

Beata MEYER, Aleksander PANASIUK

PROGRAMOWANIE ROZWOJU TURYSTYKI WODNEJ NA PRZYKŁADZIE SZCZECINA

DEVELOPMENT PROGRAMMING OF WATER TOURISM ON THE EXAMPLE OF SZCZECIN

Katedra Zarządzania Turystyką, Uniwersytet Szczeciński, ul. Cukrowa 8, 70-781 Szczecin
e-mail: beata.meyer@wzieu.pl, aleksander.panasiuk@wzieu.pl

Summary. Creating a recognizable tourist product of a city requires basing it on resources that are unique but also difficult to copy or imitate. The aquatic environment, considering its diversity and the plurality of opportunities for touristic use, could fulfill that role. The goal of the paper is to identify possible ways of harnessing water spaces in Szczecin for tourist product creation, along with the presentation of the tourism development program of territories waterfronts and waters of Szczecin. The diversity of water spaces in Szczecin (they take up 1/4 of the city's overall area) could become a base for a complex, characteristic tourist product, which would serve both the recreation of the city's residents and tourists (mass event organization) and active (sailing, kayaking) or sightseeing tourism (including nature tourism). The creation of a unique product of this type, one that would go well with the city's brand, could be the base for effective competition with other cities.

Słowa kluczowe: turystyka, turystyka wodna, produkt turystyki wodnej, planowanie turystyczne.

Key words: tourism, water tourism, water tourist product, tourism planning.

WPROWADZENIE

Miejskie obszary turystyczne, mają zazwyczaj charakter wielofunkcyjny. Turystyka jest tylko jedną z wielu funkcji (rzadko najistotniejszą) i konkuruje o przestrzeń oraz sposób jej zagospodarowania z pozostałymi funkcjami miejskimi. Jednocześnie dość podobny charakter miejskich obszarów turystycznych wymaga podjęcia działań skierowanych przede wszystkim na wyraźne wyróżnienie spośród innych miast, co może być podstawą dla skutecznego konkurowania. Szczecin jest miastem, którego wyróżnikiem są obszary wodne i zielone w powierzchni miejskiej (odpowiednio 25 i 20%). Mogą one stanowić podstawę dla kreowania niestandardowych dla miast cząstkowych produktów turystycznych, dając szansę na podniesienie pozycji konkurencyjnej. Celem opracowania jest identyfikacja możliwych kierunków wykorzystania przestrzeni wodnych (i nadwodnych) w Szczecinie, dla kreowania zróżnicowanych produktów turystycznych, wraz z prezentacją Programu turystycznego rozwoju akwenów i terenów nadwodnych Szczecina. Turystyka wodna dzięki opracowanemu programowi może stać się podstawą kreowania konkurencyjności turystycznej miasta.

FUNKCJA TURYSTYCZNA JAKO ELEMENT KONKURENCYJNOŚCI MIAST

Zmieniające się trendy we współczesnej turystyce są przyczyną coraz częstszego wybierania obszarów miejskich, jako docelowych miejsc wyjazdów turystycznych (Żabińska 2013). Wcześniej miasta postrzegane były głównie przez pryzmat turystyki krajoznawczej (zabytki) oraz kulturowej (wystawy, imprezy). Standardowe warunki życia w obszarach zurbanizowanych powodowały, że na wyjazdy wypoczynkowe wybierane były obszary o niskim poziomie urbanizacji. Współcześnie możliwe sposoby spędzania czasu wolnego w miastach obejmują coraz większą liczbę aktywności, które są postrzegane jako atrakcyjne przez turystów.

