	liczba wystaw w galeriach	bezpośredni	2002 2012	(GUS, 2003a, 2013)
8	liczba wystaw w muzeach	pośredni	2002 2012	(GUS, 2003a, 2013)
9	liczba obiektów zabytkowych	bezpośredni	2012	NID (2013)
10	liczba obiektów na liście Pomniki Historii	bezpośredni	2002 2012	(GUS, 2014b)
11	liczba imprez masowych	bezpośredni	2012	(GUS, 2014a)
12	liczba bezpośrednich połączeń lotniczych	bezpośredni	2012	(OpenFlights.org, 2013)
13	łączna długość bezpośrednich połączeń lotniczych w km	bezpośredni	2012	(OpenFlights.org, 2013)
14	łączna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km	bezpośredni	2012	(OpenFlights.org, 2013)
15	liczba bezpośrednich połączeń kolejowych	bezpośredni	2002 2012	(PKP, 2002, 2003, 2012)
16	liczba wlotów autostrad	bezpośredni	2002 2012	GDDKiA (2013)
<b>Funkcja turystyczna jako działalność miasta</b>				
17	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych – zakwaterowanie i gastronomia	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
18	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych – kultura i sport	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
19	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych – transport	bezpośredni	2012	(GUS REGON, 2014)
20	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych – organizatorzy turystyki	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
21	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych – piloci i przewodnicy	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
22	liczba udzielonych noclegów	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
23	liczba udzielonych noclegów w hotelach	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
24	liczba uczestników imprez masowych	bezpośredni	2012	(GUS, 2014a)
25	liczba spotkań i wydarzeń	bezpośredni	2012	(PCB, 2013)
26	liczba kierunków turystycznych w szkołach wyższych	pośredni	2012	(MNIŚW, 2013)

Źródło: Opracowanie własne.

Pośrednim miernikiem poziomu funkcji turystycznej jest informacja dotycząca kierunków turystycznych w uczelniach wyższych, do pozyskania której skorzystano z list działających placówek publicznych i prywatnych publikowanych na portalu internetowym Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (<http://www.nauka.gov.pl/>, 12.03.2013 r.), a następnie sprawdzano na stronach internetowych poszczególnych szkół wyższych,

czy miały one w swojej ofercie kierunek związany z turystyką (w swojej nazwie zawierał słowo „turystyka” lub „turystyczny”). Pominięto uczelnie kościelne, ponieważ z założenia kształca one studentów przede wszystkim na kierunkach teologicznych. Wyjątek stanowił Katolicki Uniwersytet Lubelski, którego zakres oferty dydaktycznej był zbliżony do publicznych uniwersytetów i dlatego włączono go do badania.

Oba ujęcia funkcyjne pozwalają na zestawienie mierników poziomu funkcji turystycznej miast zestawionych w tabeli 13.

Odwołując się do ujęcia funkcji turystycznej jako relacji, zgromadzono materiał statystyczny charakteryzujący potencjał międzynarodowy funkcji turystycznej (tabela 14). Kryterium merytorycznym było wyodrębnienie zagranicznej części (udziału) mierników przyjętych do analizy w ramach dwóch poprzednich ujęć (funkcji turystycznej jako cechy miasta oraz jako działalności miasta). W ten sposób uzyskano informacje na temat:

- wystaw zagranicznych określanych jako prezentacja sztuki obcej oraz międzynarodowych, czyli łączących sztukę obcą i polską w galeriach sztuki i muzeach, w tym wystawach z zagranicy (GUS, 2003, 2013a);
- bezpośrednich połączeń zagranicznych kolejowych i lotniczych oraz długości tras lotniczych<sup>13</sup> (PKP, 2002, 2003, 2012; OpenFlights.org, 2013);
- podmiotów gospodarczych o zagranicznej formie własności i mieszanej formie własności z przewagą zagranicznej zarejestrowanych w systemie REGON (GUS REGON, 2014);
- noclegów udzielonych cudzoziemcom (GUS BDL, 2014).

Zgromadzony materiał został powiększony o dodatkowe informacje charakteryzujące międzynarodowy aspekt funkcji turystycznej:

- potencjał noclegowy w wymiarze międzynarodowym mierzony liczbą obiektów hotelowych należących do międzynarodowych sieci, stworzony na podstawie corocznego *Raportu z rynku HoReCa* tworzonego przez czasopismo „Hotelarz” (2013);
- wzorem badania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast światowych wykorzystano łączną liczbę międzynarodowych spotkań stowarzyszeń podanych na przykładzie danych zamieszczonych w raportach dwóch organizacji: International Congress, Convention Association (2013) oraz International Union of International Associations (2013); aby uzyskać jeden ranking odnoszący się do tej sfery internacjonalizacji funkcji turystycznej miast dla każdego miasta zdecydowano się połączyć zestawienia obu organizacji mimo różnic w kategoryzowaniu spotkań międzynarodowych;

---

<sup>13</sup> Danym na temat długości tras kolejowych nie udało się uzyskać z uwagi na prezentację materiału źródłowego.

- kategorię organizatorów turystyki wzbogacono o liczbę podmiotów, które zajmują się turystyką przyjazdową, a wartość tę wyodrębniono na podstawie Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych prowadzonej przez Ministerstwo Sportu i Turystyki (2013); dla każdego z miast sprawdzono liczbę działających organizatorów i pośredników (odrzucono podmioty, które zawiesiły działalność, otrzymały zakaz prowadzenia działalności, zostały wykreślone z rejestru lub jest prowadzone postępowanie w tej sprawie) oraz sprawdzono, ile spośród nich podało w zakresie swojej działalności organizację krajowych imprez turystycznych, w tym imprezy zagranicznej turystyki przyjazdowej;
- potencjał kulturowy uzupełniono o informację na temat obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO (2013), przy czym kryterium zakwalifikowania danego obiektu do danego miasta stanowi odległość nie większa niż 75 kilometrów od jego granic.

**Tabela 14. Mierniki stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz internacjonalizacji miast polskich w sferze turystyki wykorzystane w badaniach**

Lp.	Miernik	Rodzaj	Dostępność	Źródło
<b>Funkcja turystyczna jako cecha miasta</b>				
1	liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
2	liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
3	liczba wystaw zagranicznych i międzynarodowych w galeriach i salonach sztuki	bezpośredni	2002 2012	(GUS, 2003a, 2013)
4	liczba wystaw z zagranicy w muzeach	bezpośredni	2012	(GUS, 2003a, 2013)
5	liczba obiektów z listy Światowego Dziedzictwa UNESCO	bezpośredni	2002 2012	(UNESCO, 2013)
6	liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych	bezpośredni	2012	(OpenFlights.org, 2013)
7	łączna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km	bezpośredni	2012	(OpenFlights.org, 2013)
8	liczba połączeń kolejowych międzynarodowych	bezpośredni	2002 2012	(PKP, 2002, 2003, 2012)
9	liczba obiektów międzynarodowych sieci hotelowych	bezpośredni	2012	(„Hotelarz”, 2013)
10	liczba spotkań międzynarodowych stowarzyszeń	bezpośredni	2012	ICCA (2013); UIA (2013)
11	liczba organizatorów turystyki zajmujących się turystyką przyjazdową	bezpośredni	2012	(MSIT, 2013)
12	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – zakwaterowanie i gastronomia	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
13	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – kultura i sport	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
14	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – transport	bezpośredni	2012	(GUS REGON, 2014)
15	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – organizatorzy turystyki	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)
16	liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – piloci i przewodnicy	bezpośredni	2002 2012	(GUS REGON, 2014)

Źródło: Opracowanie własne.

Zgodnie z modelem triady internacjonalizacji, analogicznie do sposobu gromadzenia mierników charakteryzujących funkcję turystyczną, zgromadzono dane odnoszące się do potencjału ogólnogospodarczego badanych miast, aby możliwe były analizy na temat relacji między poziomem rozwoju i stopniem internacjonalizacji funkcji turystycznej a poziomem rozwoju i stopniem internacjonalizacji miasta. W odniesieniu do sfery zagranicznej wyodrębniono nie tylko bezpośrednio odnoszące się do internacjonalizacji, ale także te, które opisują zjawiska sprzyjające rozwojowi powiązań międzynarodowych i zapewniające kierowanie tymi powiązaniem. Zebrano następujące informacje (patrz tabela 15):

- wielkość miast mierzona liczbą mieszkańców (z uwagi na różnorodność obszarów przestrzennych badanych miast zdecydowano się zrezygnować z miernika przestrzennego);
- poziom rozwoju gospodarczego regionu mierzony wartością PKB w cenach bieżących;
- poziom zatrudnienia ogółem oraz w sektorze usług jako wyznacznik stopnia dostosowania rynku pracy w miastach do wyzwań międzynarodowych;
- poziom zatrudnienia w sekcji usług finansowych, ubezpieczeniowych i obsługi rynku nieruchomości – z uwagi na dostępność danych potraktowano tę informację jako najbliższy wielkości sektora zaawansowanych usług biznesowych, będącej miernikiem potencjału internacjonalizacji miast;
- liczba studentów, w tym studentów zagranicznych – zgodnie z literaturą lokalizacja dużego ośrodka akademickiego jest stymulantą umiędzynarodowienia;
- poziom przedsiębiorczości mierzony liczbą podmiotów gospodarczych oraz spółek, w podziale na własność kapitału;
- liczba głównych siedzib zarządów największych polskich spółek, na podstawie rokrocznie publikowanej listy 500 największych polskich firm według tygodnika „Polityka” (2003, 2013) – miernik ten uznano jako najbliższy miernikowi liczby głównych zarządów korporacji transnarodowych wykorzystywanemu w badaniach miast światowych GaWC (2012), ponieważ określa potencjał miast w tworzeniu najsilniejszych firm mających potencjał międzynarodowy, tj. nawiązywania i utrzymywania powiązań międzynarodowych;
- wykorzystanie dostępności komunikacyjnej, mierzone liczbą pasażerów w transporcie lotniczym i morskim – zdecydowano, że mierniki te w większym stopniu charakteryzują poziom rozwoju oraz stopień internacjonalizacji całego miasta niż jego funkcji turystycznej, albowiem nie można określić udziału mieszkańców oraz innych podróżnych, ponadto należy podkreślić, że zgodnie z założeniami

wynikającymi z analizy literatury, poziom rozwoju oraz stopień internacjonalizacji miasta wpływa na stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej.

**Tabela 15. Mierniki poziomu rozwoju funkcji turystycznej oraz stopnia internacjonalizacji miast polskich wykorzystane w badaniach**

Lp.	Miernik	Rodzaj	Dostępność	Źródło
<b>Poziom rozwoju miasta</b>				
1	liczba ludności	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
2	liczba ludności (NTS-3)	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
3	liczba zatrudnionych ogółem	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
4	liczba studentów	pośredni	2012	(GUS BDL, 2014; GUS, 2014c)
5	liczba podmiotów gospodarczych	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014; GUS, 2003b)
6	liczba spółek	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014; GUS, 2003b)
7	wartość PKB w cenach bieżących (NTS-3)	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
8	liczba pasażerów w portach lotniczych	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
9	liczba przyjazdów i wyjazdów w transporcie morskim	pośredni	2012	(GUS BDL, 2014)
<b>Stopień internacjonalizacji miasta</b>				
10	liczba zatrudnionych w usługach	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
11	liczba zatrudnionych w usługach finansowych, ubezpieczeniowych i obsługi rynku nieruchomości	pośredni	2012	(GUS BDL, 2014)
12	liczba studentów zagranicznych	bezpośredni	2012	(GUS BDL, 2014)
13	liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego	pośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014; GUS, 2003b)
14	liczba przedsiębiorstw z listy 500 największych firm w Polsce	pośredni	2002 2012	(„Polityka”, 2003, 2013)
15	liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)
16	liczba przyjazdów i wyjazdów w międzynarodowym transporcie morskim	bezpośredni	2002 2012	(GUS BDL, 2014)

Źródło: Opracowanie własne.

W sumie zidentyfikowano 58 mierników, które zaprezentowano w tabelach 13, 14 i 15, zgromadzono odpowiednie wartości liczbowe dla każdego z 10 największych miast w Polsce oraz w różnych okresach czasu – tj. 2002 i 2012 r. Zostały one zestawione w syntetycznej tabeli 16 sporządzonej na podstawie dwóch kryteriów: zakresu przedmiotowego gospodarki, zakładającego podział na część (funkcję) turystyczną oraz część ogólną (wszystkie funkcje, również turystyczna), a także zakresu oddziaływania cechy zakładającego podział mierników na charakteryzujące część zagraniczną danego zjawiska oraz część ogólną (krajową i zagraniczną). Zestawy te zostały przygotowane dla dwóch etapów badania – rozpoznania zakresu i struktury internacjonalizacji ich funkcji turystycznej oraz stworzenie syntetycznego rankingu według stopnia internacjonalizacji tej funkcji. Mierniki mają charakter surowy, jednoparametrowy, a zatem pierwszym krokiem analiz jest stworzenie zestawu wskaźników optymalnych do realizacji celów oraz przyjętej metodyki badań.



**Tabela 16. Mierniki wykorzystane na potrzeby badania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich – układ syntetyczny**

		Zakres oddziaływania cechy	
		Ogółem	Zagraniczny
Funkcje miejskie	Turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>– liczba udzielonych noclegów</li> <li>– liczba udzielonych noclegów w hotelach</li> <li>– liczba miejsc noclegowych</li> <li>– liczba miejsc noclegowych w hotelach</li> <li>– liczba hoteli</li> <li>– liczba sal konferencyjnych w obiektach noclegowych</li> <li>– liczba galerii i salonów sztuki</li> <li>– liczba muzeów</li> <li>– liczba wystaw w galeriach</li> <li>– liczba wystaw w muzeach</li> <li>– liczba obiektów zabytkowych</li> <li>– liczba obiektów na liście Pomniki Historii</li> <li>– liczba imprez masowych</li> <li>– liczba uczestników imprez masowych</li> <li>– liczba bezpośrednich połączeń lotniczych</li> <li>– łączna długość bezpośrednich połączeń lotniczych w km</li> <li>– łączna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km</li> <li>– liczba połączeń kolejowych</li> <li>– liczba wlotów autostrad</li> <li>– liczba spotkań i wydarzeń</li> <li>– liczba kierunków turystycznych w szkołach wyższych</li> <li>– liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych               <ul style="list-style-type: none"> <li>– zakwaterowanie i gastronomia/kultura i sport/transport/organizatorzy turystyki/piloci i przewodnicy</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom</li> <li>– liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom</li> <li>– liczba obiektów międzynarodowych sieci hotelowych</li> <li>– liczba wystaw zagranicznych w międzynarodowych w galeriach i salonach sztuki</li> <li>– liczba wystaw z zagranicy w muzeach</li> <li>– liczba obiektów z listy Światowego Dziedzictwa UNESCO</li> <li>– liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych</li> <li>– łączna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km</li> <li>– liczba połączeń kolejowych międzynarodowych</li> <li>– liczba spotkań międzynarodowych stowarzyszeń</li> <li>– liczba organizatorów turystyki zajmujących się turystyką przyjazdową</li> <li>– liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych zagranicznych i mieszanych – zakwaterowanie i gastronomia/kultura i sport/transport/organizatorzy turystyki/piloci i przewodnicy</li> </ul>
	Ogółem	<ul style="list-style-type: none"> <li>– liczba zatrudnionych ogółem</li> <li>– liczba studentów</li> <li>– liczba spółek</li> <li>– wartość PKB w cenach bieżących (NTS-3)</li> <li>– liczba pasażerów w portach lotniczych</li> <li>– liczba przyjazdów i wyjazdów w transporcie morskim</li> <li>– liczba ludności (NTS-5 lub NTS-3)</li> <li>– liczba podmiotów gospodarczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– liczba zatrudnionych w usługach</li> <li>– liczba zatrudnionych w usługach finansowych, ubezpieczeniowych i obsługi rynku nieruchomości</li> <li>– liczba studentów zagranicznych</li> <li>– liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego</li> <li>– liczba przedsiębiorstw z listy 500 największych firm w Polsce</li> <li>– liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych</li> <li>– liczba przyjazdów i wyjazdów w międzynarodowym transporcie morskim</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne.

## 6.4. Opracowanie zestawu wskaźników

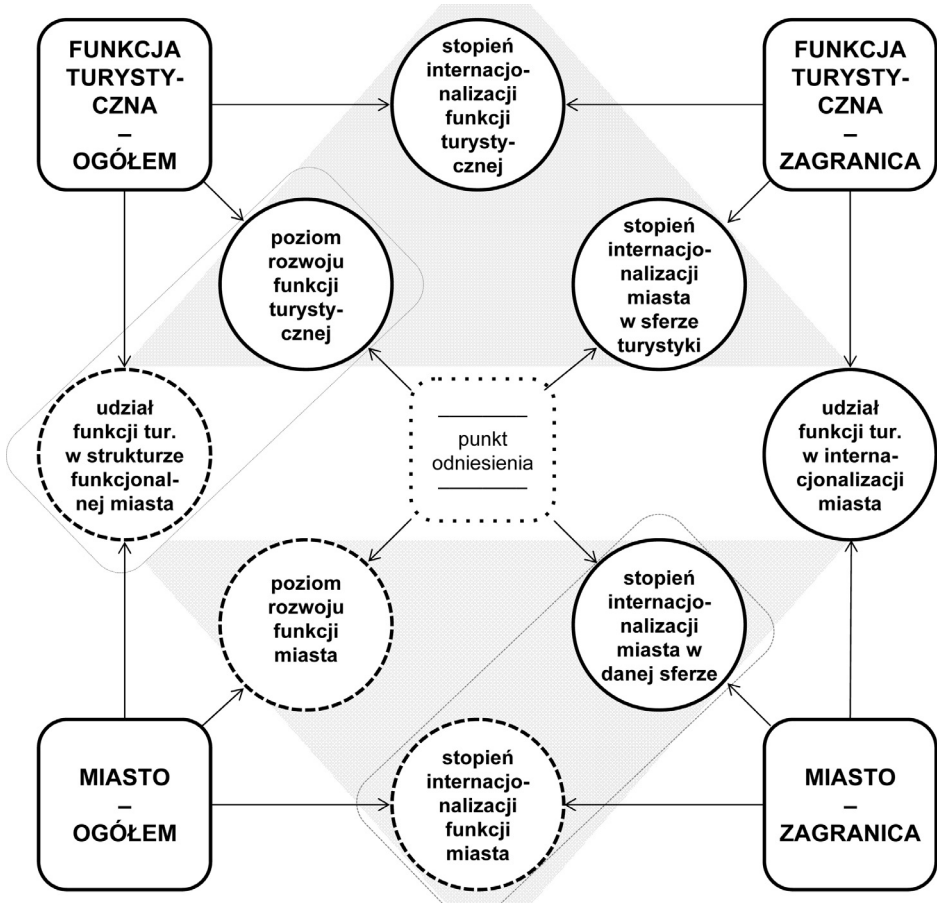
Przed przystąpieniem do badania należy opracować listę wskaźników, za pomocą których dokonana zostanie analiza. Wyselekcjonowane wcześniej mierniki zawarte w tabeli 13 mają postać danych bezwzględnych, dlatego ich wartość należy rozpatrywać tylko w kategoriach materiału źródłowego. Istotne jest, aby w jak najszerszym i zarazem najdokładniejszym zakresie odzwierciedlić charakter internacjonalizacji, który zawiera się w wartościach

względnych (udziałowych), porównawczych oraz odniesionych do wielkości potencjalnych. Ważne także jest, aby wyeliminować wpływ czynników bezpośrednio niezwiązanych z badanym zjawiskiem. Jest nim przede wszystkim wielkość miasta. Zbiór miast poddanych badaniu obejmuje zarówno miasta w niewielkim stopniu przekraczające teoretyczny potencjał metropolitalny (Katowice, Lublin i Bydgoszcz), jak i 1,7-milionową Warszawę, zaliczaną do grona miast światowych i globalnych. Konsekwencją przyjętej decyzji jest zastosowanie wskaźników, czyli mierników złożonych, dla wszystkich cech wykorzystanych w badaniu.

Bardzo ważne jest, aby konstrukcja wskaźników dawała możliwość optymalnego pomiaru zarówno poziomu rozwoju funkcji turystycznej i ogólnego poziomu rozwoju gospodarki miasta, jak i stopnia ich internacjonalizacji, a dodatkowo relacji zachodzących między wszystkimi składowymi triady internacjonalizacji. Dlatego też dobór odpowiedniego punktu odniesienia – stanowiącego mianownik każdego wskaźnika – jest kluczowy, aby zachować istotę relacji zachodzących w triadzie internacjonalizacji funkcji turystycznej miast. Przykładowo miernik liczby udzielonych noclegów odniesiony do liczby mieszkańców stanowi jeden z wymiarów poziomu funkcji turystycznej miasta. Kiedy zostanie jednak użyty jako punkt odniesienia (mianownik) do liczby noclegów udzielonych cudzoziemcom, stanowić będzie jeden z wymiarów jej internacjonalizacji. Synteza tych dwóch wskaźników w postaci stosunku liczby noclegów udzielonych cudzoziemcom do liczby mieszkańców określa jeden z wymiarów internacjonalizacji miasta w sferze turystyki.

Relacje między wskaźnikami przedstawione zostały w formie schematu analitycznego (rysunek 19) triady internacjonalizacji miasta w zakresie funkcji turystycznej w relacji do internacjonalizacji ogólnogospodarczej miasta. Jego użycie pozwala skonstruować odpowiednie wskaźniki do jej badania. Górna część rysunku charakteryzuje sferę funkcji turystycznej miasta, z kolei dolna część – sferę całej gospodarki miasta. Analogicznie lewa strona rysunku odpowiada całkowitemu zakresowi cech charakteryzujących poziom rozwoju funkcji turystycznej lub miasta, natomiast prawa charakteryzuje część międzynarodową zjawisk. Taka konstrukcja pozwala zobrazować lustrzane relacje zachodzące między triadą internacjonalizacji funkcji turystycznej – wyodrębnionej w górnej części rysunku – a triadą umiędzynarodowienia miasta. Układ ten pozwala także zbudować wskaźniki wewnętrznej i zewnętrznej struktury tych zjawisk. Dlatego centralnym punktem schematu jest punkt odniesienia tworzony przez mierniki w najbardziej ogólny i syntetyczny sposób określające sferę miasta, które będą użyte w analizie jako uniwersalne podstawy budowy wskaźników. Tym samym mierniki te pełnią funkcję wspólnego mianownika wskaźników budowanych na bazie triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta. Przyjęto, że funkcję tę będą pełniły dwie najbardziej ogólne cechy (wyodrębnione jako ostatnie w lewej dolnej części tabeli 16):

- liczba mieszkańców miasta – jako punkt odniesienia wszystkich mierników charakteryzujących fizyczne cechy funkcji turystycznej lub miasta (np. liczby ludności, obiektów, połączeń, długość tras itp.);
- liczba podmiotów gospodarczych ogółem – jako punkt odniesienia wszystkich mierników charakteryzujących gospodarcze cechy funkcji turystycznej lub gospodarcze cechy miasta (np. liczby podmiotów w podziale na sfery działalności turystycznej).



Rys. 19. Schemat analityczny pomiaru triady internacjonalizacji funkcji turystycznej w relacji do internacjonalizacji miasta

Źródło: Opracowanie własne.

Wskaźniki określające trzecią składową obu triad – stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej bądź internacjonalizacji miasta – przyjmują formułę udziałową, zatem odnoszą się do relacji między częścią zagraniczną a częścią ogólną zjawiska, co jest odzwierciedlone na rysunku 19 w części górnej (sfera funkcji turystycznej) bądź dolnej (sfera miasta).

Nawiązując raz jeszcze do przykładu wskaźnika mierzącego liczbę udzielonych noclegów – użyto w nim miernika liczby ludności jako punktu odniesienia.

Z uwagi na to, że schemat przedstawiony na rysunku 19 ma charakter analityczny, a więc tworzony był na zasadzie logicznej dedukcji, w określonych przypadkach niektóre jego elementy mogą być ze sobą zbieżne, czego konsekwencją jest ich połączenie. Dotyczy to sytuacji, w których mierniki pełniące funkcję punktów odniesienia są równocześnie miernikami określającymi poziom rozwoju miasta (określają pole „miasto – ogółem”). W tych przypadkach zarówno stopień internacjonalizacji poszczególnych funkcji miasta oraz stopień internacjonalizacji miasta w sferach, jak i udział funkcji turystycznej w strukturze funkcjonalnej miasta oraz poziom rozwoju funkcji turystycznej są wyrażone tym samym wskaźnikiem (dane w liczniku i mianowniku dublują się). Biorąc pod uwagę, że w badaniu przyjęto dwa mierniki pełniące funkcję punktu odniesienia, taka sytuacja może teoretycznie wystąpić dwa razy.

Mierniki służące do konstrukcji wskaźników zostały zebrane na podstawie kryterium dostępności (gromadzono wszystkie, które były dostępne), dlatego na etapie doboru wskaźników przeprowadzono ich dodatkową weryfikację merytoryczną pod kątem ewentualnej syntetyzacji. Mając na uwadze to, że zbyt rozdrobnione zjawisko staje się w częściach coraz mniej istotne, niektóre mierniki zostały ze sobą połączone. Stało się tak w przypadku wskaźników dostępności komunikacyjnej (połączono różne formy transportu), wskaźników potencjału gospodarczego (zsumowano liczbę podmiotów gospodarczych należących do różnych typów działalności) oraz wskaźników potencjału kulturowego (połączono liczby działalności muzeów i galerii sztuki). Z drugiej strony wtedy, gdy zachodziło podejrzenie, że połączone wskaźniki mogą zbyt mocno syntetyzować daną cechę, zdecydowano się na pozostawienie zarówno połączonej wersji wskaźnika, jak i jego poszczególnych wskaźników, przyjmując założenie, że przeprowadzona analiza korelacji umożliwi weryfikację ich zbieżności.

W tabeli 17 przedstawiono całkowity zestaw wskaźników wykorzystanych w badaniu internacjonalizacji funkcji turystycznej na bazie modelu triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta. Zawiera ona wiersze wypełnione w trzech (w przypadkach, gdy możliwy był pomiar trzech składowych triady), dwóch (w przypadkach, gdy możliwy był pomiar dwóch składowych triady) lub jednej kolumnie (w przypadkach, gdy możliwy był pomiar tylko jednego wskaźnika)<sup>14</sup>. Nie wszystkie wskaźniki udało się zestawić zgodnie z logiką triady, ponieważ nie dla wszystkich możliwe było znalezienie odpowiedników

---

<sup>14</sup> Analityczna wersja tej tabeli, zawierająca symbole wskaźników wykorzystanych w analizie statystycznej, zawarta jest w aneksie (załącznik nr 3).

obrazujących wszystkie jej składowe. Nie było to jednak podstawą do ich odrzucenia, ponieważ nosły one istotną informację merytoryczną dotyczącą stanu rozwoju lub internacjonalizacji funkcji turystycznej lub całego miasta. Ostatecznie utworzono 73 wskaźniki, w tym 51 odnoszących się do funkcji turystycznej oraz 22 opisujące ogólną sferę miasta. Z uwagi na posługiwanie się ich skrótowymi formułami w dalszej części analizy, zamiast nich będą używane symbole zaprezentowane w tabeli 17.

**Tabela 17. Całkowity zestaw wskaźników pomiaru struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej w 2002 i 2012 r.**

Obszar funkcji	Nazwa typu wskaźnika (symbol)	Poziom rozwoju funkcji	Internacjonalizacja miasta w sferze turystyki	Stopień internacjonalizacji funkcji
	Składowe triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta			
		A	B	C
Zakwaterowanie i gastronomia	Miejsca noclegowe (ZG_MIEJSCA)	(liczba miejsc noclegowych/liczba mieszkańców) x 100		
	Miejsca noclegowe w hotelach (ZG_MIEJSCAHOTELE)	(liczba miejsc noclegowych w hotelach/liczba mieszkańców) x 100		
	Intensywność ruchu turystycznego (ZG_NOCLEGI)	(liczba udzielonych noclegów/liczba mieszkańców) x 100	(liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom/liczba mieszkańców) x 100	(liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom/liczba udzielonych noclegów) x 100
	Udzielone noclegi w hotelach (ZG_NOCLEGIHOTELE)	(liczba udzielonych noclegów w hotelach/liczba mieszkańców) x 100	(liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom/liczba mieszkańców) x 100	(liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom/liczba udzielonych noclegów w hotelach) x 100
	Hotele należące do międzynarodowych sieci (ZG_SIECI)			(liczba hoteli należących do międzynarodowych sieci hotelowych/liczba hoteli) x 100
	Podmioty noclegowe i gastronomiczne (ZG_PODMIOTY)	(liczba podmiotów – zakwaterowanie + gastronomia/liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – zakwaterowanie + gastronomia/liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – zakwaterowanie + gastronomia/liczba podmiotów – zakwaterowanie + gastronomia) x 100

Obszar funkcji	Nazwa typu wskaźnika (symbol)	Poziom rozwoju funkcji	Internacjonalizacja miasta w sferze turystyki	Stopień internacjonalizacji funkcji
	Składowe triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta			
		A	B	C
Wydarzenia i spotkania	Sale konferencyjne (WS_SALE)	(liczba sal konferencyjnych w obiektach noclegowych/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000		
	Spotkania (WS_SPOTKANIA)	(liczba spotkań i wydarzeń/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba spotkań międzynarodowych/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba spotkań międzynarodowych/ liczba spotkań/wydarzeń)
Kultura i sport	Obiekty kulturowe (KS_OBIEKTY)	(liczba muzeów i galerii/ liczba mieszkańców) x 1 000 000		
	Muzea (KS_OBIEKTYMUZEA)	(liczba muzeów/liczba mieszkańców) x 1 000 000		
	Wystawy (KS_WYSTAWY)	(liczba wystaw w muzeach i galeriach/ liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba wystaw z zagranicy w muzeach i w galeriach/liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba wystaw z zagranicy w muzeach i galeriach/liczba wystaw w galeriach) x 100
	Wystawy muzealne (KS_WYSTAWYMUZEA)	(liczba wystaw w muzeach/liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba wystaw z zagranicy w muzeach/ liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba wystaw z zagranicy w muzeach/ liczba wystaw w muzeach) x 100
	Zabytki (KS_ZABYTKI)	(liczba obiektów zabytkowych/liczba mieszkańców) x 1 000 000		
	Znaczące obiekty dziedzictwa narodowego (KS_POMNIKI)	(liczba obiektów na liście Pomniki Historii/ liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba obiektów na liście UNESCO/liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba obiektów na liście UNESCO/liczba obiektów zabytkowych) x 100
	Imprezy masowe (KS_IMPREZY)	(liczba imprez masowych/liczba mieszkańców) x 1 000 000		
	Uczestnicy imprez masowych (KS_UCZESTNICY)	(liczba uczestników imprez masowych/ liczba mieszkańców) x 100		
	Podmioty sfery kultury i sportu (KS_PODMIOTY)	(liczba podmiotów – kultura + sport/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – kultura + sport/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – kultura + sport/ liczba podmiotów – kultura + sport) x 100

Obszar funkcji	Nazwa typu wskaźnika (symbol)	Poziom rozwoju funkcji	Internacjonalizacja miasta w sferze turystyki	Stopień internacjonalizacji funkcji
	Składowe triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta			
		A	B	C
Transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy	Organizatorzy turystyki wyjazdowej (TO_ORG3B)			(liczba podmiotów – organizatorzy turystyki wyjazdowej/ liczba podmiotów – organizatorzy) x 100
	Podmioty sfery transportu, organizacji i przewodnictwa (TO_PODMIOTY)	(liczba podmiotów – transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów – transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy) x 100
	Podmioty sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (TO_PODMIOTYORGP)	(liczba podmiotów – organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000	(liczba podmiotów zagranicznych – organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów – organizatorzy, piloci i przewodnicy) x 100
Dostępność komunikacyjna	Usieciowienie lotnicze i kolejowe (DK_POLACZENIA)	(liczba bezpośrednich połączeń lotniczych i kolejowych/liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych/ liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych/liczba bezpośrednich połączeń lotniczych/kolejowych) x 100
	Usieciowienie lotnicze (DK_POLACZENIALOT)	(liczba bezpośrednich połączeń lotniczych/ liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych/liczba mieszkańców) x 1 000 000	(liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych/liczba bezpośrednich połączeń lotniczych) x 100
	Zakres usieciowienia lotniczego (DK_TRASYLOT)	(łącna długość bezpośrednich połączeń lotniczych w km/liczba mieszkańców) x 1 000	(łącna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km/liczba mieszkańców) x 1 000	(łącna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km/łącna długość bezpośrednich połączeń lotniczych w km) x 100
	Usieciowienie drogowe (DK_AUTOSTRADY)	(liczba wlotów autostrad/liczba mieszkańców) x 1 000 000		
Szkoły wyższe	Potencjał dydaktyczny (SW_KIERUNKI)	(liczba kierunków turystycznych/liczba mieszkańców) x 1 000 000		

Obszar funkcji	Nazwa typu wskaźnika (symbol)	Poziom rozwoju funkcji	Internacjonalizacja miasta w sferze turystyki	Stopień internacjonalizacji funkcji
	Składowe triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta			
		A	B	C
Ogólnogospodarcze	Potencjał rynku pracy (OG_USLUGI)	(liczba zatrudnionych ogółem/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zatrudnionych w usługach/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zatrudnionych w usługach/liczba zatrudnionych ogółem) x 100
	Potencjał rynku pracy w sferze zaawansowanych usług biznesowych (OG_USLUGIFINANSE)	(liczba zatrudnionych ogółem/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zatrudnionych w usługach finans., ubezpiecz. i obsł. rynku nieruchomości/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zatrudnionych w usługach finans., ubezpiecz. i obsł. rynku nieruchomości/liczba zatrudnionych ogółem) x 100
	Studenci (OG_STUDENCI)	(liczba studentów/liczba mieszkańców) x 100	(liczba studentów zagranicznych/liczba mieszkańców) x 100	(liczba studentów zagranicznych/liczba studentów) x 100
	Podmioty gospodarcze (OG_PODMIOTY)	(liczba podmiotów gospodarczych/liczba mieszkańców) x 1 000	(liczba zarządów największych firm w Polsce/liczba mieszkańców) x 100 000	(liczba zarządów największych firm w Polsce/liczba podmiotów gospodarczych) x 100 000
	Spółki handlowe (OG_PODMIOTYSPOLKI)	(liczba spółek/liczba mieszkańców) x 1 000	(liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego/liczba mieszkańców) x 1 000	(liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego/liczba spółek) x 100
	Poziom gospodarczy (OG_PKB)	(wartość PKB w cenach bieżących (NTS-3)/liczba mieszkańców (NTS-3)) x 1 000		
	Wykorzystanie potencjału komunikacyjnego/ międzynarodowa dostępność komunikacyjna (OG_PASAZEROWIE)	(liczba pasażerów w portach lotniczych oraz przyjazdów i wyjazdów w transporcie morskim/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych oraz przyjazdów i wyjazdów w międzynarodowym transporcie morskim/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych oraz przyjazdów i wyjazdów w międzynarodowym transporcie morskim) x 100
	Wykorzystanie lotniczego potencjału komunikacyjnego (OG_PASAZEROWIELOT)	(liczba pasażerów w portach lotniczych/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych/liczba mieszkańców) x 100	(liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych/liczba pasażerów w portach lotniczych) x 100

Uwagi: kursywą zaznaczono wskaźniki możliwe do zastosowania tylko w 2012 roku z uwagi na niekompletność materiału źródłowego.

Źródło: Opracowanie własne.



Zgodnie z ustalonym zbiorem wskaźników zebrano odpowiadający im materiał statystyczny w układzie tabelarycznym, odwzorowując tym samym zarówno sferę funkcji turystycznej i sferę miasta, jak i trzy składowe triady internacjonalizacji. Stanowi on ostateczny materiał badawczy struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast. Z uwagi na to, że przyjęte wskaźniki wyrażone są w różnych miarach i rzędach wielkości, dokonano ich normalizacji poprzez odpowiednie przekształcenie ilorazowe (Kukuła, 2004; Młodak, 2006). Wybrano w tym celu metodę unitaryzacji zerowej, która pozwala transformować zarówno stymulanty, jak i destymulanty oraz zmienne przyjmujące wartość zero, pozbywając się różnic w skalach wartości zmiennych (Kukuła, 2000, s. 59–64)<sup>15</sup>. W wyniku przekształceń wartości wszystkich wskaźników zawierają się w przedziale  $<0,1>$  (patrz aneks, załącznik nr 5 i 6).

Już na etapie gromadzenia materiału źródłowego w formie mierników prostych informacja zawarta w niektórych z nich okazała się redundantna, tzn. niewnosząca nowej informacji do analizy, czyli powtarzająca informacje wniesione już przez inne zmienne. Z tego powodu rezygnowano z ich użycia, o czym informowano w podrozdziale 6.1. Z uwagi jednak na to, że w niektórych z nich można było domniemywać istnienie indywidualnego, niepowtarzalnego „ładunku informacyjnego”, niektóre z nich, mimo podobieństw, zdecydowano się zachować, pozostawiając w dalszym ciągu możliwość weryfikacji tej decyzji w dalszych krokach badawczych.

## **6.5. Metodyka badania struktury potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej**

---

Identyfikacja struktury internacjonalizacji polega przede wszystkim na badaniu kierunku i siły powiązań zachodzących między elementami ją tworzącymi. Najbardziej optymalną i najdokładniejszą metodą w tym zakresie jest analiza składowych głównych polegająca na łączeniu najbardziej skorelowanych ze sobą zmiennych w nowe, wtórne czynniki, które wyjaśniają wspólną część treści tych zmiennych, co jest równoznaczne z rotacją maksymalizującą wariację wyjściowej przestrzeni zmiennych (Budner, 1996; Frątczak, 2009; Grabiński, 1992). Metoda stosowana jest w ramach wyraźnie określonej formuły – po wyodrębnieniu pierwszego czynnika (składowej głównej) w obszarze zmienności pozostawionym przez niego dokonywana jest kolejna maksymalizacja wariacji pozostałej zmienności, a następnie kolejna itd., zgodnie z czym następuje wyodrębnianie kolejnych czynników, albowiem

---

<sup>15</sup> Metoda ta wykorzystuje rozstęp zmiennej jako punkt odniesienia, przy czym dla stymulant (dla potrzeb analizy nie gromadzono wskaźników w formie destymulant) dokonywana jest według wzoru:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \min x_{ij}}{\max x_{ij} - \min x_{ij}};$$

gdzie:  $x_{ij}$  oznacza wartość cechy dla  $i$ -tego miasta  $j$ -tej zmiennej (wskaźnika) (por. Kukuła, 2000).

każdy z nich jest definiowany w taki sposób, aby maksymalizować zmienność, która nie została objęta przez poprzedni czynnik, co w efekcie prowadzi do sytuacji, w której wyodrębnione czynniki są od siebie niezależne (Czopek, 2013; Frątczak, 2009; StatSoft, 2006). Z uwagi na to, że uporządkowany i statystycznie zdefiniowany proces badawczy wyklucza subiektywizację wyników, ale pozostawia możliwość ingerencji ze względu na meritum badanego problemu, przewidywano, że analiza składowych głównych zostanie wykorzystana jako główne narzędzie badawcze w niniejszej książce.

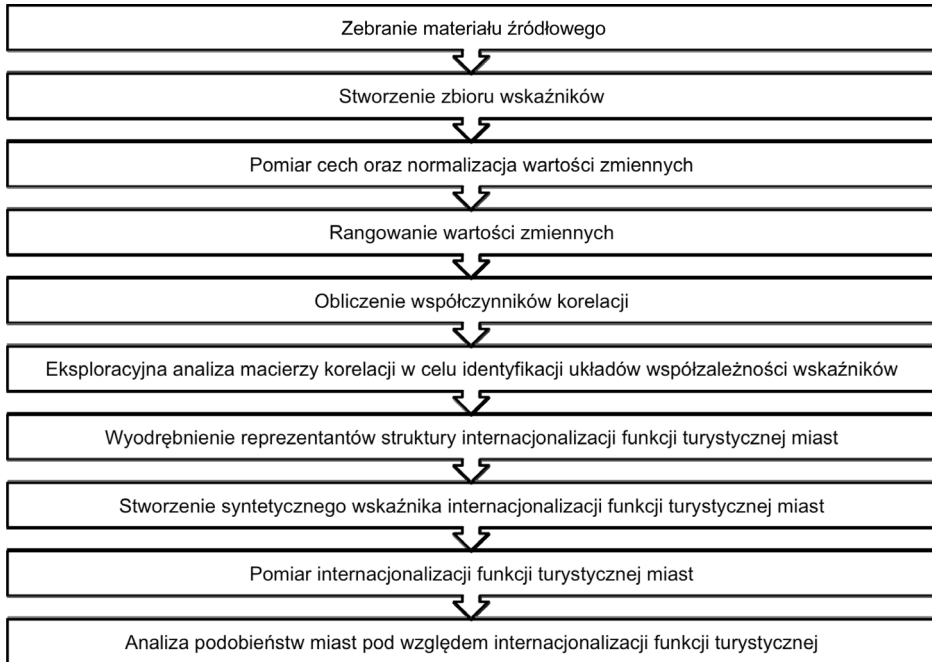
Z uwagi jednak na to, że w wyniku fazy gromadzenia wyjściowego materiału statystycznego uzyskano niespodziewanie bogaty materiał źródłowy przy relatywnie małej liczbie pomiarów (w postaci dziesięciu miast), rozpoznanie struktury potencjału umiędzynarodowienia miast w zakresie ich funkcji turystycznej z wykorzystaniem analizy składowych głównych okazało się niewykonalne, można ją bowiem zastosować w przypadkach, kiedy liczba obserwacji jest wyższa od liczby cech (zmiennych) podlegających pomiarowi (Czopek, 2013; Grabiński, 1992). W tym kontekście zbadano możliwości rezygnacji z wybranych wskaźników bądź ich syntezy, jednak oba działania niosły za sobą ryzyko utraty dużej ilości istotnej informacji, ponieważ trzeba by było zmniejszyć ich liczbę aż sześciokrotnie.

W związku z powyższym zaszła konieczność przyjęcia innej metody badawczej, która możliwie wszechstronnie oraz dokładnie, a także w jak najmniej ograniczony sposób w porównaniu do analizy czynnikowej pozwoli poznać strukturę internacjonalizacji funkcji turystycznej miast. Rdzeniem koncepcyjnym pozostało nadal badanie siły i kierunku powiązań (czyli korelacji) między cechami wyrażonymi przez wskaźniki. W tych warunkach niezwykle istotne okazało się to, że badaniu poddano wszystkie miasta mające przynajmniej potencjalny charakter metropolitalny, a więc liczące ponad trzysta tysięcy mieszkańców. W ten sposób uzyskano wyczerpujący zbiór, a jednocześnie badana populacja jest na tyle mała, że możliwe jest przedstawienie poszczególnych wskaźników nie jako cechy mierzalne, ale w skali porządkowej, a więc w formie rang. Dzięki temu działaniu możliwe jest zastosowanie współczynnika korelacji rang Spearmana, będącego jedną z metod analizy współzależności zjawisk, który pozwala stwierdzić, czy różne cechy charakteryzujące internacjonalizację w badanych miastach są wzajemnie powiązane, a następnie dokonać opisu charakteru tych zjawisk. Zgodnie z literaturą miarę tę można stosować do badania zależności między cechami ilościowymi w przypadku niewielkiej liczby obserwacji (Sobczyk, 2002, s. 243).

Przyjęcie metody umożliwiło określenie całościowej procedury badawczej, składającej się z 10 kroków przedstawionych na rysunku 20.

Rangowanie, polegające na tworzeniu kolejności badanych miast, przeprowadzono zgodnie z osłabianiem się zmiennej dla każdego wskaźnika poprzez nadawanie kolejnym pomiarom (miastom) uporządkowanych numerów, przy czym ranga równa 1 oznacza najsilniejsze natężenie danej cechy (co jest równoznaczne z wartością wskaźnika znormalizowanego równej 1), a 10 najsłabsze natężenie. Zgodnie z zaleceniami (Pociecha, 2002, s. 89;

Sobczyk, 2002, s. 244), w przypadku, gdy ta sama kategoria danej cechy powtórzyła się u dwóch lub więcej miast, przypisywano im identyczne rangi, licząc średnią arytmetyczną z kolejno przypadających dla nich numerów. Uboczną konsekwencją rangowania jest zużycie wkładu informacyjnego, niemniej nie jest ono na tyle duże, aby można było twierdzić, że zniekształca uzyskany w ten sposób obraz zjawiska.



Rys. 20. Procedura badania struktury potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej  
Źródło: Opracowanie własne.

Korelacja rangowa wykazuje atrybuty, które predestynują ją do zastosowania struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast, traktowanej jako zjawisko nierozpoznane. Przede wszystkim mierzy ona dowolną monotoniczną zależność (a nie tylko liniową), a więc powiązania mające niehierarchiczny charakter, a takie występują w ramach procesu internacjonalizacji. Ponadto jest ona w niewielkim stopniu wrażliwa na obserwacje odstające, co predestynuje ją do analizy małych populacji i danych, odnośnie których zachodzi obiektywne ryzyko niższej jakości (a takie ryzyko występuje w prezentowanej analizie). Może być także stosowana przy dowolnym rozkładzie analizowanych zmiennych. Te wszystkie cechy powodują, że zależność między zmiennymi nie musi oznaczać związku przyczynowo-skutkowego, dlatego bardzo istotną, a wręcz kluczową rolę w analizie odgrywa merytoryczna weryfikacja wyników, czyli logiczna interpretacja związku między wskaźnikami przeprowadzana na podstawie wiedzy badacza na temat natury zjawiska i natury czynników go tworzących.

Współczynnik korelacji rang ( $r_s$ )<sup>16</sup> pozwala ocenić stopień zgodności zmienności cech, przyjmując wartości z przedziału  $-1 \leq r_s \leq 1$ , przy czym im wyższa wartość bezwzględna współczynnika i bliższa 1, tym zależność korelacyjna jest silniejsza. Interpretacja wartości wskaźnika jest analogiczna do interpretacji współczynnika Pearsona omówionego w rozdziale 1 w odniesieniu do badania metropolii turystycznych świata.

Współczynnik korelacji dotyczy dwóch cech (zmiennych), zatem w celu zbadania struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast dokonano wielokrotnych testów korelacji rangowej wszystkich wskaźników zakwalifikowanych do badań, czyli obliczono współczynnik między każdą zmienną a pozostałymi zmiennymi, aby ustalić moc powiązania tych zmiennych<sup>17</sup>, wykorzystując do tego macierz korelacyjną. Zostały one następnie pogrupowane zgodnie ze schematem triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, dzięki czemu w macierzy mogły zostać wyodrębnione cztery obszary, a w ramach każdego z nich można wyróżnić dziewięć pól odpowiadających składowym triady internacjonalizacji. Podział ten w naturalny sposób narzuca sposób dalszej analizy opartej na modelu triady, zgodnie z którą poznanie struktury zjawiska wymaga zbadania współzależności wskaźników w następujących wymiarach<sup>18</sup>:

- wewnątrz każdej z trzech składowych triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta odnoszących się do części turystycznej oraz części ogólnej (czarne pola znajdujące się po przekątnej rysunku 21 lub strzałki wewnątrz składowych na rysunku 22);
- między składowymi triady internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz składowymi triady internacjonalizacji miasta (pola zaznaczone szarym tłem na rysunku 21 lub strzałki ciągłe między składowymi na rysunku 22);
- między wskaźnikami określającymi funkcję turystyczną a wskaźnikami określającymi internacjonalizację części ogólnogospodarczej miasta oraz między wskaźnikami określającymi część ogólnogospodarczą miasta a wskaźnikami określającymi internacjonalizację funkcji turystycznej, ograniczonymi do relacji odnoszących się do składowej internacjonalizacji miasta w ramach funkcji turystycznej lub internacjonalizacji ogólnej (pola zaznaczone liniami przekątnymi na rysunku 21 oraz strzałki o liniach przerywanych na rysunku 22);

<sup>16</sup> Współczynnik korelacji rang Spearmana oblicza się według wzoru:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)};$$

gdzie:  $d_i$  oznaczają różnice między rangami odpowiadających sobie wartości cechy  $x_i$  i cechy  $y_i$  ( $i=1, 2, \dots, 10$ ), a  $n$  oznacza liczbę badanych miast (Sobczyk, 2002, s. 244).

<sup>17</sup> Obliczeń dokonano w programie STATISTICA w wersji 10 w ramach licencji zbiorowej posiadanej przez Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

<sup>18</sup> Dla ich zobrazowania na rysunku 21 utworzono uproszczoną wersję tablicy współczynników korelacyjnych, a na rysunku 22 wskazano obszary analizowanych korelacji.

- między zmiennymi określającymi internacjonalizację miasta w zakresie funkcji turystycznej a zmiennymi określającymi ogólną internacjonalizację miasta (pole zaznaczone kratką na rysunku 21 oraz strzałka o pogrubionej linii przerywanej na rysunku 22).

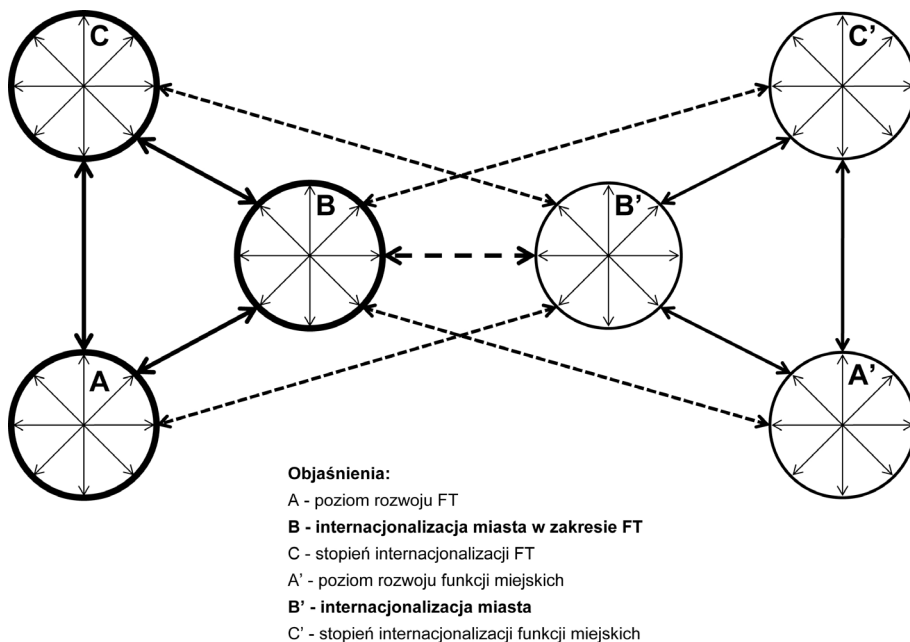
Brak wypełnienia pól (rysunek 21) lub brak strzałek między składowymi (rysunek 22) oznaczają brak merytorycznej konieczności rozpoznawania powiązań.

		FUNKCJA TURYSTYCZNA			MIASTO OGÓŁEM		
		A	B	C	A'	B'	C'
FUNKCJA TURYSTYCZNA	A						
	B						
	C						
MIASTO OGÓŁEM	A'						
	B'						
	C'						

	współzależności występujące wewnątrz składowych triady internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz triady internacjonalizacji miasta
	współzależności występujące między składowymi triady internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz składowymi triady internacjonalizacji miasta
	współzależności występujące między wskaźnikami określającymi funkcję turystyczną a wskaźnikami określającymi internacjonalizację części ogólnogospodarczej miasta
	współzależności występujące między wskaźnikami określającymi część ogólnogospodarczą miasta a wskaźnikami określającymi internacjonalizację funkcji turystycznej
	współzależności występujące między zmiennymi określającymi internacjonalizację miasta w zakresie funkcji turystycznej a zmiennymi określającymi ogólną internacjonalizację miasta
	współzależności nieistotne

Rys. 21. Uproszczona macierz korelacji zmiennych na potrzeby badania struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej

Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 22. Schemat korelacji zmiennych internacjonalizacji funkcji turystycznej (FT)

Źródło: Opracowanie własne.

## Analiza macierzy korelacji

Następnym krokiem w procedurze badawczej jest eksploracyjna analiza macierzy korelacji, przeprowadzona w celu identyfikacji oczekiwanych i nieoczekiwanych zależności między cechami internacjonalizacji zgodnie z rozróżnieniem funkcji jawnych i niejawnych (Merton, 2002), przedstawionym w rozdziale 3. Zastosowanie współczynnika korelacji Spearmana do badania struktury zjawiska nie jest tak zaawansowanym statystycznym narzędziem jak analiza składowych głównych, jednak pozwala na wyodrębnienie w macierzy struktur zmiennych w oparciu o korelacje grup (układów) zmiennych według wartości otrzymanych współczynników niezależnie od tego, do jakiej grupy wcześniej były zakwalifikowane. Innymi słowy pozwala wyodrębnić powiązania lub układy powiązań między zmiennymi internacjonalizacji, co bez wykonania tego działania byłoby niemożliwe. Następuje to na drodze logicznej indukcji i merytorycznej weryfikacji, bez wykorzystania dodatkowych technik statystycznych (Frątczak, 2009; Sobczyk, 2002; StatSoft, 2006)<sup>19</sup>. Ogólnie rzecz biorąc, duża liczba zmiennych opisujących dane zjawisko sprawia,

<sup>19</sup> Ewentualne wykorzystanie analizy skupień według zmiennych, aczkolwiek możliwe do wykonania (i w rzeczywistości wykonane na zasadzie weryfikacji poprawności macierzy korelacji), przynosi zbieżne do korelacji metodą Spearmana rezultaty, zatem nie wnosi żadnej dodatkowej wartości informacyjnej, a ponadto z założenia nie można na jej podstawie dowieść związku przyczynowego i nie wyjaśnia, dlaczego dane struktury występują.

że zjawisko to jest w miarę dokładnie scharakteryzowane, jednak wzrasta stopień komplikacji i ryzyko wzajemnej korelacji między zmiennymi je opisującymi. Jeśli przeprowadza się bowiem dużą liczbę testów korelacji naraz, wówczas wartości statystycznie istotne mogą zdarzać się zaskakująco często.

Efekt eksploracyjnej analizy macierzy korelacji jest identyfikacja grup (układów) wskaźników pozostających w układzie wzajemnych zależności, czyli charakteryzujących się silnymi i bardzo silnymi powiązaniem i w ten sposób informujących o tym samym, szerszym zjawisku będącym składnikiem procesu internacjonalizacji. Oprócz grup identyfikacji podlegają równocześnie wskaźniki indywidualne, nieskorelowane silnie z innymi. Zgodnie z celem badania oraz logiką triady internacjonalizacji funkcji turystycznej w mieście rozpoznanie struktury dotyczy internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, natomiast pozostałe składowe triady stanowią czynniki tego umiędzynarodowienia.

W kolejnym kroku następuje analiza powiązań zarówno zmiennych zachodzących wewnątrz poszczególnych składowych internacjonalizacji, jak i między składowymi. Biorąc pod uwagę sygnalizowane wcześniej ryzyko redundantności wskaźników, celem analizy jest zredukowanie nadmiernej wymiarowości zjawiska, jednak w taki sposób, aby w wyniku tego działania zachować możliwie jak najwięcej istotnych relacji. Następuje to w wyniku usunięcia wskaźników pojedynczych, tj. takich, dla których wartość współczynnika korelacji jest stosunkowo niska w stosunku do innych zmiennych. Ponadto, w oparciu o macierz korelacji w ramach zidentyfikowanych układów powiązań, można wskazać zmienną lub zmienne najbardziej skorelowane z pozostałymi, mogące pełnić rolę reprezentantów, których będzie można zakwalifikować do dalszych analiz (zob. Grabiński, 1992; Panek, Zwierzchowski, 2013). W ramach tego zadania taksonomicznego, w odróżnieniu od analizy składowych głównych, wartości reprezentantów nie mogą być w żaden sposób wyliczane w oparciu o pozostałe zmienne w grupie. Reprezentują je natomiast jako najbardziej typowe z grupy. W ten sposób można przyjąć, że informacje niesione przez każdą grupę są w analizie uwzględnione mimo redukcji liczby zmiennych, i na tej podstawie ograniczyć rozważania odnośnie do struktury internacjonalizacji do najbardziej typowych zmiennych i procesów. Metoda ta ma charakter merytorycznej analizy zmiennych w formie badania wielkości ich umownego indywidualnego ładunku informacyjnego. Należy podkreślić, że reprezentanci wybrani w ten sposób nie zastępują grupy zmiennych, a więc nie wyjaśniają w największym stopniu wspólnej części treści pozostałych zmiennych znajdujących się w nim w skupieniu, ale „zachowują się” w ten sam sposób, pozostając z nimi w statystycznym i logicznym związku. W tym znaczeniu nie należy ich postrzegać jedynie w kategoriach indywidualnych wskaźników, ale traktować je jako obszary wspólnych wielu wskaźników, reprezentujących szerszy zasób wiedzy o zjawisku, niż wynika to z jego konstrukcji.

