

Anna Jęczmyk, Jarosław Uglis

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA POWIATÓW ZIEMSKICH WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO A AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH

Streszczenie: Artykuł porusza zagadnienie wpływu atrakcyjności turystycznej obszaru recepcji turystycznej na intensywność ruchu turystycznego. Z ekonomicznego punktu widzenia turyści zagraniczni stanowią istotny element rozwoju społeczno-gospodarczego destynacji, dokonując bowiem wydatków na różnego rodzaju usługi i dobra turystyczne, stanowią źródło przychodów (dewiz), które są siłą napędową lokalnej gospodarki. Uwarunkowania przyrodnicze, krajobrazowe i kulturowe plasują województwo wielkopolskie jako ważny obszar peregrynacji turystów zagranicznych. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2009 r. obcokrajowcy stanowili ponad 16% wszystkich turystów w Wielkopolsce i 6,3% ogółu turystów zagranicznych odwiedzających Polskę. Celem niniejszego artykułu jest określenie przestrzennego zróżnicowania ruchu turystycznego turystów zagranicznych w województwie wielkopolskim. Autorzy pragną sprawdzić, czy liczba turystów zagranicznych koreluje z wyznaczonym syntetycznym wskaźnikiem atrakcyjności turystycznej.

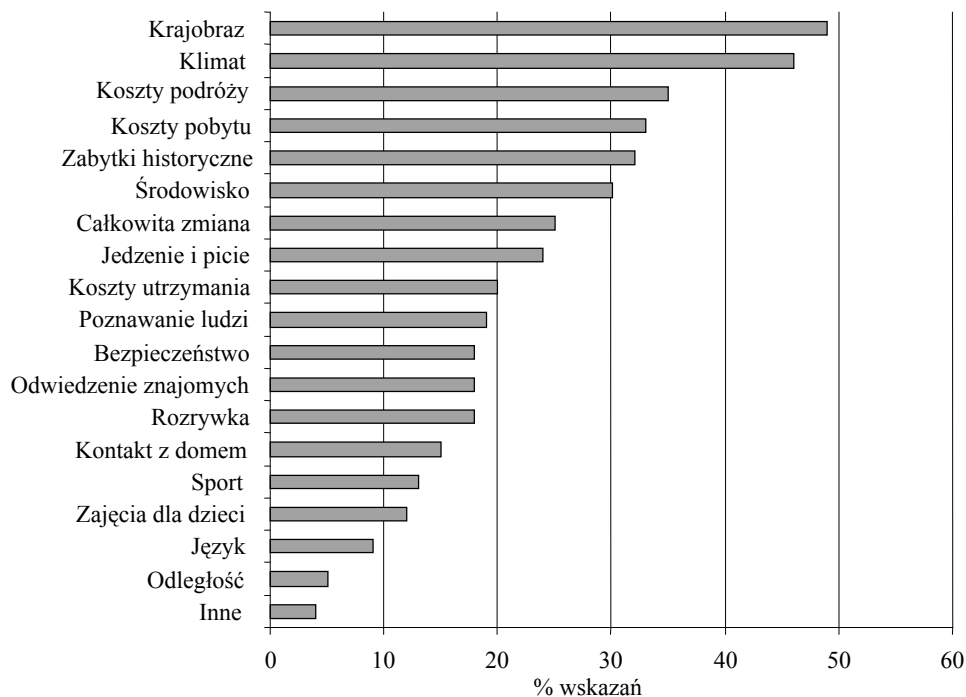
Słowa kluczowe: atrakcyjność turystyczna, województwo wielkopolskie, aktywność turystyczna, turyści zagraniczni.

1. Wstęp

Uczestnictwo w wyjazdach turystycznych jest podstawowym aspektem aktywności turystycznej, która może mieć różne etapy. Przez aktywność turystyczną można rozumieć całokształt czynności związanych z przygotowaniem i uprawianiem turystyki oraz z różnymi formami przeżywania. To pojęcie używane jest często w badaniach turystyki w celu określenia wielkości udziału ludności w różnych formach turystyki [Alejziak 2009, s. 22].

