

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 402

Polityka ekonomiczna

Redaktorzy naukowi
Jerzy Sokołowski
Arkadiusz Żabiński



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2015

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz
Korekta: Marcin Orszulak
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2015

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-534-6

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120 53-345 Wrocław
tel./fax 71 36 80 602; e-mail:econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Piotr Adamczewski: Informatyczne wspomaganie organizacji sieciowych...	11
Franciszek Adamczuk: Górnoślązki Związek Sześciu Miast (GZSM) – sieciowy produkt regionalny na pograniczu polsko-niemieckim.....	20
Grażyna Adamczyk-Łojewska, Adam Bujarkiewicz: Wieloczynnikowa metoda oceny przekształceń w strukturze przestrzennej gospodarki Polski.....	30
Wioletta Bieńkowska-Gołasa: The ways of acquiring investors by self-government authorities exemplified by the Mazowieckie Voivodeship.....	40
Małgorzata Bogusz, Marcin Tomaszewski: Wykorzystanie środków pomocowych UE na rozwój przedsiębiorczości w ramach PROW 2007–2013..	50
Magdalena Czulowska, Marcin Żekało: Regionalne różnicowanie efektów produkcyjnych i ekonomicznych w wyspecjalizowanych gospodarstwach mlecznych.....	60
Ireneusz Dąbrowski, Zbigniew Staniek: Property rights in the process of privatization of the Polish energy sector.....	70
Monika Fabińska: Klastry w nowej perspektywie programowej 2014–2020	84
Aleksander Grzelak: Procesy reprodukcji majątku a poziom dopłat do działalności operacyjnej i inwestycyjnej w gospodarstwach rolnych prowadzących rachunkowość rolną (FADN).....	95
Ewa Gwardzińska: Zmiany w strukturze rynku usług pośrednictwa celnego w Polsce.....	104
Tomasz Holecki, Karolina Sobczyk, Magdalena Syrkiewicz-Świtała, Michał Wróblewski, Katarzyna Lar: Usługa zdrowotna jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej.....	114
Katarzyna Anna Jabłońska: Klastry energetyczne jako narzędzie wspierania rozwoju nowoczesnych systemów elektroenergetycznych.....	123
Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska: Wizerunek spółki giełdowej a jej notowania.....	133
Urszula Kobylińska: Innowacje w administracji publicznej w Polsce na poziomie samorządu lokalnego.....	142
Aleksandra Koźlak: Gospodarcze, społeczne i ekologiczne skutki kongestii transportowej.....	153
Justyna Kujawska: Analiza porównawcza dostępności do świadczeń opieki zdrowotnej w polskich województwach.....	165
Renata Lisowska: Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw w regionie – stimulatory i bariery.....	175

Piotr Lityński: Degree and features of urban sprawl in selected largest Polish cities	184
Aleksandra Majda: Succession strategy in Polish family businesses – a comparative analysis.....	194
Arkadiusz Malkowski: Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów przygranicznych	210
Aleksandra Nacewska-Twardowska: Wpływ sankcji rosyjskich na wymianę towarową Polski.....	220
Małgorzata Niklewicz-Pijaczyńska, Małgorzata Wachowska: Stopień komercjalizacji polskich wynalazków. Patenty akademickie a patenty biznesu	231
Karolina Olejniczak: Funkcjonowanie i obszary wsparcia Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy	240
Iwona Oleniuch: Rola facylitatorów sieci w rozwoju klastrów	251
Dorota Pasińska: Polski rynek wołowiny po wstąpieniu do Unii Europejskiej	261
Katarzyna Peter-Bombik, Agnieszka Szczudlińska-Kanoś: Family policy as a postulate in the Polish presidential election in 2015	273
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Innowacyjność przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej.....	284
Halina Powęska: Inwestycje w handlu w regionach przygranicznych Polski	297
Marcin Ratajczak: Wdrażanie kluczowych składowych koncepcji CSR w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu z Małopolski.....	307
Ewa Rollnik-Sadowska: Bariery popytu na pracę w wymiarze regionalnym na przykładzie podlaskich producentów bielizny	318
Jarosław Ropęga: Przetrwanie małych firm w Polsce a systemy ostrzegania przed niepowodzeniem	327
Ewa Rosiak: Zmiany na rynku rzepaku po integracji Polski z Unią Europejską	338
Dariusz Eligiusz Staszczak: Zmiany pozycji głównych uczestników handlu międzynarodowego.....	348
Piotr Szajner: Relacje cenowe na polskim rynku mleka po akcesji do Unii Europejskiej	359
Maciej Szczepkowski: Strefy wolnego handlu w Rumunii na tle rozwiązań światowych	368
Karolina Szymaniec-Mlicka: Wykorzystanie podejścia zasobowego do poprawy funkcjonowania organizacji publicznych	378
Agnieszka Zalewska-Bochenko: Białostocka Karta Miejska jako przykład innowacyjnego narzędzia zarządzania komunikacją miejską na terenie Białostockiego Obszaru Metropolitalnego	387
Anna Zielińska-Chmielewska, Tomasz Strózik: Ocena klasyfikacji pozycyjnej przedsiębiorstw przetwórstwa mięsnego według stanu ich kondycji finansowej w ujęciu dynamicznym.....	397
Arkadiusz Żabiński: Realizacja funkcji stymulacyjnej w uldze na zakup nowych technologii.....	409

