

METROPOLIE TURYSTYCZNE ŚWIATA W ŚWIETLE RANKINGÓW MIĘDZYNARODOWYCH – STATYSTYCZNA ANALIZA RANGOWANIA WIELOKRYTERIALNEGO

Piotr Zmysłony, Natalia Piechota***

Abstrakt

Cel. (1) Pomiar potencjału gospodarczego oraz turystycznego metropolii uznawanych za miasta światowe lub miasta globalne; (2) określenie natężenia relacji między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym tych miast; (3) zaproponowanie klasyfikacji metropolii turystycznych świata.

Metoda. Wielokryterialna metoda rangowania przeprowadzona na podstawie źródeł wtórnych w formie rankingów miast, charakteryzujących ich potencjał turystyczny oraz gospodarczy. Pomiar związku między potencjałem turystycznym a gospodarczym z wykorzystaniem współczynnika korelacji Pearsona.

Wyniki. Uzyskano ranking 22 metropolii turystycznych świata, na czele którego uplasowały się Londyn, Paryż i Nowy Jork. Potwierdzono silny związek między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym badanych miast.

Ograniczenia badań i wnioski. Jakość materiału źródłowego, ograniczony obiektywizm metody selekcji materiału źródłowego oraz metody rangowania; uogólniony charakter wyników.

Implikacje praktyczne. Aplikatywna weryfikacja opisowej koncepcji miast światowej turystyki (*world tourism cities*) zaproponowanej przez R. Maitlanda i P. Newmana [2009]. Zaproponowanie własnej metody pomiaru stopnia internacjonalizacji turystycznej miast.

Oryginalność pracy. Zaproponowanie pierwszej klasyfikacji metropolii turystycznych świata, analiza potencjału turystycznego miast w kontekście konkurencyjności gospodarczej.

Rodzaj pracy. Praca teoretyczno-empiryczna.

Słowa kluczowe: turystyka w mieście, rankingi miast, miasta światowe, miasta globalne, metropolie turystyczne.

* Dr hab., Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: p.zmyslony@ue.poznan.pl.

** Mgr, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: Natalia.piechota@ue.poznan.pl.

Wprowadzenie

Światowe metropolie są wielkimi skupiskami ludności, a także globalnymi koncentratorami i węzłami w globalnej cyrkulacji kapitału, wiedzy, innowacji, wyspecjalizowanych usług biznesowych, towarów oraz trendów konsumpcyjnych [Castells 2010]. Funkcjonują nie poprzez eliminowanie się na arenie światowej konkurencji, ale na zasadzie powiązań sieciowych, tworząc najwyższą, ponadnarodową hierarchię ośrodków miejskich wzmacniających swój potencjał konkurencyjny [Taylor 2012]. Jednocześnie światowe metropolie stały się najczęściej i najliczniej odwiedzanymi obszarami przez turystów, zarówno w czasie wolnym, jak i w ramach podróży służbowych, czego przyczyną jest mieszanka dziedzictwa kulturowego i historycznego z nowoczesnością, oferowana poprzez współczesną architekturę, kulturę i sztukę, siłę gospodarki oraz wizerunku. Można zatem wysunąć hipotezę, że sfera turystyki – rozumiana jako funkcja miejsca w rozumieniu działalności społeczno-gospodarczej miast – w wymiarze międzynarodowym pozostaje w silnej relacji z ich potencjałem gospodarczym, a siła tej relacji decyduje o międzynarodowej konkurencyjności metropolii.

Dorobek naukowy z zakresu miast światowych oraz miast globalnych pozwala na wymierną ich kwantyfikację, której efektem są rankingi miejskie sporządzane cyklicznie w oparciu o ściśle określone procedury badawcze. Od lat 80. poprzedniego wieku znana jest hierarchia miast światowych oraz miast globalnych, zapoczątkowana przez J. Friedmanna [1986] i kontynuowana przez wiele ośrodków badawczych, które systematycznie dokonują pomiaru globalnego potencjału, siły lub konkurencyjności najsilniejszych gospodarczo miast [por. A.T. Kearney 2012; Beaverstock, Smith, Taylor 1999; EIU 2012; GaWC 2014; Zmyślony 2015]. Z kolei od czasu, kiedy R. Maitland i P. Newman [2009] sformułowali koncepcję miast światowej turystyki (*world tourism cities*), odnoszącą się w dużej mierze do dorobku wspomnianych koncepcji miast światowych i miast globalnych, nie pojawiła się klasyfikacja będąca wynikiem wielowymiarowego pomiaru opartego na metodyce odpowiadającej – choćby ogólnie, biorąc pod uwagę dostępność źródeł – charakterystyce tego typu miast. Istnieją oczywiście rankingi najbardziej popularnych lub najczęściej odwiedzanych przez turystów miast świata, jednak tworzone są one zwykle na podstawie zaledwie jednego lub dwóch mierników, co sprawia, że indywidualnie nie można ich uznać jako wystarczające narzędzia poznawcze [por. Euromonitor International 2013; Hedrick-Wong, Choog 2013; ICCA 2013, UIA 2013]. Prasa oraz portale turystyczne pełne są wyników najróżniejszych plebiscytów na ten temat, jednak procesowi ich tworzenia brakuje obiektywnego reżimu naukowego.

W związku z tym sformułowano trzy cele artykułu: (1) pomiar potencjału gospodarczego oraz turystycznego najsilniejszych metropolii na świecie uznawanych za miasta światowe lub miasta globalne; (2) określenie natężenia

nia relacji między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym tych miast; (3) zaproponowanie klasyfikacji metropolii turystycznych świata w oparciu o koncepcję miast światowej turystyki R. Maitlanda i P. Newmana [2009].

Artykuł składa się z pięciu części. Po części literaturowej, wyjaśniającej istotę miast światowych oraz miast globalnych, a także omawiającej koncepcję światowych miast turystyki oraz wyzwania związane z ich klasyfikacją, przedstawiono koncepcję i metodykę przeprowadzonego badania. W kolejnej części zaprezentowano wyniki, które następnie odniesiono do dotychczasowego dorobku naukowego w tym zakresie oraz omówiono ich ograniczenia poznawcze. Artykuł zakończony jest wnioskami dotyczącymi międzynarodowego potencjału turystycznego i gospodarczego miast.

Przegląd literatury

Koncepcję miast światowych jako ośrodków charakteryzujących się globalnym zakresem oddziaływania sformułował P. Hall [1966], określając następujące ich role: centra władzy politycznej; centra handlu krajowego i międzynarodowego; wrota do krajów, a czasem krajów ościennych; centra finansowe; centra zaawansowanych usług biznesowych; centra wiedzy i edukacji; centra gromadzenia i dyfuzji informacji poprzez wydawnictwa i media; centra konsumpcji dóbr luksusowych oraz masowych; centra sztuki, kultury i rozrywki oraz wszelkie branże wspierające i usługowe w stosunku do wyżej wymienionych. W miarę rozwoju koncepcji pojawiły się inne ujęcia teoretyczno-badawcze, uwypuklające kolejne kluczowe czynniki potencjału światowego miast – np. lokalizacja zarządów korporacji transnarodowych lub międzynarodowych centrów finansowych, główne węzły przestrzennej organizacji produkcji i rynków oraz koncentracji i akumulacji światowego kapitału [por. Friedmann 1986; Beaverstock, Smith, Taylor 1999; Reed 1981]. J. Friedmann [1986] sformułował hipotezę o istnieniu zhierarchizowanego systemu miast światowych oraz stworzył ich pierwszą hierarchię, stosując kryteria lokalizacyjne (lokalizacja centrów finansowych, siedzib korporacji transnarodowych, instytucji międzynarodowych, ważnych zakładów produkcyjnych, węzłów komunikacyjno-transportowych) oraz zasobowe (wskaźnik rozwoju sektora wysoko wyspecjalizowanych usług biznesowych, potencjał ludnościowy).

