

Ocena wpływu Wisły
Kraków na gospodarkę
Polski i miasta
Krakowa



EY

Building a better
working world

Spis treści

Wprowadzenie	3
--------------	---

Kanały ekonomicznego wpływu Wisły Kraków na otoczenie	4
Główne wnioski - korzyści dla gospodarki Polski	6
Główne wnioski - korzyści dla Krakowa	8

Efekty popytowe	10
Efekty bezpośrednie	11
Efekty popytowe	12
Efekty popytowe - wartość dodana brutto	13
Efekty popytowe - rynek pracy	15
Korzyści dla sektora finansów publicznych	17

Efekty podażowe	18
Efekty podażowe - źródła	19
Efekty podażowe - wartość dodana brutto	22
Efekty podażowe - rynek pracy	24
Korzyści dla sektora finansów publicznych	26

Załączniki	28
------------	----

Autorzy	34
---------	----

Wprowadzenie

W niniejszym Raporcie przedstawiamy efekty ilościowej analizy oddziaływania klubu i fundacji Wisły Kraków na otoczenie ekonomiczne.

Wisła Kraków należy do grona najbardziej utytułowanych polskich drużyn, a jej dorobek obejmuje 13 mistrzostw Polski, 13 wicemistrzostw oraz 4 Puchary Polski.

Obecnie najważniejszym celem Klubu jest powrót do Ekstraklasy. W analizie koncentrujemy się na sezonie 2021/22, dla którego dostępny był komplet niezbędnych danych, a Wisła Kraków uczestniczyła w rozgrywkach Ekstraklasy.

Aby zbadać w sposób ilościowy wpływ działalności operacyjnej Wisły Kraków na polską gospodarkę, wykorzystano model **EY Spectrum**. Stanowi on połączenie modelu przepływów międzygałęziowych (ang. *input-output model*) oraz zaawansowanych narzędzi ekonometrii przestrzennej. Dzięki zastosowaniu EY Spectrum możliwe było również oszacowanie efektów w ujęciu regionalnym, z wyszczególnieniem Krakowa.

Model ten, poza bezpośrednimi efektami działalności, pozwala na uwzględnienie tzw. **efektów popytowych** generowanych w ramach łańcucha dostaw Wisły Kraków oraz **efektów podażowych** wynikających z faktu, że mecze Wisły Kraków wspierają także działalność podmiotów znajdujących się poza łańcuchem dostaw.

W analizie uwzględniamy wpływ Wisły Kraków w ramach efektów bezpośrednich, pośrednich (generowanych przez firmy w łańcuchu dostaw) i indukowanych (generowanych przez popyt pracowników znajdujących zatrudnienie w wyniku działalności Klubu) na następujące wskaźniki:

- ▶ **wartość dodaną brutto** (≈PKB)
- ▶ **zatrudnienie**, tj. liczbę osób, które średniorocznie wykonują pracę w związku z działalnością Wisły Kraków
- ▶ **dochody sektora finansów publicznych** wynikające z podatków dochodowych, VAT, akcyzy i składek na ubezpieczenie społeczne.

Niniejsza analiza została przygotowana na podstawie publicznie dostępnych danych, wiedzy eksperckiej EY oraz danych i wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców dostarczonych przez Wisłę Kraków. Zakres prac EY nie obejmował szczegółowej weryfikacji ani oceny tych danych i prognoz.

Za treści znajdujące się w Raporcie EY odpowiedzialny jest wyłącznie wobec Klienta. Wyłączona jest odpowiedzialność EY za korzystanie z Raportu przez osoby trzecie. Wyniki i wnioski z Raportu nie stanowią wiążącej opinii ani porady.



01

Kanały
ekonomicznego
wpływu
Wisły Kraków
na otoczenie



Z perspektywy analizy ekonomicznej, Wisła Kraków, jak każdy podmiot prowadzący działalność gospodarczą, wytwarza produkty (np. widowiska sportowe), zatrudnia pracowników, płaci podatki, itd. To tzw. ekonomiczne bezpośrednie efekty działalności klubu.

Ale działalność klubu generuje efekty ekonomiczne również na zewnątrz:

- ▶ do wytworzenia efektów bezpośrednich niezbędne jest zużycie produktów i usług dostarczanych przez inne firmy, w tym podwykonawców, dostawców materiałów itd. Co więcej, pracownicy zaangażowani w działalność klubu oraz w łańcuchu dostaw otrzymują wynagrodzenia, które częściowo przeznaczają na konsumpcję, generując dodatkowy impuls dla gospodarki. Są to tzw. **efekty popytowe** działalności klubu;

- ▶ z drugiej strony, z efektów bezpośrednich działalności klubu korzystają także podmioty poza łańcuchem dostaw, np. z branży gastronomicznej, transportowej, hotelarskiej i mediów. Są to tzw. **efekty podażowe** działalności klubu.