Mieszkańców większości krajów należących do Unii Europejskiej cechują bardzo wysokie wskaźniki aktywności turystycznej, a kraje takie jak Dania, Norwegia, Szwecja, Niemcy czy Austria należą do absolutnych rekordzistów w tym względzie [Alejziak 1994, s. 1-5]. Zdecydowana większość zagranicznych podróży wakacyjnych mieszkańców Unii Europejskiej ma charakter wewnątrzregionalny i koncentruje się na terytorium Wspólnoty. Mieszkańcy UE zdecydowanie preferują hotele

oraz podobne typy zakwaterowania [Alejziak 2000, s. 16]. Głównymi kryteriami wyboru destynacji przez mieszkańców UE są krajobraz i klimat (rys. 1). Równie ważne dla tych turystów są koszty podróży i pobytu.

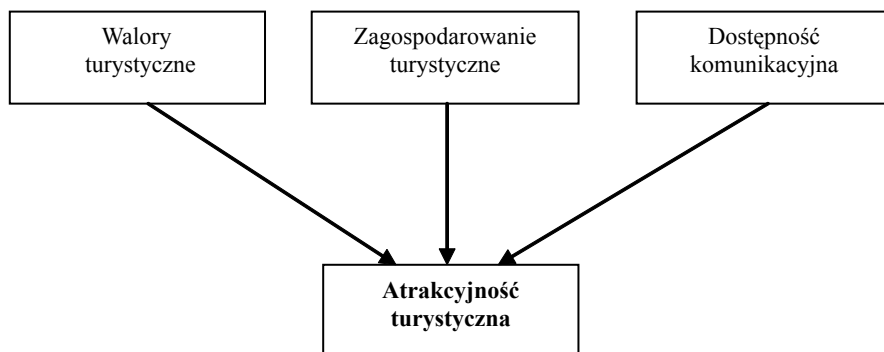


Rys. 1. Główne kryteria wyboru miejsc docelowych wypoczynku wakacyjnego mieszkańców Unii Europejskiej

Źródło: [Alejziak 2000, s. 13].

Województwo wielkopolskie ma specyficzne cechy przyrodnicze i antropogeniczne, które pozwalają zaspokoić motywy, jakimi kierują się mieszkańcy krajów Unii Europejskiej przy wyborze docelowych miejsc wypoczynku (rys. 1). Zagospodarowanie turystyczne tego terenu tworzą liczne obiekty noclegowe, gastronomiczne i towarzyszące, dobre połączenie zaś z innymi regionami Polski czy bliskość zachodniej granicy powodują, że dostępność komunikacyjna regionu jest dobra. Te elementy wspólnie tworzą atrakcyjność turystyczną i decydują o wielkości ruchu turystycznego. Atrakcyjność turystyczna rozumiana jest jako występowanie pewnej charakterystycznej cechy przestrzeni turystycznej, która przyciąga turystów na określone tereny, ze względu na obecność określonych zasobów przyrodniczo-krajobrazowych, historyczno-kulturowych oraz wydarzeń kulturalnych, a także odpowiednie formy zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego i sprzyjającą dostępność komunikacyjną (rys. 2). Termin ten jest dwuaspektowy, zawiera zarówno obiektywne

warunki środowiskowe, jak i subiektywne indywidualne czynniki psychologiczne. Dlatego też trudno jest ocenić obiektywnie atrakcyjność turystyczną.



Rys. 2. Elementy składowe atrakcyjności turystycznej

Źródło: opracowanie własne.

Atrakcyjność turystyczna niewątpliwie wpływa na podjęcie przez turystę decyzji o miejscu wypoczynku. Odpowiednio przygotowane i wypromowane obszary, miejsca czy miejscowości, gdzie rozwija się przemysł turystyczny, mogą liczyć na przyjazdy nie tylko turystów krajowych, ale również zagranicznych.

2. Metody i materiał badawczy

Celem niniejszego artykułu jest określenie przestrzennego zróżnicowania ruchu turystycznego turystów zagranicznych w województwie wielkopolskim.

Badaniami objęto powiaty ziemskie (dobór celowy) województwa wielkopolskiego. Materiał źródłowy stanowiły dane zamieszczone w Banku Danych Regionalnych i na stronach internetowych Instytutu Turystyki. Na potrzeby niniejszej pracy do analiz przyjęto rok 2009. Biorąc pod uwagę złożoność badanego zagadnienia i dostępność danych statystycznych, do analizy wykorzystano 14 zmiennych diagnostycznych, które dotyczyły: walorów turystycznych, stanu zagospodarowania turystycznego oraz dostępności komunikacyjnej obszaru recepcji. Niezbędne analizy przeprowadzono w programie STATISTICA 9.