Z kolei S. Sassen [2001, 2006], autorka koncepcji miast globalnych – którą w pewnym sensie można uznać za konsekwentne rozszerzenie koncepcji miast światowych – za ich istotę uznaje zdolność do wytwarzania globalnych funkcji zarządzania i kontroli, które są strategicznymi zasobami globalnej gospodarki. Według tej autorki, miasta globalne pełnią rolę „centrów dowodzenia” światową gospodarką, poprzez koncentrację funkcji decyzyjnych stanowią miejsca organizacji, koordynacji i obsługi przepływu

globalnego kapitału, są kluczowymi lokalizacjami oraz równocześnie rynkami dla wiodących finansów i zaawansowanych usług biznesowych oraz głównymi miejscami produkcji innowacji (włączając w to produkcję innowacji) dla tych branż [Sassen 2006, s. 7]. Uznaje ona zatem miasta globalne za miejsca współczesnej produkcji niebędącej produkcją przemysłową, dlatego warunkiem koniecznym określającym współczesne miasta globalne nie jest wyłącznie lokalizacja głównych siedzib korporacji transnarodowych lub instytucji finansowych, ale istnienie sektora zaawansowanych oraz silnie usieciowionych usług biznesowych [Sassen 2001, 2006].

Miasta globalne tworzą transnarodowy, wspólny rynek, przede wszystkim kapitałowy, inwestycyjny oraz usług biznesowych. Rozwijają się poprzez wzajemne powiązania, a nie poprzez eliminowanie się na arenie światowej konkurencji. L. Gordon [1999] wyróżnia cztery podstawowe cechy takiego globalnego systemu miejskiego: hierarchiczny charakter zbudowany na zasadzie ośrodków centralnych, tendencja do poziomej specjalizacji miast i zróżnicowania ich aktywności, funkcjonalny podział pracy oraz tworzenie się podsięci współpracujących ze sobą ośrodków. Zgodnie z teorią przepływów centralnych [Taylor, Hoyler, Verbruggen 2010], bezpośrednie relacje konkurencyjne zachodzą między ośrodkami znajdującymi się na niższych oraz różnych względem siebie poziomach i mają charakter hierarchiczny, czyli rywalizacji o status w globalnej hierarchii.

Według S. Sassen [2001] istnieje kilka miast globalnych, z których trzy mają najbardziej rozwinięte funkcje globalne: Nowy Jork, Londyn oraz Tokio. Inne miasta, mające wyspecjalizowane funkcje, to Frankfurt, Paryż, Hong Kong, Singapur. W trzecim wydaniu swojej książki [Sassen 2006], autorka stwierdza istnienie około 40 miast globalnych, podkreślając, że niektóre z nich (jak Londyn, Amsterdam, Bombaj i Szanghaj) są centrami światowego handlu i finansów od stuleci, natomiast inne (jak Los Angeles, Chicago i São Paulo) są stosunkowo młode.

P. Hall [2001] wymienia turystykę jako jeden z czterech obszarów skupień zaawansowanych usług globalnych regionów miejskich, wchodzących w relacje synergiczne z trzema pozostałymi sferami funkcyjnymi: zarządzania i kontroli, usług finansowych i biznesowych oraz kultury i branż kreatywnych. Jego zdaniem [Hall 1997], rozwój turystyki jest wtórny w stosunku do pierwotnych czynników rozwoju miast światowych. Turystyka biznesowa, podejmowana w celu wymiany informacji, tworzy stałe powiązania między miastami, które istnieją przede wszystkim dzięki ich potencjałowi i znaczeniu gospodarczemu, politycznemu i administracyjnemu, a nie jako wynik ich atrakcyjności turystycznej w odniesieniu do turystyki czasu wolnego (kulturowej i wypoczynkowej). Globalne oddziaływanie miast jest wzmacniane przez rozwój branż związanych ze sztuką, kulturą, rozrywką, przy dalszym pochodnym rozwoju branż usługowych – hoteli, restauracji, pubów i obiektów pokrewnych.

Rola turystyki w koncepcji miast globalnych ma znaczenie pośrednie i uzupełniające. Po pierwsze, istotne znaczenie ma sfera turystyki biznesowej, którą można uznać za część sfery bezpośredniej obsługi działalności składających się na funkcje globalne. Po drugie, miasta globalne są jednocześnie lokalizacjami produkcji i konsumpcji rozrywki, przyczyniając się do nowej formy rozwoju turystyki w mieście, polegającej na traktowaniu miasta jako przedmiotu konsumpcji [Sassen, Roost 1999, s. 143]. Po trzecie, turystyka, staje się beneficjentem wzrostu sektora kultury w miastach, dlatego jest także wykorzystywana w procesach rewitalizacji w celu zwiększenia lub zachowania rangi danego miasta w narodowych systemach miejskich [Sassen 2006, s. 3].

Zaproponowana przez R. Maitlanda i P. Newmana [2009] koncepcja miast światowej turystyki bezpośrednio odnosi się do koncepcji miast światowych oraz miast globalnych. Autorzy uznają za nie wielkie, wielofunkcyjne i policentryczne miasta, które skupiają międzynarodowy biznes, elity krajowe oraz zasoby kultury o randze narodowej i międzynarodowej, w których zlokalizowane są charakterystyczne zabytki historii oraz obiekty będące ich współczesnymi ikonami. Ponadto, miasta te oferują odwiedzającym szeroką gamę doznań i doświadczeń oraz – co bardzo istotne – możliwość eksploracji turystycznej nowych miejsc i przestrzeni, poza uznanymi i często zatłoczonymi atrakcjami. Dzięki tym atrybutom miasta światowej turystyki uzyskują znaczącą przewagę także w międzynarodowym (a raczej międzymiastowym) wyścigu o turystów, nowych mieszkańców oraz inwestycje [Maitland, Newman 2009, s. 5].

Charakterystyczna dla miast światowej turystyki jest zróżnicowana struktura typologiczna odwiedzających oraz wzajemne ujednocianie się postaw i zachowań mieszkańców, zatrudnionych, turystów i innych „użytkowników” miast [Clark 2004]. Turystyka przestała być odrębną aktywnością podejmowaną w mieście, a turyści odrębną grupą konsumentów, z charakterystycznym dla siebie potrzebami i strukturą popytu. Oprócz tradycyjnych odwiedzających kulturowych, miasta goszczą turystów mniej wyróżniających się w przestrzeni – podróżujących służbowo, odwiedzających krewnych i znajomych, studentów międzynarodowych, turystów łączących pobyt z pracą, którzy są doświadczonymi międzynarodowymi użytkownikami miast, często z nimi dobrze zaznajomionymi. Natomiast mieszkańcy, często o krótkim stażu w danym mieście, pod wpływem własnych doświadczeń turystycznych oraz poszerzającej się oferty wolnego czasu, podlegają procesowi turystyfikacji życia w mieście [Judd 2003; Maitland 2013]. Skutkiem tego jest trudność w rozróżnieniu przestrzeni wypoczynku od przestrzeni zawodowych, rekreacji od aktywności zawodowej oraz aktywności turystycznej od nieturystycznej [Maitland, Newman 2009, s. 4]. To zacieranie różnic powoduje dodatkowe utrudnienia dla sfery badań i analiz turystyki w miastach.

Do światowych miast turystyki autorzy zaliczają dziesięć ośrodków: Nowy Jork, Paryż, Londyn, Berlin, Sydney, Chicago, Los Angeles, San Francisco, Madryt oraz Moskwę, zaznaczając przy tym, że wyróżnikami są wielofunkcyjność i policentryczność tych ośrodków, dlatego Barcelona, Praga, Ateny, a nawet Rzym nie mogą być, według autorów, za takie uznane. Istotne jest to, że zaproponowana przez nich klasyfikacja ma charakter arbitralny, nieoparty szczegółowymi kryteriami lub miernikami, a zaproponowane rozgraniczenie może budzić kontrowersje. Należy zatem stwierdzić, że dotychczas nie dokonano klasyfikacji oraz całościowego badania źródeł potencjału światowych miast turystyki. W tych okolicznościach zasadne wydaje się być sformułowanie celów niniejszego artykułu, zwłaszcza zaś celów numer 1 i 3.

