

BARTOSZ KAŻMIERCZAK*

ROZWÓJ TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ SZANSĄ
NA WYKORZYSTANIE POTENCJAŁÓW MAŁYCH MIASTTHE SUSTAINABLE TOURISM AS A CHANCE FOR SMALL
TOWNS TO USE THE MOST OF THEIR EXISTING POTENTIAL

Streszczenie

W sieci osiedleńczej naszego kraju małe miasta stanowią około 75% liczby wszystkich miast. Od lat dziewięćdziesiątych, kiedy nastąpiła transformacja ustrojowa, status małych miast w strukturze osadniczej uległ osłabieniu. Upadek wielkich gospodarstw rolnych i przemysłu przetwórczego doprowadził do ich stopniowej degradacji. Po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej i przyjęciu wspólnej polityki zrównoważonego wzrostu społeczno-gospodarczego opartego o rozwój regionalny, znaczenie małych miast zaczęło rosnąć. Równolegle rozwijana została idea pobudzania lokalnych gospodarek w oparciu o funkcje turystyczne. Według WTO turystyka w minionych dziesięcioleciach stała się jedną z najdynamiczniej rozwijających się gałęzi światowej gospodarki. Trend ten postanowiono wykorzystać w aktywizacji małych miast. Przez ostatnie dwie dekady wiele cennych zasobów związanych z najmniejszymi jednostkami miejskimi zostało zmarnowanych i bezpowrotnie utraconych. Dotyczy to zarówno potencjałów materialnych, kulturowych, jak i ludzkich. Główną ideą i przyczynkiem do podjęcia tematu była chęć pokazania niewykorzystanego, istniejącego waloru do stworzenia atrakcyjnej oferty turystycznej z jednoczesnym udziałem lokalnego potencjału społeczno-gospodarczego.

Słowa kluczowe: planowanie rozwoju miast, turystyka zrównoważona, innowacyjna gospodarka, infrastruktura kolejowa

Abstract

The small towns are making 75% of the entire number of towns and cities. From 90., when we witnessed the political transformation in Poland, the role of small towns in the urban structure of the country decreased. This degradation was a result of the deterioration of huge processing industries and homesteads. After the accession of Poland to European Union and the introduction of sustainable social and economic development basis on the regional scale, the importance of small towns has increased. The idea of activating the local economic growth owing to touristic functions helped to look in another, modern way at small towns. According to World Tourism Organization, tourism has recently begun one of the most important and dynamic branches of the worldwide economy. This trend helps the activation of the small towns. It is especially important in the reference to polish small towns in which many existing material, cultural and social values were devastated because of improper policy. The main idea and the reason to start this research were the necessity of taking advantage of the existing values so as the socio-economic potential in the process of creation the attractive touristic offers.

Keywords: planning of city development, sustainable tourism, innovative economy, railway infrastructure

* Mgr inż. arch. Bartosz Kaźmierczak, Instytut Architektury i Planowania Przestrzennego, Wydział Architektury, Politechnika Poznańska.

1. Miasto oszczędne

Miasto oszczędne to według mnie miasto wykorzystujące swoje szanse rozwojowe. To także miasto odpowiedzialnego i konsekwentnego gospodarza, który potrafi w sposób racjonalny gospodarować dostępnymi zasobami – materialnymi, jak i intelektualnymi. Miasto oszczędne to jednak przede wszystkim miasto ludzi oszczędnych, świadomych ograniczoności zasobów przestrzennych, zaangażowanych w sprawy swojego miasta, dzielnicy, kwartału. Miasto oszczędne to miasto zrównoważonego rozwoju.

