

BIULETYN KPZK PAN

Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk
Zeszyt 273, rok 2019, s. 122-132

**MARCIN BARON
MARCIN BUDZIŃSKI**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Wydział Ekonomii,
Katedra Badań Strategicznych i Regionalnych;
ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice; marcin.baron@ue.katowice.pl
Górnośląska Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości im. Karola Goduli,
Wydział Nowej Ekonomii i Gospodarki Kreatywnej,
Departament Zarządzania i Rachunkowości;
ul. Racławicka 23, 41-506 Chorzów; marcin.budzinski@gwsp.edu.pl

**ATRAKCYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ MIAST
– PODEJŚCIE TYPOLOGICZNE**

Abstract: City Attractiveness and Competitiveness – an Approach to Typology. The paper aims at proposing a contemporary typology of factors building attractiveness and competitiveness of cities. The notions of urban attractiveness and urban competitiveness have been covered in literature for many years. As such the authors approached specification of the current factors, in the way they are understood by relevant representatives of researchers and territorial authorities. The A&K [standing for Polish: Atrakcyjność & Konkurencyjność] Model is presented in the paper and a typology is derived upon it.

Keywords: Urban attractiveness, urban competitiveness.

JEL codes: R110

Wstęp

Kwestie atrakcyjności i konkurencyjności miast są od lat rozważane w literaturze światowej. Zazwyczaj traktowane są rozłącznie. Co nie zmienia

faktu, że niejednokrotnie można również zastanawiać się, na ile różni autorzy nie traktują ich jako synonimów. Spojrzenie z perspektywy atrakcyjności jest bardziej charakterystyczne dla podejścia zasobowego. Natomiast optyka konkurencyjności cechuje szkołę pozycyjną w zarządzaniu strategicznym. Co do zasady więc, w pierwszym ujęciu powinniśmy skupiać się nad tym, jak unikalna konfiguracja zasobów i zdolności do ich wykorzystania przyczynia się do rozwoju miasta. Z kolei w drugim kierować się w stronę strategicznych czynników kształtujących trwałą przewagę konkurencyjną. Sukces w podejściu pierwszym oceniany jest przez pryzmat wzrostu liczby mieszkańców lub różnego typu użytkowników miasta, a w podejściu drugim poprzez poprawę (najlepiej w wymiarze gospodarczym) pozycji miasta względem innych miast w grupie konkurencyjnej lub przesunięcie się do innej, lepszej grupy.

Prezentowany tekst odwołuje się do potrzeby współczesnego spojrzenia na omawiane zagadnienia. Dynamika zmian występujących na całym świecie sprawia, że czynniki niegdyś uważane za istotne dla atrakcyjności lub konkurencyjności dziś po części straciły na znaczeniu, a w ich miejsce pojawiły się czynniki nowe. Celem opracowania jest zaproponowanie współczesnej typologii czynników atrakcyjności i konkurencyjności miast. Została ona wypracowana z polskiej perspektywy, na podstawie wyników warsztatów przeprowadzonych podczas XXI Konferencji Ustrońskiej gromadzącej krajowe środowisko naukowe zajmujące się zagadnieniami rozwoju miast i regionów oraz praktyków – przedstawiciele samorządu terytorialnego. Autorzy opracowania byli moderatorami tych warsztatów.

1. Kontekst teoretyczny

Według Anderssona [1999] o atrakcyjności miasta stanowią wszystkie elementy je opisujące, posiadające taki wizerunek, którego nie da się przypisać do żadnego innego miejsca. Z kolei konkurencyjność jest zdolnością do dostarczania dóbr i usług na krajowe i międzynarodowe rynki z zyskownością pozwalającą na poprawę jakości życia mieszkańców [Lever, Turok 1999]. Dla Turoka [2004] na przełomie wieków konkurencyjność terytorialna była wyłącznie pochodną systemu gospodarczego. Plasował on jej źródła na kontinuum pomiędzy korzyściami skali wynikającymi z koncentracji działalności gospodarczej a jakością interakcji między firmami i instytucjami otoczenia biznesu. Klasik [2008] dokonuje rozróżnienia między pojęciami *atrakcyjności* i *konkurencyjności* również przez pryzmat wspomnianych wcześniej zdolności, wskazując że miasta atrakcyjne posiadają zdolność do *zatrzyma-*