Miasta od początków swojego istnienia pełniły wiele zróżnicowanych funkcji (Zarządzanie przestrzenią... 2012). Uznając, że funkcja to „każda działalność społeczno-ekonomiczna wykonywana w mieście, niezależnie od jej rangi ekonomicznej i przestrzennej, rozpatrywana zarówno od strony miasta, jak i sieci (systemu) osadniczego, w skład którego ono wchodzi” (Geografia urbanistyczna 2008) można przyjąć, że miasta mają charakter multifunkcyjny, a im większe miasto tym większe zróżnicowanie pełnionych funkcji (Konkurencyjność... 2012). Stanowią one swoisty system obejmujący elementy pozostające we wzajemnych relacjach (Gorzela 2008), a wyrazem pełnionych funkcji jest forma użytkowania ziemi, wypełniająca określony fragment przestrzeni miejskiej (Geografia... 2008). Wielość, zróżnicowanie i lokalizacja funkcji w miastach ulegają zmianom w czasie.

Przemiany te są konsekwencją coraz silniejszej konkurencji pomiędzy miastami, wymagającej jak najbardziej efektywnego wykorzystania ich potencjału oraz kształtowania poziomu konkurencyjności miast. Konkurencyjność to zdolność do sprawnego realizowania celów na rynkowej arenie konkurencji (Stankiewicz 2005), którą można wiązać ze zdeterminowaniem przestrzennym (Adamkiewicz-Drwiłło 2002), odnosząc także do obszaru lokalnego. Tym samym coraz częściej w badaniach konkurencyjności podnoszony jest aspekt terytorialny. Analizowana jest także konkurencyjność miast, w tym konkurencyjność turystyczna (Panasiuk 2014).

Kształtowanie konkurencyjności, w myśl koncepcji marketingu terytorialnego, staje się jednym z podstawowych zadań jednostek. Konkurencyjność miasta postrzega się zatem jako trwałą przewagę (lub dystans) nad innymi miastami, tworzącymi grupę pod względem określonych kryteriów, a także jako trwałą zdolność umożliwiającą sprostanie w różnych układach konkurencyjnych innym miastom (Tatuśko 2002; Grabowski 2008; Kompendium wiedzy... 2010). Konkurencyjne podmioty często wykorzystują bardzo podobne narzędzia, czego konsekwencją jest powielanie rozwiązań i pomysłów skutkujące unifikacją funkcjonalną, przestrzenną i kompozycyjną miast (Wójtowicz-Wróbel 2008). Konieczne staje się więc znalezienie (lub wykreowanie) nowych płaszczyzn konkurencji, które pozwolą na zachowanie indywidualnego charakteru miasta pozwalające na jego łatwą identyfikację. Coraz częściej uznając, że tradycyjne rozwojowe funkcje miast przestają spełniać swoją rolę, podejmowane są próby znalezienia nowych, które mogłyby przejąć ich rolę (Czornik 2004). Współcześnie zauważalne jest wyraźne odchodzenie od tradycyjnych „twardych” czynników rozwoju, w kierunku czynników „miękkich”, takich jak warunki życia, czy atrakcyjność dla turystów (Bontje i Musterd 2009). Turystyka wraz z jakością otoczenia jest identyfikowana jako jeden z zasadniczych czynników konkurencyjności terytorialnej (Raczyk i in. 2012). Jednak również w tym przypadku, trudny do zatrzymania proces unifikacji krajobrazów miejskich może spowodować brak zainteresowania turystów konkretnym miastem (Skalski 2008).

Dążenie do osiągnięcia wysokiej pozycji konkurencyjnej przy wykorzystaniu funkcji turystycznej wymaga oparcia oferty miasta na zasobach, nie tylko cennych, ale przede wszystkim trudnych do skopiowania czy naśladowania, co może zapewnić unikatowość produktu i zainteresowanie turystów. Dla rozwoju turystyki w mieście kluczowe znaczenie mogą mieć te elementy środowiska, które w sposób wyraźny wyróżniają się w przestrzeni miasta, często odróżniając je także spośród innych miast. Można do nich zaliczyć środowisko wodne, gdyż mimo tego, że większość miast dysponuje w swojej przestrzeni zasobami wodnymi, to ich charakter i jakość mogą stanowić podstawę kreowania wyróżnikowych produktów turystycznych.