Realizacja idei zrównoważonego rozwoju miasta jest procesem niezwykle złożonym i w związku z tym obciążonym dużym ryzykiem niepowodzenia. Jest to jedyny tak szeroko akceptowany paradygmat zakładający możliwość istnienia miasta oszczędnego, a jednocześnie stwarzającego dogodne i atrakcyjne warunki życia mieszkańcom i odwiedzającym. Uzyskanie takiej współzależności jest możliwe dzięki promowaniu neokonsumpcyjnego stylu życia oraz tworzeniu ram organizacyjno-prawnych do funkcjonowania gospodarki opartej na wiedzy, innowacjach i nowych technologiach. Głównym problemem w równoważeniu rozwoju miast jest prymarny konflikt pomiędzy interesem ekonomicznym, społecznym i przestrzennym. Trudność w uzyskaniu konsensusu w sprawie przyjmowanych rozwiązań przestrzennych wynika głównie z dwóch powodów: rozbieżności partykularnych interesów poszczególnych grup oraz braku możliwości prowadzenia konstruktywnego dialogu. Pierwszy problem jest raczej wynikiem procesów społeczno-ekonomicznych i kulturowych, a tym samym jest czynnikiem obiektywnym i nie ma zbyt wielu możliwości na osiągnięcie dostatecznej sterowalności tymi procesami. Inaczej uwarunkowany jest drugi problem – w większym stopniu uwarunkowany subiektywnymi ocenami i postawami społecznymi, procedurami administracyjnymi, poziomem świadomości uczestników dyskursu itd., który – jako architekt i urbanista możemy starać się rozwiązywać, preferując w projektach rozwiązania minimalizujące powstawanie konfliktów, nie godząc się z presją inwestora na nieracjonalne wykorzystanie dostępnych zasobów czy podejmując dialog ze wszystkimi zainteresowanymi poprzez udział w innowacyjnych przedsięwzięciach takich jak warsztaty Charrette² itp.

2. Turystyka a rozwój małych miast

Światowa Organizacja Turystyki³ zwraca uwagę na fakt, że stale rosnąca liczba jednostek obsługujących ruch turystyczny w znacznym stopniu pobudza rozwój gospodarek rynkowych w wielu krajach. Popyt

² Warsztaty Charrette są formą interdyscyplinarnej „burzy mózgów” z udziałem przedstawicieli grup zainteresowanych zmianami przestrzennymi na opracowywanym obszarze. Charrette jest formą partycypacji społecznej w procesie planowania przestrzennego lansowaną przez nurt „New Urbanism”. Autor był inicjatorem i współorganizatorem pilotażowego warsztatu Charrette w Poznaniu w 2007 roku.

³ WTO – *World Tourism Organization* (utworzona w 1975 roku z siedzibą w Madrycie) jest organizacją pozarządową, stanowiącą agendę ONZ, która skupia państwa odgrywające istotną rolę w światowej gospodarce turystycznej. Jej działalność polega między innymi na: analizowaniu danych statystycznych, określaniu trendów oraz pomocy państwom członkowskim w planowaniu i zarządzaniu turystyką. Według WTO od końca lat 90. do 2007 roku turystyczny rynek pracy wzrósł w krajach Unii Europejskiej o ok. 10%, a w Europie Wschodniej i Środkowej o ok. 37%, co przekłada się na 6 mln nowych miejsc pracy.

Światowa Organizacja Turystyki, opierając się na tendencjach obserwowanych w ostatnich latach XX w., sporządziła długoterminową prognozę rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego. Bazując na danych wyjściowych z 1995 r., dokonano ocen wielkości turystycznych przyjazdów zagranicznych do 2020 r. Obecnie po upływie 2/5 okresu prognostycznego można stwierdzić, iż ocena WTO okazała się bardzo trafna [*Projekt strategii rozwoju turystyki na lata 2007–2013*, dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dn. 21.06.2005, www.mg.gov.pl].

na usługi turystyczne rośnie szybciej niż ruch turystyczny, a często nawet niezależnie od jego poziomu. Turystyka jest źródłem koniunktury gospodarczej dla wielu dziedzin gospodarki i największym generatorem miejsc pracy na świecie⁴. Dla wielu regionów turystyka stanowi podstawowy czynnik aktywizacji społeczno-gospodarczej, przyczyniając się do redukcji bezrobocia, wzrostu dochodów, rozwoju infrastruktury, a także podniesienia poziomu i jakości życia. Rozwój turystyki w miastach jest szansą na powstanie nowych impulsów funkcjonowania zaniedbanych dzielnic czy terenów poprzemysłowych. W krajach Unii Europejskiej zwraca się szczególną uwagę na zagadnienia rewitalizacji obszarów postindustrialnych (pokolejowych) i zdegradowanych, a także dąży się do zintegrowania polityki ochrony wartości kulturowych z założeniami polityki gospodarczej i rozwoju turystyki⁵ [3].

