

ГОРОД КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР: ДИНАМИКА РЕЙТИНГА НАИБОЛЕЕ ПОСЕЩАЕМЫХ ГОРОДОВ МИРА

*Буркина Александра Сергеевна,
Потапенко Мария Владимировна*

Статья посвящена исследованию динамики посещаемости наиболее привлекательных городов мира, являющихся крупными туристическими центрами. Анализ рейтинга данных городов по туристским прибытиям с помощью методики ранжирования позволил выявить практическое отсутствие территориальных сдвигов в списке лидеров в период с 2012 по 2015 гг., а также определить наиболее популярные регионы для посещения – Европу и Азию. Были выявлены факторы, влияющие на развитие туристических центров, а также проведена оценка критериев, побуждающих туристов к выбору того или иного города как цели путешествия. Определено, что важнейшими критериями при выборе туристического направления являются: наличие уникальных достопримечательностей, пляжного отдыха, а также экономическая доступность.

Ключевые слова: туризм, туристический центр, туристские прибытия, рейтинг городов.

JEL-коды: Z30, R12.

С каждым годом туризм становится популярнее: ежегодно в мире путешествуют более 1,1 млрд туристов, а сам туризм занимает 1 место в мировой торговле услугами (26% в 2015 г.) и составляет 10,2%¹ от мирового ВВП. Стоимость поездок за последние 15 лет снизилась примерно в 3 раза, оказывая положительное влияние на доступность туризма для все большего количества людей².

Объем международных прибытий в крупнейшие города мира и расходы от них растут гораздо быстрее реального ВВП (+45% против +18,9%)³. В связи с чем изучение данного направления сферы услуг становится особенно актуальным. Особую привлекательность составляют города – туристические центры, формирующие основу туристической отрасли любого государства.

Цель исследования заключается в анализе динамики посещаемости наиболее популярных туристических центров за 2012-2015 гг. на основе статистических данных Всемирной туристской организации (UNWTO) и отчета компании MasterCard «Global Destination Cities Index».

На глобальном уровне проблема туристических центров встречается в работах ученых не так часто. В основном, внимание уделяется либо вопросам теории (например, Онищук Н.В.) и конкретной области (так, Носырина О.В. изучает влияние цифровых технологий на

¹ Tourism supports 1 in 10 jobs, outpacing global economy for 6th consecutive year, WTTC // World Travel & Tourism Council [Электронный ресурс]. URL: www.wttc.org/media-centre/press-releases/press-releases/2017/tourism-supports-1-in-10-jobs-outpacing-global-economy-for-6th-consecutive-year-wttc/

² Выпуск новостей Euronews от 12.02.2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.euronews.com/>

³ Master Card 2015 Global Destination Cities Index: Tracking Global Growth: 2009-2015 // MasterCard Worldwide Insights [Электронный ресурс]. URL: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2015/06/MasterCard-GDCI-2015-Final-Report1.pdf>

развитие туристических центров), либо определенным городам и центрам, их привлекательности и влиянию на развитие территории. Гораздо лучше изучена сфера туризма: от особенностей развития и современных тенденций (Кабилов Е.С., Деточенко Л.В., Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А.) до анализа туристского рынка в целом (Артемова В.И., Марченко К.Ю.), а также на примере конкретных стран.

Необходимо отметить, что в ходе исследования авторы столкнулись с трудностями поиска статистического материала. Так, открытая статистика по туристским прибытиям и доходам от туризма UNWTO представлена только в разрезе стран и регионов, но не городов, которые являются объектом исследования. С 2011 г. отчеты по городам стала опубликовывать компания MasterCard, однако рассчитанный в них индекс городов глобального значения охватывает все иностранные прибытия за короткий период времени в целом. Именно поэтому для удобства анализа все прибытия в данном исследовании были условно приравнены к туристическим и не распространяются на командировки и иные поездки.

Понятие туристических центров

Туризм является неотъемлемой частью жизни людей нашей планеты. Это сложный, высокодоходный межотраслевой комплекс, представляющий собой один из основных секторов мировой экономики.

Путешествия приносят доход принимающим странам более чем в 1,26 млрд долл. США, или 30% мирового экспорта услуг, и обеспечивают работой 1 из 11 человек во всем мире⁴.