Redukcja liczby zmiennych umożliwia zbudowanie modelu o mniejszej złożoności niż w przypadku uwzględniania wszystkich zmiennych (por. Lasek, Pęczkowski, 2010) przy

jednoczesnym zachowaniu najbardziej znaczących składników tej struktury. Zarówno rozpoznanie struktury, jak i redukcja zmiennych oraz wybór reprezentantów wymagają możliwie najwyższego obiektywizmu badacza oraz ciągłej weryfikacji logicznej wyników analizy. Metoda ta pozwala w minimalnym stopniu formułować wnioski ogólne, wychodzące poza badaną populację. Jej zastosowanie jest jednak uzasadnione przez konieczność rozwiązania sformułowanego problemu badawczego i osiągnięcia celów badania.

Przyjęto następujące zasady tworzenia modelu struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich w oparciu o reprezentantów:

- 1) Utworzony model powinien być reprezentatywny dla obu lat, dla których przeprowadzono pomiar, tj. dla roku 2002 i 2012.
- 2) Wybór reprezentantów powinien dotyczyć składowej internacjonalizacji miasta w zakresie funkcji turystycznej, do których dobrane zostaną wskaźniki reprezentujące czynniki internacjonalizacji jako części pozostałych składowych oraz składowej internacjonalizacji ogólnej miasta, z którymi reprezentanci tworzą najsilniejsze układy korelacyjne.
- 3) Biorąc pod uwagę szczegóły procesu redukcji zmiennych i wyboru reprezentantów, przyjęto minimalny poziom wskaźnika korelacji na poziomie 0,7.
- 4) Reprezentant powinien charakteryzować się silnym związkiem korelacyjnym z innymi reprezentantami w obu okresach badawczych. Warunkiem wyboru reprezentanta jest istnienie więcej niż jednego silnego związku oraz istnienie merytorycznego związku między wskaźnikami. W przypadku, kiedy więcej niż jeden reprezentant spełnia te warunki w tym samym stopniu, przyjęto, że należy porównać w ten sam sposób odpowiedniki tego wskaźnika w pozostałych składowych triady internacjonalizacji. Nie można jednak traktować tej zasady w sensie bezpośrednio statystycznym, ponieważ niemożliwe jest wyliczenie związków korelacyjnych między grupami, z których wyłonieni są reprezentanci, zatem logicznej i merytorycznej analizie podlegają korelacje zachodzące między indywidualnymi współczynnikami.
- 5) Uzupełnieniem analizy jest wybór reprezentantów oraz stworzenie modelu struktury internacjonalizacji także w odniesieniu do części ogólnej miasta, tym niemniej należy w tym przypadku pamiętać o wspomnianym wcześniej ograniczonym wachlarzu wskaźników określających tę sferę.

Powyższym zasadom podporządkowany został schemat przedstawienia wyników badania zaprezentowany w kolejnym rozdziale.

### **Tworzenie wskaźnika syntetycznego potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej**

Wybór reprezentantów stanowi podstawę następnego etapu badań, polegającego na stworzeniu syntetycznego wskaźnika internacjonalizacji funkcji turystycznej miast oraz ich pomiarze z jego wykorzystaniem. Przyjmując za Komorowskim (2000, s. 13),



że pomiarowi może podlegać tylko i wyłącznie potencjał międzynarodowy rozumiany jako wymierny stan internacjonalizacji, a nie proces umiędzynarodawiania, zostanie on dokonany dwukrotnie, dla obu okresów badawczych, a różnice między nimi zostaną poddane dalszej pogłębionej analizie. Badane miasta zostaną uporządkowane według stopnia ich potencjału międzynarodowego w zakresie turystyki, a więc – zgodnie z przyjętym ujęciem badawczym – uwzględniony zostanie zarówno element jej internacjonalizacji, jak i jej wpływ na umiędzynarodowienie miasta.

Przyjęto, że skład wskaźnika internacjonalizacji miast w ramach ich funkcji turystycznej tworzyć będą wskaźniki szczegółowe, które wyodrębniono jako reprezentantów struktury internacjonalizacji, ujednolicone dla roku 2002 i 2012. Zgodnie z metodyką prowadzącą ostatecznie do wyboru reprezentantów cechy, którym odpowiadają wyodrębnione mierniki, decydują w największym (istotnym) stopniu o naturze umiędzynarodowienia funkcji turystycznej w miastach polskich, a więc przy uwzględnieniu czynników umiędzynarodowienia zarówno turystyki, jak i umiędzynarodowienia całej gospodarki miasta. Stosowanie go pozwoli na ograniczenie ilości informacji źródłowej, koniecznej do scharakteryzowania natury zjawiska internacjonalizacji. Ponadto oparcie wskaźnika syntetycznego wyłącznie na najbardziej reprezentatywnych wskaźnikach pozwala na przyjęcie ich równych wag, pamiętając jednak przy tym, że reprezentują one szerszy zakres internacjonalizacji funkcji turystycznej, niż wynika to literalnie z ich konstrukcji.

Wskaźnik syntetyczny oparty jest na miernikach reprezentujących składową internacjonalizacji miasta w sferze turystyki, zbudowanych poprzez odniesienie miernika charakteryzującego zagraniczną część funkcji turystycznej (np. liczby turystów zagranicznych) do miernika charakteryzującego ogólny poziom rozwoju miasta (np. liczby mieszkańców). Dla żadnej zmiennej tworzącej te wskaźniki nie można określić wartości wzorcowej, tj. wartości potencjalnej (maksymalnej). Z tego względu, ale także z uwagi na spore różnice między wartościami poszczególnych wskaźników, były one poddane normalizacji metodą unitaryzacji zerowej (Kukuła, 2000, s. 59–64), zatem w przypadku wskaźnika syntetycznego ponowna normalizacja nie jest uzasadniona. Oznacza to, że wskaźnik syntetyczny ma charakter komparatywny, czyli możliwy jest pomiar stopnia internacjonalizacji miast względem siebie w ramach funkcji turystycznej, bez możliwości ustalenia wzorca rozwojowego, czyli modelowego poziomu internacjonalizacji funkcji turystycznej. W tym znaczeniu nie ma on charakteru obiektywnego (uniwersalnego), zatem pomiar tylko jednego miasta nie miałby żadnego sensu. Wyniki pomiaru funkcji turystycznej miast polskich z użyciem syntetycznego wskaźnika zostaną przedstawione w formie rankingu.

Wyodrębnienie syntetycznego wskaźnika międzynarodowego potencjału turystycznego oraz międzynarodowego potencjału ogólnogospodarczego pozwala na pomiar korelacji między uzyskanymi wielkościami dla poszczególnych miast. W tym przypadku przedmiotem pomiaru nie są rangi, ale wartości współczynników, dlatego użyto współczynnik korelacji

Pearsona jako miary adekwatnej do badania tego typu związków (Frątczak, 2009; Pocięcha, 2002; Sobczyk, 2002; StatSoft, 2006).

### **Analiza podobieństw miast pod względem struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej**

W celu analizy podobieństw (oraz różnic) struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej badanych miast przeprowadzono analizę skupień, której istota sprowadza się do poszukiwania jednorodnych podzbiorów w niejednorodnym zbiorze obiektów (Balicki, 2009). Tym samym tworzy się grupy obiektów podobnych do siebie nawzajem. W tym celu postępuje się według procedury badawczej opracowanej dla tej metody statystycznej, w oparciu o surowe, niestandardyzowane wskaźniki. Sprawdzone, że wszystkie zmienne wykorzystane w analizie skupień mają rozkład normalny lub zbliżony do normalnego. Zgodnie z literaturą warunkiem ich wykorzystania w badaniu jest to, aby charakteryzowały się wysoką zmiennością oraz były ze sobą słabo skorelowane (Kaczmarek, 2003). Pierwszy warunek został spełniony (współczynnik zmienności najczęściej przekraczał 100%), jednak macierz korelacji wykazała, że w wielu przypadkach występują silne i istotne statystycznie związki między zmiennymi. Przeprowadzając analizę skupień, korzystano z metody Warda, będącej jedną z aglomeracyjnych metod grupowania zbioru elementów, która do oszacowania odległości między skupieniami wykorzystuje podejście analizy wariancji (Balicki, 2009; Grabiński, 1992; Kaczmarek, 2003; Migut, 2009; Młodak, 2006). Za jej zastosowaniem przemawiają cztery przesłanki:

- obiektywizm uzyskany dzięki hierarchiczności analizy,
- efektywność,
- czytelna prezentacja wyników w formie dendrogramu (drzewa) powiązań między badanymi obiektami,
- wykorzystanie kwadratowej odległości euklidesowej, uwzględniającej duże różnice wartości zmiennych opisujących obiekty.

W metodzie Warda określenie najbardziej optymalnej liczby skupień należy do zadań badacza, który może ustalić jej wartość krytyczną w oparciu o odpowiednie mierniki statystyczne (np. iloraz maksymalnej odległości wewnątrzgrupowej przez minimalną odległość międzygrupową), ale przede wszystkim musi bazować na swojej wiedzy z zakresu badanego zagadnienia, aby nie wyodrębnić zbyt dużej lub zbyt małej liczby skupień w odniesieniu do celu projektu (Kaczmarek, 2003). Użytecznymi narzędziami w określaniu optymalnej liczby skupień są dendrogram oraz wykres odległości wiązania względem etapów wiązania, których użycie pomaga prześledzić poszczególne etapy procesu grupowania. W zastosowanej metodzie nie narzuca się sformalizowanego, liczbowego sposobu analizy wyników. Ich interpretacja, polegająca na wyjaśnianiu przyczyn skupień (czyli podobieństw) metodą syntezy informacji, nastąpi w formie opisowej, bazując na analizie danych źródłowych.

## **7. POTENCJAŁ MIĘDZYNARODOWY MIAST POLSKICH W ZAKRESIE FUNKCJI TURYSTYCZNEJ**

---

Badania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich stanowią zasadniczą, empiryczną fazę projektu badawczego prezentowanego w niniejszej książce. Rozpoznanie natury zjawiska jest wniknięciem w jego strukturę po to, aby zidentyfikować oraz wyjaśnić siły rządzące jego natężeniem i dynamiką, a także zależności, które tworzą jego strukturę. Podstawowy problem tej części badań można określić pytaniem: jaka jest natura internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich? Uszczegółowiając to pytanie, można zapytać, jakie czynniki bądź ich grupy w największym stopniu tworzą jej strukturę i dynamikę?

Podstawę koncepcyjną badania stanowi triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta określona w poprzednim rozdziale. Jej konstrukcja opiera się na powiązaniach (relacjach) zachodzących między cechami (atrybutami) funkcji turystycznej. Cechy te stanowią skład, natomiast powiązania między nimi, a ściślej rzecz ujmując, kierunek i siła tych relacji, tworzą jej strukturę wewnętrzną, w tym strukturę jej części międzynarodowej. Dodatkowo elementy te powiązane są z ich odpowiednikami charakteryzującymi całą gospodarkę miasta, tworząc jej strukturę zewnętrzną. To wyjaśnienie jest istotne, ponieważ sposób prezentacji wyników badań jest ściśle podporządkowany zasadom tworzenia modelu struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast w oparciu o identyfikację tzw. reprezentantów na podstawie tablic korelacyjnych, co zostało dokładnie omówione w poprzednim rozdziale. Z kolei model struktury internacjonalizacji bazuje właśnie na koncepcji triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miast.

Zgodnie z metodyką najpierw dokonana zostanie analiza korelacji wewnętrznych oraz korelacji zachodzących pomiędzy składowymi triady internacjonalizacji w odniesieniu do sfery turystycznej, a następnie analiza korelacji wewnętrznych oraz korelacji zachodzących pomiędzy składowymi triady internacjonalizacji w odniesieniu do ogólnej sfery miasta. Poszczególne etapy analizy zostaną dodatkowo zobrazowane odpowiednimi schematami graficznymi.

Zakres przestrzenny badania obejmuje miasta polskie charakteryzujące się metropolitalnym potencjałem. Zakres czasowy dotyczy lat 2002 oraz 2012, przy czym dostępność materiału statystycznego okazała się kluczowa dla jego określenia. W związku z tym dokonany został dwukrotny pomiar stanu potencjału internacjonalizacji. Z uwagi na to, że kompletny zestaw wskaźników został zebrany dla 2012 roku, analiza struktury dla tego roku pełni funkcję badania bazowego, do której odniesiona została analiza sporządzona dla 2002 roku.

## 7.1. Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej największych miast polskich

---

W wyniku zastosowania współczynnika korelacji Spearmana uzyskano pełną, 73-elementową macierz korelacyjną dla 2012 roku, oraz niepełną, 42-elementową macierz korelacyjną dla 2002 roku. Wstępna ocena zawartości tabel wykazała, że badane zjawisko cechuje się wysokim natężeniem współzależności cech, przyjęto zatem, że analizie podlegać będą trzy najwyższe poziomy wartości bezwzględnej współczynnika korelacji:

- najwyższy, tj.  $0,9 \leq r_s < 1$ ;
- wysoki, tj.  $0,8 \leq r_s < 0,9$ ;
- względnie wysoki, tj.  $0,7 \leq r_s < 0,8$ .

W ramach obu macierzy wyróżniono cztery obszary współczynników korelacji uporządkowanych według modelu triady internacjonalizacji. Z uwagi na rozmiary macierzy oraz stopień skomplikowania zjawiska, dla zwiększenia przejrzystości kolejnych rozważań, zostaną one przeanalizowane właśnie w tych częściach, zgodnie z logiką analizy zaprezentowaną na rysunkach 21 i 22 w rozdziale 6 (s. 269–270).

### Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich w 2012 r.

Analizując ogólną macierz korelacji za rok 2012 (przedstawioną w częściach w aneksie jako załącznik nr 5), można wskazać ponad dwadzieścia układów powiązań między wskaźnikami w części triady internacjonalizacji turystycznej (zarówno wewnątrz składowych, jak i między nimi), około piętnaście układów korelacji większości wskaźników części triady internacjonalizacji ogólnej miasta oraz ponad dziesięć układów zależności występujących między triadami, jednak związki między nimi są słabsze. Charakterystyczny dla tej części macierzy jest wysoki stopień skomplikowania układów wysokiego natężenia współzależności współczynników. Oprócz nich istotne są także wskaźniki, które pozostają w słabej korelacji z pozostałymi w ramach tych obszarów. Cała struktura zostanie omówiona we wspomnianej kolejności.

Z uwagi na długość nazw wskaźników na kolejnych rysunkach posłużono się ich nazwami operacyjnymi, dlatego w celu śledzenia opisu związków korelacyjnych konieczna jest ich znajomość zaprezentowana w tabeli 17 (s. 261).

### Struktura składowych triady internacjonalizacji turystycznej

Analizując korelacje wewnętrzne i zewnętrzne (tj. zachodzące między składowymi) triady internacjonalizacji, należy zwrócić przede wszystkim uwagę na związki składowej internacjonalizacji miasta w zakresie funkcji turystycznej (rysunek 23, kolumna B, pamiętając przy tym, że kolumny nie wskazują na liniowe zależności, a są jedynie możliwie najbardziej czytelną ilustracją powiązań). Analizując układy współzależności wewnętrznych

(oznaczonych na rysunku w formie okręgów), można wyodrębnić osiem niemal niepowiązanych ze sobą obszarów, w tym pięć wskaźników indywidualnych oraz trzy układy bardzo silnych związków korelacyjnych. Pierwszy układ występuje między wskaźnikami określającymi intensywność ruchu turystycznego, czyli wskaźnikiem Chavrata w odniesieniu do zagranicznego ruchu turystycznego w wydaniu podstawowym i w odniesieniu do hoteli (bardzo silna dodatnia korelacja), przy czym pierwszy wskaźnik jest słabiej skorelowany z poziomem spotkań międzynarodowych, natomiast silniej z liczbą zagranicznych podmiotów<sup>1</sup> noclegowych i gastronomicznych oraz zagranicznych podmiotów sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (średni poziom współczynnika korelacji). W ten sposób pierwszy układ powiązań jest powiązany z drugim układem, którego rdzeniem jest bardzo silna korelacja liczby podmiotów gospodarczych sfery transportu z podmiotami organizacji i obsługi ruchu turystycznego (środek środkowej kolumny). Trzeci układ bardzo silnych powiązań tworzą wskaźniki umiędzynarodowienia dostępności komunikacyjnej, skorelowanych dodatkowo z liczbą pomników z listy UNESCO w mieście (KS\_POMNIKI; silna korelacja) oraz natężeniem zagranicznych podmiotów sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (średni poziom współczynnika korelacji).

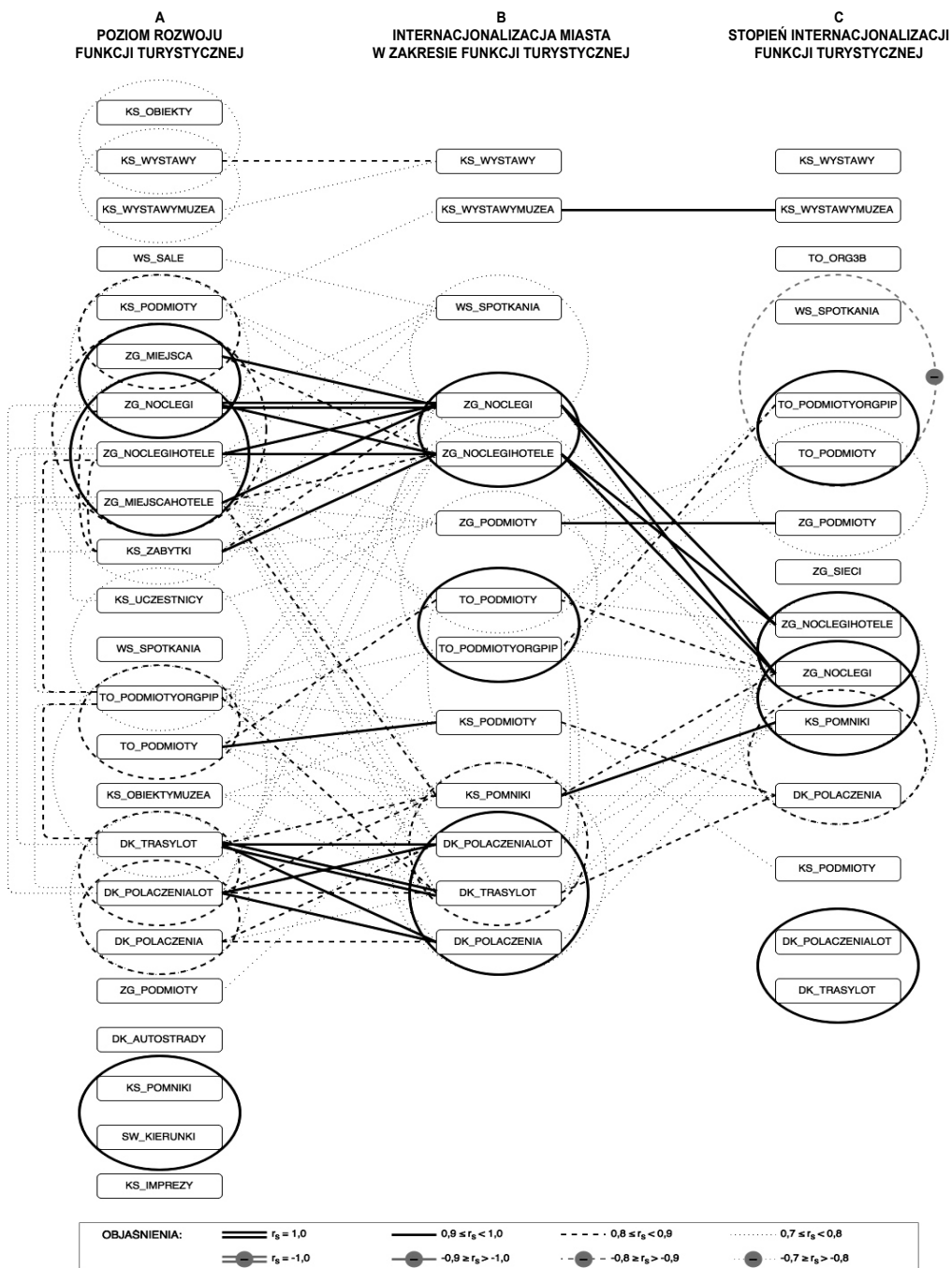
Po stronie czynników rozwoju funkcji turystycznej (rysunek 23, lewa strona, kolumna A) występują bardziej liczne układy współzależności oraz cztery niepowiązane wewnętrznie wskaźniki. Pierwszy z nich, o największej gęstości i sile korelacji, tworzą wskaźniki odzwierciedlające poziom zagospodarowania noclegowego, wiążąc w stopniu najsilniejszym lub bardzo silnym wskaźniki podażowe i popytowe z liczbą podmiotów gospodarczych sfery sportu i kultury, liczbą zabytków oraz natężeniem podmiotów sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego, natomiast ze średnim natężeniem sferę lotniczej dostępności komunikacyjnej. Wskaźniki opisujące sferę dostępności komunikacyjnej tworzą kolejny wzajemny układ powiązań o dużej sile, dodatkowo umiarkowanie skorelowany z natężeniem podmiotów gospodarczych sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego, a także liczbą muzeów. Układ powiązań o średniej sile zaobserwowano także w sferze kultury i sportu (górną część kolumny A). Z kolei zidentyfikowana sfera wzajemnych oddziaływań między liczbą znaczących pomników historii a liczbą kierunków turystycznych w szkołach wyższych (dolną część kolumny A) nie ma uzasadnienia merytorycznego i należy ją pominąć.

W ramach sfery internacjonalizacji samej funkcji turystycznej (kolumna C) także obserwuje się bardzo silne układy wewnętrznych powiązań. Podobnie jak w przypadku pozostałych składowych najsilniejszy i najgęstszy układ tworzy sfera wskaźników charakteryzujących poziom zagospodarowania noclegowego wraz ze wskaźnikiem mierzącym występowanie obiektów z listy UNESCO oraz międzynarodowym usieciowieniem

---

<sup>1</sup> Termin „podmioty zagraniczne” w tym oraz kolejnych przypadkach oznacza podmioty zagraniczne z kapitałem zagranicznym lub mieszanym. Będzie on używany w trakcie analizy w celu uniknięcia zawiłych konstrukcji znaczeniowych zamiennie z terminem „przedsiębiorstwa zagraniczne”.

lotniczym i kolejowym miasta. Druga sfera powiązań występuje w ramach wskaźników liczby zagranicznych przedsiębiorstw sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego.



Rys. 23. Współzależności między wskaźnikami w ramach triady internacjonalizacji funkcji turystycznej (2012)  
 Źródło: Opracowanie własne.

Należy zwrócić szczególną uwagę, że oba te wskaźniki, wraz ze wskaźnikiem określającym natężenie spotkań międzynarodowych, znajdują się w silnej ujemnej korelacji, co wydaje się nie mieć wytłumaczenia merytorycznego, ponieważ bardziej prawdopodobny jest brak korelacji między nimi, a najbardziej oczekiwana byłaby w tym przypadku przynajmniej umiarkowana korelacja dodatnia<sup>2</sup>. Dodatkowo natężenie podmiotów sfery transportu, organizacji i obsługi ruchu turystycznego z kapitałem zagranicznym skorelowane jest dodatnio (ale z umiarkowaną siłą) z natężeniem podmiotów noclegowych i gastronomicznych z kapitałem zagranicznym. Kolejna zidentyfikowana współzależność wewnętrzna o bardzo silnym natężeniu występuje między wzrostem udziału zagranicznych połączeń lotniczych a łączną długością tych połączeń, co należy uznać za oczywistość.

W ramach żadnej z trzech składowych triady nie obserwuje się powiązań wewnętrznych stworzonych przez wskaźnik charakteryzujący natężenie liczby zabytków, obiektów kultury oraz dostępności drogowej.

Układowi powiązań wewnętrznych występującym między wskaźnikami zagospodarowania noclegowego towarzyszą układy korelacji zewnętrznych, czyli korelacji występujących między składowymi triady internacjonalizacji funkcji turystycznej, których punktem odniesienia jest kolumna B. Można wyróżnić dwa układy powiązań korelacyjnych o dużej sile i dużej gęstości oraz kilka mniej gęstych obszarów współzależności. Pierwszy układ tworzy sfera umiędzynarodowienia potencjału noclegowego, która wykazuje bardzo silne związki zarówno ze wskaźnikami należącymi do sfery rozwoju funkcji turystycznej (kolumna A), jak i jej internacjonalizacji (kolumna C) w ramach tej samej działalności. Ponadto cechuje się ona współzależnościami (o umiarkowanej sile) ze wskaźnikami potencjału gospodarczego w sferze organizacji i obsługi ruchu turystycznego oraz ogólnego poziomu usieciowienia miast (kolumna A), niemniej nie jest skorelowana z umiędzynarodowieniem sieci transportowej w tych miastach. Rdzeniem drugiego układu bardzo silnych korelacji jest wspomniana sfera umiędzynarodowienia dostępności komunikacyjnej. Współtworzą ją wskaźniki rozwoju ogólnej dostępności komunikacyjnej (kolumna A), przy czym zaobserwowano nawet zależność funkcyjną ( $r_s=1$ ) między łączną długością bezpośrednich połączeń lotniczych a liczbą bezpośrednich międzynarodowych połączeń kolejowych i lotniczych. Ponadto układ ten współtworzą liczne i silne korelacje z większością wskaźników po obu stronach schematu. Istotne jest jednak to, że umiędzynarodowienie miast polskich w zakresie usieciowienia jest skorelowane silnie z udziałem zagranicznych połączeń kolejowych i lotniczych analizowanych łącznie, jednocześnie ta sama siła korelacji nie występuje z samym poziomem umiędzynarodowienia dostępności lotniczej (kolumna C).

---

<sup>2</sup> Dogłębna analiza tego przypadku pozwoliła jednak stwierdzić, że przyczyna tkwi w ograniczonej jakości i wiarygodności danych źródłowych zawartych w corocznych raportach na temat polskiego rynku spotkań i wydarzeń gromadzonych przez regionalne biura kongresów i spotkań i publikowanych przez Poland Convention Bureau (PCB, 2013).

Układy powiązań o umiarkowanej sile i gęstości tworzone są między:

- stopniem umiędzynarodowienia miast pod względem działalności zagranicznych podmiotów sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (B), umiędzynarodowieniem funkcji turystycznej w zakresie udzielonych noclegów (C, silna korelacja), ogólnym poziomem rozwoju potencjału noclegowego (A, średnie natężenie korelacji);
- stopniem umiędzynarodowienia miast w sferze spotkań międzynarodowych (B), poziomem zagospodarowania noclegowego i stopniem jego wykorzystania oraz ogólną liczbą zabytków w miastach (A);
- liczbą zagranicznych podmiotów ze sfery kultury oraz ogólnym stopniem rozwoju przedsiębiorstw sfery transportu, organizacji i obsługi ruchu turystycznego (bardzo silna korelacja) oraz liczbą zagranicznych połączeń kolejowych i lotniczych (silna korelacja);
- liczbą zagranicznych podmiotów noclegowych i gastronomicznych (B), umiędzynarodowieniem tej sfery (C), liczbą udzielonych noclegów, liczbą zabytków oraz liczbą uczestników wydarzeń masowych (A);
- stopniem umiędzynarodowienia miast pod względem liczby wystaw zagranicznych (B) oraz ogólną liczbą wystaw (A);
- odrębnym układem siostrzanych wskaźników w sferze internacjonalizacji wystaw w muzeach (B i C).

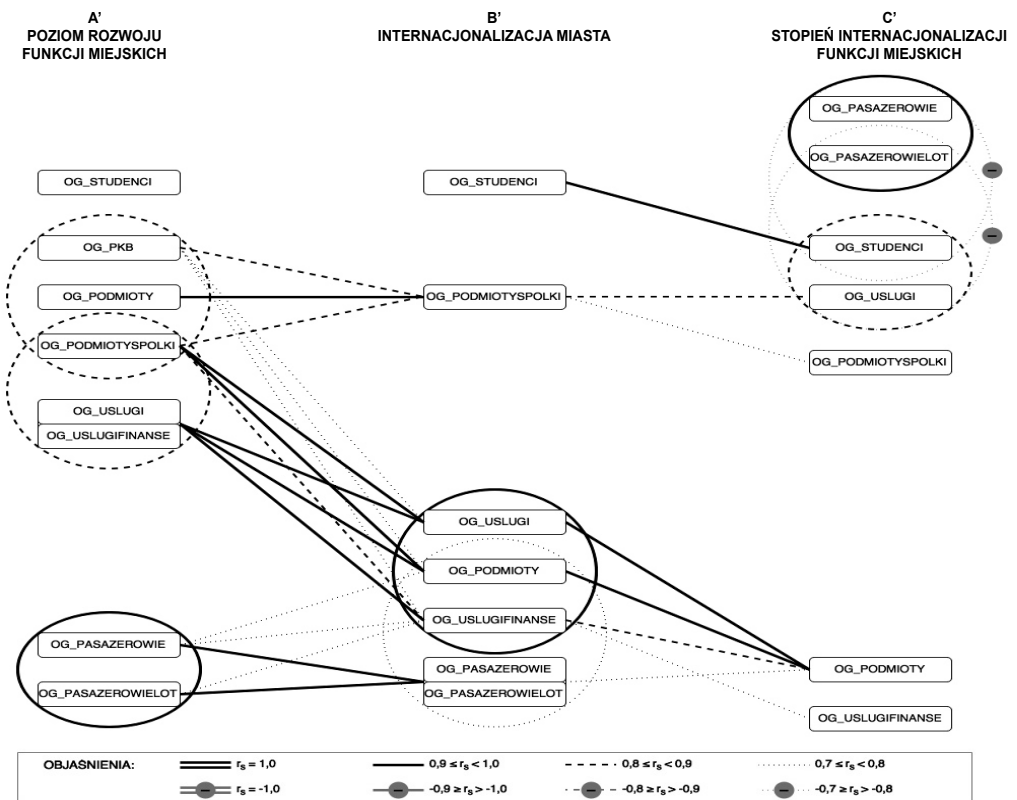
### **Struktura składowych triady internacjonalizacji miasta**

W ramach struktury triady ogólnej internacjonalizacji miasta zaprezentowanej na kolejnym schemacie (rysunek 24) zaobserwowano występowanie mniej licznych układów powiązań między zmiennymi zarówno o charakterze wewnętrznym, jak i między składowymi A, B i C. W ramach składowej obrazującej stan internacjonalizacji miasta w sferze turystyki (kolumna B) dominuje gęsty układ dodatnich, bardzo silnych wewnętrznych korelacji między poziomem zatrudnienia w sektorze usług, poziomem zatrudnienia w sekcji usług finansowych, ubezpieczeniowych i obsługi rynku nieruchomości a liczbą głównych zarządów stanowiących wyznacznik umiędzynarodowienia miast. Cechy te dodatkowo skorelowane są w średnim stopniu ze sferą umiędzynarodowienia miast w sferze dostępności komunikacyjnej. Po stronie czynników rozwoju miasta (kolumna A) zidentyfikowano dwa układy powiązań. Pierwszy, naturalny ze względów merytorycznych i charakteryzujący się bardzo dużą siłą korelacji, tworzą miary określające liczbę pasażerów. Drugi zawiązuje się między wskaźnikami określającymi ogólny potencjał gospodarczy (odzwierciedlony poziomem PKB i liczbą spółek) oraz potencjał rynku pracy (liczba zatrudnionych na 100 mieszkańców). W ramach czynników bezpośredniego umiędzynarodowienia miasta zidentyfikowano jeden układ zależności, w ramach którego w najwyższym stopniu skorelowane są wskaźniki



określające umiędzynarodowienie potencjału komunikacyjnego, a także udział studentów z zagranicy w ogólnej liczbie studentów z wielkością sektora usługowego.

Strukturę triady internacjonalizacji miasta tworzą ponadto powiązania między jej składowymi. Najsilniejszy z nich zawiązuje się w ramach zidentyfikowanego wcześniej układu powiązań wewnętrznych między wskaźnikami umiędzynarodowienia rynku pracy i liczby siedzib głównych największych polskich spółek (B), które z jednej strony są bardzo silnie skorelowane ze wskaźnikami określającymi ogólną wielkość lokalnych rynków pracy oraz liczbą spółek (A), a z drugiej strony z liczbą siedzib głównych zarządów największych polskich spółek odniesionych do liczby podmiotów ogółem (C) (co stanowi po prostu inną konstrukcję wskaźnika obrazującego to samo zjawisko). Równie silny, ale oczywisty pod względem merytorycznym, jest układ silnych powiązań między wskaźnikami wykorzystania potencjału komunikacyjnego (A+B), który w średnim stopniu skorelowany jest również z liczbą głównych siedzib zarządów największych spółek (C). Mniejszy, ale względnie silny i istotny układ korelacji zewnętrznych zawiązany jest „wokół” wskaźnika liczby spółek z udziałem kapitału zagranicznego (B). Współtworzą go wskaźniki określające poziom gospodarczy oraz liczbę podmiotów gospodarczych (A) oraz liczbę osób zatrudnionych w usługach (C).

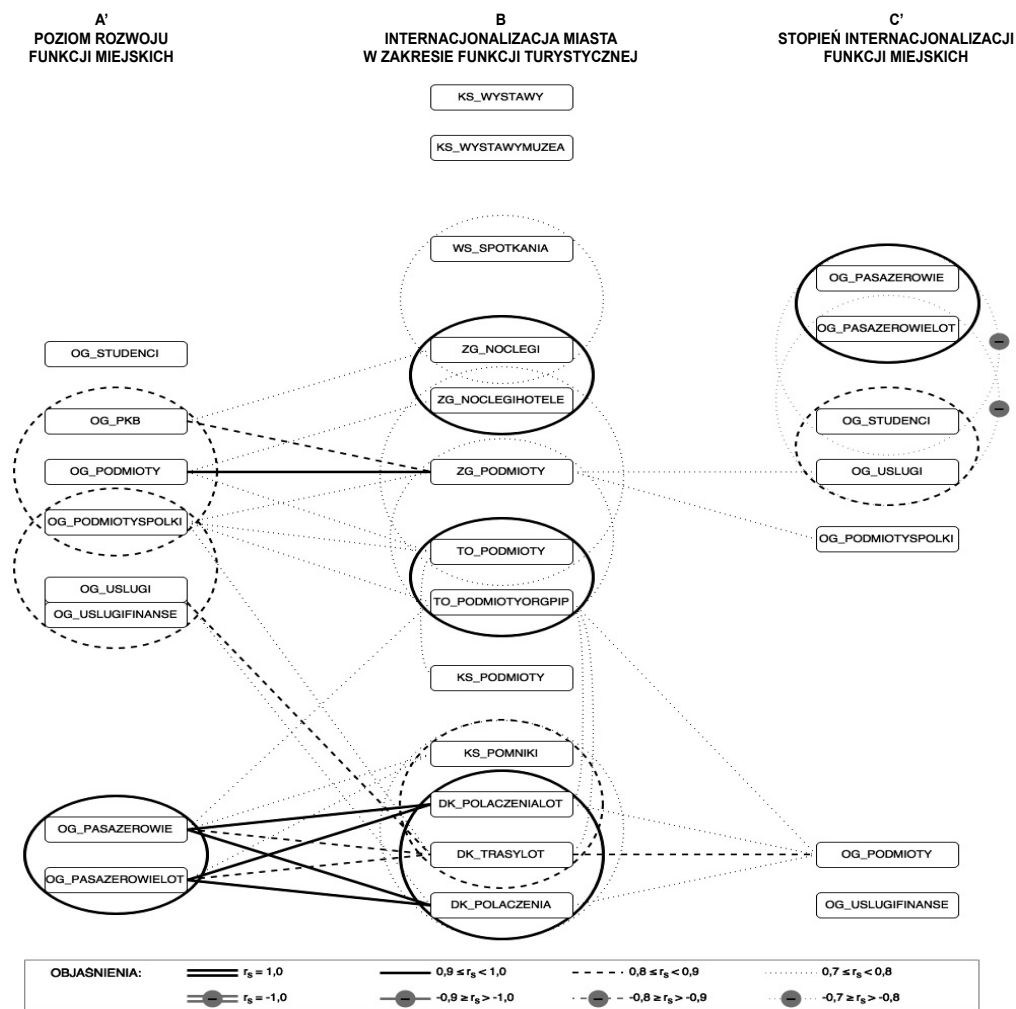


Rys. 24. Współzależności między wskaźnikami w ramach triady ogólnej internacjonalizacji miasta (2012)  
Źródło: Opracowanie własne.

Słowo komentarza należy poświęcić wskaźnikowi obrazującemu potencjał akademicki (B). Pomimo że wykazuje on silną korelację z siostrzanym wskaźnikiem sfery C, to ze względu na konstrukcję obu wskaźników korelacja ta ma czysto techniczne znaczenie. Ogólnie rzecz biorąc, potencjał akademicki nie tworzy znaczących związków z innymi wskaźnikami rozwoju miast polskich i ich internacjonalizacji.

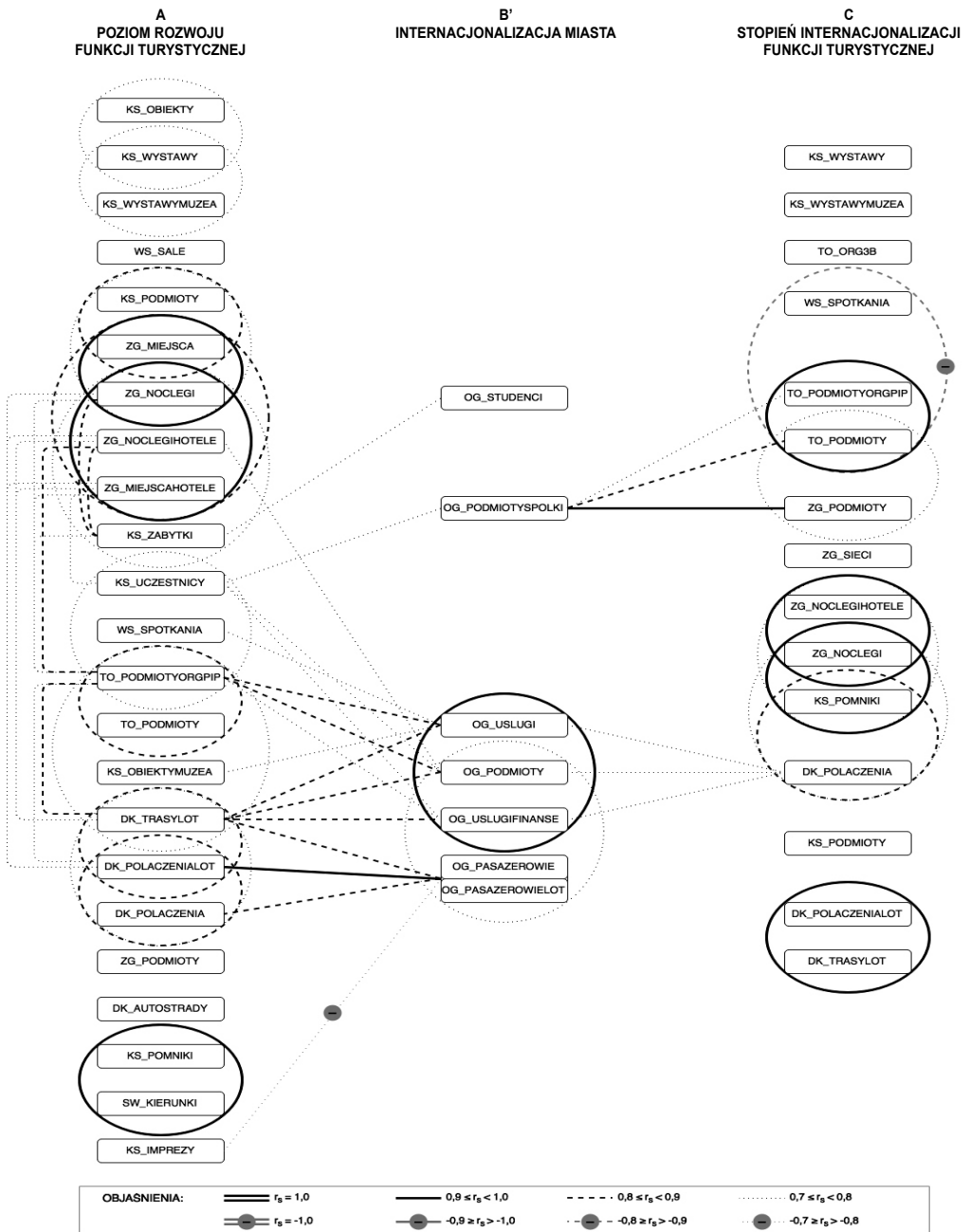
### Struktura powiązań zachodzących między składowymi triad internacjonalizacji

Oprócz powiązań wewnętrznych i występujących między składowymi triad internacjonalizacji na strukturę internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta w ujęciu relacyjnym wpływają wzajemne powiązania między czynnikami obu triad.



Rys. 25. Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a sferą rozwoju i internacjonalizacji miasta (2012)

Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 26. Współzależności między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (2012)

Źródło: Opracowanie własne.

Rozpatrując współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a sferą ogólną miasta (rysunek 25), wyraźnie widoczne są powiązania między

ogólnym poziomem wykorzystania potencjału komunikacyjnego (dolna strefa kolumny A) a usieciowieniem międzynarodowym miast (kolumna B, wysoki i bardzo wysoki poziom wskaźnika korelacji), czego logicznym wytłumaczeniem jest to, że sfery te zostały podzielone na dwie części na etapie tworzenia koncepcji macierzy mierników. Stwierdzono wtedy, że z uwagi na niemożność wyróżnienia turystów spośród ogółu podróżnych wskaźniki określające poziom ruchu podróżnych zostaną zakwalifikowane do sfery ogólnego rozwoju i umiędzynarodowienia miasta, a nie do sfery funkcji turystycznej. Dodatkowo wskaźniki te wchodziły w związek z liczbą obiektów z listy UNESCO, jednak siła tych powiązań jest średnia.

Kolejny układ współzależności o dużym natężeniu zidentyfikowano między liczbą zagranicznych podmiotów sfery noclegowej i gastronomicznej (B) a ogólną liczbą podmiotów gospodarczych oraz – o mniejszym natężeniu – poziomem PKB miasta (A). Umiarkowana siła korelacji zachodzi między wspomnianym wskaźnikiem a liczbą spółek (A) oraz wielkością sektora usługowego (C). Umiarkowaną, dodatnią korelację zidentyfikowano także między:

- stopniem umiędzynarodowienia miast pod względem liczby noclegów udzielonych cudzoziemcom (ogółem lub w hotelach) (B) a poziomem gospodarczym i liczbą przedsiębiorstw (A);
- stopniem umiędzynarodowienia miast w sferze organizacji i obsługi ruchu turystycznego (B) a ogólną liczbą przedsiębiorstw i spółek (A);
- stopniem usieciowienia miast (B) a liczbą spółek oraz wielkością lokalnych rynków pracy (A).

Ogólnie rzecz biorąc, zaobserwowano silniejsze związki zachodzące między stopniem umiędzynarodowienia miast w sferze turystyki a ogólnym poziomem rozwoju miasta niż stopniem umiędzynarodowienia pozostałych funkcji miasta.

Badając współzależności występujące między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (rysunek 26), zidentyfikowano powiązania między internacjonalizacją miasta (B) a sferą rozwoju funkcji turystycznej (A), które są bardziej liczne i silniejsze od powiązań między internacjonalizacją miasta (B) a sferą internacjonalizacji funkcji turystycznej. W ramach tych pierwszych korelacji zidentyfikowano układy dodatnich korelacji występujące między następującymi wskaźnikami:

- natężeniem zagranicznego ruchu pasażerów (B) oraz stopniem usieciowienia miast (A; bardzo silne lub silne korelacje) a liczbą imprez masowych (A) (średni poziom współczynników korelacji);
- stopniem umiędzynarodowienia spółek (B) a liczbą zagranicznych podmiotów noclegowych i gastronomicznych (C; bardzo wysoki poziom współczynnika korelacji), liczbą podmiotów zagranicznych reprezentujących transport oraz

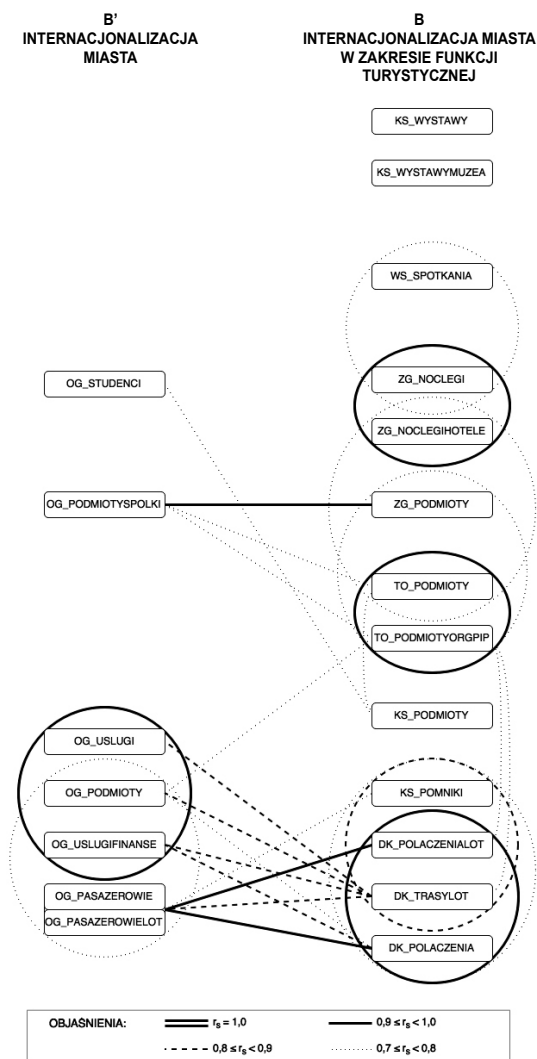
- organizację i obsługę ruchu turystycznego (C; wysoki poziom współczynnika korelacji) oraz dublującą poprzednią informację liczbą zagranicznych podmiotów ze sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (także C; średnia siła korelacji);
- liczbą głównych siedzib zarządów największych polskich spółek (B) a poziomem rozwoju rynku organizacji i obsługi ruchu turystycznego w miastach, rozwojem usieciowienia sfery lotniczej (A; wysoki poziom współczynników korelacji), liczbą noclegów udzielonych cudzoziemcom oraz liczbą uczestników imprez masowych (A; umiarkowany poziom współczynników korelacji), a także liczbą zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych (C);
  - stopniem rozwoju sektora usług w miastach a poziomem rozwoju rynku organizacji i obsługi ruchu turystycznego w miastach, rozwojem usieciowienia sfery lotniczej (wysoki poziom współczynników korelacji), liczbą spotkań i wydarzeń biznesowych oraz liczbą muzeów (umiarkowany poziom współczynników korelacji) oraz liczbą zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych (C);
  - wielkością sfery usług finansowych, ubezpieczeniowych oraz obsługi rynku nieruchomości a rozwojem usieciowienia sfery lotniczej (A; wysoki poziom współczynnika korelacji), poziomem rozwoju rynku organizacji i obsługi ruchu turystycznego w miastach i liczbą uczestników imprez masowych (A; średni poziom współczynników korelacji) oraz liczbą zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych (C).

Ostatnim etapem analizy jest wskazanie korelacji między dwoma rdzeniami triad internacjonalizacji, a więc internacjonalizacją miasta w ramach funkcji turystycznej oraz ogólną internacjonalizacją miasta (rysunek 27).

W tym przypadku zidentyfikowano dwa układy powiązań. Pierwszy z nich charakteryzuje się dużą liczbą zależności o dużej sile. Tworzą go wskaźniki określające dostępność komunikacyjną miast (zarówno od strony turystycznej, jak i ogólnej), między którymi występują bardzo silne powiązania, zatem które można traktować jako powiązania wewnętrzne, które są dodatkowo silnie skorelowane z trzema wskaźnikami: stopniem rozwoju sektora usług w miastach, wielkością sfery usług finansowych, ubezpieczeniowych oraz obsługi rynku nieruchomości oraz liczbą głównych siedzib zarządów największych polskich spółek, które tworzą obraz ogólnego potencjału umiędzynarodowienia miast. Dodatkowo układ ten wzbogaca wskaźnik liczby zabytków z listy UNESCO skorelowany dodatnio z liczbą zagranicznych pasażerów.

Oś drugiego układu korelacji zachodzi w sferze międzynarodowego potencjału gospodarczego, który określa liczba podmiotów zagranicznych. Stopień umiędzynarodowienia miast pod względem liczby zagranicznych przedsiębiorstw noclegowych i gastronomicznych jest bardzo silnie skorelowany ze stopniem jego umiędzynarodowienia pod względem liczby

spółek z kapitałem zagranicznym. Ten ostatni z kolei jest skorelowany w średnim stopniu ze stopniem umiędzynarodowienia w odniesieniu do liczby zagranicznych przedsiębiorstw działających w sferze organizacji i obsługi ruchu turystycznego, który znów jest skorelowany, także umiarkowanie, z liczbą głównych siedzib zarządów największych polskich firm. Ten ostatni wskaźnik jest dodatkowo skorelowany z pierwszym dużym układem zależności.



Rys. 27. Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a ogólną internacjonalizacją miasta (2012)

Źródło: Opracowanie własne.

Odrębny układ powiązań tworzy liczba studentów z zagranicy oraz liczba zagranicznych podmiotów ze sfery kultury i sportu, jednak związek ten nie znajduje merytorycznego uzasadnienia i należy go uznać jako przypadkowy.

## **Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich w 2002 r.**

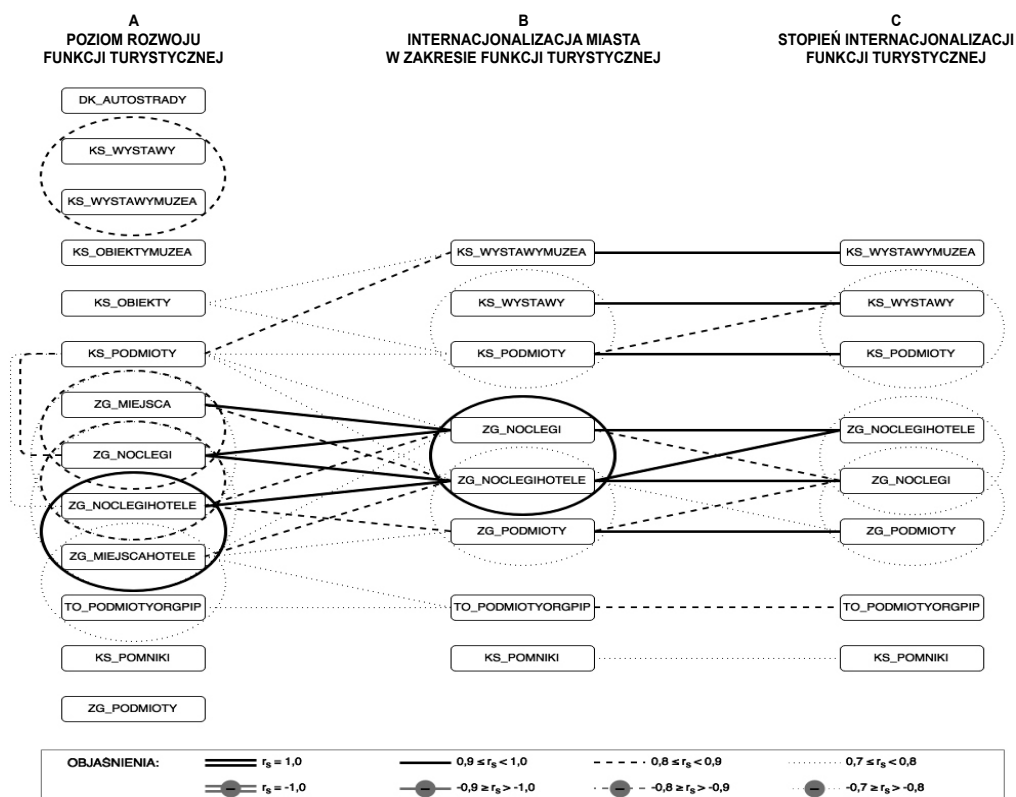
Analizując ogólną macierz korelacji za rok 2002, można wskazać około dwunastu układów powiązań między wskaźnikami w części triady internacjonalizacji turystycznej (zarówno wewnątrz składowych, jak i między nimi), duże natężenie korelacji większości wskaźników części triady internacjonalizacji ogólnej miasta oraz ponad dziesięć układów zależności występujących między triadami (jednak związki między nimi są słabsze). Pierwszą różnicą w porównaniu do roku 2012 jest o wiele mniejszy stopień skomplikowania układów powiązań. Wszystkie one zostaną omówione we wspomnianej kolejności.

### ***Struktura składowych triady internacjonalizacji turystycznej***

Na rysunku 28 przedstawiono korelacje wskaźników występujących w ramach triady internacjonalizacji funkcji turystycznej. Biorąc najpierw pod uwagę układy współzależności wewnętrznych (oznaczonych jako okręgi) w ramach jej składowych, należy przede wszystkim omówić składową umiędzynarodowienia miasta w sferze turystyki (kolumna B, środek). W jej ramach można zaobserwować pięć niepowiązanych ze sobą obszarów, w tym dwa układy powiązań i trzy indywidualne wskaźniki. Najmocniejszy układ powiązań występuje między wskaźnikami określającymi poziom ruchu turystycznego, czyli liczbą noclegów udzielonych cudzoziemcom ogółem i w hotelach (bardzo silna dodatnia korelacja) oraz natężeniem podmiotów noclegowych i gastronomicznych z kapitałem zagranicznym. Taki układ korelacji jest charakterystyczny dla tego zjawiska.

Czynniki występujące po stronie rozwoju funkcji turystycznej (pion A, lewa strona) wykazują większe natężenie korelacji. Pierwszy rozległy układ powiązań występuje w ramach wskaźników obrazujących poziom zagospodarowania noclegowego, wiążąc w stopniu najsilniejszym lub bardzo silnym wskaźniki podażowe i popytowe. Ponadto w ramach tego samego układu można zaobserwować bardzo silne i umiarkowane natężenie dodatnich korelacji noclegów udzielonych cudzoziemcom z liczbą podmiotów sfery kultury i sportu z kapitałem zagranicznym z jednej strony oraz umiarkowanym powiązaniem poziomu liczby łóżek hotelowych a występowaniem działalności gospodarczej w sferze obsługi ruchu turystycznego (organizatorzy turystyki wyjazdowej, przewodnicy i piloci turystyczni). Drugim, o wiele mniejszym, lecz silnym układem związków, jest korelacja natężenia działalności galerii i muzeów, przy czym oba wskaźniki obrazują w zasadzie to samo zjawisko.

W ramach sfery internacjonalizacji samej funkcji turystycznej (kolumna C) obserwuje się słabsze układy wewnętrznych powiązań. Podobnie jak w przypadku pozostałych składowych tworzy je sfera wskaźników charakteryzujących poziom zagospodarowania noclegowego, drugim układem jest związek działalności wystawienniczej muzeów i galerii z liczbą podmiotów działających w sferze kultury i sportu. Oba związki charakteryzują się średnim natężeniem współzależności.