W wyniku wzrostu świadomości społecznej co do materialnych i niematerialnych kosztów rozwoju turystyki masowej oraz zmian zachodzących w stylu życia współczesnego świata, pojawił się trend związany się rozwojem turystyki alternatywnej w stosunku do powszechnych form turystyki masowej [4]. Pojęcie turystyki alternatywnej (*alternative tourism*)⁶ definiowane jest jako formy ruchu turystycznego zakładające jak najmniejszą ingerencję w środowisko naturalne i społeczne obszarów recepcji turystycznej. Przemiany współczesnej turystyki dokonują się w zgodzie z założeniami rozwoju zrównoważonego. Na tym modelu opiera się również idea turystyki zrównoważonej (*sustainable tourism*), która określana jest jako turystyka łagodna lub przyjazna środowisku [5]. Rozwój zrównoważony w kontekście rozwoju turystyki oznacza zachowanie tożsamości kulturowej stanowiącej ważny czynnik atrakcyjności miejsca. Dążenie do zachowania odrębności jest szczególnie istotne w dobie globalizacji, gdy w wielu dziedzinach życia wyraźnie rysują się tendencje do unifikacji i produkcji masowej. Zachowanie lokalnego kolorytu w kulturze wiąże się z koniecznością świadomego dążenia do zachowania różnorodności [6].

W kontekście rozwijania miejskiej turystyki zrównoważonej warta podkreślenia jest idea swojskości krajobrazu kulturowego. Jej istotę stanowią związki emocjonalne człowieka z miejscem oraz między członkami określonej wspólnoty przynależącej do jednego terytorium. Zapewnienie zrównoważonego rozwoju turystyki w małych miastach jest niezmiernie ważne, zwłaszcza tam, gdzie turystyka miejska jest ściśle powiązana z walorami przyrodniczymi regionu. Do podstawowych celów rozwoju turystyki w miastach zalicza się:

- poprawę jakości życia mieszkańców,
- rewaloryzację dziedzictwa historycznego,
- aktywizację lokalnej gospodarki,
- poprawę jakości przestrzeni miejskiej,
- wzbogacenie wizerunku miasta [7].

Istotą aktywizowania małych miast w oparciu o turystykę zrównoważoną jest właściwe gospodarowanie zasobami i dzięki zastosowaniu innowacji przekształcenie ich w czynniki stymulujące rozwój. Powo-

⁴ Globalizacja wpływa na zwiększenie tempa zmian, wzrost ich skali, poszerzenie zakresu zjawisk społecznych i ekonomicznych, a także na wzrost złożoności tych współoddziaływań [1, 2].

⁵ Należy podkreślić, iż proces rozwoju turystyki musi przebiegać w sposób zrównoważony i harmonijny. Zbyt intensywny rozwój może powodować niebezpieczeństwa dla rodzimego stylu bycia i życia, jak np. pojawienie się wraz z turystami coca-coli, t-shirtów itd. [8, 9]. Źródło: [10]

⁶ Ten rodzaj turystyki określane jest jako: turystyka odpowiedzialna (*responsible tourism*), turystyka dyskretna (*discreet tourism*), zielona (*green tourism*), przyjazna środowisku (*environmentally friendly tourism*), właściwa (*appropriate tourism*), ekoturystyka (*ecotourism*), ekoetnoturystyka (*ecoethnotourism*), ekologiczna (*ecological tourism*) lub miękka, łagodna (*soft tourism*). Turystyka alternatywna przyczynia się do osiągnięcia równowagi między wymaganiami ochrony środowiska, potrzebami lokalnej ludności oraz zachowania walorów przyrodniczych i kulturowych dla następných pokoleń [11].

dzenie zależy przede wszystkim od sprawności funkcjonowania systemów społeczno-gospodarczych miasta oraz od ich umiejętności racjonalnego wykorzystania lokalnych potencjałów. Istotnym elementem warunkującym sukces jest współpraca między ośrodkami lokalnymi, gdyż współpraca gmin może przynieść większe korzyści niż destrukcyjna walka konkurencyjna. Często występowanie walorów turystycznych nie ogranicza się do jednej gminy, a sąsiednie miasteczka mogą również reprezentować zbliżony poziom atrakcyjności przestrzennej. Lepiej więc zachęcić turystów do odwiedzin regionu, niż stracić potencjalnego klienta w wyniku rywalizacji [12].