Summaries

Piotr Adamczewski: Computer-aid in network organizations	11
Franciszek Adamczuk: The Upper Sorbian Six-City League – regional network product on the Polish-German borderland	20
Grażyna Adamczyk-Łojewska, Adam Bujarkiewicz: Multifactorial assessment method of transformation in the spatial structure of Polish economy	30
Wioletta Bieńkowska-Gołasa: Sposoby pozyskiwania inwestorów przez władze samorządowe na przykładzie województwa mazowieckiego	40
Małgorzata Bogusz, Marcin Tomaszewski: The use of the European Union aid funds for the development of entrepreneurship in the frame of Rural Development Program in 2007–2013	50
Magdalena Czulowska, Marcin Żekalo: Regional diversity of production and economic effects in specialised dairy farms	60
Ireneusz Dąbrowski, Zbigniew Staniek: Prawa własności w procesie prywatyzacji polskiego sektora energetycznego	70
Monika Fabińska: Clusters in the new programming perspective 2014–2020	84
Aleksander Grzelak: The processes of reproduction of assets vs. the level of operating and investing subsidies in agricultural holdings conducting agricultural accountancy (FADN).....	95
Ewa Gwardzińska: Changes in the structure of customs brokerage services market in Poland	104
Tomasz Holecki, Karolina Sobczyk, Magdalena Syrkiewicz-Świtała, Michał Wróblewski, Katarzyna Lar: Health service as an instrument of competitive advantage building	114
Katarzyna Anna Jabłońska: Energy clusters as a tool of support of development of modern electroenergy systems	123
Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska: The image of a listed company and its quotes	133
Urszula Kobylińska: Innovation in the public sector at the local government in Poland	142
Aleksandra Koźlak: Economic, social and environmental effects of transport congestion	153
Justyna Kujawska: Comparative analysis of accessibility to the healthcare services in Polish voivodeships	165
Renata Lisowska: Cooperation of small and medium-sized enterprises in the region – stimulants and barriers.....	175
Piotr Lityński: Stopień i cechy zjawiska <i>urban sprawl</i> w wybranych największych polskich miastach.....	184
Aleksandra Majda: Strategia sukcesyjna w polskich firmach rodzinnych – analiza porównawcza.....	194

Arkadiusz Malkowski: Socio-economic development concepts for border regions.....	210
Aleksandra Nacewska-Twardowska: The influence of Russian sanctions on Polish trade	220
Małgorzata Niklewicz-Pijaczyńska, Małgorzata Wachowska: The degree of commercialisation of Polish inventions. Academic patents vs. business patents	231
Karolina Olejniczak: Functioning and support areas of the Swiss-Polish Co-operation Programme.....	240
Iwona Oleniuch: The role of network facilitators in the development of clusters.....	251
Dorota Pasińska: Polish beef market after the accession to the European Union	261
Katarzyna Peter-Bombik, Agnieszka Szczudlińska-Kanoś: Polityka rodzinna jako postulat w wyborach prezydenckich w 2015 roku.....	273
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Innovation in enterprises in the conditions of market economy	284
Halina Powęska: Investment in trade in border regions in Poland	297
Marcin Ratajczak: Implementation of key components of CSR concept in small and medium-sized enterprises of agribusiness from Lesser Poland	307
Ewa Rollnik-Sadowska: Barriers of labour demand in the regional dimension exemplified by the Podlasie lingerie manufacturers	318
Jarosław Ropega: Survival of small companies in Poland vs. failure warning systems.....	327
Ewa Rosiak: Changes on the Polish rapeseed market after the integration with the European Union	338
Dariusz Eligiusz Staszczak: Changes of major participants' positions in the international trade	348
Piotr Szajner: Price relationships on the Polish milk market after the accession to the European Union	359
Maciej Szczepkowski: Free trade zones in Romania in comparison to world solutions	368
Karolina Szymaniec-Mlicka: The use of resource-based view to improve the functioning of public organisations	378
Agnieszka Zalewska-Bochenko: The Białystok Urban Card as an example of an innovative tool of management of public transport within the territory of the Białystok Metropolitan Area	387
Anna Zielińska-Chmielewska, Tomasz Strózik: Assessment of the positional classification of chosen meat processing enterprises according to the state of their financial condition – a dynamic approach	397
Arkadiusz Żabiński: The function of stimulation in tax relief on the purchase of new technologies	409

Franciszek Adamczuk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
e-mail: franciszek.adamczuk@ue.wroc.pl