Metoda i źródła danych

Globalny zakres przedmiotowy badania, połączony z heterogenicznym zakresem przedmiotowym i podmiotowym gospodarki turystycznej, determinują wybór źródeł. Koszt przeprowadzenia badań opartych na źródłach pierwotnych byłby ekonomicznie nieuzasadniony, albowiem przekracza możliwości finansowe nawet wielkich międzynarodowych instytutów badawczych. Problemem jest także pozyskanie odpowiednich źródeł wtórnych w formie wyników pomiaru poszczególnych cech określających potencjał ogólnogospodarczy oraz turystyczny, który wynika z liczby oraz różnorodności narodowych systemów statystyki publicznej. W tej sytuacji przyjęto, że podstawą wnioskowania będą dane syntetyczne publikowane w formie ogólnodostępnych rankingów będących wynikami badań nad poszczególnymi obszarami potencjału konkurencyjnego miast, realizowanych przez publiczne i prywatne instytuty badawcze, organizacje międzynarodowe i ponadnarodowe agencje konsultingowe. Do badań zakwalifikowano rankingi mające zakres ogólnoświatowy (nie zaś makroregionalny – np. europejski lub amerykański), tworzone na podstawie obiektywnych mierników oraz zawierające opis metodyczny – w ten sposób odrzucono zestawienia mające formę plebiscytów popularności. Na podstawie tych kryteriów we wstępnej fazie gromadzenia danych, spośród ponad 150 zestawień i rankingów miast mierzących poszczególne aspekty ich funkcjonowania, których identyfikacji i syntetyzacji dokonali T. Moonen i G. Clark [2013], wyodrębniono 88 zestawień. W kolejnym etapie postępowania badawczego dokonano dalszej selekcji rankingów. Z uwagi na długotrwały okres gromadzenia danych oraz okresowość publikowania rankingów, dla obu rodzajów potencjału kwalifikowano rankingi tworzone dla roku 2012 z możliwością odchylenia +/- jednego roku.

Głównym założeniem doboru rankingów turystycznych było możliwie najwierniejsze odwzorowanie zakresu potencjału turystycznego wielkich

miast oraz „długość” rankingu (minimum 20 pozycji). Uzyskano pięć zestawień o charakterze jednokryterialnym oraz pięć zestawień, których przedmiotem nie są miasta, ale obiekty lub podmioty charakteryzujące inne wymiary potencjału turystycznego: dostępność komunikacyjną, podaż usług restauracyjnych oraz sferę kultury, w stosunku do których przekonwertowano dane, aby uzyskać informacje w danych ujęciach według miast. Tak więc w badaniach wzięto pod uwagę następujące zestawienia:

1. Ranking miast turystycznych (*City Destination Ranking*), tworzony przez agencję badawczą Euromonitor International [2013] na podstawie wskaźnika liczby odwiedzin turystów zagranicznych.
2. Ranking globalnych miast turystycznych (*Global Destination Cities Index*), tworzony na zlecenie Mastercard na podstawie prognoz liczby zagranicznych odwiedzających i ponoszonych przez nich wydatków dokonywanych za pośrednictwem płatności kartami płatniczymi [Hedrick-Wong, Choog 2013].
3. Ranking miast tworzony przez International Congress and Convention Association [ICCA 2013], tworzony na podstawie liczby zrealizowanych międzynarodowych spotkań stowarzyszeń.
4. Ranking miast tworzony przez International Union of International Associations [UIA 2013] na podstawie liczby międzynarodowych spotkań organizacji.
5. Ranking najlepszych miast sportu (*Ultimate Sports Cities*), tworzony przez Sport Business [2013], obejmujący zakresem miasta, w których w perspektywie 8 lat od momentu pomiaru zorganizowano lub planuje się zorganizować wielkie międzynarodowe zawody sportów powszechnych.
6. Klasyfikacja miast na podstawie rankingu lotnisk międzynarodowych według wielkości obsługiwanego międzynarodowego ruchu pasażerskiego, obliczanego na podstawie danych rocznych gromadzonych przez Airports Council International [2013].
7. Klasyfikacja miast stworzona na podstawie liczby międzynarodowych połączeń lotniczych według lotnisk (airport route maps) według IATA (publikowanych regularnie na portalu Openflights [OpenFlights.org 2013]).
8. Klasyfikacja miast tworzona na podstawie liczby restauracji skatalogowanych w przewodniku gastronomicznym *The Michelin Guide Selection* [Michelin 2014] oraz wyróżnionych w rankingu najlepszych restauracji na świecie (*The World's 50 Best Restaurants*), opracowywanym przez akademię krytyków kulinarnych działających pod auspicjami Diners Club [2013].
9. Klasyfikacja miast tworzona na podstawie liczby obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Ludzkości opracowywanej przez UNESCO [2013] (kryterium zakwalifikowania danego obiektu do danego miasta: odległość nie większa niż 75 kilometrów).

10. Klasyfikacja miast stworzona na podstawie rankingu najczęściej odwiedzanych muzeów sztuki opracowana na zlecenie „The Art Newspaper”, klasyfikujący muzea gromadzące zbiory pod względem liczby odwiedzających [Skeggs 2013].

Do pomiaru potencjału ogólnogospodarczego zakwalifikowano wielokryterialne zestawienia liczące co najmniej 40 pozycji, uzyskując w ten sposób 10 zestawień, które są najbardziej prestiżowymi i najczęściej cytowanymi rankingami miejskimi:

1. Ranking Miast Światowych z tendencjami hierarchicznymi, tworzony przez międzynarodową Sieć Badawczą nad Globalizacją i Miastami Światowymi (*Globalization and World Cities Research Network*) z Uniwersytetu w Loughborough [GaWC 2014].
2. Ranking Miast Globalnych (*Global City Index*), tworzony przez badaczy reprezentujący A.T. Kearney i The Chicago Council on Global Affairs [A.T. Kearney 2012].
3. Ranking Miast o Globalnej Sile (*Global Power City Index*), tworzony przez Instytut Badań Strategii Miejskich (Institute for Urban Strategies – IUS) z The Mori Memorial Foundation w Tokyo [2013], który jest najbardziej szczegółowym badaniem internacjonalizacji i siły globalnej miast.
4. Ranking Konkurencyjności Miast Globalnych (*Global City Competitiveness Index*), opracowywany przez think-tank The Economist [EIU 2012], w którym sklasyfikowanych jest 120 największych miast na świecie pod kątem ich konkurencyjności.
5. Badanie Miast Globalnych (*Global City Survey*), będące składową „Raportu nt. Bogactwa” sporządzanego przez globalną agencję nieruchomości Knight Frank [2013], którego celem jest ocena najważniejszych ośrodków miejskim pod względem potencjału inwestycyjnego oraz wpływu, jakie wywierają one na globalnych liderów biznesu i polityków.
6. Indeks Miast Globalnych (*Global Cities Index*) według Martin Prosperity Institute [2013], w którym „mierzy się” miasta w czterech sferach: technologie, talent, tolerancja oraz jakość miejsca.
7. Globalny Indeks Miast Innowacyjnych (*Innovation Cities Global Index*) według instytutu badawczego 2thinknow [2013] z Melbourne.
8. Indeks Dobrobytu Miast (City Prosperity Index), tworzony przez UN-Habitat – Program Narodów Zjednoczonych ds. Osiedli Ludzkich [2013].
9. Indeks globalnej miejskiej konkurencyjności (*Global Urban Competitiveness Index*), tworzony od 2005 roku przez badaczy zrzeszonych w Chińskiej Akademii Nauk Społecznych, reprezentujących szeroki wachlarz dziedzin i specjalizacji [Ni 2012].
10. Indeks marek miast (*City Brands Index*) firmowany przez partnerstwo Simona Anholt z agencją badawczo-konsultingową GfK Roper Public Affairs, Media [Anholt 2013].