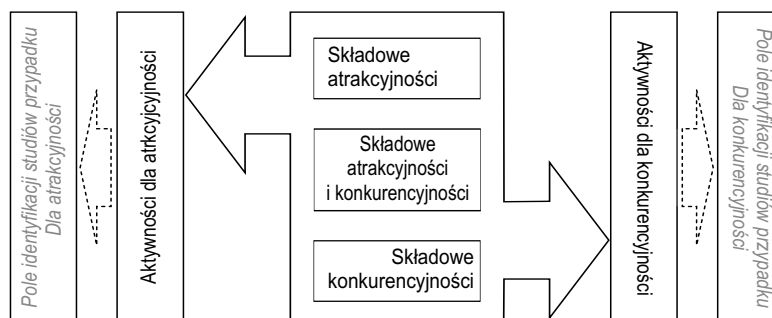
nia i rozwijania aktualnie funkcjonujących na ich obszarze ludzi i organizacji; przyciągania i zakorzeniania nowych ludzi, organizacji, rodzajów działalności i wydarzeń. Natomiast miasta konkurencyjne cechują się zdolnością do lokowania produktów, dóbr i usług wytwarzanych na ich obszarze na rynkach zewnętrznych; oferowania swoim obecnym i potencjalnym rezydentom i użytkownikom wartości rynkowych i nierynkowych, odpowiadających im potrzebom i oczekiwaniom. Atrakcyjność i konkurencyjność są koncepcjami chętnie stosowanymi w odniesieniu do rozwoju miast, ponieważ każde z tych pojęć odnosi się do strategii ukierunkowanej na szeroko rozumianą zasobność miasta [Serrano 2003]. Ten sam autor stwierdza, że konkurencyjność cieszy się dużym zainteresowaniem badaczy i praktyków, ponieważ z łatwością definiuje się jej atrybuty i przekłada je na zmienne w modelach obliczeniowych. Natomiast modelowanie atrakcyjności w ten sposób jest o wiele trudniejsze. Jakkolwiek równie dobrze można uznać to za stanowisko względne, ponieważ chociażby Todd [1977] o wiele wcześniej zbudował złożony model, uwzględniający mnóstwo zmiennych opisujących poziom rozwoju miast w USA i uznał go za sposób opisywania atrakcyjności miasta. Z kolei Rogerson [1999] rangowane cechy jakości życia w mieście uznawał za sposób prezentowania konkurencyjności a nie atrakcyjności. Deas i Giordano [2001] dla odmiany proponują model pomiaru konkurencyjności miejskiej, który można interpretować jako nierozłącznie związany z atrakcyjnością – ponieważ w modelu tym łączą źródła i wyniki konkurencyjności. Przy czym za źródła uważają pierwotny zbiór zasobów miasta, a za wyniki to, co udało się osiągnąć firmom dzięki eksploatacji tych zasobów.

Kolejne lata przynoszą przełom w definiowaniu omawianych pojęć, który wiąże się z makrotrendami generującymi zmiany w strukturze gospodarczej i społecznej silnie zurbanizowanych obszarów świata. Sinkiené i Kromalcas [2010] zwracają uwagę, że atrakcyjność miasta i jej rola w kontekście międzynarodowego konkurowania miast przestała mieć swoje źródło w tradycyjnej działalności przemysłowej, a bazuje na kreatywnych, utalentowanych i posiadających zaawansowane umiejętności mieszkańcach. Ci z kolei przyciągani są przez markę miasta [De Noni *et al.* 2014]. Torisu [2007] twierdzi, że taka zmiana stanowi ogromne wyzwanie dla planowania rozwoju miasta, ponieważ tradycyjne polityki, w szczególności środki redystrybucyjne, stały się przestarzałe lub nieskuteczne w warunkach, w których wiele miast zaciekle konkuruje o międzynarodowy kapitał i talenty. Wobec tego konieczne jest proaktywne podejście rozwojowe – realizowane przez władze publiczne w partnerstwie z sektorem prywatnym – na rzecz innowacyjnego podejścia przez: flagowe projekty