Dodatkowo, działalność klubu wpływa na promocję miasta - zarówno w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej. Oprócz efektów czysto biznesowych, Wisła Kraków prowadzi także działalność społeczną w ramach Fundacji Wisły Kraków koncentrującą się na prowadzeniu szkółki piłkarskiej.

Najważniejsze ekonomiczne kanały oddziaływania Wisły Kraków na otoczenie



ŁĄCZNY WPŁYW WISŁY KRAKÓW NA GOSPODARKĘ

Efekty bezpośrednie działalności Wisły Kraków

Efekty popytowe

Efekty podażowe

Główne wnioski - korzyści dla gospodarki Polski

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w polskiej gospodarce

90,2 mln PLN

wartości dodanej oraz

840 miejsc pracy.

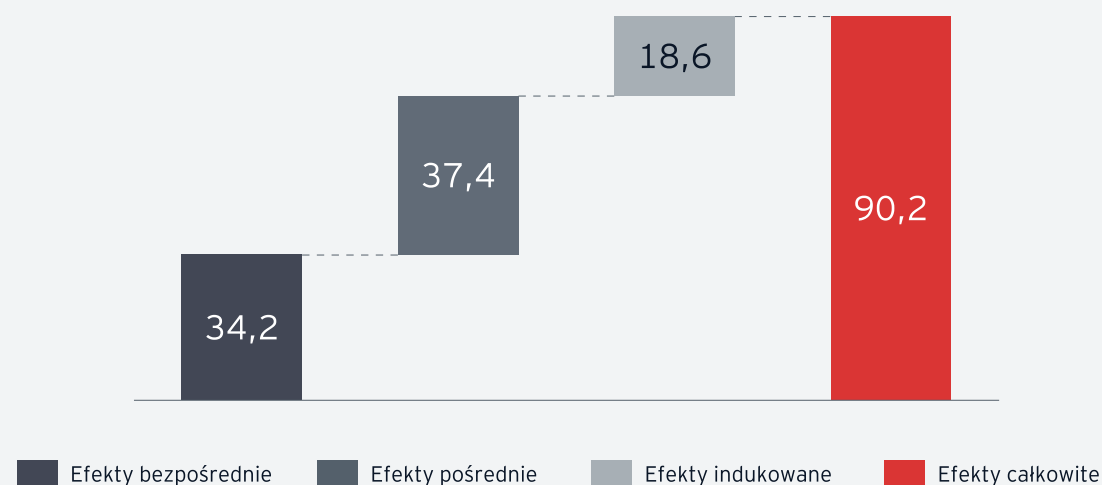
Suma efektów dla sektora finansów publicznych wygenerowanych przez Wisłę Kraków w sezonie 2021/22 wynosiła

31,34 mln PLN

Ekonomiczne efekty działalności Wisły Kraków w sezonie 2021/22

Wartość dodana (ceny bazowe¹, mln PLN)

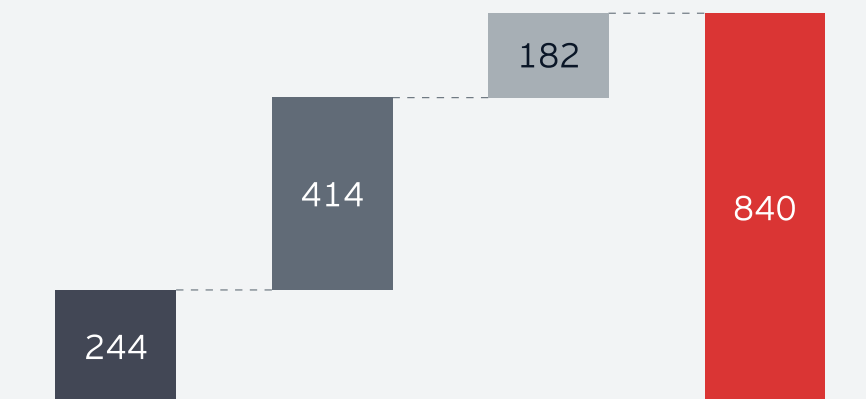
Nadwyżka przychodów firmy nad wydatkami na towary i usługi, które są niezbędne do prowadzenia bieżącej działalności (≈PKB)



1 Cena bazowa - cena otrzymywana od nabywcy pomniejszona o podatki od produktu oraz powiększona o dotacje do produktu.

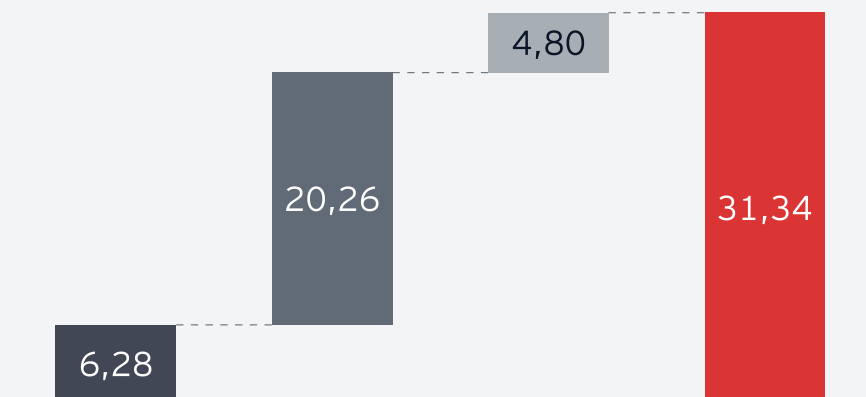
Miejsca pracy²

wspierane przez działalność Wisły Kraków w Polsce



Dochody sektora finansów publicznych (mln PLN)