W kolejnym kroku przyjęto, że badania zostaną przeprowadzone z wykorzystaniem wielokryterialnej metody rangowania¹, jednak nie dotyczy ona cech, ale wyników rankingów miast. Z uwagi na brak jakichkolwiek wyników badań, które mogłyby dać wskazówkę w zakresie określenia wag obu sfer przyjęto, że są one w równym stopniu komponentem rozwoju i umiędzynarodowienia turystyki w metropoliach światowych. Uzyskano w ten sposób 10 monokryterialnych zestawień odnoszących się do sfery potencjału turystycznego oraz 10 wielokryterialnych zestawień opisujących sferę potencjału ogólnogospodarczego. Każdemu miastu w każdym rankingu przypisano liczbę punktów odpowiednią do zajmowanej pozycji, przy czym dla zestawień ogólnogospodarczych liczba punktów zawierała się w przedziale 1-40, a dla rankingów turystycznych w przedziale 1-20, po czym była podwajana dla uzyskania efektu porównywalności. Równie istotną informacją okazała się obecność miasta w rankingach. Przyjęto bowiem założenie, że o stopniu umiędzynarodowienia świadczy nie tylko pozycja rankingowa, ale także wielofunkcyjność oraz jak najszerzej rozwinięty potencjał rozwojowy, znajdujące odbicie w uwzględnianiu miasta w różnorodnych zestawieniach [por. Zmyślony, Piechota 2014].

Na bazie zestawień cząstkowych utworzono dwa rankingi syntetyczne – międzynarodowego potencjału turystycznego oraz międzynarodowego potencjału gospodarczego. Uznano, że za metropolie turystyczne świata mogą być uznane te ośrodki, które są obecne w co najmniej trzech rankingach szczegółowych odnoszących się do potencjału turystycznego oraz w co najmniej pięciu rankingach określających ich ogólnogospodarczą pozycję konkurencyjną.

Dla potrzeb rankingu dokonano normalizacji cech w odniesieniu do potencjalnej wartości maksymalnej, wynoszącej 800 punktów (użyto bowiem 20 rankingów mierzonych w przedziale 1-40), dzięki czemu wartość wskaźnika zawiera się w przedziale 0-1, co daje większą porównywalność wyników. Normalizacji poddano wcześniej wyniki dla sfery turystycznej i ogólnogospodarczej. Ranking metropolii turystycznych świata powstał z połączenia obu rankingów dla sfer. Wzięto pod uwagę tylko te miasta, które pojawiły się w obu zestawieniach. Pozycja miast została wyznaczona jako suma wartości

¹ Wykorzystywana ona jest wtedy, kiedy niemożliwe jest uzyskanie informacji źródłowych na temat zjawiska w formie danych podstawowych opisujących jego poszczególne cechy, za to dostępne są wtórne informacje o charakterze zbiorczym w formie rankingów i zestawień porównawczych, a więc z założenia relatywne. W przypadku, gdy badacz dysponuje zbiorczą listą wartości danej cechy, metoda rangowa polega na zastąpieniu wartości każdej cechy jej pozycją (rangą) na uporządkowanej malejąco liście wszystkich wartości tej cechy, mającej postać kolejnych miast. W przypadku, gdy dostępne są tylko listy rankingowe, możliwe jest przyznanie punktów poszczególnym miastom odpowiednio do pozycji zajmowanych w każdym zestawieniu pozycji (zgodnie z zasadą im wyższe miejsce, tym większa liczba przyznanych punktów), a następnie obliczenie rangi sumarycznej, czyli zsumowanie wyniku dla wszystkich zestawień, tworząc syntetyczną listę rankingową [Pociecha 2002, s. 89; Sobczyk 2002, s. 244; Stabryła 2000].

pochodzących z obu rankingów z uwzględnieniem rangi danej sfery (50%). Ponadto, w celu stwierdzenia związku między potencjałem turystycznym a potencjałem ogólnogospodarczym badanych miast, obliczono współczynnik korelacji liniowej Pearsona, który jest unormowanym miernikiem siły związku między dwiema cechami mierzalnymi i wyznaczany jest przez standaryzację kowariancji. Przyjmuje on wartości z przedziału $-1 \leq r \leq 1$, przy czym im wyższa i bliższa 1 jest wartość bezwzględna współczynnika, tym zależność korelacyjna jest silniejsza. Przyjęto, że korelacja między cechami jest słaba, jeśli współczynnik jest równy lub mniejszy od wartości 0.3, średnia, jeśli współczynnik znajduje się w przedziale między wartościami 0.3 a 0.5, wyraźna, jeśli współczynnik jest wyższy od 0.5 [Pociecha 2002, s. 85-89; Sobczyk 2002, s. 238]. Silną zależność można stwierdzić w przypadku wartości współczynnika powyżej 0.7.

Wyniki

Na podstawie analizy międzynarodowego potencjału turystycznego oraz ogólnogospodarczego miast uwzględnionych w rankingach wyodrębniono ośrodki o najwyższych poziomach potencjałów: 29 miast o najwyższym potencjale turystycznym oraz 40 o najwyższym potencjale ogólnogospodarczym. Ich zestawienie przedstawiono w tabeli 1. Na ich podstawie wyodrębniono ranking 22 metropolii turystycznych świata, przedstawiony na rycinie 1.

Na podstawie wyników badania można stwierdzić, że światowa turystyka wielkomięjska jest zdominowana przez Londyn i Paryż, dla których wartość wskaźnika syntetycznego wynosi 89% i 86% poziomu potencjalnego (maksymalnego). Są one jedynymi miastami w zestawieniu, które zostały wskazane we wszystkich dwudziestu rankingach. Londyn znalazł się na pierwszym miejscu sześciu wykazów szczegółowych, w tym aż czterech charakteryzujących międzynarodowy potencjał turystyczny. Jest on najsilniejszym miastem sportu, muzeów sztuki współczesnej. Ponadto jest też największym węzłem transportu lotniczego na świecie, obsługującym największą liczbę połączeń oraz największą liczbę pasażerów. Najsłabszą pozycją rankingową tego miasta jest miejsce dziesiąte. Z kolei Paryż, posiadający najsilniejszą markę na świecie, tylko w trzech rankingach zajmuje pozycję poniżej pierwszej piątki, przy czym w zestawieniach charakteryzujących potencjał turystyczny plasuje się najczęściej na drugiej pozycji.

Kolejne miejsce zajmuje Nowy Jork osiągający trzy czwarte potencjalnego poziomu wskaźnika syntetycznego. Sklasyfikowany jest w 18 rankingach szczegółowych, z czego w sześciu przypadkach jest liderem. Najsilniejszy potencjał międzynarodowy w sferze turystyki buduje miasto w zakresie gastronomii oraz sztuki współczesnej, jest także liderem pod względem liczby turystów oraz wielkości wydatków turystycznych. Można stwierdzić, że realny

Tab. 1. Międzynarodowy potencjał turystyczny i międzynarodowy potencjał ogólnogospodarczy badanych miast światowych/globalnych**Tab. 1.** International tourist potential and international economic potential of world/global cities

Międzynarodowy potencjał turystyczny				Międzynarodowy potencjał ogólnogospodarczy			
	Miasto	Punkty	Liczba rankingów		Miasto	Punkty	Liczba rankingów
1	Paryż	336	10	1	Nowy Jork	384	10
2	Londyn	334	10	2	Londyn	380	10
3	Singapur	246	9	3	Paryż	349	10
4	Nowy Jork	218	8	4	Tokio	315	10
5	Tokio	170	7	5	Singapur	260	9
6	Istambuł	154	8	6	Toronto	259	10
7	Seul	150	6	7	Los Angeles	257	9
8	Madryt	144	6	8	Hong Kong	243	8
9	Barcelona	132	7	9	Amsterdam	228	9
10	Hong Kong	132	4	10	Chicago	228	9
11	Dubaj	130	5	11	Seul	222	10
12	Bangkok	126	6	12	Sydney	211	8
13	Amsterdam	118	7	13	Wiedeń	210	8
14	Berlin	118	7	14	San Francisco	198	8
15	Rzym	114	6	15	Waszyngton	195	8
16	Kopenhaga	108	4	16	Bruksela	177	9
17	Bruksela	104	5	17	Boston	168	8
18	Wiedeń	100	3	18	Sztokholm	160	7
19	Sztokholm	98	4	19	Melbourne	157	7
20	Sydney	90	4	20	Frankfurt	155	6
21	Kuala Lumpur	78	6	21	Berlin	152	6
22	Melbourne	66	3	22	Kopenhaga	152	6
23	Moskwa	60	4	23	Pekin	149	8
24	Tajpej	56	4	24	Zurych	148	7
25	Macau	48	3	25	Seattle	131	5
26	Budapeszt	40	4	26	Szanghaj	116	7

poziom jego potencjału turystycznego jest jeszcze wyższy niż wynika to z badania, ponieważ nie jest on klasyfikowany w rankingu spotkań międzynarodowych z powodu niedostarczania danych. Warto także zauważyć, że jest to jedyne miasto reprezentujące kontynenty amerykańskie w całym zestawieniu.