deweloperskie w centrach miast, spektakularne projekty architektoniczne, tworzenie nowych obiektów kulturalnych, organizowanie dużych imprez kulturalnych i sportowych, zachowanie i przywracanie dziedzictwa oraz wzmacnianie marki miasta. Singhal i współautorzy [2013], na przykładach brytyjskich dowodzą, że konkurencyjność miast jest efektem synergii między lokalnymi strategiami regeneracji (rewitalizacji) oraz rozwoju gospodarki. Szczególnym przypadkiem budowania przewagi konkurencyjnej na podstawie unikatowych czynników atrakcyjności związane z dziedzictwem przyrodniczym lub kulturowym są procesy związane z rozwojem turystyki [Brida *et al.* 2012]. Ta bowiem, szczególnie w wymiarze miejskim, jest niezmiernie dynamicznie rozwijającą się w ostatnich latach gałęzią gospodarki. Jej intensywność coraz częściej prowadzi do konfliktu pomiędzy stawkami strategicznymi mieszkańców oraz turystów. W poszukiwaniu równowagi Romão i współautorzy [2018] lansują koncepcję trwałego miasta inteligentnego (*sustainable smart city*). We wszystkich powyższych wnioskach rezonuje teza, że *konkurencyjność (miasta) nie jest prostym, technicznym określeniem, lecz zawiera w sobie kompromis różnorodnych interesów* [Bailey *et al.* 2002].

2. Model A&K

Podejście typologiczne do międzynarodowej atrakcyjności i konkurencyjności miast bazuje na dwuelementowym układzie tworzonym przez składowe oraz aktywności. Konstrukcja taka powinna jednocześnie zachęcać czytelnika do identyfikacji i analizy studiów przypadku we własnym otoczeniu lub na potrzeby własnych badań. Istotę tego ujęcia zaprezentowano na ryc. 1.

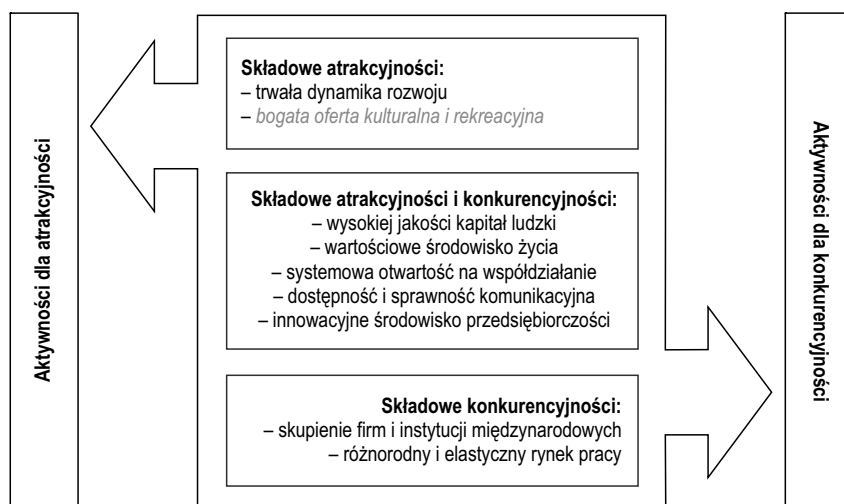


Ryc. 1. Ujęcie generalne modelu A&K.

Źródło: Opracowanie własne (ryc. 1 i 2).