Rys. 28. Współzależności między wskaźnikami w ramach triady internacjonalizacji funkcji turystycznej (2002)  
 Źródło: Opracowanie własne.

W ramach żadnej z trzech składowych triady nie zaobserwowano powiązań wewnętrznych tworzonych przez wskaźnik charakteryzujący natężenie liczby zabytków, obiektów kultury oraz dostępności drogowej.

Układom powiązań wewnętrznych występujących między wskaźnikami zagospodarowania noclegowego towarzyszy najsilniejszy układ korelacji zewnętrznych, czyli korelacji występujących między składowymi triady internacjonalizacji funkcji turystycznej. Jego elementem centralnym jest wskaźnik liczby noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom (kolumna B). Wykazuje on związki zarówno ze wskaźnikami należącymi do sfery rozwoju funkcji turystycznej (kolumna A), jak i jej internacjonalizacji. Na rysunku 28 układ ten wyraźnie zaznacza się jako najsilniejszy z trzech grup powiązań.

Drugi układ powiązań zawiązany jest w sferze kultury i sportu. Najsilniejsze korelacje występują pomiędzy wskaźnikami określającymi poziom aktywności zagranicznej muzeów i galerii – sfera internacjonalizacji miasta w sferze turystyki uzależniona jest w tych obszarach od internacjonalizacji samej funkcji turystycznej. Umiarkowaną siłą współzależności obserwuje się między wskaźnikami charakteryzującymi natężenie internacjonalizacji w odniesieniu do działalności kulturalnej i sportowej a poziomem rozwoju tej działalności,

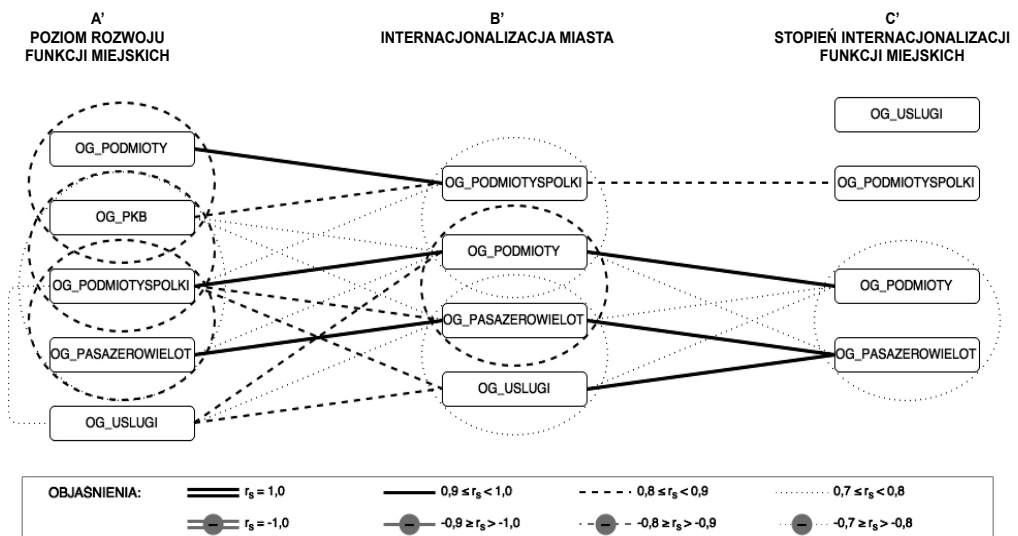


szczególnie w odniesieniu do działalności wystawienniczej muzeów i galerii i liczby podmiotów gospodarczych funkcjonujących w tej sferze.

Trzeci układ powiązań obserwuje się w dolnej części schematu, w ramach którego silne lub średnie korelacje wykazuje wskaźnik umiędzynarodowienia miasta w zakresie działalności gospodarczej w sferze organizacji i obsługi ruchu turystycznego.

### Struktura składowych triady internacjonalizacji miasta

W ramach wskaźników triady ogólnej internacjonalizacji miasta zaprezentowanych na kolejnym schemacie (rysunek 29) występują liczne i względnie silne powiązania korelacyjne między zmiennymi zarówno w odniesieniu do powiązań wewnętrznych, jak i między składowymi A, B i C. W odniesieniu do podstawowej składowej, obrazującej stan internacjonalizacji miasta w sferze turystyki (kolumna B), wysoki, dodatni poziom współczynnika korelacji zaobserwowano między liczbą zarządów największych korporacji a liczbą zagranicznych pasażerów w portach lotniczych, co wskazuje, że w 2002 roku poziom przyrostu przedsiębiorstw był powiązany z wykorzystaniem lotniczego potencjału komunikacyjnego. Dodatkowo pierwszy z tych wskaźników skorelowany jest w średnim natężeniu z liczbą spółek z udziałem kapitału zagranicznego, co nie jest zaskakujące, natomiast drugi z liczbą zatrudnionych w usługach, co stanowi nieoczywiste połączenie. Co więcej, oba wskaźniki wykazują bardzo silne powiązania z ich odpowiednikami po stronie czynników reprezentujących rozwój funkcji turystycznej oraz po stronie czynników reprezentujących internacjonalizację tej funkcji, a także powiązania o wysokim lub średnim natężeniu z pozostałymi czynnikami znajdującymi się w sferze rozwoju funkcji turystycznej.



Rys. 29. Współzależności między wskaźnikami w ramach triady ogólnej internacjonalizacji miasta (2002)  
 Źródło: Opracowanie własne.

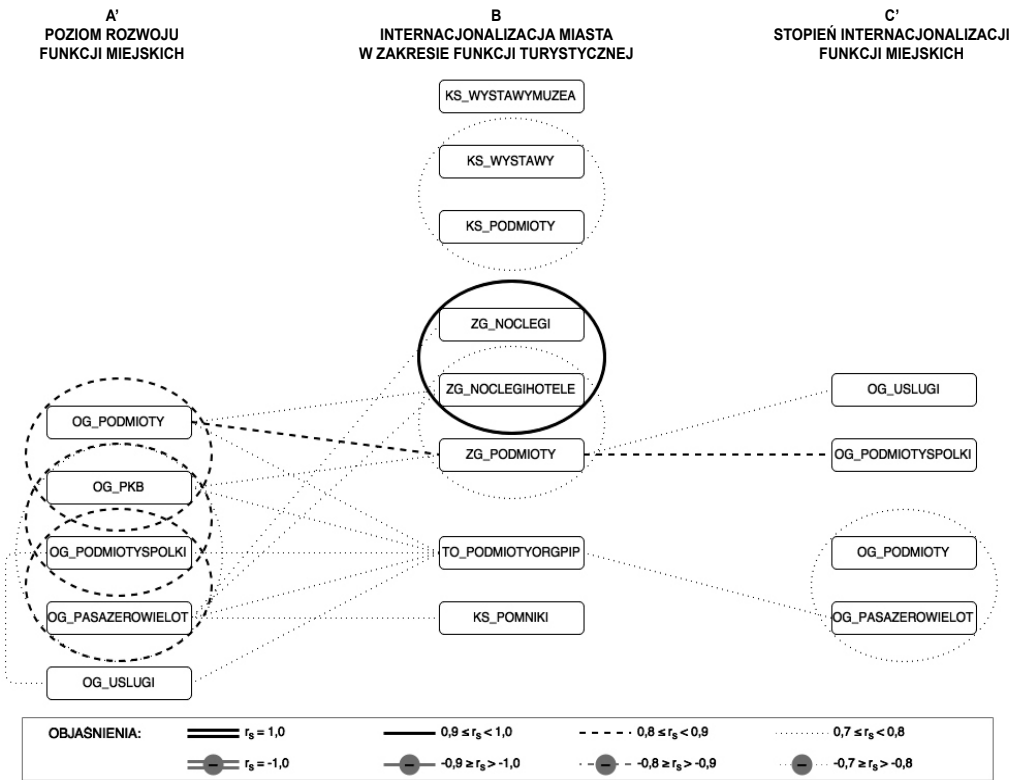
Wskaźniki zakwalifikowane jako czynniki poziomu funkcji turystycznej (kolumna A) wykazują względnie silne oraz liczne powiązania wewnętrzne. W tym układzie dominuje wskaźnik liczby spółek w mieście, który z jednej strony wykazuje silną współzależność z poziomem gospodarczym wyrażonym jako PKB per capita, natomiast z drugiej strony z ogólnym wykorzystaniem lotniczego potencjału komunikacyjnego. Co więcej, wszystkie trzy wskaźniki są także ze sobą skorelowane, jednak w średnim stopniu. Dodatkowo wskaźnik liczby spółek wykazuje średnie powiązania z potencjałem rynku pracy wyrażonym w liczbie pracujących w usługach. W ten układ korelacyjny wpisuje się także ogólna liczba podmiotów gospodarczych, wykazująca względnie silne skojarzenia z poziomem gospodarczym.

W ramach składowej internacjonalizacji funkcji turystycznej (kolumna C) można wyróżnić tylko jeden układ korelacji wewnętrznej o średniej sile, analogiczny do układu powiązań istniejącego w pionie B. Liczba zarządów największych firm jest dodatkowo skorelowana z udziałem liczby zagranicznych pasażerów w portach lotniczych w liczbie pasażerów ogółem.

### ***Struktura powiązań zachodzących między składowymi triad internacjonalizacji***

Oprócz powiązań wewnętrznych występujących między składowymi triad internacjonalizacyjnych na strukturę internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta w ujęciu relacyjnym wpływają wzajemne powiązania między czynnikami obu triad. Rozpatrując współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a czynnikami ogólnej internacjonalizacji miasta (rysunek 30), wyraźnie widoczne są trzy układy powiązań.

Pierwszy, bogaty w powiązania o średniej sile, tworzy wskaźnik liczby podmiotów z kapitałem zagranicznym lub mieszanym ze sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (kolumna B), który wykazuje dodatnią korelację ze wszystkimi wskaźnikami określającymi poziom rozwoju miasta (kolumna A) oraz z udziałem liczby pasażerów z zagranicy w portach lotniczych w liczbie pasażerów ogółem (pion C). Ponadto silne dodatnie powiązania występują między liczbą podmiotów noclegowych i gastronomicznych z udziałem kapitału zagranicznego (B) a ogólną liczbą podmiotów gospodarczych (A) z jednej strony oraz spółek z udziałem handlu zagranicznego w liczbie spółek ogółem (C) z drugiej strony. Dodatkowo zidentyfikowano układ powiązań o umiarkowanej sile i dodatnim kierunku między natężeniem obiektów z listy UNESCO a poziomem wykorzystania lotniczego potencjału komunikacyjnego miasta.

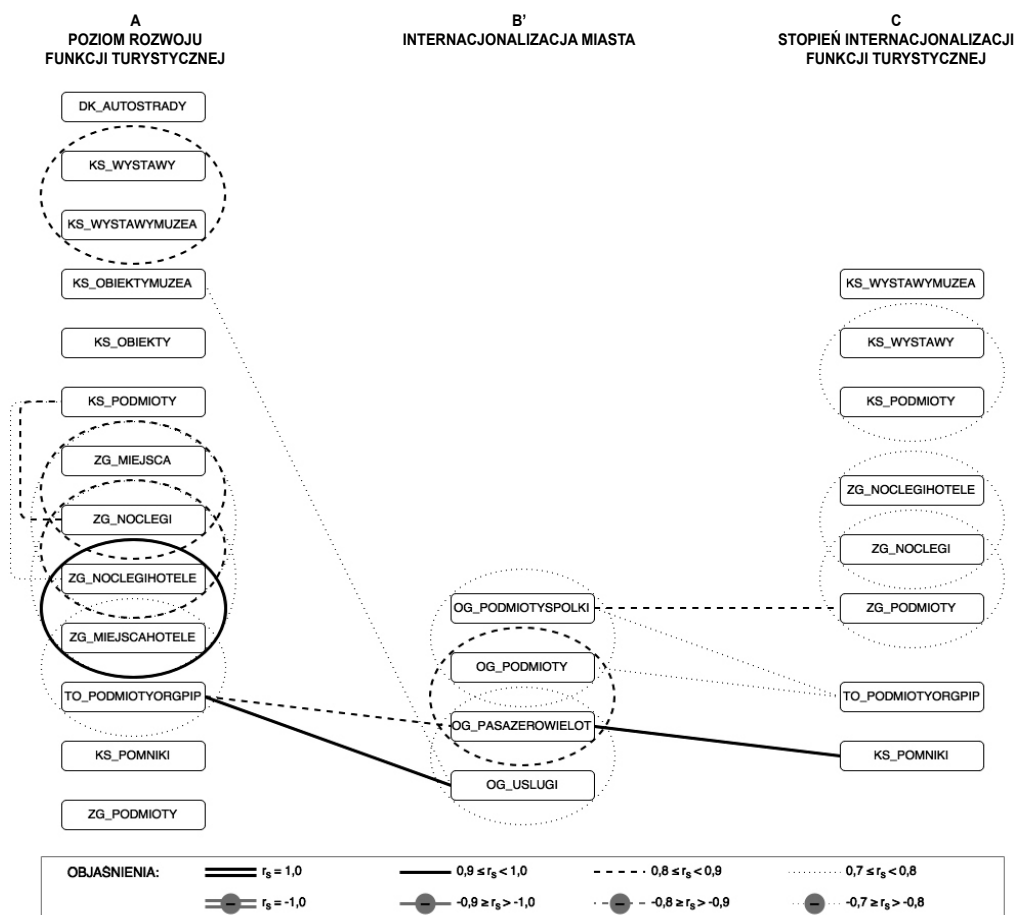


Rys. 30. Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a czynnikami ogólnej internacjonalizacji miasta (2002)

Źródło: Opracowanie własne.

Rozpatrując współzależności między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (rysunek 31), można wyodrębnić także trzy układy powiązań.

Najsilniejszy tworzy wskaźnik umiędzynarodowienia lotniczego potencjału komunikacyjnego miasta (kolumna B), który jest bardzo silnie skorelowany z występowaniem znaczących pomników kultury (C) oraz silnie skorelowany z liczbą podmiotów gospodarczych sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (A). Drugi układ powiązań tworzy liczba osób zatrudnionych w usługach (B) z czynnikami rozwoju funkcji turystycznej (A): liczbą podmiotów gospodarczych sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego (bardzo duże natężenie współczynnika korelacji) oraz liczbą muzeów w mieście (średnie natężenie współczynnika korelacji). Trzeci układ tworzy silna współzależność liczby spółek z udziałem kapitału zagranicznego (B) z udziałem liczby podmiotów noclegowych i gastronomicznych z udziałem kapitału zagranicznego w liczbie ogólnej tych podmiotów (C). Wszystkie powiązania mają dodatni kierunek.

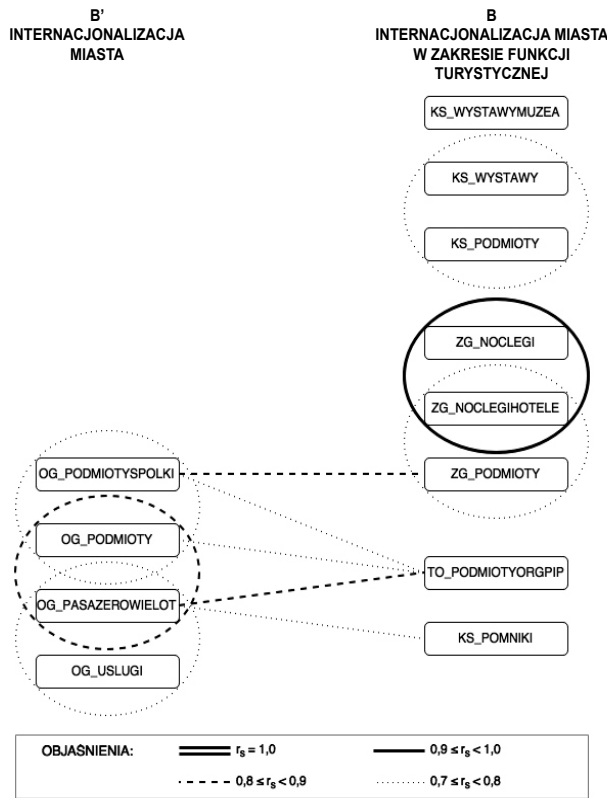


Rys. 31. Współzależności między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (2002)

Źródło: Opracowanie własne.

Ostatnim etapem analizy jest wskazanie korelacji między dwoma rdzeniami triad internacjonalizacji. W ich ramach funkcjonują trzy układy dodatnich powiązań, które zostały wyodrębnione z perspektywy internacjonalizacji miasta w zakresie funkcji turystycznej (prawa strona rysunku 32), jednak wpływ jest dwustronny.

Rdzeniem pierwszego jest natężenie podmiotów sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego w gospodarce miasta w silnym powiązaniu z natężeniem liczby pasażerów zagranicznych w portach lotniczych oraz średnim powiązaniu z dwoma innymi wskaźnikami charakteryzującymi liczbę przedsiębiorstw. Silną korelację wykazuje natężenie występowania podmiotów sfery noclegowej i gastronomicznej z kapitałem zagranicznym z natężeniem występowania liczby spółek z kapitałem zagranicznym, natomiast średni poziom wskaźnika korelacji wykazuje wzrost natężenia występowania obiektów z listy UNESCO ze wzrostem udziału pasażerów z zagranicy w portach lotniczych.



Rys. 32. Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a ogólną internacjonalizacją miasta (2002)

Źródło: Opracowanie własne.

## 7.2. Struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich – ujęcie modelowe

Pogłębiona analiza struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast wykazała skomplikowaną budowę tego zjawiska. Bazując na wzajemnych relacjach zachodzących między ogólną gospodarką miasta a jej funkcją turystyczną, a także uwzględniając wszystkie możliwe płaszczyzny wpływu czynników, które oddziałują na tę strukturę, możliwe stało się zidentyfikowanie wskaźników, które dzięki swojej charakterystyce i stopniu powiązania z innymi wskaźnikami w swojej grupie mogą pełnić funkcję ich reprezentantów, a zatem w uproszczony, ale kompletny sposób opisują jej strukturę. Dzięki temu udało się ustalić model struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej opisujący to zjawisko w latach 2002 i 2012. Dla sfery turystycznej możliwe jest uzyskanie modelu ujednoczonego dla obu lat badawczych, natomiast w przypadku sfery ogólnej miasta pojawiły się istotne różnice, które trzeba było uwzględnić w modelu.

W wyniku analizy wszystkich zakresów macierzy korelacji z 2002 i 2012 roku wyboru reprezentantów dokonano w oparciu o natężenie i siłę korelacji zachodzących pomiędzy miarami internacjonalizacji, co pozwoliło wskazać odpowiadające im czynniki internacjonalizacji oraz określić siłę związków między nimi a grupami czynników reprezentowanymi przez wybrane wskaźniki (rysunek 33). Warunkiem badania powiązań było zaistnienie korelacji na poziomie współczynnika minimum 0,8 przynajmniej w jednym roku badawczym. Silniejsze powiązania (odwzorowane grubszą linią na schemacie) określono dla korelacji na poziomie wskaźnika równym minimum 0,8, natomiast w przynajmniej jednym roku na poziomie równym minimum 0,9. Słabsze powiązania (odwzorowane analogicznie cieńszą linią na schemacie) określono dla korelacji o sile na poziomie minimum 0,7 oraz w przynajmniej jednym roku minimum 0,8, a także dla pojedynczych korelacji o sile przynajmniej na poziomie 0,9.

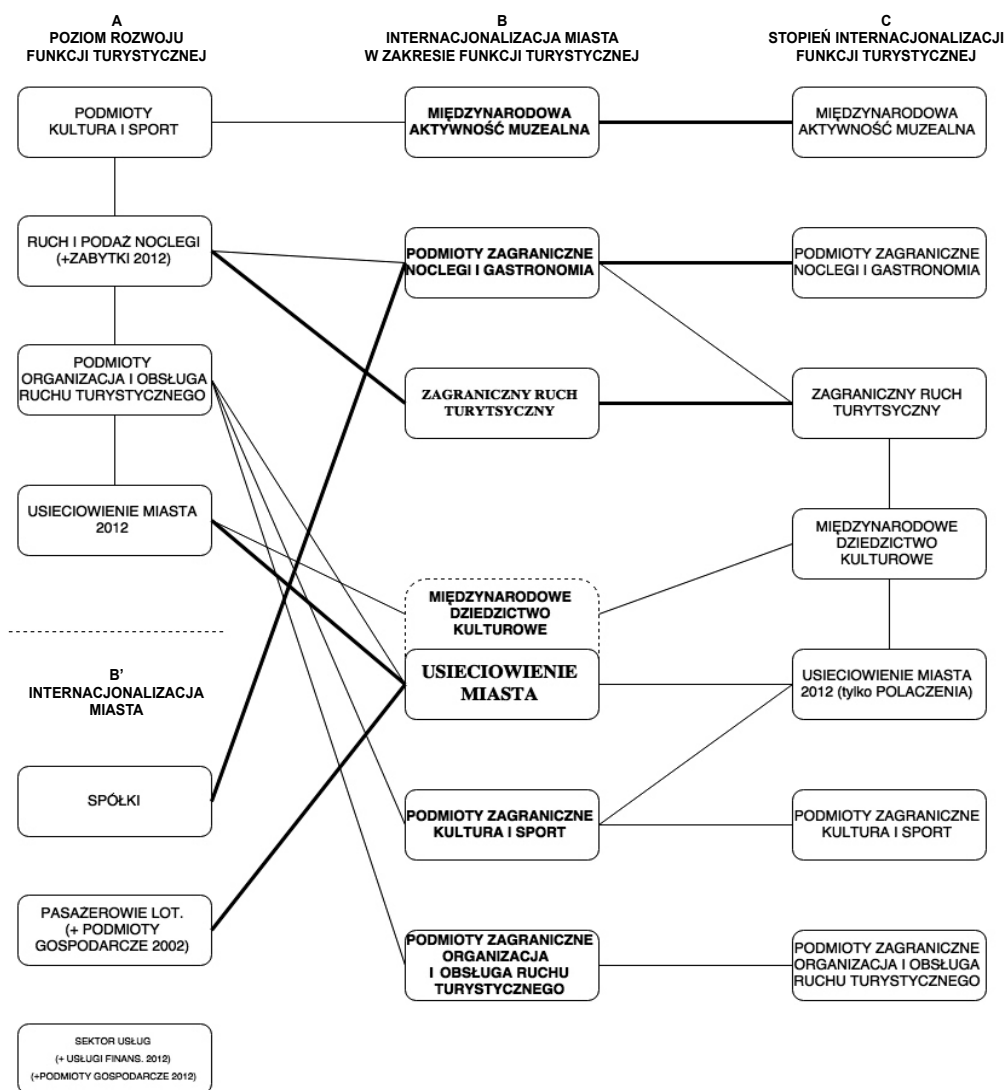
**Tabela 18. Komponenty i reprezentanci struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej 2002/2012**

Komponent	Wskaźnik reprezentujący	Pozostałe wskaźniki tworzące komponent	Wartość współczynnika korelacji ( $r_s$ ) z reprezentantem	Skorelowane wskaźniki reprezentujące należące do pozostałych składowych triad internacjonalizacji (symbol *; wartość $r_s$ )	Reprezentowane ujęcie funkcji turystycznej
Intensywność zagranicznego ruchu turystycznego	Liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom/ liczba mieszkańców x 100	Liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom/ liczba mieszkańców x 100	0,9636 (2012) 0,9636 (2002)	ZG_NOCLEGI_A: 1,00 (2012); 0,9758 (2002) ZG_NOCLEGI_C: 0,9030 (2012); 0,8182 (2002)	– jako działalność miasta – jako relacja
Natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej	Liczba podmiotów zagranicznych – zakwaterowanie + gastronomia/ liczba podmiotów gospodarczych x 100 000	–	–	ZG_NOCLEGI_A: 0,6848 (2012); 0,6606 (2002) ZG_NOCLEGI_C: 0,9273 (2012); 0,9394 (2002)	– jako działalność miasta – jako relacja
Natężenie zagranicznej działalności sfery transportu oraz organizacji i obsługi ruchu turystycznego	Liczba podmiotów zagranicznych – organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych x 100 000	Liczba podmiotów zagranicznych – transport, organizatorzy, piloci i przewodnicy/ liczba podmiotów gospodarczych x 100 000	0,9152 (2012) 0,5515 (2002)	TO_PODMIOTYORGPPI_A: 0,7818 (2012); 0,7697 (2002) TO_PODMIOTYORGPPI_C: 0,8182 (2012); 0,8667 (2002)	– jako działalność miasta – jako relacja

Komponent	Wskaźnik reprezentujący	Pozostałe wskaźniki tworzące komponent	Wartość współczynnika korelacji ( $r_s$ ) z reprezentantem	Skorelowane wskaźniki reprezentujące należące do pozostałych składowych triad internacjonalizacji (symbol *; wartość $r_s$ )	Reprezentowane ujęcie funkcji turystycznej
Natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu	Liczba podmiotów zagranicznych – kultura + sport/ liczba podmiotów gospodarczych x 100 000	–	–	TO_PODMIOTYORGPIP_A: 0,7424 (2012); 0,2651 (2002) DK_POLACZENIA_C: 0,8406 (2012) KS_PODMIOTY_C: 0,7391 (2012); 0,9448	– jako działalność miasta – jako relacja
Usieciowienie miasta i międzynarodowe dziedzictwo kulturowe	Liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych/liczba mieszkańców x 1 000 000 [2012] (Liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych/liczba mieszkańców x 100 [2002])	Liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych i kolejowych/ liczba mieszkańców x 1 000 000	0,9515 (2012)	DK_POLACZENIALOT_A: 0,9879 (2012) OG_PASAZEROWIELOT_A: 0,9636 (2012); 0,9515 (2002) OG_PODMIOTY_A: 0,8424 (2002) DK_POLACZENIA_C: 0,8182 (2012) KS_POMNIKI: 0,9204 (2012); 0,7596 (2002)	– jako cecha miasta – jako działalność miasta – jako relacja
		Łączna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km/liczba mieszkańców x 1 000	0,9030 (2012)		
		Liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych/liczba mieszkańców x 100	0,9152 (2012)		
		Liczba obiektów na liście UNESCO/liczba mieszkańców x 1 000 000	0,8469 (2012) 0,7435 (2002)		
Międzynarodowa działalność wystawiennicza	Liczba wystaw z zagranicy w muzeach/liczba mieszkańców x 1 000 000	–	–	KS_PODMIOTY_A: 0,7091 (2012); 0,8424 (2002) KS_WYSTAWYMUZEA_C: 0,9152 (2012); 0,9152 (2002)	– jako cecha miasta – jako relacja

Objaśnienia: \* patrz tabela 17.

Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 33. Model struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej

Źródło: Opracowanie własne.

Strukturę internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej określa sześć komponentów (rysunek 33) scharakteryzowanych szczegółowo w tabeli 18:

- 1) Intensywność zagranicznego ruchu turystycznego.** Tworzą go dwa silnie powiązane ze sobą wskaźniki, stanowiące modyfikację często wykorzystywanego schematu wskaźnika intensywności ruchu turystycznego według Charvata, odnoszącego liczbę udzielonych noclegów do liczby stałych mieszkańców obszaru. W tym przypadku miara odniesiona jest do zagranicznego ruchu turystycznego, przy czym pierwszy, pełniący funkcję reprezentanta, z uwagi na nieznacznie



większą siłę powiązań, dotyczy noclegów udzielonych we wszystkich rejestrowanych obiektach noclegowych, natomiast drugi dotyczy tylko noclegów udzielonych w hotelach. Wskaźniki pozostają we wzajemnej relacji o bardzo dużej sile (poziom współczynnika korelacji 0,96).

Komponent (poprzez swojego reprezentanta) jest współzależny w silnym stopniu zarówno z intensywnością całościowego ruchu turystycznego (składowa A), jak i wielkością udziału noclegów udzielonych cudzoziemcom w ogólnej liczbie noclegów (składowa C). Ponadto intensywność zagranicznego ruchu turystycznego w roku 2012 jest dodatnio powiązana z występowaniem zabytków w mieście.

- 2) Natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej.** Komponent w formie indywidualnego wskaźnika mającego względny charakter, tj. określający liczbę podmiotów gospodarczych z udziałem kapitału zagranicznego lub mieszanego w sferze działalności noclegowej i gastronomicznej odniesioną do ogólnej liczby podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w mieście. Można stwierdzić, że umiędzynarodowienie miasta w zakresie funkcji turystycznej określa wielkość kapitału zagranicznego zaangażowanego w sferę noclegową i gastronomiczną – im więcej bezpośrednich inwestycji zagranicznych w tym dziale, tym bardziej umiędzynarodowiona funkcja turystyczna.

Komponent jest umiarkowanie silnie powiązany z intensywnością ruchu turystycznego w mieście (składowa A), umiarkowanie silnie powiązany z zakresem liczby noclegów udzielonych cudzoziemcom w ogólnej liczbie noclegów, a także silnie powiązany z udziałem kapitału zagranicznego i mieszanego w samej działalności noclegowej i gastronomicznej (składowa C). Co więcej, jest także bardzo silnie skorelowany z komponentem rozwoju miasta określającego ogólny poziom przedsiębiorczości, reprezentowanym przez liczbę spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego (składowa B').

- 3) Usieciowienie miasta/międzynarodowe dziedzictwo kulturowe.** Komponent stworzony przede wszystkim w oparciu o analizę struktury internacjonalizacji w 2012 r. Tworzą go trzy wskaźniki dotyczące sfery dostępności komunikacyjnej oraz jeden wskaźnik reprezentujący sferę walorów kulturowych. Wskaźnikiem o najsilniejszych powiązaniach wewnętrznych i zewnętrznych jest wskaźnik usieciowienia lotniczego miasta, które pełni funkcję reprezentanta tego komponentu. Dostępność komunikacyjna w tym przypadku powinna być rozumiana w kategoriach usieciowienia miasta w strukturze miast międzynarodowych, ponieważ wskaźniki należące do tej grupy określają intensywność zagranicznych połączeń lotniczych oraz – w mniejszym zakresie – kolejowych, a więc występujące między ośrodkami miejskimi. Z kolei wskaźnik mierzący łączną długość tras

zagranicznych świadczy nie tylko o intensywności połączeń, ale także o zakresie przestrzennym bezpośredniego usieciowienia miasta.

Istnieje obiektywny problem w wyróżnieniu tego komponentu w formie braku analogicznej informacji źródłowej na temat liczby połączeń lotniczych w roku 2002, co sprawia, że sfera usieciowienia dla tego roku nie jest reprezentowana. W tym przypadku postanowiono zastąpić te wskaźniki informacjami na temat wykorzystania lotniczego potencjału komunikacyjnego miast (liczba pasażerów z zagranicy obsługiwanych w portach lotniczych), zakwalifikowanego pierwotnie do ogólnej dostępności komunikacyjnej miasta. Podstawą tej decyzji jest stwierdzenie bardzo silnej korelacji tych dwóch rodzajów wskaźników, co znajduje także potwierdzenie na schemacie modelu internacjonalizacji.

Usieciowienie stanowi bardzo istotny komponent internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej, o czym świadczy intensywność i siła powiązań z różnymi czynnikami. Jest ono silnie powiązane z ogólnym zakresem dostępności komunikacyjnej (składowa A) oraz łączną liczbą pasażerów obsługiwanych przez porty lotnicze (składowa B'), a także umiarkowanie silnie powiązane z udziałem liczby zagranicznych połączeń kolejowych i lotniczych w ich ogólnej liczbie (składowa C). Ponadto, co należy podkreślić, usieciowienie jest dodatkowo skorelowane z natężeniem działalności podmiotów sfery transportu oraz organizacji i obsługi ruchu turystycznego (składowa A).

Istotnym składnikiem wyróżnionego komponentu jest wskaźnik mierzący występowanie obiektów kulturowych znajdujących się na liście Światowego Dziedzictwa UNESCO zlokalizowanych w mieście i jego okolicach. Okazuje się, że jest on na tyle silnie skorelowany ze sferą usieciowienia (czyli „zachowuje się” w bardzo podobny do nich sposób), że należy je rozpatrywać łącznie, jednak z uwagi na merytoryczną odrębność postanowiono zaznaczyć jego obecność w modelu.

- 4) Natężenie zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego.** Komponent tworzą dwa wskaźniki, z których jeden, bardziej szczegółowy, zawierający rodzaje działalności wymienione w nazwie komponentu, pełni funkcję reprezentanta z uwagi na większą intensywność i siłę korelacji. Informuje on o względnej liczbie zagranicznych organizatorów turystycznych oraz przewodników i pilotów wycieczek w ogólnej liczbie podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w mieście. Drugi wskaźnik zawiera szerszy zakres ładunku informacyjnego w stosunku do reprezentanta, ponieważ jest powiększony o zagraniczne przedsiębiorstwa transportowe. Wynika z tego, że stopień umiędzynarodowienia sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego stanowi przede wszystkim miernik internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej.

Komponent jest dodatnio skorelowany ze swoimi odpowiednikami w ramach składowej rozwoju funkcji turystycznej (A) oraz stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej (C).

- 5) Natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu.** Komponent jednowskaźnikowy, informujący o względnej liczbie podmiotów gospodarczych z udziałem kapitału zagranicznego lub mieszanego w sferze działalności kulturalnej i sportowej w ogólnej liczbie podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w mieście.

Umiejscowienie miasta w tej sferze jest dodatnio skorelowane z jednej strony z ogólnym natężeniem działalności sfery transportu, organizacji i obsługi ruchu turystycznego (składowa A), natomiast z drugiej strony z udziałem podmiotów zagranicznych w sferze kultury i sportu (składowa C). Szczególnie ta pierwsza korelacja wskazuje na istnienie związków między sferą uważaną za bezpośrednio turystyczną ze sferą kultury i sportu. Pomimo że nie można przesądzić o związkach przyczynowych w tych relacjach, można domniemywać, że intensywność działalności transportu i obsługi ruchu turystycznego pobudza międzynarodową działalność kulturową i sportową, budującą międzynarodową atrakcyjność turystyczną miast.

- 6) Międzynarodowa aktywność muzealnicza.** Komponent charakteryzujący aktywność jednostek muzealnych, informujący o liczbie wystaw z zagranicy organizowanych w muzeach poszczególnych miast. Można stwierdzić, że jest to komponent wskazujący na „usieciowienie” sfery kulturowej miasta. Komponent jest silnie skorelowany z udziałem liczby wystaw z zagranicy w ogólnej liczbie wystaw organizowanych w muzeach (składowa C) oraz z ogólnym natężeniem liczby podmiotów gospodarczych sfery kultury i sportu.

O ile identyfikacja komponentów reprezentacyjnych dla obu badanych lat w odniesieniu do triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta nie była problemem, to w odniesieniu do triady internacjonalizacji miasta stanowiła spore wyzwanie ze względu na duży stopień zmienności powiązań między badanymi latami. W efekcie komponenty nie są równe, a jeden wskaźnik – liczba podmiotów gospodarczych – w wyniku zmiany powiązań musiał zostać przełożony z komponentu określającego międzynarodową dostępność komunikacyjną w 2002 roku do komponentu charakteryzującego potencjał gospodarczy z uwzględnieniem sektora usług. Ostatecznie strukturę internacjonalizacji ogólnej miasta tworzą następujące komponenty (tabela 19):

- natężenie działalności spółek handlowych z kapitałem zagranicznym (komponent jednowskaźnikowy);
- międzynarodowa dostępność komunikacyjna, którą tworzą dwa wskaźniki: międzynarodowe wykorzystanie lotniczego potencjału komunikacyjnego

(reprezentant) oraz, tylko w przypadku 2002 roku, liczba zarządów największych firm w Polsce;

- potencjał gospodarczy sektora usługowego, który tworzą trzy wskaźniki: potencjał zatrudnienia w sektorze usług (reprezentant) oraz, dla roku 2012, potencjał rynku pracy w sferze zaawansowanych usług biznesowych i liczba zarządów największych firm w Polsce.

Identyfikacja struktury internacjonalizacji miasta ma znaczenie wtórne do internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej, jest jednak niezbędna dla badania czynników umiędzynarodowienia funkcji turystycznej oraz dla omówienia wyników rankingu miast polskich będącego kolejnym rezultatem poznawczym. Tym niemniej należy zwrócić uwagę, że – mimo zastosowania innej metody wyróżniania czynników – zidentyfikowana struktura jest w dużej części zgodna z wyróżnionymi przez Komorowskiego (2000) dla lat 1992 i 1997 czynnikami ogólnego potencjału międzynarodowego polskich miast. Autor ten wskazał za główny czynnik (składową główną) potencjał gospodarczy i międzynarodową dostępność przestrzenną miasta, w których znalazły się dwa z trzech komponentów wyróżnionych w niniejszym badaniu, natomiast natężenie działalności spółek handlowych z kapitałem zagranicznym ściśle koresponduje ze zidentyfikowanym przez Komorowskiego udziałem przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym. Jasne jest, że ze względu na różne cele badań pogłębiona analiza podobieństw wyników nie znajduje merytorycznego uzasadnienia, jednak z uwagi na bardzo małą liczbę studiów badawczych nad internacjonalizacją polskich miast należy uznać tę ogólną zbieżność za weryfikującą pozytywnie (choć tylko częściowo) trafność określenia ogólnej struktury internacjonalizacji polskich miast.

Zgodnie z celami badania należy przyjąć, że wyróżnione komponenty tworzą sferę, która przesądza o internacjonalizacji polskich miast w zakresie ich funkcji turystycznej, a więc ma wpływ na ich umiędzynarodowienie. Stanowią one równocześnie odwzorowanie struktury tego zjawiska, w wystarczający sposób opisując naturę internacjonalizacji w miastach polskich. Wpisują się także w zakres trzech podstawowych ujęć poznawczych funkcji turystycznej jako funkcji miejskiej, podkreślając przede wszystkim jej gospodarcze komponenty, skoncentrowane w ujęciu funkcji jako działalności miasta.

Dopełnieniem charakterystyki procesu internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej jest określenie komponentów i odpowiadających im reprezentantów w ramach pozostałych dwóch składowych internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz rdzenia triady internacjonalizacji miasta, który także pozostaje w związku z internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej. Identyfikacja kluczowych komponentów będących czynnikami internacjonalizacji przynosi bowiem możliwość analizy nie tylko natury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej, ale także jej powiązań z innymi sferami działalności miasta (rysunek 33, tabela 19).

**Tabela 19. Komponenty i reprezentanci pozostałych składowych internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta**

Komponent	Reprezentant (symbol wskaźnika)	Pozostałe wskaźniki (symbol)	Wartość współczynnika korelacji ( $r_s$ ) z reprezentantem
<b>A – poziom rozwoju funkcji turystycznej</b>			
Natężenie działalności podmiotów gospodarczych sfery kultury i sportu	KS_PODMIOTY_A	–	–
		ZG_NOCLEGI_A (MK)	0,7455 (2012) 0,5532 (2002)
Wielkość bazy noclegowej i jej wykorzystanie	ZG_NOCLEGI_A	ZG_MIEJSCA_A	0,9030 (2012) 0,8909 (2002)
		ZG_NOCLEGIHOTELE_A	0,9758 (2012) 0,8424 (2002)
		ZG_MIEJSCAHOTELE_A	0,9030 (2012) 0,7697 (2002)
		KS_ZABYTKI_A (tylko 2012)	0,8424 (2012)
		TO_PODMIOTYORGPIIP_A (MK)	0,7091 (2012) 0,6121 (2012)
		KS_PODMIOTY_A (MK)	0,7455 (2012) 0,8182 (2002)
Natężenie działalności sfery transportu, organizacji i obsługi ruchu turystycznego	TO_PODMIOTYORGPIIP_A	TO_PODMIOTY_A	0,8303 (2012)
		ZG_NOCLEGI_A (MK)	0,7091 (2012) 0,6121 (2002)
		DK_POLACZENIALOT_A (MK)	0,7333 (2012)
Usieciowienie miasta (dostępność komunikacyjna)	DK_POLACZENIALOT_A	DK_POLACZENIA_A	0,8303 (2012)
		DK_TRASYLOT_A	0,8667 (2012)
		TO_PODMIOTYORGPIIP_A (MK)	0,3939 (2012)
<b>C – Stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej</b>			
Międzynarodowa aktywność muzealna	KS_WYSTAWYMUZEA_C	–	–
Natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej	ZG_PODMIOTY_C	–	–
		KS_POMNIKI_C (MK)	0,4282 (2012) 0,2718 (2002)
Międzynarodowe dziedzictwo kulturowe	KS_POMNIKI_C	–	–
		ZG_PODMIOTY_C (MK)	0,4282 (2012) 0,2718 (2002)
		DK_POLACZENIA_C (MK)	0,8304 (2012)
Usieciowienie miasta	DK_POLACZENIA_C (2012)	–	–
		KS_POMNIKI_C (MK)	0,8304 (2012)
Natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu	KS_PODMIOTY_C	–	–
Natężenie zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego	TO_PODMIOTYORGPIIP_C	TO_PODMIOTY_C	0,9030 (2012)
<b>B' – Internacjonalizacja miasta</b>			
Działalność zagranicznych spółek handl.	OG_PODMIOTYSPOLKI_B	–	–
Międzynarodowa dostępność komunikacyjna (i potencjał gospodarczy)	OG_PASAZEROWIELOT_B	–	–
		OG_PODMIOTY_B (2002)	0,8061 (2002)
Potencjał gospodarczy sektora usługowego	OG_USLUGI_B	–	–
		OG_USLUGIFINANSE_B (2012)	0,9030 (2012)
		OG_PODMIOTY_B (2012)	0,9758 (2012)

Objaśnienia: MK – powiązania między komponentami.

Źródło: Opracowanie własne.

Zidentyfikowaną strukturę internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej można uznać jako zrównoważoną, przy czym na podstawie siły i intensywności powiązań można stwierdzić, że największe znaczenie mają trzy komponenty: usieciwienie miast, natężenie zagranicznej działalności w sferze usług noclegowych i gastronomicznych oraz intensywność zagranicznego ruchu turystycznego. Ostatni z wymienionych komponentów, reprezentowany przez zmodyfikowaną wersję wskaźnika według Charvata, wskazywany jest przez wszystkie pozycje literaturowe poświęcone mierzeniu potencjału turystycznego na szczeblu lokalnym i regionalnym (m.in. Gołembski, 2002, 2009; Kowalczyk, 2000; Szromek, 2012; Vanhove, 2010; Warszzyńska, Jackowski, 1978; Wodejko, 1998). Miernik ten rekomenduje ponadto INRouTe jako podstawowy do międzynarodowej statystyki turystyki na poziomie regionalnym (INRrouTe, UNWTO, 2014, s. 49). Identyfikacja komponentu popytowego w odniesieniu do wykorzystania zagospodarowania turystycznego w możliwie najprostszy sposób pozwala dokonać pomiaru stopnia umiędzynarodowienia. Mankamentem, który trudno zniwelować przy obecnych możliwościach pomiaru ruchu turystycznego, jest brak informacji na temat jednodniowego ruchu odwiedzających, będącego istotnym czynnikiem rozwoju, a zatem także internacjonalizacji funkcji turystycznej dużych miast. Tę obiektywną słabość pomiaru intensywności ruchu turystycznego na podstawie danych meldunkowych omawia szeroko Szromek (2012).

Warto podkreślić, że trzy wyróżnione komponenty charakteryzują zagraniczny potencjał gospodarczy mierzony liczbą podmiotów gospodarczych (a nie obiektów, co należy podkreślić), świadczą zatem o internacjonalizacji sfery podaży turystycznej w trzech kluczowych obszarach działalności: noclegowej i gastronomicznej, stanowiącej rdzeń działalności turystycznej, organizacji i obsługi ruchu turystycznego oraz kultury i sportu. Tak silna reprezentacja sfery typowo gospodarczej może wskazywać na silny wzajemny związek internacjonalizacji funkcji turystycznej z internacjonalizacją ogólnej gospodarki miasta. Należy przy tym zwrócić szczególną uwagę na bardzo silny wzajemny wpływ zagranicznej działalności gospodarczej w sferze usług noclegowych i gastronomicznych z ogólnym poziomem działalności gospodarczej miast polskich, odwzorowanym względną liczbą spółek z kapitałem zagranicznym. Powiązania te pośrednio potwierdzają opinie badaczy miast światowych i globalnych dotyczące wtórnego, czyli zależnego charakteru internacjonalizacji turystyki w wielkich miastach w stosunku do ich ogólnego umiędzynarodowienia (Hall, 1997, 2001; Sassen, 2006).

Dostępność komunikacyjna, traktowana w badaniu jako usieciwienie międzymiejskie, stanowi bardzo istotny komponent struktury internacjonalizacji, jednak jego interpretację warto przeprowadzić, odwołując się do dorobku literaturowego z zakresu współczesnych koncepcji miejskich. Na jego podstawie można stwierdzić, że zidentyfikowana struktura internacjonalizacji funkcji turystycznej odpowiada w największym stopniu charakterystyce miast pełniących funkcję bram regionalnych. Wskazuje na to właśnie silne uzależnienie tej internacjonalizacji od dostępności komunikacyjnej polskich miast, która jest jednym z kluczowych komponentów jej struktury, najsilniej powiązanych z innymi czynnikami rozwojowymi,

a przede wszystkim ze sferą ogólnogospodarczą oraz potencjałem sfery noclegowej i gastronomicznej. Zależność ta jest dwustronna, a więc rozwój turystyki międzynarodowej w miastach przyczynia się do wzrostu dostępności komunikacyjnej, na co wskazują powiązania po lewej stronie schematu przedstawiającego model internacjonalizacji (rysunek 33) i co także stanowi potwierdzenie charakterystyki miast-bram regionalnych (rozdział 4.6.). Kolejnym obszarem zidentyfikowanej struktury internacjonalizacji zbieżnym z charakterystyką tego typu miast jest globalny charakter funkcji turystycznej, poprzez którą miasta „przenoszą” lokalne zasoby na wymiar globalny, wykorzystując usieciowienie. Znajduje to potwierdzenie w bardzo silnej korelacji występowania obiektów kulturowych znajdujących się na liście Światowego Dziedzictwa UNESCO z dostępnością komunikacyjną, a także zaznaczenie się komponentu międzynarodowej aktywności muzealniczej. W tym kontekście, odnosząc się do koncepcji miast w przestrzeni przepływów Castellsa (rozdział 4.5.), można stwierdzić, że internacjonalizacja polskich miast w zakresie funkcji turystycznej osadzona jest w przestrzeni miejsc (ponieważ charakteryzują ją w części komponenty kulturowe), ale jej rozwój napędzany jest przez logikę przestrzeni przepływów (Borja, Castells, 2013; Castells, 2008).

Nawiązując do tego ostatniego wniosku, należy podkreślić ostateczny brak komponentu związanego z turystyką biznesową w zidentyfikowanej strukturze internacjonalizacji. Stało się tak, pomimo tego że zgromadzono dość obszerny zasób informacji z tego zakresu zarówno w formie wskaźników podażowych (liczba sal konferencyjnych, liczba obiektów noclegowych należących do międzynarodowych sieci hotelowych), jak i wynikowych (liczba zorganizowanych spotkań i wydarzeń krajowych i międzynarodowych). Można jedynie stwierdzić, że wskaźniki pośrednio informujące o potencjale turystyki biznesowej, jak noclegi udzielone cudzoziemcom w hotelach, współtworzą komponent informujący o intensywności zagranicznego ruchu turystycznego.

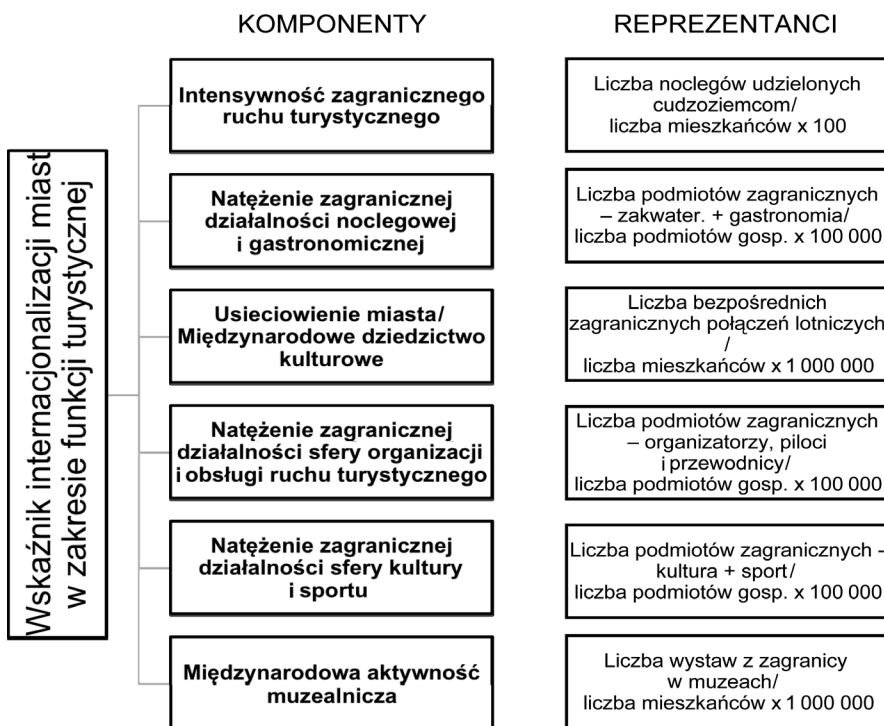
Należy zatem uznać, że w latach 2002 i 2012 do istotnych czynników tworzących potencjał internacjonalizacji funkcji turystycznej polskich miast nie należał potencjał z zakresu turystyki biznesowej. Nie oznacza to jednak, że nie ma ona żadnego znaczenia i nie pełni funkcji składnika potencjału międzynarodowego funkcji turystycznej polskich miast. Na jej rolę wskazywało wyróżnienie wskaźnika liczby spotkań międzynarodowych jako jednego z czynników umiędzynarodowienia miast w sferze turystyki, jednak liczba i siła powiązań z innymi wskaźnikami była niewystarczająca, aby wskazać ją jako komponent istotny kształtowania struktury internacjonalizacji.

Na ten stan ma wpływ ograniczony zasób informacji z roku 2002, jednak podkreślana już wcześniej ograniczona wiarygodność niektórych danych dotyczyła tylko wymiaru krajowego, zatem nie można jednoznacznie stwierdzić, że to ona zadecydowała o nieobecności komponentu „biznesowego”. W ostatnich latach obserwuje się postępujący wzrost branży spotkań w Polsce, zatem można przypuszczać, że badania przeprowadzone dla innego zakresu czasowego mogłyby wskazać tę sferę jako istotny komponent struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej. To przypuszczenie stanowi przesłankę kontynuacji badań nad tym zjawiskiem.

### 7.3. Klasyfikacja oraz podobieństwa miast na podstawie potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej

Identyfikacja wskaźników reprezentujących poszczególne komponenty struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej pozwala na stworzenie ich klasyfikacji w obu latach objętych zakresem czasowym. Jak stwierdzono w rozdziale 6, przedmiotem pomiaru jest potencjał międzynarodowy miast w zakresie funkcji turystycznej, mierzony wykorzystaniem wskaźnika internacjonalizacji funkcji turystycznej ( $W_{IFT}$ ). Struktura wskaźnika zaprezentowana jest na rysunku 34.

Odzwierciedla ona zidentyfikowaną strukturę internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich, ujednocioną dla obu lat. Tworzy go sześć komponentów, z których każdy jest określony przez najbardziej reprezentatywny wskaźnik. Ostateczna wartość wskaźnika stanowi średnią arytmetyczną znormalizowanych wartości wskaźników-reprezentantów. Każde miasto podlegało pomiarowi dwa razy, w 2002 oraz 2012 roku. Wartość wskaźnika ma charakter komparatywny w stosunku do wartości uzyskanych dla innych miast, co oznacza, że nie odzwierciedla ich ogólnego stopnia internacjonalizacji. Z uwagi na konstrukcję wskaźników szczegółowych nie można także wyznaczyć potencjalnej (maksymalnej) wartości wskaźnika syntetycznego.



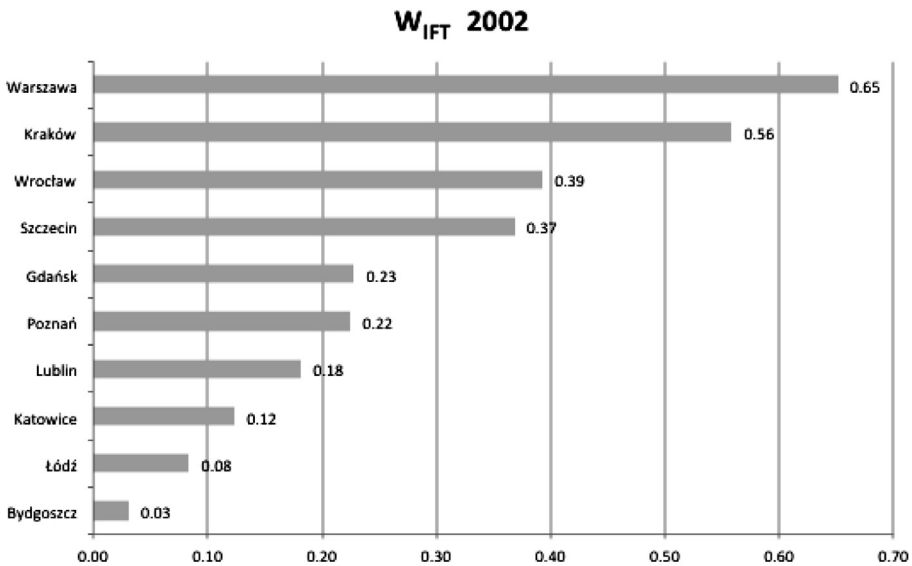
Rys. 34. Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego funkcji turystycznej

Źródło: Opracowanie własne.



## Klasyfikacja oraz skupienia miast w 2002 r.

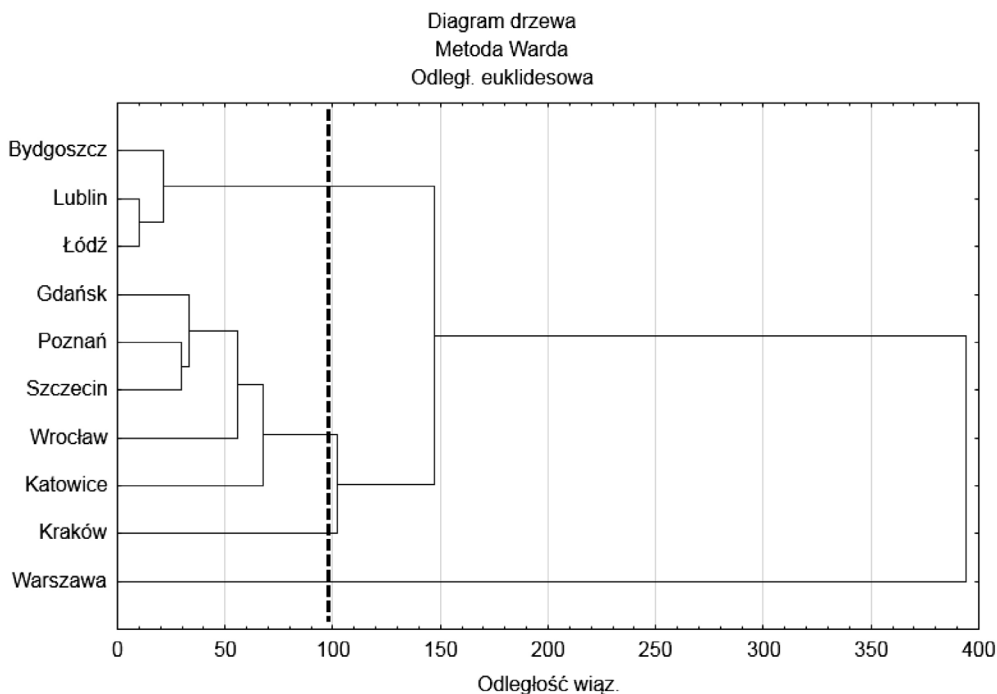
Jak wynika z wykresu zaprezentowanego na rysunku 35, spośród dziesięciu największych miast polskich poddanych pomiarowi w roku 2002 najsilniej zinternacjonalizowanym miastem w zakresie funkcji turystycznej była Warszawa, dla której wartość wskaźnika  $W_{IFT}$  ukształtowała się na poziomie 0,65. Niższą o 14% wartość wskaźnika uzyskano w odniesieniu do drugiego w klasyfikacji Krakowa (0,56). Oba miasta znacząco odbiegały od pozostałych ośrodków pod względem ekspansji zagranicznej funkcji turystycznej. Dwa kolejne miejsca zajmują Wrocław i Szczecin, dla których wartość  $W_{IFT}$  kształtuje się na bardzo podobnym poziomie, tj. w przedziale 0,37–0,39, jest to jednak wartość niższa o 40% od wartości wskaźnika obliczonego dla Warszawy. Internacjonalizacja funkcji turystycznej kolejnych dwóch ośrodków, sklasyfikowanych na odpowiednio piątej i szóstej pozycji, kształtowała się na poziomie wskaźnika wynoszącego 0,22–0,23, a więc 65% niższym od wartości wskaźnika obliczonego dla Warszawy. Miasta znajdujące się na kolejnych dwóch pozycjach – Lublin i Katowice – charakteryzuje wartość  $W_{IFT}$  poniżej poziomu 0,2, natomiast jego wartość dla najniżej sklasyfikowanych ośrodków – Łodzi i Bydgoszczy – osiągnęła wartość poniżej 0,1.