PRZESTRZEŃ WODNA I NADWODNA SZCZECINA JAKO ELEMENT ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ MIASTA

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem interpretowanym wieloaspektowo i dyskutowanym na płaszczyźnie definicyjnej (Mika 2014). Jednak najczęściej prezentowany jest pogląd, że atrakcyjność turystyczna obszaru jest wypadkową walorów turystycznych, zagospodarowania turystycznego oraz dostępności komunikacyjnej (Turystyka 2008). W ujęciu ekonomicznym atrakcyjność turystyczną należy traktować jako miarę podaży turystycznej (Ekonomika turystyki 2011) Szczecin dysponuje zróżnicowanym spektrum walorów turystycznych, które mogą stanowić podstawę kreowania częściowych produktów turystycznych, jak i całościowego produktu turystycznego miasta. Za najistotniejsze uznaje się zazwyczaj walory antropogeniczne (kulturowe) (Meyer i Panasiuk 2002). Za atrakcje turystyczne uznaje się również organizowane współcześnie imprezy, z których w Szczecinie odbywają się cyklicznie np. Dni Morza. Duże znaczenie dla atrakcyjności miasta ma finał regat The Tall Ship Races, który odbył się w Szczecinie już dwukrotnie (2007, 2013), a w 2017 r. planowany jest po raz kolejny (w 2013 r. uczestniczyło w nim ponad 2 mln osób). W 2015 r. po raz pierwszy natomiast zorganizowano Finał Regat Bałtyckich. Należy ponadto wymienić cyklicznie organizowane Dni Odry, podczas których ma miejsce oficjalne coroczne zakończenie Flisu Odrzańskiego.

Szczecin jest miastem rozległym przestrzennie (ponad 300 km²), o zróżnicowanym środowisku przyrodniczym, w którym duży udział mają obszary wodne i zielone (odpowiednio 25 i 20%). W oparciu o walory środowiska przyrodniczego w Szczecinie powstało wiele parków (w tym Ogród Różany i Park Dendrologiczny) oraz obszarów chronionych z unikatowymi gatunkami fauny i flory. Unikatowy charakter łączący elementy antropogeniczne z przyrodniczymi oraz wyjątkową funkcją miejsca ma Cmentarz Centralny, będący największą nekropolią w Polsce (ponad 169 ha), a trzecią w Europie, o charakterze parku krajobrazowego z wyjątkowo bogatą fauną i florą (360 gatunków drzew i krzewów).

Obszary wodne stanowiące ok. ¼ powierzchni miasta obejmują: jezioro Dąbie, Odrę wraz z Międzyodrzem, liczne ciek wodne i jeziora położone na terenie miasta. Oś systemu wodnego stanowi rzeka Odra płynąca przez miasto dwoma nurtami. Odgałęzienie wschodnie (Regalica) uchodzi do jeziora Dąbie a zachodnia część Odry jest główną drogą wodną łączącą port szczeciński z Bałtykiem. Obszar zawarty między Odrą a Regalicą posiada bogaty układ hydrograficzny, będący wynikiem działalności gospodarczej prowadzonej w XIX wieku (Białecki 1977). Ważnym elementem hydrografii Szczecina są liczne jeziora: Dąbie (55,6 km²), Głębokie, Szmaragdowe, Rusalka. Wśród obszarów wodnych wiele ma charakter

unikatowy, co potwierdzają utworzone tam formy ochronne w postaci m.in.: Obszarów Natura 2000 (3 z 4 tego typu obszarów są ulokowane w dolinie Odry, częścią czwartego jest Jezioro Szmaragdowe), parków krajobrazowych (jednym z dwóch jest PK Dolina Dolnej Odry), korytarzy ekologicznych o znaczeniu ponadlokalnym (4 z 6 obejmują obszary wodne) (Diagnoza społeczna... 2010).