3. Innowacyjna gospodarka a produkty turystyki zrównoważonej

Innowacje stanowią wszelkie uznane przez człowieka za nowości zmiany w stosunku do stanu poprzedniego. Dotyczą one wartości i zjawisk kulturowych, prądów, myśli, obyczajów, poglądów, nowości technicznych, usprawnień organizacyjnych i społecznych w zakresie wszelkich dziedzin życia gospodarczego. Innowacje są rezultatem procesów innowacyjnych rozpoczynających się dostrzeżeniem okazji czy potrzeby wymagającej zaspokojenia bądź też problemu wymagającego rozwiązania, a kończących się przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania nowych lub udoskonalonych materiałów, wyrobów, urządzeń, usług, procesów lub metod, przeznaczonych do wprowadzenia na rynek albo do innego wykorzystania w praktyce [13]. Źródła innowacji to przyczyny, impulsy, zespoły warunków powodujące powstanie innowacji. Można podzielić je na:

- podażowe,
- popytowe.

Źródła podażowe obejmują wszelkie idee, impulsy innowacyjne tkwiące w działalności naukowej i technicznej – innowacje są zdeterminowane bezpośrednio przez rozwój nauki i techniki, który przebiega zgodnie z prawidłowościami właściwymi dla tych dziedzin. Źródła popytowe innowacji wypływają z potrzeb rynku, produkcji, ochrony środowiska naturalnego, sektora wojskowego (Penc, 2001). Istotą innowacyjnej gospodarki jest wiązanie źródeł innowacji z ich odbiorcami. W tym celu należy wspierać procesy innowacyjne, a następnie tworzyć strategie marketingowe stymulujące zapotrzebowanie na określoną innowację. Schemat taki nastawiony jest na promowanie innowacji wynikających z zaistniałych potrzeb – nisz rynkowych, i lepiej będzie się sprawdzać w niewielkich miastach o ograniczonym potencjale innowacyjnym⁷. Zasadę tę można stosować również w formie odwróconej. W takim przypadku istotną rolę odgrywać będą ośrodki B+R, a co za tym idzie, rozwijanie takiego modelu przypisane będzie miastom dużym. Często zdarza się, że równolegle powstają innowacje dotyczące tego samego obszaru działań, lecz pochodzące z różnych źródeł.

W kontekście rosnącej konkurencji na rynku turystycznym, stosowania nowych technik i technologii w gospodarce turystycznej oraz zmieniających się upodobań i wymagań turystów, czynnik jakości nabiera coraz większego znaczenia. Dostosowanie polskiego rynku turystycznego do standardów europejskich i światowych stanowi podstawę konkurencyjności. Wiąże się z tym konieczność stworzenia oferty atrakcyjnych i różnorodnych produktów turystycznych⁸. Innowacyjne podejście do wykorzystania istniejących

⁷ Potencjał innowacyjny to wskaźnik opisujący możliwość danego ośrodka do wytworzenia i późniejszego wykorzystania innowacji. Istnieją różne metody określania potencjału innowacyjnego.

⁸ Produkt turystyczny można podzielić na prosty i złożony. Do produktów prostych zalicza się produkty, które zaspokajają jedną potrzebę w ramach jednego wyjazdu, jak: pojedyncze usługi turystyczne (np. hotelarskie), dobra turystyczne (np. przewodniki czy mapy) oraz obiekty turystyczne (np. muzea, pomniki przyrody, obiekty czy zespoły zabytkowe). Mianem złożonych produktów turystycznych określa się takie produkty, który zawierają w sobie elementy

zasobów, stworzenia odpowiednich procedur planistycznych i organizacyjnych czy też innowacyjny pomysł na promocję produktu turystycznego jest więc zasadniczym czynnikiem w budowaniu przewagi konkurencyjnej miasta.