Rys. 35. Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej (2002)  
*Źródło: Opracowanie własne.*

Oprócz określenia klasyfikacji miast pomiar ich międzynarodowego potencjału turystycznego pozwala pogrupować je według analizy skupień. Metoda ta wskazuje na podobieństwa struktury internacjonalizacji, w ramach której oprócz wielkości wskaźników brane

są pod uwagę także relacje między komponentami. Po uzyskaniu surowych wyników badania w formie dendrogramu (rysunek 36) oraz na podstawie wykresu odległości wiązania względem etapów wiązania (rysunek 37) wyznaczono wartość krytyczną liczby skupień w odległości równej 100 wiązań, oznaczonej linią przerywaną. W ten sposób otrzymano cztery skupienia miast. Pierwsze dwa to skupienia indywidualne, tworzone odpowiednio przez Warszawę oraz Kraków. Z kolei najliczniejsze skupienie utworzyły międzynarodowe potencjały turystyczne pięciu miast: Gdańska, Poznań, Szczecin, Wrocław i Katowice. Czwarte skupienie tworzą Lublin, Bydgoszcz i Łódź. Wartości wskaźników szczegółowych tworzących strukturę potencjału międzynarodowego tych miast zaprezentowano w tabeli 20, zgodnie z kolejnością wiązań. Dodatkowo w tabeli 21 zaprezentowano statystyki opisowe uzyskanych skupień, razem ze skupieniami za 2012 rok, natomiast w aneksie jako załącznik 7 zamieszczono rozkład skupień przy zastosowaniu odległości euklidesowej.

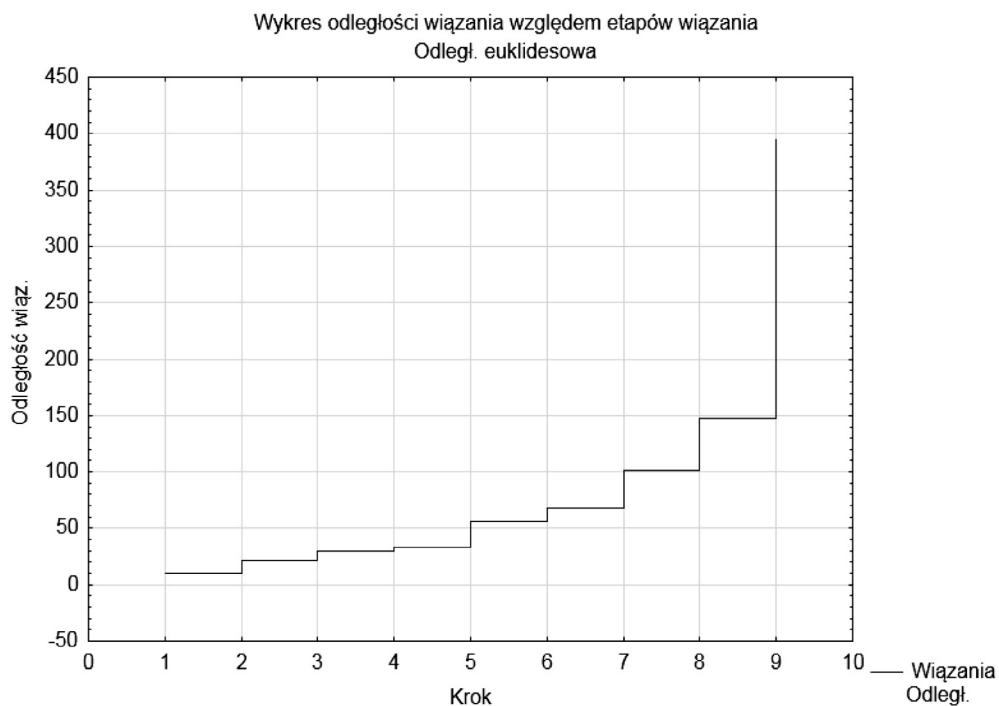


Rys. 36. Skupienia miast według struktury potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2002)  
Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

Specyfika struktury międzynarodowego potencjału turystycznego Warszawy jest konsekwencją wysokich znormalizowanych wartości wskaźników reprezentujących poszczególne komponenty struktury internacjonalizacji (tabela 20). Jest ona najwyższa dla trzech kluczowych komponentów: usieciowienia miasta, natężenia zagranicznej

działalności gastronomicznej, a także natężenia zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego. Wskaźnik mierzący intensywność zagranicznego ruchu turystycznego kształtował się w Warszawie na stosunkowo wysokim poziomie (0,53), jednak nie był najwyższy. Z kolei dwa wskaźniki charakteryzujące stopień internacjonalizacji sfery kultury osiągnęły stosunkowo niski poziom. Specyfiką umiędzynarodowienia turystyki w Krakowie jest najwyższa intensywność zagranicznego ruchu turystycznego oraz natężenie zagranicznej działalności kulturalnej i sportowej. W ramach pozostałych komponentów wartość wskaźników szczegółowych jest umiarkowanie lub bardzo wysoka.

Paradoksalnie podobieństw strukturalnych w strukturze internacjonalizacji pięciu miast tworzących najliczniejsze skupienie można upatrywać w nierównej strukturze ich potencjałów międzynarodowych (innymi słowy są one do siebie podobne wewnętrznym zróżnicowaniem struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej). Wrocław charakteryzuje najwyższa wartość wskaźnika dla sfery międzynarodowej aktywności muzealniczej, natomiast pozostałe wskaźniki, podobnie jak w Szczecinie, osiągają umiarkowanie wysoką wartość. Poznań, Katowice i Gdańsk cechują średnie wartości wskaźników gospodarczych i bardzo niskie lub zerowe wartości wskaźników odnoszących się do sfery kultury.



Rys. 37. Odległości wiązania względem etapów wiązania potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2002)

Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

**Tabela 20. Komponenty wskaźnika potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej (2002) – wskaźniki znormalizowane**

MIASTO	Wskaźnik syntetyczny	Intensywność zagranicznego ruchu turystycznego	Natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej	Uszczelnienie miasta/ Międzynarodowe dziedzictwo kulturowe	Natężenie zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego	Natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu	Międzynarodowa aktywność muzealnicza
Bydgoszcz	0,08	0,061	0,214	0,001	0,125	0,000	0,057
Lublin	0,21	0,131	0,469	0,000	0,000	0,630	0,059
Łódź	0,12	0,089	0,397	0,000	0,049	0,000	0,190
Gdańsk	0,25	0,531	0,613	0,141	0,125	0,000	0,092
Poznań	0,25	0,333	0,677	0,085	0,346	0,000	0,037
Szczecin	0,39	0,501	0,681	0,014	0,186	0,793	0,154
Wrocław	0,41	0,388	0,656	0,054	0,125	0,266	1,000
Katowice	0,16	0,141	0,380	0,195	0,247	0,000	0,000
Kraków	0,58	1,000	0,615	0,168	0,249	1,000	0,422
Warszawa	0,66	0,527	1,000	1,000	1,000	0,283	0,126

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 21. Statystyki opisowe analizy skupień – średnie i odchylenia standardowe (2002, 2012)**

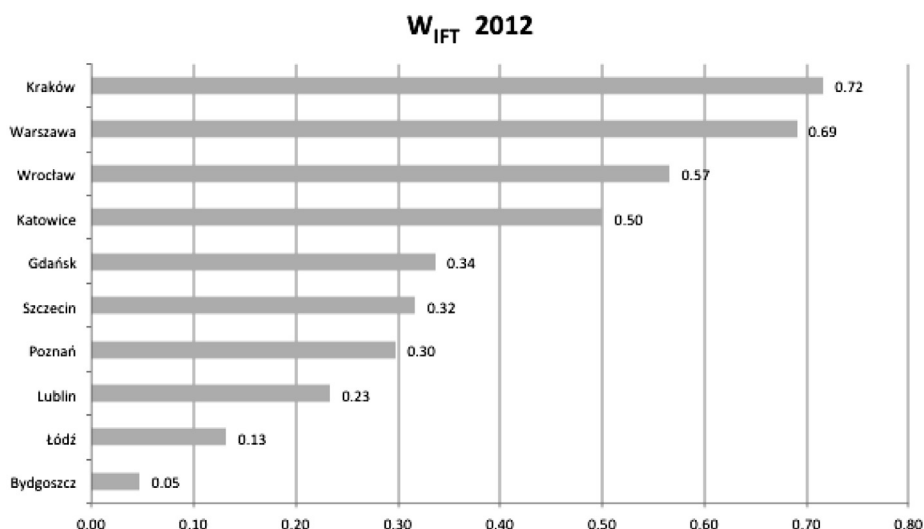
Zmienna	Średnie i odchylenia standardowe (skupienia) 2002		Średnie i odchylenia standardowe (skupienia) 2012	
	Średnie	Odchylenie standardowe	Średnie	Odchylenie standardowe
Bydgoszcz	5,61681	5,81584	10,70524	7,4049
Gdańsk	25,56757	24,99314	49,99559	48,8627
Katowice	18,17749	18,29921	44,34600	39,9362
Kraków	40,51901	40,30721	89,69342	103,9356
Lublin	8,93846	13,11464	21,28611	28,8622
Łódź	8,44342	10,51285	24,43019	33,5475
Poznań	22,25661	19,21199	38,98907	43,8054
Szczecin	22,19390	24,52991	35,50874	37,5483
Warszawa	76,29159	90,54681	68,71822	64,4293
Wrocław	26,91884	21,42934	54,70169	47,6555

Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

**Klasyfikacja oraz skupienia miast w 2012 r.**

W roku 2012 klasyfikacja miast na podstawie ich międzynarodowego potencjału turystycznego uległa zmianie (rysunek 38). Mimo że wartość  $W_{IFT}$  dla Warszawy zwiększyła się w stosunku do wartości z 2002 roku, miasto straciło prymat pierwszeństwa na rzecz Krakowa, w którym funkcja turystyczna w dekadzie dzielącej czas pomiaru uległa bardzo

dynamicznemu umiędzynarodowieniu, osiągając wartość syntetycznego wskaźnika na poziomie 0,72. Wskaźnik międzynarodowego potencjału turystycznego stolicy wyniósł natomiast 0,69, a więc jest niższy o 4% od wskaźnika krakowskiego. Oba miasta osiągnęły status miast międzynarodowych w zakresie funkcji turystycznej, co oznacza ich bardzo szerokie otwarcie na zagranicę, jednak struktura ich międzynarodowego potencjału jest odmienna, co zostanie scharakteryzowane w dalszej części rozważań.



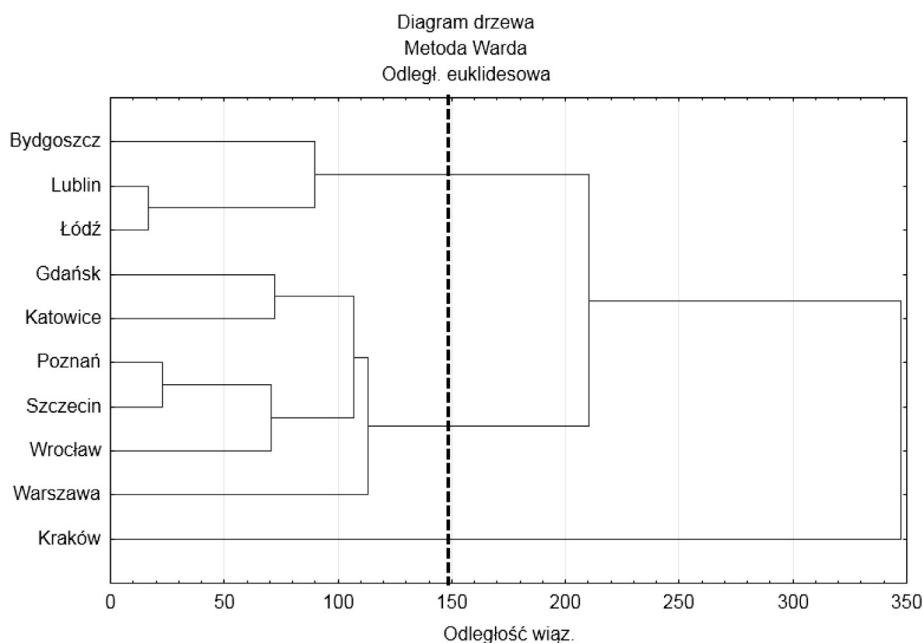
Rys. 38. Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej (2012)  
 Źródło: Opracowanie własne.

Sklassyfikowany na trzeciej pozycji Wrocław także wzmocnił wartość wskaźnika w stosunku do wartości z 2002 roku. Po dziesięciu latach ukształtował się on na poziomie 0,57 ( $W_{IFT}$  o 21% niższy od Krakowa, co stanowi dużą zmianę w stosunku do 2002 roku, kiedy różnica wynosiła 40%). Czwarte miejsce w klasyfikacji zajmują Katowice, dla których zanotowano najwyższą różnicę międzynarodowego potencjału turystycznego w porównaniu do 2012 roku – wartość  $W_{IFT}$  wzrosła z poziomu 0,12 (2002) do poziomu 0,5 (2012). Stosując miarę porównawczą, można stwierdzić, że w roku 2002 wartość potencjału międzynarodowego funkcji turystycznej Katowic była o 82% mniejsza od pierwszej w klasyfikacji Warszawy, natomiast dziesięć lat później stosunek do lidera wynosi już tylko 30%, przy czym należy pamiętać o wzroście internacjonalizacji funkcji turystycznej także w przypadku liderów rankingu. Tak duży wzrost wartości wskaźnika pozwolił Katowicom przesunąć się w rankingu aż o cztery lokaty.

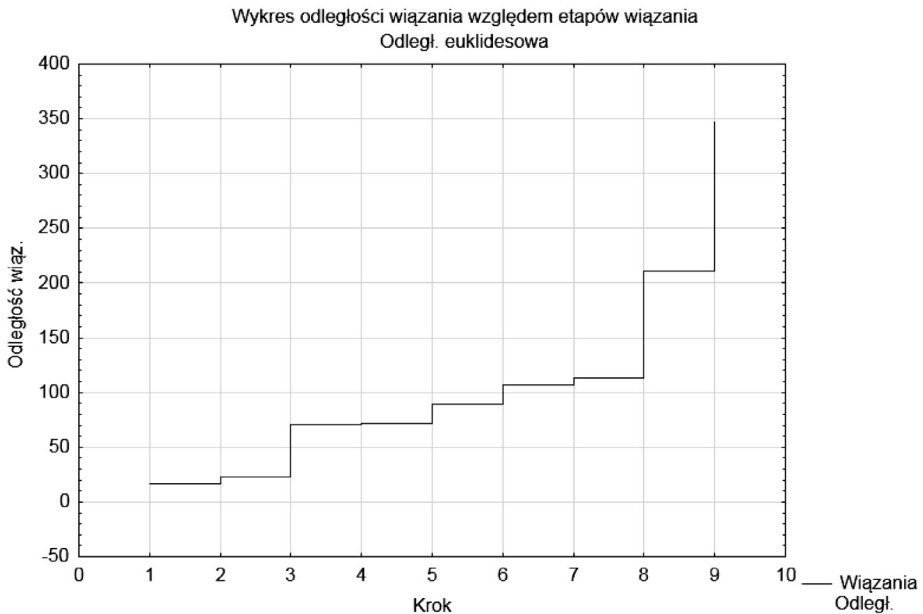
Kolejne miasta, sklasyfikowane poniżej czwartego miejsca, charakteryzuje znacząco niższy stopień otwarcia funkcji turystycznej na zagranicę, kształtujący się poniżej wartości 0,35 (a więc co najmniej o połowę niższy od Krakowa). Wartość  $W_{IFT}$  dla Gdańska,

Szczecin i Poznań kształtuje się na poziomie 0,30–0,34, przy czym Szczecin jest jedynym miastem w całym rankingu, którego potencjał międzynarodowy w zakresie funkcji turystycznej zmniejszył się w stosunku do 2002 roku. Najniższy stopień umiędzynarodowienia w zakresie funkcji turystycznej wykazują Lublin (wartość  $W_{IFT}$  na poziomie 0,23, 68% niższa niż w Krakowie), Łódź (wartość  $W_{IFT}$  na poziomie 0,13, 82% niższa niż w Krakowie) oraz Bydgoszcz (wartość  $W_{IFT}$  na poziomie 0,05, 93% niższa niż w Krakowie). Można stwierdzić, że o podobieństwie struktury ich międzynarodowego potencjału turystycznego przesądzają bardzo niskie poziomy umiędzynarodowienia każdego z komponentów.

Po uzyskaniu surowych wyników analizy skupień (rysunek 39) oraz wykresu odległości wiązania względem etapów wiązania (rysunek 40) zdecydowano o przesunięciu wartości krytycznej liczby skupień z pierwszego wyraźnego przyrostu odległości euklidesowej na poziomie równego 50 wiązań (krok 3), który ze względu na zbyt dużą liczbę wiązań praktycznie uniemożliwia analizę podobieństw, na poziom równy 150 (krok 8), oznaczony linią przerywaną (w odległości pośredniej na poziomie 100 wiązań, analogicznej do poziomu skupień wyznaczonych dla roku 2002, nie zaobserwowano wyraźnego przyrostu odległości). W ten sposób uzyskano trzy skupienia miast. Pierwsze utworzyły trzy miasta podobne pod względem struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej: Bydgoszcz, Lublin i Łódź. Drugie skupienie tworzy sześć miast: Gdańsk, Katowice, Poznań, Szczecin, Wrocław i Warszawa. Odrębny w stosunku do wszystkich pozostał Kraków, tworzący samodzielnie trzecie skupienie.



Rys. 39. Skupienia miast według struktury potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2012)  
Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.



Rys. 40. Odległości wiązania względem etapów wiązania potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2012)

Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

Przyczyną identyfikacji mniejszej liczby skupień w porównaniu do 2002 roku – będącej skutkiem upodabniania się struktury internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej – należy szukać w nasileniu konkurencji miast na drodze ekspansji międzynarodowej w sferze turystyki (tabela 22).

Kraków cechuje najwyższy stopień otwartości na zagranicę tylko pod względem wielkości zagranicznego ruchu turystycznego, co stanowi najbardziej odróżniający atrybut jego struktury internacjonalizacji turystycznej w stosunku do pozostałych miast. Wartości pozostałych komponentów są w tym mieście bardzo wysokie, ale nie najwyższe, tym niemniej można stwierdzić, że międzynarodowy potencjał turystyczny Krakowa jest wysoki, trwały i stabilny.

W przypadku Warszawy relatywnie najwyższy stopień umiędzynarodowienia stwierdzono dla komponentów gospodarczych, obrazujących natężenie zagranicznej działalności w zakresie zakwaterowania i gastronomii, organizacji i obsługi ruchu turystycznego oraz kultury i sportu, przy czym w przypadku ostatniego wymienionego komponentu różnica poziomu między pozostałymi miastami, z którymi Warszawa pozostaje w skupieniu, jest duża. Tym niemniej pozostałe miasta nie charakteryzuje już, jak miało to miejsce w 2002 roku, znacząco niższy poziom od wskaźników dla Warszawy. Ponadto – poza Wrocławiem charakteryzującym się najwyższym poziomem wskaźnika – miasta skupione w grupie z Warszawą cechuje niski poziom umiędzynarodowienia aktywności wystawienniczej muzeów.

**Tabela 22. Komponenty wskaźnika potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej (2012) – wskaźniki znormalizowane**

MIASTO	Wskaźnik syntetyczny	Intensywność zagranicznego ruchu turystycznego	Natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej	Usieciowienie miasta/ międzynarodowe dziedzictwo kulturowe	Natężenie zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego	Natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu	Międzynarodowa aktywność muzealna
Bydgoszcz	0,05	0,000	0,000	0,108	0,117	0,000	0,058
Lublin	0,23	0,022	0,401	0,079	0,000	0,839	0,061
Łódź	0,13	0,037	0,479	0,000	0,071	0,000	0,205
Gdańsk	0,34	0,354	0,467	0,973	0,134	0,000	0,091
Katowice	0,50	0,099	0,509	1,000	0,588	0,806	0,000
Poznań	0,30	0,159	0,644	0,295	0,301	0,346	0,038
Szczecin	0,32	0,146	0,546	0,115	0,404	0,537	0,154
Wrocław	0,57	0,224	0,775	0,431	0,291	0,676	1,000
Warszawa	0,69	0,334	1,000	0,685	1,000	1,000	0,123
Kraków	0,72	1,000	0,774	0,720	0,509	0,879	0,416

Źródło: Opracowanie własne.

Struktura potencjału międzynarodowego Lublina, Łodzi i Bydgoszczy wydaje się być trwale niska w stosunku do pozostałych miast. Jedynym wyjątkiem jest komponent charakteryzujący natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej w przypadku Lublina i Łodzi, a także natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu w przypadku Lublina, co upodabnia to miasto do grupy miast tworzącej drugie skupienie, ale nie na tyle, żeby tworzyć z nimi grupę.

### **Relacja międzynarodowego potencjału turystycznego do potencjału ogólnogospodarczego**

Istotnym założeniem rozważań prezentowanych w niniejszej książce jest stwierdzenie, że internacjonalizacja miast w zakresie funkcji turystycznej nie może być rozpatrywana odrębnie w stosunku do internacjonalizacji całego miasta.

W odróżnieniu od dynamicznie zmieniającej się klasyfikacji miast pod względem ich międzynarodowego potencjału turystycznego klasyfikacja miast stworzona na podstawie internacjonalizacji ogólnogospodarczej jest stabilna. Kolejność miast nieomal nie uległa zmianie, jedyną jest roszada na ostatnich lokatach w zestawieniu. Najbardziej otwartą gospodarkę posiadają Warszawa, Katowice i Poznań, jednak i w tym zestawieniu widać wyraźną dominację Warszawy w roku 2002 oraz wzmocnienie potencjałów innych miast w roku 2012. Kolejne trzy lokaty zajmują Kraków, Wrocław i Gdańsk. Z uwagi na to,



że badanie ogólnej internacjonalizacji miast nie było celem projektu i należy traktować je jako posiłkowe w stosunku do badań zasadniczych, szczególnie ze względu na ograniczoną liczbę wykorzystanych wskaźników w tym zakresie, szczegółowy opis struktury potencjałów poszczególnych miast oraz podobieństw zachodzących między nimi nie będzie przeprowadzony.

Zamiast tego, porównanie wartości syntetycznego wskaźnika internacjonalizacji funkcji turystycznej z wartością syntetycznego wskaźnika ogólnej internacjonalizacji badanych miast (utworzonego identyczną metodą jako  $W_{IFT}$ , a więc w oparciu o zidentyfikowane komponenty i odpowiadających im reprezentantów, zaprezentowanych w tabeli 19), pozwala wyprowadzić ogólne wnioski dotyczące relacji tych dwóch sfer. Klasyfikacja miast na podstawie ogólnego potencjału międzynarodowego zaprezentowana jest w tabeli 23, natomiast jako rysunki 41 i 42 zaprezentowano badane miasta na wykresach rozrzutu obrazujących stopień otwarcia na zagranicę ich funkcji turystycznych i całych gospodarek.

**Tabela 23. Klasyfikacja miast na podstawie ogólnego potencjału międzynarodowego (2002 i 2012)**

2002			2012		
Pozycja	Miasto	Wartość $W_i$	Pozycja	Miasto	Wartość $W_i$
1	Warszawa	1,00	1	Warszawa	0,86
2	Katowice	0,41	2	Katowice	0,70
3	Poznań	0,34	3	Poznań	0,41
4	Kraków	0,20	4	Kraków	0,38
5	Wrocław	0,19	5	Wrocław	0,35
6	Gdańsk	0,16	6	Gdańsk	0,32
7	Szczecin	0,14	7	Szczecin	0,12
8	Lublin	0,08	8	Lublin	0,09
9	Bydgoszcz	0,03	9	Łódź	0,09
10	Łódź	0,03	10	Bydgoszcz	0,04

Źródło: Opracowanie własne.

Porównując oba wykresy, wyraźnie można zaobserwować drogę relatywnego rozwoju potencjału międzynarodowego zdecydowanej większości polskich miast (oraz stagnacji Bydgoszczy i obniżania pozycji Szczecina). Szczególnie widoczny jest wzrost siły potencjału międzynarodowego Krakowa, Wrocławia oraz, w największym stopniu, Katowic, a także zmniejszenie relatywnej przewagi Warszawy mimo zwiększenia relatywnego potencjału w zakresie funkcji turystycznej. Bardziej istotne od śledzenia zmian między dwoma okresami badawczymi, które i tak są obciążone relatywną wartością wskaźników, są dwa ogólniejsze wnioski badawcze.

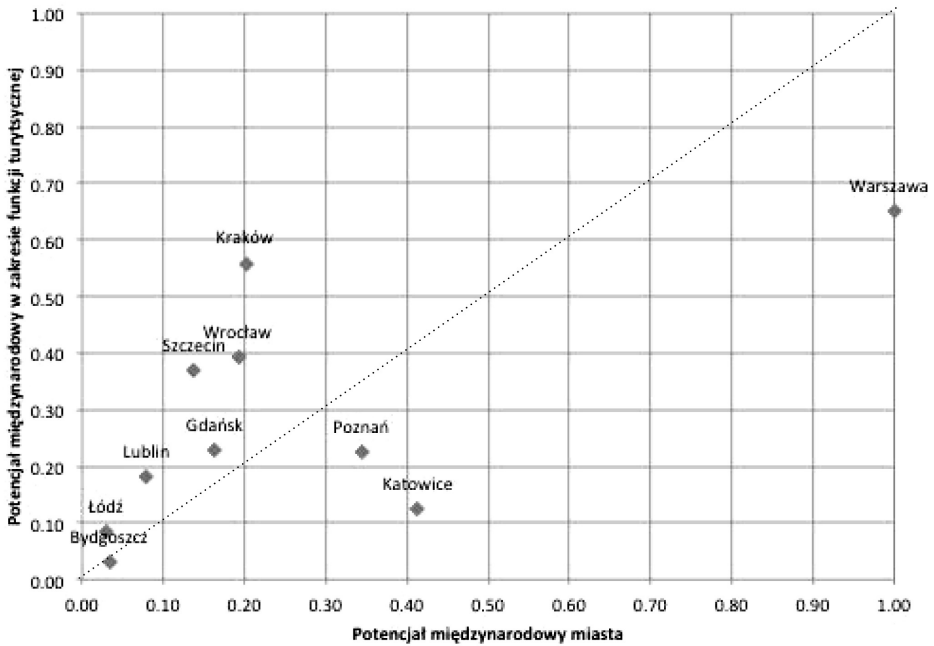
Po pierwsze **istnieje dodatnia zależność między międzynarodowym potencjałem w zakresie funkcji turystycznej badanych miast a ich ogólnym potencjałem**

**międzynarodowym.** Zależność ta została potwierdzona już we wcześniejszym etapie badania, w wyniku badania współzależności triady internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz triady internacjonalizacji miasta, czego skutkiem jest identyfikacja wskaźników określających te związki (występujące między składowymi B i B'). Oba wykresy rozrzutu weryfikują pozytywnie istnienie tej zależności na bardziej ogólnym szczeblu analizy. Ponadto obliczony współczynnik korelacji liniowej Pearsona przyjmuje wartości 0,66 dla pomiaru z 2002 roku oraz 0,75 dla pomiarów z 2012 roku, co wskazuje na wyraźną, silną korelację obu tych potencjałów. Międzynarodowy potencjał turystyczny oraz ogólnogospodarczy badanych miast pozostają we wzajemnej, ścisłej relacji.

Po drugie, **wykonując analogiczne działanie do badania potencjału metropolii turystycznych świata, zaprezentowanego w poprzednim rozdziale**, na podstawie relacji obu rodzajów potencjału międzynarodowego można dokonać podziału miast na trzy grupy. Graficznie można je wyodrębnić wyznaczając linię trendu od początku układu współrzędnych aż do najwyższych potencjalnych wartości obu wskaźników. Obrazuje ona zrównoważony potencjał międzynarodowy obu sfer. Miasta znajdujące się w górnej (lewej) części macierzy, powyżej wyznaczonej linii, cechuje relatywnie wyższy poziom międzynarodowego potencjału turystycznego w stosunku do międzynarodowego potencjału ogólnogospodarczego, przy czym siła tej relacji słabnie wraz z siłą umiędzynarodowienia obu sfer. Są to miasta: Kraków, Wrocław, Szczecin, Lublin i Łódź. Można stwierdzić, że silniejsza internacjonalizacja funkcji turystycznej tych miast stanowi czynnik ich ogólnego umiędzynarodawiania, innymi słowy – „pcha” internacjonalizację ogólnogospodarczą. Internacjonalizacja potencjału turystycznego wspomaga internacjonalizację całej gospodarki tych miast, tym samym, na zasadzie sprzężenia zwrotnego, wzmacniając umiędzynarodowienie funkcji turystycznej.

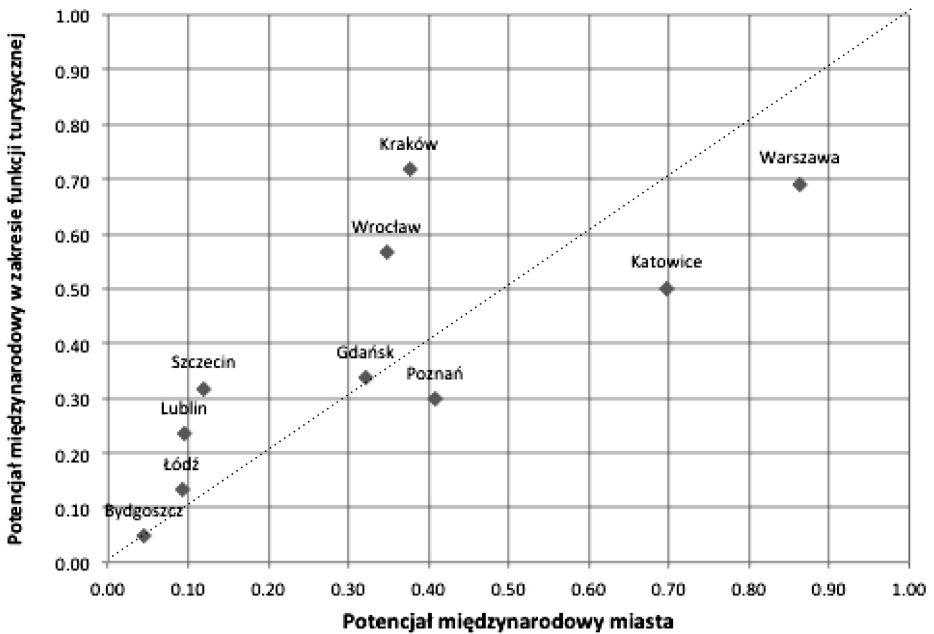
Miasta znajdujące się w dolnej (prawej) części macierzy, poniżej linii zrównoważonego potencjału, cechuje z kolei relatywnie niższy poziom międzynarodowego potencjału turystycznego w stosunku do ich międzynarodowego potencjału ogólnogospodarczego. Analogicznie zatem do pierwszej grupy można stwierdzić, że umiędzynarodowienie tych miast w zakresie funkcji turystycznej jest pochodną, zjawiskiem wtórnym – przynajmniej w wymiarze czasowym odczuwania bodźców rozwojowych – w stosunku do internacjonalizacji innych funkcji miejskich. Innymi słowy internacjonalizacja funkcji turystycznej jest „ciągnięta” przez umiędzynarodowienie miasta. Sytuacja ta występuje w przypadku Warszawy, Poznania i Katowic.

Trzecią grupę miast stanowią miasta znajdujące się bardzo blisko wyznaczonej linii, co oznacza, że cechuje je zrównoważony potencjał międzynarodowy obu sfer. Umiędzynarodowienie tych miast w zakresie funkcji turystycznej dokonuje się proporcjonalnie do ich ogólnego umiędzynarodowienia. Taki układ wskaźników występuje dla Gdańska (szczególnie w 2012 roku) oraz Bydgoszczy.



Rys. 41. Relacja międzynarodowego potencjału polskich miast w zakresie funkcji turystycznej do ich ogólnego potencjału międzynarodowego (2002)

Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 42. Relacja międzynarodowego potencjału polskich miast w zakresie funkcji turystycznej do ich ogólnego potencjału międzynarodowego (2012)

Źródło: Opracowanie własne.

Identyfikacja i analiza struktury internacjonalizacji rozumianej w kategoriach międzynarodowego potencjału w zakresie funkcji turystycznej opierały się na rdzeniu triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, czyli połączeniu rozwoju funkcji turystycznej z zakresem jej internacjonalizacji w kontekście umiędzynarodowienia miasta. Nie należy jednak ograniczać rezultatów poznawczych przeprowadzonego badania tylko do pomiaru tej jednej składowej. Wyróżnione komponenty wraz z zestawem wskaźników reprezentacyjnych mogą służyć ponadto do pomiaru stopnia rozwoju funkcji turystycznej w aspektach kluczowych dla jej rozwoju. Metodę badań internacjonalizacji można wykorzystać w celach pomiaru bezpośredniego stopnia samej internacjonalizacji funkcji turystycznej, abstrahując od kwestii wzajemnego oddziaływania turystyki i sfery ogólnej miasta. Wynik takiego pomiaru informowałby o udziale części zagranicznej w całkowitym zakresie funkcji turystycznej i w ten sposób mógłby stanowić bardziej uniwersalny, albowiem niekomparatywny, wskaźnik internacjonalizacji samej funkcji turystycznej. Oczywiście można zapytać, dlaczego nie przeprowadzono i nie zaprezentowano wyników takich pomiarów w niniejszym książce. Przyczyny tej decyzji są dwie. Pierwsza, merytoryczna, wynika z założeń badawczych, w których określono, że badanie internacjonalizacji funkcji turystycznej w celowym oderwaniu od uwarunkowań ogólnogospodarczych, w których zachodzi, jest błędnym, a nawet nieuprawnionym działaniem na etapie badań eksploracyjnych, których celem jest jak najbardziej dogłębne poznanie natury zjawiska i jego czynników. Jeśli jednak nawet założyć, że pomiar miast polskich pod względem poziomu rozwoju funkcji turystycznej oraz stopnia jej internacjonalizacji może zwiększyć wiedzę z tego zakresu, to pojawia się druga przyczyna o charakterze technicznym, polegająca na braku istotnych informacji źródłowych dla roku 2002, uniemożliwiająca taki pomiar. Brak ten dotyczy przede wszystkim jednego z najbardziej istotnych komponentów struktury internacjonalizacji, jakim jest usieciowienie miast. Jak już wcześniej podkreślono, w przypadku analizy struktury internacjonalizacji w ramach podstawowej składowej triady, wskaźniki określające usieciowienie można zastąpić wskaźnikami mierzącymi wykorzystanie lotniczego potencjału komunikacyjnego miast (pasażerowie z zagranicy w portach lotniczych), jednak ma on nieporównywalnie inną wielkość z pierwotnym wskaźnikiem. W rezultacie wielkość internacjonalizacji funkcji turystycznej w roku 2002 jest wyższa niż w roku 2012, co nie znajduje logicznego i merytorycznego uzasadnienia. Mimo tego, że pomiar pozostałych składowych triady internacjonalizacji funkcji turystycznej nie jest wskazany przy posiadanym zakresie materiału źródłowego, nie podważa to jednak w żaden sposób metodyki pomiaru składającego się z określenia struktury internacjonalizacji, wyboru komponentów i reprezentantów i dopiero na tej podstawie dokonania właściwego pomiaru.

## **PODSUMOWANIE**

---

Powszechnie uznaje się, że funkcja turystyczna określa otwartość miast. Jest najbardziej egzogeniczną ich funkcją, zatem walory turystyczne postrzegane są jako salony, do których zapraszani są goście, natomiast wielkość i jakość zagospodarowania turystycznego stanowią wyznacznik możliwości recepcyjnych miast. Z kolei wielkość ruchu turystycznego weryfikuje atrakcyjność miast w oczach odwiedzających. Na tym jednak znaczenie funkcji turystycznej się nie kończy. W jej ramach tworzą się bowiem i rozwijają przestrzenie i działalności, które służą także mieszkańcom. Ponadto otwartość w sferze turystycznej świadczy o bardziej ogólnej gościnności, tolerancji oraz gotowości miasta do budowania i pielęgnowania ponadnarodowych relacji w innych sferach życia społecznego, kulturowego i gospodarczego. Skalę i zakres umiędzynarodowienia należy zatem traktować w kategoriach gotowości miasta do uczestnictwa w różnorodnych procesach rozwoju współczesnej cywilizacji, z wykorzystaniem jej zdobyczy i ze świadomością wspólnych zagrożeń.

Niniejsza książka zawiera pogłębione studium problematyki internacjonalizacji miast w zakresie ich funkcji turystycznej, z podkreśleniem internacjonalizacji miast polskich. Odpowiedź na postawione we wstępie pytanie: „jaka jest natura internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta, określona przez jej strukturę oraz relacje z internacjonalizacją całego systemu gospodarczego”, stanowiące główny problem badawczy, wymagało przeprowadzenia badań o charakterze eksploracyjnym, odnoszących się zarówno do warstwy literaturowej, jak i empirycznej. Wymusiło to szerokie spojrzenie na omawiane zagadnienie oraz konieczność „podążania za tropem” poznawanego krok po kroku zjawiska, konsekwencją czego jest, między innymi, znaczna objętość książki. Czytelnikom, którzy czytają te zdania po lekturze wszystkich poprzednich rozdziałów, należą się podziękowania za wytrwałość.

Realizacja procesu badawczego była podporządkowana osiągnięciu zakładanego we wstępie celu głównego, a także celu metodycznego oraz celu praktycznego, przedstawionych we wstępie na stronach 9–10. Potwierdzenie tego faktu zostanie przeprowadzone w kolejnych akapitach w sposób pośredni, wykorzystując do tego weryfikację stawianych hipotez roboczych formułowanych w sposób sekwencyjny w wyniku realizacji kolejnych etapów postępowania badawczego.

Zanim można było pochylić się nad szczegółami samego zjawiska internacjonalizacji w odniesieniu do gospodarki turystycznej, należało zarysować istotę globalizacji gospodarki turystycznej, opisać sposób funkcjonowania dużych i wielkich miast, w których roz-

poczyna się i realizuje proces umiędzynarodowienia, a także dokładnie scharakteryzować, czym jest i w jaki sposób funkcjonuje gospodarka turystyczna w dużych miastach. Polski dorobek naukowy oraz doświadczenia praktyczne w zakresie zarządzania turystyką w dużych, otwartych i międzynarodowych strukturach miejskich gospodarek, znajdują się dopiero w początkowej fazie rozwoju, dlatego przed przystąpieniem do badań literaturowych sformułowana została hipoteza ogólna, stanowiąca, że między globalizacją, metropolizacją oraz turystyką, zjawiskami określającymi współczesną rzeczywistość gospodarczą, zachodzą nie tylko silne, ale wzajemne relacje. Wyniki badań potwierdziły w pełni tę tezę. Zarówno turystyka, jak i metropolizacja uznawane są za czynniki i przejawy globalnych sił gospodarczych, społecznych i kulturowych. W efekcie obserwowany jest ciągły wzrost znaczenia miast na arenie międzynarodowych stosunków gospodarczych. W zależności od wielkości i potencjału gospodarczego są one koncentratorami lub węzłami przepływów kapitału, wiedzy, informacji, technologii oraz osób, zachodzącymi w układzie poziomym, między miastami, oraz pionowym, jako interakcja lokalności i globalności. Współczesne miasta należy postrzegać jako podmioty pośredniczące między szczeblem globalnym a szczeblem lokalnym. Turystyka, jednocześnie zdeterminowana lokalnie i mająca globalny zakres oddziaływania, doskonale wpisuje się w tę sieć, miejską logikę funkcjonowania gospodarki światowej. W ostatnich dziesięcioleciach XX wieku oraz na początku obecnego obserwuje się dynamiczny, niespotykany w poprzednich okresach, wzrost liczby dużych miast oraz zakresu urbanizacji w wymiarze gospodarczym, społecznym i kulturowym, a także boom turystyki do wielkich miast. Procesy te następują równocześnie z globalizacją. Ponadto badania zaprezentowane w pierwszym rozdziale potwierdziły, że związki między globalizacją a turystyką oraz globalizacją a metropolizacją są dwustronne, a określenie kierunku tych związków jest niemożliwe – zjawiska te dopełniają się i wzajemnie napędzają. Na gruncie turystycznym najbardziej spektakularnym skutkiem tego trójczynnиковego mechanizmu jest funkcjonowanie metropolii turystycznych świata, których potencjał jest równie silnie zakorzeniony zarówno w ich atrakcyjności turystycznej, jak i potencjale gospodarczym.

Powyższe rozważania pozwoliły sformułować kolejną hipotezę o charakterze roboczym, zgodnie z którą możliwe jest wyodrębnienie turystyki wielkomiejskiej jako samodzielnej formy turystyki podejmowanej oraz kształtowanej w miastach o charakterze metropolitalnym. Została ona zweryfikowana w formie opisowej poprzez systematykę pojęć oraz charakterystykę istoty turystyki jako aktywności turystycznej oraz dziedziny gospodarowania w miastach. Globalne uwarunkowania i skomplikowana struktura społeczno-gospodarcza dużych miast sprawiają, że sfera turystyki określona jako wielkomiejska posiada atrybuty wyróżniające ją nie tylko od innych rodzajów turystyki, ale także od bardziej ogólnie rozumianej turystyki w mieście. Atrybutami tymi są: bogactwo form i dywersyfikacja miejskich produktów turystycznych; integracja z funkcją rekreacyjną zarówno w sferze podaży,

jak i popytu; wnikanie w strukturę funkcjonalną i przestrzenną miasta wynikające z różnorodności motywów przyjazdów odwiedzających; duża koncentracja podróży i pobytów służbowych oraz turystyki biznesowej; poszerzanie zasięgu przestrzennego poza administracyjne granice miasta; oraz podkreślany już globalno-lokalny zakres oddziaływania. Należy zatem uznać, że charakterystyka turystyki wielkomiejskiej, uzupełniona opisem potencjału oraz atrakcyjności turystycznej dużych miast oraz struktury odbiorców ich oferty, stanowi istotny rezultat poznawczy badań.

Istotą turystyki wielkomiejskiej jest przenikanie przez całą strukturę systemu gospodarczego miasta. Dało to podstawę do pozytywnej weryfikacji kolejnej hipotezy stanowiącej, że warunkiem badania internacjonalizacji turystyki w dużych miastach jest ujęcie jej w kategoriach funkcjonalnych, która umożliwia jej dualną interpretację: jako element struktury gospodarczej miasta oraz jako cechę miasta wpływającą na relacje zachodzące między nim a otoczeniem.

Ujęcie rozważań w ramy funkcjonalizmu, a następnie analiza najważniejszych koncepcji miejskich, pozwoliły wyodrębnić funkcję turystyczną jako funkcję miejską oraz scharakteryzować ją w czterech ujęciach: jako refleksji poznawczej, jako cechy miasta, jako działalności społeczno-gospodarczej oraz jako relacji. Szczególnie istotne okazało się ostatnie ujęcie, zgodnie z którym turystyka jest rozpatrywana jako działalność społeczno-gospodarcza miasta stanowiąca element w jego strukturze gospodarczo-przestrzennej, a więc zajmująca w niej określone miejsce i pełniąca określoną funkcję, a ponadto stanowi działalność skierowaną na obsługę turystów, a więc którą miasto spełnia na rzecz otoczenia w całościowym systemie gospodarki światowej, co jest podstawą określenia jego roli i rangi w sieci osadniczej oraz systemie gospodarczym. Podejście funkcjonalne umożliwia w pełni badanie procesu internacjonalizacji turystyki wielkomiejskiej. Ponadto rozpoznano także istotną lukę w systemie informacji statystycznej z zakresu turystyki, dotyczącą szczebla aglomeracyjnego, dla którego publikowanych jest najmniej informacji, a problem ten nie ogranicza się tylko do innego zakresu przestrzennego w stosunku do szczebla krajowego (dominującego w statystyce turystyki), ale także adaptacji kwestii definicyjnych, doboru mierników oraz zmienionego podziału struktury ruchu turystycznego.

Wiedza skumulowana na tym etapie procesu badawczego pozwoliła sformułować kolejną hipotezę, która stanowi, że internacjonalizacja funkcji turystycznej jest w zdecydowanym zakresie pochodną umiędzynarodawiania całego miasta, jednak dokonuje się także w sposób niezależny z otwieraniem się całej gospodarki miasta na zagranicę. Dla potrzeb jej weryfikacji dokonano przeglądu najważniejszych koncepcji funkcjonalnych miasta pod kątem znaczenia i roli turystyki w procesie budowania międzynarodowego potencjału miast. Można stwierdzić, że te pogłębione badania literaturowe pozwoliły jedynie w sposób ogólny pozytywnie zweryfikować postawioną tezę. Innymi słowy – ogólne wnioski

potwierdzają uzależnienie umiędzynarodowienia funkcji turystycznej miast od ich ogólnej internacjonalizacji, jednak w przypadku niektórych koncepcji funkcjonalnych (teorii ośrodków centralnych, koncepcji miast informacyjnych oraz koncepcji miast innowacyjnych) brakuje bezpośrednich odniesień do funkcji turystycznej, natomiast w innych (koncepcja miast globalnych, koncepcja miast kreatywnych) turystyka traktowana jest w sposób wtórny. Tym niemniej na podstawie analizy współczesnych koncepcji funkcjonalnych miasta można stwierdzić istnienie silnego związku między internacjonalizacją miast w zakresie funkcji turystycznej a ich internacjonalizacją ogólnogospodarczą. Ten wniosek tylko z pozoru wydaje się być oczywisty i ogólnikowy. Zależność ta nie jest wcale jednoznaczna, na co wskazują doświadczenia rozwoju turystyki w innych typach obszarów, w przypadku których silne jej umiędzynarodowienie jest funkcją atrakcyjności walorów turystycznych (a więc samej sfery turystycznej, a nie innych funkcji tych obszarów) oraz decyzji działań globalnych podmiotów turystycznych, przy równoczesnym niskim stopniu umiędzynarodowienia całej gospodarki (Theuns, 1976, 2008, 2011; Wodejko, 1998). W małych i średnich ośrodkach miejskich silne umiędzynarodowienie funkcji turystycznej także może nie być powiązane z otwieraniem na zagranicę innych funkcji, natomiast może być źródłem wysokich kosztów funkcjonowania całego miasta, które trudno internalizować, czego przykładem są problemy rozwoju turystyki w Wenecji, Czeskim Krumlovie, Brugii, Dubrowniku i innych miastach o dużym bogactwie walorów kulturowych (Kruczek, Zmysłony, 2014; Pásková, 2002; Russo, 2002; van der Borg, Costa, Gotti, 1996; van der Borg, 1991).

Analiza współczesnych koncepcji funkcjonalnych pozwoliła sformułować bardzo istotny wniosek badawczy, który należy uznać za jeden z kluczowych rezultatów poznawczych badań. Mianowicie proces umiędzynarodowienia funkcji turystycznej dokonuje się w różny sposób i zależny jest od innych mechanizmów w odniesieniu do dwóch podstawowych rodzajów: do turystyki biznesowej oraz do turystyki czasu wolnego, a więc turystyki poznawczej i wypoczynkowej. Międzynarodowy status turystyki biznesowej jest wtórny w stosunku do umiędzynarodawiania ogólnogospodarczego miasta. Jej znaczenie jest podkreślane przede wszystkim w koncepcjach miast światowych, miast globalnych oraz miast informacyjnych. Usługi z zakresu organizacji podróży służbowych oraz wszelkiego rodzaju spotkań stowarzyszeń i firm uznawane są jako typ zaawansowanych usług dla biznesu, które stanowią podstawowy czynnik budowania potencjału międzynarodowego współczesnych miast globalnych. Tym samym logika jej rozwoju przybiera formę ponadnarodowego usieciowienia poprzez hiperprzestrzenie portów lotniczych, transnarodowe systemy hotelowe, sieci restauracyjne, międzynarodowych organizatorów spotkań, równocześnie podlegając silnej standaryzacji i unifikacji, zgodnie z logiką przestrzeni sieci (por. Castells, 1992, 2008). Popyt turystów biznesowych na usługi typowo turystyczne ma



charakter pochodny, zatem konkurencja między miastami w tej sferze nie jest odczuwana w dużym stopniu, a źródła internacjonalizacji tej sfery funkcji turystycznej są bardzo zróżnicowane i rozproszone, ponieważ tkwią także w innych funkcjach miejskich.

W odróżnieniu od turystyki biznesowej sfera internacjonalizacji czasu wolnego dokonuje się w bardziej autonomiczny sposób, zależy od rozwoju oraz stopnia umiędzynarodowienia samego potencjału turystycznego miast. W tej sferze konkurencja między nimi jest o wiele silniej odczuwalna i oparta o posiadane zasoby, czyli unikalne i rozpoznawalne atrakcje, specjalizację oferty miejskiej oraz ogólny wizerunek. Usieciowienie ma znaczenie przede wszystkim w zakresie dostępności komunikacyjnej, w mniejszym dotyczy istnienia sieci obiektów noclegowych i gastronomicznych. Na tym rynku miasta konkurują ponadto z innymi typami regionów turystycznych, a internacjonalizacja turystyki jest nie tyle uzależniona od umiędzynarodowienia ogólnogospodarczego miasta, ale stanowi jego istotny czynnik.

Zgodnie z kumulatywną logiką badań eksploracyjnych w pracy dokonano pozytywnej weryfikacji kolejnej hipotezy roboczej, zgodnie z którą w odniesieniu do dużych miast nie jest możliwe odseparowanie funkcji turystycznej oraz jej międzynarodowego potencjału od ogólnej struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta, dlatego internacjonalizacja funkcji turystycznej powinna być badana poprzez jej obustronny wpływ na internacjonalizację całego miasta (jako internacjonalizacja miasta w zakresie jego funkcji turystycznej). Weryfikacja ta prowadzona była w dwóch kolejnych rozdziałach. Po pierwsze potwierdziła to analiza istoty internacjonalizacji przeprowadzona z trzech perspektyw: mikroekonomicznej, sektorowej oraz miejskiej. Druga płaszczyzna weryfikacji została dokonana na podstawie badań empirycznych. Na ich potrzeby sformułowano oryginalną koncepcję metodyczną nazwaną triadą internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta. Opiera się ona na bardzo istotnym stwierdzeniu, że internacjonalizacja funkcji turystycznej nie może być rozpatrywana odrębnie od internacjonalizacji całego miasta. Dlatego zidentyfikowano trzy jej składowe: poziom rozwoju funkcji turystycznej, udział części zagranicznej w funkcji turystycznej oraz internacjonalizację całego miasta. Ponadto ustalono, że pomiar poziomu internacjonalizacji miast w oparciu o model triady internacjonalizacji musi poprzedzać ustalenie jej struktury na podstawie analizy korelacji dostępnych wskaźników. Formuła triady pozwoliła zaprojektować cały proces badań empirycznych wraz z autorską metodą formułowania wskaźników oraz metodą analizy struktury internacjonalizacji miast w sferze turystyki. Wyodrębnienie przy jej użyciu głównych komponentów, a następnie wybór najbardziej reprezentatywnych dla nich wskaźników umożliwiło stworzenie syntetycznego wskaźnika internacjonalizacji miast w sferze turystyki. Ten skomplikowany proces pomiaru jest niezbędny z uwagi na to, że wcześniej struktura internacjonalizacji nie była badana, zatem nie wiadomo było, jakie czynniki ją tworzą.

Zasadniczą część badań empirycznych stanowił pomiar poziomu i struktury międzynarodowego potencjału największych miast polskich w zakresie funkcji turystycznej, w wyniku którego udało się częściowo zweryfikować kolejną hipotezę, stanowiącą, że o sile i strukturze internacjonalizacji funkcji turystycznej miast decyduje wiele czynników, z których największy wpływ mają komponenty kształtujące ich potencjał gospodarczy oraz usieciowienie komunikacyjne (dostępność komunikacyjną), natomiast wtórne znaczenie mają komponenty tworzące jej atrakcyjność turystyczną. W wyniku przeprowadzonych badań na dziesięciu największych miastach w Polsce stwierdzono, że struktura ta jest wyznaczana przez sześć komponentów:

- intensywność zagranicznego ruchu turystycznego,
- natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej,
- usieciowienie miasta rozumiane jako dostępność komunikacyjna, a także międzynarodowe dziedzictwo kulturowe,
- natężenie zagranicznej działalności sfery organizacji i obsługi ruchu turystycznego,
- natężenie zagranicznej działalności sfery kultury i sportu,
- międzynarodową aktywność muzealniczą.

Wśród wyróżnionych komponentów znajdują się także te, które składają się na atrakcyjność turystyczną tych miast (natężenie zagranicznej działalności noclegowej i gastronomicznej, międzynarodowe dziedzictwo kulturowe oraz międzynarodowa aktywność muzealnicza). Z drugiej strony większość komponentów ma charakter gospodarczy, ponieważ określa natężenie zagranicznej działalności gospodarczej w ramach funkcji turystycznej. Dodatkowo na podstawie siły i intensywności powiązań stwierdzono dodatkowo, że największe znaczenie w strukturze potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej mają trzy komponenty: usieciowienie miast, natężenie zagranicznej działalności w sferze usług noclegowych i gastronomicznych oraz intensywność zagranicznego ruchu turystycznego.

Wyróżnione komponenty, wraz z występującymi między nimi powiązaniem korelacyjnymi, tworzą model internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich. Model pozwala nie tylko poznać naturę tego zjawiska, ale także dokonać stosunkowo małym nakładem sił jego pomiaru w oparciu o wyróżnione wskaźniki pełniące funkcje reprezentantów tych komponentów. Model jest zgodny z trzema podstawowymi ujęciami poznawczymi funkcji turystycznej jako funkcji miejskiej.

Zaprezentowana koncepcja triady internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich, wraz z określeniem ścisłej procedury badawczej wraz ze schematem opomiarowania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich, a następnie sporządzenie modelu struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej, złożyły się na osiągnięcie celu metodycznego pracy.

Zidentyfikowany model struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej posłużył do pomiaru poziomu internacjonalizacji badanych miast, wynikiem czego uzyskano ich klasyfikację ze względu na to kryterium. Na ich podstawie dokonano pozytywnej weryfikacji ostatniej hipotezy roboczej w pracy. Na podstawie pomiaru dla 2012 roku stwierdzono, że miastami o najsilniejszym potencjale międzynarodowym w zakresie funkcji turystycznej są kolejno Kraków, Warszawa, Wrocław, Katowice oraz Gdańsk, Szczecin, Poznań, Lublin, Łódź, Bydgoszcz. Zastosowanie analizy skupień pozwoliło z kolei stwierdzić, że podobna natura internacjonalizacji funkcji turystycznej występuje w przypadku Gdańska, Katowic, Poznania, Szczecina, Wrocławia i Warszawy, jednak odrębną grupę pod względem podobieństwa internacjonalizacji tworzą Bydgoszcz, Lublin i Łódź. Z kolei Kraków cechuje odrębna natura internacjonalizacji, budowana przede wszystkim w oparciu o bardzo wysoki poziom zagranicznego ruchu turystycznego.