Czasami w badaniach ekonomicznych analiza rozkładu jednej zmiennej nie wystarcza do wnioskowania o badanym zjawisku, gdyż wiele zjawisk to zjawiska złożone [Jajuga 2002, s. 24; Pawełek 2008, s. 19]. Niewątpliwie zjawiskiem złożonym w badaniach empirycznych jest atrakcyjność turystyczna.

Do wyznaczenia poziomu atrakcyjności turystycznej badanych obiektów zastosowano miernik syntetyczny, który pozwala opisać zjawisko złożone za pomocą jednej liczby, tzw. wartości zmiennej syntetycznej. Wartość miernika syntetycznego

wyznaczono metodą bezwzorcową, sprowadzającą się do uśrednienia wyznaczonych wartości zmiennej syntetycznej dla działów

$$Z_i = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m z_{di},$$

gdzie: m – liczba działów.

Obliczone wartości należą do przedziału [0:1]; im wyższa wartość miernika Z_i , tym wyższy poziom atrakcyjności turystycznej dla powiatu.

Procedura konstrukcji miernika syntetycznego wymaga określenia zbioru zmiennych diagnostycznych, następnie normalizacji wartości tych cech, która ma na celu doprowadzenie ich do porównywalności, oraz wyznaczenie wartości miernika.

Do analizy przestrzennego zróżnicowania poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów dla zagranicznego ruchu turystycznego przyjęto 14 cech zgrupowanych w trzech działach:

- walory turystyczne:
 - X_1 – powierzchnia obszarów prawnie chronionych (% powierzchni ogółem),
 - X_2 – powierzchnia parków krajobrazowych (% powierzchni ogółem),
 - X_3 – pomniki przyrody (na 1 km²),
 - X_4 – lesistość (%),
 - X_5 – jeziorność (%),
 - X_6 – muzea (na 100 km²),
 - X_7 – emisja zanieczyszczeń pyłowych (w tonach na 100 km²);
- zagospodarowanie turystyczne:
 - X_8 – liczba obiektów noclegowych (na 100 km²),
 - X_9 – udział hoteli w ogólnej liczbie obiektów noclegowych (%),
 - X_{10} – liczba miejsc noclegowych (na 1000 mieszkańców),
 - X_{11} – udział obiektów noclegowych wyposażonych w pokoje/lazienki przystosowane dla osób niepełnosprawnych (%);
- dostępność komunikacyjna:
 - X_{12} – długość dróg gminnych o nawierzchni twardej (km na km²),
 - X_{13} – długość dróg powiatowych o nawierzchni twardej (km na 100 km²),
 - X_{14} – odległość do najbliższego lotniska (km).

Określenie charakteru zmiennych oparto na przesłankach merytorycznych. Przyjęte zmienne uznano za stymulanty, co oznacza, że w miarę ich wzrostu podwyższeniu ulega ocena badanego zjawiska, tylko zmienną X_7 uznano za destymulantę.

W pracy przyjęto, że wszystkie zmienne powinny mieć charakter stymulant. Przy przekształceniu destymulant w stymulanty zastosowano metodę zwaną przesunięciem względem maksimum [Gołembski 2002, s. 28].

Normalizacji zbioru zmiennych diagnostycznych dokonano metodą przekształcenia ilorazowego, przyjmując jako punkt odniesienia maksymalną wartość zmiennej [Kukuła 2000, s. 78-79]. Wartości zmiennych znormalizowanych (n_y) należą do przedziału [0:1].

Mierniki syntetyczne dla wyznaczonych działów obliczono przy wykorzystaniu formuły:

$$z_{di} = \sum_{j=1}^m w_j \times n_{ij},$$

gdzie: w_j – waga j -tej zmiennej, n_{ij} – wartość i -tej obserwacji j -tej zmiennej.

Wagi wyznaczono w oparciu o miernik względnej wartości informacyjnej cech, dany wzorem:

$$w_j = \frac{V_j}{\sum_{j=1}^m V_j}, \quad \sum_{j=1}^m w_j = 1,$$

gdzie: V_j – współczynnik zmienności j -tej zmiennej.