Места для путешествий, располагающие туристскими ресурсами, соответствующей инфраструктурой (транспорт, гостиницы, рестораны, развлечения и т.п.) для обслуживания значительных туристских контингентов, называются туристическими центрами.

Основные факторы, влияющие на развитие туристических центров, можно разделить на статичные и динамичные. Так, к статичным относятся природно-географические факторы (различный климат, рельеф местности, подземные богатства) и культурно-исторические: они остаются неизменными и человек приспособливает их к туристским потребностям.

К динамичным относятся демографические, социально-экономические и материально-технические факторы. Они могут меняться во времени⁵.

Все больше и больше развивающихся стран наращивают сферу туризма для того, чтобы ускорить социально-экономическое развитие. Например, Государственное управление туризма и другие органы власти Китая в ближайшую пятилетку планируют бороться с бедностью сельского населения страны путем развития агротуризма⁶.

Несмотря на доказанную эффективность, туризм продолжает нуждаться в изучении и развитии. Поэтому важно, чтобы туризм поддерживали не только путешественники и лица, предоставляющие им услуги, но и правительство.

Влияние туризма на развитие городов и регионов

⁴ UNWTO Tourism highlights - 2016 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

⁵ Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона [Электронный ресурс]. URL: <http://you2way.ru/rekreacionnaya-geografija/79-rekreatsionnoe-rajonoobrazovanie-turisticheskie-tsentry?start=7>

⁶ ЮНВТО приветствует решение Китая сделать туризм инструментом борьбы с бедностью // UNWTO, 04.08.2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-08-03/yunvto-privetstvuet-reshenie-kitaya-sdelat-turizm-instrumentom-borby-s-bedn>

Положительное влияние на развитие городов и регионов не вызывает сомнений. Так, туризм помогает трудоустроить большое количество людей, так как индустрия туризма имеет очень разносторонний спектр работ. В этой отрасли труд не механизирован, что позволяет привлекать трудовые ресурсы, направляя их на обслуживание туристов.

Еще одной положительной особенностью туризма является развитие отсталых районов с помощью привлечения в эти местности туристов: в такой район начинает поступать приток денежных средств, увеличивается процент занятого населения, начинает развиваться инфраструктура, сервисные службы (дороги, бытовые услуги, кафе, рестораны, парки развлечений).

Также туризм может послужить источником финансирования работ по охране исторического наследия и способствовать сохранению и своевременной реставрации исторических памятников, архитектурных сооружений, улучшению экологии региона.

Существует прямое и косвенное влияние туризма на экономику территории.

Прямое влияние – это результат использования части доходов туристов на покупку ими услуг и товаров. Таким образом, происходит вложение денег, которые потом создают базу материального обеспечения служащих и позволяют открывать новые рабочие места.

Косвенное влияние – это «мультипликатор», который действует по мере расширения туризма в регионе. Действие такого мультипликатора можно пояснить следующим примером. Иностранцы тратят свои средства на покупку товаров и услуг в регионе. Деньги туристов работают на экономику региона, когда турфирма покупает производимые в регионе товары и услуги. Регион, получив деньги от туристов, выплачивает из них заработную плату своим работникам, которые в свою очередь, тратят их на покупку товаров, оплату услуг.

Но туризм может оказывать не только положительное воздействие. Бурное развитие этой сферы услуг обостряет противоречие между его масштабами и наносимым ущербом: происходит определённое сокращение продовольственных и материальных ресурсов для местного населения, запасов воды, загрязняется окружающая среда, изнашивается обслуживающая инфраструктура. Поэтому при оптимизации развития этой сферы необходимы учёт мирового опыта, использование современных методов защиты окружающей среды и других мер сбалансированности экономики.

Динамика мировых туристских прибытий и доходов от них

Туризм давно является одной из наиболее доходных отраслей, приносящей более 10% валового дохода. На рисунке 1 представлены данные о высоких темпах роста доходности от туризма. Если в 1950 г. доход от мирового туризма равнялся 2,1 млрд долл. США, а к 1998 г. эта цифра выросла до 444,7 млрд долл., когда мировой ВВП был около 30 трлн долл., то в 2015 г. она составила 1260 млрд⁷. Таким образом, мировой доход от туризма вырос за 17 лет почти в 3 раза.