Przeprowadzenie badania internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej pozwoliło stwierdzić istnienie zależności między międzynarodowym potencjałem turystycznym a ich potencjałem ogólnogospodarczym. Kraków, Wrocław, Szczecin, Lublin i Łódź charakteryzuje relatywnie wyższy poziom międzynarodowego potencjału turystycznego w stosunku do międzynarodowego potencjału ogólnogospodarczego, natomiast Warszawa, Poznań i Katowice budują międzynarodowy potencjał turystyczny na bazie potencjału ogólnogospodarczego. Gdańsk i Bydgoszcz cechuje najbardziej zrównoważona struktura obu potencjałów.

Przeprowadzone badania empiryczne pozwoliły w całości osiągnąć sformułowany we wstępie cel praktyczny badań, jakim był pomiar międzynarodowego potencjału miast polskich w zakresie ich funkcji turystycznej. Warto jednak w tym miejscu podkreślić, że rozpoznanie uniwersalnej (tj. reprezentatywnej dla wszystkich miast niezależnie od wielkości i lokalizacji) natury internacjonalizacji funkcji turystycznej nie jest możliwe. Można przytoczyć kilka powodów niewykonalności tego zadania. Pierwszym jest złożona natura miast składająca się z zależności o niehierarchicznym charakterze, która sprawia, że wielość zjawisk, którym można przypisać powiązania międzynarodowe, utrudnia ocenę ich rzeczywistego znaczenia, a ponadto przewyższa możliwości statystyki publicznej w zakresie dokładnego ich pomiaru, natomiast bezpośrednio zebranie materiału źródłowego reprezentującego wystarczającą liczbę i strukturę miast angażowałoby tak duże nakłady czasowe i finansowe, że podawałoby w wątpliwość sens tego działania. Drugim powodem jest brak wcześniej przeprowadzonych badań nad tym problemem, zatem jakiegokolwiek wyniki takich badań byłyby z góry skazane na niemożność porównania do wyników innych projektów (należy zaznaczyć, że nieweryfikowalność i ograniczona możliwość dyskusji naukowej są ogólnymi atrybutami każdych badań eksploracyjnych). Trzecim powodem są zróżnicowane, obarczone wieloma lokalnymi uwarunkowaniami, ścieżki rozwoju miast.

Czwartym jest zróżnicowana struktura funkcjonalno-przestrzenna samych miast – w inny sposób rozwija się turystyka w międzynarodowych metropoliach o randze globalnej, w inny w miastach pełniących funkcję bram regionalnych, a w jeszcze inny w miastach znajdujących się na etapie przejścia z regionalnej do międzynarodowej roli. Podsumowując, uniwersalna natura internacjonalizacji nie istnieje.

Nie oznacza to, że badanie internacjonalizacji nie ma merytorycznego uzasadnienia. Przeciwnie, ze względu na wagę tego zjawiska dla rozwoju miast i całych regionów należy je studiować. Ścisłe wyznaczenie zasięgu przestrzennego analizy, a dzięki temu ograniczenie uwarunkowań, jakie wpływają na zjawiska rozwojowe miast i funkcji turystycznej, pozwala na poznanie mechanizmów rządzących tymi procesami.

Ponadto na podstawie badań empirycznych nie udało się zweryfikować istnienia różnicy między logiką „ścieżki” internacjonalizacji turystyki biznesowej a logiką umiędzynarodawiania turystyki czasu wolnego. Przyczyna tkwi w niedostatecznie szczegółowym materiale źródłowym. W przypadku badania metropolii turystycznych świata zanotowano duże ubytki w odniesieniu do danych dotyczących liczby obiektów hotelowych, gastronomicznych, organizatorów spotkań itp., a także struktury rodzajowej ruchu turystycznego w miastach światowych, natomiast klasyfikacje miast ze względu na liczbę organizowanych spotkań międzynarodowych (ICCA, 2013; UIA, 2013) nie obejmują miast amerykańskich. Bez tych informacji weryfikacja empiryczna tej tezy okazała się niemożliwa. W odniesieniu natomiast do badań miast polskich brak danych dotyczących liczby organizowanych spotkań za rok 2002 wpłynął (lub mógł wpłynąć, ponieważ bez nich nawet ten fakt jest niemożliwy do stwierdzenia) na to, że sfera związana z turystyką biznesową nie została zidentyfikowana jako istotny komponent struktury międzynarodowego potencjału turystycznego polskich miast. Z uwagi jednak na eksploracyjny charakter przeprowadzonych badań i ograniczony poziom wiarygodności danych opisujących internacjonalizację miast (podkreślany przez wszystkich badaczy podejmujących tę problematykę, a nie tylko zidentyfikowany w trakcie niniejszych badań) brak weryfikacji empirycznej nie jest podstawą do podważenia znaczenia tego wniosku poznawczego. Jest to zatem kolejny ważny rezultat poznawczy pracy.

Badania o charakterze eksploracyjnym można porównać do poszukiwań badawczych mających pewną formę eksperymentu, ponieważ nie można z góry ustalić ich szczegółowego planu, kierunek uzależniając od wyników kolejnych etapów. Oprócz potwierdzonego osiągnięcia celów badań oraz pozytywnej weryfikacji sformułowanych hipotez roboczych należy wskazać obiektywne ograniczenia zaprezentowanego projektu badawczego.

Pierwszym z nich jest jego eksploracyjny charakter, który nie pozwala na odniesienie ich wyników do innych, podobnych prac badawczych. Mimo stosowania reżimu naukowego oraz zasady obiektywności na każdym etapie procesu badawczego nie wiadomo, czy zaprezentowane wyniki i wnioski wyjaśniają w stopniu wyczerpującym naturę internacjonalizacji.

Ponadto do ograniczeń należy zaliczyć zastosowane w trakcie badań empirycznych metody badawcze. Badanie potencjału turystycznego metropolii światowych oparte jest o źródła wtórne o dużym stopniu syntetyzacji, mających formę rankingów tworzonych w innych celach niż do badania internacjonalizacji funkcji turystycznej. Warto jednak podkreślić po raz kolejny, że przyjęcie innej metody obejmującej światowy zakres przestrzenny jest trudne do zrealizowania nawet przy potężnym budżecie oraz możliwościach organizacyjnych. Z kolei w trakcie badań miast polskich niemożliwe okazało się wykorzystanie metody głównych składowych, która w najbardziej efektywny i wiarygodny sposób pozwoliłaby na wyodrębnienie głównych czynników internacjonalizacji miast. Wykorzystana w zamian analiza korelacji Spearmana oraz wyodrębnienie reprezentantów jest w stosunku do metody głównych składowych uproszczona i obciążona subiektywizmem i uznaniowością badacza, które oczywiście starano się ograniczać, jednak niemożliwe było ich całkowite uniknięcie.

Za istotne ograniczenie należy także uznać stan materiału źródłowego badań miast polskich mimo możliwie maksymalnej dywersyfikacji źródeł oraz podjęcia decyzji o korzystaniu z płatnych danych GUS. Niedostatek danych był szczególnie dotkliwy dla 2002 roku, w którym pozyskano o wiele węższy zakres wskaźników rzutujący na uzyskane wyniki, jednak nie wiadomo w jakim stopniu. Dopiero po przeprowadzeniu badań stwierdzono, że jedną z metod ograniczenia braku danych mogło być przyjęcie krótszego odstępu między pomiarami. Można domniemywać, że funkcja turystyczna miast polskich w roku 2002 znajdowała się na innym etapie cyklu życia niż w 2012 roku, ponadto globalne warunki jej rozwoju mogły zmienić się diametralnie, co wpłynęło na ostateczne wyniki. Zastosowanie dziesięcioletniej przerwy podyktowane było jednak myślą, że wiele z czynników internacjonalizacji nie podlega dynamicznym zmianom, starano się natomiast odzwierciedlić zmiany zachodzące w rozwoju funkcji turystycznej w polskich miastach. Wydaje się jednak słuszną konieczność przeprowadzenia dodatkowego pomiaru po upływie pewnego okresu (np. pięciu lat, czyli dla roku 2017), aby ponownie ustalić kluczowe komponenty struktury internacjonalizacji oraz zweryfikować model struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej. Ponadto wąski zakres danych towarzyszył także badaniu internacjonalizacji ogólnogospodarczej miast w obu latach, dla których dokonywano pomiaru.

Kolejne ograniczenie wynika z przyjętego zakresu przestrzennego, skupionego na ich granicach administracyjnych, co automatycznie wyklucza badanie obszaru aglomeracyjnego, kluczowego dla ośrodków mających potencjał metropolitalny. Problem ten szczegółowo omówiono już w rozdziale 6, dlatego tu ograniczono się tylko do zasygnalizowania jeszcze raz tego problemu. Przyczyną okazała się nieustalona w Polsce kwestia wyznaczenia granic metropolitalnych. Dodatkowo dla aglomeracyjnego zakresu przestrzennego niemożliwe okazało się zebranie wielu istotnych mierników funkcji turystycznej.

Warto zastanowić się nad uogólnieniem wyników badania poza wąską, aczkolwiek reprezentatywną dla Polski grupą dziesięciu największych miast. Z czysto statystycznego punktu widzenia nie jest możliwe wyprowadzanie wniosków wykraczających poza zakres podmiotowy i przestrzenny badania. Nie jest jednak zabroniona dyskusja naukowa nad możliwościami ich wykorzystania w odniesieniu do ośrodków nieobjętych badaniem. Należy jednak pamiętać przy tym o przestrzennych i ustrojowych uwarunkowaniach rozwoju miast oraz turystyki w Polsce. Wydaje się prawdopodobne, że wyniki dotyczące struktury międzynarodowego potencjału funkcji turystycznej potwierdziłyby się w odniesieniu do ośrodków rzędu wielkości 200–300 tysięcy mieszkańców. Białystok, Gdynia, Częstochowa, Radom, Sosnowiec i Toruń są miastami tworzącymi zbiór, który w porównaniu z miastami poddanymi badaniu nie odbiega charakterystyką warunków rozwojowych, z drugiej strony należy pamiętać o tym, że ich potencjał metropolitalny jest niższy, a więc inna jest zapewne w ich przypadku struktura internacjonalizacji ogólnogospodarczej. Jeśli jednak potraktować zidentyfikowane komponenty struktury internacjonalizacji jako najbardziej istotne jej czynniki, można zaryzykować stwierdzenie, że mogą one być traktowane jako bieżące lub przyszłe obszary wsparcia turystyki międzynarodowej z punktu widzenia instytucji zarządzających rozwojem turystyki w tych średnich ośrodkach. Ponadto można się zastanawiać, czy wnioski z badania miast polskich mogą być wykorzystane w dyskusji nad naturą internacjonalizacji funkcji turystycznej miast wywodzących się z byłego „bloku wschodniego”, a więc mających rodowód gospodarki nakazowo-rozdziałowej i nadal pozostających w granicach państwowych odzwierciedlających ten historyczny podział (oczywiście poza NRD, które zostały zintegrowane z gospodarką zachodnioniemiecką). W tym przypadku należałoby z kolei brać pod uwagę czynnik związany z wielkością państw i wynikającą z niego cechą centralności stolic, które poprzez syntezę funkcji stolicznej z innymi funkcjami metropolitalnymi dominują w innych krajowych systemach osadniczych i gospodarczych. Praga, Budapeszt, Bukareszt, Wilno, Tallin, Ryga, a nawet Bratysława otrzymują dodatkową „przewagę internacjonalizacyjną”, której nie posiada Warszawa funkcjonująca w o wiele większym systemie miejskim opartym o większą liczbę węzłów miejskich. Jest jednak możliwe, że charakter procesów internacjonalizacji funkcji turystycznej w tych miastach jest podobny do miast poddanych badaniu.

Warto także jeszcze raz przypomnieć, że badania empirycznie pozwoliły zweryfikować jeden z najbardziej kluczowych wniosków wynikających z części literaturowej badań, odnoszący się do istnienia innej natury internacjonalizacji miast w zakresie turystyki biznesowej oraz turystyki czasu wolnego. Wynika z tego pierwszy wniosek dotyczący przyszłych badań nad problematyką internacjonalizacji funkcji turystycznej. Konieczne jest pogłębienie badań, w wyniku których możliwe będzie rozpoznanie tych dwóch „ścieżek” umiędzynarodawiania. W tym przypadku konieczne jest jednak sięgnięcie do technik opartych o źródła całkowicie pierwotne.

Ponadto w przyszłości konieczne jest pogłębione badanie relacji między rozwojem funkcji turystycznej w miastach a stopniem jej internacjonalizacji. Warto poznać odpowiedź na następujące pytanie: na jakim etapie rozwoju potencjału turystycznego uzyskuje ona wystarczającą masę krytyczną konieczną do jego umiędzynarodowienia? Odpowiedź wymaga pośrednio wyznaczenia ścieżek ewolucji funkcji turystycznej badanych miast. W tym celu możliwe jest skorzystanie z dorobku koncepcji cyklu życia funkcji turystycznej (*Tourism Area Life Cycle*) zaproponowanej przez Butlera (1980), zgodnie z którą miejscowość turystyczna, podobnie jak każdy produkt, przechodzi przez kolejne fazy rozwoju: wprowadzenie, wzrost, dojrzałość, upadek, tak i obszary przechodzą przez różne stadia rozwoju – od wstępnej eksploracji, wprowadzenia, następnie dynamicznego rozwoju do konsolidacji, stagnacji aż do upadku i odrodzenia. Podstawowym wyzwaniem wykorzystania tej metody jest konieczność pozyskania odpowiednio długich i kompletnych szeregów czasowych danych niezbędnych do stworzenia możliwie pełnego oraz niezafalszowanego obrazu kształtowania się zjawisk wpływających na rozwój turystyki oraz jej internacjonalizacji. Oczywiście jest, że w tym przypadku konieczne będzie zawężenie zakresu przedmiotowego wskaźników dla uzyskania odpowiednio długich szeregów czasowych danych.

Zaprezentowane w niniejszej książce badania koncentrowały się na rozpoznaniu i wyjaśnieniu natury internacjonalizacji miast w zakresie funkcji turystycznej w odniesieniu do dwóch z trzech jej wymiarów wskazanych w rozdziale 5.4. W warstwie literaturowej rozpatrywano ją jako zjawisko obiektywne, będące wypadkową skorelowanych ze sobą sił, stosunków i uwarunkowań, zgodnie z milczącym założeniem niemożności kontrolowania jej przez władze miasta lub organizacje odpowiedzialne za zarządzanie turystyką. Innymi słowy rozpatrywano umiędzynarodowienie bierne funkcji turystycznej. Z kolei badania empiryczne skoncentrowane były na pomiarze internacjonalizacji rozumianej jako stan, czyli stopnia umiędzynarodowienia w danym momencie czasu, jako procesu mierzonego zmianami umiędzynarodowienia w danym okresie czasu. Konsekwencją tego było określenie struktury i poziomu nie tyle umiędzynarodawiania, co potencjału umiędzynarodowienia miast w odniesieniu do turystyki.

Logicznym postępowaniem jest podjęcie w przyszłości badań nad internacjonalizacją czynną, rozumianą – na bazie dorobku z zakresu internacjonalizacji przedsiębiorstw – jako opcja strategiczna miast. Badania te powinny dotyczyć aktywności władz lokalnych oraz podmiotów odpowiedzialnych za zarządzanie turystyką (DMO) w zakresie przyjętych przez nie strategii i działań prowadzących do internacjonalizacji funkcji turystycznej. Ich celem powinna być identyfikacja sposobów, kierunków i narzędzi ekspansji zagranicznej miast w zakresie funkcji turystycznej w oparciu o analizę treści strategicznych dokumentów rozwojowych (strategii rozwoju miast, strategii rozwoju turystyki, programów rozwojowych itp.) oraz przeprowadzenie wywiadów pogłębionych z przedstawicielami władz terytorialnych oraz DMO. Przedtem jednak należałoby zidentyfikować płaszczyzny

### *Podsumowanie*

internacjonalizacji funkcji zarządzania turystyką w miastach. Mogą nimi być internacjonalizacja strategii turystyki, międzynarodowa orientacja marketingowa miasta w zakresie turystyki, internacjonalizacja struktury organizacyjnej oraz współpraca międzypodmiotowa w sferze turystyki. Badania internacjonalizacji czynnej miast w zakresie turystyki mogą dotyczyć zarówno miast polskich, jak i światowych.



## BIBLIOGRAFIA

---

### Pozycje naukowe

- Abbott C., (1997), *The international city hypothesis: An approach to the recent history of U.S. cities*, „Journal of Urban History”, 24, s. 28–52.
- Ahas R., Aasa A., Mark U., Pae T., Kull A., (2007), *Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data*, „Tourism Management”, 28, s. 898–910.
- Ahmed D. M., Anguluri R., (2014), *Conceptual understanding of Smart Cities*, „International Journal of Science and Research”, 3 (12), s. 1470–1471.
- Alejziak W., (1998), *Geneza i rozwój teorii turystyki (refleksje na kanwie książki B. Vukonica Turizam ususret buducnosti)*, „Folia Turistica”, 8, s. 99–125.
- Alejziak W., (2005), *Aktualny stan i perspektywy rozwoju badań naukowych nad turystyką*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych*, R. Winiarski, W. Alejziak (red.), AWF Kraków, WSIZ, Rzeszów, s. 275–299.
- Alejziak W., (2009), *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, „Studia i Monografie AWF Kraków”, nr 56, Kraków.
- Alejziak W., (2011), *A global tourism policy – Utopia, alternative or necessity?*, „Folia Turistica”, 25 (1), s. 313–356.
- Alejziak W., (2009), *TelSKART – Nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego*, „Folia Turistica”, 21, s. 97–146.
- Aleksandrova A., Rogova S., Sluka N., (2011), *Miasta globalne w systemie ośrodków turystyki międzynarodowej*, [w:] *Turystyka*, B. Włodarczyk (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 137–152.
- Alger C. F., (1988), *Perceiving, analysing and coping with the local-global nexus*, „International Social Science Journal”, 40, s. 321–339.
- Andersson A. E., Andersson D. E. (red.), (2000), *Gateways to the Global Economy*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Archer B. H., (1982), *The value of multipliers and the policy implications*, „Tourism Management”, 3 (4), s. 236–241.
- Ashworth G., (1989), *Urban tourism: An imbalance in attention*, [w:] *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, C. P. Cooper (red.), Belhaven, London, s. 33–54.
- Ashworth G., (1992), *Is there an urban tourism?*, *Tourism Recreation Research*, 17 (2), s. 3–8.
- Ashworth G., (2003), *Urban tourism: Still an imbalance in attention?*, [w:] *Classic Reviews in Tourism*, C. Cooper (red.), Channel View Publications, Clevedon, s. 143–163.
- Ashworth G., (2009), *Questioning the urban in urban tourism*, [w:] *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*, G. Maciocco S. Serreli (red.), Springer, Dordrecht-Heidelberg-London-New York, s. 207–220.
- Ashworth G., (2012), *Do we understand urban tourism?*, „Tourism & Hospitality”, 1 (4), s. 1–2.
- Ashworth G., Page S., (2011), *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*, „Tourism Management”, 32 (1), s. 1–15.
- Ashworth G., Tunbridge J. E., (1990), *The Tourist-Historic City*, Belhaven London.
- Ashworth G., Voogd H., (1990), *Can places be sold for tourism?*, [w:] *Marketing Tourism Places*, G. Ashworth, B. Goodal (red.), Routledge, London, s. 1–16.

- Avent R.**, (2011), *The Gated City*, Amazon Digital Services.
- Avraham E.**, (2000), *Cities and their news media image*, „Cities”, 17 (5), s. 363–370.
- Awedyk M.**, (2009), *Pozaeuropejska turystyka poznawcza mieszkańców Polski w aspekcie przemian ustrojowych*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Babbie E.**, (2007), *The Practice of Social Research* (wydanie 11), Thompson-Wadsworth, Belmont.
- Backman K. F., Uysal M., Backman S. J.**, (1992), *Index number: A tourism managerial and policy-making tool*, „Journal of Applied Recreation Research”, 17 (2), s. 158–177.
- Baczwarow M.**, (1999), *Europejskie miasta kultury a turystyka*, „Turyzm”, 9 (1), s. 189–200.
- Bader T., Mazzarol T.**, (2009), *Defining the Born Global Firm: A Review of the Literature*, 23rd Annual Australian and New Zealand Academy of Management Conference, Australian and New Zealand Academy of Management, <http://www.cemi.com.au/sites/all/publications/BaderMazzarolANZAS2009.pdf> (data pobrania: 12.10.2014 r.), s. 1–22.
- Baggio R., Scott N., Cooper C.**, (2010a), *Improving tourism destination governance: a complexity science approach*, „Tourism Review”, 65 (4), s. 51–60.
- Baggio R., Scott N., Cooper C.**, (2010b), *Network science: A review focused on tourism*, „Annals of Tourism Research”, 37 (3), s. 802–827.
- Bagwell S.**, (2008), *Creative clusters and city growth*, „Creative Industries Journal”, 1 (1), s. 31–46.
- Balicki A.**, (2009), *Statystyczna analiza wielowymiarowa i jej zastosowanie społeczno-ekonomiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Barber B. R.** (2014), *Gdyby burmistrzowie rządzieli światem. Dysfunkcyjne kraje, rozkwitające miasta*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa.
- Barney J. B.**, (1991), *Firm resources and sustained competitive advantage*, „Journal of Management”, 17, s. 99–120.
- Baron Pollak P.**, (2005), *Central Place Theory*, [w:] *Encyclopedia of the City*, R. W. Caves (red.), Routledge, Oxon, s. 48–50.
- Baten J., Wallusch J.**, (2005), *Market Integration and Disintegration of Poland and Germany in the 18th Century*, „Économies et Sociétés”, 33 (7/2005), s. 1233–1264.
- Bauernfeind U., Arsal I., Aubke F., Wöber K. W.**, (2010), *Assessing the significance of city tourism in Europe*, [w:] *Analysing International City Tourism* (2nd Edition), J. A. Mazanec, K. W. Wöber (red.), Springer, Wien, s. 43–58.
- Baum T.**, (2007), *Human resources in tourism: Still waiting for change*, „Tourism Management”, 28 (6), s. 1383–1399.
- Bauman Z.**, (2000), *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Bauman Z.**, (2011), *Straty uboczne. Nierówności społeczne w epoce globalizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bauman Z., May T.** (2004), *Socjologia*, Zysk i Spółka Wydawnictwo, Poznań.
- Beaverstock J. V., Smith R. G., Taylor P. J.**, (1999), *A roster of world cities*, „Cities”, 16 (6), s. 445–458.
- Beaverstock J. V., Smith R. G., Taylor P. J., Walker D. R. F., Lorimer H.**, (2000), *Globalization and world cities: Some measurement methodologies*, „Applied Geography”, 20 (1), s. 43–63.
- Bednarczyk M.** (red.), (2006), *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw na polskim rynku turystycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bednarska M.**, (2012), *Cechy rynku pracy w turystyce jako bariery rozwoju gospodarki turystycznej*, [w:] *Współczesne wyzwania dla gospodarki turystycznej*, M. Bednarska, G. Gołębski (red.), „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu”, nr 225, s. 47–60.
- Beeton S.**, (2010), *The advance of film tourism*, „Tourism and Hospitality Planning Development”, 7 (1), s. 1–6.
- Beim M., Matuszewska D., Szmatuła P., Zmysłony P.**, (2012), *Zagospodarowanie turystyczne aglomeracji poznańskiej*, [w:] *Turystyka w aglomeracji poznańskiej*, S. Bródka, P. Zmysłony (red.), „Biblioteka Aglomeracji Poznańskiej”, nr 20, Centrum Badań Metropolitalnych UAM, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 72–184.

- Bendyk E.**, (2013), *Metropolia w sieci*, Warszawa, [http://www.metropolia.warszawa.pl/files/edwin\\_bendyk\\_metropolia\\_w\\_sieci.doc](http://www.metropolia.warszawa.pl/files/edwin_bendyk_metropolia_w_sieci.doc) (data pobrania: 12.10.2014 r.).
- Beritelli P., Bieger T.**, (2014), *From destination governance to destination leadership – defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective*, „Tourism Review”, 69 (1), s. 25–46.
- Beritelli P., Bieger T., Laesser C.**, (2007), *Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management*, „Journal of Travel Research”, 46 (1), s. 96–107.
- Bertalanffy L. von.**, (1984), *Ogólna teoria systemów*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Bianchi R. V.**, (2002), *Towards a new political economy of global tourism*, [w:] *Tourism and Development: Concepts and Issues*, R. Sharpley, D. J. Telfer (red.), Channel View Publications, Clevedon, s. 265–299.
- Bilkey W. J., Tesar G.**, (1977), *The export behaviour of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms*, „Journal of International Business Studies”, 8 (Spring/Summer), s. 93–98.
- Boes K., Buhalis D., Inversini A.**, (2015), *Conceptualising Smart Tourism Destination dimensions*, [w:] *ENTER 2015 Proceedings*, I. Tussyadiah, A. Inversini (red.), Springer-Verlag, Lugano, s. 391–404.
- Borén T., Young C.**, (2013), *Getting creative with the „Creative City”? Towards new perspectives on creativity in urban policy*, „International Journal of Urban and Regional Research”, 37 (5), s. 1799–1815.
- Borg J. van der, Costa P., Gotti G.**, (1996), *Tourism in European heritage cities*, „Annals of Tourism Research”, 23 (2), s. 306–321.
- Borja J., Castells M.**, (2013), *Local and global: The management of cities in the Information Age*, Taylor & Francis, Oxon.
- Borodako K., Berbeka J., Rudnicki M.**, (2014), *Usługi specjalistyczne w turystyce biznesowej*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Bosiacki S.**, (2007), *Regionalne produkty turystyczne jako podstawa zagospodarowania turystycznego*, *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 465, s. 15–22.
- Bottazzi G., Gragnolati U.**, (2015), *Cities and clusters: Economy-wide and sector-specific effects in corporate location*, „Regional Studies”, 49 (1), s. 113–129.
- Boyd N. A.**, (2011), *San Francisco’s Castro district: From gay liberation to tourist destination*, „Journal of Tourism and Cultural Change”, 9 (3), s. 237–248.
- Bramwell B., Lane B.**, (1999), *Editorial: Collaboration and partnerships for sustainable tourism*, „Journal of Sustainable Tourism”, 7 (3-4), s. 179–181.
- Bramwell B., Sharman A.**, (1999), *Collaboration in local tourism policymaking*, „Annals of Tourism Research”, 26 (2), s. 392–415.
- Brol R.** (red.), (2004), *Ekonomika i zarządzanie miastem*, Wydaw. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Brol R., Maj M., Strahl D.**, (1990), *Metody typologii miast*, Skrypty Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Bródka S., Potocka I.**, (2012), *Walory turystyczne aglomeracji poznańskiej*, [w:] *Turystyka w aglomeracji poznańskiej*, S. Bródka, P. Zmysłony (red.), „Biblioteka Aglomeracji Poznańskiej”, nr 20, Centrum Badań Metropolitalnych UAM, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 23–71.
- Buchmann A., Moore K., Fisher D.**, (2010), *Experiencing film tourism*, „Annals of Tourism Research”, 37 (1), s. 229–248.
- Buckley P. J.**, (2006), *Stephen Hymer: Three phases, one approach?*, „International Business Review”, 15, s. 140–147.
- Buczowska K.**, (2008), *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Poznań.
- Buczowska K.**, (2014), *Portret współczesnego turysty kulturowego*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Poznań.

- Budner W. W.**, (1996), *System osadniczy: badanie dynamiki miast*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Budner W. W.**, (2011), *Geografia ekonomiczna. Współczesne zjawiska i procesy*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Buhalis D., Amaranggana A.**, (2015), *Smart Tourism Destinations enhancing tourism experience through personalisation of services*, [w:] *ENTER 2015 Proceedings*, R. Burdett, D. Sudjic (red.), Springer-Verlag, Lugano, s. 377–390.
- Burdett R., Rode P.**, (2007), *The Urban Age Project*, [w:] *The Endless City*, R. Burdett, D. Sudjic (red.), Phaidon Press, London-New York, s. 8–31.
- Burghardt A. F.**, (1971), *A hypothesis about gateway cities*, „Annals of the Association of American Geographers”, 61 (2), s. 269–285.
- Butler R. W.**, (1980), *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*, „The Canadian Geographer”, 24 (1), 5–12.
- Butler R. W.**, (1991), *West Edmonton Mall as a tourist attraction*, „The Canadian Geographer”, 35 (3), s. 287–295.
- Butler R. W.**, (2000), *The resort cycle two decades on*, [w:] B. Faulkner, G. Moscardo, E. Laws, *Tourism in the 21st Century: Reflections and Experience*, Addison Wesley Longman, New York, s. 284–299.
- Butler R. W.**, (2006), *Volatile demand for tourism? We can only market effectively to what we know, rather than to what we imagine*, [w:] *Marketing Efficiency in Tourism: Coping with Volatile Demand*, P. C. Keller, T. Bieger (red.), Erich Schmidt Verlag, Berlin, s. 13–20.
- Butowski L.**, (1996), *Funkcja turystyczna we współczesnych dużych miastach europejskich*, [w:] *Turystyka – szansą rozwoju kraju*, A. Gordon (red.), UKFiT, Warszawa, s. 253–265.
- Calof J. L., Beamish P. W.**, (1995), *Adapting to foreign markets: Explaining internationalization*, „International Business Review”, 4 (2), s. 115–131.
- Caragliu A., Del Bo C., Nijkamp P.**, (2011), *Smart Cities in Europe*, „Journal of Urban Technology”, 18 (2), s. 65–82.
- Castells M.**, (1989), *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Blackwell, Oxford.
- Castells M.**, (1991), *The informational city: A new framework for social change*, Centre for Urban and Community Studies, University of Toronto, Research Papers No. 184, Toronto, <http://www.citiescentre.utoronto.ca/Assets/Cities+Centre+2013+Digital+Assets/Cities+Centre/Cities+Centre+Digital+Assets/publications/pdfs/publications/Research+Papers/184+Castells+1991+The+Informational+City.pdf>, 1–24 (data pobrania: 12.10.2014).
- Castells M.**, (1992), *The Informational City: Economic Restructuring and Urban Development*, Wiley, Oxford.
- Castells M.**, (2008), *Spółczesność sieci*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Castells M.**, (2010), *Globalisation, networking, urbanisation: Reflections on the spatial dynamics of the information age*, „Urban Studies”, 47 (13), s. 2737–2745.
- Cattan N.**, (1995), *Attractivity and internationalisation of major European cities: The example of air traffic*, „Urban Studies”, 32 (2), s. 303–313.
- Cavusgil S. T.**, (1984), *Differences among exporting firms based on their degree of internationalization*, „Journal of Business Research”, 12 (2), s. 195–208.
- Cavusgil S. T.**, (1994), *Born Globals: A Quiet Revolution Among Australian Exporters*, „Journal of International Marketing”, 2 (3), s. 4.
- Celuch K.**, (2013a), *Stowarzyszenia i organizacje w przemyśle spotkań. Kompendium 2013*, Wydawnictwo Akademii Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa.
- Celuch K.**, (2013b), *The importance of meetings and incentive travel as a tourism products in times of economic growth for India and Poland*, [w:] *Tourism role in the regional economy. Regional tourism product – theory and practice*, J. Wyrzykowski, J. Marak (red.), Wyższa Szkoła Handlowa, Wrocław, s. 345–360.

- Celuch K.**, (2014), *Przemysł spotkań: wiedza, produkt, motywacja*, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa.
- Cho V.**, (2010), *A Study of the non-economic determinants in tourism demand*, „International Journal of Tourism Research”, 12, s. 307–320.
- Christaller W.**, (1963), *Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions—under-developed countries—recreation areas*, „Papers in Regional Science”, 12 (1), s. 95–105.
- Christaller W.**, (1966), *Central Places in Southern Germany*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Churchill G. A.**, (2002), *Badania marketingowe w praktyce. Podstawy metodologiczne*, PWN, Warszawa.
- Clark T. N.**, (2004a), *A political theory of consumption*, [w:] *The City as an Entertainment Machine*, T. N. Clark (red.), Elsevier, Oxford, s. 19–102.
- Clark T. N.**, (2004b), *Introduction: Taking entertainment seriously*, [w:] *The City as an Entertainment Machine*, T. N. Clark (red.), Elsevier, Oxford, s. 1–18.
- Clark T. N.**, (2004d), *Urban amenities: Lakes, opera, and juice bars: Do they drive development?*, [w:] *The City as an Entertainment Machine*, T. N. Clark (red.), Elsevier, Oxford, s. 103–140.
- Clark T. N.** (red.), (2004), *The City as an Entertainment Machine*, „Research in Urban Policy”, vol. 9, Elsevier, Oxford.
- Clark T. N., Lloyd R., Wong K. K., Jain P.**, (2004), *Amenities drive urban growth: A new paradigm and policy linkages*, [w:] *The City as an Entertainment Machine*, T. N. Clark (red.), Elsevier, Oxford, s. 291–322.
- Cocchia A.**, (2014), *Smart and digital city: A systematic literature review*, [w:] *Smart city, progress in IS*, R. P. Dameri, C. Rosenthal-Sabroux (red.), Springer, Berlin, s. 13–43.
- Cohen B.**, (2011), *Smart cities wheel*, <http://www.boydcohen.com/smartcities.html> (data pobrania: 12.03.2015 r.).
- Cohen B.**, (2012), *What Exactly Is A Smart City?*, <http://www.fastcoexist.com/1680538/what-exactly-is-a-smart-city> (data pobrania: 12.03.2015 r.).
- Cohen E.**, (1974), *Who is a tourist? A conceptual classification*, „Sociological Review”, 22, s. 527–555.
- Cooper C.**, (2006), *Knowledge management and tourism*, „Annals of Tourism Research”, 33 (1), s. 47–64.
- Cooper C.**, (2008), *Globalization is more than an economic phenomenon*, „Tourism Recreation Research”, 33 (1), s. 109–111.
- Copenhagen Cleantech Cluster (2012)**, *Danish Smart Cities: Sustainable Living in an Urban World*, Copenhagen.
- Couclelis H.**, (2004), *The construction of the digital city*, „Planning and Design”, 31 (1), s. 5–19.
- Crilly D.**, (1993), *Architecture as advertising: Constructing the image of redevelopment*, [w:] *Selling Places: The city as cultural capital, past and present*, G. Kearns, C. Philo (red.), Pergamon Press, Oxford, s. 231–252.
- Czernek K.**, (2013), *Determinants of cooperation in a tourist region*, „Annals of Tourism Research”, 40, s. 83–104.
- Czerny M.**, (2005), *Globalizacja a rozwój. Wybrane zagadnienia geografii społeczno-gospodarczej świata*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Czopek A.**, (2013), *Analiza porównawcza efektywności metod redukcji zmiennych – analiza składowych głównych i analiza czynnikowa*, „Studia Ekonomiczne – Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 132, s. 7–23.
- D’Hauteserre A.-M.**, (2005), *Tourism, development and sustainability in Monaco: Comparing discourses and practices*, „Tourism Geographies”, 7 (3), s. 290–312.
- Davidson R.**, (2003), *Adding Pleasure to Business*, „Journal of Convention & Exhibition Management”, 5 (1), s. 29–39.
- Davidson R., Cope B.**, (2003), *Turystyka biznesowa*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Derek M.**, (2008), *Funkcja turystyczna jako czynnik rozwoju lokalnego w Polsce*, maszynopis pracy doktorskiej, Uniwersytet Warszawski, [http://www.wgsr.uw.edu.pl/uploads/f\\_turyzm/1\\_pdfsam\\_doktorat\\_w.pdf.pdf](http://www.wgsr.uw.edu.pl/uploads/f_turyzm/1_pdfsam_doktorat_w.pdf.pdf) (data pobrania: 23.03.2012 r.).

- Derek M., (2011), *Przestrzeń czasu wolnego w przestrzeni publicznej miasta*, [w:] *Człowiek w przestrzeni publicznej miasta*, I. Jażdżewska (red.), XXIV Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 141–148.
- Derek M., (2011b), *Warszawska Praga jako miejska przestrzeń eksploracji turystycznej*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 16, WSTiH, Łódź, s. 9–30.
- Derek M., (2013), *Turystyka poza utartym szlakiem – nowy model turystyki miejskiej*, „Turystyka Kulturowa”, 2013 (9), s. 5–17.
- Derek M., Duda-Gromada K., Kosowska P., Kowalczyk A., Madurowicz M., (2013), *Problemowe i problematyczne ABC turystyki w Warszawie*, „Prace Geograficzne Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ”, 134, s. 7–36.
- Derek M., Kowalczyk A., Swianiewicz P., (2005), *Wpływ turystyki na sytuację finansową i rozwój miast w Polsce (na przykładzie miast średniej wielkości)*, „Prace i Studia Geograficzne”, 35, s. 199–217.
- Di Bella A., (2015), *Smart urbanism and digital activism in Southern Italy*, [w:] *Emerging Issues, Challenges, and Opportunities in Urban E-Planning*, C. N. Silva (red.), IGI Global, Hershey, s. 117–143.
- Dickens L., (2008), *Placing post-graffiti: the journey of the Peckham Rock*, „Cultural Geographies”, 15 (4), s. 471–496.
- Domański R., (2000), *Miasto innowacyjne*, Studia KPZK PAN, vol. CIX, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Domański R., (2002), *Gospodarka przestrzenna*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Domański R., (2010), *Nowa geografia ekonomiczna według Paula Krugmana*, „Studia i Prace Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, nr 8, s. 19–39.
- Drabik L., Sobol E. (red.), (2014), *Słownik języka polskiego PWN*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Dredge D., (2006), *Policy networks and the local organisation of tourism*, „Tourism Management”, 27 (2), s. 269–280.
- Drennan M. P., (1992), *Gateway cities: the metropolitan sources of US producers service exports*, „Urban Studies”, 29 (2), s. 217–235.
- Dupeyras A., MacCallum N., (2013), *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*, OECD Tourism Papers, 2, s. 1–63.
- Dwucet K., Pytel S., Tkocz M., (2008), *Funkcje turystyczne miast przemysłowych na przykładzie zespołu miejskiego konurbacji katowickiej*, [w:] *Funkcja turystyczna miast*, I. Jażdżewska (red.), XXI Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 57–68.
- Dziedzic B., (2009), *Podróże służbowe – jak oszczędnie podróżować w krzysie (cz.1, 2 i 3)*, „Rynek Turystyczny”, s. 6–9, 40–41, 44–45, 56–57.
- Dziedzic E., (1998), *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, „Monografie i Opracowania”, nr 442, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Dziedzic E., (2014), *Branże kreatywne i turystyka jako czynniki rozwoju lokalnego miast w Polsce*, [w:] G. Gołębski, A. Niezgoda, *Turystyka wobec zmian współczesnego świata. Zmiany, bariery, innowacje*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, s. 227–240.
- Dziedzic E., (2015), *Branże kreatywne jako czynnik kształtowania turystycznych przestrzeni publicznych*, M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa 2015, s. 87–102.
- Dziedzic E., Skalska T., (2009), *Ocena możliwości sporządzania rachunku satelitarnego turystyki w ukladzie regionalnym*, [w:] *Gospodarka turystyczna w regionie. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, A. Rapacz (red.), Wyd. AD REM, Jelenia Góra, s. 20–29.
- Dziembowska-Kowska J., Funck R., (1999), *Cultural activities: Source of competitiveness and prosperity in urban regions*, „Urban Studies”, 36 (8).
- Dziembowska-Kowska J., Funck R. H., (2000), *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence*, „The Annals of Regional Science”, 34 (1), s. 1–12.

- Dziewoński K.**, (1967), *Baza ekonomiczna i struktura funkcjonalna miast. Studium rozwoju pojęć, metod i ich zastosowań*, „Prace Geograficzne Instytutu Geografii Polskiej Akademii Nauk”, nr 63, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Eaton C. B., Lipsey R. G.**, (1982), *An economic theory of Central Places*, „The Economic Journal”, 92 (365), s. 56–72.
- Echtner C. M., Ritchie J. R. B.**, (1993), *The measurement of destination image: An empirical assessment*, „Journal of Travel Research”, 31 (4), s. 3–13.
- Estêvão J. V., Carneiro M. J., Teixeira L.**, (2011), *The Role of DMS in Reshaping Tourism Destinations: An Analysis of the Portuguese Case*, „Information Technology & Tourism”, 13 (3), s. 161–176.
- Estêvão J. V., Carneiro M. J., Teixeira L.**, (2014), *Destination management systems: Creation of value for visitors of tourism destinations*, „International Journal of Technology & Management”, 64 (1), s. 64–88.
- Evans G.**, (2009), *Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy*, „Urban Studies”, vol. 46.
- Fainstein S. S.**, (2007), *Tourism and the commodification of urban culture*, „The Urban Reinvention Issue”, 2 (November 07), <http://torc.linkbc.ca/torc/downloads/TourismAndTheCommodificationOfUrbanCulture.pdf> (data pobrania: 21.12.2012 r.).
- Fainstein S. S., Judd D. R.**, (1999), *Cities as places to play*, [w:] *The Tourist City*, D. R. Judd, S. S. Fainstein (red.), Yale University Press, New Haven, Londyn, s. 261–272.
- Faracik R., Pawlusiński R.**, (2008), *Usługi i zagospodarowanie turystyczne*, [w:] *Turystyka*, W. Kurek (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 142–195.
- Fayed H., Fletcher J.**, (2002), *Globalisation of economic activity issues for tourism*, „Tourism Economics”, 8 (2), s. 207–230.
- Fischbach J.**, (1989), *Funkcja turystyczna jednostek przestrzennych i program jej badania*, „Funkcja Turystyczna, Acta Universitatis Lodziensis – Turyzm”, 5, s. 7–26.
- Fischer E.**, (2010), *Locals and Tourists*, <http://www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157624209158632/with/4680819969/> (data pobrania 23.03.2014 r.).
- Fischer E.**, (2014), *Making the most detailed tweet map ever*, MapBox Blog. <http://www.mapbox.com/blog/twitter-map-every-tweet/> (data pobrania 3.12.2014 r.).
- Fischer E., Gnip.** (2013), *Locals & Tourists*, <http://www.mapbox.com/labs/twitter-gnip/locals/#5/38.000/-95.000> (data pobrania 11.12.2014 r.).
- Florek M.**, (2014), *Kapitał marki miasta zorientowanego na konsumenta – źródła i pomiar*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Florek M.**, (2015), *Application of the concept of destination brand equity: the example of two Polish cities*, „International Journal of Tourism Cities”, 1 (2).
- Florida R.**, (2003), *Cities and the Creative Class*, „City & Community”, 2 (1), s. 3–19.
- Florida R.**, (2005), *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York.
- Florida R.**, (2006), *The New Megalopolis: Our focus on cities is wrong. Growth and innovation come from new urban corridors*, Newsweek International Edition, Special Report, 3.7.2006 r.
- Florida R.**, (2010), *Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Florida R.**, (2011), *The 25 most economically powerful cities in the world*, The Atlantic Cities, <http://www.theatlanticcities.com/jobs-and-economy/2011/09/25-most-economically-powerful-cities-world/109/> (data pobrania: 30.07.2013 r.).
- Florida R.**, (2013a), *More losers than winners in America's New Economic Geography*, CityLab, The Atlantic, 30.01.2013, <http://www.citylab.com/work/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/> (data pobrania: 12.10.2014 r.).
- Florida R.**, (2013b), *Did I abandon my Creative Class Theory? Not so fast*, Joel Kotkin, The Daily Beast, 21.03.2013, <http://www.thedailybeast.com/articles/2013/03/21/did-i-abandon-my-creative-class-theory-not-so-fast-joel-kotkin.html> (data pobrania: 12.10.2014 r.).

- Florida R.**, (2013c), *The gentrification puzzle*, CityLab, The Atlantic, 21.11.2013, <http://www.citylab.com/housing/2013/11/why-some-places-gentrify-more-others/7588/> (data pobrania: 12.10.2014 r.).
- Fonfara K.** (red.), (2009), *Zachowanie przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji. Podejście sieciowe*, PWE, Warszawa.
- Foord J.**, (2008), *Strategies for creative industries: an international review*, „Creative Industries Journal”, 1 (2), s. 91–113.
- Foray D., Goddard J., Goenaga Beldarrain X., Landabaso M., McCann P., Morgan K., Nauwelaers C., Ortega-Argilés R.**, (2012), *Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialization (RIS3)*, [http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/en/c/document\\_library/get\\_file?uuid=e50397e3-f2b1-4086-8608-7b86e69e8553](http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/en/c/document_library/get_file?uuid=e50397e3-f2b1-4086-8608-7b86e69e8553) (data pobrania: 10.12.2014 r.).
- Ford D., Gadde L., Håkansson H., Snehota I.**, (2003), *Managing Business Relationships*, Willey & Sons, Chichester.
- Franklin A.** (2003), *The Tourist Syndrome: An Interview with Zygmunt Bauman*, „Tourist Studies”, 3 (2), s. 205–217.
- Frątczak E.**, (2009), *Wielowymiarowa analiza statystyczna. Teoria – przykłady zastosowań z systemem SAS*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Friedmann J.**, (1986), *The World City Hypothesis*, „Development and Change”, 17, s. 69–83.
- Friedmann J.**, (1995), *Where we stand: a decade of world city research*, [w:] *World cities in a world-system*, P. L. Knox, P. J. Taylor (red.), Cambridge University Press, Cambridge, s. 22–26.
- Friedmann J.**, (1998), *Rethinking Urban Competition and Sustainability in East Asia*, „International Journal of Urban Sciences”, 2 (1), s. 1–11.
- Friedmann J., Wolff G.**, (1982), *World city formation: an agenda for research and action*, „International Journal of Urban and Regional Research”, 3, s. 309–344.
- Fry E. H., Radebaugh L. H., Soldatos P.**, (1989), *The new international cities era: The global activities of North American municipal governments*, David M. Kennedy for International Studies, Brigham Young University, Provo.
- Fyall A., Garrod B., Wang Y.**, (2012), *Destination collaboration: A critical review of theoretical approaches to a multi-dimensional phenomenon*, „Journal of Destination Marketing & Management”, 1 (1-2), s. 10–26.
- G.B. Government Office for London**, (1996), *Four World Cities: A Comparative Study of London, Paris, New York and Tokyo*, Llewelyn Davies Planning, London.
- Gabrielsson M., Manek Kirpalani V. H.**, (2004), *Born globals: How to reach new business space rapidly*, „International Business Review”, 13 (5), s. 555–571.
- Gaczek W.**, (2009), *Gospodarka oparta na wiedzy w regionach europejskich*, „Studia KPZK PAN”, vol. CXVIII, Warszawa.
- Galecki R., Gotembski G.**, (1980), *Ekonomika turystyki*, „Skrypty Akademii Ekonomicznej w Poznaniu”, nr 282, Poznań.
- Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W.**, (2000), *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, PWE, Warszawa.
- Gaworecki W. W.**, (2000), *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Gehl J.**, (1987), *Life Between Buildings: Using Public Space*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Gehl J.**, (2010), *Cities for People*, Island Press, Washington.
- Gehl J., Gemzøe L.**, (2008), *New City Spaces* (3rd Edition), Danish Architectural Press, Denmark.
- Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T.**, (2005), *The governance of global value chains*, „Review of International Political Economy”, 12 (1), s. 78–104.
- Getz D.**, (1993), *Planning for tourism business districts*, „Annals of Tourism Research”, 20, s. 583–600.
- Getz D.**, (2008), *Event tourism: Definition, evolution, and research*. „Tourism Management”, 29 (3), s. 403–428.



- Gibson L., Lynch P. A., Morrison A.**, (2005), *The local destination tourism network: Development issues*, „Tourism and Hospitality Planning & Development”, 2 (2), s. 87–99.
- Giddens A.**, (2003), *Stanowienie społeczeństwa. Zarys teorii strukturacji*, Wydawnictwo Zysk i Spółka, Poznań.
- Giddens A.**, (2012), *Socjologia*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Giddens A.**, (2014), *Europa: burzliwy i potężny kontynent*, Wyd. Naukowe PWN, Kraków.
- Giezgala J.**, (1977), *Turystyka w gospodarce narodowej*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Giffinger R., Fertner C., Kramar H., Kalasek R., Natasa P.-M., Meijers E.**, (2007), *Smart cities: Ranking of European medium-sized cities*, Vienna. from [http://www.smart-cities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf) (data dostępu: 12.04.2013 r.).
- Ginsbert-Gebert A.**, (1984), *Polityka komunalna*, PWE, Warszawa.
- Glaeser E. L.**, (1998), *Are Cities Dying?*, „Journal of Economic Perspectives”, 12, s. 139–160.
- Glaeser E. L.**, (2004), *Book review of Richard Florida's „The Rise of the Creative Class”*, OpenScholar@Harvard, Harvard Web Publishing, Harvard University, Cambridge, <http://scholar.harvard.edu/glaeser/publications/book-review-richard-floridas-rise-creative-class> (data dostępu: 12.10.2014 r.).
- Glińska E., Florek M., Kowalewska A.**, (2009), *Wizerunek miasta – od koncepcji do wdrożenia*, ABC a Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Gołembski G.**, (1979), *Rynek turystyczny w Polsce*, Biblioteka Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług, Warszawa.
- Gołembski G.**, (2011), *Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta*, [w:] *Sposoby mierzenia i uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznej miasta – przykład Poznania*, G. Gołembski (red.), Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, s. 66–106.
- Gołembski G.** (red.), (2002), *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań.
- Gołembski G.** (red.), (2009), *Kompendium wiedzy o turystyce* (wydanie drugie), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gonzalez S.**, (2011), *Bilbao and Barcelona „in motion”. How urban regeneration „models” travel and mutate in the global flows of policy tourism*, „Urban Studies”, 48 (7), s. 1397–1418.
- Goodwin M.**, (1996), *Governing the Spaces of Difference: Regulation and Globalisation in London*, „Urban Studies”, 33 (8), s. 1395–1406.
- Gordon I.**, (1999), *Internationalisation and Urban Competition*, „Urban Studies”, 36 (5), s. 1001–1016.
- Gordon I., Goodall B.**, (2000), *Localities and tourism*, „Tourism Geographies”, 2 (3), s. 290–311.
- Gorynia M.**, (2007), *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Gorynia M., Jankowska B.**, (2007), *Teorie internacjonalizacji*, „Gospodarka Narodowa”, 10, s. 21–44.
- Gorynia M., Jankowska B.**, (2008), *Klasy a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Gorzela G., Bąkowski A., Kozak M., Olechnicka A.**, (2006), *Polskie regionalne strategie innowacji: ocena i wnioski dla dalszych działań*, Regional Studies Association – Sekcja Polska, Warszawa, [http://www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/nsro/ekspertyzy/sty\\_1/gorzela.pdf](http://www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/nsro/ekspertyzy/sty_1/gorzela.pdf) (data dostępu 3.04.2013 r.).
- Govers R., Go F. M.**, (2009), *Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*, Palgrave Macmillan, Basingstoke-New York.
- Górzyński M., Pander W., Koć P.**, (2006), *Tworzenie związków kooperacyjnych między MSP oraz MSP a instytucjami otoczenia biznesu*, PARP, Warszawa.
- Grabiński T.**, (1992), *Metody taksonometrii*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- Grant R.**, (1991), *The gateway city: Foreign companies and Accra, Ghana*, [w:] *Third World Studies Association Meeting*, San Jose, Costa Rica, 21.11.1991 r., World Studies Association, San Jose.

- Greenfield A.**, (2013), *Against the smart city*, Do projects, New York.
- Grochowski M.**, (2011), *Metropolizacja a kształtowanie ładu przestrzennego układów zurbanizowanych*, „Mazowsze. Studia Regionalne”, 6, s. 167–172.
- Guia J., Prats L., Comas J.**, (2006), *The destination as a local system of innovation: The role of relational networks*, [w:] *Tourism local systems and networking*, L. Lazerretti, C. S. Petrillo (red.), Elsevier, Oxford, s. 57–66.
- Gundersen E.**, (2013), *Visualizing 3 billion tweets*, MapBox Blog, <http://www.mapbox.com/blog/visualizing-3-billion-tweets/> (data pobrania: 11.12.2014 r.).
- Habibi S.**, (2014), *The smart city for the future. How a spatially enabled affected by urban population?*, [w:] *1st International Academic Conference „Places and Technologies” 2014: Keeping Up with Technologies to Improve Places*, E. V. Lazarević, A. Krstić-Furundžić, A. Dukić, M. Vukmirović (red.), University of Belgrade – Faculty of Architecture, Belgrade, 300–305, [http://placesand-technologies.eu/PLACES AND TECHNOLOGIES\\_Conference proceedings\\_Small.pdf](http://placesand-technologies.eu/PLACES AND TECHNOLOGIES_Conference proceedings_Small.pdf) (data dostępu: 22.02.2014 r.).
- Håkansson H., Snehota I.**, (1993), *How do companies interact?*, [w:] *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks*, D. Ford (red.), Academic Press Harcourt Brace&Company, London.
- Håkansson H., Ford D., Gadde L.-E., Snehota I., Waluszewski A.**, (2009), *Business in Networks*, Wiley, Chichester.
- Hall C. M.**, (1999), *Rethinking Collaboration and Partnership: A Public Policy Perspective*, „Journal of Sustainable Tourism”, 7 (3-4), s. 274–289.
- Hall P.**, (1966), *The World Cities*, Heinemann, London.
- Hall P.**, (1997), *Megacities, World Cities and Global Cities*, The Megacities Foundation, Rotterdam, Retrieved from [http://www.megacities.nl/lecture\\_1/lecture.html](http://www.megacities.nl/lecture_1/lecture.html) (data dostępu: 7.03.2014 r.).
- Hall P.**, (2000), *Creative cities and economic development*, „Urban Studies”, 37, s. 639–649.
- Hall P.**, (2001), *Global city-regions in the twenty-first century*, [w:] *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, A. J. Scott (red.), Oxford University Press, Oxford, s. 59–77.
- Hall P.**, (2002), *Christaller for a Global Age: Redrawing the Urban Hierarchy*, [w:] *Stadt und Region: Dynamik von Lebenswelten*, A. Mayr, M. Meurer, J. Vogt (red.), Deutsche Gesellschaft für Geographie, Leipzig, s. 110–128.
- Hayllar B., Griffin T.**, (2009), *Sydney: Beyond iconicity*, [w:] *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, R. Maitland, P. Newman (red.), Routledge, Oxon, s. 109–133.
- Hayllar B., Griffin T., Edwards D.**, (2008), *Urban tourism precincts: Engaging with the field*, [w:] *City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts*, B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (red.), Elsevier, Oxford, s. 3–18.
- Hayllar B., Griffin T., Edwards D.** (red.), (2008), *City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts*, Elsevier, Oxford.
- Heeley J.**, (2011), *Inside City Tourism: A European Perspective*, Channel View Publications, Bristol.
- Heeley J.**, (2015), *Urban destination marketing in contemporary Europe – what does „good” look like?*, „International Journal of Tourism Cities”, 1 (1), s. 36–49.
- Held D., McGrew A., Goldblatt D., Perraton J.** (red.), (2000), *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, Polity Press, Cambridge.
- Hjalager A.-M.**, (1997), *Innovation patterns in sustainable tourism: An analytical typology*, „Tourism Management”, 18 (1), s. 15–41.
- Hjalager A.-M.**, (2000), *Tourism desinaions and the concept of industrial districts*, „Tourism and Hospitality Research”, 2 (3), s. 199–213.
- Hjalager A.-M.**, (2002), *Repairing innovation defectiveness in tourism*, „Tourism Management”, 23, s. 465–474.
- Hjalager A.-M.**, (2007), *Stages in the economic globalization of tourism*, „Annals of Tourism Research”, 34 (2), s. 437–457.