**GÓRNOŁUŻYCKI ZWIĄZEK
SZEŚCIU MIAST (GZSM) –
SIECIOWY PRODUKT REGIONALNY
NA POGRANICZU POLSKO-NIEMIECKIM**

**THE UPPER SORBIAN SIX-CITY LEAGUE –
REGIONAL NETWORK PRODUCT
ON THE POLISH-GERMAN BORDERLAND**

DOI: 10.15611/pn.2015.402.02

Streszczenie: Artykuł dotyczy Górnołużyckiego Związku Sześciu Miast (GZSM), jego historycznej i współczesnej funkcji. Związek ten powstał w XIV w. na gruncie królestwa Czech, a reaktywowany obecnie – ze względu na udział miast dolnośląskich i saksońskich, poszerza paletę produktów regionalnych na pograniczu polsko-niemieckim. Autor formułuje następującą tezę i pragnie ją uzasadnić: reaktywowany w 1991 r. związek miast jest przykładem *współpracy sieciowej*, wzbogaca produkt regionalny, stymuluje zarówno rozwój turystyki, jak i inne obszary biznesu w skali transgranicznej na pograniczu polsko-niemiecko-czeskim, w tzw. *Trójkącie trzech krajów* (niem. *Dreiländereck*, czes. *Trojzemi*). W końcowej części opracowania autor dokonał autoweryfikacji swoich wniosków z badań funkcjonowania tego związku, które przeprowadził w latach 2002–2004. Wnioski te zaktualizował i sformułował pewne rekomendacje na przyszłość.

Słowa kluczowe: związek miast, produkt regionalny, współpraca sieciowa, pogranicze polsko-niemieckie.

Summary: The article discusses the Upper Sorbian Six-City League, its historical and contemporary function. The League was established in the 14th century within the Kingdom of Bohemia and has currently been reactivated – owing to the participation of Lower Silesian Saxon cities it extends the spectrum of regional products along Polish-German border region. The author puts forward the following thesis and desires to justify it: the alliance of cities reactivated in 1991 remains the example of *networking cooperation* by enriching the regional product, stimulating the development of tourism and other business areas in the cross-border scale along the Polish-German-Czech border region, in the so-called *Triangle of three countries* (in German *Dreiländereck*, in Czech *Trojzemi*). The final part of the study offers the author's verification of the presented conclusions, resulting from the research on the alliance

functioning, conducted in the period 2002–2004. The author updated these conclusions and supported them with certain recommendations for the future.

Keywords: city league, regional product, networking cooperation, Polish-German borderland.

1. Wstęp

Celem artykułu jest ukazanie genezy powstania i współczesnej roli produktu regionalnego o cechach sieci na pograniczu polsko-niemieckim. Przedmiotem analizy jest Górnoluzyczny Związek Sześciu Miast (Oberlausitzer Sechsstädtebund) – struktura utworzona jeszcze w XV w. w królestwie Czech i reaktywowana do celów promocji w 1991 r. pod historyczną nazwą GZSM. Porozumienie to, przykład typowej *współpracy sieciowej* – zwane dalej Związkiem lub w skrócie GZSM, jest wykorzystywane w rozwoju tego obszaru w skali międzyterytorialnej (transgranicznej) – przede wszystkim w rozwoju turystyki i innych dziedzin biznesu w Saksonii i na Dolnym Śląsku, w tzw. *Trójkącie trzech krajów* (niem. *Dreiländereck*, czes. *Trojzemi*).

Opracowanie zawiera wyniki badań autora¹ prowadzonych w latach 2002–2004 i próbę aktualnej autoweryfikacji ówczesznie postawionych tez i wniosków, w kontekście przygotowywanej nowej *Strategii rozwoju Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa do roku 2020*. Realizacja tego zamierzenia jest zamieszczona w końcowej części opracowania.

2. Produkt regionalny – podstawowe zagadnienia

Według P. Kotlera produkt to „cokolwiek, co może znaleźć się na rynku, zyskać uwagę, zostać nabyte, użyte lub skonsumowane, zaspokajając czyjeś pragnienie lub potrzebę” [Kotler 1994, s. 400]. Produkty regionalne to produkty związane z miejscem ich pochodzenia, często niepowtarzalne w swej istocie i treści. Wiele z nich ma charakter międzynarodowy, międzyterytorialny, transgraniczny. Uczestniczą w realizacji marketingu regionalnego i podnoszeniu konkurencyjności regionalnej [Raszkowski 2012]. Produktem takim może być także miasto lub grupa miast. Miasta, jak dowiodła historia, mogą i potrafią nie tylko artykułować swoje interesy, ale podejmować działania w celu realizacji wspólnych zadań, np. obrony swoich interesów politycznych i gospodarczych, występowania z inicjatywami międzynarodowymi czy kreowania określonego wizerunku obszaru. Z reguły działania te są bardziej skuteczne i efektywne, gdy prowadzi się je wspólnie.