Na tle dyskusji o podobieństwach i różnicach w podejściu do atrakcyjności i konkurencyjności określone zostały elementy składające się na międzynarodową atrakcyjność i konkurencyjność miast, które następnie zostały podzielone na trzy odrębne grupy. Wyróżnić można składowe właściwe jedynie dla międzynarodowej atrakcyjności, składowe odnoszące się zarówno do atrakcyjności, jak i konkurencyjności oraz elementy charakteryzujące jedynie międzynarodową konkurencyjność. Tym samym wyniki prac nad modelem A&K potwierdziły wspomnianą w części 1. często występującą wątpliwość dotyczącą możliwości rozdzielenia pojęć atrakcyjności oraz konkurencyjności. Pomocna może być jedna z wcześniej podanych interpretacji, że w analizie konkurencyjności istotniejszy jest wskaźnikowy, ilościowy ogląd danych zjawisk; natomiast w analizie atrakcyjności ich behawioralna percepcja. Dekompozycja składowych dla atrakcyjności i konkurencyjności prowadząca do określenia aktywności i identyfikacji studiów przypadku została przedstawiona na ryc. 2.

Zidentyfikowane składowe międzynarodowej atrakcyjności odnoszą się do **trwałej dynamiki rozwoju oraz bogatej oferty kulturalnej i rekreacyjnej**. Trwałą dynamikę rozwoju należy rozumieć przede wszystkim przez zdolność dostrzegania i wykorzystywania szans, ciągłe generowanie nowych projektów rozwojowych, oddolne impulsy i inicjatywy rozwojowe oraz pro-



Ryc. 2. Dekompozycja składowych międzynarodowej atrakcyjności oraz aktywności i studia przypadków polskich miast – ujęcie szczegółowe

cesy rewitalizacji o charakterze systemowym, generujące trwałe zmiany i będące podstawą kolejnych działań rozwojowych. Z kolei do bogatej oferty kulturalnej i rekreacyjnej można zaliczyć niematerialne dziedzictwo kulturowe oraz obiekty, urządzenia i przestrzenie służące kulturze i rekreacji. Składają się na nią również twórcy i animatorzy kultury i rekreacji, a także całe społeczności otwarte na kulturę i rekreację. Równie ważnym elementem są także flagowe wydarzenia kulturalne oraz rozpoznawalne produkty turystyczne.

W ramach elementów tworzących zarówno międzynarodową atrakcyjność, jak i konkurencyjność polskich miast wskazać można na pięć podstawowych składowych, tj.:

- **wysokiej jakości kapitał ludzki** rozumiany m.in. przez żywotność społeczeństwa miejskiego i dużą liczbę mieszkańców wykwalifikowanych zawodowo na różnych poziomach kształcenia w połączeniu z ofertą dydaktyczną uczelni wyższych silnie związaną ze specjalizacjami gospodarczymi i obecnością kreatywnych profesjonalistów w triadzie: kultura, technologie, przedsiębiorczość,
- **wartościowe środowisko życia** oznaczające m.in. bliskość terenów zielonych i wód, dostępność miejsc zamieszkania i rozwinięte usługi, w tym publiczne w połączeniu z gospodarką obiegu zamkniętego i życzliwością mieszkańców i odwiedzających miasto,
- **systemowa otwartość na współdziałanie**, na którą składają się przede wszystkim: wysoki poziom kapitału społecznego, multikulturowość społeczeństwa i jego receptywność kulturowa, dzielenie się kulturą własną oraz tworzone i rozwijane powiązania sieciowe, w tym z miastami partnerskimi,
- **dostępność i sprawność komunikacyjna** przejawiająca się głównie przez atrakcyjne położenie i sprawność transportu publicznego w obszarze funkcjonalnym, infrastrukturę i usługi transportu pasażerskiego i towarowego o zasięgu krajowym i międzynarodowym w połączeniu z rozwiniętą infrastrukturą hotelową o zróżnicowanym standardzie,
- **innowacyjne środowisko przedsiębiorczości** rozumianem in. jako aktywne w relacjach międzynarodowych środowiska naukowe i technologiczne, dostępność dobrej jakości terenów inwestycyjnych, inkubatorów i parków przemysłowych oraz technologicznych, powierzchni biurowych i konferencyjno-wystawienniczych wraz ze sprzyjającymi warunkami rozwoju start-upów technologicznych; odnosi się to także do progospodarczej polityki samorządu i dobrego klimatu dla przedsiębiorczości skutkującego m.in. centralami i ważnych oddziałów korporacji międzynarodowych.