Wyjątkowe położenie miasta u ujścia Odry do jeziora Dąbie i Zalewu Szczecińskiego wraz z wyjątkowo zróżnicowaną siecią hydrograficzną stwarza duże możliwości wykorzystania unikatowych przestrzeni wodnych i nadwodnych dla zwiększenia atrakcyjności turystycznej miasta (Meyer 2015). Jednak przestrzenie te (stanowiące naturalny potencjał turystyczny Szczecina) najczęściej są wykorzystywane na potrzeby rekreacji mieszkańców, turystyki żeglarskiej oraz jako atrakcyjne tło innych aktywności:

- bulwary nadodrzańskie, jako atrakcyjną widokowo część spacerową;
- rejsy Białą flotą, katamaranem, wypożyczoną łodzią motorową (jedynie w sezonie letnim), wodolotem do Świnoujścia;
- spływy kajakowe i możliwość wędkowania w obszarze Międzyodrza;
- możliwość cumowania cruiserów morskich i rzecznych (w 2014 odpowiednio 3 i 90, którymi przyłynęło ok. 7 000 pasażerów, liczba jednostek zawijających do Szczecina nie wykazuje tendencji rosnącej (Wizyty 2015)

Ponadto w Szczecinie funkcjonują:

- mariny i przystanie żeglarskie (12 łącznie z marinami klubowymi, większość ulokowana jest nad jeziorem Dąbie);
- wypożyczalnie sprzętu wodnego: jachtów (7, wszystkie nad jeziorem Dąbie), kajaków, łodzi i innego sprzętu wodnego (9), niektóre z wypożyczalni organizują również wycieczki i spływy kajakowe w granicach Szczecina;
- kąpieliska: nad jeziorem Głębokim, nad jeziorami Dąbie, Dziewoklicz, Arkonka,

Wymienione sposoby wykorzystania przestrzeni wodnych i nadwodnych w Szczecinie mają dość zróżnicowany charakter, nie tworzą jednak spójnej całości, nie wykorzystują potencjału jaki stwarza przestrzeń wodna i nie wyróżniają Szczecina spośród innych miast, które również (w większości) dysponują przestrzeniami wodnymi.

SPOSOBY WYKORZYSTANIA OBSZARÓW WODNYCH I NADWODNYCH DLA WYKREOWANIA KONKURENCYJNEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

Przez wiele lat turystyka, w tym szeroko rozumiana turystyka wodna, nie były postrzegane jako istotny czynnik rozwoju Szczecina. Jednak w ostatnich latach większość powstających dokumentów strategicznych dotyczących miasta i województwa zachodniopomorskiego uznaje turystykę za jeden z głównych czynników budowania przewagi konkurencyjnej miasta i regionu. We wszystkich dokumentach wskazuje się na konieczność wykorzystania potencjału turystycznego dla rozwoju obszaru, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki aktywnej, w tym wodnej. W dokumentach strategicznych wskazanych jest wiele różnych aktywności, które można rozwijać w oparciu o środowisko wodne oraz produktów turystycznych skierowanych do grup docelowych. Jednakże każdy z tych dokumentów, przy zachowaniu wspólnych założeń ogólnych, identyfikuje i rekomenduje odmienne produkty związane z przestrzenią wodną i nadwodną. Rozpatrując tylko najistotniejszy dla Szczecina