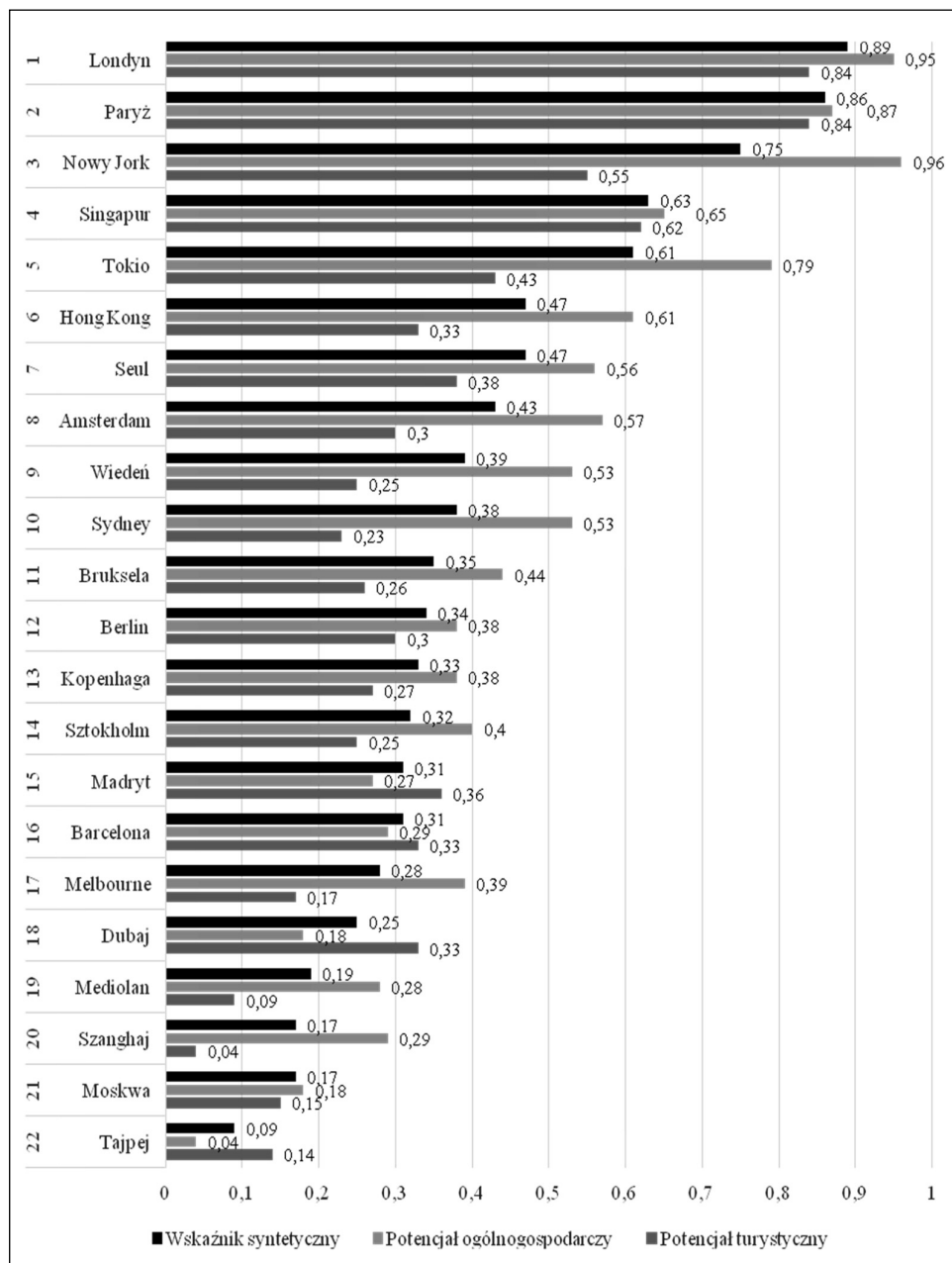
Cd. Tab. 1.

27	Praga	38	3	27	Barcelona	115	6
28	Mediolan	36	3	28	Mediolan	112	6
29	Szanghaj	16	3	29	Madryt	106	5
Uwagi: Pogrubioną czcionką zaznaczono miasta pojawiające się w obu zestawieniach.				30	Montreal	100	6
				31	Genewa	99	5
				32	Monachium	91	5
				33	Dublin	86	5
				34	Moskwa	72	5
				35	Dubaj	72	6
				36	Vancouver	69	5
				37	Sao Paulo	67	5
				38	Meksyk	65	5
				39	Miami	52	5
				40	Tajpej	17	5

Źródło: Opracowanie własne / Source: Own elaboration.

Kolejne cztery pozycje zajmują miasta azjatyckie – Singapur, Tokio, Hong Kong i Seul. Ich wskaźnik syntetyczny waha się w przedziale od 47 do 63%. Singapur i Hong Kong zyskują swoją rangę w rankingach międzynarodowych już przez sam fakt funkcjonowania jako miasta-państwa, przez co ich niemal cały ruch turystyczny ma automatycznie charakter międzynarodowy. Potwierdzeniem tego jest ranking międzynarodowych odwiedzin turystów według Euromonitor International. Dodatkowo Singapur buduje swoją międzynarodową pozycję konkurencyjną poprzez rozwój branży spotkań (pierwsze miejsce w rankingu UIA oraz siódme w rankingu ICCA).

Kolejne miejsca zajmuje 9 metropolii, dla których wskaźnik syntetyczny przyjmuje wartość powyżej 30%. Prawie wszystkie z nich – oprócz Sydney, które zamyka pierwszą „dziesiątkę” – są położone w Europie. Wśród nich na uwagę zasługuje Wiedeń, który buduje potencjał turystyczny poprzez branżę spotkań (pierwsze miejsce w rankingu ICCA oraz trzecie w rankingu UIA). Kolejne miejsca w rankingu zajmują miasta charakteryzujące się



Ryc. 1. Metropolie turystyczne świata: ranking syntetyczny

Fig. 1. World's tourist cities: synthetic ranking

Źródło: Opracowanie własne / Source: Own elaboration.

relatywnym poziomem potencjału turystycznego w granicach 17-28%. Nie jest to jednorodna grupa. Obok ośrodków takich jak Mediolan, Moskwa i Szanghaj, niewyróżniających się w żadnej dziedzinie, zalicza się do niej także Dubaj, klasyfikowany na czołowych lokatach w zakresie dostępności lotniczej, oraz Melbourne, osiągające wysoką rangę na liście światowych miast sportu. Z kolei miejsce Tajpej w rankingu metropolii turystycznych świata wynika bardziej z obecności w wielu zestawieniach cząstkowych niż z wysokich pozycji w nich zajmowanych, co potwierdza bardzo niski wskaźnik syntetyczny.

Z 22 wyodrębnionych metropolii turystycznych świata najwięcej (bo aż 12) położonych jest w Europie (ryc. 2.). Kolejną grupę stanowią miasta azjatyckie, z których sześć znajduje się w Azji Wschodniej, a jedno na Bliskim Wschodzie. Należy podkreślić umiędzynarodowienie turystyczne miast australijskich, z których aż dwa ośrodki znalazły się na liście, oraz stosunkowo niski potencjał międzynarodowy miast amerykańskich. Tylko Nowy Jork reprezentuje tę część rynku turystycznego. Ponadto, 15 z nich pełni funkcję stolic państwowych, natomiast 4 uznawane są jako gospodarcze kontrapunkty dla stolic.