Z kolei w ramach składowych właściwych jedynie dla międzynarodowej konkurencyjności wyróżnić można dwa podstawowe elementy. Po pierwsze jest to znaczne **skupienie firm i instytucji międzynarodowych**, czego przejawem są siedziby organizacji międzynarodowych i obecność firm wysoko ocenianych w rankingach globalnych, a także wysoka koncentracja firm zaawansowanych technologicznie w połączeniu z markowymi produktami w skali międzynarodowej lub globalnej. Po drugie, należy wskazać na **różnorodny i elastyczny rynek pracy** rozumiany m.in. jako wielość i wysoka jakość kompetencji na rynku pracy, szeroka i zróżnicowana oferta podaży pracy wraz z szybkimi i sprawnymi procesami dostosowawczymi na rynku pracy i korzystną relacją kosztów i jakości pracy.

Podejście typologiczne do międzynarodowej atrakcyjności i konkurencyjności miast pozwala powiązać zidentyfikowane składowe z aktywnościami. Należy jednak zaznaczyć, że powiązania te mają charakter złożony. Oznacza to, że rozpoznane rodzaje aktywności nie są związane tylko z jedną zidentyfikowaną składową, ale w sposób bezpośredni lub pośredni odnoszą się zazwyczaj do kilku składowych jednocześnie.

Rozpatrując te relacje w ujęciu aktywności dla atrakcyjności należy mieć na względzie przede wszystkim projekty i wydarzenia, w tym także związane z nimi podmioty i potencjały, które są przyciągane i/lub realizowane przez polskie miasta. Zaliczyć do nich możemy w szczególności:

- duże wydarzenia organizowane przez rząd i instytucje ponadnarodowe/globalne,
- międzynarodowe targi i imprezy gospodarcze,
- bezpośrednie inwestycje zagraniczne,
- umiędzynarodowienie edukacji i rynku pracy,
- animowanie i wspieranie inicjatyw obywatelskich,
- imprezy kulturalne i sportowe o randze ponadregionalnej,
- tworzenie warunków rozwoju wydarzeń i drużyn sportowych rozpoznawalnych w skali co najmniej krajowej,
- transfery dobrych praktyk w zakresie obsługi ruchu turystycznego,
- promowanie otwartości kulturowej oraz walorów kulturowych i turystycznych,
- zróżnicowane działalności gastronomiczne zakorzenione w kulturze różnych krajów,
- kreowanie i wzmacnianie wizytówkowych miejsc i obiektów o znaczeniu ponadregionalnym,
- współpracę samorządu i deweloperów na rzecz rozwoju nieruchomości komercyjnych,

- zapewnianie obecności miasta w siatkach połączeń międzyregionalnych i międzynarodowych.

Aktywności warsztatowe pozwoliły także na rozpoznanie czynników, które osłabiają/ mogą osłabiać atrakcyjność miast. Do najważniejszych z nich możemy zaliczyć zły stan środowiska naturalnego, w tym zanieczyszczenia powietrza, zdegradowane tereny śródmiejskie w połączeniu z niskim poziomem bezpieczeństwa publicznego, słabą promocję i niedostateczną zdolność do myślenia i działania strategicznego, a także niską sprawność transportu i łączalność potęgowaną bliskością silniejszych konkurentów.

Natomiast aktywności dla konkurencyjności odnoszą się m.in. do oferty innowacyjnych i kreatywnych produktów, wartości niematerialnych i cech marki miasta. Zaliczyć do nich możemy w szczególności:

- kształcenie akademickie i uczenie się przez całe życie,
- równoważenie mobilności miejskiej,
- tworzenie obszarów rezydencjalnych klasy średniej,
- podnoszenie jakości przestrzeni publicznych oraz ilościowy wzrost reprezentacyjnych przestrzeni miejskich,
- poszerzanie oferty produktów i usług czasu wolnego,
- transformację energetyczną osiedli i kwartałów miejskich,
- wzmacnianie oferty parków technologicznych oraz instytucji otoczenia biznesu,
- współpracę badawczo-rozwojową, w tym w konsorcjach międzynarodowych,
- innowacyjne zarządzanie usługami publicznymi,
- pozycjonowanie miasta w globalnych sieciach biznesu i instytucji publicznych,
- przechwytywanie i zatrzymywanie wartości dodanej i nadwyżki dochodowej z wymiany z otoczeniem,
- rozwijanie form przedsiębiorczości służących włączeniu społecznemu,
- kreowanie i wykorzystywanie bezpośrednich połączeń lotniczych,
- kreowanie markowych produktów komercyjnych,
- organizowanie cyklicznych wydarzeń biznesowych i kulturalnych o randze międzynarodowej.