Стоит отметить, что с 1998 г. Африка развила услуги туристической деятельности: ее доход увеличился более чем в 3 раза до 32 млрд долл. Но наибольший рост дохода продемонстрировали Ближний Восток (рост в 5,6 раз) и АТР (рост в 5,7 раз), поставив последний на второе место в мире после Европы.

⁷ Рейтинг стран мира по уровню ВВП в 1980-2018 гг. в текущих ценах по версии МВФ // Business forecast, 22.04.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://businessforecast.by/partners/ratings/594>

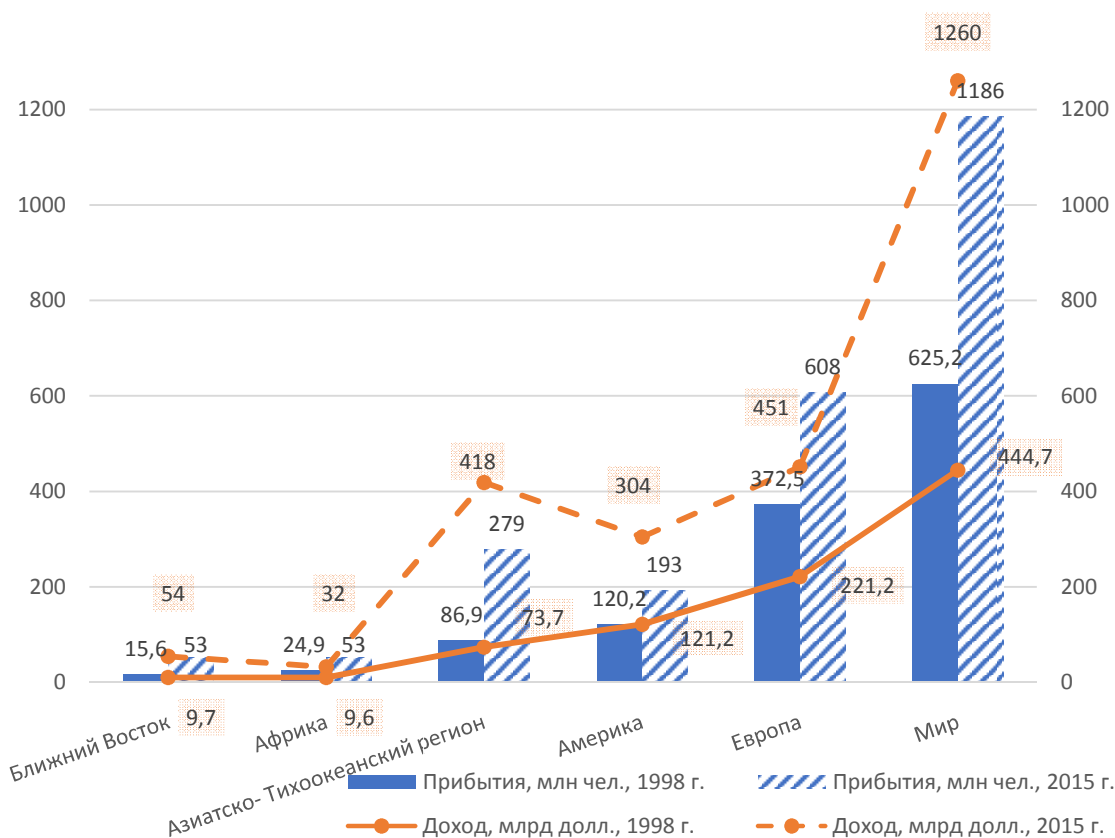


Рис. 1. Доход от туризма по регионам мира и туристские прибытия, 1998 и 2015 г.

Источник: составлено авторами по: Квартальнов В.А. Туризм. Ч. 1. Туризм - феномен XX века. – М.: Финансы и статистика, 2002; UNWTO Tourism highlights - 2016 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Таким образом, с 1950-х гг. туризм становится доступен широким массам, наблюдается создание инфраструктуры туризма (гостиниц, кемпингов, ресторанов). Количественно это выражается в интенсивном росте международных туристских прибытий (рис. 2).