Już z pobieżnej analizy zawartości ryciny 1. wynika, że miasta o najwyższym potencjale turystycznym charakteryzują się najsilniejszymi gospodarkami. Przystępując do pogłębionej analizy wyników należy zwrócić uwagę na relacje między dwoma potencjałami tych miast, przedstawionymi na rycinach 1 i 3. Dzieląc macierz w obu osiach na pół, uzyskujemy możliwość pogrupowania miast na trzy grupy, pamiętając przy tym o relatywnym charakterze porównań ograniczonym tylko do wyodrębnionych metropolii turystycznych świata.

- Pierwszą grupę tworzą miasta o ponadprzeciętnym poziomie potencjału gospodarczego oraz turystycznego. Jest to "pierwsza liga" miast, które można nazwać globalnymi miastami turystyki. Tworzą ją: Londyn, Paryż, Nowy Jork i Singapur. Ich silna pozycja wynika z multifunkcyjności gospodarczej, jak i zróżnicowanego, wszechstronnego potencjału turystycznego.
- Drugą grupę stanowią miasta, których międzynarodowy potencjał gospodarczy przekracza poziom 50% potencjalnego (maksymalnego) poziomu, natomiast międzynarodowy potencjał turystyczny jest niższy od 50% potencjalnego poziomu. Grupę tę tworzy sześć miast: Tokio, Hong Kong, Seul, Amsterdam, Wiedeń i Sydney. Można zaryzykować stwierdzenie, że ich potencjał stricte turystyczny jest wzmacniany przez siłę ich gospodarek, przy czym natężenie tej wtórności jest różne: najsilniejsze w przypadku Tokio, najsłabsze w przypadku Seulu.
- Trzecią, najliczniejszą grupę, tworzą miasta o relatywnie niskich poziomach (niższych od 50% potencjalnego poziomu) międzynarodowego potencjału gospodarczego i turystycznego. Do grupy tej należy 12 miast, począwszy od Brukseli, skończywszy na Tajpej, przy czym najsłabszy

potencjał turystyczny osiągają Szanghaj i Mediolan. Należy oczywiście pamiętać, że absolutny poziom internacjonalizacji ich funkcji turystycznej i tak jest ponadprzeciętny.

Przeprowadzone badania weryfikują pozytywnie hipotezę na temat istnienia silnego związku internacjonalizacji funkcji turystycznej miast z ich potencjałem ogólnogospodarczym. Obliczona standaryzowana wartość współczynnika korelacji liniowej Pearsona wynosi aż 0.79, co jest dowodem

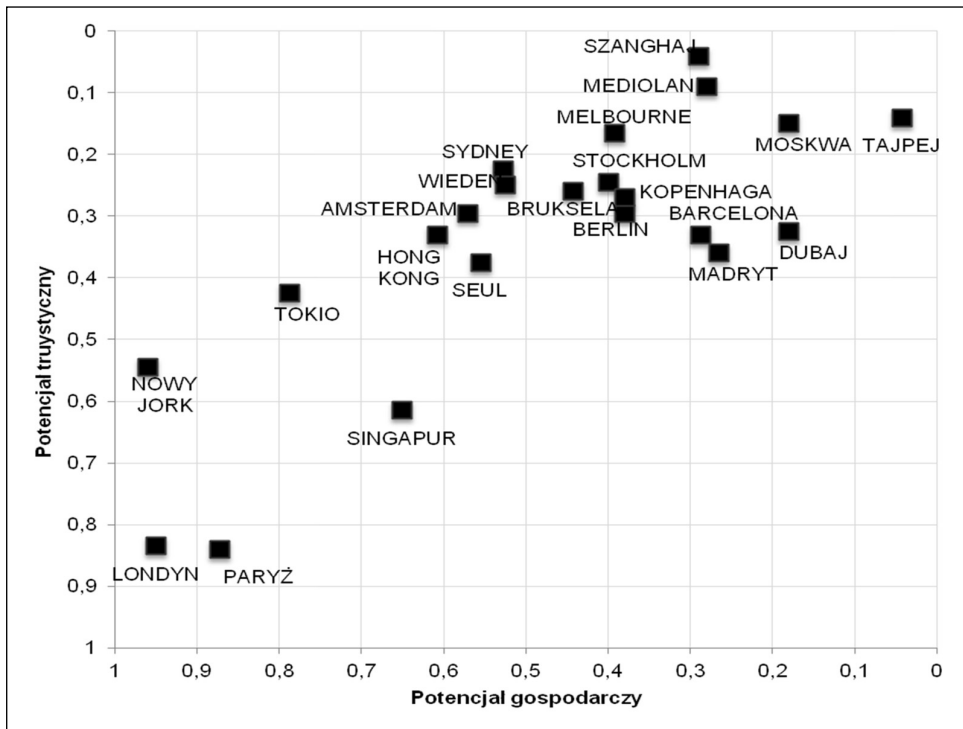


Ryc. 2. Mapa metropolii turystycznych świata

Fig. 2. Map of world's tourist cities

Źródło: Opracowanie własne z wykorzystaniem Piktochart.

Source: Own elaboration using Piktochart.



Ryc. 3. Relacje między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym metropolii turystycznych świata

Fig. 3. Relations between the tourist potential and economic potential of the world's tourist cities

Źródło: Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

na istnienie bardzo silnej zależności między tymi zjawiskami. Siła potencjału turystycznego badanych miast jest ściśle związana z ich ogólnym umiędzynarodowieniem, przy czym związek ten jest dwustronny. Dodatkowe wnioski umożliwia analiza danych według podziału wytyczonego przekątną prowadzącą od najniższego do najwyższego poziomu obu potencjałów miejskich na rycinie 3. Miasta położone w macierzy najbliższej tej linii, niezależnie od poziomu natężenia umiędzynarodowienia, charakteryzują się najbardziej zrównoważonym potencjałem funkcji turystycznej. Są to następujące miasta: Paryż, Singapur, Moskwa i Barcelona. Ich pozycja na globalnym rynku turystycznym w stosunkowo równej mierze zależy od siły gospodarki, jak i potencjału turystycznego – te dwa wymiary wzajemnie się dopełniają. Powyżej tej linii znajdują się miasta, których potencjał turystyczny jest w większej mierze zależny od pozycji konkurencyjnej gospodarki niż dostępności komunikacyjnej oraz zasobów turystycznych. Tych miast jest zdecydowana większość (ponad 80%), przy czym w najsilniejszym stopniu zależność

ta jest widoczna dla miast tworzących linię, zaczynając od Nowego Jorku, poprzez Tokio, Hong Kong, Amsterdam, Wiedeń, Sydney, Melbourne, Mediolan i Szanghaj.

Tylko w czterech miastach, stanowiących niecałe 20% zidentyfikowanych metropolii turystycznych, międzynarodowy potencjał turystyczny jest silniejszy od międzynarodowego potencjału gospodarczego. Są to Madryt, Dubaj, Tajpej oraz – w zależności od interpretacji wyników, ponieważ zaliczono ją także do pierwszej grupy miast – Barcelona. Oznacza to, że potencjał turystyczny tych miast wzmacnia siłę gospodarek tych miast, które – na zasadzie sprzężenia zwrotnego – przyczyniają się do ich ogólnej pozycji w rankingu metropolii turystycznych świata. Należy jednak bardzo ostrożnie interpretować te wyniki, albowiem w dwóch przypadkach – Dubaju i Tajpej – pozycje w poszczególnych rankingach szczegółowych są na tyle niskie, że relacja ta może być przypadkowa i wynikać z uproszczeń charakterystycznych dla przyjętej metody rangowania.