4. „Turystyka kolejowa w Wielkopolsce” – produkt turystyki zrównoważonej

Polityka turystyczna Unii Europejskiej jest prowadzona kompleksowo, łącząc zadania z różnych dziedzin polityki, bez podziału na poszczególne sektory. Wspiera aktywności podejmowane na poziomie regionalnym, dążąc do zmniejszenia zróżnicowania gospodarczego w poszczególnych krajach poprzez promowanie harmonijnego rozwoju. W Polsce (od 2007 roku) władze regionalne otrzymały możliwość dysponowania funduszami europejskimi w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO)⁹. Każde województwo samodzielnie określiło priorytety działań współfinansowanych przez UE oraz sformułowało szczegółowe wytyczne w zakresie działań możliwych do podjęcia w ramach priorytetów.

Turystyka stanowi istotne zagadnienie w polityce województwa wielkopolskiego. Przydzielenie turystyce osobnego priorytetu, a co za tym idzie i funduszy, spowodowało aktywizację lokalnych przedsiębiorców oraz organizacji pozarządowych. Rezultatem jest konkretyzacja celów statutowych i dążenie do realizacji wyznaczonych zamierzeń inwestycyjnych. Wiele firm i przedsiębiorstw oraz organizacji pożytku publicznego powstało dzięki realnej możliwości wdrożenia swoich planów, przy wsparciu finansowym i instytucjonalnym ze strony władz regionalnych. Powstało wiele interesujących i godnych naśladowania inicjatyw związanych z rozwojem turystyki na terenie województwa wielkopolskiego.

Doskonałym przykładem działań oddolnych, inspirowanych przez władze lokalne, a zaakceptowanych na szczeblu regionalnym, jest program „Turystyka kolejowa w Wielkopolsce”. Jego założenia wpisują się w ideę zrównoważonego rozwoju turystyki. Zakłada on wykorzystanie istniejącego potencjału związanego z infrastrukturą kolejową w oparciu o sieć połączeń kolejowych pomiędzy miejscowościami posiadającymi obiekty związane z historią kolei.

Bazą budowania tego produktu jest jedyna czynna w Polsce parowozownia znajdująca się w Wolsztynie oraz połączenia kolejowe między Wolsztynem a Poznaniem i Leszmem, obsługiwane przez zabytkowe parowozy. Oferta i zasięg terytorialny proponowanych w ramach tego produktu usług ma zostać w przyszłości rozszerzona. Do potencjalnych partnerów należą: Grodziska Kolej Drezynowa i Wielkopolski Park Historii Kolei w Gnieźnie. Najważniejsze zalety tego produktu turystycznego są następujące:

- środek transportu zbiorowego pełni zarazem rolę atrakcji turystycznej,
- pojawia się możliwość aktywizowania lokalnych społeczności przez zatrudnienie w sektorach związanych z obsługą ruchu turystycznego (np. w coraz mniej popularnych zawodach związanych z kolejnictwem),

zaspokajające różne potrzeby towarzyszące podstawowej, jaką jest motyw wyjazdu (np. imprezy turystyczne i szlaki turystyczne).

Produkt turystyczny miejscowości lub regionu stanowi szczególny rodzaj złożonego produktu turystycznego. Zawiera w sobie produkty proste i złożone oferowane przez podmioty działające na danym obszarze, do których należą zarówno walory, jak i usługi turystyczne, i nosi miano produktu markowego [14].

⁹ W województwie wielkopolskim zdefiniowano siedem priorytetów: konkurencyjność przedsiębiorstw, infrastruktura komunikacyjna, środowisko przyrodnicze, rewitalizacja obszarów problemowych, infrastruktura dla kapitału ludzkiego, turystyka i środowisko kulturowe, pomoc techniczna. Szósty priorytet podzielony jest na dwa zadania: 6.1 turystyka oraz 6.2 rozwój kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego.