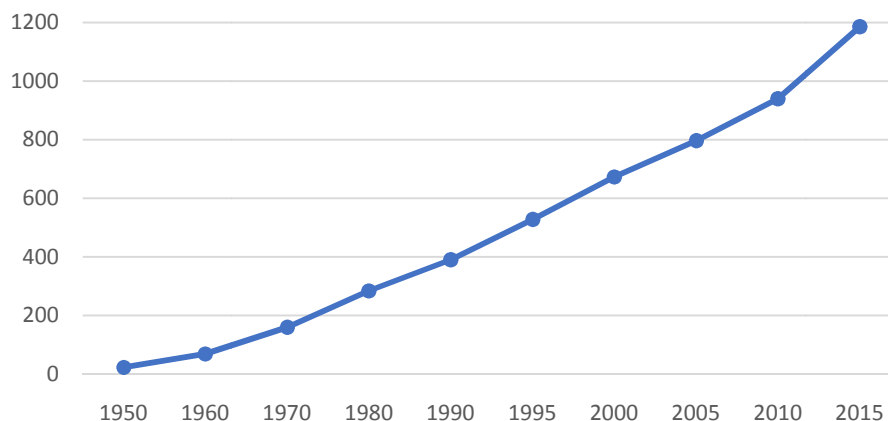


Рис. 2. Динамика международных туристских прибытий, 1950-2015 гг., млн чел.

Источник: составлено авторами по: UNWTO Tourism barometer // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>

К середине 1970-х гг. сохраняется тенденция расширения как выездного, так и въездного туризма. В связи с увеличением сегментов потребления туристический рынок становится все более дифференцированным. И менее чем за 50 лет спрос на туризм возрос более чем в 26 раз.

Относительно низкие показатели туристского притока в начале 1990-х гг. можно связать с экономическим кризисом 1991 г. во время войны в Персидском заливе. Она существенно сказалась на структурных изменениях в мировом хозяйстве: наблюдался спад в обрабатывающей промышленности, что повлекло увеличение безработицы. Поэтому объем туристических прибытий в 1990-е гг. значительно отличается от 2000-х гг.

Мировой экономический кризис 2008 г. хоть оказал отрицательное воздействие на туризм, тем не менее не такое значительное – мировые туристские прибытия сократились в 2009 г. всего на 4%. В целом, с 1990 по 2015 гг. этот показатель вырос в 2,7 раза – с 435 до 1186 млн чел. в год⁸.

Наиболее посещаемые города мира: динамика рейтинга и особенности размещения

Формирование туристических центров может быть связано с различными факторами. Так, например, климатические условия, экология, природный ландшафт, историческое наследие и многое другое могут повлиять на выбор туристов. Чтобы узнать, какие именно города предпочтительны для путешествий, необходимо обратиться к анализу туристских прибытий в крупнейшие города мира по данным исследования, проведенного компанией MasterCard (табл. 1).

Таблица 1

Рейтинг городов по количеству прибытий, 2012–2015 гг., млн чел.

№	Город	2012	2013	2014	2015
1	Лондон	15,46	16,78	17,75	18,82
2	Бангкок	15,82	17,47	16,89	18,24
3	Париж	14,29	15,52	15,56	16,06
4	Дубай	10,94	12,18	13,20	14,26
5	Стамбул	8,82	9,87	11,27	12,56
6	Нью-Йорк	10,59	11,07	11,86	12,27
7	Сингапур	11,10	11,90	11,53	11,88
8	Куала-Лумпур	9,63	9,89	10,53	11,12
9	Сеул	7,51	8,03	9,84	10,35
10	Гонконг	8,37	8,26	8,37	8,66
11	Токио	4,89	5,40	7,68	8,08
12	Барселона	6,89	6,91	7,18	7,42
13	Амстердам	6,10	6,65	7,29	7,44
14	Рим	6,73	7,04	7,05	7,41
15	Милан	6,88	6,99	7,01	7,17
16	Тайбэй	4,70	5,83	6,38	6,55

⁸ UNWTO Tourism highlights - 2016 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

17	Шанхай	6,04	5,71	5,68	5,85
18	Вена	5,38	5,55	5,66	5,81
19	Прага	4,92	5,05	5,23	5,47
20	Лос-Анджелес	4,48	4,60	4,94	5,20

Источник: составлено авторами по: MasterCard 2015 Global Destination Cities Index: Tracking Global Growth: 2009-2015 // MasterCard Worldwide Insights [Электронный ресурс]. URL: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2015/06/MasterCard-GDCI-2015-Final-Report1.pdf>

На протяжении 4 лет с 2012 по 2015 гг. из 132 крупнейших городов мира сформировалась стабильная двадцатка. С помощью методики ранжирования она была разбита на 3 группы:

- 1 группа – лидеры рейтинга (прибытия более 12 млн чел.);
- 2 группа – прибытия 8-12 млн чел.
- 3 группа – прибытия от 4 до 8 млн чел.