Przez promocję miasta (miast) rozumieć będzie się działania mające na celu zaproponowanie odbiorcy tych działań walorów produktu, czyli miasta, i zachęcające

¹ Wyniki tych badań opublikowane zostały przez autora opracowania [Adamczuk 2005].

go do konsumpcji oferty miasta lub podjęcia działalności na jego terenie. Miasto rozumiane będzie tu tradycyjnie, zgodnie z interpretacją J. Regulskiego, jako *jednostka osadnicza grupująca przede wszystkim ludność zamieszkałą i zatrudnioną w zawodach pozarolniczych* [Regulski 1986, s. 16] *albo jako zasoby miejskie i interakcje występujące pomiędzy nimi*.

Struktury określane jako struktury sieciowe nie są nowe. Rozwinęły się one w końcu XX w. i nadal trwa ich renesans [Dumała 2012, s. 25–107]. Porozumienia wielu miast o współpracy odpowiadają pojęciu struktury sieciowej i, jak stwierdza I. Pietrzyk, współpraca sieciowa jest współczesnym wyrazem współpracy międzyterytorialnej [Pietrzyk 2007, s. 291 i nast.]. Od nazwy współpracy sieciowej bierze się nazwa „produkt sieciowy” i dalej – „sieciowy produkt regionalny”.

3. Geneza powstania Górnołużyckiego Związku Sześciu Miast i jego współczesne znaczenie

Związki miast mają swoją wieloletnią historię. W Europie określano je często jako tzw. hanzy. Najbardziej znaną i największą hanzą była tzw. *Hanza niemiecka* (w literaturze znana po prostu jako „Hanza”)². Współcześnie reaktywowano do celów promocyjnych związki wielu miast określanych jako hanzy. *Nowa Hanza* – bo taką nazwę mu nadano, to związek ponad 150 miast partnerskich Europy Północnej – w tym 21 z Polski, założony w 1980 r. w holenderskim Zwolle.

W XIV w. w Europie zaczęły powstawać porozumienia – związki miast na większą skalę. Także na Łużycach, mimo iż na tym obszarze toczyły się częste walki o wpływy czynione przez ówczesnych władców. Jak wskazują badania tego okresu, powstanie analizowanego GZSM poprzedziło powstanie w 1339 r. bardzo ciekawej struktury łużycko-śląskiej – *Związku 8 miast*, do którego weszły: Bautzen, Kamenz, Löbau, Görlitz, Breslau (Wrocław), Ohlau (Oława), Strehlen (Strzelin) i Neumark (Środa Śląska). Celem związku było ściganie złoczyńców i zostało zawarte na 12 lat, a odnowione w 1369 r. Związek ten to ponadregionalne porozumienie miast łużyckich i śląskich, co jest pewnym ewenementem. Szybko jednak ujawniły się sprzeczności interesów członków porozumienia i presja otoczenia na ograniczanie jego funkcjonowania³.

Równoległe – choć niektórzy twierdzą, że w odpowiedzi na powstawanie różnych doraźnych porozumień miast na obszarze Łużyc, powstał na Śląsku w 1346 r. Związek Miast Śląskich (ZMŚ) (czes. „Svaz slezských měst”). To typowy sojusz

² Por.: Hanza, Liga Hanzeatycka, Związek Hanzeatycki (z st.-wys.-niem. *hansa* – grupa) – związek miast handlowych Europy Północnej z czasów Średniowiecza i początku ery nowożytnej. Miasta należące do związku popierały się na polu ekonomicznym, utrudniając pracę kupcom z miast nienależących do związku, jednocześnie zaś stwarzały realną siłę polityczną i niekiedy wojskową.

³ Wybitnym badaczem tego okresu jest czeski historyk R. Andel. Autor opracowania skonsultował treść artykułu w trakcie bezpośredniej rozmowy z prof. R. Andelem 15 grudnia 2014 r., odbytej na Uniwersytecie w Libercu.

miast powołany w celu wspólnej obrony przed Luksemburgami oraz ochrony szlaków handlowych przed rycerzami-rabusiami. Został utworzony przez księcia świdnicko-jaworskiego Bolka II Małego w związku z wojną polsko-czeską o Śląsk.

Formalne powołanie GZSM w analizowanym kształcie przestrzennym nastąpiło 21 sierpnia 1346 r. W skład tego związku (niem. Sechsstädtebund, górnołuż. Zwjazk šěšćiměstow, czes. Šestiměstí) weszły miasta leżące wzdłuż Via Regia Lusatica (pol. Królewskiej Drogi Łużyckiej): Związek ten powstał w ramach Królestwa Czech. Do głównych celów powstania Związku zaliczono ówczesnie⁴:

- *obronę przed zagrożeniami ekonomicznymi i politycznymi*, co rozumiano jako zgodę na wspólne przeciwstawianie się np. aneksjom terytorialnym, dodatkowym daninom czy mytu;
- *udział w działaniach na rzecz umacniania jedności terytorialnej Łużyc*; chodzi tu o *tworzenie warunków organizacyjnych, finansowych i więzi rodzinno-rodowych* w celu integracji regionu;
- *osiąganie innych celów doraźnych skierowane na wzrost bezpieczeństwa mieszkańców i ich dobrobytu materialnego*: dbanie o wzrost przywilejów miast, takich jak prawo warzenia piwa, bicia monety, praw cechów, trwałości targów w danych miejscowościach, stałości myta, zakazu obrotu tzw. złym pieniądzem;
- *wspólną reprezentację wobec władz regionalnych i na zewnątrz*, np. wobec księstw, książąt ościennych, a nawet władz kościelnych⁵.