Wśród czynników, które osłabiają/mogą osłabiać konkurencyjność miast w wyniku prac warsztatowych można wskazać na część z nich, która została podobnie zidentyfikowana w odniesieniu do osłabiania atrakcyjności – np. zły stan środowiska naturalnego, w tym zanieczyszczenia powietrza oraz niski poziom bezpieczeństwa publicznego. Natomiast czynnikami spe-

cyficznymi dla redukcji międzynarodowej konkurencyjności jest ograniczenie rynku pracy głównie w ujęciu popytowym, brak synergii oddolnych inicjatyw i działań lokalnych, niski poziom tolerancji wobec rodzin obcokrajowców i wciąż występujące enklawy biedy.

Ostatnim elementem rozpoznania empirycznego jest identyfikacja przykładów, które w przyszłości mogą służyć opracowaniu pogłębionych studiów przypadku dla atrakcyjności i konkurencyjności. Jest to również dobra podstawa do prowadzenia dalszych badań w tym zakresie w realiach polskich miast. Wskazane przykłady zostały przestrzennie zdeterminowane doświadczeniami uczestników warsztatów, stąd też ich reprezentatywność w skali krajowej jest ograniczona do ośrodków reprezentowanych podczas spotkań XXI Konferencji Ustrońskiej. Dla międzynarodowej atrakcyjności miasta wskazano przede wszystkim na:

- **Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolię** z przykładami: Strefa Kultury w Katowicach, Arena Gliwice, Konferencje szczytu klimatycznego COP24, Międzynarodowy Kongres Gospodarczy, Europejski Kongres Małej i Średniej przedsiębiorczości, szlak zabytków techniki oraz markowe wydarzenia i osobistości muzyczne,
- **Warszawę** wskazując na Stadion Narodowy, Centrum Nauki Kopernik oraz Muzeum Powstania Warszawskiego,
- **Poznań** i odbywający się Festiwal Teatralny Malta,
- **Kielce** z przykładami Salonu Przemysłu Obronnego oraz marką Vive.

Natomiast dla międzynarodowej konkurencyjności miasta wskazano przede wszystkim na:

- **Warszawa:** Bulwary Wiślane, Centrum Kreatywności Targowa, Teatr Nowy, Veturilo – sieć rowerów miejskich,
- **Poznań:** Poznański Park Naukowo-Technologiczny oraz Poznań *Convention Bureau*, Specjalna Strefa Ekonomiczna oraz rozwój wokół marki Volkswagen,
- **Łódź:** Rewitalizacja Manufaktury i ul. Piotrkowskiej oraz Muzeum Kineematografii
- **Opole:** Centrum B+R *Moviebird*,
- **Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia:** Międzynarodowe Centrum Kongresowe,
- **Warszawa, Kraków, Wrocław, Trójmiasto, Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia:** ABSL (Stowarzyszenie Liderów Sektora Usług Biznesowych).