Методика позволила выявить основные сдвиги и изменения в рейтинге, а также смену предпочтений туристов. Как было уже сказано выше, все прибытия условно приравнены к туристическим и не распространяются на командировки и иные поездки. Хотя именно деловые причины поездок ставят некоторые города рейтинга на первые места (так, Лондон, Нью-Йорк, Гонконг являются мировыми финансовыми центрами).

За 4 года рассматриваемые города сменили свои места в группах внутри двадцатки (рис. 3, 4). Так, в 2012 г. было всего лишь 3 города-лидера (Лондон, Бангкок и Париж). К 2015 г. их количество выросло до 6 – к прежним лидерам прибавились Дубай, Стамбул и Нью-Йорк. Это может быть связано с развитием стран в туристическом направлении: новые развлечения, комфорт «новых стран» привлекли туристов.

Кроме того, в 2014 г. Лондон сменил Бангкок на месте абсолютного лидера.

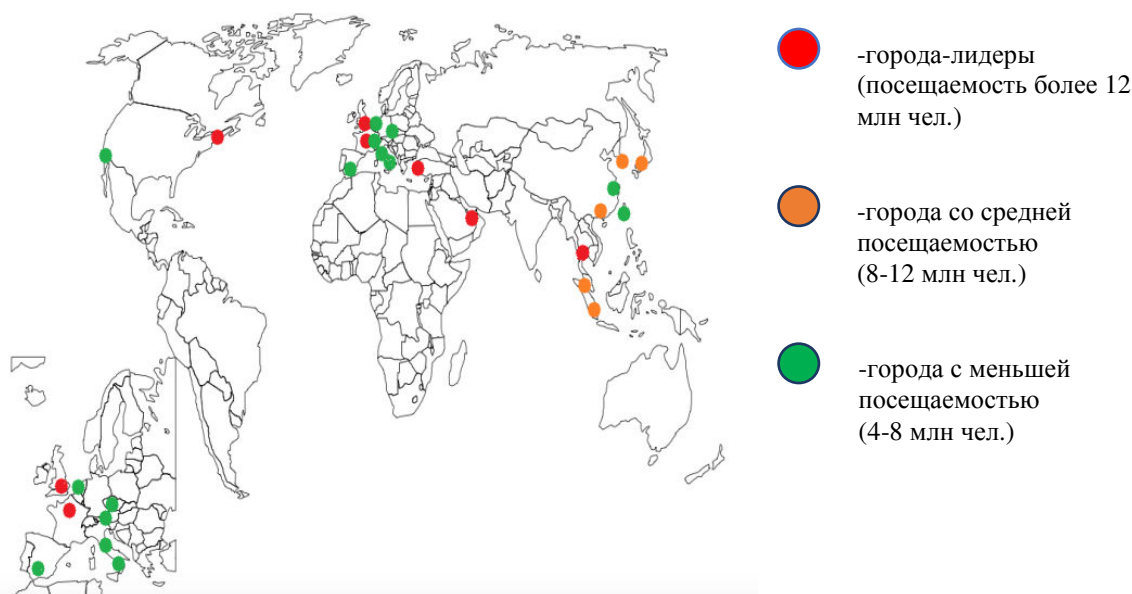


Рис. 3. Ранжирование крупнейших городов по количеству прибытий, 2012 г., млн чел.