Uzyskane wartości miernika syntetycznego Z_i stanowią podstawę budowy rankingu powiatów ze względu na poziom atrakcyjności turystycznej.

3. Ocena poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów województwa wielkopolskiego

Wykorzystując procedurę konstrukcji miernika syntetycznego i przyjęty zestaw zmiennych diagnostycznych, otrzymano wyniki atrakcyjności turystycznej powiatów województwa wielkopolskiego, które zaprezentowano w tab. 1.

Otrzymane wyniki pozwalają stwierdzić, że żaden z badanych powiatów nie uzyskał najwyższej wartości zmiennej syntetycznej w każdym z badanych działów. Najwyższy poziom atrakcyjności w zakresie walorów turystycznych osiągnął powiat międzychodzki, natomiast w zakresie zagospodarowania turystycznego powiat leszczyński. Z kolei pod względem dostępności komunikacyjnej najwyższą wartość uzyskał powiat gostyński, a najniższą powiat obornicki (0,2848).

Tabela 1. Wartość miernika syntetycznego dla działów

Lp.	Powiat	Walory turystyczne	Zagospodarowanie turystyczne	Dostępność komunikacyjna
1	2	3	4	5
1	chodzieski	0,4447	0,3126	0,4046
2	czarnkowsko-trzcianecki	0,4501	0,2348	0,3315
3	gnieźnieński	0,5488	0,3826	0,5090
4	gostyński	0,3786	0,3623	0,8770
5	grodziski	0,4095	0,1989	0,3531
6	jarociński	0,4795	0,4457	0,5466
7	kaliski	0,3853	0,1281	0,6355
8	kępiński	0,3650	0,0618	0,4997
9	kolski	0,3768	0,1435	0,6352

Tabela 1, cd.

1	2	3	4	5
10	koniński	0,4613	0,3549	0,7371
11	kościański	0,5263	0,1840	0,3768
12	krotoszyński	0,3831	0,4630	0,6325
13	leszczyński	0,5353	0,6877	0,4371
14	międzychodzki	0,9386	0,4327	0,3107
15	nowotomyski	0,4709	0,2422	0,3177
16	obornicki	0,4582	0,1686	0,2848
17	ostrowski	0,5406	0,3350	0,6745
18	ostrzeszowski	0,4283	0,2385	0,5445
19	pilski	0,4864	0,2920	0,4804
20	pleszewski	0,3602	0,2816	0,6470
21	poznański	0,5900	0,4098	0,3970
22	rawicki	0,3389	0,2656	0,6124
23	słupecki	0,6313	0,1909	0,5360
24	szamotulski	0,4525	0,2596	0,3838
25	średzki	0,4007	0,1855	0,4216
26	śremski	0,4753	0,3236	0,3774
27	turecki	0,1002	0,0898	0,5311
28	wągrowiecki	0,4780	0,2192	0,4397
29	wolsztyński	0,6312	0,4041	0,3761
30	wrzesiński	0,4608	0,1991	0,4659
31	złotowski	0,4607	0,0866	0,4379

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Ranking powiatów województwa wielkopolskiego według syntetycznego miernika atrakcyjności turystycznej

Lp.	Powiat	Z_i	Lp.	Powiat	Z_i
1	międzychodzki	0,5607	16	śremski	0,3921
			17	chodzieski	0,3873
2	leszczyński	0,5533	18	kolski	0,3852
3	gostyński	0,5393	19	kaliski	0,3830
4	koniński	0,5178	20	wągrowiecki	0,3790
5	ostrowski	0,5167	21	wrzesiński	0,3753
6	krotoszyński	0,4929	22	szamotulski	0,3653
7	jarociński	0,4906	23	kościański	0,3624
8	gnieźnieński	0,4801	24	nowotomyski	0,3436
9	wolsztyński	0,4705	25	średzki	0,3360
10	poznański	0,4656	26	czarnkowsko-trzcianecki	0,3355
11	słupecki	0,4527	27	złotowski	0,3284
12	pleszewski	0,4296	28	grodziski	0,3205
13	pilski	0,4196	29	kepiński	0,3088
14	rawicki	0,4057	30	obornicki	0,3039
15	ostrzeszowski	0,4038	31	turecki	0,2404

Źródło: opracowanie własne.