- Hjalager A.-M.**, (2010), *Regional Innovation Systems: The case of angling tourism*, „Tourism Geographies”, 12 (2), s. 192–216.
- Hollands R. G.**, (2008), *Will the real smart city please stand up?*, „City: Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action”, 12 (3), s. 303–312.
- Howe J.**, (2006), *The rise of crowdsourcing*, *Wired*, 14.06.2006, <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (data pobrania: 15.04.2015 r.).
- Hoyt L.**, (2004), *Collecting private funds for safer public spaces: an empirical examination of the business improvement districts concept*, „Environment and Planning B”, 31 (3), s. 367–80.
- Huan T. C., O’Leary J.**, (1999), *Measuring Tourism Performance*, Sagamore Publishing, Champaign.
- Hughes H. L.**, (2002), *The role of theatre and music in urban tourism*, [w:] *Culture: A Driving Force for Urban Tourism – Application of Experiences to Countries in Transition*, D. A. Jelinčić (red.), Proceedings of the 1st International Seminar on Culture, Institute for International Relations, Zagreb, s. 51–57.
- Huntington S.**, (1997), *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*, Wyd. Muza, Warszawa.
- IBM**, (2010), *Smarter Thinking for a Smarter Planet*, IBM, Retrieved from [http://www.ibm.com/smarterplanet/global/files/us\\_\\_en\\_us\\_\\_1\\_oud\\_\\_ibmlbn0041\\_transtasman\\_book.pdf](http://www.ibm.com/smarterplanet/global/files/us__en_us__1_oud__ibmlbn0041_transtasman_book.pdf) (data dostępu: 27.05.2011 r.).
- Jackson J., Murphy P.**, (2006), *Clusters in regional tourism: An Australian case*, „Annals of Tourism Research”, 33 (4), s. 1018–1035.
- Jacobs J.**, (1984), *Cities and the Wealth of Nations*, Random House, New York.
- Jacobs J.**, (2014), *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*, Centrum Architektury, Warszawa.
- Jafari J.**, (2012), *Summit Summary report and recommendation*, [w:] *Global Summit on City Tourism: Catalyzing Economic Development and Social Progress, 14–16.11.2012*, Istanbul, <http://destination.unwto.org/event/global-summit-city-tourism> (data dostępu: 10.12.2014 r.).
- Jałowiecki B.**, (2004), *Metropolizacja*, [w:] *Wokół socjologii przestrzeni*, A. Majer, P. Starosta (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 53–68.
- Jałowiecki B.**, (2005), *Polskie miasta w procesie metropolizacji*, „Studia Regionalne i Lokalne”, 1 (19), s. 5–15.
- Jansen-Verbeke M.**, (1986), *Inner city tourism: Resources, tourists and promoters*, „Annals of Tourism Research”, 13 (1), s. 79–100.
- Jansen-Verbeke M.**, (1988), *Leisure, recreation and tourism in inner cities: Explorative case studies*, „Netherlands Geographical Studies”, 58.
- Jansen-Verbeke M.**, (1997), *Urban tourism: Managing resources and visitors*, [w:] *Tourism Development Growth: The Challenge of Sustainability*, Routledge, S. Wabab, J. Pigram (red.), London-New York, s. 237–256.
- Jansen-Verbeke M., Ashworth G.**, (1990), *Environmental integration of recreation and tourism*, „Annals of Tourism Research”, 17 (4), s. 618–622.
- Jansen-Verbeke M., Lievois E.**, (1999), *Analysing heritage resources for urban tourism in European Cities*, [w:] *Contemporary Issues in Tourism Development: Analysis and Applications*, D. G. Pearce, R. W. Butler (red.), Routledge, London-New York, s. 81–107.
- Jansen-Verbeke M., Vandenbroucke S., Tielen S.**, (2005), *Tourism in Brussels, capital of the ”New Europe”*, „International Journal of Tourism Research”, 7 (2), s. 109–122.
- Januszewska M., Nawrocka E.**, (2008), *Pobudzanie przedsiębiorczości lokalnej i innowacyjności a konkurencyjność obszaru recepcji turystycznej*, [w:] *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, G. Gołębski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 283–292.
- Jelonek A.**, (2011), *Przestrzeń publiczna miasta jako obszar penetracji turystycznej*, [w:] *Człowiek w przestrzeni publicznej miasta*, I. Jażdżewska (red.), XXIV Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 35–40

- Jenkins J., Dredge D., Taplin J.**, (2011), *Destination planning and policy: Process and practice*, [w:] *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*, Y. Wang A. Pizam (red.), CABI, Wallingford-Cambridge, s. 21–38.
- Jerczyński M.**, (1973), *Zagadnienia specjalizacji bazy ekonomicznej większych miast*, [w:] *Studia nad strukturą funkcjonalną miast*, M. Jerczyński, L. F. Chaves, Z. Siemek (red.), Polska Akademia Nauk, Instytut Geografii, „Prace Geograficzne”, nr 97, Wrocław, s. 9–130.
- Jerczyński M.**, (1977), *Struktura i współczesne przemiany systemów osadniczych*, „Prace Geograficzne IGiPZ PAN”, nr 117, s. 285–324.
- Jewtuchowicz A.**, (2005), *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Jędrzejczyk I.**, (2000), *Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategie w zarządzaniu firmą*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Johanson J., Mattsson L. G.**, (1988), *Internationalization in industrial systems – a network approach*, „International Studies of Management and Organization”, 17, s. 34–48.
- Johanson J., Vahlne J.-E.**, (1977), *The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments*, „Journal of International Business Studies”, 8 (1), s. 23–32.
- Johanson J., Wiedersheim-Paul F.**, (1975), *The Internationalization of the firm – four Swedish cases*, „Journal of Management Studies”, 12 (3), s. 305–322.
- Judd D. R.**, (1999), *Constructing the tourist bubble*, [w:] *The Tourist City*, D. R. Judd, S. S. Fainstein (red.), Yale University Press, New Haven-London, s. 35–53.
- Judd D. R.**, (2003), *Visitors and the spatial ecology of the city*, [w:] *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*, L. M. Hoffman, S. S. Fainstein, D. R. Judd (red.), Blackwell Publishing Ltd, Oxford, s. 23–38.
- Judd D. R., Fainstein S. S.**, (1999), *The Tourist City*, Yale University Press, New Haven-London.
- Kachniewska M.**, (2013), *Towards the definition of a tourism cluster*, „Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI)”, 9 (1), s. 33–56.
- Kachniewska M., Nawrocka E., Niezgodą A., Pawlicz A.**, (2012), *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Kaczmarek J.**, (2004), *Dublin – labirynt nad rzeką*, [w:] *Humanistyczne oblicze miasta*, D. Jędrzejczyk (red.), WGiSR, Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 301–348.
- Kaczmarek J.**, (2011), *Okruchy miasta – o koincydencji fragmentów*, [w:] *Miasto. Księga jubileuszowa w 70. rocznicę urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego*, S. Kaczmarek (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 329–334.
- Kaczmarek J., Kaczmarek S.**, (2009), *Turystyka kulturowa – człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.), Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Poznań, s. 7–35.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.**, (2008), *Przestrzeń gościnna – kilka uwag o konkurencyjności regionów*, [w:] *Turystyka jako czynniki wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, G. Gołębki (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 136–150.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.**, (2010), *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Kaczmarek M.**, (2003), *Zastosowanie metod analizy skupień w wielowymiarowej segmentacji rynku*, [w:] *Badania marketingowe – metody, tendencje, zastosowania*, K. Mazurek-Łopacińska (red.), Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 202–209.
- Kaczmarek S., Kaczmarek J.**, (2010), *Aksjologia przestrzeni miejskiej – w stronę geografii moralności*, [w:] *Wartościowanie współczesnej przestrzeni miejskiej*, M. Madurowicz (red.), WGiSR, Uniwersytet Warszawski, Urząd m.st. Warszawy, Warszawa, s. 31–45.
- Kaczmarek T.** (red.), (2012), *Studium Uwarunkowań Rozwoju Przestrzennego Aglomeracji Poznańskiej*, Centrum Badań Metropolitalnych UAM, Poznań.

- Kanter R. M., Litow S. S.**, (2009), *Informed and interconnected: A manifesto for smarter cities*, „Harvard Business School Working Paper”, vol. 09–141, Cambridge, s. 1–28.
- Keller P. C.**, (1996), *Globalisation and Tourism: A fascinating topic of research*, [w:] *Globalisation and Tourism*, P. C. Keller (red.), Reports of 46th AIEST Congress in Rotorua (New Zealand), AIEST, St-Gall, s. 9–20.
- Ketels C.**, (2003), *The Development of the cluster concept – present experiences and further developments*, [w:] *NRW conference on clusters*, Duisburg, December 2003.
- Kielczewska-Zaleska M.**, (1972), *Geografia osadnictwa. Zarys problematyki*, PWN, Warszawa.
- Klasik A.** (red.), (2008), *Aktywność przedsiębiorcza i konkurencyjność ekonomiczna miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskich*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Knight G. A., Cavusgil S. T.**, (1996), *The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory*, „Advances in International Marketing”, 8, s. 11–26.
- Knowles T., Diamantis D., El-Mourhabi J. B.**, (2001), *The globalization of tourism and hospitality: A strategic perspective*. Continuum, London.
- Kociuba D.**, (2008), *Funkcja turystyczna Lublina dawniej i dziś*, [w:] *Funkcja turystyczna miast*, I. Jażdżewska (red.), XXI Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 69–80.
- Komorowski J.**, (2000), *Współczesne uwarunkowania gospodarczo-przestrzenne internacjonalizacji miast polskich*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Koniczna-Domańska A.**, (2007), *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo KANON, Warszawa.
- Kornak A. S., Rapacz A.**, (2001), *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Kornecki J., Markowski T.**, (2012), *Rola władz publicznych w budowaniu miasta innowacyjnego – tendencje światowe, wyzwania dla polskich metropolii (na tle europejskiego Projektu Innopolis)*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), Studia KPZK PAN, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 61–76.
- Kostrowicki J.**, (1952), *O funkcjach miastotwórczych i typach funkcjonalnych miast*, „Przegląd Geograficzny”, 24 (1-2), 7–64, [http://www.rcin.org.pl/Content/17040/WA51\\_29601\\_r1952-t24-z1-2\\_Przeg-Geogr.pdf](http://www.rcin.org.pl/Content/17040/WA51_29601_r1952-t24-z1-2_Przeg-Geogr.pdf) (data pobrania: 23.08.2013 r.).
- Kostrowicki J.**, (1975), *Podejście systemowe w badaniach nad rekreacją*, „Przegląd Geograficzny”, 47 (2), s. 263–278.
- Kotkin J.**, (2013), *Richard Florida concedes the limits of the Creative Class*. *The Daily Beast*, 20.03.2013, <http://www.thedailybeast.com/articles/2013/03/20/richard-florida-concedes-the-limits-of-the-creative-class.html> (data pobrania: 24.03.2013 r.).
- Kotler P., Keller K. L.**, (2012), *Marketing*, Rebis, Poznań.
- Kotler P., Heider D. H., Rein I.**, (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations in Europe*, The Free Press, New York.
- Kowalczyk A.**, (2000), *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A.**, (2004), *Praga z przełomu XIX i XX w. w przekazie literackim i w rzeczywistości*, [w:] *Humanistyczne oblicze miasta*, D. Jędrzejczyk (red.), WGiSR, Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 247–276.
- Kowalczyk A.**, (2005), *Nowe formy turystyki miejskiej*, „Prace i Studia Geograficzne”, 35, s. 155–197.
- Kowalczyk A.**, (2006), *Podejście postmodernistyczne w geografii turystyki – nieuchronność czy/i moda?*, „Turystyka”, 16 (2), s. 31–40.
- Kowalczyk A.**, (2008), *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*, [w:] *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, A. Kowalczyk (red.), Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 9–57.

- Kowalczyk A.**, (2012), *Zasoby kulturowe i walory kulturowe – próba ustalenia znaczenia tych pojęć*, [w:] *Kultura i turystyka – wspólne korzenie*, B. Włodarczyk, B. Krakowiak (red.), Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Instytut Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź, s. 17–33.
- Kowalczyk A., Derek M.**, (2010), *Zagospodarowanie turystyczne*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kowalski T.**, (2013), *Globalization and Transformation in Central European Countries: The Case of Poland*, Poznań University of Economics Press, Poznań.
- Kozak M.**, (2009), *Metropolia jako produkt turystyczny*, [w:] *Czy metropolia Jest miastem?*, B. Jałowiecki (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 118–136.
- Koźuchowski K.**, (2005), *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wyd. Kurpisz S.A., Poznań.
- Kruczek Z.**, (2009), *Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI w.*, [w:] *Kultura i turystyka, razem ale jak?*, A. Stasiak (red.), WSTiH w Łodzi, Łódź, s. 71–80.
- Kruczek Z.**, (2010), *Between Attraction and Tourist Trap. Cultural Tourism Dilemmas in the 21st Century*, „Economic Review of Tourism”, 43 (3), s. 144–150.
- Kruczek Z.**, (2011), *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*, wydanie IX, Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., Zmysłony P.**, (2010), *Regiony turystyczne*, Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., Zmysłony P.**, (2014), *Regiony turystyczne. Podstawy teoretyczne. Studium przypadków*, Proksenia, Kraków.
- Krugman P.**, (1991), *Increasing Returns and Economic Geography*, „Journal of Political Economy”, 99 (3), s. 483–499.
- Krugman P.**, (1995), *Development, Geography and Economic Theory*, MIT Press, Cambridge.
- Krugman P.**, (2010), *Rewolucja rosnących przychodów w handlu i geografia*, „Gospodarka Narodowa”, LXXIX/XXI (11-12), s. 1–23.
- Kuk G., Janssen M.**, (2011), *The Business Models and Information Architectures of Smart Cities*, „Journal of Urban Technology”, 18 (2), s. 39–52.
- Kukuła K.**, (2000), *Metoda unitaryzacji zerowej*, PWN, Warszawa.
- Kukuła K.** (red.), (2004), *Badania operacyjne w przykładach i zadaniach*, PWN, Warszawa.
- Kurek W., Mika M.**, (2007), *Turystyka jako przedmiot badań naukowych*, [w:] *Turystyka*, W. Kurek (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 11–49.
- Kusa R.**, (2008), *Uwarunkowania rozwoju klastrów turystycznych*, [w:] *Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Kluczowe relacje organizacji w gospodarce opartej na wiedzy*, B. Godziszewski (red.), TNOiK, vol. 29, Toruń, s. 511–520.
- Labasse J.**, (1981), *Profil de villes européennes vocation internationale*, „Cahiers de Géographie Du Québec”, 25 (66), s. 403–412.
- Landry C.**, (2000), *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London.
- Landry C., Bianchini F.**, (1995), *The creative city*, Demos, London.
- Lasek M., Pęczkowski M.**, (2010), *Grupowanie zmiennych w procesach eksploracji danych (Data Mining)*, „Economy and Management”, 1/2010, s. 83–94.
- Law C. M.**, (1992), *Urban tourism and its contribution to economic regeneration*, „Urban Studies”, 29 (3-4), s. 599–618.
- Law C. M.**, (1993), *Urban tourism: attracting visitors to large cities*, Mansell, London.
- Law C. M.**, (2002), *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities* (second edition), Continuum, London.
- Lekvall P., Wahlbin C.**, (1973), *A Study of Some Assumptions Underlying Innovation Diffusion Functions*, „The Swedish Journal of Economics”, 75 (4), s. 362–377.
- Lemmetynen A., Go F. M.**, (2009), *The key capabilities required for managing tourism business networks*, „Tourism Management”, 30 (1), s. 31–40.
- Levitt T.**, (1983), *The globalization of markets*, „Harvard Business Review”, 61 (May), s. 92–102.

- Leydesdorff L., Deakin M., (2011), *The triple-helix model of Smart Cities: A Neo-Evolutionary Perspective*, „Journal of Urban Technology”, 18 (2), s. 53–63.
- Lévi-Strauss C., (2000), *Antropologia strukturalna*, Wydawnictwo KR, Warszawa.
- Lippert R., Sleiman M., (2012), *Ambassadors, Business Improvement District governance and knowledge of the urban*, „Urban Studies”, 49 (1), s. 61–76.
- Liszewski S., (1995), *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm”, 5 (2), s. 87–103.
- Liszewski S., (1999), *Przestrzeń turystyczna miasta (przykład Łodzi)*, „Turyzm”, 9 (1), s. 51–73.
- Liszewski S., (2005), *Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy: przykład miasta Łodzi*, „Turyzm”, 15 (1-2), s. 121–138.
- Liszewski S., (2005b), *Przestrzeń turystyczna w ujęciu podmiotowym. Przyczynek do dyskusji o przestrzeni w geografii*, [w:] *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie. Tom 1: Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, W. Maik, K. Rembowska, A. Suliborski (red.), Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, s. 50–60.
- Liszewski S., (2006), *Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie*, „Turyzm”, 16 (2), s. 7–20.
- Liszewski S., (2008), *Ewolucja poglądów na temat regionu turystycznego. Od regionu krajoznawczego po funkcjonalny*, [w:] *Turystyka jako czynniki wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, G. Gołembski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 127–135.
- Liszewski S., (2009), *Przestrzeń turystyczna Polski. Koncepcja regionalizacji turystycznej*, „Folia Turistica”, 21, 17–30.
- Liszewski S. (red.), (1989), *Funkcja turystyczna Augustowa*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Lloyd K., Auld C., (2003), *Leisure, public space and quality of life in the urban environment*, „Urban Policy and Research”, 21 (4), s. 339–356.
- Lloyd R., Clark T. N., (2001), *The city as an entertainment machine*, „Critical Perspectives on Urban Redevelopment”, vol. 6, s. 357–378.
- Logan J. R., Molotch H., (1987), *Urban Fortune: the Political Economy of Place*, University of California Press, Berkeley.
- Lombardi P., Giordano S., Farouh H., Yousef W., (2012), *Modelling the smart city performance*, „Innovation: The European Journal of Social Science Research”, 25 (2), s. 137–149.
- Lucas R. E., (1988), *On the mechanics of economic development*, „Journal of Monetary Economics”, 22, s. 3–42.
- Luque-Martínez T., Del Barrio-García S., Ibáñez-Zapata J. Á., Rodríguez Molina M. Á., (2007), *Modeling a city's image: The case of Granada*, „Cities”, 24 (5), s. 335–352.
- Lydon M., Garcia A., (2015), *Tactical Urbanism: Short-term Action for Long-term Change*, Island Press, Washington.
- MacCannel D., (2002), *Turysta: Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A, Warszawa.
- Maciocco G., Serreli S. (red.), (2009), *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*, Springer, Dordrecht-Heidelberg-London-New York.
- Madurowicz M., (2007), *Miejska przestrzeń tożsamości Warszawy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Madurowicz M., (2008a), *Kto jest turystą w przestrzeni miasta? Poszukiwania badawcze*, [w:] *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, A. Kowalczyk (red.), Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, Warszawa, s. 59–84.
- Madurowicz M., (2008b), *Rozumienie turystyki miejskiej*, [w:] *Funkcja turystyczna miast*, I. Jażdżewska (red.), XXI Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 11–16.
- Madurowicz M., (2011), *Przestrzeń miejska znaleziona w dziennikach albo narracja do potęgi drugiej*, „Kultura Miasta”, 2 (9), s. 16–30.

- Maik W.**, (1988), *Rozwój teorii regionalnych i krajowych układów osadnictwa*, „Seria Geografia”, nr 37, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.
- Maik W.**, (1995), *Problematyka restrukturyzacji regionalnych i lokalnych systemów osadniczych*, [w:] *Polityka rozwoju regionalnego i lokalnego w okresie transformacji systemowej*, S. L. Bagdziński, W. Maik, A. Potoczek (red.), Wyd. Turpress, Toruń, s. 215–227.
- Maik W.**, (2000), *Funkcje miasta*, [w:] *Osadnictwo, Wielka Encyklopedia Geografii Świata, XIX*, S. Liszewski, W. Maik (red.), Wydawnictwo Kurpisz, Poznań, s. 79–211.
- Maik W.**, (2008), *Ewolucje teoretyczno-metodologiczne studiów miejskich w świetle zmieniających się konceptualizacji miasta*, [w:] *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, J. J. Parysek, T. Strykiewicz (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 77–90.
- Maitland R.**, (2006), *How can we manage the tourist-historic city? Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978–2003*, „Tourism Management”, 27, s. 1262–1273.
- Maitland R.**, (2008), *Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors*, „International Journal of Tourism Research”, 10, s. 15–25.
- Maitland R.**, (2010), *Everyday life as a creative experience in cities*, „International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research”, 4 (3), s. 176–185.
- Maitland R.**, (2013), *Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the Search for the „Real London”*, „Procedia – Social and Behavioral Sciences”, 105, s. 12–19.
- Maitland R., Newman P.**, (2009), *Developing world tourism cities*, [w:] *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, R. Maitland, P. Newman (red.), Routledge, Oxon, s. 1–21.
- Maitland R., Ritchie B. W.** (red.), (2009), *City tourism: National Capital Perspective*, Wallingford-Cambridge: CABI.
- Majewska J.**, (2011), *Pomiar i ocena stadium turystycznego miast w ostatnim dziesięcioleciu – Poznań na tle największych miast w Polsce*, [w:] *Sposoby mierzenia i uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznej miasta – przykład Poznania*, G. Gołębski (red.), Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, s. 36–65.
- Majewska J.**, (2012), *Rola samorządu terytorialnego w kształtowaniu funkcji turystycznej gminy*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Makiela Z.**, (2012), *Innowacyjne miasto, innowacyjny region*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), Studia KPZK PAN, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 19–37.
- Manente M.**, (2015), *Tourism in Venice: data, critical aspects, externalities. A sustainable or unsustainable beauty?*, prezentacja wygłoszona 11 czerwca 2015 roku w Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu (materiał niepublikowany), Poznań.
- Manente M., Pechlaner H.**, (2006), *How to define, identify and monitor the decline of tourist destinations: Towards an Early Warning System*, [w:] *The Tourism Area Life Cycle vol. 2: Conceptual and Theoretical Issues*, R. W. Butler (red.), Channel View Publications, Clevedon, s. 235–253.
- Marciniak G., Kraśniewska W.**, (2010), *Kierunki rozwoju badań Głównego Urzędu Statystycznego w obszarze turystyki*, [w:] *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, E. Dziedzic (red.), Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa, s. 16–23.
- Markowski T.**, (2008), *Gospodarka bazująca na wiedzy (GOW) a wyzwania wobec zagospodarowania przestrzennego – konceptualizacja problemu*, [w:] *Rola polskich aglomeracji wobec wyzwań Strategii Lizbońskiej*, T. Marszał (red.), „Studia KPZK PAN”, vol. LXX, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 35–46.
- Markowski T., Marszał T.** (red.), (2006), *Metropolia – Obszary Metropolitalne – Metropolizacja. Problemy i pojęcia podstawowe*, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa.
- Marshall A.**, (1925), *Zasady ekonomiki*, t. I, Wyd. M. Arcta, Warszawa.
- Marszał T.**, (2012), *Miasto innowacyjne – koncepcja i uwarunkowania rozwoju*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), „Studia KPZK



PAN”, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 7–18.

- Mason P.**, (2008), *Tourism impacts, planning and management* (2nd edition), Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Matzak A.**, (1989), *Problemy badania funkcji turystycznej miast Polski*, [w:] *Funkcja turystyczna*, „Acta Universitatis Lodziensis – Turyzm”, 5, s. 27–39.
- Matzak A.**, (2008), *Turystyka miejska – kierunki badań geograficznych*, [w:] *Turystyka miejska*, A. Matczak (red.), Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz, s. 17–23.
- Matzak A.** (red.), (2008a), *Turystyka miejska*, Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz.
- Matzak A., Napierała T.**, (2014), *Zmiany w lokalizacji hoteli w Budapeszcie*, [w:] *Turystyka wobec zmian współczesnego świata*, G. Gołembski, A. Niezgodą (red.), Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, s. 127–139.
- Matzak A., Płoński A.**, (2008), *Badania turystyki miejskiej w Wielkiej Brytanii*, [w:] *Turystyka miejska*, A. Matczak (red.), Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz, s. 25–48.
- Mazanec J. A.** (red.), (1997), *International City Tourism: Analysis and Strategy*, Pinter, London-Washington.
- McKercher B., du Cros H.**, (2003), *Testing a cultural tourism typology*, „International Journal of Tourism Research”, 5 (1), s. 45–58.
- McKercher B., Lau G.**, (2008), *Movement patterns of tourists within a destination*, „Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment”, 10 (3), s. 355–374.
- McKercher B., Shoval N., Ng E., Birenboim A.**, (2012), *First and repeat visitor behaviour: GPS tracking and GIS analysis in Hong Kong*, „Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment”, 14 (1), s. 147–161.
- Meethan K.**, (1996), *Consuming (in) the Civilized City*, „Annals of Tourism Research”, 23 (2), s. 322–340.
- Meethan K.**, (2001), *Tourism in Global Society*, Palgrave, New York.
- Merton R. K.**, (2002), *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Middleton V. T. C.**, (1998), *New marketing conditions, and the strategic advantages of products similar to destination*, [w:] *Destination Marketing – Scopes and Limitations*, P. C. Keller (red.), AIEST, St-Gall, s. 153–156.
- Middleton V. T. C., Fyall A., Morgan M., Ranchhod A.**, (2009), *Marketing in travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Migut G.**, (2009), *Zastosowanie technik analizy skupień i drzew decyzyjnych do segmentacji rynku*, Materiały Szkoleniowe StatSoft Polska, Warszawa, s. 75–92.
- Mihalič T.**, (2002), *Tourism and economic development issues*, [w:] *Tourism and Development: Concepts and Issues*, R. Sharpley, D. J. Telfer (red.), Channel View Publications, Clevedon, s. 81–111.
- Mika M.**, (2011), *Miasta jako obszary recepcji turystycznej*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, M. Mika (red.), Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 15–33.
- Mikołajczyk A.**, (2013), *Co oznacza idea smart city dla miejskich marketerów?*, [w:] *Miasta przyszłości RWE Think Tank*, RWE, Warszawa, [http://www.smart-cities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf) (data pobrania 14.06.2014 r.).
- Mikos v. Rohrscheidt A.**, (2010), *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, wydanie II, Wyd. KulTour.pl, Poznań.
- Mikos v. Rohrscheidt A.** (red.), (2011), *Obcy w Poznaniu: Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, Kultur.pl, Proksenia, Poznań-Kraków.
- Milewska M., Skrzypczyński M., Włodarczyk B.**, (2004), *Mierniki jako ważny element nauczania hotelarstwa*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 5, WSTiH Łódź, s. 107–134.

- Milne S., Ateljevic I.**, (2001), *Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity*, „Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment”, 3 (4), s. 369–393.
- Młodak A.**, (2006), *Analiza taksonomiczna w analizie regionalnej*, Difin, Warszawa.
- Modsching M., Kramer R., Ten Hagen K., Gretzel U.**, (2008), *Using location-based tracking data to analyze the movements of city tourists*, „Information Technology and Tourism”, 10 (1), s. 31–42.
- Molotch H.**, (1976), *The city as a growth machine: Toward a political economy of place*, „The American Journal of Sociology”, 82 (2), s. 309–332.
- Mosannenzadeh F., Vettorato D.**, (2014), *Defining Smart City: A conceptual framework based on key-word analysis*, TeMA Journal of Land Use, Mobility and Environment, special issue: *Smart City*, s. 684–694.
- MRR**, (2008), *Koncepcja good governance – refleksje do dyskusji*, Warszawa.
- Murphy P. E.**, (1997), *Quality management in urban tourism*, [w:] *Quality management in urban tourism*, P. E. Murphy (red.), Wiley, Oxford, s. 1–7.
- Murray A., Minevich M., Abdoullaev A.**, (2011), *Being Smart and Smart Cities*, „The Future of the Future”, October, s. 20–23.
- Mydel R.**, (2012), *Rola szkolnictwa wyższego oraz działalności badawczo-rozwojowej w kształtowaniu struktur współczesnych miast – model miasta innowacyjnego*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), „Studia KPZK PAN”, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 101–116.
- Napierała T.**, (2013), *Przestrzenne zróżnicowanie cen usług hotelowych w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Napierała T., Adamiak M.**, (2014), *Odległość od centrum miasta jako determinanta cen usług hotelowych*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 3 (264), s. 41–54.
- Nawrocka E.**, (2008), *Rozwój międzynarodowych systemów hotelowych w dobie globalizacji*, [w:] *Strategie przedsiębiorstw w otoczeniu globalnym*, Z. Dworzecki, M. Romanowska (red.), Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, s. 219–226.
- Nawrot Ł.**, (2006), *Bezpośrednia konkurencyjność regionu turystycznego – istota i możliwości pomiaru*, [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym: człowiek – przestrzeń – przedsiębiorstwo*, G. Golebski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 211–233.
- Nawrot Ł.**, (2008), *Konkurencyjność w ujęciu regionalnym – problemy badawcze na poziomie mezoekonomicznym*, [w:] *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, G. Golebski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 151–161.
- Nawrot Ł., Zmyślony P.**, (2009), *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego*, Proksenia, Kraków.
- Nederveen Pieterse J.**, (2012), *Twenty-First century globalization: A new development era*, „Forum for Development Studies”, 39 (3), s. 367–385.
- Nederveen Pieterse J.**, (2012a), *Periodizing globalization: Histories of globalization*, „New Global Studies”, 6 (2), s. 1–25.
- Niedzielski P., Dołowy A., Milewski D., Szostak D.**, (2008), *Innowacyjność i struktury klastrowe w województwie zachodniopomorskim: Turystyka*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Niemczyk A.**, (2010), *Turystyka miejska w Polsce w warunkach globalizacji rynku turystycznego*, [w:] *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, J. Sala (red.), PWE, Warszawa, s. 478–489.
- Niezgoda A.**, (2006), *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Novelli M., Schmitz B., Spencer T.**, (2006), *Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience*, 27, s. 1141–1152.

- Novy J., Huning S.**, (2009), *New tourism (ereas) in the „New Berlin”*, [w:] *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, R. Maitland, P. Newman (red.), Routledge, Oxon, s. 87–108.
- Nowakowska A.**, (1989), *Spoleczno-ekonomiczne uwarunkowania ruchu turystycznego w ukladach przestrzennych*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- Nowakowska A.**, (2004), *Wybrane tendencje w turystyce swiatowej w swietle procesow globalizacji*, [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju turystyki*, J. Krupa, T. Soliński (red.), Wyd. WSiIZ, Rzeszów.
- Nowakowska A.**, (2006), *Turystyka a proces globalizacji*, [w:] *Turystyka w ujeciu podmiotowym i przestrzennym: czlowiek – przestrzen – przedsiebiorstwo*, G. Golebski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 31–39.
- Ockman J., Frausto S.** (red.), (2007), *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*, Prestel, London.
- Oldenburg R.**, (1998), *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Marlowe & Company, New York.
- Olszewski M., Zmysłony P.**, (2009), *Analiza konkurencji na podstawie oceny jakosci na rynku uslug noclegowych*, „Marketing i Rynek”, (3/2009), s. 34–41.
- Ostertag J., Wöber K. W.**, (2010), *European City Tourism Statistics*, [w:] *Analysing International City Tourism* (2nd edition), J. A. Mazanec, K. W. Wöber (red.), Springer, Wien, s. 25–42.
- Otta W. J., Gorynia M.**, (1991), *Regulacja sfery turystyki zagranicznej. Przyczynek do teorii regulacji systemow gospodarczych*, Instytut Turystyki, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Poznań.
- Page S. J.**, (1995), *Urban tourism*, Routledge, London-New York.
- Page S. J.**, (2009), *Transport and Tourism: Global Perspectives* (3rd edition), Pearson-Prentice Hall, Harlow.
- Page S. J., Hall C. M.**, (2003), *Managing urban tourism*, Prentice Hall, Harlow.
- Panek T., Zwierzchowski J.**, (2013), *Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porownawczej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Pardo T., Nam T.**, (2011), *Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions*, [w:] *Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research*, New York, s. 282–291.
- Parysek J. J.**, (1995), *Duże miasta Europy i ich rola w procesie urbanizacji, rozwoju spoleczno-gospodarczego i europejskiej integracji u schyłku XX wieku*, „Przełąd Geograficzny”, LXVII (3–4), s. 225–248.
- Paskaleva-Shapira K. A.**, (2007), *New Paradigms in City Tourism Management: Redefining Destination Promotion*, „Journal of Travel Research”, 46 (1), s. 108–114.
- Pásková M.**, (2002), *Destination life cycle of the historic town Český Krumlov*, „Tourism – An International Interdisciplinary Journal”, 50 (3), s. 249–264.
- Pawlicz A.**, (2008), *Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska*, Difin, Warszawa.
- Pawlicz A.**, (2012), *Zastosowanie technik yield management w komercjalizacji turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, 2012 (1), s. 5–18.
- Pawluński R.**, (2008), *Gospodarcze aspekty turystyki*, [w:] *Turystyka*, W. Kurek (red.), Wyd. Naukowe PWN, Kraków, s. 339–405.
- Pawluński R.**, (2011), *Baza towarzysząca*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, M. Mika (red.), Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 199–218.
- Pearce D. G.**, (1995), *Tourism Today: A Geographical Analysis* (2nd edition), Longman, Harlow.
- Pearce D. G.**, (1998), *Tourist districts in Paris: structure and functions*, „Tourism Management”, 19 (1), s. 49–65.
- Pearce D. G.**, (2001), *An Integrative Framework for Urban Tourism Research*, „Annals of Tourism Research”, 28 (4), s. 926–946.

- Pearce D. G., (2009), *Channel Design for Effective Tourism Distribution Strategies*, „Journal of Travel & Tourism Marketing”, 26 (5-6), s. 507–521.
- Pearce D. G., (2015), *Urban management, destination management and urban destination management: a comparative review with issues and examples from New Zealand*, „International Journal of Tourism Cities”, 1 (1), s. 1–17.
- Peck J., (2005), *Struggling with the creative class*, „International Journal of Urban and Regional Research”, 29, s. 740–770.
- Petrić L., Mrnjavac Ž., (2003), *Tourism destinations as a locally embedded system: analogy between tourism destination and industrial district*, „Tourism – An International Interdisciplinary Journal”, 51 (4), s. 403–416.
- Piechota N., (2014), *Lokalizacyjna aplikacja mobilna jako narzędzie badań ruchu turystycznego w miastach*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 2 (1 (262)), s. 115–133.
- Piechota N., (2014b), *Wpływ organizacji imprez sportowych na rozwój turystyki miejskiej na przykładzie turniejów tenisowych*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 2 (3 (264)), s. 121–135.
- Piechota N., Zmysłony P., (2014), *Mierzenie wpływu wydarzeń kulturalnych na gospodarkę lokalną*, [w:] *Kultura i turystyka – w kręgu wydarzeń*, B. Krakowiak A. Stasiak (red.), Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, s. 171–186.
- Piziak B., (2011), *Baza gastronomiczna – wielkość, struktura i rozkład przestrzenny*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, M. Mika (red.), Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 181–198.
- Plog S., (2001), *Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly Classic*, „Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly”, 42 (3), s. 13–24.
- Pociecha M., (2002), *Metody statystyczne w zarządzaniu turystyką*, Wyd. Albis, Kraków.
- Poon A., (1993), *Tourism, technology and competitive strategies*, CAB International, Wallingford.
- Porter M. E., (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Macmillan Press, London.
- Porter M. E., (1998), *Clusters and the New Economics of Competition*, „Harvard Business Review”, (November-December), s. 76–90.
- Porter M. E., (2000), *Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy*, „Economic Development Quarterly”, 14 (1), s. 15–34.
- Porter M. E., (2006), *Strategia konkurencji: metody analizy sektorów i konkurencji*, Wyd. MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa.
- Pred A. R., (1977), *City systems in advanced economies: past growth, present processes, and future development options*, Wiley, Oxford.
- Przeclawski K., (1979), *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa.
- Przeclawski K., (2004), *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, F.H-U. Albis, Kraków.
- Przybylska A., (2012), *Stymulowanie rozwoju turystyki na przykładzie wybranych gmin w dolinie Odry*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Putnam R. D., (1995), *Bowling Alone: America's declining social capital*, „Journal of Democracy”, 6 (1), s. 65–78.
- Putnam R. D., (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.
- Rak G., (2008), *Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju turystyki Polski w świetle nowych wskaźników funkcji turystycznej*, [w:] *Nowe trendy rozwoju turystyki*, G. Gołębski (red.), Wyd. PWSZ w Sulechowie, Sulechów, s. 427–438.
- Rapacz A., (2005), *Znaczenie współpracy międzysektorowej dla kształtowania atrakcyjności obszaru turystycznego*, [w:] *Gospodarka a Środowisko 4: Problemy konkurencyjności regionów i przedsiębiorstw*, A. Rapacz (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.

- Ratajczak-Mrozek M.**, (2010), *Sieci biznesowe a przewaga konkurencyjna przedsiębiorstw zaawansowanych technologii na rynkach zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Reed H. C.**, (1981), *The Preeminence of International Financial Centers*, Praeger, New York.
- Reeves R.**, (1961), *Reality in advertising*, Knopf, New York.
- Regulski J.**, (1982), *Ekonomika miasta*, PWE, Warszawa.
- Richards G.**, (1996a), *Production and consumption of European cultural tourism*, „Annals of Tourism Research”, 23 (2), s. 261–283.
- Richards G.**, (2014), *Creativity and tourism in the city*, „Current Issues in Tourism”, 17 (2), s. 119–144.
- Richards, G.** (red.), (2007), *Cultural Tourism: Global and local perspectives*, Haworth Press, New York.
- Richards G., Wilson J.**, (2006), *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial re-production of culture?*, „Tourism Management”, 27, s. 1209–1223.
- Riley M.**, (2004), *Labor mobility and market structure in tourism*, [w:] *A Companion to Tourism*, A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (red.), Blackwell Publishing, Oxford, s. 135–145.
- Ritzer D.**, (1996), *The McDonaldisation of society*, Thousand Oaks, Pine Forge.
- Rius Ulldemolins J.**, (2014), *Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona*, „Urban Studies”, 51 (14), s. 3026–3045.
- Robertson R.**, (1995), *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*, [w:] *Global Modernities*, M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (red.), SAGE Publications, London, s. 25–44.
- Rossi E. C., Taylor P. J.**, (2006), „Gateway Cities” in *Economic Globalization: How Banks are Using Brazilian Cities*, „Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie”, 97 (5), s. 515–534.
- Rotter-Jarzębińska K.**, (2011), *Baza noclegowa – stan i kierunki rozwoju*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, M. Mika (red.), Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 161–180.
- Royer L. E., McCool S. F., Hunt J. D.**, (1974), *The relative importance of tourism to state economies*, „Journal of Travel Research”, 12 (4), s. 13–16.
- Rundh B.**, (2006), *International marketing behaviour among exporting firms*, „European Journal of Marketing”, 41 (1/2), s. 181–198.
- Russo A. P.**, (2002), *The „Vicious Circle” of Tourism Development in Heritage Cities*, „Annals of Tourism Research”, 29 (1), s. 165–182.
- Rymarczyk J.**, (2004), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
- Sala J.**, (2011), *Porty lotnicze jako czynnik rozwoju turystyki w regionach (na przykładzie Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II w Krakowie-Balicach)*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 157, s. 125–134.
- Salunke S., Weerawardena J., McColl-Kennedy J. R.**, (2011), *Towards a model of dynamic capabilities in innovation-based competitive strategy: Insights from project oriented service firms*, „Industrial Marketing Management”, 40, s. 1251–1263.
- Sassen S.**, (2001), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Sassen S.**, (2001a), *Global cities and global city-regions: A comparison*, [w:] *Global City-Regions: Trends, Theory*, A. J. Scott (red.), Policy, Oxford University Press, Oxford, s. 78–95.
- Sassen S.**, (2005), *The Global City: Introducing a concept*, „The Brown Journal of World Affairs”, XI (2), s. 27–43.
- Sassen S.**, (2006), *Cities in a World Economy* (3rd edition), Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Sassen S.**, (2012), *Dominant cities replaced by multiple city networks*, [w:] *The Wealth Report 2012*, Knight Frank Research, 20.
- Sassen S., Roost F.**, (1999), *The city: Strategic site for the global entertainment industry*, [w:] *The Tourist City*, D. R. Judd S. S. Fainstein (red.), Yale University Press, New Haven-London, s. 143–154.

- Schröcksnadel M.**, (2008), *Feratel media technologies: providing DMS technology*, [w:] *eTourism: Case Studies*, R. Egger, D. Buhalis (red.), Butterworth-Heinemann, Oxford, s. 243–251.
- Schumpeter J. A.**, (1939), *Business cycles: A theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto-London.
- Scott A. J.**, (1996), *Regional motors of the global economy*, „Futures”, 28 (5), s. 391–411.
- Scott A. J.**, (2001), *Introduction*, [w:] *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, A. J. Scott (red.), Oxford University Press, Oxford, s. 1–8.
- Scott A. J., Agnew J., Soja E. W., Storper M.**, (2001), *Global City-Regions*, [w:] *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, A. J. Scott (red.), Oxford University Press, Oxford, s. 11–30.
- Scott N., Baggio R., Cooper C.**, (2008), *Network analysis and tourism: From theory to practice*, Channel View Publications, Clevedon.
- Seiser B.**, (2008), *European city tourism organisations: How city tourism organizations in Europe prepare themselves for rough times in saturated markets*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken.
- Selby M.**, (2004), *Consuming the city: conceptualizing and researching urban tourist knowledge*, „Tourism Geographies”, 6 (2), s. 186–207.
- Selin S.**, (1999), *Developing a typology of sustainable tourism partnerships*, „Journal of Sustainable Tourism”, 7 (3-4), s. 260–273.
- Selin S., Chavez D.**, (1995), *Developing an evolutionary tourism partnership model*, „Annals of Tourism Research”, 22 (4), s. 844–856.
- Seweryn R.**, (2003), *Zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej Polski w układzie przestrzennym. Próba pomiaru*, „Problemy Turystyki”, 26 (1-4), s. 31–48.
- Short J.**, (1996), *The urban order: An introduction to cities, culture, and power*, Blackwell, Oxford.
- Short J. R., Kim Y.-H.**, (1999), *Globalization and the City*, Prentice Hall, Harlow.
- Short J. R., Breitbach C., Buckman S., Essex J.**, (2000), *From World Cities to Gateway Cities*, „City: Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action”, 4 (3), s. 317–340.
- Shoval N., Issacson M.**, (2007), *Tracking tourists in the digital age*, „Annals of Tourism Research”, 34 (1), s. 141–159.
- Sidorkiewicz M., Pawlicz A.**, (2015), *Propedeutyka hotelarstwa. Ujęcie ekonomiczne*, Difin, Warszawa.
- Silberberg T.**, (1995), *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*, „Tourism Management”, 16 (5), s. 361–365.
- Silska A.**, (2004), *Przykład włoskich konsorcjów eksportowych szansą małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Simon C. J.**, (1998), *Human Capital and Metropolitan Employment Growth*, „Journal of Urban Economics”, 43 (2), s. 223–243.
- Smeral E.**, (1998), *The Impact of Globalization on Small and Medium Enterprises: New Challenges for Tourism Policies in European Countries*, „Tourism Management”, 19 (4), s. 371–380.
- Smith S. L. J.**, (1995), *Tourism Analysis: The Handbook*, Longman, Harlow.
- Sobczyk M.**, (2002), *Statystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Soja E. W., Kanai M.**, (2007), *The urbanization of the world*, [w:] *The Endless City*, R. Burdett, D. Sudjic (red.), Phaidon Press, London-New York, s. 54–69.
- Sołowiej D.**, (1992), *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Sosnowski T.**, (2012), *Docenimy badania eksploracyjne*, „Roczniki Psychologiczne”, XV (3), s. 51–55.
- Spirou C.**, (2011), *Urban tourism and urban change. Cities in a global economy*, Routledge, New York.
- Stabryła A.**, (2000), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*, PWN, Warszawa.
- Stasiak A.**, (2014), *Szlaki turystyczne na obszarach miejskich*, [w:] *Szlaki turystyczne: od pomysłu do realizacji*, A. Stasiak, J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa-Łódź, s. 327–348.

- Staszewska A., Żemła M.**, (2013), *The Industrial Monuments Route of the Silesian Voivodeship as an example of the regional tourism product enhancing tourism competitiveness of the region*, „Czech Journal of Tourism”, 2 (1), s. 37–53.
- StatSoft**, (2006), *Elektroniczny Podręcznik Statystyki PL*, Kraków, <http://www.statsoft.pl/textbook/stat-home.html> (data pobrania: 20.11.2014 r.).
- Stiglitz J. E.**, (2002), *Globalization and its Discontents*, Penguin, London.
- Stiglitz J. E.**, (2004), *Globalizacja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Strobl A., Peters M.**, (2013), *Entrepreneurial reputation in destination networks*, „Annals of Tourism Research”, 40, s. 59–82.
- Stryjakiewicz T.**, (2008), *Rozwój sektora kreatywnego w regionach metropolitalnych*, [w:] *Region ekonomiczny i rozwój regionalny*, T. Stryjakiewicz, J. J. Parysek (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 105–119
- Stryjakiewicz T., Stachowiak K.**, (2010), *Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Sturgis S.**, (2015), *Why Crowdsourcing City Projects Actually Works for Boston*, CityLab, The Atlantic, 13.03.2015 r., <http://www.citylab.com/tech/2015/03/why-crowdsourcing-city-projects-actually-works-for-boston/387673/> (data pobrania: 15.03.2015 r.).
- Su K., Li J., Fu H.**, (2011), *Smart city and the applications*, [w:] IEEE International Conference on Electronics, Communications and Control (ICECC), Ningbo, s. 1028–1031.
- Sugiyarto G., Blake A., Sinclair M. T.**, (2003), *Tourism and Globalization: Economic Impact in Indonesia*, „Annals of Tourism Research”, 30 (3), s. 683–701.
- Suliborski A.**, (2008), *Funkcje miast*, [w:] *Geografia urbanistyczna*, S. Liszewski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 235–282.
- Suliborski A.**, (2010), *Funkcjonalizm w polskiej geografii miast. Studia nad genezą i pojęciem funkcji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Swarbrooke J., Horner S.**, (2001), *Business travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Swianiewicz P.**, (2005), *Nowe interpretacje teoretyczne polityki miejskiej*, „Studia Regionalne i Lokalne”, 4 (22), s. 5–25.
- Szacki J.**, (2002), *Historia myśli socjologicznej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Szajnowska-Wysocka A.**, (1995), *Zachowania przestrzenne ludności konurbacji górnośląskiej: synteza badawcza*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Szmatuła P.**, (2004), *Turystyka a teoria przewag komparatywnych*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu”, 35, s. 15–28.
- Szmatuła P., Zmyślony P.**, (2013), *Czy kultura sprzedaje turystykę? Znaczenie walorów kulturowych w promocji sprzedaży usług turystycznych w mieście na przykładzie akcji „Poznań za pół ceny!”*, „Turystyka Kulturowa”, 2013 (1), s. 5–43.
- Szromek A. R.**, (2012), *Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i uzdrowiskowej*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Szromnik A.**, (2009), *Internacjonalizacja jako nowy czynnik rozwoju miast*, Samorząd Terytorialny, 2009 (4), s. 23–43.
- Szromnik A.**, (2012), *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Szromnik A.**, (2012), *Miasto innowacyjne w strategii pozycjonowania jednostek osadniczych*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), „Studia KPZK PAN”, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 77–100.
- Sztompka P.**, (2012), *Socjologia: analiza społeczeństwa*, Wyd. Znak, Kraków.
- Szwichtenberg A., Borzyszkowski J.**, (2000), *Dyskusja nad miernikami funkcji turystycznej miejscowości*, „Problemy Turystyki”, XXIII (1-2), s. 5–11.

- Szymańska D.**, (2008), *Urbanizacja na świecie*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Szymczak M.**, (2008), *Logistyka miejska*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Szymura-Tyc M.**, (2013), *Measuring the degree of firms' internationalization at their early stages of international commitment*, „Journal of Economics & Management”, 13, s. 102–118.
- Śleszyński P.**, (2007), *Gospodarcze funkcje kontrolne w przestrzeni Polski*, „Prace Geograficzne IGiPZ PAN”, s. 154.
- Świątecki A., Socala J., Buczak T., Piesik A.**, (2005), *Nowy incentive w Polsce*, Wydawnictwo ELECT Business Travel, Warszawa.
- Taaffe J.**, (2014), *Europe's Cities Get Smarter on Tourism*, The Network: Cisco's Technology News Site, <http://newsroom.cisco.com/feature-content;jsessionid=D04725092EC4730FE9C740606E23F4D9?type=webcontent&articleId=1488545> (data pobrania: 22.09.2014 r.).
- Tasci A. D. A.**, (2011), *Destination branding and positioning*, [w:] *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*, Y. Wang, A. Pizam (red.), CABI, Wallingford-Cambridge, s. 113–129.
- Taylor P. J.**, (2001), *Specification of the World City Network*, „Geographical Analysis”, 33 (2), s. 181–194.
- Taylor P. J.**, (2004), *World City Network: A Global Urban Analysis*, Routledge, London.
- Taylor P. J.**, (2009), *Measuring the World City Network: New Results and Developments*, „GaWC Research Bulletin”, 300, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb300.html> (data pobrania: 10.01.2014 r.).
- Taylor P. J.**, (2012), *The Challenge Facing World City Network Analysis*, „GaWC Research Bulletin”, 409, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb409.html> (data pobrania: 25.09.2012 r.).
- Taylor P. J., Aranya R.**, (2008), *A Global „Urban Roller Coaster”? Connectivity Changes in the World City Network, 2000–2004*, „Regional Studies”, 42 (1), s. 1–16.
- Taylor P. J., Catalano G., Walker D. R. F.**, (2002), *Exploratory Analysis of the World City Network*, „Urban Studies”, 39 (13), s. 2377–2394.
- Taylor P. J., Hoyler M., Verbruggen R.**, (2010), *External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory*, „Urban Studies”, 47 (13), s. 2803–2818.
- Tejada P., Santos F. J., Guzmán J.**, (2011), *Applicability of global value chains analysis to tourism: issues of governance and upgrading*, „The Service Industries Journal”, 31 (10), s. 1627–1643.
- Terzibasoglu E.**, (2014), *Summary/Conclusions*, [w:] *3rd Global Summit On City Tourism*, 10 grudnia 2014 r., Barcelona, <http://destination.unwto.org/event/3rd-global-summit-city-tourism-0> (data pobrania: 28.12.2014 r.).
- Theuns H. L.**, (1976), *Notes on the Economic Impact of International Tourism in Developing Countries*, „The Tourist Review”, 31 (3), s. 2–10.
- Theuns H. L.**, (2008), *Globalization and tourism: Pros and cons*, „Tourism Recreation Research”, 33 (1), s. 99–105.
- Theuns H. L.**, (2011), *A structural review of the extent of actual and potential leakages/linkages in Caribbean tourism*, „Folia Turistica”, 25 (2), s. 123–152.
- Theuns H. L.**, (2014), *Is tourism a luxury: Can we do without?*, „Tourism Recreation Research”, 39 (2), s. 221–233.
- Turok I.**, (2003), *Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland*, „European Planning”, 11 (5), s. 549–565.
- Van der Borg J.**, (1991), *Tourism and urban development*, Erasmus Universiteit, Rotterdam.
- Van der Borg J., Costa P., Gotti G.**, (1996), *Tourism in European heritage cities*, „Annals of Tourism Research”, 23 (2), s. 306–321.
- Vanhove N.**, (1996), *Globalisation of tourist demand: The underlying factors and the impact on marketing strategy*, [w:] *Globalisation and Tourism*, P. C. Keller (red.), Reports of 46th AIEST Congress in Rotorua (New Zealand), AIEST, St-Gall, s. 47–114.



- Vanhove N.**, (2010), *The Economics of Tourism Destinations* (2nd edition), Elsevier, London.
- Vickery J.**, (2011), *Beyond the creative city – Cultural policy in an age of scarcity*, MADE: a centre for place-making, 1–21, <http://www.made.org.uk/images/uploads/BeyondtheCreativeCity.pdf> (data pobrania: 25.03.2014 r.).
- Voultzaki M.**, (2000), *Innovative partnerships for sustainable urban tourism. Tourism development in urban destinations: Case study of Thessaloniki*, [w:] *Tourism on Islands and Specific Destinations*, International Scientific Conference, 14–16 grudnia 2000, University of the Aegean – School Interdepartmental Program of Post Graduate Studies in Tourism Planning, Management and Policy, Chios Island, Greece, s. 1–9.
- Walas B.**, (2014), *Znaczenie logo miast w rozpoznawalności miejsca docelowego*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 2 (3 (264)), s. 28–40.
- Wall G., Mathieson A.**, (2005), *Tourism: Change, impacts and opportunities*, Pearson, Harlow.
- Wallis A.**, (1990), *Socjologia przestrzeni*, Niezależna Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Wallusch J.**, (1994), *Handel zewnętrzny – osiedla wczesnomiejskie – kształtowanie się państwa polskiego*, „Nasze Historie”, 1, s. 23–34.
- Wang D., Li X., (Robert), Li Y.**, (2013), *China’s „smart tourism destination” initiative: A taste of the service-dominant logic*, „Journal of Destination Marketing & Management”, 2 (2), s. 59–61.
- Wang Y., Pizam A.** (red.), (2011), *Destination Marketing and Management*, CABI, Wallingford-Cambridge.
- Ward K.**, (2006), „Policies in Motion”, *Urban Management and State Restructuring: The Trans-Local Expansion of Business Improvement Districts*, „International Journal of Urban and Regional Research”, 30 (1), s. 54–75.
- Warszyńska J.**, (1985), *Funkcja turystyczna Karpat polskich*, „Studia Geographica, Series Geographica-Oeconomica”, XVIII, s. 79–104.
- Warszyńska J.**, (1999), *Główne problemy badawcze geografii turystyki*, „Turyzm”, 9 (1), s. 37–50.
- Warszyńska J., Jackowski A.**, (1978), *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Weiermair K.**, (1997), *On the Concept and Definition of Quality In Tourism*, [w:] *Quality Management in Tourism* (33–58), P. C. Keller (red.), St Gallen: Aiest, vol. 39.
- Wernerfelt B.**, (1984), *A Resource-based View of the Firm*, „Strategic Management Journal”, 5 (2), s. 171–180.
- Williams A. M., Shaw G.**, (2011), *Internationalization and innovation in tourism*, „Annals of Tourism Research”, 38 (1), s. 27–51.
- Włodarczyk B.**, (2003), *Systemy, łańcuchy hotelowe oraz inne struktury funkcjonalno-organizacyjne w hotelarstwie – próba definicji*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 3 (2003), Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, Łódź.
- Włodarczyk B.**, (2007), *Przestrzeń turystyczna – pojęcie, wymiary, cechy*, „Turyzm”, 17 (2), s. 145–158.
- Włodarczyk B.**, (2009), *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Włodarczyk B.**, (2011), *Procesy kształtujące przestrzeń turystyczną*, „Turyzm”, 21 (1-2), s. 59–66.
- Wöber K. W.**, (1997), *Introducing a harmonization procedure for European city tourism statistics*, [w:] *International City Tourism: Analysis and Strategy*, J. A. Mazanec (red.), Pinter, London, s. 26–38.
- Wöber K. W.**, (2000), *Standardizing city tourism statistics*, „Annals of Tourism Research”, 27 (1), s. 51–68.
- Wöber K. W.**, (2003), *Information supply in tourism management by marketing decision support systems*, „Tourism Management”, 24, s. 241–255.
- Wöber K. W.**, (2006), *Tourism marketing information system: Decision support for the tourism manager*, [w:] *Tourism Management Dynamics: Trends, management and tools*, D. Buhalis, C. Costa (red.), Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, s. 210–218.
- Wöber K. W., Mazanec J. A.** (red.), (2010), *Analysing international city tourism* (second edition), Springer-Verlag, Wien.
- Wodejko S.**, (1998), *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, WSHiP, Warszawa.