Источник: составлено авторами по: UNWTO Tourism highlights - 2016 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

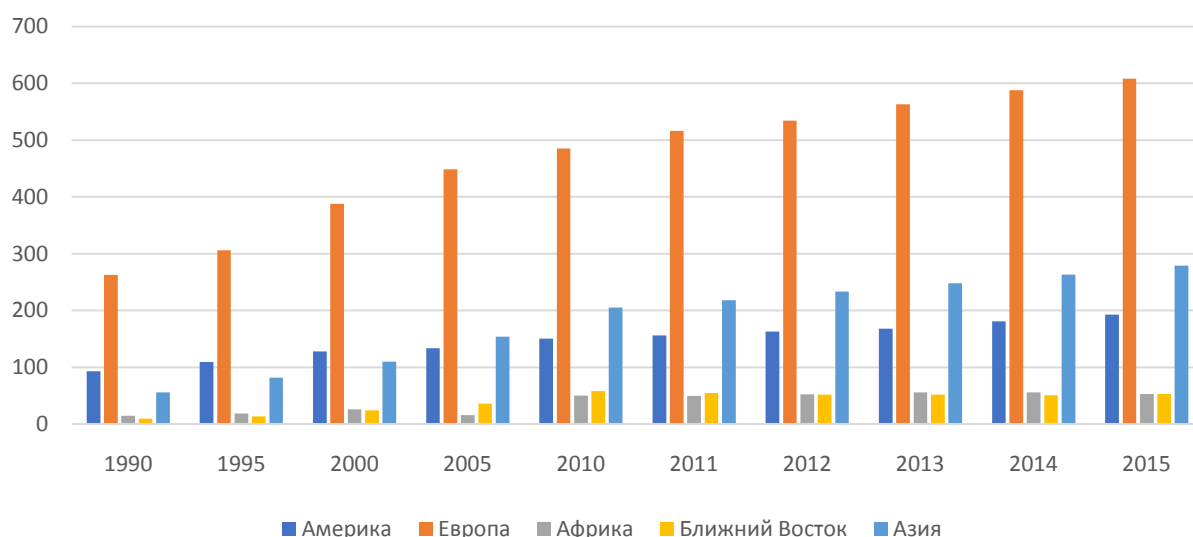


Рис. 5. Распределение туристских прибытий по регионам мира, 1990-2015 гг., млн чел.

Источник: составлено авторами по: UNWTO Travel arrivals // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>

За 25 лет Европа оставалась неизменным лидером, превышая посещаемость остальных регионов более чем в 3 раза. В 2015 г. в Европе был зафиксирован рекордный рост коэффициента занятости отелей⁹. Америка медленными темпами развивалась как туристическое направление: за 25 лет ей удалось увеличить объем туристов всего в 2 раза. Это связано с дорогостоящими и дальними авиаперелетами, а также затруднительным получением разрешения на въезд иностранных граждан в Канаду и США. В Африке с 1990 г. незначительно увеличился объем прибывших туристов, а после 2010 г. в регионе наблюдалось колебание туристической активности ввиду нестабильной политической обстановки в некоторых странах, а также риска инфекционных заболеваний (например, лихорадки Эбола). Больше всего развили туристическую сферу Азия и Ближний Восток, поскольку количество въездов увеличилось в 5 раз.

Согласно страновому разрезу, в рейтинге наблюдается всего два государства, где находится более одного популярного города – Италия и США. К ним справедливо прибавить «Большой Китай», чьи Гонконг, Шанхай и Тайбэй по суммарному количеству прибывающих обгоняют лидирующий в мире Лондон (21 млн чел. против 18,8 млн).

В заключение можно сделать вывод, что за рассматриваемый период сильных сдвигов в географии популярных городов не произошло. Туристы остаются верны проверенным маршрутам и предпочтениям.

Привлекательность крупнейших туристических центров мира: основные критерии

Для выявления преимуществ крупнейших по посещаемости городов мира по сравнению с другими был определен ряд факторов, влияющих на их туристическую привлекательность. При проведении многофакторного анализа учитывались: близость аэропорта к городу (не более 60 км), транспортная развитость туристического центра (главный критерий – наличие метро), отели разных категорий, наличие экскурсионных

⁹ World Trade Statistical Review 2016 // WTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2016_e/wts2016_e.pdf

программ, уникальных достопримечательностей, возможности пляжного отдыха и возможность позволить себе отдых в данном городе при ограниченном бюджете (табл. 2).

Таблица 2.