Do Związku weszły formalnie takie miasta jak: Bautzen (pol. Budziszyn), Görlitz, Kamenz (pol. Kamieniec), Lauban (dziś pol. Lubań), Löbau, Zittau (pol. Żytawa)⁶.

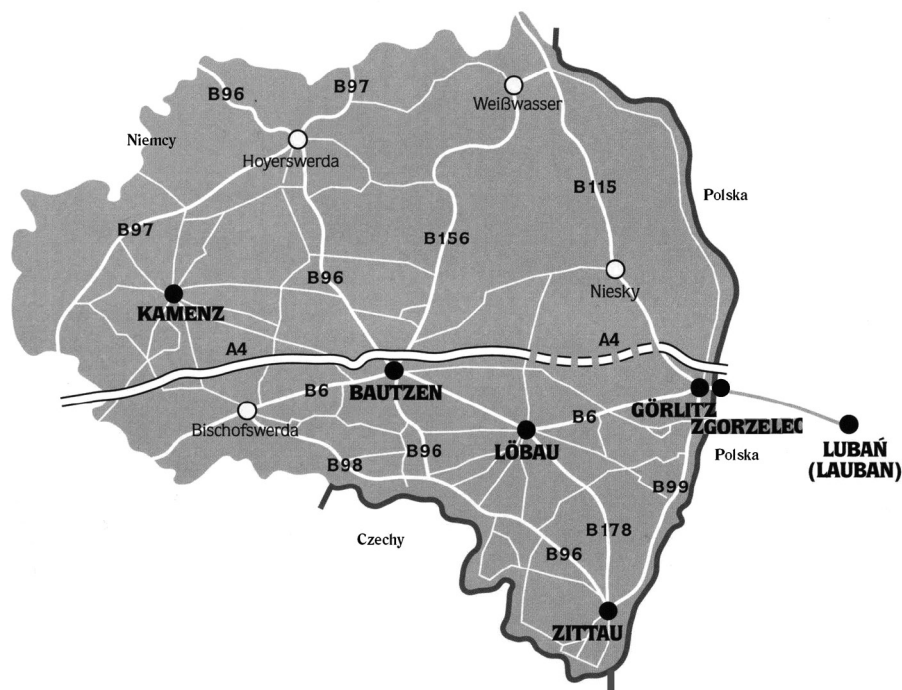
Układ przestrzenny pogranicza Łużyc i Dolnego Śląska (w szczególności GZSM) ukazuje mapa (rys. 1).

Historycy, analizując okres prawie 670 lat od powstania Związku, jednomyślnie potwierdzają, że zasadnicze cele były w większości osiągnięte, szczególnie w pierwszym okresie jego istnienia. W XVII w. Związek ograniczył wyraźnie swoją działalność i w kolejnych latach w nowej sytuacji geopolitycznej został rozwiązany. Stało się to formalnie w 1815 r., po przyłączeniu Lubania i Görlitz do Prus. Dalej funkcjo-

⁴ Kompleksowym studium na ten temat jest praca wydana w Niemczech w 1997 r. pt. *650 Jahre Oberlausitzer Sechsstädtebund 1346–1996* przez wydawnictwo Oettel Bad Muskau jako wynik konferencji naukowej historyków z Czech, Niemiec i Polski, odbytej w Żytawie (Zittau) 19–21.09.1996 r., z udziałem autora artykułu. Szczególny wkład w badanie tego okresu i popularyzację wyników ma niewątpliwie historyk saksoński dr R. Aurig, obecnie ekspert wielu instytucji saksońskich i międzynarodowych, pracownik Saksońskiego Ministerstwa Nauki i Sztuki (SMWK) wcześniej SLZfM w Chemnitz. Por.: [Aurig 1997, s. 68–79; Czok 1997, s. 10–18].

⁵ Kwestie te są stosunkowo rzadko omawiane w literaturze historycznej. Zostały one zebrane przez autora z licznych źródeł historycznych i materiałów muzeów regionalnych. Por.: [Przybyła 2008].

⁶ Miasta te obok nazewnictwa aktualnego wynikającego z przynależności do danego kraju posiadają także nazwy historyczne, a w przypadku miast łużyckich nazwy łużyckie – formalnie dopuszczone do nazewnictwa. Niektóre miasta saksońskie mają także nazwy polskie. Do tego należy dodać nazwy w innych językach np. czeskim. Przykład: Zittau (niem.), Żytawa (pol.), Žitava (czes.).