W tab. 2 przedstawiono powiaty województwa wielkopolskiego, które zostały uporządkowane według malejącej wartości syntetycznego miernika atrakcyjności turystycznej. Na podstawie przeprowadzonych analiz można stwierdzić, że najwyższy poziom atrakcyjności turystycznej uzyskał powiat międzychodzki. Miara syntetyczna dla niego wyniosła 0,5607, tj. była o 0,1686 wyższa od mediany. Średnia wartość miernika wyniosła 0,4111, a odchylenia standardowego (s_z) 0,0815. Wysoka atrakcyjność turystyczna powiatu międzychodzkiego wynika z zasobności w walory turystyczne, szczególnie przyrodnicze („Kraina 100 jezior”), co jest bardzo ważne w kontekście rozwoju ruchu turystycznego turystów zagranicznych.

W celu klasyfikacji i uporządkowania badanych obiektów wykorzystano średnią arytmetyczną (\bar{z}) i odchylenie standardowe (s_z). Uzyskano w ten sposób cztery grupy typologiczne charakteryzujące stopień atrakcyjności turystycznej obiektu badań:

- grupa 1 – bardzo atrakcyjne: $z_i \geq \bar{z} + s_z$,
- grupa 2 – atrakcyjne: $\bar{z} + s_z > z_i \geq \bar{z}$,
- grupa 3 – średnio atrakcyjne: $\bar{z} > z_i \geq \bar{z} - s_z$,
- grupa 4 – mało atrakcyjne: $z_i < \bar{z} - s_z$.

Wyniki grupowania przedstawiono w tab. 3. Jak widać, znaczna większość powiatów województwa wielkopolskiego w 2009 r. osiągnęła poziom atrakcyjności turystycznej poniżej wartości średniej. Do najlepszej, pierwszej grupy typologicznej zaliczono sześć powiatów, dla których miernik syntetyczny osiągnął najwyższe wartości. Grupa druga obejmuje siedem jednostek przestrzennych. Z kolei trzecia z wyodrębnionych grup jest najliczniejsza, gdyż obejmuje ponad 45% badanych obiektów. Natomiast najniższym poziomem atrakcyjności turystycznej charakteryzują się cztery powiaty, tj. grodziski, kępiński, obornicki i turecki. Wynika to z tego, że charakteryzowały się one stosunkowo niską wartością miernika dla badanych działów (wartości poniżej średniej).

Tabela 3. Podział powiatów województwa wielkopolskiego według wyznaczonych grup typologicznych

Grupa	Przedział wartości miary	Powiat
1	$[\geq 0,4926]$	międzychodzki, leszczyński, gostyński, koniński, ostrowski, krotoszyński,
2	$[0,4926-0,4111]$	jarociński, gnieźnieński, wolsztyński, poznański, słupecki, pleszewski, pilski,
3	$[0,4111-0,3296]$	rawicki, ostrzeszowski, śremski, chodzieski, kolski, kaliski, wągrowiecki, wrześniński, szamotuński, kościański, nowotomyski, średzki, czarnkowsko-trzcianecki, złotowski,
4	$[< 0,3296]$	grodziski, kępiński, obornicki, turecki

Źródło: opracowanie własne.

4. Rozmieszczenie ruchu turystycznego turystów zagranicznych w ujęciu przestrzennym

Województwo wielkopolskie, dzięki uwarunkowaniom przyrodniczym, krajobrazowym i kulturowym, jest atrakcyjne turystycznie dla turystów zagranicznych. Potwierdzają to najnowsze dane statystyczne [*Turystyka...* 2010]. W 2009 r. turyści zagraniczni stanowili ponad 16% wszystkich turystów w Wielkopolsce i 6,3% ogółu turystów zagranicznych odwiedzających Polskę.