dokument Strategia Rozwoju Szczecina do 2025 – Szczecin_dla Ciebie można odnieść wrażenie, że turystyka stała się istotnym elementem podnoszenia konkurencyjności miasta (Strategia 2011). Polityka społeczno-gospodarcza miasta jest silnie skorelowana ze strategią marki miasta (Floating Garden 2050), gdzie jako podstawowy potencjał Szczecina zdefiniowane zostały takie elementy jak woda, zieleń i przestrzeń. Realizacja Misji miasta – „Szczecin miastem otwartym i tolerancyjnym, atrakcyjnym miejscem do życia i pracy – wspólnotą mieszkańców wykorzystującą do trwałego rozwoju dziedzictwo kulturowe, walory środowiska przyrodniczego oraz nadbałtyckie i nadodrzańskie położenie” jest związana z realizacją celów strategicznych i operacyjnych, wśród których umieszczono „zdynamizowanie rozwoju turystyki z wykorzystaniem zasobów przyrodniczych i dziedzictwa historyczno – kulturowego”. Za kluczowe uznaje się zwiększenie liczby turystów, wydłużenie czasu ich pobytu oraz rozwój nowych form turystyki, w tym w szczególności związanych z wodą i jachtingiem. W 2014 r. powstał Program turystycznego rozwoju akwenów i terenów nadwodnych Szczecina (a w 2012 Program rozwoju turystyki wodnej na obszarze dorzecza rzeki Odry oraz Jeziora Dąbie i Jeziora Miedwie) wskazujący na główne szanse i bariery wykorzystania obszarów nadwodnych w Szczecinie. Jako główne działania zaproponowano w tym zakresie (Program 2014):

- rozwój atrakcji i infrastruktury (np. powstanie muzeum morskiego, rozbudowę sieci marin i portów);
- organizację i zarządzanie (m.in. tworzenie platformy interesariuszy działających na rzecz turystyki wodnej, jako marki obszaru, wdrożenie jednolitego systemu kategoryzacji i oznakowania obiektów turystyki wodnej);
- rozwój produktów turystycznych, w tym: oferty dla pasażerów turystyki cruisingowej, wykorzystanie historii Stoczni Szczecińskiej, opracowanie nowych szlaków kajakowych i żeglarskich (i ich oznakowanie), organizacja rekonstrukcji bitew morskich);
- aktywizację mieszkańców poprzez edukację (wzrost liczby mieszkańców świadomych, że akweny wodne miasta są jego atutem);
- promocję i wspieranie jednostek pływających o napędzie ekologicznym.