Zakończenie

Zrealizowane prace warsztatowe pozwoliły na ujawnienie współczesnych opinii środowisk naukowych oraz samorządowych na kwestie atrakcyjności i konkurencyjności miast. Bez wątpienia stwierdzić można, że zidentyfikowane cechy odwołują się do wysokich ambicji rozwojowych, osadzonych w realiach nie tylko ogólnokrajowych, ale także międzynarodowych. Na szczególną uwagę zasługuje to, że zagadnienie konkurencyjności obejmuje szersze spektrum składowych i aktywności niż w opracowaniach sprzed kilkunastu czy dwudziestu kilku lat. Odzwierciedla to skłonność do nowego pojmowania rozwoju w gospodarce kreatywnej, który nierozzerwalnie związany jest ze społecznymi warunkami stanowiącymi o proaktywności, przedsiębiorczości i różnych formach kreatywności. Kładzie on w większym stopniu nacisk na dostrzeganie i wykorzystywanie pojawiających się szans rozwojowych zarówno przez lokalnych menedżerów, polityków jak i przedstawicieli ruchów obywatelskich i społecznościowych. Zaproponowany model A&K, będący wynikiem przeprowadzonych prac, może stanowić inspirację do przygotowywania założeń strategii lokalnych lub strategii obszarów metropolitalnych/funkcjonalnych. Może także zostać wykorzystany do formułowania portfeli projektów strategicznych, polityk lokalnych lub stanowić inspirację do działań oddolnych realizowanych przez lokalne społeczności czy organizacje pozarządowe. Stanowi także zachętę do pogłębiania badań nad szczegółowymi uwarunkowaniami atrakcyjności i konkurencyjności miast, w szczególności do formułowania naukowych i dydaktycznych studiów przypadku dotyczących wyspecyfikowanych aktywności.

Literatura

- Andersson R., 1999, *Attractive Cities*. The Swedish Council for Building Research, Stockholm.
- Bailey N., Docherty I., Turok I., 2002, *Dimensions of City Competitiveness: Edinburgh and Glasgow in a UK Context*, [w:] *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities*, I. Begg (red.). Policy Press, Bristol.
- Brida J. G., Meleddu M., Pulina M., 2012, *Understanding Urban Tourism Attractiveness: The Case of the Archaeological Ötzi Museum in Bolzano*. *Journal of Travel Research*, t. 51, wyd. 6: 730-741.
- De Noni I., Orsi L., Zanderighi L., 2014, *Attributes of Milan Influencing City Brand Attractiveness*. *Journal of Destination Marketing & Management*, t. 3, wyd. 4: 218-226.

- Deas I., Giordano B., 2001, *Conceptualising and Measuring Urban Competitiveness in Major English Cities: An Exploratory Approach*. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 33(8): 1411-1429.
- Klasik A., 2008, *Aktywność przedsiębiorcza i konkurencyjność ekonomiczna miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskiej. Podstawy koncepcyjno-metodologiczne*, [w:] *Aktywność przedsiębiorcza i konkurencyjność ekonomiczna miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskiej*, A. Klasik (red.). Wyd. AE w Katowicach, Katowice.
- Lever W., Turok I., 1999, *Competitive Cities: Introduction to the Review*. *Urban Studies*, 36: 791-794.
- Rogerson R. J., 1999, *Quality of Life and City Competitiveness*. *Urban Studies*, 36: 969-985.
- Romão J., Kourtit K., Neuts B., Nijkamp P., 2018, *The Smart City as a Common Place for Tourists and Residents: A Structural Analysis of the Determinants of Urban Attractiveness*. *Cities*, t. 78: 67-75.
- Serrano F. A., 2003, *City Competitiveness and Attractiveness: a New Approach to Evaluate Economic Development in Mexican Cities*. University of Glasgow, Glasgow.
- Singhal S., McGreal S., Berry J., 2013, *An Evaluative Model for City Competitiveness: Application to UK Cities*. *Land Use Policy*, t. 30, wyd. 21: 4-222.
- Sinkienė J., Kromalca S., 2010, *Concept, Directions and Practice of City Attractiveness Improvement*. *Public Policy and Administration*, t. 31, nr 1: 147-154.
- Todd R. H., 1977, *A City Index: Measurement of a City's Attractiveness*. *Review of Applied Urban Research*, t. 5 nr 7: 1-16.
- Torisu E., 2007, *Policies to Enhance City Attractiveness: Achievements and New Challenges*, [w:] *Competitive Cities in the Global Economy*. OECD Territorial Reviews, OECD, Paris.
- Turok I., 2004, *Cities, Regions and Competitiveness*. *Regional Studies*, t. 38, wyd. 9: 1069-1083.