W ciągu 2009 r. w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Wielkopolsce udzielono obcokrajowcom ponad 487,1 tys. noclegów. Turystów zagranicznych korzystających w noclegu, którzy najczęściej korzystali z miejsc noclegowych w Poznaniu, było ponad 243,5 tys. (63% ogólnej liczby obcokrajowców). Z obiektów noclegowych zlokalizowanych na terenie powiatów ziemskich skorzystało ponad 77,4 tys. turystów zagranicznych, którym udzielono 151 756 noclegów. Dane zaprezentowane w tab. 4 świadczą o znacznym zróżnicowaniu przestrzennym obciążenia ruchem turystycznym obcokrajowców. Z porównania liczby udzielonych noclegów i korzystających z bazy noclegowej wynika, że najpopularniejszy wśród turystów zagranicznych był powiat poznański. Główną determinantą takiej popularności powiatu jest bliskość miasta Poznań. Na kolejnych miejscach pojawiły się powiaty pilski, koniński, ostrowski i gnieźnieński. Natomiast najmniej obcokrajowców korzystało z noclegów w powiatach złotowskim, rawickim, tureckim i słupeckim.

O zróżnicowaniu ruchu turystycznego turystów zagranicznych w poszczególnych jednostkach terytorialnych świadczy poziom wskaźnika Charvata (liczba udzielonych noclegów przypadająca na 1000 mieszkańców). Analiza tego wskaźnika wskazuje, że najpopularniejsze wśród turystów zagranicznych były powiaty pilski i poznański, w których na 100 mieszkańców przypadało ponad 100 noclegów udzielonych obcokrajowcom. Analiza wartości wskaźnika Charvata ukazała znaczne zróżnicowanie przestrzenne ($V_z = 69,9\%$). Średnia liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym w 2009 r. wyniosła 49 na 1000 mieszkańców, natomiast wartość mediany wskazuje, iż w połowie badanych powiatów liczba udzielonych noclegów nie przekroczyła 45.

Intensywność ruchu turystycznego zależy od wielu czynników. Zdaniem autorów to właśnie poziom atrakcyjności turystycznej destynacji determinuje jego skalę. W celu ustalenia siły związku między poziomem atrakcyjności turystycznej obszaru a aktywnością turystyczną turystów zagranicznych w województwie wielkopolskim wykorzystano współczynnik korelacji rang Spearmana dany wzorem:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)},$$

gdzie: d_i – różnica między parą rang.

Przyjmuje on wartość od -1 do $+1$. Interpretacja wyznaczonego współczynnika jest identyczna jak współczynnika korelacji liniowej Pearsona. Dodatni znak współczynnika wskazuje na istnienie współzależności dodatniej, natomiast ujemny oznacza współzależność ujemną (ze wzrostem jednej zmiennej maleje wartość drugiej).

Tabela 4. Turyści zagraniczni w ujęciu przestrzennym w 2009 r.

Lp.	Powiat	Udzielone noclegi		Korzystający	
		liczba	% ogółem	liczba	% ogółem
1	chodzieski	4 531	14,5	1 327	6,5
2	czarnkowsko-trzcianecki	1 423	5,2	1 117	9,8
3	gnieźnieński	8 666	5,6	4 228	6,1
4	gostyński	3 433	11,2	2 867	12,6
5	grodziski	656	6,1	473	8,0
6	jarociński	4 472	11,7	1 327	9,3
7	kaliski	1 046	14,1	496	10,8
8	kępiński	1 330	7,4	1 200	12,3
9	kolski	1 958	16,8	1 219	14,8
10	koniński	10 584	4,4	8 818	5,1
11	kościański	1 763	7,4	721	7,1
12	krotoszyński	4 156	19,8	2 130	16,4
13	leszczyński	4 902	3,5	1 918	4,3
14	międzychodzki	2 299	2,4	752	2,4
15	nowotomyski	7 017	10,7	3 086	13,4
16	obornicki	1 413	7,7	436	9,5
17	ostrowski	9 967	14,9	5 876	11,5
18	ostrzeszowski	1 538	3,5	655	4,9
19	pilski	16 774	19,1	10 094	18,7
20	pleszewski	2 153	7,1	944	6,5
21	poznański	36 746	13,7	13 859	9,8
22	rawicki	171	1,7	151	2,5
23	ślupecki	308	2,4	53	1,7
24	szamotulski	4 328	12,9	2 701	14,8
25	średzki	1 175	6,9	783	7,8
26	śremski	5 202	16,4	3 538	17,6
27	turecki	346	2,1	106	1,4
28	wągrowiecki	2 345	3,2	864	3,3
29	wolsztyński	4 635	4,4	2 782	9,0
30	wrzesiński	4 813	19,1	2 557	14,9
31	złotowski	1 606	12,7	311	7,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Obliczenia dokonano na podstawie wyznaczonych wartości miernika syntetycznego atrakcyjności turystycznej dla poszczególnych powiatów i liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym. Obliczona wartość współczynnika $r_s = 0,530$