Туристские предпочтения в крупнейших туристических центрах мира

Город	Близость аэропорта (не более 60 км)	Транспортная развитость (наличие метро)	Различные типы отелей	Туристская инфраструктура	Экскурсионные программы	Уникальные достопримечательности	Пляжный отдых	Экономическая доступность
Лондон	+	+	+	+	+	+	-	-
Бангкок	+	+	+	+	+	+	-	+
Париж	+	+	+	+	+	+	-	-
Дубай	+	+	+	+	+	+	+	-
Стамбул	+	+	+	+	+	+	-	+
Нью-Йорк	+	+	+	+	+	+	+	+
Сингапур	+	+	+	+	+	+	+	+
Куала-Лумпур	+	+	+	+	+	+	-	+
Сеул	-	+	+	+	+	+	-	-
Гонконг	+	+	+	+	+	+	+	+
Токио	+	+	+	+	+	+	+	-
Барселона	+	+	+	+	+	+	+	+
Амстердам	+	+	+	+	+	+	-	-
Рим	+	+	+	+	+	+	-	-
Милан	+	+	+	+	+	+	-	-
Тайбэй	+	+	+	+	+	+	+	+
Шанхай	+	+	+	+	+	+	-	+
Вена	+	+	+	+	+	+	-	+
Прага	+	+	+	+	+	+	-	+
Лос-Анжелес	+	+	+	+	+	+	+	-

Источник: составлено автором по данным новостного портала BBC [Электронный ресурс].

URL: <http://www.bbc.com>

Близость аэропорта к туристическому центру играет важную роль при выборе способа прибытия в город: если аэропорт находится на большом расстоянии от города, то большинство туристов будут выбирать иные способы перемещения, например, поезда, которые, как правило, приезжают в центр города. Среди анализируемых городов лишь Сеул уступает всем – аэропорт находится в 70 км от города.

По прибытию туристам важно самостоятельно перемещаться, чтобы изучить достопримечательности. Поэтому немаловажную роль играет транспортная развитость.

Различные туристские предпочтения формируют конкуренцию местных отелей. Поэтому можно наблюдать во многих городах мира наличие как отелей с самыми скромными ценами, так и с прайс-листами более дорогих услуг. Это связано с тем, что туристы готовы отдавать различные суммы за отели. В городах с развитой экскурсионной программой туристы скорее выберут дешевые отели, поскольку основное время пребывания в стране они будут проводить на экскурсионных программах или прогулках. В странах с жарким климатом, ориентированных на пляжный отдых, туристы отдадут предпочтение отелям с высоким и более дорогим уровнем сервиса, поскольку большую часть времени они будут проводить на его территории.

Лидеры рейтинга Лондон, Бангкок и Париж не имеют пляжей, хотя на протяжении как минимум 4 лет входят в топ-3. Это говорит о том, что для туристов важно саморазвитие и познание: они больше предпочитают страны с насыщенной экскурсионной программой, чем пляжный отдых.

Стоит отметить, что многие страны не доступны туристам из-за дороговизны. В таблице положительную оценку получили Бангкок, Стамбул, Нью-Йорк, Сингапур, Куала-

Лумпур, Гонконг, Барселона, Тайбэй, Шанхай, Вена, Прага, а отрицательную Лондон, Париж, Дубай, Сеул, Токио, Амстердам, Рим, Милан и Лос-Анджелес. Таблица составлена согласно индексу цен CPI¹⁰. Так, Лондон является самым дорогим городом в данном рейтинге, однако это не останавливает туристов, и объем прибывших в этот город увеличивается с каждым годом¹¹.

Проанализировав таблицу, справедливо будет сказать, что самые популярные туристические центры по праву считаются таковыми. Они имеют развитую транспортную систему, сферу услуг, обилие экскурсионных программ.

Наличие одновременно всех факторов показали 5 городов: Нью-Йорк, Сингапур, Гонконг, Барселона, Тайбэй. Тем не менее, они не находятся вверху списка. Это связано с тем, что рейтинг изначально учитывает не только туристические, а все прибытия в города, как говорилось ранее.

Итак, города – туристические центры формируют основу динамично развивающейся туристической отрасли любого государства. Они способны предложить новый, интересный продукт, привлекая все большее количество путешественников, приносящих доход как городу, так и по эффекту «мультипликатора» региону и стране в целом. Всего с 1950 г. международные прибытия выросли в 50 раз, а доход от туризма – в 600 раз.