- Wojtysiak-Kotlarski M.**, (2012), *Megaprojekty a zarządzanie ryzykiem i wartością*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, (2), s. 57–63.
- Wood R. E.**, (2008), *Globalization and tourism: Mapping the terrain*, „Tourism Recreation Research”, 33 (1), s. 106–108.
- Wrona J., Rek, J.** (red.), (2001), *Podstawy geografii ekonomicznej*, PWE, Warszawa.
- Wu B., Cai L. A.**, (2006), *Spatial modeling: Suburban leisure in Shanghai*, „Annals of Tourism Research”, 33 (1), s. 179–198.
- Yeoh B., Chang, T. C.**, (2001), *Globalising Singapore: Debating transnational flows in the city*, „Urban Studies”, 38 (7), s. 1025–1044.
- Yip G. S.**, (2004), *Strategia globalna*, PWE, Warszawa.
- Zapata M. J., Hall C. M.**, (2012), *Public – private collaboration in the tourism sector: balancing legitimacy and effectiveness in local tourism partnerships. The Spanish case*, „Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events”, 4 (1), s. 61–83.
- Zaręba D.**, (2010), *Ekoturystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Zieliński M.**, (2014), *Dzielenie się wiedzą w sieci: schemat badawczy*, „Marketing i Rynek”, 2014 (4), CD, [http://www.pwe.com.pl/files/1276809751/file/mir\\_4\\_2014\\_innowacje.pdf](http://www.pwe.com.pl/files/1276809751/file/mir_4_2014_innowacje.pdf) (data pobrania: 22.11.2014 r.).
- Zioło Z.**, (2012), *Procesy kształtowania miasta innowacyjnego*, [w:] *Miasto innowacyjne. Wiedza, przedsiębiorczość, marketing*, Z. Makiela, A. Szromnik (red.), „Studia KPZK PAN”, vol. CXLI, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa, s. 39–60.
- Zmyślony P.**, (2006), *Koncepcja systemu turystyki w regionie jako podstawa programowania rozwoju regionów turystycznych*, [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym: człowiek – przestrzeń – przedsiębiorstwo*, G. Gołębski (red.), Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań, s. 181–198.
- Zmyślony P.**, (2008), *Partnerstwo i przywództwo w regionie turystycznym*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Zmyślony P.**, (2011), *Globalizacja i turystyka w miastach: korzyści i zagrożenia*, „Folia Turistica”, 25 (2), s. 329–342.
- Zmyślony P.**, (2012), *Wykorzystanie metod heurystycznych w analizie strategicznej miasta w zakresie rozwoju funkcji turystycznej*, [w:] M. Bednarska, G. Gołębski, *Współczesne wyzwania dla gospodarki turystycznej*, „Zeszyty Naukowe UEP”, 225, s. 75–98.
- Zmyślony P.**, (2013), *Internacjonalizacja zarządzania funkcją turystyczną w dużym mieście*, „Prace Geograficzne Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ”, 134, s. 51–68.
- Zmyślony P.**, (2014), *Internationalization of European cities tourist function: initial qualitative data analysis*, The Poznań University of Economics. Faculty of International Business and Economics Working Papers, 2014/05, [http://ue.poznan.pl/data/upload/articles\\_download/26169/20150101/WP\\_2014\\_05.pdf](http://ue.poznan.pl/data/upload/articles_download/26169/20150101/WP_2014_05.pdf) (data pobrania: 1.10.2015 r.).
- Zmyślony P.**, (2014), *Internationalization of tourism management in Polish cities: Strategies, marketing and structures*, „European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation”, 5 (3), s. 69–89.
- Zukin S.**, (1995), *The Culture of Cities*, Blackwell, Cambridge.
- Żabińska T.**, (2013), *Turystyka w dużych miastach i metropoliach. Wybrane problemy rozwoju i zarządzania*, [w:] *Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju*, T. Żabińska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, s. 133–153.
- Żakowska M.**, (2015), *Do diabła z klasą kreatywną – wywiad z Richardem Floridą*, „Miasta”, 2 (10), s. 82–85.
- Żemła M.**, (2010), *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej*, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańtego, Katowice.
- Żemła M.**, (2014), *Inter-destination cooperation: Forms, facilitators and inhibitors – The case of Poland*, „Journal of Destination Marketing & Management”, 3 (4), s. 241–252.

## Raporty, przepisy prawne, źródła danych

- 2thinknow**, (2013), *Innovation Cities Global Index 2012–2013*, <http://www.innovation-cities.com/indexes> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- A. T. Kearney**, (2012), *2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook*, Chicago.
- A. T. Kearney**, (2014), *2014 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook: Global Cities, Present and Future*, Chicago.
- Airports Council International**, (2013), *International Passenger Traffic*, <http://www.aci.aero/Data-Centre/Monthly-Traffic-Data/International-Passenger-Rankings/12-months> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Anholt S.**, (2013), *City Brands Index*, <http://www.simonanholt.com/Research/cities-index.aspx> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Brookings**, (2015), *Global Metro Monitor 2014: An Uncertain Recovery*, Washington.
- City Population**, (2015), *Major agglomerations of the world*, <http://www.citypopulation.de/world/Agglomerations.html> (data pobrania: 15.04.2015 r.).
- DCMS**, (1998), *Creative Industries Mapping Document*, London.
- Dziedzic E., Kachniewska M., Łopaciński K., Skalska T.**, (2014), *Metodologia regionalnego rachunku satelitarnego turystyki dla Polski oraz rachunek satelitarny turystyki dla Polski za rok 2011*, E. Dziedzic (red.), Instytut Turystyki, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji, Warszawa.
- ECM**, (2013), *The European Cities Benchmarking Report 2012–2013*, European Cities Marketing, Dijon.
- ECM**, (2014), *The European Cities Marketing Benchmarking Report. 10th Official Edition 2013–2014*, European Cities Marketing, Dijon.
- EIU**, (2012), *Hot spots: Benchmarking global city competitiveness*, The Economics Intelligence Unit, London-New York-Hong Kong-Geneva.
- Euromonitor International**, (2013), *Top 100 Cities Destination Ranking*, <http://blog.euromonitor.com/2013/01/top-100-cities-destination-ranking.html> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Euromonitor International**, (2015), *Top 100 City Destination Ranking*, <http://blog.euromonitor.com/2015/01/top-100-city-destinations-ranking.html> (data pobrania: 27.01.2015 r.).
- European Commission**, (2000), *Towards Quality Urban Tourism*, European Commission, Enterprise Directorate-General, Tourism Unit, Brussels.
- European Commission**, (2001), *European Governance. A White Paper*, European Union, Brussels.
- European Travel Commission**, (2005), *City Tourism Culture: The European Experience*, Research Report No. 2005/1, Brussels.
- European Union**, (2013), *European Tourism Information System Toolkit for Sustainable Destinations*, Brussels. Retrieved from [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/documents\\_indicators/eu\\_toolkit\\_indicators\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/documents_indicators/eu_toolkit_indicators_en.pdf) (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Eurostat**, (2014), *Methodological manual for tourism statistics – 2014, v. 3.1.*, European Union, Luxembourg.
- Eurostat**, (2015), *Cities (Urban Audit)*, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/cities/overview> (data pobrania: 15.04.2015 r.).
- Exceltur**, (2013), *UrbanTUR 2012: Monitor de competitividad turística de los destinos urbanos españoles*, Madrid, [www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/informe\\_urbantur2012.pdf](http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/informe_urbantur2012.pdf) (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- GaWC**, (2005), *The World According to GaWC 2004*, Globalization and World Cities, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2004.html> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- GaWC**, (2010), *The World According to GaWC 2008*, Globalization and World Cities Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2008.html> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- GaWC**, (2011), *The World According to GaWC 2010*, Globalization and World Cities, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2010.html> (data pobrania: 11.10.2014 r.).

- GaWC**, (2014), *The World According to GaWC 2012, Globalization and World Cities*, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2012t.html> (data pobrania: 14.04.2015 r.).
- GDDKiA**, (2013), *Sieć autostrad i dróg ekspresowych*, Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad, Warszawa, <http://www.gddkia.gov.pl/pl/926/autostrady> (data pobrania: 20.02.2015 r.).
- GUS BDL**, (2014), *Bank Danych Lokalnych*, Główny Urząd Statystyczny, <http://stat.gov.pl/bdl> (data pobrania: 31.12.2014 r.).
- GUS REGON**, (2014), *Złożone zestawienie liczbowe z rejestru REGON według symboli PKD z podziałem na formy własności za lata 2002 i 2012*, Główny Urząd Statystyczny, Opracowanie płatne 54/WOIN-01-6111-542/2013, Warszawa.
- GUS**, (2003), *Kultura w 2002 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- GUS**, (2013a), *Kultura w 2012 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- GUS**, (2013b), *Transport. Wyniki działalności w 2012 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- GUS**, (2014a), *Imprezy masowe w 2012 r. według miast*, Główny Urząd Statystyczny, Opracowanie płatne DI-6-611-3944/13/PO, Warszawa.
- GUS**, (2014b), *Obiekty uznane przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej za Pomniki Historii*, [w:] *Kultura w 2013 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, s. 106–109.
- Hedrick-Wong Y., Choog D.**, (2013), *MasterCard Global Destination Cities Index*, MasterCard Worldwide.
- „Hotelarz”**, (2013), *Raport z rynku HoReCa 2013*, Warszawa.
- „Hotelarz”**, (2014), *Raport z rynku HoReCa 2014*, Warszawa.
- ICCA**, (2013), *Country and City Rankings 2012: International Association Meetings Market*, International Congress & Convention Association, Amsterdam.
- ICCA**, (2015), *ICCA Statistics Report*, International Congress & Convention Association, Amsterdam.
- INRrouTe, UNWTO**, (2012), *A Closer Look at Tourism: Sub-national Measurement and Analysis – Towards a Set of UNWTO Guidelines*, World Tourism Organization, Madrid.
- INRrouTe, UNWTO**, (2014), *Bridging tourism statistics and tourism destination marketing’s frameworks: seeking measurable concepts and appropriate tools at sub-national levels*, Madrid, pobrano z [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/inroute\\_bridging\\_gloss.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/inroute_bridging_gloss.pdf) (data pobrania: 23.04.2015 r.).
- Klepka M.**, (2005), *Raport z inwentaryzacji Regionalnych Strategii Innowacji (RIS) w Polsce*, Warszawa.
- Knight Frank Research**, (2013), *The Wealth Report 2013*, Knight Frank, London.
- Komisja Europejska**, (2010), *EUROPA 2020: Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, Bruksela, [http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1\\_PL\\_ACT\\_part1\\_v1.pdf](http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf) (data pobrania: 14.11.2014 r.).
- Martin Prosperity Institute**, (2013), *Project: Global Cities Index*, Toronto.
- McKinsey Global Institute**, (2011), *Urban world: Mapping the economic power of cities*, [http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/urban\\_world](http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/urban_world) (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- MeetingsPoland.pl**, (2014), *Katalog Obiektów i Usług Konferencyjnych*, MeetingsPoland.pl, Warszawa, [http://meetingspoland.planners.pl/wp-content/uploads/2015/01/2014\\_Meetings\\_katalog\\_2014\\_all.pdf](http://meetingspoland.planners.pl/wp-content/uploads/2015/01/2014_Meetings_katalog_2014_all.pdf) (data pobrania: 16.03.2015 r.).
- Michelin**, (2014), *Michelin-starred restaurants – the Michelin Guide Selection*, <http://www.viamichelin.com/web/Restaurants> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Mintel**, (2006), *US Business and Conference Travel*, Travel Tourism Analyst, 6, Mintel.
- Moonen T., Clark G.**, (2013), *The Business of Cities 2013*, Jones Lang LaSalle, Chicago.
- MSiT**, (2013), *Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych*, <http://turystyka.gov.pl/> (data pobrania: 14.01.2014 r.).
- Narodowy Instytut Dziedzictwa**, (2013), *Zestawienia zabytków nieruchomych 2012*, [http://www.nid.pl/pl/Informacje\\_ogolne/Zabytki\\_w\\_Polsce/rejestr-zabytkow/zestawienia-zabytkow-nieruchomych/](http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/rejestr-zabytkow/zestawienia-zabytkow-nieruchomych/) (data pobrania: 11.10.2014 r.).

- Ni P., (2012), *The Global Urban Competitiveness Report – 2011*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham-Northampton.
- OECD, (2006), *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wydanie III, OECD, Eurostat, Warszawa.
- OpenFlights.org, (2013), *Route maps*, <http://openflights.org/html/route-maps> (data pobrania: 31.12.2014 r.).
- Parlament Europejski, (2003), *Rozporządzenie (WE) nr 1059/2003 Parlamentu Europejskiego i Rady z 26 maja 2003 r. w sprawie ustalenia wspólnej klasyfikacji Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NUTS)* (Dz.Urz. UE L 154 z 21 czerwca 2003 r.).
- Parlament Europejski, (2008), *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 176/2008 z 20 lutego 2008 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1059/2003 w sprawie ustalenia wspólnej klasyfikacji jednostek terytorialnych do celów statystycznych (NUTS) w związku z przystąpieniem Republiki Bułgarii i Rumunii do Unii Europejskiej* (Dz.Urz. UE L 61 z 5 marca 2008 r.).
- PCB, (2013), *Raport przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2013*, K. Celuch (red.), Poland Convention Bureau, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- PKP, (2002), *Sieciowy rozkład jazdy pociągów (ważny od 1.06.2002 r. do 14.12.2002 r.)*, Kolejowa Oficyna Wydawnicza, PKP S.A., Warszawa.
- PKP, (2003), *Sieciowy rozkład jazdy pociągów 15.12.2002 r.–13.12.2003 r.*, PKP „Przewozy Regionalne” Sp. z o.o., Warszawa.
- PKP, (2012), *Sieciowy rozkład jazdy pociągów (ważny od 11.12.2011 r. do 8.12.2012 r.)*, „Przewozy Regionalne” Sp. z o.o., Warszawa.
- Polityka, (2003), *Ranking 500 największych polskich firm 2002*, „Polityka”, nr 18 (2399), 3 maja 2003 r.
- Polityka, (2013), *Ranking 500 największych polskich firm 2012*, <http://www.lista500.polityka.pl/rankings/show> (data pobrania: 22.12.2013 r.).
- Skeggs T., (2013), *Visitor Figures 2012: Exhibition and museum attendance survey*, „The Art Newspaper”, 245, (245), s. 21–30.
- Smuga T., Burzyński W., Karpińska-Mizielińska W., Ważniewski P., (2007), *Charakterystyka i ocena stanu faktycznego zatrudnienia pracowników sezonowych w turystyce*, [https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article\\_attachments/attachments/9755/original/Pracownicy\\_sezonowi\\_2007.doc?1334719026](https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9755/original/Pracownicy_sezonowi_2007.doc?1334719026) (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Sport Business, (2013), *Ultimate Sports Cities 2012*, <http://www.sportbusiness.com/publication/ultimate-sports-cities-2012> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- Statistical Commission, (1993), *Report on the Twenty-seventh Session (22 February – 3 March 1993)*, Economic and Social Council Official Records, 1993 Supplement No.6, United Nations, New York.
- The Diners Club, (2013), *The World's 50 Best Restaurants*, <http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- The Mori Memorial Foundation, (2013), *Global Power City Index 2013*, Tokyo.
- UIA, (2013), *International Meetings Statistics for the Year 2012*, „Union of International Associations – HQ Europe (HeadQuarters Magazine)”, 56, s. 15.
- UIA, (2015), *International Meetings Statistics Report: 56th edition*, „Union of International Associations”, Brussels.
- UNESCO, (2013), *World Heritage List Statistics*, Paris, <http://whc.unesco.org/en/list/stat> (data pobrania: 31.12.2013 r.).
- Unia Europejska, (2011), *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 692/2011 z 6 lipca 2011 r. w sprawie europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki i uchylające dyrektywę Rady 95/57/WE*, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 192, s. 17, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:192:0017:0032:PL:PDF> (data pobrania: 11.10.2014 r.).
- United Nations, UNWTO, (2008), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Tourism*, Madrid-New York, [http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/IRTS\\_2008edited\\_whitecover.pdf](http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/IRTS_2008edited_whitecover.pdf) (data pobrania: 11.10.2014 r.).

- United Nations**, (2003), *Handbook of statistical organization: The operation and organization of a statistical agency*, „Studies in methods”, Series F no. 88 (3rd edition), UN Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, New York.
- United Nations**, (2005), *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC)*, Revision 4, United Nations, New York.
- United Nations**, (2014), *Fundamental Principles of Official Statistics Resolution adopted by the General Assembly on 29 January 2014*, The United Nations General Assembly, New York, [http://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/68/261&referer=http://www.un.org/en/ga/68/resolutions.shtml&Lang=E](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/68/261&referer=http://www.un.org/en/ga/68/resolutions.shtml&Lang=E) (data pobrania: 28.03.2014 r.).
- United Nations**, (2004) *Implementation of the Fundamental Principles of Official Statistics*, Report of the Secretary-General, United Nations Economic and Social Council.
- UNWTO, EC**, (2013), *Sustainable Tourism for Development Guidebook*, World Tourism Organization, European Commission, Madrid.
- UNWTO**, (2012), *International Network on Regional Economics Mobility and Tourism, A Closer Look at Tourism: Sub-national Measurement and Analysis – Towards a Set of UNWTO Guidelines*, World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO**, (2002), *2020 Vision*, World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO**, (2012), *Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project*, World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO**, (2014), *AM Reports, Volume ten – Global Benchmarking for City Tourism Measurement*, World Tourism Organization, Madrid.
- Urząd Lotnictwa Cywilnego**, (2015), *Rejestr lotnisk cywilnych*, <http://www.ulc.gov.pl/lotniska/rejestr-lotnisk-i-ewidencja-ladowisk> (data pobrania: 2.01.2015 r.).
- Ustawa z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*, (2003), Dz.U. 2003, nr 80, poz. 717.
- Ustawa z 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami*, (2003), Dz.U. 2003, nr 162, poz. 1568.
- Ustawa z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych*, (2009), Dz.U. 2009, nr 62, poz. 504.
- Ustawa z 9 października 2015 r. o związkach metropolitalnych*, (2015), uchwalona przez Sejm RP na posiedzeniu nr 102.
- UNESCAP**, (2010), *What is good governance?*, <http://www.unescap.org/pdd/prs/ProjectActivities/Ongoing/gg/governance.asp> (data pobrania: 19.07.2011 r.).
- WBPP**, (2012), *Plan Zagospodarowania Przestrzennego Poznańskiego Obszaru Metropolitalnego*, Kierunki Zagospodarowania Przestrzennego, projekt, Poznań.
- World Travel & Tourism Council, Oxford Economics**, (2010), *Methodology for producing the 2010 WTTC/OE travel & tourism economic impact research using a simulated Tourism Satellite Account framework*, London.
- Zmysłony P.**, (2008a), *Koncepcja utworzenia Poznańskiego Barometru Turystycznego: zintegrowanego systemu zarządzania informacją turystyczną i marketingową oraz monitoringu zjawisk turystycznych w aglomeracji poznańskiej*, <http://ue.poznan.pl/pl/universytet,c13/wydzialy,c18/wydzial-gospodarki-miedzynarodowej,c21/katedra-turystyki,c2163/projekty-badawcze,c2175/tourist-spaces,c2190/listopad-2008,a13969.html> (data pobrania: 25.04.2013 r.).

## **SPIS TABEL I RYSUNKÓW**

---

### **Tabele**

---

Tabela 1.	Największe oraz najbogatsze metropolie świata.....	35
Tabela 2.	Najsilniejsze gospodarczo metropolie świata .....	38
Tabela 3.	Najczęściej odwiedzane przez turystów miasta na świecie i w Europie.....	42
Tabela 4.	Potencjał turystyczny miast światowych .....	45
Tabela 5.	Potencjał turystyczny i potencjał gospodarczy metropolii światowych .....	46
Tabela 6.	Metropolie turystyczne świata .....	47
Tabela 7.	Typologia dzielnic turystycznych .....	104
Tabela 8.	Ranking miast według liczby spotkań międzynarodowych stowarzyszeń według ICCA oraz UIA (2014) oraz siły globalne miast według GaWC (2014) oraz A. T. Kearney (2014).....	160
Tabela 9.	Lokalizacja najbardziej ekskluzywnych hoteli oraz pól golfowych .....	161
Tabela 10.	Funkcja turystyczna i jej internacjonalizacja w koncepcjach funkcjonalnych miasta – podsumowanie .....	194
Tabela 11.	Miasta wybrane do badań według kryteriów badawczych .....	244
Tabela 12.	Podklasy wg PKD 2007 oraz PKD 2000 uwzględnione w badaniu liczby podmiotów gospodarczych internacjonalizacji miast polskich.....	251
Tabela 13.	Mierniki poziomu rozwoju funkcji turystycznej miast polskich wykorzystane w badaniach...	252
Tabela 14.	Mierniki stopnia internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz internacjonalizacji miast polskich w sferze turystyki wykorzystane w badaniach.....	254
Tabela 15.	Mierniki poziomu rozwoju funkcji turystycznej oraz stopnia internacjonalizacji miast polskich wykorzystane w badaniach .....	256
Tabela 16.	Mierniki wykorzystane na potrzeby badania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich – układ syntetyczny .....	257
Tabela 17.	Całkowity zestaw wskaźników pomiaru struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej w 2002 i 2012 r.....	261
Tabela 18.	Komponenty i reprezentanci struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej 2002/2012.....	294
Tabela 19.	Komponenty i reprezentanci pozostałych składowych internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta .....	301
Tabela 20.	Komponenty wskaźnika potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej (2002) – wskaźniki znormalizowane.....	308
Tabela 21.	Statystyki opisowe analizy skupień – średnie i odchylenia standardowe (2002, 2012) .....	308
Tabela 22.	Komponenty wskaźnika potencjału międzynarodowego miast w zakresie funkcji turystycznej (2012) – wskaźniki znormalizowane.....	312
Tabela 23.	Klasyfikacja miast na podstawie ogólnego potencjału międzynarodowego (2002 i 2012) ...	313

**Rysunki**

Rys. 1.	Internacjonalizacja funkcji turystycznej a umiędzynarodowienie miasta.....	8
Rys. 2.	Etapy procesu badawczego .....	12
Rys. 3.	Sekwencyjny model globalizacji w turystyce .....	27
Rys. 4.	Turystyka jako hierarchia ogniw między sferą globalną a sferą lokalną .....	41
Rys. 5.	Turystyka w mieście jako część wspólna rodzajów i form turystyki w nim występujących ...	56
Rys. 6.	Czynniki składające się na atrakcyjność turystyczną miasta .....	70
Rys. 7.	Czynniki skłaniające do odwiedzin miasta .....	71
Rys. 8.	Użytkownicy miasta według postaw konsumpcyjnych oraz miejsca zamieszkania.....	75
Rys. 9.	Charakterystyka popytu turystyki wielkomiejskiej.....	75
Rys. 10.	Rodzaje użytkowników miast – wykorzystywane zasoby – typy miast turystycznych.....	80
Rys. 11.	Model systemu turystyki w mieście.....	83
Rys. 12.	Ujęcia teoretyczno-poznawcze funkcji turystycznej jako funkcji miasta .....	100
Rys. 13.	Komponenty miasta kreatywnego.....	180
Rys. 14.	Przejawy internacjonalizacji miasta.....	217
Rys. 15.	Relacja internacjonalizacji funkcji turystycznej jako funkcji gospodarczej miasta – schemat poglądowy .....	234
Rys. 16.	Stopień rozwoju a stopień internacjonalizacji funkcji turystycznej i miasta .....	236
Rys. 17.	Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta.....	238
Rys. 18.	Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej a ujęcia funkcji turystycznej.....	239
Rys. 19.	Schemat analityczny pomiaru triady internacjonalizacji funkcji turystycznej w relacji do internacjonalizacji miasta .....	259
Rys. 20.	Procedura badania struktury potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej.....	267
Rys. 21.	Uproszczona macierz korelacji zmiennych na potrzeby badania struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej .....	269
Rys. 22.	Schemat korelacji zmiennych internacjonalizacji funkcji turystycznej (FT).....	270
Rys. 23.	Współzależności między wskaźnikami w ramach triady internacjonalizacji funkcji turystycznej (2012) .....	278
Rys. 24.	Współzależności między wskaźnikami w ramach triady ogólnej internacjonalizacji miasta (2012).....	281
Rys. 25.	Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a sferą rozwoju i internacjonalizacji miasta (2012) .....	282
Rys. 26.	Współzależności między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (2012).....	283
Rys. 27.	Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a ogólną internacjonalizacją miasta (2012).....	286
Rys. 28.	Współzależności między wskaźnikami w ramach triady internacjonalizacji funkcji turystycznej (2002) .....	288
Rys. 29.	Współzależności między wskaźnikami w ramach triady ogólnej internacjonalizacji miasta (2002).....	289
Rys. 30.	Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a czynnikami ogólnej internacjonalizacji miasta (2002).....	291



Rys. 31.	Współzależności między ogólną internacjonalizacją miasta a czynnikami rozwoju i internacjonalizacji funkcji turystycznej (2002).....	292
Rys. 32.	Współzależności między internacjonalizacją miasta w zakresie funkcji turystycznej a ogólną internacjonalizacją miasta (2002).....	293
Rys. 33.	Model struktury internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej .....	296
Rys. 34.	Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego funkcji turystycznej .....	304
Rys. 35.	Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej (2002) .....	305
Rys. 36.	Skupienia miast według struktury potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2002) .....	306
Rys. 37.	Odległości wiązania względem etapów wiązania potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2002) .....	307
Rys. 38.	Syntetyczny wskaźnik potencjału międzynarodowego miast polskich w zakresie funkcji turystycznej (2012) .....	309
Rys. 39.	Skupienia miast według struktury potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2012) .....	310
Rys. 40.	Odległości wiązania względem etapów wiązania potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej (2012) .....	311
Rys. 41.	Relacja międzynarodowego potencjału polskich miast w zakresie funkcji turystycznej do ich ogólnego potencjału międzynarodowego (2002) .....	315
Rys. 42.	Relacja międzynarodowego potencjału polskich miast w zakresie funkcji turystycznej do ich ogólnego potencjału międzynarodowego (2012) .....	315



## **ANEKS**

---

### **Spis załączników:**

<b>Załącznik 1.</b> Źródła danych wykorzystanych do stworzenia rankingu najsilniejszych metropolii świata.....	365
<b>Załącznik 2.</b> Źródła danych wykorzystanych do stworzenia rankingu metropolii turystycznych świata.....	368
<b>Załącznik 3.</b> Mierniki internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich .....	370
<b>Załącznik 4.</b> Symbole analityczne wskaźników wykorzystanych w badaniu internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej .....	372
<b>Załącznik 5.</b> Wartości wskaźników nieznormalizowanych internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich 2012 i 2002 (w podziale na funkcję turystyczną i sferę ogólną miasta) .....	374
<b>Załącznik 6.</b> Wartości wskaźników znormalizowanych internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich 2012 i 2002 (w podziale na funkcję turystyczną i sferę ogólną miasta) .....	377
<b>Załącznik 7.</b> Podobieństwa polskich miast pod względem potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej – rozkład skupień przy zastosowaniu odległości euklidesowej .....	380



## Załącznik 1. Źródła danych wykorzystanych do stworzenia rankingu najsilniejszych metropolii świata

L.p.	Nazwa polska/ Nazwa oryginalna/ Instytucja badawcza (źródło)/Liczba badanych miast w rankingu	Ogólna charakterystyka i metodyka badań
1	Ranking Miast Światowych z tendencjami hierarchicznymi/ The World According to GaWC/Globalization and World Cities Research Network, Uniwersytet w Loughborough (GaWC, 2014)/305	<ul style="list-style-type: none"> <li>– firmowany przez międzynarodową Sieć Badawczą nad Globalizacją i Miastami Światowymi, której założycielami są eksperci światowej klasy z zakresu tematyki miast międzynarodowych: Manuel Castells, John Friedmann, Peter Hall, Saskia Sassen oraz Nigel Thrift oraz Peter Taylor, pełniący obowiązki dyrektora;</li> <li>– ranking tworzony jest od 1998 r., a jego kolejne edycje publikowano dla 2000, 2004, 2008, 2010 i 2012 r.;</li> <li>– punktem wyjścia prowadzonych badań jest założenie pomiaru „sieci miast światowych z tendencjami hierarchicznymi” – relacje sieciowe między miastami traktowane są jako rdzenne dla miast, a relacje hierarchiczne jako warunkowe;</li> <li>– badanie polega na badaniu obecności przedsiębiorstw posiadających globalne kompetencje w poszczególnych miastach na całym świecie;</li> <li>– podstawą klasyfikacji miast globalnych jest ich globalny potencjał (<i>global capacity</i>) (Beaverstock i inni, 1999) lub, innymi słowy, usieciowienie (<i>network connectivity</i>), rozumiane jako integracja z siecią miast (Taylor, 2009) i mierzone występowaniem w nich czterech kluczowych zaawansowanych usług dla biznesu: z zakresu rachunkowości, promocji, finansów (w tym bankowości i ubezpieczeń) oraz prawa i doradztwa gospodarczego;</li> <li>– hierarchizacja miast opiera się na wyznaczeniu pięciu kategorii: miasta alfa (uznawanych jako globalne), miasta beta, miasta gamma, miasta o wysokim potencjale oraz miasta o wystarczającym potencjale na arenie międzynarodowej. Kolejność w każdej z tych kategorii wyznacza ich klasyfikację.</li> </ul>
2	Ranking Miast Globalnych/Global City Index/A. T. Kearney i The Chicago Council on Global Affairs (A. T. Kearney, 2012)/65	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dotychczas ukazały się cztery edycje (2008, 2010, 2012, 2014);</li> <li>– badania mają na celu pomiar globalnego zaangażowania miast (<i>global engagement of cities</i>) za pomocą 25 wskaźników uporządkowanych według pięciu wymiarów, którym przypisana jest określona waga:             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) aktywność gospodarcza (30%): liczba lokalizacji zarządów globalnych korporacji, liczba lokalizacji czołowych firm świadczących wyspecjalizowane usługi dla biznesu, wartość rynku kapitałowego miasta, liczba międzynarodowych konferencji, przepływ dóbr między portami lotniczymi i morskimi,</li> <li>(2) kapitał ludzki (30%): wielkość populacji stałych mieszkańców urodzonych za granicą, jakość szkół wyższych, liczba międzynarodowych szkół, liczba studentów zagranicznych, odsetek mieszkańców z wyższym wykształceniem,</li> <li>(3) przepływ informacji (15%): dostępność głównych kanałów informacyjnych TV, obecność miasta w internecie, liczba zagranicznych oddziałów agencji informacyjnych, poziom cenzury, tempo/szybkość/stawka abonamentu szerokopasmowego internetu,</li> <li>(4) obecność w kulturze (15%): liczba dużych imprez sportowych w mieście; liczba muzeów, liczba miejsc wystawiających sztukę sceniczną i sztukę kulinarną, liczba zagranicznych podróży, liczba miast partnerskich,</li> <li>(5) zaangażowanie polityczne (10%): liczba ambasad i konsulatów; liczba ważnych think-tanków; liczba biur międzynarodowych organizacji i lokalnych instytucji mających międzynarodowy zakres działania, liczba międzynarodowych konferencji politycznych.</li> </ol> </li> </ul>
3	Ranking Miast o Globalnej Siłce/Global Power City Index/Institute for Urban Strategies z The Mori Memorial Foundation w Tokio (2013)/40	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzony przez Instytut Badań Strategii Miejskich (Institute for Urban Strategies – IUS) z The Mori Memorial Foundation w Tokio, wynik najbardziej szczegółowego badania internacjonalizacji i siły globalnej miast;</li> <li>– pierwsza edycja powstała w 2008 r., kolejne edycje są publikowane rokrocznie;</li> <li>– w rankingu oceniane są i klasyfikowane wielkie miasta według ich „magnetyzmu”, czyli wszechstronnej mocy osób kreatywnych oraz przedsiębiorstw z całego świata;</li> <li>– badaniu poddane jest 40 największych miast świata, wybranych na podstawie innych rankingów miast światowych oraz rankingu międzynarodowej konkurencyjności miasta;</li> <li>– do pomiaru wykorzystywanych jest 70 wskaźników opisujących funkcje miast w podziale na sześć sił miasta: gospodarkę, badania i rozwój, interakcje kulturowe, żywność, środowisko oraz dostępność;</li> <li>– ponadto autorzy stawiają sobie wyzwanie zmierzenia „niematerialnej wartości miasta”, która wpływa na siłę miasta w przyszłości i decyduje o poziomie społecznej aktywności, a na którą składa się: wydajność, dokładność, szybkość, czystość i bezpieczeństwo oraz zarządzanie miastem;</li> <li>– forma wskaźników jest dostosowana do danych statystycznych publikowanych przez instytucje publiczne i prywatne oraz władze na całym świecie, zebrane na bazie badania ankietowego przeprowadzonego przez badaczy IUS. Suma punktów dla każdego wskaźnika jest zebrana w ramach każdej siły miasta, które następnie tworzą wynik syntetyczny dla miasta;</li> <li>– ocena siły miasta dokonywana jest dodatkowo z punktu widzenia pięciu odbiorców (aktorów) produktu miejskiego, którzy podejmuje aktywności w miastach: menedżera, naukowca, artysty, turysty oraz mieszkańca. Na tej podstawie tworzone są tzw. rankingi subiektywne, składające się ze wskaźników, które według autorów rankingu mają znaczenie dla poszczególnych odbiorców.</li> </ul>

L.p.	Nazwa polska/ Nazwa oryginalna/ Instytucja badawcza (źródło)/Liczba badanych miast w rankingu	Ogólna charakterystyka i metodyka badań
4	Ranking Konkurencyjności Miast Globalnych/ Global City Competitiveness Index/ The Economist (EU, 2012)/120	<ul style="list-style-type: none"> <li>– opracowywany przez think-tank czasopisma „The Economist”;</li> <li>– wyróżnia się osiem kategorii, a w ich ramach 31 wskaźników (21 jakościowych, 10 ilościowych);</li> <li>– konkurencyjność miasta jest rozumiana jako wykazywana zdolność do przyciągania kapitału, biznesu, talentu i odwiedzających;</li> <li>– kategoriami konkurencyjności są: siła gospodarcza (30%), kapitał ludzki (15%), efektywność instytucjonalna (15%), dojrzałość finansowa (10%), zasoby materialne (10%), atrakcyjność globalna (10%), środowisko i zagrożenia naturalne (5%) oraz charakter społeczny i kulturowy (5%); ostateczna wartość wskaźnika stanowi sumę ważoną wymienionych sfer;</li> <li>– dane pozyskiwane są głównie z publikowanych oficjalnych źródeł statystycznych, przy czym wskaźniki jakościowe są transformowane do postaci punktowej (1–5 punktów), wszystkie wskaźniki są normalizowane (przyrównując do wartości maksymalnej w celu porównania za pomocą jednej miary).</li> </ul>
5	Badanie Miast Globalnych/Global Cities Survey, The Wealth Report/Knight Frank (2013)/40	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking jest składową „Raportu nt. bogactwa” sporządzanego przez globalną agencję nieruchomości Knight Frank;</li> <li>– badania zostały zapoczątkowane w 2008 r. w celu monitorowania zmian globalnych sił na poziomie miast;</li> <li>– celem badań jest ocena najważniejszych ośrodków miejskich pod względem potencjału inwestycyjnego oraz wpływu, jakie wywierają one na globalnych liderów biznesu i polityków;</li> <li>– wyróżnia się cztery kategorie: działalność gospodarcza, siła polityczna, jakość życia oraz wiedza i oddziaływanie;</li> <li>– rankingi w poszczególnych kategoriach są tworzone na bazie danych wtórnych: raportów instytucji takich jak Bank Światowy, Narody Zjednoczone, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, a także wcześniej wyszczególnionych rankingów;</li> <li>– miasta są uszeregowane dla każdej badanej cechy, a wynik łączny decyduje o ostatecznej pozycji w rankingu;</li> <li>– ranking jest tworzony dla wyraźnie określonej grupy odbiorców – inwestorów, przede wszystkim nieruchomości, zatem do rankingu dobierane są cechy istotne przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, stąd ranking jest próbą określenia miejsc, które są istotne z punktu widzenia osób inwestujących ponad milion dolarów.</li> </ul>
6	Indeks Miast Globalnych/Global Cities Index/Martin Prosperity Institute (2013)/60	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking tworzony przez Martin Prosperity Institute firmowany przez Richarda Floridę;</li> <li>– zgodnie z teorią miast kreatywnych (Florida, 2004) szeregowanie odbywa się na bazie metodyki opartej o cztery pojemne sfery rozwoju gospodarczego, zawierające ogółem 36 wskaźników: technologie (7 wskaźników), talent (7 wskaźników), tolerancja (10 wskaźników) oraz jakość miejsca (12 wskaźników), przy czym pierwsze trzy sfery to podstawowe i kluczowe wskaźniki świadczące o potencjale rozwojowym danego miejsca, zapewniające długookresowy sukces, przy czym ważne są wzajemne związki między nimi;</li> <li>– oprócz rankingu badacze tworzą karty wyników dające możliwości porównawcze dla każdego z miast.</li> </ul>
7	Globalny Indeks Miast Innowacyjnych/ Innovation Cities Global Index/2thinknow (2013)/445	<ul style="list-style-type: none"> <li>– najbardziej kompleksowy i zaawansowany indeks pod względem liczby miast i wskaźników, autorstwa agencji badawczej 2thinknow z Melbourne;</li> <li>– dla 2012 roku wyodrębniono 162 kryteria podzielone według kategorii: bogactwo, poziom zdrowia, geografia, a także potencjał rozwojowy i 31 branż gospodarczych;</li> <li>– wskaźniki, tworzone na podstawie danych wtórnych ilościowych i jakościowych z około 5000 źródeł, oceniane są w skali 1–5, aby możliwe było porównywanie między miastami;</li> <li>– wskaźniki tworzą trzy pojemne sfery: zasoby kulturowe, infrastruktura ludzka oraz usieciowione rynki;</li> <li>– miasta są klasyfikowane według 5 typów: ogniwa, koncentraty, węzły, miasta wpływowe oraz miasta wschodzące, przy czym udział miast reprezentujących dwa pierwsze rodzaje wynosi 30% miast pierwszej setki rankingu.</li> </ul>
8	Indeks globalnej miejskiej konkurencyjności/ Global Urban Competitiveness Index/Global Urban Competitiveness Project (Ni, 2012)/500	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking tworzony od 2005 roku przez badaczy zrzeszonych w Chińskiej Akademii Nauk Społecznych, reprezentujących szeroki wachlarz dziedzin i specjalizacji;</li> <li>– pomiarowi konkurencyjności podlega 500 miast, cykl edycyjny raportu wynosi jeden rok;</li> <li>– metodyka badania oparta jest na wyróżnieniu kilkudziesięciu wskaźników w ramach trzech powiązanych ze sobą obszarów miejskich określania konkurencyjności: mechanizm tworzenia wartości dodanej, struktura gospodarki miejskiej oraz uwarunkowania rozwojowe;</li> <li>– w pomiarze pierwszego obszaru wykorzystuje się wskaźniki wynikowe pogrupowane według udziału w rynkach, gęstości gospodarki, efektywności gospodarczej, innowacji technologicznej, wzrostu ekonomicznego oraz zdolności do podejmowania decyzji;</li> <li>– pomiar drugiego obszaru następuje poprzez wyodrębnienie kluczowych gałęzi gospodarczych (funkcji miejskich) oraz ich ocenie według skali działania, dynamiki wzrostu oraz ilorazu lokalizacji;</li> <li>– trzeci obszar obejmuje pomiar wewnętrznej struktury gospodarki miejskiej, siły i jakości zasobów miasta i jego infrastruktury, potencjału społecznego, jakości funkcjonowania instytucji publicznych, jakości firm funkcjonujących w mieście oraz globalnej dostępności komunikacyjnej miasta.</li> </ul>

L.p.	Nazwa polska/ Nazwa oryginalna/ Instytucja badawcza (źródło)/Liczba badanych miast w rankingu	Ogólna charakterystyka i metodyka badań
9	Indeks Dobrobytu Miast/UN-Habitat City Prosperity Index/UN Human Settlements Programme (UN-HABITAT, 2012)/71	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzony przez Program Narodów Zjednoczonych ds. Osiedli Ludzkich;</li> <li>– bazując na doświadczeniach tej agencji Narodów Zjednoczonych w sferze pomiaru poziomu życia w różnych aspektach i stopniach syntezy danych, badania oparte są na koncepcji „koła miejskiego dobrobytu”, który tworzy pięć kategorii: produktywność (wskaźniki gospodarcze), jakość życia (poziom edukacji, ochrony zdrowia oraz przestrzeni publicznej), rozwój infrastruktury (technicznej, komunikacyjnej i mieszkaniowej), stabilność środowiska (wskaźniki zanieczyszczenia środowiska) oraz sprawiedliwość i integracja społeczna (indeksy dostępu do usług i infrastruktury oraz nierówność w dochodach i konsumpcji);</li> <li>– kilkadziesiąt mierników wykorzystanych do pomiaru poszczególnych kategorii podlega znormalizowaniu, a wskaźniki syntetyczne dla poszczególnych kategorii oraz wskaźnika ogólnego pozwalają pogrupować ponad 70 miast biorących udział w programie w sześć klas, począwszy od klasy „bardzo silny” do klasy „bardzo słaby” w odniesieniu do oceny ich dobrobytu.</li> </ul>
10	Indeks marek miast/ Anholt GfK-Roper City Brands Index/ Simon Anholt, GfK Roper Public Affairs & Media (Anholt, 2013; MacNichol, 2011)/50	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Indeks został stworzony w 2006 r. przez Simona Anholta, uznanego eksperta z zakresu marek terytorialnych, na bazie indeksu marek narodowych; firmowany przez partnerstwo Simona Anholta z agencją badawczo-konsultingową GfK Roper Public Affairs;</li> <li>– jedyny monotematyczny ranking w tym zestawieniu, jednak biorąc pod uwagę wymiary kapitału marki miasta (Florek, 2014; Glińska, Florek, Kowalewska, 2009; Govers, Go, 2009), należy go traktować jako pomiar rezultatów oddziaływania różnorodnych sfer, które poddawane są bezpośredniemu pomiarowi we wcześniej opisywanych klasyfikacjach;</li> <li>– badania prowadzące do jego stworzenia przeprowadzane są i publikowane w cyklu dwuletnim;</li> <li>– indeks klasyfikuje 50 miast pod względem wizerunku i reputacji na podstawie badania opinii publicznej w 20 krajach rozwiniętych oraz rozwijających się gospodarczo, wśród osób w wieku 18–64, przy czym dobór próby ma charakter kwotowy tak, aby była ona reprezentatywna dla wieku, płci oraz poziomu wykształcenia w poszczególnych państwach, całkowita liczba osób poddanych badaniu wynosi blisko 20 tys., przy czym co dwa lata badanych jest około 5 tys. osób w wybranych krajach, natomiast łączny wynik stanowi kumulację z poszczególnych cykli badawczych;</li> <li>– badanie oparte jest na modelu sześciokąta komunikacji marki miasta, zgodnie z którym miasta oceniane są w sześciu kategoriach:             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) obecność, czyli status międzynarodowy miasta w oparciu o jego wkład w światową naukę, kulturę i współzrządzenie,</li> <li>(2) miejsce, czyli fizyczne zasoby miasta,</li> <li>(3) podstawowe warunki, czyli składniki jakości miasta,</li> <li>(4) ludzie, czyli warunki społeczne oraz przyjazność mieszkańców,</li> <li>(5) puls miasta, czyli możliwości spędzenia wolnego czasu w mieście,</li> <li>(6) potencjał, czyli ocena rynku pracy, możliwości biznesowych i edukacyjnych miasta.</li> </ol> </li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wielu źródeł.

## Załącznik 2. Źródła danych wykorzystanych do stworzenia rankingu metropolii turystycznych świata

L.p.	Nazwa polska/Nazwa oryginalna/Instytucja badawcza (źródło)/Liczba badanych miast w rankingu	Ogólna charakterystyka i metodyka badań
1	Ranking miast turystycznych/City Destination Ranking/Euromonitor International (2013)/100	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking tworzony corocznie w wyniku ogólnoświatowego projektu badawczego prowadzonego bezpośrednio w 57, a pośrednio (wykorzystując informacje z analizy rynków) w 153 państwach;</li> <li>– kryterium: liczba odwiedzin turystów zagranicznych;</li> <li>– zgodnie z metodą UNWTO informacje będące podstawą rankingu są tworzone na podstawie liczby osób obsłużonych na lotniskach, na podstawie danych na temat zakwaterowania w obiektach noclegowych, statystyk narodowych organizacji turystycznych oraz badań ankietowych;</li> <li>– dostarczycielami danych źródłowymi są instytucje rządowe i międzyrządowe, narodowi i międzynarodowi przedstawiciele prasy branżowej, przedstawiciele branży turystycznej, turoperatorzy, organizacje branżowe;</li> <li>– otrzymane dane są uzupełniane na podstawie przeprowadzonych wywiadów z analitykami rynku turystycznego, a następnie weryfikowane poprzez porównanie z innymi danymi o makroregionalnym charakterze (np. publikowanymi przez stowarzyszenie European Cities Marketing oraz bazę danych TourMIS w przypadku Europy);</li> <li>– ważnym aspektem badania jest jego niewyczerpujący charakter oraz ograniczenie do miast, a nie popularnych kurortów i regionów turystycznych.</li> </ul>
2	Ranking globalnych miast turystycznych/Global Destination Cities Index/MasterCard (Hedrick-Wong, Choog, 2013)/132	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzony na podstawie prognoz liczby zagranicznych odwiedzających i ponoszonych przez nich wydatków dokonywanych za pośrednictwem płatności kartami płatniczymi.</li> </ul>
3	Ranking miast pod względem liczby zrealizowanych międzynarodowych spotkań stowarzyszeń/Country & city rankings: International Association Meetings Market/International Congress & Convention Association (2013)/450	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking charakteryzuje częściowo efektywność wykorzystania międzynarodowego potencjału turystyki biznesowej miast, ze wskazaniem na przemysł spotkań;</li> <li>– ściśle określona metodyka – pod uwagę brane są międzynarodowe spotkania stowarzyszeń, które odbywają się cyklicznie; skupiają minimum 50 uczestników oraz „migrują” pomiędzy co najmniej 3 państwami;</li> <li>– ranking tworzony jest rokrocznie na podstawie raportów przekazywanych przez członków stowarzyszenia, jednak jego branżowy, zamknięty charakter stanowi największą jego wadę – niewyczerpujący zakres podmiotowy, wynikający z braku danych przekazywanych od organizatorów spotkań oraz convention bureaux działających w takich miastach jak Nowy Jork, Dubaj czy Frankfurt, stanowiących silne ośrodki międzynarodowego rynku spotkań.</li> </ul>
4	Ranking miast według międzynarodowych spotkań organizacji/Top International Meeting Cities/Union of International Associations (2013)/1374	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ranking obrazuje efektywność wykorzystania międzynarodowego potencjału turystyki biznesowej miast;</li> <li>– opracowywany i publikowany corocznie od 1960 roku w oparciu o informacje pochodzące od członkowskich organizacji międzynarodowych, które organizują spotkania;</li> <li>– tworzony na podstawie danych o międzynarodowych spotkaniach ujętych w publikowanym przez nich „Roczniku Organizacji Międzynarodowych”, liczących co najmniej 50 uczestników, a także o tych spotkaniach, które spełniają jednocześnie cztery kryteria: trwają co najmniej 3 dni, skupiają minimum 300 uczestników, uczestnicy pochodzą z minimum pięciu krajów, przynajmniej 40% uczestników pochodzi z zagranicy.</li> </ul>
5	Ranking najlepszych miast sportu/Ultimate Sports Cities/Sport Business (2013)/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>– prowadzony przez magazyn sportowy w cyklu dwuletnim;</li> <li>– zestawienie plasuje miasta, w których w perspektywie 8 lat od momentu pomiaru zorganizowano lub planuje się zorganizować wielkie międzynarodowe zawody sportów powszechnych;</li> <li>– ocena miast podzielona jest na kategorie kluczowe dla organizacji imprez sportowych: wielkość i ranga imprezy, obiekty sportowe, potencjał bazy noclegowej, infrastruktura transportowa, zapewnienie bezpieczeństwa oraz oprawa marketingowa;</li> <li>– lista miast tworzona jest na podstawie wskaźnika syntetycznego, przy czym poszczególne kategorie go tworzące oceniane są w systemie punktowym.</li> </ul>
6	Indeks Miast Globalnych/International Passenger Ranking/Airports Council International (2013)/30	<ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikacja miast stworzona na podstawie rankingu lotnisk międzynarodowych według wielkości obsługiwanego międzynarodowego ruchu pasażerskiego.</li> </ul>



L.p.	Nazwa polska/Nazwa oryginalna/Instytucja badawcza (źródło)/Liczba badanych miast w rankingu	Ogólna charakterystyka i metodyka badań
7	Klasyfikacja miast na podstawie liczby międzynarodowych połączeń lotniczych według lotnisk według IATA/Cities by airport route maps (by IATA code)/OpenFlights.org (2013)/62	<ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikacja stworzona na podstawie danych publikowanych regularnie na portalu Openflights (OpenFlights.org, 2013), zawierających oprócz liczby częstotliwości połączeń oraz długość tras;</li> <li>– dla potrzeb obliczeń założono, że dane miasto obsługują lotniska oddalone od niego nie więcej niż 75 kilometrów;</li> <li>– powstały ranking w najwierniejszy sposób odzwierciedla zjawisko usieciowienia miast.</li> </ul>
8	Miasta restauracji/Michelin-starred restaurants – The Michelin Guide Selection/The World’s 50 Best Restaurants/The Michelin Guide Selection (2014); Diners Club (2013)/72	<ul style="list-style-type: none"> <li>– łączna klasyfikacja miast tworzona na podstawie liczby restauracji skatalogowanych w przewodniku gastronomicznym The Michelin Guide Selection (2014) oraz wyróżnionych w rankingu najlepszych restauracji na świecie (The World’s 50 Best Restaurants), opracowywanym przez akademię krytyków kulinarnych działających pod auspicjami Diners Club (2013).</li> </ul>
9	Indeks miast pod względem liczby obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Ludzkości/UN-Habitat City Prosperity Index/UN Human Settlements Programme (UNESCO, 2013)/62	<ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikacja miast pod względem liczby obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Ludzkości opracowywanej przez UNESCO;</li> <li>– ustalono, że kryterium zakwalifikowania danego obiektu do danego miasta będzie odległość nie większa niż 75 kilometrów (co odpowiada ok. godzinnej podróży niezależnie od środka transportu), co pozwala na realizację jednodniowej podróży w celu jego odwiedzenia.</li> </ul>
10	Najczęściej odwiedzane muzea sztuki/Exhibition and museum attendance survey/„The Art Newspaper” (Skeggs, 2013)/51	<ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikacja miast tworzona na podstawie rankingu najczęściej odwiedzanych muzeów sztuki, opublikowana przez „The Art Newspaper”, klasyfikująca muzea gromadzące zbiory pod względem liczby odwiedzających.</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wielu źródeł.

**Załącznik 3. Mierniki internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich**

Symbol	Opis	Źródła 2002	Źródła 2012
GRANICA_ODLEGLOSC	odległość od granicy w km	+	+
POWIERZCHNIA	powierzchnia w km <sup>2</sup>	+	+
LUDNOSC	liczba mieszkańców	+	+
LUDNOSC_NTS3	liczba mieszkańców (NTS-3)	+	+
ZATR_OGOLEM	liczba zatrudnionych ogółem	+	+
ZATR_USLUGI	liczba zatrudnionych w usługach	+	+
ZATR_USLUGI_HANDEL	liczba zatrudnionych w handlu	-	+
ZATR_USLUGI_FINANSE	liczba zatrudnionych w usługach finansowych, ubezpieczeniowych i obsługi rynku nieruchomości	-	+
ZATR_USLUGI_POZOST	liczba zatrudnionych w pozostałych usługach	-	+
ZATR_USLUGI_RYNKOWE	liczba zatrudnionych w usługach rynkowych	+	-
STUDENCI	liczba studentów	-	+
STUDENCI_ZAGR	liczba studentów zagranicznych	-	+
PKD_OGOLEM	liczba podmiotów gospodarczych	+	+
PKD_OGOLEM_SPOLKI	liczba spółek	+	+
PKD_OGOLEM_ZAGR	liczba podmiotów gospodarczych z udziałem kapitału zagranicznego	-	+
PKD_OGOLEM_SPOLKI_ZAGR	liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego	+	+
PODMIOTY_500POLITYKI	liczba największych firm	+	+
UCZELNIE	liczba uczelni wyższych	-	+
PKBMLN_NTS3	wartość PKB w cenach bieżących (NTS-3)	+	+
OBIEKTY	liczba obiektów noclegowych	+	+
OBIEKTY_HOTELE	liczba hoteli	+	+
MIEJSCA	liczba miejsc noclegowych	+	+
MIEJSCA_HOTELE	liczba miejsc noclegowych w hotelach	+	+
POKOJE_HOTELE	liczba pokoi hotelowych	+	+
KORZYSTAJĄCY	liczba korzystających z obiektów noclegowych	+	+
KORZYSTAJĄCY_HOTELE	liczba korzystających z hoteli	+	+
NOCLEGI	liczba udzielonych noclegów	+	+
NOCLEGI_HOTELE	liczba udzielonych noclegów w hotelach	+	+
WYNPOKOJE_HOTELE	liczba wynajętych pokoi hotelowych	+	+
ZAGR_KORZYSTAJĄCY	liczba cudzoziemców korzystających z obiektów noclegowych	+	+
ZAGR_KORZYSTAJĄCY_HOTELE	liczba cudzoziemców korzystających z hoteli	+	+
ZAGR_NOCLEGI	liczba noclegów udzielonych cudzoziemcom	+	+
ZAGR_NOCLEGI_HOTELE	liczba noclegów w hotelach udzielonych cudzoziemcom	+	+
ZAGR_POKOJE_HOTELE	liczba pokoi hotelowych wynajętych cudzoziemcom	+	+
OBIEKTY_HOTELE_SIECI	liczba hoteli należących do międzynarodowych sieci hotelowych	-	+
OBIEKTY_POLANDBEST	liczba obiektów gastronomicznych na liście Poland Best	-	+
PODMIOTY_ZAKW+GASTR	liczba podmiotów – zakwaterowanie + gastronomia	+	+
PODMIOTY_ZAKW+GASTR_ZAGR	liczba podmiotów zagranicznych – zakwaterowanie + gastronomia	+	+
KONF_OBIEKTY	liczba obiektów noclegowych z zapleczem konferencyjnym	-	+
KONF_SALE	liczba sal konferencyjnych w obiektach noclegowych	-	+
KONF_MIEJSCA	liczba miejsc w salach konferencyjnych w obiektach noclegowych	-	+
SPOTKANIA	liczba spotkań	-	+
SPOTKANIA_MNAR	liczba spotkań międzynarodowych	-	+
GALERIE_OBIEKTY	liczba galerii	+	+
GALERIE_WYSTAWY	liczba wystaw w galeriach	+	+
GALERIE_WYSTAWY_ZAGR	liczba wystaw zagranicznych i międzynarodowych w galeriach	+	+
MUZEA_OBIEKTY	liczba muzeów	+	+

Symbol	Opis	Źródła 2002	Źródła 2012
MUZEA_WYSTAWY	liczba wystaw w muzeach	+	+
MUZEA_WYSTAWY_ZAGR	liczba wystaw z zagranicy w muzeach	+	+
ZABYTKI	liczba obiektów zabytkowych	-	+
POMNIKI	liczba obiektów na liście Pomniki Historii	+	+
POMNIKI_UNESCO	liczba obiektów na liście UNESCO	+	+
ESK_LICZBA	liczba nadań tytułu Europejskiej Stolicy Kultury	-	+
IMPREZY_LICZBA	liczba imprez masowych	-	+
IMPREZY_UCZEST	liczba uczestników imprez masowych	-	+
PODMIOTY_KULT+SPORT	liczba podmiotów – kultura + sport	+	+
PODMIOTY_KULT+SPORT_ZAGR	liczba podmiotów zagranicznych – kultura + sport	+	+
LOT_POLACZENIA	liczba połączeń lotniczych	-	+
LOT_POLACZENIA_BEZP	liczba bezpośrednich połączeń lotniczych	-	+
LOT_POLACZENIA_BEZP_ZAGR	liczba bezpośrednich zagranicznych połączeń lotniczych	-	+
LOT_TRASY_NAJDL	najdłuższa trasa lotnicza w km	-	+
LOT_TRASY	łącna długość bezpośrednich połączeń lotniczych w km	-	+
LOT_TRASY_ZAGR	łącna długość zagranicznych bezpośrednich połączeń lotniczych w km	-	+
LOT_PASAZEROWIE	liczba pasażerów w portach lotniczych	+	+
LOT_PASAZEROWIE_PRZYBYLI	liczba pasażerów przybyłych do portów lotniczych	+	+
LOT_PASAZEROWIE_ZAGR	liczba zagranicznych pasażerów w portach lotniczych	+	+
LOT_PASAZEROWIE_PRZYBYLI_ZAGR	liczba zagranicznych pasażerów przybyłych do portów lotniczych	+	+
KOLEJ_POLACZENIA	liczba połączeń kolejowych	+	+
KOLEJ_POLACZENIA_ZAGR	liczba połączeń kolejowych międzynarodowych	+	+
AUTOSTRADY	liczba wlotów autostrad	+	+
MOR_PASAZEROWIE	liczba przyjazdów i wyjazdów w transporcie morskim	-	+
MOR_PASAZEROWIE_ZAGR	liczba przyjazdów i wyjazdów w międzynarodowym transporcie morskim	-	+
PODMIOTY_ORG_3B	liczba organizatorów i pośredników turystycznych oferujących imprezy zagranicznej turystyki przyjazdowej	-	+
PODMIOTY_TRANS	liczba podmiotów – transport	-	+
PODMIOTY_ORG	liczba podmiotów – organizatorzy	+	+
PODMIOTY_PIP	liczba podmiotów – piloci i przewodnicy	+	+
PODMIOTY_TRANS_ZAGR	liczba podmiotów zagranicznych – transport	-	+
PODMIOTY_ORG_ZAGR	liczba podmiotów zagranicznych – organizatorzy	+	+
PODMIOTY_PIP_ZAGR	liczba podmiotów zagranicznych – piloci i przewodnicy	+	+
UCZELNIE_TURYSTYCZNE	liczba uczelni turystycznych	-	+
KIERUNKI_TURYSTYCZNE	liczba kierunków turystycznych	-	+

Źródło: Opracowanie własne.