Dyskusja

Z uwagi na charakter i sposób doboru źródeł, badanie metropolii turystycznych świata ma charakter typowo eksploracyjny i pogładowy. W jego wyniku wyodrębniono 22 metropolie o najsilniejszym potencjale funkcji turystycznej. Ich dobór może budzić kontrowersje, biorąc pod uwagę brak wielu popularnych turystycznie ośrodków. Szukając wyjaśnienia wyraźnej „podreprezentacji” miast amerykańskich warto ponownie zwrócić uwagę na tabelę 1 zawierającą rankingi syntetyczne dla obu badanych zakresów potencjału międzynarodowego. W prawej kolumnie znajduje się aż 12 ośrodków zakwalifikowanych jako metropolie o najwyższym na świecie potencjale gospodarczym, w tym aż trzy – Toronto, Los Angeles i Chicago – znajdują się w pierwszej dziesiątce rankingu. Mimo tego relatywny poziom wskaźnika syntetycznego wymaga równocześnie obecności w rankingach turystycznych, czego nie spełnia żadne z tych miast. Los Angeles obecne jest tylko w dwóch rankingach, pozostałe w pojedynczych zestawieniach lub wcale. Przyczyna tego stanu rzeczy tkwi w metodyce tworzenia rankingów syntetycznych dotyczących turystyki, które „promują” ośrodki zlokalizowane w małych państwach, co zostało już podkreślane w trakcie omawiania wysokich pozycji Hong Kongu i Singapuru, natomiast wszystkie wymienione miasta Ameryki zlokalizowane są w państwach dużych.

Ponadto, należy wskazać inne miasta, które są rozpoznawalne na turystycznej mapie świata, a które także nie osiągnęły w badaniu rangi metropolii turystycznych świata. Należą do nich Bangkok, Rzym, Kuala Lumpur, Budapeszt i Praga, należące do miast o wysokim międzynarodowym potencjale turystycznym, ale nie osiągające wystarczającej międzynarodowej

pozycji konkurencyjnej. Z kolei Lizbona, Istambuł i Sankt Petersburg oraz inne miasta uznawane za atrakcyjne turystycznie, nie znalazły się w wystarczającej liczbie turystycznych rankingów częściowych. Warto jednak zaznaczyć, że przyczyną mogą być nie tylko niedostatki potencjału, ale także niedostatki informacji statystycznej na jego temat.

Podkreślić należy, że ani w trakcie przedstawiania metody, ani w ramach prezentacji wyników nie użyto sformułowania „miasta światowej turystyki” zgodnie z charakterystyką R. Maitlanda i P. Newmana [2009] zaprezentowaną w części literaturowej. Brak kwantyfikacji stosowanych przez tych autorów sformułowań, które w wielu przypadkach muszą pozostać w sferze uogólniającego opisu (np. wielofunkcyjny charakter, policentryczność, obecność rozpoznawalnych budynków, status wiodących ośrodków kulturalnych, czy wreszcie możliwość „zejścia z głównego szlaku”), prowadzi do konieczności stosowania pewnych uproszczeń, które uzdalniają do dokonania pomiaru tych miast. Dlatego, przyjmując takie uproszczenia wynikające zarówno z przyjętej metodyki, jak i z zawężenia definicji do niektórych tylko elementów miasta, można stwierdzić, że wyodrębnione 22 metropolie turystyczne świata wypełniają charakterystykę miast światowej turystyki. Dodatkowym potwierdzeniem na przyjęcie tej tezy jest zgodność wyników badania z wyróżnionymi przez autorów przykładami miast światowej turystyki. Ze wskazanych przez nich miast – Nowego Jorku, Paryża, Londynu, Berlina, Sydney, Madrytu i Moskwy, Chicago, Los Angeles, San Francisco – tylko w przypadku trzech ostatnich amerykańskich ośrodków nie zachodzi zgodność wynikowa, co jednak może być wyjaśnione przedstawioną wcześniej metodą konstrukcji zestawień charakteryzujących potencjał turystyczny, ponieważ w syntetycznym rankingu potencjału gospodarczego miasta te są uwzględniane i zajmują wysokie pozycje. Można zatem stwierdzić, że jako wartość dodaną badania należy wskazać weryfikację i uzupełnienie listy miast uznawanych za miasta światowej turystyki.

Wyniki badania stanowią częściowe potwierdzenie rozważań badaczy specjalizujących się w badaniu miast światowych i globalnych: P. Halla [1997, 2001], S. Sassen [2001, 2006], a także M. Castellsa [2010], którzy wskazują na wtórne, czyli pośrednie znaczenie funkcji turystycznej w procesie umiędzynarodawiania najsilniejszych miast. Należy jednak dodać, że mimo stwierdzonej zależności występującej między potencjałem turystycznym miast a ich potencjałem gospodarczym, samo osiągnięcie bardzo silnej pozycji konkurencyjnej w wymiarze światowym nie oznacza automatycznie wysokiej atrakcyjności turystycznej. Niewątpliwie jednak jest to warunek konieczny na drodze internacjonalizacji funkcji turystycznej. Im większe miasto, tym silniej jest on odczuwany.

Jak już wcześniej stwierdzono, wyniki przeprowadzonego badania należy przyjmować z ostrożnością, mając na uwadze zarówno jakość materiału źródłowego, jak i przyjętą metodykę, zawierającą element subiektywizmu,

tak na etapie pozyskiwania danych źródłowych (liczba miejsc w rankingu), jak i przyjęcia reguł selekcji miast do dalszych badań (obecność w rankingach). Nie jest jednak możliwe, aby bez dużych nakładów finansowych, organizacyjnych i czasowych uzyskać bardziej precyzyjne wyniki. Warto też wskazać inne ograniczenia badań. Metoda rangowa nie pozwala na rozpoznanie struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz stopnia jej wpływu na umiędzynarodowienie całego miasta. Analiza musi zatrzymać się na ogólnym rozpoznaniu wzajemnych zależności. Badania oparte o źródła wtórne, szczególnie w formie rankingów, z założenia tworzą syntetyczny, a więc uogólniony obraz, mogący w szczegółach zawierać błędy i zakłócenia, wynikające z jakości danych wyjściowych, zakresu podmiotowego (często wybór miast poddanych badaniu ma charakter celowy lub inny subiektywny), różnego sposobu określania granic miast, a także różnej oryginalności, porównywalności oraz aktualności danych.

Wnioski

Przeprowadzone badanie pozwoliło pozytywnie zweryfikować hipotezę sformułowaną we wprowadzeniu. Istotnie, w odniesieniu do metropolii turystycznych świata można stwierdzić, że ich międzynarodowy potencjał turystyczny pozostaje w silnym związku z ich potencjałem gospodarczym. Ponadto siłę tego związku można zmierzyć – kształtuje się on na poziomie 0.79 współczynnika korelacji Pearsona. Silną relację potwierdza dodatkowo duża zbieżność występująca między pozycjami miast w dwóch rankingach syntetycznych stanowiących wymiary internacjonalizacji funkcji turystycznej: międzynarodowego potencjału gospodarczego oraz międzynarodowego potencjału turystycznego. W przypadku miast światowych i globalnych nie jest możliwe odseparowanie funkcji turystycznej oraz jej międzynarodowego potencjału od ogólnej struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta.

Badania zaprezentowane w artykule stanowią weryfikację opisowej koncepcji miast światowej turystyki R. Maitlanda i P. Newmana [2009], wzbogacając ją dodatkowo o aspekt empiryczny w formie klasyfikacji tych miast, sporządzonej na podstawie dostępnych źródeł danych. W ramach dalszej eksploracji badawczej w tym zakresie konieczna byłaby weryfikacja zaproponowanej metody oraz sporządzenie kolejnych zestawień dla nowego zakresu czasowego, aby możliwa była analiza dynamiki rozwoju turystyki międzynarodowej w miastach światowych oraz miastach globalnych.

Na podstawie dotychczasowych rozważań można ogólnie stwierdzić, że wielkie miasta pełnią dwojaką funkcję na globalnym rynku turystycznym. Po pierwsze są największymi na świecie generatorami międzynarodowego ruchu turystycznego. Będąc obszarami generującymi gigantyczny wyjazd-

wy ruch turystyczny, stanowią zatem źródło popytu zasilającego wszystkie rodzaje regionów turystycznych, w dużej części – poprzez usieciwienie – siebie wzajemnie. Stały się także najczęściej odwiedzanymi obszarami turystycznymi [por. Zmyślony 2015, s. 41-42]. Proces ten znajduje potwierdzenie w statystykach, jak i przeprowadzonym na ich podstawie badaniu.