В заключение стоит отметить, что сильных сдвигов в географии наиболее популярных городов мира не произошло: туристы остаются верны проверенным годами туристическим направлениям – Лондон, Бангкок, Париж, Дубай, Стамбул. Тройка лидеров остается неизменной с 2012 г., в то время как пятерку покинули такие «гиганты», как Нью-Йорк и Сингапур, уступив место ближневосточным Дубаю и Стамбулу.

Что касается критериев при выборе туристического направления, рассмотренных на примере туристических центров, то среди основных были выделены: наличие уникальных достопримечательностей, пляжного отдыха, а также экономическая доступность.

Список литературы

1. Артемова Е.И., Марченко К.Ю. Анализ рынка международных туристских услуг: Материалы научно-практической конференции «Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики». – М., 2015. – С. 11-16.
2. Деточенко Л.В. Особенности развития международного туризма на современном этапе // Грани познания. – 2013. – №3(23). – С. 74-78.
3. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: История мирового туризма // Феноменологический взгляд на историю туризма [Электронный ресурс]. URL: http://tourlib.net/books_tourism/zorin02.htm
4. Кабиров И.С. Современные тенденции развития международного туризма // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. - №3. – С. 242-250.
5. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. Ч. 1. Туризм - феномен XX века. – М.: Финансы и статистика, 2002.

¹⁰ Индекс CPI (the Consumer Price Index) используется для определения разницы стоимости жизни в разных странах и учитывает такие параметры, как цены на продукты питания, транспорт, рестораны и коммунальные услуги.

¹¹ Gilligan P. The cost of living around the world in 2017, mapped // Movehub [Электронный ресурс]. URL: <http://www.movehub.com/blog/living-costs-world-map>

6. Носырина О.В. Развитие города как туристического центра в эпоху цифровых технологий // Сборник материалов IX научно-практической конференции «Рекламный вектор - 2015: стратегии нового времени», РУДН. – 2015. – С. 268-270.
7. Онищук Н.В. Туристические центры: подходы к определению и принципы формирования // Экономика Крыма. – 2011. – №4. – С. 174-178.
8. Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона [Электронный ресурс]. URL: <http://you2way.ru/rekreacionnaya-geografia/79-rekreacionnoe-rajonoobrazovanie-turisticheskie-tsentry?start=7>
9. Социально-экономические проблемы городов и регионов России и мира. сб. материалов конференции / Под ред. В.Н. Холиной, М.Н. Мироновой, М.В. Потапенко. - М.: РУДН, 2017.
10. Gilligan P. The cost of living around the world in 2017, mapped // Movehub [Электронный ресурс]. URL: <http://www.movehub.com/blog/living-costs-world-map>
11. MasterCard 2015 Global Destination Cities Index: Tracking Global Growth: 2009-2015 // MasterCard Worldwide Insights [Электронный ресурс]. URL: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2015/06/MasterCard-GDCI-2015-Final-Report1.pdf>
12. Travel & Tourism Economic Impact 2017 World // World Travel & Tourism Council, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>
13. UNWTO Tourism highlights 2012 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf>
14. UNWTO Tourism highlights 2016 // UNWTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
15. World Trade Statistical Review 2016 // WTO, 2017 [Электронный ресурс]. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2016_e/wts2016_e.pdf

CITY AS A TOURIST CENTER: DYNAMICS OF THE TOP DESTINATION CITIES' RANKING

Burkina Alexandra Sergeevna,

Potapenko Maria Vladimirovna,

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)

6 Miklukho-Maklaya Street, Moscow, 117198, Russian Federation

Article is devoted to a research of dynamics of attendance of the most attractive cities of the world which are the large tourist centers. The analysis of rating of these cities on tourist arrivals by means of a technique of ranging has allowed to reveal practical lack of territorial shifts in the list of leaders during the period from 2012 to 2015, and also to define the most popular regions for visit – Europe and Asia. The factors influencing development of the tourist centers have been revealed and also the assessment of the criteria inducing tourists to the choice of this or that city as the travel purposes is carried out. It is defined that the major criteria at the choice of the tourist direction are: existence of unique sights, beach rest, and also economic availability.

Keywords: tourism, tourist center, tourist arrivals, rating of the cities.