($p = 0,0022$) oznacza, że między badanymi zmiennymi istnieje wysoka, istotna statystycznie zależność. Jak pokazuje tab. 4, widoczny jest związek między poziomem atrakcyjności turystycznej a liczbą turystów zagranicznych, którym udzielono noclegów w 2009 r., szczególnie zaś dotyczy to powiatów krotoszyńskiego i ostrowskiego, które uzyskały w badaniu stopień „bardzo atrakcyjne”.

5. Podsumowanie

Poziom atrakcyjności turystycznej danego obszaru wpływa na wielkość ruchu turystycznego. Powiaty ziemskie woj. wielkopolskiego, dla których miernik syntetyczny osiągnął najwyższe wartości, są równie popularne jako miejsce docelowe dla odwiedzających je cudzoziemców. W 2009 r. w obiektach noclegowych na terenie powiatów ziemskich udzielono cudzoziemcom 68% wszystkich noclegów w woj. wielkopolskim.

Zbiór odpowiednich elementów atrakcyjności turystycznej na danym terenie to magnes, który przyciąga turystę do tego miejsca, natomiast aktywność turystyczna jest siłą wypychającą turystę z jego codziennego otoczenia.

Konkludując, należy stwierdzić, że sama atrakcyjność turystyczna destynacji nie decyduje o intensywności ruchu turystycznego. Niezbędne jest podjęcie działań marketingowych, a szczególnie reklamowych i informacyjnych, które oddziałują na popyt turystyczny, przyczynią się do popularności (mody) danego regionu. Poza tym poznanie potrzeb turystów umożliwi przygotowanie atrakcyjnego produktu turystycznego, który może stanowić siłę rozwojową regionów.

Literatura

- Alejziak W., *Aktywność turystyczna oraz główni organizatorzy turystyki w wybranych krajach świata*, „Turystyka i Marketing” nr 1, MART, Warszawa 1994.
- Alejziak W., *Aktywność turystyczna polskich elit finansowych w świetle wzorów wypoczynku mieszkańców Unii Europejskiej oraz innych grup społeczno-zawodowych w Polsce*, Raport wykonany na zlecenie Redakcji „Rynku Turystycznego”, Kraków 2000, http://itir.awf.krakow.pl/eot/aktyw-tur_wa.doc.
- Alejziak W., *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Studia i Monografie nr 56, AWF, Kraków 2009.
- Kukuła K., *Metoda unitaryzacji zerowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Biblioteka Ekonometryczna, Warszawa 2000.
- Gołembski G. (red.), *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo AE, Poznań 2002.
- Jajuga K. (red.), *Ekonometria. Metody i analiza problemów ekonomicznych*, Wydawnictwo AE, Wrocław 2002.
- Pawełek B., *Metody normalizacji zmiennych w badaniach porównawczych złożonych zjawisk ekonomicznych*, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2008.
- Turystyka w 2009 r.*, GUS, Warszawa 2010.

TOURIST ATTRACTION OF WIELKOPOLSKA VOIVODESHIP AND TOURIST ACTIVITY OF FOREIGN TOURISTS

Summary: This article deals with the problem of the influence of tourist attractiveness of tourist destination area on tourism intensity. According to Central Statistic Office the number of foreign tourists visiting Wielkopolska Voivodeship in 2009 was 16% of all tourists and 6,3% of all tourists visiting Poland. The authors present the results of their research on the tourist attractiveness valuation of Wielkopolska districts (powiats). The aim of this article is to determine the spatial diversity of foreign tourist traffic in Wielkopolska Voivodeship.

The analysis of synthetic measure of tourist attractiveness value was conducted for the administrative districts of Wielkopolska Voivodeship. Międzychód district possessed the highest level of tourist attractiveness whereas Turek district was the least attractive. The level of tourist attractiveness influences the size of tourist movement. Summing up, Spearman correlation analysis indicates substantial dependence between the synthetic measure of tourist attractiveness and inbound tourism (i.e. the number of nights spent by non-residents).