Rys. 1. Układ przestrzenny Górnolужиcky Związek Sześciu Miast (GZSM)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Lehmann 2000].

nował związek 4 miast, który zakończył swoją działalność w 1868 r.⁷ W kolejnym okresie historycy rzadko nawiązywali do jego działalności. Po II wojnie światowej, w okresie tzw. realnego socjalizmu w NRD badany podmiot traktowano jako mało znaczący relikw przeszłości.

4. Krótka charakterystyka walorów poszczególnych miast tworzących GZSM

Charakterystyka ta będzie zasadniczo uproszczona i zawierać będzie cztery grupy informacji. Zawarta jest w tab. 1.

⁷ Autor zaczerpnął powyższe opinie z dyskusji prowadzonej podczas wspomnianej wcześniej konferencji oraz protokołów posiedzeń Komisji Historycznej Euroregionu Nysa z lat 1991–2014. Duża ilość materiałów źródłowych znajduje się w Muzeum w Zittau i jest dostępna dla badaczy tego okresu, a nawet w takich ośrodkach kulturowych, jak Międzynarodowe Centrum Spotkań (Begegnungszentrum) w St. Marienthal k. Görlitz. Wśród polskich badaczy szczególnie miejsce zajmują opracowania K.R. Mazurskiego (aspekty geograficzno-przestrzenne), M. Iwanka (historia regionu) czy J. Potockiego – w kontekście geografii regionalnej Sudetów i gospodarki przestrzennej.

Tabela 1. Charakterystyka członków GZSM

Nazwa miasta	Rok założenia	Liczba mieszk. (w tys)	Znaczenie przestrzenne	Miasta partnerskie
Bautzen	1231	40	centrum ponadregionalne	Dreux (F), Jablonec n.N. (CZ), Jelenia Góra (PL), Works (D), Heidelberg (D)
Löbau	1221	16	lokalne znaczenie	Lubań (PL), Épernay (F), Ettlingen (D) Makó (HU)
Kamenz	1225	17	ponadlokalne znaczenie	Kolin (CZ), Karpacz (PL), Alzey (D)
Görlitz/ Zgorzelec (PL)	1215 lub 1220/1945	55/32	regionalne znaczenie/ centrum transgraniczne	Görlitz: Amiens (F), Molfetta (I), Nowy Jiczyn(CZ), Zgorzelec(PL), Wiesbaden (D), Zgorzelec: Nausa (GR), Mirhorod (UA), Görlitz (D), Avion (F)
Zittau	1254	27	regionalne znaczenie	Bogatynia (PL), Eichgraben (A), Liberec (CZ), Pistoia (I), Portsmouth (USA), Furtwangen (D)
Lubań (PL)	1220	22	regionalne znaczenie	Skjern (DK), Löbau (D), Kolin (CZ), Prienai (LT)

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów Urzędu Statystycznego we Wrocławiu i Saksońskiego Urzędu Statystycznego w Kamenz.

Jak wynika z tab. 1, wszystkie miasta powstały w XIII w., zamieszkuje w nich obecnie ok. 209 tys. ludności, większość to miasta małe – ok. 20 tys. mieszkańców. Posiadają one z reguły znaczenie ponadlokalne, statystyczna ilość partnerów we współpracy wynosi 32, średnio ponad cztery podmioty na jedno miasto. Z tabeli 1 wynika, że klasyczna (historyczna) sieć współpracy (siedem miast) uległa i nadal ulega powiększeniu o miasta partnerskie poszczególnych członków GZSM (prawie 30), co bardzo korzystnie wpływa na międzynarodową promocję całego związku od Francji, Austrii, Danii, Litwy, Ukrainy, Węgier, Grecji i Włoch po USA.

Reaktywowanie po wielu latach GZSM jest podyktowane korzyściami doraźnymi, ale i perspektywicznymi. Można stwierdzić, co następuje:

- miasta zdają sobie sprawę z korzyści wspólnej promocji, miasta saksońskie w większym zakresie niż dolnośląskie występują wspólnie; Zgorzelec i Görlitz są w wyjątkowej sytuacji – formalnie dwa miasta w materiałach promocyjnych, szczególnie wydawanych w Saksonii, traktowane są często jako jedno miasto – tzw. miasto europejskie (niem. *Europastadt*)⁸;
- miasto Lubań jest w promocji formalnie traktowane równorzędnie z innymi członkami GZSM; w polskich materiałach promujących Dolny Śląsk członko-

⁸ W polskiej literaturze nagminnie, błędnie tłumaczy się niemieckie słowo *Europastadt* jako „Europa-miasto”, zamiast „miasto europejskie”. Por. [Adamczuk 2013].

stwo Lubania w GZSM jest wyraźnie niedoceniane i występuje często dystans do korzyści z tego faktu; wpływa to na zakres i formy międzynarodowej promocji *Trójkąta trzech krajów*⁹.