Zarówno turystyka, jak i metropolizacja uznawane są za czynniki i przejawy globalnych sił gospodarczych, społecznych i kulturowych. W efekcie obserwowany jest ciągły wzrost znaczenia miast na arenie międzynarodowych stosunków gospodarczych. Należy je postrzegać jako podmioty pośredniczące między szczeblem globalnym a szczeblem lokalnym, a gospodarka turystyczna, jednocześnie zdeterminowana lokalnie i mająca globalny zakres oddziaływania, doskonale wpisuje się w tę sieciową, miejską logikę funkcjonowania gospodarki światowej.

Bibliografia

- 2thinknow (2013), *Innovation Cities Global Index 2012-2013*, <http://www.innovation-cities.com/indexes> (11.10.2014).
- A.T. Kearney (2012), *2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook*, Chicago.
- Airports Council International (2013), *International Passenger Traffic*, <http://www.aci.aero/Data-Centre/Monthly-Traffic-Data/International-Passenger-Rankings/12-months> (11.10.2014).
- Anholt S. (2013), *City Brands Index*, <http://www.simonanholt.com/Research/cities-index.aspx> (11.10.2014).
- Beaverstock J. V, Smith R. G., Taylor P. J. (1999), *A roster of world cities*, "Cities", Vol. 16 (6), s. 445-458.
- Castells M. (2010), *Globalisation, networking, urbanisation: Reflections on the spatial dynamics of the information age*, "Urban Studies", Vol. 47 (13), s. 2737-2745.
- Clark T. N., red. (2004), *The City as an Entertainment Machine*, Research in Urban Policy, vol. 9, Elsevier, Oxford.
- EIU (2012), *Hot spots: Benchmarking global city competitiveness*, The Economics Intelligence Unit, London-New York-Hong Kong-Geneva.
- Euromonitor International (2013), *Top 100 Cities Destination Ranking*, <http://blog.euromonitor.com/2013/01/top-100-cities-destination-ranking.html> (11.10.2014).
- Friedmann J. (1986), *The World City Hypothesis*, [w:] "Development and Change", Vol. 17, s. 69-83.
- GaWC (2014), *The World According to GaWC 2012*, Globalization and World Cities, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2012t.html> (14.04.2015).

- Gordon I. (1999), *Internationalisation and Urban Competition*, "Urban Studies", Vol. 36 (5), s. 1001-1016.
- Hall P. (1966), *The World Cities*, Heinemann, London.
- Hall P. (1997), *Megacities, World Cities and Global Cities*, The Megacities Foundation, Rotterdam, http://www.megacities.nl/lecture_1/lecture.html (7.03.2014).
- Hedrick-Wong Y., Choog D. (2013), *MasterCard Global Destination Cities Index*, MasterCard Worldwide.
- ICCA (2013), *Country and City Rankings 2012: International Association Meetings Market*, International Congress & Convention Association, Amsterdam.
- Judd D. R. (2003), *Visitors and the spatial ecology of the city*, [w:] Hoffman L.M., Fainstein S.S., Judd D.R., red., *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*, Blackwell Publishing Ltd, Oxford, s. 23-38.
- Knight Frank Research (2013), *The Wealth Report 2013*, Knight Frank, London.
- Maitland R. (2013), *Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the Search for the "Real London"*, "Procedia – Social and Behavioral Sciences", Vol. 105, s. 12-19.
- Maitland R., Newman P. (2009), *Developing world tourism cities*, [w:] Maitland R., Newman P., red., *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, Routledge, Oxon, s. 1-21.
- Martin Prosperity Institute (2013), *Project: Global Cities Index*, Toronto.
- Michelin (2014), *Michelin-starred restaurants – the Michelin Guide Selection*, <http://www.viamichelin.com/web/Restaurants> (11.10.2014).
- Moonen T., Clark G. (2013), *The Business of Cities 2013*, Jones Lang LaSalle, Chicago.
- Ni P. (2012), *The Global Urban Competitiveness Report – 2011*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham–Northampton.
- OpenFlights.org (2013), *Route maps*, <http://openflights.org/html/route-maps> (31.12.2014).
- Pociecha M. (2002), *Metody statystyczne w zarządzaniu turystyką*, Albis, Kraków.
- Reed H. C. (1981), *The Preeminence of International Financial Centers*, Praeger, New York.
- Sassen S. (2001), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Sassen S. (2005), *The Global City: Introducing a concept*, "The Brown Journal of World Affairs", Vol. XI (2), s. 27-43.
- Sassen S. (2006), *Cities in a World Economy*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Sassen S., Roost F. (1999), *The city: Strategic site for the global entertainment industry*, [w:] Judd D.R., Fainstein S.S., red., *The Tourist City*, Yale University Press, New Haven-London, s. 143-154.

- Skeggs T. (2013), *Visitor Figures 2012: Exhibition and museum attendance survey*, "The Art Newspaper", Vol. 245, s. 21-30.
- Sobczyk M. (2002), *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sport Business (2013), *Ultimate Sports Cities 2012*, <http://www.sportbusiness.com/publication/ultimate-sports-cities-2012> (11.10.2014).
- Stabryła A. (2000), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*, PWN, Warszawa.
- Taylor P. J. (2012), *The Challenge Facing World City Network Analysis*, [w:] GaWC Research Bulletin, Vol. 409, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb409.html> (25.09.2012).
- Taylor P. J., Hoyler M., Verbruggen R. (2010), *External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory*, "Urban Studies", Vol. 47(13), s. 2803-2818.
- The Diners Club (2013), *The World's 50 Best Restaurants*, <http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners> (11.10.2014).
- The Mori Memorial Foundation (2013), *Global Power City Index 2013*, Tokyo.
- UIA (2013), *International Meetings Statistics for the Year 2012*, [w:] "Union of International Associations – HQ Europe (HeadQuarters Magazine)" Vol. 56, s. 15.
- UN-HABITAT (2012), *State of the World's Cities Report 2012/2013: Prosperity of Cities*, United Nations Human Settlements Programme, Nairobi.
- UNESCO (2013), *World Heritage List Statistics*, Paris, <http://whc.unesco.org/en/list/stat> (31.12.2013).
- Zmyślony P., Piechota N. (2014), *Znaczenie przemysłu spotkań w kształtowaniu potencjału turystycznego miast*, [w:] Celuch K., red. *Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce: teoria i praktyka*, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Warszawa, s. 103-117.
- Zmyślony, P. (2015), *Funkcja turystyczna w procesie internacjonalizacji miast*, Proksenia, Poznań–Kraków.

THE WORLD'S TOURIST METROPOLIS IN INTERNATIONAL CITIES' RANKINGS – STATISTICAL MULTICRITERIAL RANKING ANALYSIS

Abstract

Purpose. (1) Measuring the economic and tourist potential of metropolitan areas recognized as world/global cities; (2) determining the intensity of the relationship between tourism potential and economic potential of these cities; (3) proposing a classification of the world's tourist cities.

Method. Multicriterial ranking method based on secondary sources in the form of cities' rankings characterized by their tourist and economic potential; measuring the relationship between their tourism and economic potential using the Pearson correlation coefficient.

Findings. The study revealed the ranking of 22 world's tourist cities, led by London, Paris and New York. The strong association between the tourist and economic potential of the cities was confirmed.

Research and conclusion limitations. The quality of the sources, limited objectivity of the source selection and the ranking method used; the generalized nature of the results.

Practical implications. Practical verification of the descriptive concept of world tourism cities proposed by R. Maitland and P. Newman [2009]; proposing the authors' method of measuring the degree of internationalization of city tourism function.

Originality. The paper proposes a ranking of the world's tourist cities and analyses the tourism potential of cities in the context of their economic competitiveness.

Type of paper. Theoretical/empirical study.

Keywords: city tourism, city rankings, world cities, global cities, tourist cities.