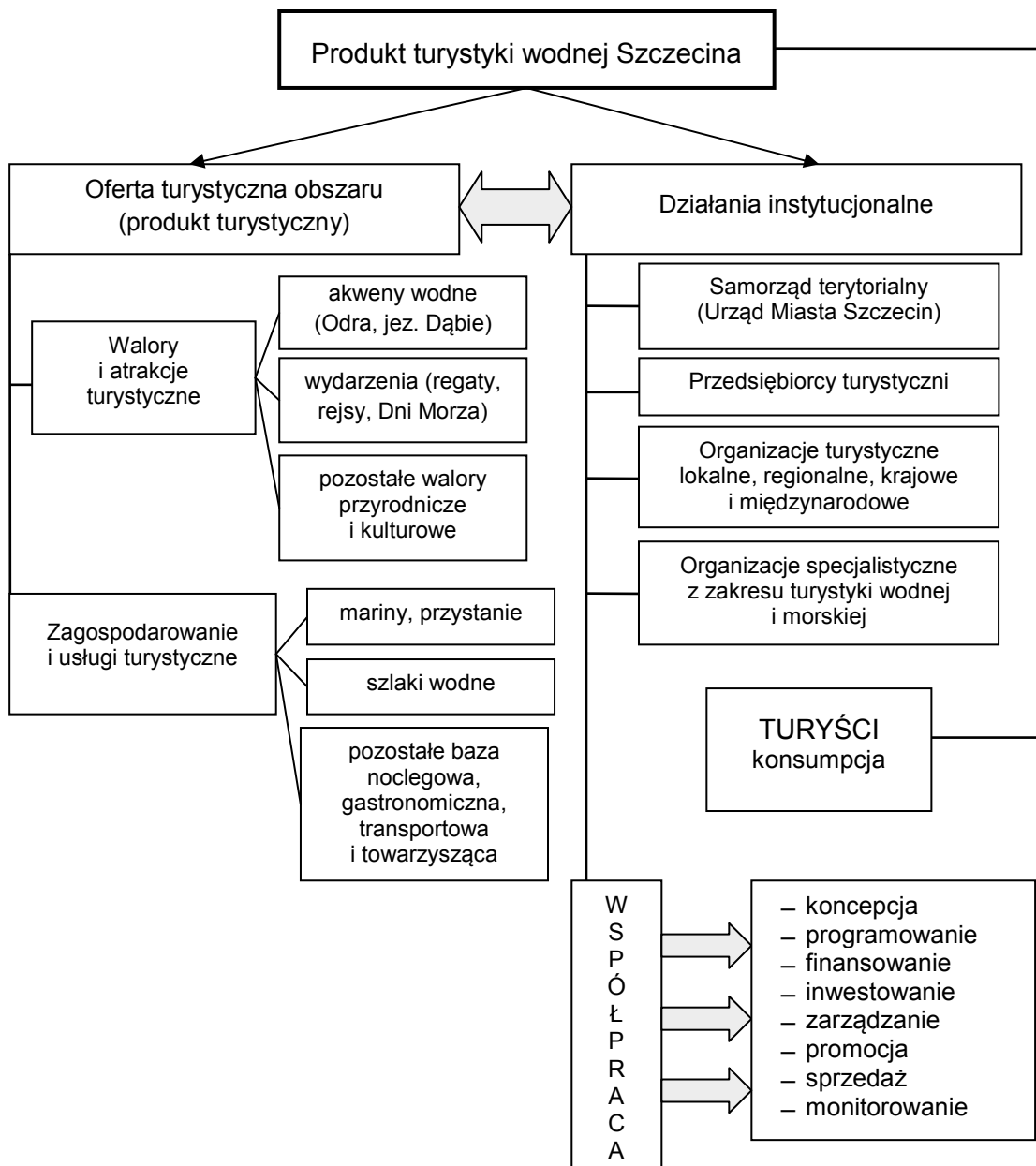
PRODUKT TURYSTYKI WODNEJ SZCZECINA

Zgodnie z Programem turystycznego rozwoju akwenów i terenów nadwodnych Szczecina (Program 2014) rozwój turystyki wodnej powinien prowadzić, z jednej strony do utworzenia wyspecjalizowanego markowego produktu turystycznego, z drugiej strony stanowić istotny element całościowego kompleksowego produktu turystycznego miasta Szczecin.

Traktując produkt turystyki wodnej w aspekcie wyspecjalizowanym, należy zwrócić uwagę na następujące aspekty, tj.:

- klasyczny produkt turystyczny, nawiązujący do koncepcji 3 S są „wczasy nad wodą”,
- rekreację wodną, która generuje produkty turystyki kwalifikowanej; produktem będzie rejs żeglarski, spływ kajakowy, obóz nurkowy itp.,
- rejsy białą flotą mogą stanowić atrakcyjny produkt turystyki miejskiej; wykorzystać tu można koncepcję tramwaju wodnego,
- produkty turystyczne takie jak imprezy i wydarzenia związane z wodą (złoty żaglowców, regaty na morzu, festiwale muzyki szantowej, festyny marynistyczne itd.),
- produkt turystyczny – szlak, tj. Zachodniopomorski Szlak Żeglarski,

W ujęciu kompleksowym za produkt turystyczny należy uznać miasto Szczecin, jako morską destynację turystyczną Zachodniego Wybrzeża Polski. Kluczową kwestią w tworzeniu kompleksowego (zintegrowanego) produktu turystycznego jest uwzględnienie aspektów rzeczowych produktu (walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, usługi turystyczne) z aspektami instytucjonalnymi (Panasiuk 2004, 2006). Najistotniejszym podmiotem jest samorząd miejski (Urząd Miasta Szczecin), który w celu kreacji i rozwoju produktu turystyki wodnej Szczecina powinien budować współpracę z innymi podmiotami, a przede wszystkim: przedsiębiorstwami turystycznymi, organizacjami turystycznymi oraz wyspecjalizowanymi organizacjami zajmującymi się turystyką wodną, w tym morską. Ideowy układ produktu turystyki wodnej Szczecina przedstawia ryc. 1.