Fot. 1. Atrakcyjne pod względem architektury wielkopolskie stacje kolejowe w małych miastach stanowią niewykorzystany potencjał turystyczny regionu (fot. B. Kaźmierczak)

Photo 1. Architecturally attractive small-town railway stations in Wielkopolska make the unused tourist potential of this region (photo B. Kaźmierczak)



Fot. 2. Zdekapitalizowana zabudowa stanowi znaczną część infrastruktury kolejowej w Wielkopolsce i wymaga odnowy – przykład stacji w Wągrowcu (fot. M. Karnaś)

Photo 2. Decapitalized buildings form a large part of Wielkopolska's railway infrastructure which needs renovation – Wągrowiec station (photo M. Karnaś)



Fot. 3. Alternatywą dla rozwoju turystyki kolejowej są szlaki drezynowe, które mogą powstawać na nieczynnych liniach kolejowych (źródło: www.drezyny.kolej.one.pl)

Photo 3. Trolley routes, which may be marked out on closed railways, are an alternative for the development of railway tourism (source: www.drezyny.kolej.one.pl)

- można wykorzystać istniejącą, choć wymagającą modernizacji infrastrukturę (zagospodarowanie nie wymaga nowych terenów pod inwestycje),
- sieciowy charakter struktury umożliwia ciągłe jej rozszerzanie,
- aktywizacja turystyczna małych miast wpływa pozytywnie na ochronę przed zniszczeniem historycznej zabudowy, która stanowi o charakterze danej miejscowości.

5. Podsumowanie

Turystyka jest dynamicznie rozwijającą się dziedziną gospodarki i największym generatorem miejsc pracy na świecie. Rozwój przemysłu turystycznego w warunkach globalizacji i stale rosnącej konkurencyjności powoduje konieczność nowego spojrzenia na walory przyrodnicze i kulturowe. Ekspansywny rozwój turystyki wywołuje wiele niepożądanych skutków. Zbyt intensywne zagospodarowanie turystyczne wpływa na degradację kulturową i przyrodniczą, komercjalizację przestrzeni, unifikację oferty usługowo-handlowej. Konsekwencją jest spadek atrakcyjności danego obszaru, a tym samym zagrożenie dla rozwoju turystyki. Realizowanie idei turystyki zrównoważonej stanowi próbę odpowiedzi na zjawiska niepożądane.

Zrównoważony rozwój turystyki pozytywnie wpływa na aktywizację społeczno-gospodarczą regionów, gmin, miast i miasteczek, stymuluje powstawanie nowych impulsów funkcjonowania miasta, stanowi szansę na redukcję bezrobocia, a także pozytywnie wpływa na jakość życia lokalnych społeczności. Z tych powodów powinien być przedmiotem zainteresowania zarówno ze strony samorządów, mieszkańców, jak też ośrodków B+R oraz przedsiębiorców.

Literatura

- [1] Węclawowicz G., *Geografia społeczna miast*, Warszawa 2007.
- [2] Szymańska D., *Niektóre aspekty urbanizacji w Polsce w latach 1950–2000*, [w:] *Przemiany bazy ekonomicznej i struktury przestrzennej miast*, red. J. Słodczyk, UO, Opole 2002.
- [3] Ziobrowski Z., *Gospodarowanie przestrzenią w Polsce w świetle spójności z Unią Europejską – uwarunkowania, kierunki zmian*, [w:] *Problemy rozwoju miast*, Kwartalnik Naukowy 1/2, Kraków 2007.
- [4] Gaworecki W., *Turystyka*, Warszawa 2003.
- [5] Meyer B., *Kształtowanie układów przestrzenno-funkcjonalnych przez turystykę*, Szczecin 2008.
- [6] Pawłowska K., Swaryczewska M., *Ochrona dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie i partycypacja społeczna*, Kraków 2002.
- [7] Price M.F., *Patterns of the development of tourism in mountain environments*, GeoJournal, 27, 1. 1992
- [8] Podemski K., *Socjologia podróży*, UAM, Poznań 2004.
- [9] Kurek W., Mika M., *Turystyka jako przedmiot badań różnych dyscyplin naukowych*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Kraków 2007.
- [10] Mika M., *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Kraków 2007.
- [11] Kowalczyk A., *Rozwój funkcji turystycznej jako cel polityki miejskiej*, [w:] red. G. Gołembski, *Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce*, Warszawa 2003.
- [12] Niezgodą A., *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, AE, Poznań 2006.
- [13] Penc J., *Strategiczny system zarządzania*, Warszawa 2001.
- [14] Bartmann A., Nawrocka E., *Jakość i marka jako podstawowe narzędzia różnicowania produktu przedsiębiorstw turystycznych*, [w:] *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Wrocław 1996.