



Piotr Zmyślony

Funkcja turystyczna w procesie internacjonalizacji miast

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 Alejziak, 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

Wstęp.....	5
1. Turystyka i miasta w erze globalizacji.....	21
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
2. Istota turystyki w mieście.....	51
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
3. Turystyka jako funkcja miasta.....	95
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
4. Funkcja turystyczna w koncepcjach funkcjonalnych miast.....	139
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
5. Internacjonalizacja funkcji turystycznej miast	199
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
6. Triada internacjonalizacji funkcji turystycznej miasta – metodyka badań.....	233
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
7. Potencjał międzynarodowy miast polskich w zakresie funkcji turystycznej	275
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
Podsumowanie.....	317
Bibliografia	329
Aneks.....	363

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.

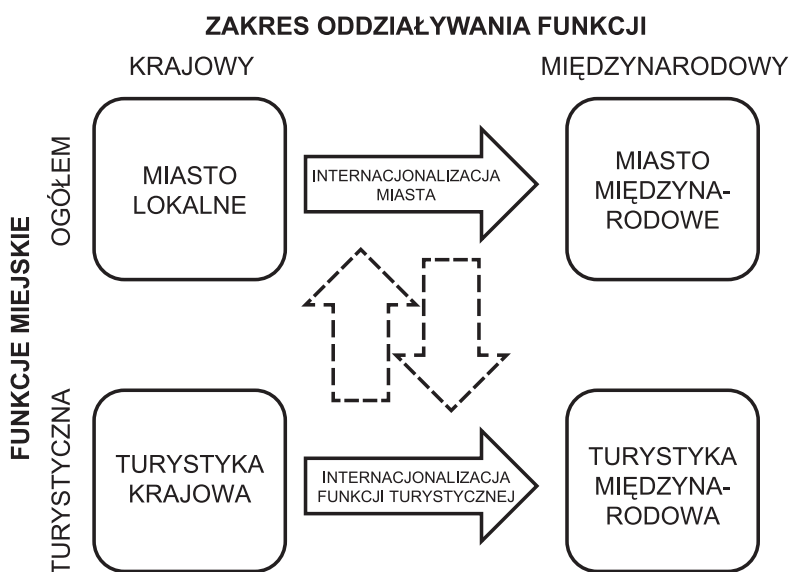
Problem, cele oraz metoda badawcza

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 stricte 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.

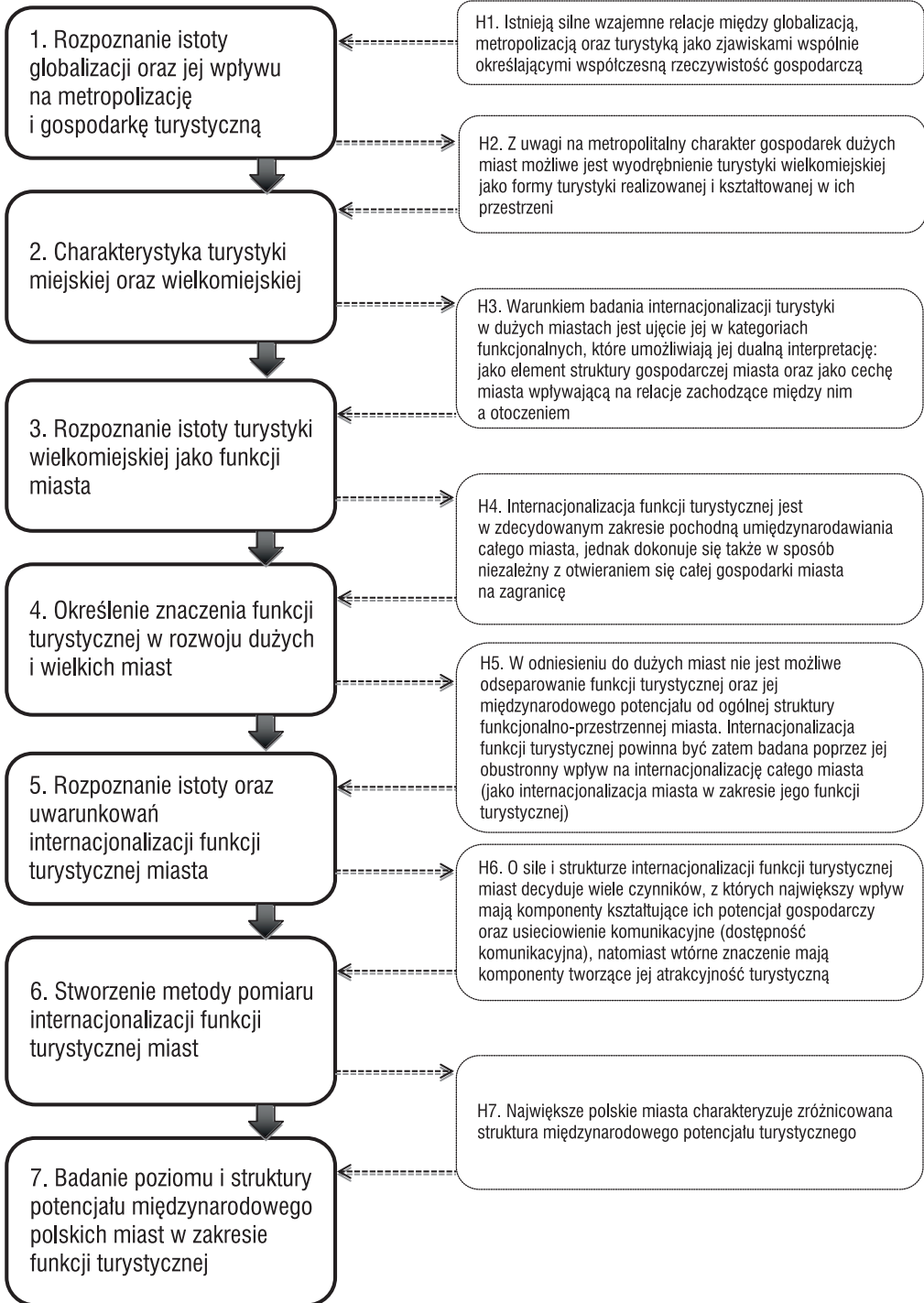
Celem praktycznym badań jest pomiar międzynarodowego potencjału miast polskich w zakresie ich funkcji turystycznej, na który składają się następujące elementy:

- 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 pole 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.

Efektem 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.

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 pielęgnacji 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 sieciową, 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.
- Alejskiak W., (1998), *Geneza i rozwój teorii turystyki (refleksje na kanwie książki B. Vukonica Turizam ususret buducnosti)*, „Folia Turistica”, 8, s. 99–125.
- Alejskiak W., (2005), *Aktualny stan i perspektywy rozwoju badań naukowych nad turystyką*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych*, R. Winiarski, W. Alejskiak (red.), AWF Kraków, WSIZ, Rzeszów, s. 275–299.
- Alejskiak W., (2009), *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, „Studia i Monografie AWF Kraków”, nr 56, Kraków.
- Alejskiak W., (2011), *A global tourism policy – Utopia, alternative or necessity?*, „Folia Turistica”, 25 (1), s. 313–356.
- Alejskiak 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 (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’Hautserre 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 (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), *Problemy 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 kryzysie (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 satelitarne go 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-Kowalska J., Funck R., (1999), *Cultural activities: Source of competitiveness and prosperity in urban regions*, „Urban Studies”, 36 (8).
- Dziembowska-Kowalska 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 (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 (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 (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 (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 (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 (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.).
- Jałowicki B.**, (2004), *Metropolizacja*, [w:] *Wokół socjologii przestrzeni*, A. Majer, P. Starosta (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 53–68.
- Jałowicki 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. Gołembski (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 (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. Jałowicki (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.
- Lemmetäinen 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. Stryjakiewicz (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. Niezgoda (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 (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 keyword 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. Golemski (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. Golemski (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. WSiLz, Rzeszów.
- Nowakowska A.**, (2006), *Turystyka a proces globalizacji*, [w:] *Turystyka w ujeciu podmiotowym i przestrzennym: czlowiek – przestrzen – przedsiebiorstwo*, G. Golemski (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 społeczno-gospodarczego i europejskiej integracji u schyłku XX wieku*, „Przegląd 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.
- Pawluśński R.**, (2008), *Gospodarcze aspekty turystyki*, [w:] *Turystyka*, W. Kurek (red.), Wyd. Naukowe PWN, Kraków, s. 339–405.
- Pawluśński 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. Gołembski (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 (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.
- Zmysłony 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.
- Zmysłony P., (2008), *Partnerstwo i przywództwo w regionie turystycznym*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Zmysłony P., (2011), *Globalizacja i turystyka w miastach: korzyści i zagrożenia*, „Folia Turistica”, 25 (2), s. 329–342.
- Zmysłony 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.
- Zmysłony P., (2013), *Internacjonalizacja zarządzania funkcją turystyczną w dużym mieście*, „Prace Geograficzne Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ”, 134, s. 51–68.
- Zmysłony 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 (data pobrania: 1.10.2015 r.).
- Zmysłony 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 (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 (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://dtxqtq4w60xqpw.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 (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 (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 (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/ (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 (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 (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 (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/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.
- Zmyślony 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.).

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

Piotr Zmyślony – pracownik Katedry Turystyki na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Specjalizuje się w problematyce rozwoju gospodarki turystycznej w miastach i regionach w wymiarze międzynarodowym. Jego badania w tym zakresie dotyczą strategii konkurencyjnych miast na rynku turystycznym, funkcjonowania Destination Management Organizations, tworzenia i wzmacniania relacji biznesowych i instytucjonalnych w turystyce, kształtowania polityki turystycznej oraz rozwoju turystyki biznesowej.

Książka ma charakter monografii naukowej zawierającej zarówno pogłębione studia literaturowe, jak i obszerny materiał empiryczny. Ważnym elementem monografii jest także jej aspekt metodyczny. Publikacja stanowić może bardzo ważne uzupełnienie istotnej luki w wiedzy na temat znaczenia funkcji turystycznej w rozwoju miast, w tym ich internacjonalizacji. Dotychczas temat ten nie był bowiem w literaturze krajowej poruszany, a w każdym razie nie na tak szeroką skalę i nie w sposób tak pogłębiony jak wywody Autora recenzowanej książki.

dr hab. Michał Żemła

Dużym walorem badań oraz samej pracy jest to, że zastosowano w nich holistyczne spojrzenie na funkcję turystyczną, oraz znaczenie, jakie ma ona w procesie internacjonalizacji miast. To szerokie, interdyscyplinarne podejście jest widoczne zarówno w retrospektywnej analizie dotychczasowego dorobku teoretycznego na ten temat, jak również w prezentacji własnych badań empirycznych (a nawet w pewnych sugestiach dotyczących nowych obszarów naukowych dociekań w tym zakresie).

dr hab. Wiesław Alejskiak