Ryc. 1. Struktura produktu turystyki wodnej

Jak już zaznaczono, aby mógł zaistnieć w praktyce kompleksowy produkt turystyki wodnej, konieczne są działania instytucjonalne, oparte na współpracy między podmiotami. Jeden z podmiotów powinien mieć za zadanie pełnienie funkcji lidera. W tym przypadku zadania te należy powierzyć wyspecjalizowanej komórce organizacyjnej Urzędu Miasta Szczecin. Działania podmiotów powinny być koordynowane, a konkretnym efektem powinno być wdrożenie i monitorowanie programowanych rozwiązań. Działania nie powinny się ograniczać wyłącznie do obszaru miasta Szczecina, ale wychodzić także na zewnątrz w układzie metropolitalnym i transgranicznym, euroregionalnym.

ZAKOŃCZENIE

Kompleksowe wykorzystanie przestrzeni wodnych i nadwodnych Szczecina dla wykreowania kompleksowego produktu turystycznego, który byłby odmienny od produktów proponowanych przez inne miasta, powinno obejmować (Meyer 2015):

1. Aktywność rekreacyjno-rozrywkową bazującą na:
 - terenach spacerowo-rozrywkowych, np. bulwary nad Odrą w Szczecinie, inne tereny nad Odrą (np. zespół zabudowy pofabrycznej nad Odrą, nazywany „Szczecińską Wenecją”, który po renowacji mógłby pełnić funkcje turystyczne);
 - imprezach masowych, zarówno związanych bezpośrednio z przestrzenią wodną (Dni Morza, TTSR, Dni Odry, Flis Odrzański), jak i jedynie wykorzystujących bonus atrakcyjności tych obszarów (np. Festiwal Sztucznych Ogni Pyromagic);
 - kąpieliskach.
2. Turystykę aktywną (kajakową, żeglarską, nurkowanie itd.).
3. Turystykę krajoznawczą:
 - rejsy Białą flotą,
 - turystykę przyrodniczą, w tym np. fotografowanie rzadkich gatunków ptactwa.

Skupienie wysiłków na wykreowaniu kompleksowego produktu turystycznego, którego podstawą jest przestrzeń wodna (uzupełnianego przez pozostałe elementy stanowiące o atrakcyjności turystycznej miasta), wykorzystywana w innowacyjny i niespotykany w innych miastach sposób, może przyczynić się do wykreowania indywidualnego, łatwo rozpoznawalnego wizerunku miasta. Specyfika wykorzystania przestrzeni wodnych (i nadwodnych) może podnieść atrakcyjność turystyczną miasta, a tym samym zwiększyć jego poziom konkurencyjności oraz przede wszystkim wpłynąć na wielkość i strukturę przyjazdowego ruchu turystycznego.

PIŚMIENNICTWO

- Adamkiewicz-Drwiłło H.G.** 2002. Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa. WN PWN, Warszawa.
- Białecki T.** 1977. Szczecin. Rozwój miasta w Polsce Ludowej. Poznań, Wydawnictwo Poznańskie.
- Bontje M., Musterd S.** 2009. Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised. *Geoforum* 40.
- Czornik M.** 2004. Miasto. Ekonomiczne aspekty funkcjonowania. Katowice, Wydaw. AE im. Karola Adameckiego w Katowicach.