W dostępnych materiałach promocyjnych wydawanych w Saksonii w Polsce można zauważyć:

- stosunkowo szczegółową charakterystykę powstania Związku i jego pierwotnej roli z wyraźną przewagą osiągniętych sukcesów, z pominięciem jego destrukcyjnej działalności, np. roli podczas wojen husyckich, brak reakcji na waśnie lokalne, rozbieżne postawy wobec innych organizacji lokalnych np. Związku Miast Śląskich;
- bogate wykorzystanie w promocji niemieckich materiałów fotograficznych i innych materiałów źródłowych, często unikalnych, pozyskiwanych z lokalnych i regionalnych zbiorów, w mniejszym zakresie dokumentów polskich np. Archiwów Państwowych;
- próbę ukazywania organizacji (struktury, porozumienia komunalnego) powstałej w XIV w. jako struktury sieciowej bardzo bliskiej współczesności, jeśli chodzi o możliwości odbudowy więzi historycznych i przyczyniania się do budowy wizerunku obszaru jako modelowego „obszaru współpracy”;
- występującą stosunkowo często selekcję informacyjną i świadome pomijanie niektórych problemów lokalnych lub ich marginalizację; dotyczy to np. problemów przemieszczania się ludności w następstwie II wojny światowej i stosownych postanowień politycznych;
- częste pomijanie w materiałach promocyjnych słowiańskiej tradycji na tym obszarze, eksponowanie tzw. tradycji germańskiej i marginalne traktowanie tradycji Serbów łużyckich, ale i tradycji śląskiej – w szczególności Piastów Śląskich w historii tego regionu czy wielowiekowej przynależności Śląska do Czech.

Tabela 2. Analiza porównawcza wyników badań z lat 2004 i 2014 w kwestii roli GZSM w rozwoju regionalnym

Lp.	Wnioski z 2004 r.	Wnioski z 2014 r.
1	2	3
1.	Promocja wydaje się mało skuteczna, jeśli chodzi o rozwój tego obszaru, w dostępnych źródłach Związek Sześciu Miast jest traktowany jako instytucja reliktowa i fasadowa. Zasadna wydaje się teza o ograniczonej skuteczności promocji realizowanej na przełomie XX i XXI w. przez podmioty zarówno polskie, jak i niemieckie.	Wzrost skuteczności promocji tego obszaru. Przygotowana nowa <i>Strategia rozwoju Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa do 2020</i> wnosi nowe elementy do współpracy miast GZSM jako wspólnego regionu urlopowego.

⁹ W tej kwestii szczególny wkład w uporządkowanie nazewnictwa i historiografii tej części Europy wnoszą ze strony polskiej m.in. K.R. Mazurski, J. Łoboda, S. Ciok z Wrocławia.

1	2	3
2.	Zakres promocji jest zróżnicowany co do treści, z wyraźną przewagą promocji saksońskiej części i niedocenianiem części polskiej. Polskie miasto Lubań często jest ukazywane jako miasto polskie o ograniczonym znaczeniu dla rozwoju regionu, dane na temat jego walorów są najczęściej niepełne, nieaktualne lub wybiórcze. Wkład Polski w powojenny rozwój miasta jest z reguły całkowicie pomijany. Eksponuje się natomiast znaczenie miasta w okresie przynależności do Prus czy III Rzeszy.	Zmiana pozytywna na rzecz obiektywizowania historii regionu i uniwersalnych treści dla współczesności GZSM.
3.	Istnienie formalnie 7 miast w Związku Sześciu Miast Łużyckich jest pewnym ewenementem formalnym. W promocji jest to powód do wielu pytań i niejasności. Promocja jest więc w dużej części selektywna. Materiały promocyjne są przede wszystkim w języku niemieckim i kierowane do odbiorcy niemieckiego, jeśli chodzi o zakres podawanych informacji i ich treść. Wspomniane we wstępie organizacje niemieckie nie podejmują szerszej współpracy promocyjnej ze stosownymi organizacjami zajmującymi się promocją Dolnego Śląska. Także organizacje polskie w ograniczonym zakresie realizują to zadanie.	Promocja nadal dość selektywna, materiały promocyjne w językach wiodących UE. Organizacje turystyczne z Dolnego Śląska i Saksonii wypracowały stosunkowo spójny program promocji tej instytucji i jej roli w historii regionu, np. na targach turystycznych ITB.
4.	Promocja ZSMŁ wyraźnie wspierana jest formalnie i materialnie przez władze saksońskie. Traktować należy to jako sukces zgrupowanych w Związku Miast Łużyckich – w tym i polskich Lubania i Zgorzelca. Może to być przykładem do naśladowania, także w innych regionach jednoczącej się Europy. W materiałach wydawanych w Polsce, np. na temat promocji Dolnego Śląska, ZSMŁ jest wykorzystywany bardzo rzadko.	Promocja GZSM jest marginalna w opracowaniach polskich, w tym w materiałach wydawanych przez UMWD i współfinansowanych przez UE. Także organizacje turystyczne i struktury komunalne w zasadzie nie nawiązują w promocji do historycznych struktur, np. Związku Miast Śląskich czy badanego GZSM.
5.	Niedosyt budzi ukazywanie w promocji współpracy na tym obszarze społeczności lokalnych już w XIV w., jako pierwszych kroków współpracy ówczesnych społeczności i zarządzających miastami władz i zgodnego współżycia przez ponad 650 lat wielu ówczesnych kultur i grup etnicznych i narodowościowych.	Wniosek pozostaje w dużej części nadal aktualny. Historycy i politycy obu krajów stoją przed zadaniem przygotowania zobiektywizowanych ocen historii regionu na tle wydarzeń w Europie w XX w. Nadal utrzymuje się asymetria w ilości i jakości materiałów saksońskich i dolnośląskich.