### Załącznik 4. Symbole analityczne wskaźników wykorzystanych w badaniu internacjonalizacji miast polskich w zakresie funkcji turystycznej

		poziom rozwoju funkcji	internacjonalizacja miasta w zakresie funkcji	stopień umiędzynarodowienia funkcji
		A	B	C
zakwaterowanie i gastronomia	ZG_MIEJSCA	(MIEJSCA/LUDNOSC) x 100		
	ZG_MIEJSCAHOTELE	(MIEJSCA_HOTELE/LUDNOSC) x 100		
	ZG_NOCLEGI	(NOCLEGI/LUDNOSC) x 100	(ZAGR_NOCLEGI/LUDNOSC) x 100	(ZAGR_NOCLEGI/NOCLEGI) x 100
	ZG_NOCLEGIHOTELE	(NOCLEGI_HOTELE/LUDNOSC) x 100	(ZAGR_NOCLEGI_HOTELE/LUDNOSC) x 100	(ZAGR_NOCLEGI_HOTELE/NOCLEGI_HOTELE) x 100
	ZG_SIECI			(OBIEKTY_HOTELE_SIECI/OBIEKTY_HOTELE) x 100
	ZG_PODMIOTY	(PODMIOTY_ZAKW+GASTR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_ZAKW+GASTR_ZAGR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_ZAKW+GASTR_ZAGR/PODMIOTY_ZAKW+GASTR) x 100
wydarzenia i spotkania	WS_SALE	(KONF_SALE/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000		
	WS_SPOTKANIA	(SPOTKANIA/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(SPOTKANIA_MNAR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(SPOTKANIA_MNAR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000
kultura i sport	KS_OBIEKTY	(MUZEA+GALERIE_OBIEKTY/LUDNOSC) x 1 000 000		
	KS_OBIEKTYMUZEA	(MUZEA_OBIEKTY/LUDNOSC) x 1 000 000		
	KS_WYSTAWY	(MUZEA+GALERIE_WYSTAWY/LUDNOSC) x 1 000 000	(MUZEA+GALERIE_WYSTAWY_ZAGR/LUDNOSC) x 1 000 000	(MUZEA+GALERIE_WYSTAWY_ZAGR/GALERIE_WYSTAWY) x 100
	KS_WYSTAWYMUZEA	(MUZEA_WYSTAWY/LUDNOSC) x 1 000 000	(MUZEA_WYSTAWY_ZAGR/LUDNOSC) x 1 000 000	(MUZEA_WYSTAWY_ZAGR/MUZEA_WYSTAWY) x 100
	KS_ZABYTKI	(ZABYTKI/LUDNOSC) x 1 000 000		
	KS_POMNIKI	(POMNIKI/LUDNOSC) x 1 000 000	(POMNIKI_UNESCO/LUDNOSC) x 1 000 000	(POMNIKI_UNESCO/ZABYTKI) x 100
	KS_IMPREZY	(IMPREZY_LICZBA/LUDNOSC) x 1 000 000		
	KS_UCZESTNICZY	(IMPREZY_UCZEST/LUDNOSC) x 100		
	KS_PODMIOTY	(PODMIOTY_KULT+SPORT/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_KULT+SPORT_ZAGR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_KULT+SPORT_ZAGR/PODMIOTY_KULT+SPORT) x 100
transport, organizatorzy, piloci i przewoźnicy	TO_ORG3B			(PODMIOTY_ORG_3B/PODMIOTY_ORG) x 100
	TO_PODMIOTY	(PODMIOTY_TRANS+ORG+PIP/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_TRANS+ORG+PIP_ZAGR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_TRANS+ORG+PIP_ZAGR/PODMIOTY_TRANS+ORG+PIP) x 100
	TO_PODMIOTYORGP	(PODMIOTY_ORG+PIP/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_ORG+PIP_ZAGR/PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000	(PODMIOTY_ORG+PIP_ZAGR/PODMIOTY_ORG+PIP) x 100

		poziom rozwoju funkcji	internacjonalizacja miasta w zakresie funkcji	stopień umiędzynarodowienia funkcji
		A	B	C
dostępność komunikacyjna	DK_POLACZENIA	(POLACZENIA_LOT+KOLEJ/ LUDNOSC) x 1 000 000	(POLACZENIA_LOT+KOLEJ ZAGR/LUDNOSC) x 1 000 000	(POLACZENIA_LOT+KOLEJ_ ZAGR/POLACZENIA_ LOT+KOLEJ) x 100
	DK_POLACZENIALOT	(POLACZENIA_BEZP_LOT/ LUDNOSC) x 1 000 000	(POLACZENIA_BEZP_LOT_ ZAGR/LUDNOSC) x 1 000 000	(POLACZENIA_BEZP_LOT_ ZAGR/POLACZENIA_BEZP_LOT) x 100
	DK_TRASYLOT	(TRASY_LOT/LUDNOSC) x 1 000	(TRASY_LOT_ZAGR/LUDNOSC) x 1 000	(TRASY_LOT_ZAGR/TRASY_ LOT) x 100
	DK_AUTOSTRADY	(AUTOSTRADY/LUDNOSC) x 1 000 000		
szkoły wyższe	SW_KIERUNKI	(KIERUNKI_TURYSTYCZNE/ LUDNOSC) x 1 000 000		
ogólnogospodarcze	OG_USLUGI	(ZATR_OGOLEM/LUDNOSC) x 100	(ZATR_USLUGI/LUDNOSC) x 100	(ZATR_USLUGI/ZATR_OGOLEM) x 100
	OG_USLUGIFINANSE		(ZATR_USLUGI_FINANSE/ LUDNOSC) x 100	(ZATR_USLUGI_FINANSE/ ZATR_OGOLEM) x 100
	OG_STUDENCI	(STUDENCI/LUDNOSC) x 100	(STUDENCI_ZAGR/LUDNOSC) x 100	(STUDENCI_ZAGR/STUDENCI) x 100
	OG_PODMIOTY	(PODMIOTY_OGOLEM/ LUDNOSC) x 1 000	(PODMIOTY_500POLITYKI/ LUDNOSC) x 100 000	(PODMIOTY_500POLITYKI/ PODMIOTY_OGOLEM) x 100 000
	OG_PODMIOTYSPOLKI	(PODMIOTY_OGOLEM_SPOLKI/ LUDNOSC) x 1 000	(PODMIOTY_OGOLEM_SPOLKI_ ZAGR/LUDNOSC) x 1 000	(PODMIOTY_OGOLEM_SPOLKI_ ZAGR/PODMIOTY_OGOLEM_ SPOLKI) x 100
	OG_PKB	(PKBMLN_NTS3/LUDNOSC_ NTS3) x 1 000		
	OG_PASAZEROWIE	(PASAZEROWIE_LOT+MOR/ LUDNOSC) x 100	(PASAZEROWIE_LOT+MOR_ ZAGR/LUDNOSC) x 100	(PASAZEROWIE_LOT+MOR_ ZAGR/PASAZEROWIE_ LOT+MOR) x 100
	OG_PASAZEROWIELOT	(PASAZEROWIE_LOT/ LUDNOSC) x 100	(PASAZEROWIE_LOT_ZAGR/ LUDNOSC) x 100	(PASAZEROWIE_LOT_ZAGR/ PASAZEROWIE_LOT) x 100

### Załącznik 5. Wartości wskaźników nieznormalizowanych internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich 2012 i 2002 (w podziale na funkcję turystyczną i sferę ogólną miasta)

#### Funkcja turystyczna (2012)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_MIEJSCA_A	0,71	2,91	1,15	3,5	0,67	0,91	1,46	1,76	1,48	1,57
ZG_MIEJSCAHOTELE_A	0,54	1,10	1,02	2,25	0,45	0,58	1,02	0,76	1,13	1,16
ZG_NOCLEGI_A	68,20	318,52	136,50	491,33	84,33	102,00	189,33	178,38	252,18	215,61
ZG_NOCLEGI_B	17,21	109,67	42,97	278,53	23,01	26,75	58,83	55,48	104,50	75,85
ZG_NOCLEGI_C	25,23	34,43	31,48	56,69	27,28	26,22	31,07	31,10	41,44	35,18
ZG_NOCLEGIHOTELE_A	62,19	179,32	120,63	381,77	63,17	67,32	122,90	112,18	204,27	161,16
ZG_NOCLEGIHOTELE_B	16,83	87,93	41,68	229,81	20,08	18,62	46,91	47,65	95,96	68,58
ZG_NOCLEGIHOTELE_C	27,07	49,03	34,55	60,20	31,73	27,66	38,17	42,48	46,98	42,55
ZG_SIECI_C	11,11	30,56	23,53	12,31	23,81	18,52	16,67	26,32	53,13	26,09
ZG_PODMIOTY_A	1 905,49	2 337,57	2 592,51	3 074,88	2 131,88	2 170,39	2 261,18	2 231,26	2 081,20	2 231,95
ZG_PODMIOTY_B	13,82	88,66	95,35	137,78	78,00	90,57	117,06	101,35	174,04	137,95
ZG_PODMIOTY_C	0,73	3,79	3,68	4,48	3,66	4,17	5,18	4,54	8,36	6,18
WS_SALE_A	49,65	124,83	36,86	276,43	72,05	110,91	112,17	98,74	39,27	102,18
WS_SPOTKANIA_A	1 294,90	53,19	1 019,30	1 525,48	49,63	33,55	2 794,77	24,20	2 825,82	404,34
WS_SPOTKANIA_B	2,30	25,12	0,00	45,38	2,36	4,47	24,39	0,00	17,18	9,51
WS_SPOTKANIA_C	0,18	47,22	0,00	2,97	4,76	13,33	0,87	0,00	0,61	2,35
KS_OBIEKTY_A	35,99	47,78	71,61	122,64	54,65	75,11	47,21	26,90	61,79	58,62
KS_OBIEKTYMUZEA_A	27,68	26,06	35,80	58,02	34,51	25,04	32,68	14,67	35,56	38,02
KS_WYSTAWY_A	697,57	186,78	940,65	962,64	359,53	830,37	212,44	237,21	538,61	692,35
KS_WYSTAWY_B	88,58	4,34	52,08	98,90	17,26	98,75	29,05	17,12	42,55	69,71
KS_WYSTAWY_C	12,70	2,33	5,54	10,27	4,80	11,89	13,68	7,22	7,90	10,07
KS_WYSTAWYMUZEA_A	224,22	162,89	445,92	270,33	140,94	236,45	70,81	97,82	219,76	486,38
KS_WYSTAWYMUZEA_B	2,77	4,34	0,00	19,78	2,88	9,74	1,82	7,34	5,83	47,53
KS_WYSTAWYMUZEA_C	1,23	2,67	0,00	7,32	2,04	4,12	2,56	7,50	2,65	9,77
KS_ZABYTKI_A	506,57	933,92	556,58	1 534,94	796,71	353,29	896,97	662,73	1 733,59	1 459,15
KS_POMNIKI_A	5,54	8,69	13,02	7,91	8,63	2,78	10,89	2,45	1,75	7,92
KS_POMNIKI_B	0	2,17	3,25	5,27	0	0	0	0	0,58	3,17
KS_POMNIKI_C	0	25	25	66,67	0	0	0	0	33,33	40
KS_IMPREZY_A	409,68	143,35	126,94	245,27	255,98	200,29	254,2	266,56	183,62	399,25
KS_UCZESTNICZY_A	128,7	150,19	155,67	186,02	83,75	87,17	282,39	95,18	222,9	251,48
KS_PODMIOTY_A	85,25	94,57	54,48	229,36	66,18	76,04	77,06	93,79	86,74	114,17
KS_PODMIOTY_B	0	0	2,27	2,48	2,36	0	0,98	1,51	2,82	1,9
KS_PODMIOTY_C	0	0	4,17	1,08	3,57	0	1,27	1,61	3,25	1,67
TO_ORG3B_C	35,04	36,18	27,31	35,79	50	31,47	30,05	34,44	35,21	35,04
TO_PODMIOTY_A	573,72	673,79	976,16	1738,33	751,6	623,94	653,58	706,44	1013,28	782,04
TO_PODMIOTY_B	13,82	26,6	40,86	47,85	14,18	13,42	30,24	42,36	94,91	35,2
TO_PODMIOTY_C	2,41	3,95	4,19	2,75	1,89	2,15	4,63	6	9,37	4,5
TO_PODMIOTYORGPB_A	352,53	458,06	558,46	952,08	375,8	349,99	509,2	367,59	629,71	465,23
TO_PODMIOTYORGPB_B	13,82	14,78	40,86	36,3	7,09	11,18	24,39	30,25	64,49	23,78
TO_PODMIOTYORGPB_C	3,92	3,23	7,32	3,81	1,89	3,19	4,79	8,23	10,24	5,11
DK_POLACZENIA_A	348,79	762,34	898,34	354,72	186,95	168,3	504,77	332,59	383,56	331,12

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
DK_POLACZENIA_B	24,91	86,88	136,7	72,53	23,01	8,35	58,1	19,56	77,53	58,62
DK_POLACZENIA_C	7,14	11,4	15,22	20,45	12,31	4,96	11,51	5,88	20,21	17,7
DK_POLACZENIALOT_A	19,38	89,05	87,88	67,25	14,38	8,35	32,68	19,56	64,7	42,78
DK_POLACZENIALOT_B	16,61	82,53	84,63	63,3	14,38	8,35	30,87	17,12	60,62	41,19
DK_POLACZENIALOT_C	85,71	92,68	96,3	94,12	100	100	94,44	87,5	93,69	96,3
DK_TRASYLOT_A	14,34	54,09	69,17	54,19	14,35	7,81	22,26	11,38	59,05	31,9
DK_TRASYLOT_B	13,95	52,32	68,7	53,46	14,35	7,81	21,94	10,72	58,32	31,6
DK_TRASYLOT_C	97,3	96,72	99,33	98,65	100	100	98,57	94,2	98,76	99,06
DK_AUTOSTRADY_A	0	2,17	9,76	2,64	0	4,17	3,63	2,45	0,58	3,17
SW_KIERUNKI_A	11,07	17,38	22,78	13,19	20,13	4,17	23,6	7,34	9,33	15,84

### Sfera ogólna miasta (2012)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
OG_USLUGI_A	32,01	32,34	52,21	39,16	34,92	31,79	42,40	26,56	48,75	37,61
OG_USLUGI_B	21,46	24,59	39,49	29,88	26,78	23,32	32,70	20,92	41,91	29,63
OG_USLUGI_C	67,02	76,02	75,64	76,31	76,68	73,36	77,12	78,76	85,97	78,80
OG_USLUGIFINANSE_A	32,01	32,34	52,21	39,16	34,92	31,79	42,40	26,56	48,75	37,61
OG_USLUGIFINANSE_B	2,22	2,80	5,22	2,49	2,48	2,22	2,95	1,53	6,41	3,19
OG_USLUGIFINANSE_C	6,93	8,66	10,00	6,36	7,11	6,98	6,97	5,77	13,15	8,48
OG_STUDENCI_A	11,12	17,57	20,54	23,99	22,20	12,73	23,28	11,83	15,65	21,29
OG_STUDENCI_B	0,09	0,25	0,14	0,38	0,78	0,15	0,30	0,19	0,42	0,34
OG_STUDENCI_C	0,80	1,40	0,70	1,60	3,50	1,20	1,30	1,60	2,70	1,60
OG_PODMIOTY_A	120,14	146,99	143,38	159,83	121,69	124,39	186,14	161,66	206,98	166,53
OG_PODMIOTY_B	0,00	1,52	3,25	2,64	1,15	0,97	2,91	0,49	7,81	2,06
OG_PODMIOTY_C	0,00	10,34	22,70	16,50	9,45	7,83	15,61	3,03	37,74	12,37
OG_PODMIOTYSPOLKI_A	11,55	20,60	25,66	22,93	13,64	12,90	29,56	18,37	47,46	23,97
OG_PODMIOTYSPOLKI_B	1,53	3,43	3,99	4,00	1,59	2,50	5,63	5,08	13,45	5,38
OG_PODMIOTYSPOLKI_C	13,20	16,67	15,54	17,47	11,64	19,38	19,03	27,65	28,35	22,44
OG_PKB_A	44,19	62,17	57,27	64,88	38,71	51,42	82,56	49,53	121,71	65,12
OG_PASAZEROWIE_A	94,04	674,69	822,31	450,98	0,00	64,63	284,58	102,31	558,89	308,63
OG_PASAZEROWIE_B	85,68	533,32	796,98	394,14	0,00	62,92	254,64	47,39	470,40	245,03
OG_PASAZEROWIE_C	91,11	79,05	96,92	87,40	b.d.	97,35	89,48	46,32	84,17	79,39
OG_PASAZEROWIELOT_A	94,04	629,29	822,31	450,98	0,00	64,63	284,58	85,23	558,89	308,63
OG_PASAZEROWIELOT_B	85,68	501,45	796,98	394,14	0,00	62,92	254,64	47,14	470,40	245,03
OG_PASAZEROWIELOT_C	91,11	79,69	96,92	87,40	b.d.	97,35	89,48	55,31	84,17	79,39

### Funkcja turystyczna (2002)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_MIEJSCA_A	0,46	2,59	0,62	2,06	0,84	0,59	1,24	1,35	1,19	1,15
ZG_MIEJSCAHOTELE_A	0,33	0,50	0,53	1,19	0,37	0,27	0,77	0,68	0,96	0,8
ZG_NOCLEGI_A	41,26	182,71	53,35	208,77	66,79	44,35	106,8	117,71	138,26	130,17

ANEKS

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_NOCLEGI_B	7,08	62,01	16,5	116,72	15,24	10,36	38,89	58,51	61,47	45,28
ZG_NOCLEGI_C	17,15	33,94	30,92	55,91	22,81	23,36	36,42	49,70	44,46	34,79
ZG_NOCLEGIHOTELE_A	34,84	73,35	41,99	153,31	36,19	28,35	74,92	85,30	112,83	83,92
ZG_NOCLEGIHOTELE_B	6,79	49,00	14,69	101,15	11,86	9,24	33,68	50,69	58,81	41,31
ZG_NOCLEGIHOTELE_C	19,50	66,81	34,98	65,97	32,79	32,59	44,95	59,43	52,12	49,23
ZG_PODMIOTY_A	1 603,25	1 801,12	2 436,00	2 048,76	2 265,79	1 603,14	1 695,44	1 583,59	1 211,75	1 407,80
ZG_PODMIOTY_B	15,06	43,21	26,77	43,38	33,06	27,97	47,73	47,99	70,49	46,21
ZG_PODMIOTY_C	0,94	2,40	1,10	2,12	1,46	1,74	2,81	3,03	5,82	3,28
KS_OBIEKTY_A	34,94	38,99	46,15	133,33	50,23	49,67	36,39	48,18	53,31	53,20
KS_OBIEKTYMUZEA_A	26,87	25,99	33,84	58,08	33,49	22,93	31,19	14,45	36,13	37,55
KS_WYSTAWY_A	513,30	188,45	593,76	1141,84	376,72	550,22	133,42	380,62	441,30	724,40
KS_WYSTAWY_B	43,00	6,50	27,69	120,12	33,49	21,65	10,40	53,00	44,43	75,10
KS_WYSTAWY_C	8,38	3,45	4,66	10,52	8,89	3,94	7,79	13,92	10,07	10,37
KS_WYSTAWYMUZEA_A	217,68	162,46	421,48	270,61	136,74	216,52	67,58	96,36	223,32	480,33
KS_WYSTAWYMUZEA_B	2,69	4,33	0,00	19,80	2,79	8,92	1,73	7,23	5,92	46,94
KS_WYSTAWYMUZEA_C	1,23	2,67	0,00	7,32	2,04	4,12	2,56	7,50	2,65	9,77
KS_POMNIKI_A	2,69	4,33	3,08	6,60	2,79	0,00	3,47	0,00	0,59	3,13
KS_POMNIKI_B	0,00	2,17	3,08	5,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,59	1,56
KS_POMNIKI_C	0,00	50,00	100,00	80,00	0,00	b.d.	0,00	b.d.	100,00	50,00
KS_PODMIOTY_A	38,74	58,77	36,5	157,36	48,32	42,51	41,76	63,98	55,63	79,52
KS_PODMIOTY_B	0,00	0,00	0,00	4,03	2,54	0,00	0,00	3,20	1,14	1,07
KS_PODMIOTY_C	0,00	0,00	0,00	2,56	5,26	0,00	0,00	5,00	2,05	1,35
TO_PODMIOTYORGPIPI_A	197,99	285,21	345,57	418,63	277,18	187,95	287,54	204,75	538,81	264,37
TO_PODMIOTYORGPIPI_B	8,61	8,64	17,03	17,15	0,00	3,36	23,86	12,80	68,97	8,60
TO_PODMIOTYORGPIPI_C	4,35	3,03	4,93	4,10	0,00	1,79	8,30	6,25	12,80	3,25
DK_AUTOSTRADY_A	0,00	0,00	3,08	1,32	0,00	0,00	1,73	2,41	0,00	3,13

Sfera ogólna miasta (2002)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
OG_USLUGI_A	29,72	27,97	46,31	31,46	27,83	25,39	38,01	25,86	43,87	28,32
OG_USLUGI_B	18,52	19,72	31,66	22,08	21,19	17,14	26,94	18,42	34,17	20,65
OG_USLUGI_C	62,32	70,52	68,37	70,21	76,14	67,50	70,88	71,22	77,88	72,90
OG_USLUGIFINANSE_A	29,72	27,97	46,31	31,46	27,83	25,39	38,01	25,86	43,87	28,32
OG_PODMIOTY_A	124,88	125,32	126,42	130,86	109,74	113,85	145,23	150,60	155,45	145,59
OG_PODMIOTY_B	1,34	2,38	2,46	1,19	0,84	0,89	3,29	0,96	9,12	1,88
OG_PODMIOTY_C	10,76	19,01	19,47	9,08	7,63	7,83	22,67	6,40	58,68	12,90
OG_PODMIOTYSPOLKI_A	8,03	13,95	14,09	11,11	8,36	7,19	14,77	10,83	24,18	11,82
OG_PODMIOTYSPOLKI_B	1,15	2,41	2,38	2,05	1,02	1,63	3,63	3,31	8,06	3,25
OG_PODMIOTYSPOLKI_C	14,30	17,30	16,88	18,42	12,25	22,72	24,60	30,57	33,34	27,53
OG_PKB_A	25,01	30,53	32,11	32,21	19,36	25,60	41,95	31,73	61,95	32,27
OG_PASAZEROWIELOT_A	3,60	68,87	60,60	64,19	0,00	0,25	37,25	18,41	292,43	36,95
OG_PASAZEROWIELOT_B	0,26	35,21	48,76	42,03	0,00	0,06	21,32	3,45	249,75	13,41
OG_PASAZEROWIELOT_C	7,32	51,13	80,46	65,49	b.d.	23,76	57,25	18,72	85,40	36,30



## Załącznik 6. Wartości wskaźników znormalizowanych internacjonalizacji funkcji turystycznej miast polskich 2012 i 2002 (w podziale na funkcję turystyczną i sferę ogólną miasta)

### Funkcja turystyczna (2012)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_MIEJSCA_A	0,02	0,79	0,17	1,00	0,00	0,09	0,28	0,39	0,29	0,32
ZG_MIEJSCAHOTELE_A	0,05	0,36	0,32	1,00	0,00	0,08	0,32	0,17	0,38	0,39
ZG_NOCLEGI_A	0,00	0,59	0,16	1,00	0,04	0,08	0,29	0,26	0,43	0,35
ZG_NOCLEGI_B	0,00	0,35	0,10	1,00	0,02	0,04	0,16	0,15	0,33	0,22
ZG_NOCLEGI_C	0,00	0,29	0,20	1,00	0,07	0,03	0,19	0,19	0,52	0,32
ZG_NOCLEGIHOTELE_A	0,00	0,37	0,18	1,00	0,00	0,02	0,19	0,16	0,44	0,31
ZG_NOCLEGIHOTELE_B	0,00	0,33	0,12	1,00	0,02	0,01	0,14	0,14	0,37	0,24
ZG_NOCLEGIHOTELE_C	0,00	0,66	0,23	1,00	0,14	0,02	0,34	0,47	0,60	0,47
ZG_SIECI_C	0,00	0,46	0,30	0,03	0,30	0,18	0,13	0,36	1,00	0,36
ZG_PODMIOTY_A	0,00	0,37	0,59	1,00	0,19	0,23	0,30	0,28	0,15	0,28
ZG_PODMIOTY_B	0,00	0,47	0,51	0,77	0,40	0,48	0,64	0,55	1,00	0,77
ZG_PODMIOTY_C	0,00	0,40	0,39	0,49	0,38	0,45	0,58	0,50	1,00	0,71
WS_SALE_A	0,05	0,37	0,00	1,00	0,15	0,31	0,31	0,26	0,01	0,27
WS_SPOTKANIA_A	0,45	0,01	0,36	0,54	0,01	0,00	0,99	0,00	1,00	0,14
WS_SPOTKANIA_B	0,05	0,55	0,00	1,00	0,05	0,10	0,54	0,00	0,38	0,21
WS_SPOTKANIA_C	0,00	1,00	0,00	0,06	0,10	0,28	0,02	0,00	0,01	0,05
KS_OBIEKTY_A	0,09	0,22	0,47	1,00	0,29	0,50	0,21	0,00	0,36	0,33
KS_OBIEKTYMUZEA_A	0,30	0,26	0,49	1,00	0,46	0,24	0,42	0,00	0,48	0,54
KS_WYSTAWY_A	0,66	0,00	0,97	1,00	0,22	0,83	0,03	0,07	0,45	0,65
KS_WYSTAWY_B	0,89	0,00	0,50	1,00	0,14	1,00	0,26	0,14	0,40	0,69
KS_WYSTAWY_C	0,91	0,00	0,28	0,70	0,22	0,84	1,00	0,43	0,49	0,68
KS_WYSTAWYMUZEA_A	0,37	0,22	0,90	0,48	0,17	0,40	0,00	0,06	0,36	1,00
KS_WYSTAWYMUZEA_B	0,06	0,09	0,00	0,42	0,06	0,20	0,04	0,15	0,12	1,00
KS_WYSTAWYMUZEA_C	0,13	0,27	0,00	0,75	0,21	0,42	0,26	0,77	0,27	1,00
KS_ZABYTKI_A	0,11	0,42	0,15	0,86	0,32	0,00	0,39	0,22	1,00	0,80
KS_POMNIKI_A	0,34	0,62	1,00	0,55	0,61	0,09	0,81	0,06	0,00	0,55
KS_POMNIKI_B	0,00	0,41	0,62	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,11	0,60
KS_POMNIKI_C	0,00	0,38	0,38	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,60
KS_IMPREZY_A	1,00	0,06	0,00	0,42	0,46	0,26	0,45	0,49	0,20	0,96
KS_UCZESTNICZY_A	0,23	0,33	0,36	0,51	0,00	0,02	1,00	0,06	0,70	0,84
KS_PODMIOTY_A	0,18	0,23	0,00	1,00	0,07	0,12	0,13	0,22	0,18	0,34
KS_PODMIOTY_B	0,00	0,00	0,81	0,88	0,84	0,00	0,35	0,54	1,00	0,68
KS_PODMIOTY_C	0,00	0,00	1,00	0,26	0,86	0,00	0,30	0,39	0,78	0,40
TO_ORG3B_C	0,34	0,39	0,00	0,37	1,00	0,18	0,12	0,31	0,35	0,34
TO_PODMIOTY_A	0,00	0,09	0,35	1,00	0,15	0,04	0,07	0,11	0,38	0,18
TO_PODMIOTY_B	0,00	0,16	0,34	0,42	0,01	0,00	0,21	0,36	1,00	0,27
TO_PODMIOTY_C	0,07	0,28	0,31	0,12	0,00	0,04	0,37	0,55	1,00	0,35
TO_PODMIOTYORGPIIP_A	0,00	0,18	0,35	1,00	0,04	0,00	0,26	0,03	0,46	0,19
TO_PODMIOTYORGPIIP_B	0,12	0,13	0,59	0,51	0,00	0,07	0,30	0,40	1,00	0,29
TO_PODMIOTYORGPIIP_C	0,24	0,16	0,65	0,23	0,00	0,16	0,35	0,76	1,00	0,39
DK_POLACZENIA_A	0,25	0,81	1,00	0,26	0,03	0,00	0,46	0,23	0,29	0,22
DK_POLACZENIA_B	0,13	0,61	1,00	0,50	0,11	0,00	0,39	0,09	0,54	0,39

ANEKS

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
DK_POLACZENIA_C	0,14	0,42	0,66	1,00	0,47	0,00	0,42	0,06	0,98	0,82
DK_POLACZENIALOT_A	0,14	1,00	0,99	0,73	0,07	0,00	0,30	0,14	0,70	0,43
DK_POLACZENIALOT_B	0,11	0,97	1,00	0,72	0,08	0,00	0,30	0,12	0,69	0,43
DK_POLACZENIALOT_C	0,00	0,49	0,74	0,59	1,00	1,00	0,61	0,13	0,56	0,74
DK_TRASYLOT_A	0,11	0,75	1,00	0,76	0,11	0,00	0,24	0,06	0,84	0,39
DK_TRASYLOT_B	0,10	0,73	1,00	0,75	0,11	0,00	0,23	0,05	0,83	0,39
DK_TRASYLOT_C	0,53	0,44	0,88	0,77	1,00	1,00	0,75	0,00	0,79	0,84
DK_AUTOSTRADY_A	0,00	0,22	1,00	0,27	0,00	0,43	0,37	0,25	0,06	0,32
SW_KIERUNKI_A	0,36	0,68	0,96	0,46	0,82	0,00	1,00	0,16	0,27	0,60

Sfera ogólna miasta (2012)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
OG_USLUGI_A	0,21	0,23	1,00	0,49	0,33	0,20	0,62	0,00	0,87	0,43
OG_USLUGI_B	0,03	0,17	0,88	0,43	0,28	0,11	0,56	0,00	1,00	0,42
OG_USLUGI_C	0,00	0,47	0,45	0,49	0,51	0,33	0,53	0,62	1,00	0,62
OG_USLUGIFINANSE_A	0,21	0,23	1,00	0,49	0,33	0,20	0,62	0,00	0,87	0,43
OG_USLUGIFINANSE_B	0,14	0,26	0,76	0,20	0,19	0,14	0,29	0,00	1,00	0,34
OG_USLUGIFINANSE_C	0,16	0,39	0,57	0,08	0,18	0,16	0,16	0,00	1,00	0,37
OG_STUDENCI_A	0,00	0,50	0,73	1,00	0,86	0,13	0,94	0,06	0,35	0,79
OG_STUDENCI_B	0,00	0,23	0,08	0,43	1,00	0,09	0,31	0,15	0,49	0,37
OG_STUDENCI_C	0,04	0,25	0,00	0,32	1,00	0,18	0,21	0,32	0,71	0,32
OG_PODMIOTY_A	0,00	0,31	0,27	0,46	0,02	0,05	0,76	0,48	1,00	0,53
OG_PODMIOTY_B	0,00	0,19	0,42	0,34	0,15	0,12	0,37	0,06	1,00	0,26
OG_PODMIOTY_C	0,00	0,27	0,60	0,44	0,25	0,21	0,41	0,08	1,00	0,33
OG_PODMIOTYSPOLKI_A	0,00	0,25	0,39	0,32	0,06	0,04	0,50	0,19	1,00	0,35
OG_PODMIOTYSPOLKI_B	0,00	0,16	0,21	0,21	0,01	0,08	0,34	0,30	1,00	0,32
OG_PODMIOTYSPOLKI_C	0,09	0,30	0,23	0,35	0,00	0,46	0,44	0,96	1,00	0,65
OG_PKB_A	0,07	0,28	0,22	0,32	0,00	0,15	0,53	0,13	1,00	0,32
OG_PASAZEROWIE_A	0,11	0,82	1,00	0,55	0,00	0,08	0,35	0,12	0,68	0,38
OG_PASAZEROWIE_B	0,11	0,67	1,00	0,49	0,00	0,08	0,32	0,06	0,59	0,31
OG_PASAZEROWIE_C	0,88	0,64	0,99	0,80	b.d.	1,00	0,85	0,00	0,74	0,65
OG_PASAZEROWIELOT_A	0,11	0,77	1,00	0,55	0,00	0,08	0,35	0,10	0,68	0,38
OG_PASAZEROWIELOT_B	0,11	0,63	1,00	0,49	0,00	0,08	0,32	0,06	0,59	0,31
OG_PASAZEROWIELOT_C	0,85	0,58	0,99	0,76	b.d.	1,00	0,81	0,00	0,69	0,57

Funkcja turystyczna (2002)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_MIEJSCA_A	0,46	2,59	0,62	2,06	0,84	0,59	1,24	1,35	1,19	1,15
ZG_MIEJSCAHOTELE_A	0,33	0,50	0,53	1,19	0,37	0,27	0,77	0,68	0,96	0,8
ZG_MIEJSCA	0,00	1,00	0,08	0,75	0,18	0,06	0,37	0,42	0,34	0,32
ZG_MIEJSCAHOTELE	0,07	0,25	0,29	1,00	0,11	0,00	0,55	0,44	0,76	0,57

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
ZG_NOCLEGI_A	0,00	0,84	0,07	1,00	0,15	0,02	0,39	0,46	0,58	0,53
ZG_NOCLEGI_B	0,00	0,50	0,09	1,00	0,07	0,03	0,29	0,47	0,50	0,35
ZG_NOCLEGI_C	0,00	0,43	0,36	1,00	0,15	0,16	0,50	0,84	0,70	0,45
ZG_NOCLEGIHOTELE_A	0,05	0,36	0,11	1,00	0,06	0,00	0,37	0,46	0,68	0,44
ZG_NOCLEGIHOTELE_B	0,00	0,45	0,08	1,00	0,05	0,03	0,28	0,47	0,55	0,37
ZG_NOCLEGIHOTELE_C	0,00	1,00	0,33	0,98	0,28	0,28	0,54	0,84	0,69	0,63
ZG_PODMIOTY_A	0,32	0,48	1,00	0,68	0,86	0,32	0,40	0,30	0,00	0,16
ZG_PODMIOTY_B	0,00	0,51	0,21	0,51	0,32	0,23	0,59	0,59	1,00	0,56
ZG_PODMIOTY_C	0,00	0,30	0,03	0,24	0,11	0,17	0,38	0,43	1,00	0,48
KS_OBIEKTY_A	0,00	0,04	0,11	1,00	0,16	0,15	0,01	0,13	0,19	0,19
KS_OBIEKTYMUZEJA_A	0,28	0,26	0,44	1,00	0,44	0,19	0,38	0,00	0,50	0,53
KS_WYSTAWY_A	0,38	0,05	0,46	1,00	0,24	0,41	0,00	0,25	0,31	0,59
KS_WYSTAWY_B	0,32	0,00	0,19	1,00	0,24	0,13	0,03	0,41	0,33	0,60
KS_WYSTAWY_C	0,47	0,00	0,12	0,68	0,52	0,05	0,41	1,00	0,63	0,66
KS_WYSTAWYMUZEJA_A	0,36	0,23	0,86	0,49	0,17	0,36	0,00	0,07	0,38	1,00
KS_WYSTAWYMUZEJA_B	0,06	0,09	0,00	0,42	0,06	0,19	0,04	0,15	0,13	1,00
KS_WYSTAWYMUZEJA_C	0,13	0,27	0,00	0,75	0,21	0,42	0,26	0,77	0,27	1,00
KS_POMNIKI_A	0,41	0,66	0,47	1,00	0,42	0,00	0,53	0,00	0,09	0,47
KS_POMNIKI_B	0,00	0,41	0,58	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,11	0,30
KS_POMNIKI_C	0,00	0,50	1,00	0,80	0,00	b.d.	0,00	b.d.	1,00	0,50
KS_PODMIOTY_A	0,02	0,18	0,00	1,00	0,10	0,05	0,04	0,23	0,16	0,36
KS_PODMIOTY_B	0,00	0,00	0,00	1,00	0,63	0,00	0,00	0,79	0,28	0,27
KS_PODMIOTY_C	0,00	0,00	0,00	0,49	1,00	0,00	0,00	0,95	0,39	0,26
TO_PODMIOTYORGPII_A	0,03	0,28	0,45	0,66	0,25	0,00	0,28	0,05	1,00	0,22
TO_PODMIOTYORGPII_B	0,12	0,13	0,25	0,25	0,00	0,05	0,35	0,19	1,00	0,12
TO_PODMIOTYORGPII_C	0,34	0,24	0,39	0,32	0,00	0,14	0,65	0,49	1,00	0,25
DK_AUTOSTRADY_A	0,00	0,00	0,98	0,42	0,00	0,00	0,55	0,77	0,00	1,00

### Sfera ogólna miasta (2012)

Wskaźniki	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
OG_USLUGI_A	0,21	0,12	1,00	0,29	0,12	0,00	0,60	0,02	0,88	0,14
OG_USLUGI_B	0,08	0,15	0,85	0,29	0,24	0,00	0,58	0,08	1,00	0,21
OG_USLUGI_C	0,00	0,53	0,39	0,51	0,89	0,33	0,55	0,57	1,00	0,68
OG_USLUGIFINANSE_A	0,21	0,12	1,00	0,29	0,12	0,00	0,60	0,02	0,88	0,14
OG_PODMIOTY_A	0,33	0,34	0,36	0,46	0,00	0,09	0,78	0,89	1,00	0,78
OG_PODMIOTY_B	0,06	0,19	0,20	0,04	0,00	0,01	0,30	0,02	1,00	0,13
OG_PODMIOTY_C	0,08	0,24	0,25	0,05	0,02	0,03	0,31	0,00	1,00	0,12
OG_PODMIOTYSPOLKI_A	0,05	0,40	0,41	0,23	0,07	0,00	0,45	0,21	1,00	0,27
OG_PODMIOTYSPOLKI_B	0,02	0,20	0,19	0,15	0,00	0,09	0,37	0,32	1,00	0,32
OG_PODMIOTYSPOLKI_C	0,10	0,24	0,22	0,29	0,00	0,50	0,59	0,87	1,00	0,72
OG_PKB_A	0,13	0,26	0,30	0,30	0,00	0,15	0,53	0,29	1,00	0,30
OG_PASAZEROWIELOT_A	0,01	0,24	0,21	0,22	0,00	0,00	0,13	0,06	1,00	0,13
OG_PASAZEROWIELOT_B	0,00	0,14	0,20	0,17	0,00	0,00	0,09	0,01	1,00	0,05
OG_PASAZEROWIELOT_C	0,00	0,56	0,94	0,74	b.d.	0,21	0,64	0,15	1,00	0,37

## Załącznik 7. Podobieństwa polskich miast pod względem potencjału międzynarodowego w zakresie funkcji turystycznej – rozkład skupień przy zastosowaniu odległości euklidesowej

2002

Zmienna	Odległość euklidesowa (skupienia)									
	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
Bydgoszcz	0	71	52	122	22	16	52	62	268	68
Gdańsk	71	0	51	58	60	65	31	33	225	51
Katowice	52	51	0	104	52	52	42	66	217	69
Kraków	122	58	104	0	113	117	83	71	223	82
Lublin	22	60	52	113	0	10	43	48	266	57
Łódź	16	65	52	117	10	0	46	53	267	57
Poznań	52	31	42	83	43	46	0	29	235	49
Szczecin	62	33	66	71	48	53	29	0	254	43
Warszawa	268	225	217	223	266	267	235	254	0	249
Wrocław	68	51	69	82	57	57	49	43	249	0

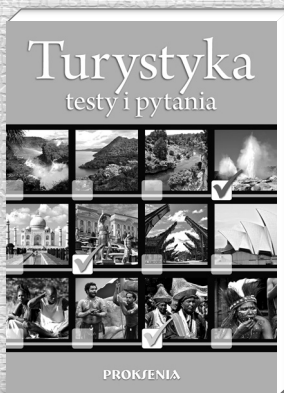
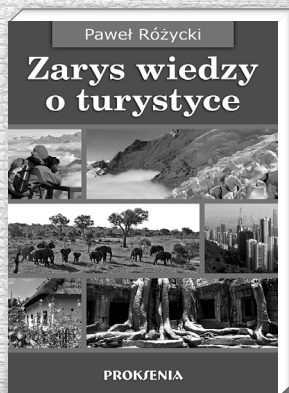
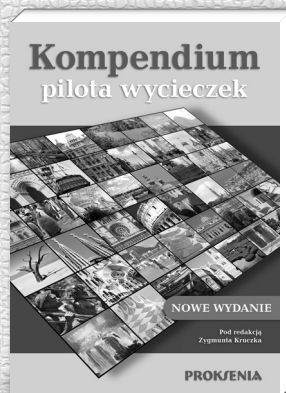
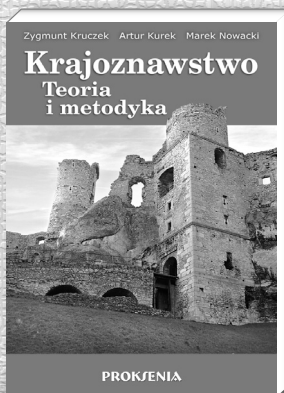
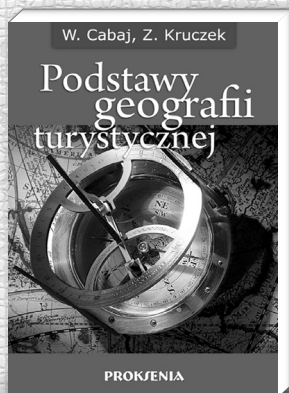
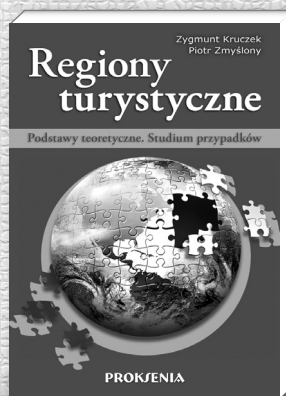
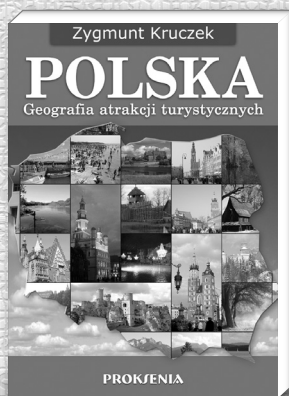
Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

2012

Zmienna	Odległość euklidesowa (skupienia)									
	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice	Kraków	Lublin	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
Bydgoszcz	0	136	113	294	65	78	113	97	194	147
Gdańsk	136	0	72	179	111	111	78	87	101	85
Katowice	113	72	0	241	82	84	62	70	106	86
Kraków	294	179	241	0	269	263	224	231	181	206
Lublin	65	111	82	269	0	17	58	47	146	97
Łódź	78	111	84	263	17	0	50	37	136	86
Poznań	113	78	62	224	58	50	0	23	89	54
Szczecin	97	87	70	231	47	37	23	0	104	63
Warszawa	194	101	106	181	146	136	89	104	0	77
Wrocław	147	85	86	206	97	86	54	63	77	0

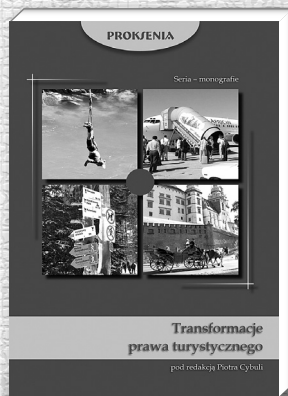
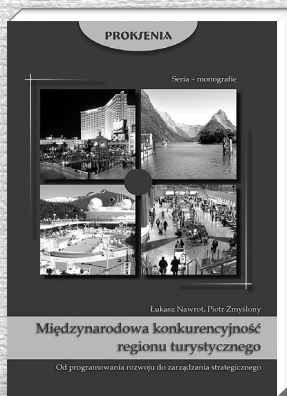
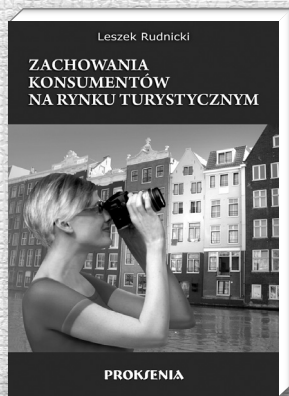
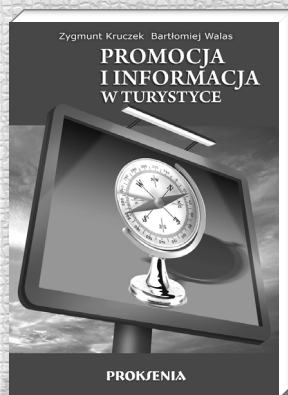
Źródło: Opracowanie własne przy użyciu programu Statistica.

# POLECAMY PODRĘCZNIKI Z ZAKRESU TURYSTYKI



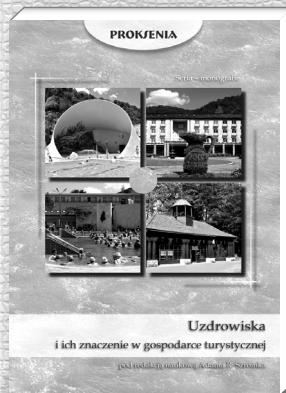
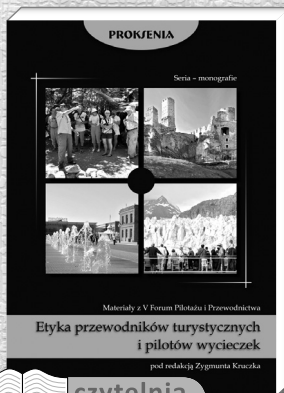
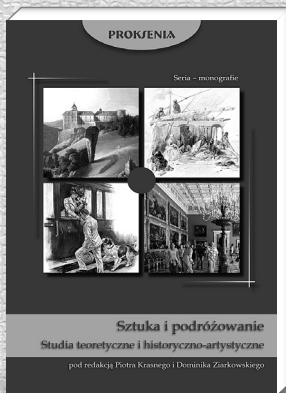
**DYSTRYBUCJA I SPRZEDAŻ KSIĄŻEK**

Wydawnictwo „PROKSENIA”, ul. Sarego 23/2, 31-047 Kraków, tel./fax: 12 421 63 80  
KSIĘGARNIA INTERNETOWA – [www.proksenia.pl](http://www.proksenia.pl)

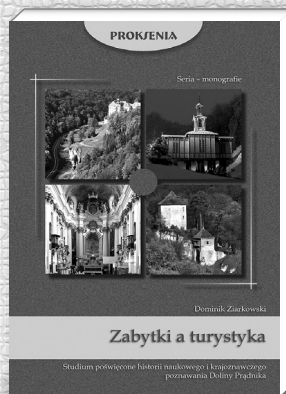
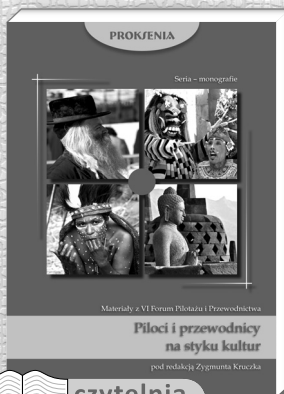
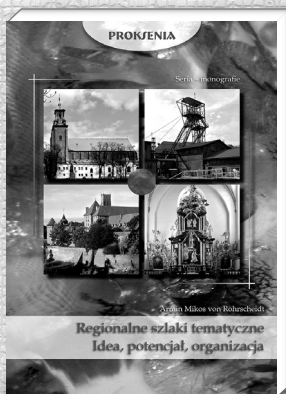


## DYSTRYBUCJA I SPRZEDAŻ KSIĄŻEK

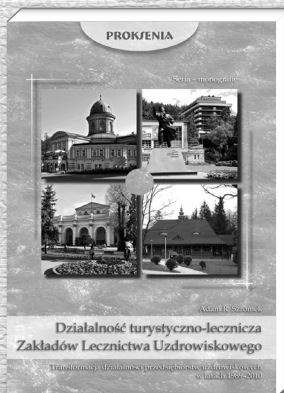
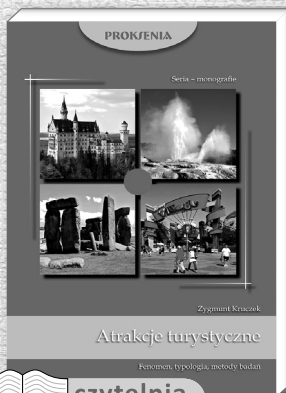
Wydawnictwo „PROKSENIA”, ul. Sarego 23/2, 31-047 Kraków, tel./fax: 12 421 63 80  
KSIĘGARNIA INTERNETOWA – [www.ksiegarnia.proksenia.pl](http://www.ksiegarnia.proksenia.pl)



 czytelnia  
PDF



 czytelnia  
PDF

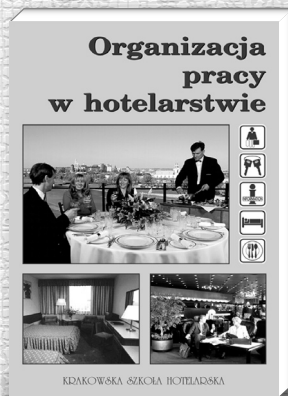
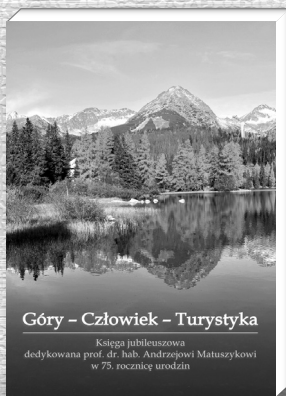
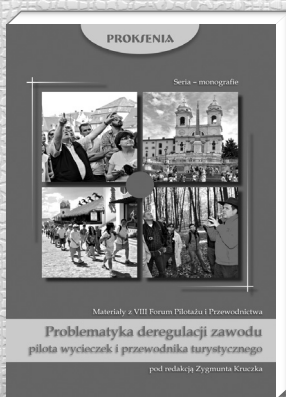
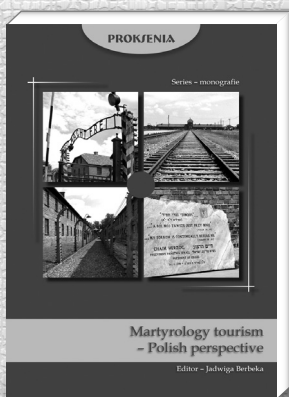
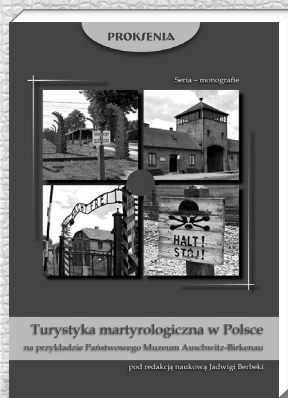
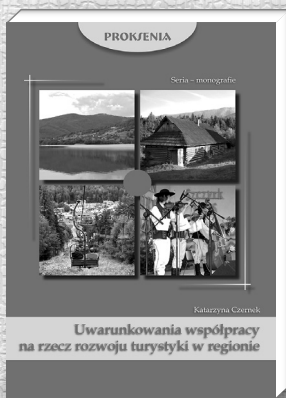
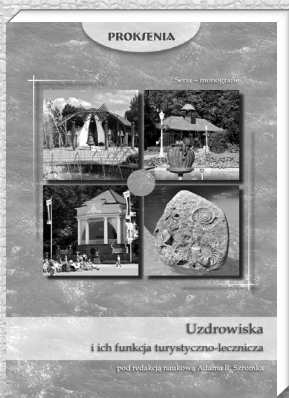


 czytelnia  
PDF

 czytelnia  
PDF

**NOWY DZIAŁ KSIĘGARNI – Darmowa czytelnia z plikami PDF**

**Zapraszamy do naszej księgarni internetowej – [www.ksiegarnia.proksenia.pl](http://www.ksiegarnia.proksenia.pl)  
do pobierania publikacji w formie plików PDF z darmowej czytelni**



**DYSTRYBUCJA I SPRZEDAŻ KSIĄŻEK**

Wydawnictwo „PROKSENIA”, ul. Sarego 23/2, 31-047 Kraków, tel./fax: 12 421 63 80  
KSIĘGARNIA INTERNETOWA – [www.ksiegarnia.proksenia.pl](http://www.ksiegarnia.proksenia.pl)



### Pilotaż i przewodnictwo - nowe wyzwania

Materiały z II Forum Pilotażu i Przewodnictwa



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



### Pilotaż i przewodnictwo w krajach Unii Europejskiej

Materiały z III Forum Pilotażu i Przewodnictwa



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



### Jakość usług w pilotażu i przewodnictwie

Materiały z IV Forum Pilotażu i Przewodnictwa



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



Zygmunt Kruczek

### EUROPA geografia turystyczna



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



Małgorzata Lewan

### Zarys dziejów turystyki w Polsce



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



### jak być HOTELARZEM

Jakub Adamowicz  
Grzegorz Wołak

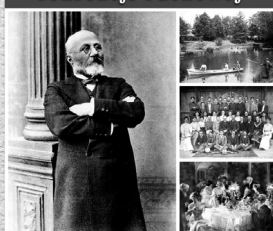


czytelnia  
PDF



Dobiesław Dudek

### Materiały pomocnicze do ćwiczeń z historii rekreacji ruchowej



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



Piotr S. Szlezynger

### Zamek w Korzkwi i jego otoczenie



PROKSENIA  
czytelnia  
PDF



Stanisław Nabelec

### Chronów wieś ongiś szlachecka

Monografia historyczna



czytelnia  
PDF



**NOWY DZIAŁ KSIĘGARNI – Darmowa czytelnia z plikami PDF**

**Zapraszamy do naszej księgarni internetowej – [www.ksiegarnia.proksenia.pl](http://www.ksiegarnia.proksenia.pl)  
do pobierania publikacji w formie plików PDF z darmowej czytelni**

**Wydawca:** Wydawnictwo PROKSENIA

ul. Sarego 23/2, 31-047 Kraków, tel./fax: +48 12 421 63 80

www.proksenia.pl, e-mail: proksenia@proksenia.pl

**ISBN 978-83-60789-60-5**

© Copyright by „PROKSENIA”, Kraków 2015

Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część niniejszej publikacji nie może być kserowana, reprodukowana, przechowywana jako źródło danych, przekazywana w jakiegokolwiek mechanicznej, fotograficznej, elektronicznej lub innej formie zapisu bez pisemnej zgody posiadacza praw.

**Skład, przygotowanie do druku i druk:**



Agencja Reklamowo-Wydawnicza „OSTOJA”  
www.arwostoja.pl, e-mail: biuro@arwostoja.pl  
tel. +48 601 41 01 01