- Diagnoza społeczno-gospodarcza Szczecina.** 2010. Szczecin [b.w.].
- Ekonomika turystyki i rekreacji.** 2011. Red. A. Panasiuk. Warszawa, WN PWN, 55–58.
- Gorzela M.** 2008. Miasto jako przedmiot badań w ekonomii, w: *Miasto jako przedmiot badań naukowych w początkach XXI wieku.* Red. B. Jałowiecki. Warszawa, Scholar.
- Grabowski J.** 2008. Uwarunkowania konkurencyjności turystycznej regionów, w: *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, LXX(3), 149–154.
- Geografia urbanistyczna.** 2008. Red. S. Liszewski. Łódź, Wydaw. UŁ, 198–199.
- Kompendium wiedzy o konkurencyjności.** 2010. Red. M. Gorynia, E. Łażniewska. Warszawa, WN PWN.
- Konkurencyjność regionalna. Koncepcja – strategie – przykłady.** 2012. Red. M. Gorynia, E. Łażniewska. Warszawa, WN PWN.
- Meyer B.** 2015. Środowiskowe aspekty kształtowania przestrzeni turystycznej w miastach, na przykładzie Szczecina, w: *Geografia na przestrzeni wieków. Tradycja i współczesność.* Red. E. Bilska-Wodecka, I. Sołjan. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, 309–325.
- Meyer B., Panasiuk A.** 2002. Produkt turystyki kulturowej województwa zachodniopomorskiego. *Probl. Turyst.* 3–4, 39–52.
- Mika M.** 2014. Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki. Kraków, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Panasiuk A.** 2014. Rynek turystyczny. Studium strukturalne. Warszawa, Difin.
- Panasiuk A.** 2006. Współpraca samorządu terytorialnego i przedsiębiorstw turystycznych. Zagadnienia instytucjonalne, w: *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca.* Red. A. Rapacz. Wrocław, Wydaw. AE im. Oskara Langego we Wrocławiu, 153–161.
- Panasiuk A.** 2004. Założenia koncepcji marki turystycznej. *Mark. Rynek* 8, 2–7.
- Program turystycznego rozwoju akwenów i terenów nadwodnych Szczecina.** 2014. <http://bip.um.szczecin.pl>, dostęp 15.07.2015.
- Raczyk A., Dołzbasz S., Leśniak-Johann M.** 2012. Relacje współpracy i konkurencji na pograniczu polsko-niemieckim. Wrocław, Gaskor.
- Skalski J.** 2008. Unifikacja krajobrazów miejskich. Znaczenie procesu percepcji w jakościowej ocenie przestrzeni publicznej w Warszawie. *Archit. Krajob.*, 4–15.
- Stankiewicz J.M.** 2005. Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Toruń, Dom Organizatora TNOiK.
- Strategia Rozwoju Szczecina do 2025 – Szczecin_dla Ciebie.** 2011. <http://bip.um.szczecin.pl>; dostęp 15.07.2015.
- Tatuśko A.** 2002. Sposoby pomiaru konkurencyjności miast, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce.* Red. E. Sobczak. Pr. Nauk. AE im. Oskara Langego we Wrocławiu 939, 127.
- Turystyka.** 2008. Red. W. Kurek. Warszawa, WN PWN, 171–172.
- Wizyty wycieczkowców.** 2015. <http://www.port.szczecin.pl> dostęp; 15.07.2015.
- Wójtowicz-Wróbel A.** 2008. Metropolitalne uwarunkowania rozwoju małych miast i zmian ich tożsamości, przykład Słomnik i Niepołomic. *Architektura* 5, 162.
- Zarządzanie przestrzenią miasta.** 2012. Red. M.J. Nowak, T. Skotarczak. Warszawa, CeDeWu.pl., 102–103.
- Żabińska T.** 2013. Turystyka w dużych miastach i metropoliach. Wybrane problemy rozwoju i zarządzania, w: *Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju.* Red. T. Żabińska, Katowice, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.