Źródło: opracowanie własne.

W przedstawionej tabeli odniesiono się formalnie do wyartykułowanych wniosków z badań autora przedstawionych przed niemal 10 laty. Wskazuje ona na ich

zasadność i w wielu przypadkach na ich aktualność. W badanym okresie zaszły jednak korzystne zmiany w postrzeganiu GZSM i jego znaczenia w historii, ale i dziś. Bliższa poznanie tych zmian wymaga szczegółowych badań socjologicznych.

5. Zakończenie

Z przedstawionych analiz i przeprowadzonych wywiadów z liderami lokalnymi rysuje się następujący obraz:

- reaktywowany w 1991 r. GZSM to typowy produkt regionalny, bardzo ważny przykład w historiografii współpracy struktur komunalnych tej części Europy. Współczesne funkcje reaktywowanego porozumienia sieciowego są zasadniczo odmienne od tych w XIV w. Jest to typowy sieciowy produkt struktury. Rdzeń tej sieci ulega wzbogaceniu o powiązania z prawie 30 miastami partnerskimi, co dodatkowo stymuluje jego aktualną funkcję, promocję regionu dla turystów i inwestorów. Oprócz takich produktów regionalnych, jak: szlak handlowy Via Regia, szlaki pielgrzymkowe (Droga Św. Jakuba czy Via Sacra) jest on trwałym elementem marketingu regionalnego pogranicza polsko-niemiecko-czeskiego;
- GZSM spełnia funkcję nie tylko poznawczą, ale i edukacyjną, pokazuje młodemu pokoleniu Polaków, Niemców i Czechów, że w odległych wiekach, mimo istniejących różnic interesów i różnic politycznych, społeczności lokalne miały potrafiły połączyć siły i skutecznie działać wspólnie w imię ważnych dla nich celów. Można to uznać za pierwsze symptomy integracji regionalnej;
- produkt ten posiada ogromny potencjał, który nie jest w pełni wykorzystywany w promocji tego regionu w Europie i na świecie, w szczególności w rozwoju turystyki i rozwoju lokalnego biznesu.

Literatura

- Adamczuk F., 2005, *Związek miast i jego rola w promocji regionu na przykładzie Związku Sześciu Miast Łużyckich*, [w:] J. Potocki (red), *Gospodarka przestrzenna*, nr VIII, Wydawnictwo PLAN Jelenia Góra s. 31–38.
- Adamczuk F., 2013, *Cross-border cooperation of Lower Silesia and Saxony – current results and prospects*, [w:] E. Sobczak, A. Raszkowski (red.), *Regional Economy in Theory and Practice*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 286, s. 230–240.
- Aurig R., 1997, *Strassenschutz und Strassenzug. Zur Verkehrspolitik Karls IV*, [w:] M. Herrmann (red.), *650 Jahre Oberlausitzer Sechsstädtebund 1346–1996*, Verlag Gunter Oettel, Bad Muskau.
- Czok K., 1997, *Der Oberlausitzer Sechsstädtebund zwischen Bürgeist, Königs- und Adelserschaft*, [w:] M. Herrmann (red.), *650 Jahre Oberlausitzer Sechsstädtebund 1346–1996*, Verlag Gunter Oettel, Bad Muskau.
- Dumała H., 2012, *Transnarodowe sieci terytorialne w Europie*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Kotler P., 1994, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & Ska, Warszawa.
- Lehmann G., 2000, *Der Oberlausitzer Sechsstädtebund*, Fremdenverkehrsverband Oberlausitz/Niederschlesien e.V., Bautzen.

- Pietrzyk I., 2007, *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Przybyła Z., 2008, *Terytorialne więzi sieciowe – studium przypadku Związku Sześciu Miast Łużyckich*, [w:] M. Klamut (red.), *Integracja europejska*, *Ekonomia i Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze*, nr 17, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 105–114.
- Raszkowski A., 2012, *Marketing regionalny a konkurencyjność regionalna*, [w:] E. Łązniewska, M. Gorynia (red.), *Konkurencyjność regionalna. Koncepcje – strategie – przykłady*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 152–170.
- Regulski J., 1986, *Planowanie miast*, PWE, Warszawa.