wynikające z podatku CIT, PIT, VAT i akcyzy, podatku od nieruchomości i składek na ubezpieczenia społeczne



■ Efekty bezpośrednie ■ Efekty pośrednie ■ Efekty indukowane ■ Efekty całkowite

Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków

2 Bezpośrednio tworzone miejsca pracy uwzględniają osoby zatrudnione na etat oraz osoby zatrudnione w ramach kontraktów B2B.

Główne wnioski - korzyści dla Krakowa

Zdecydowana większość efektów ekonomicznych działalności Wisły Kraków generowana jest na terenie Krakowa.

Okolo

80,4%

wartości dodanej wygenerowanej przez Wisłę Kraków można przypisać do Krakowa

Wisła Kraków przyczyniła się do utrzymania w Krakowie

642

miejsc pracy

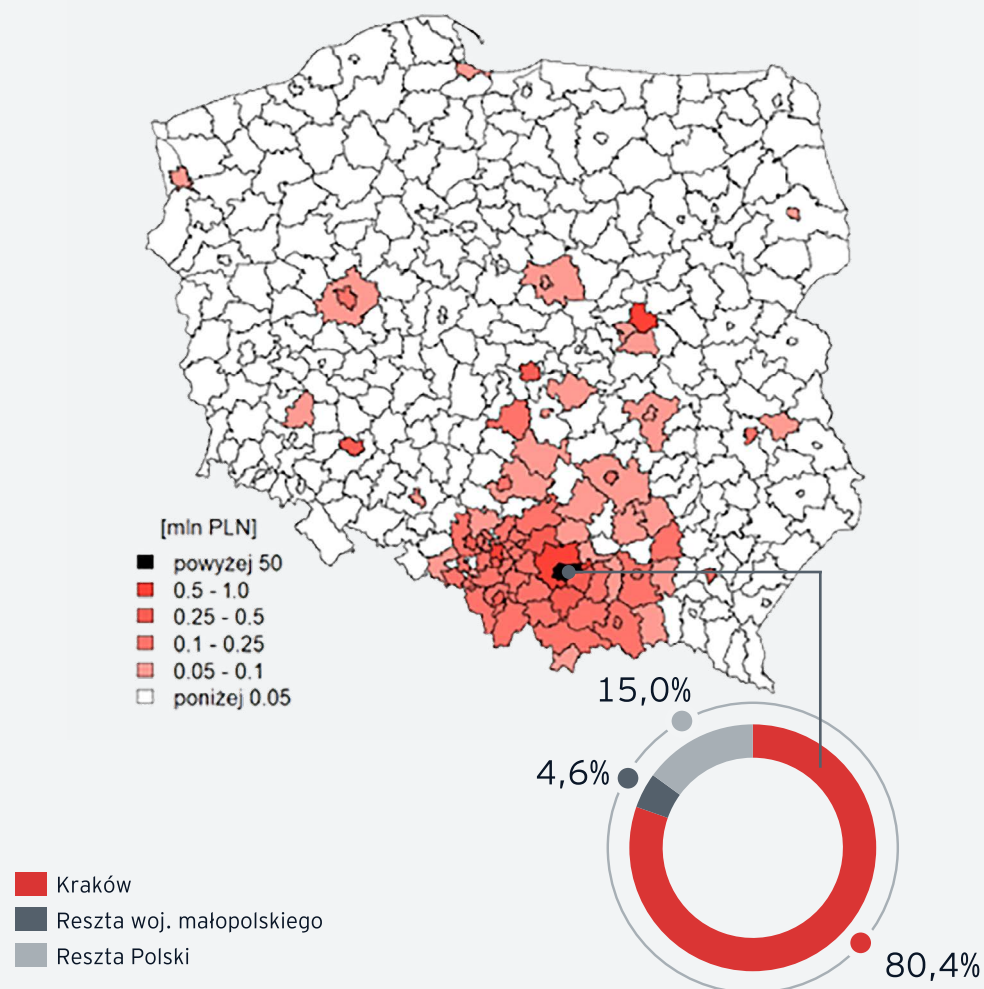
Dzięki działalności Wisły Kraków w sezonie 2021/22 budżet Krakowa zasililo ok.

3,2 mln PLN

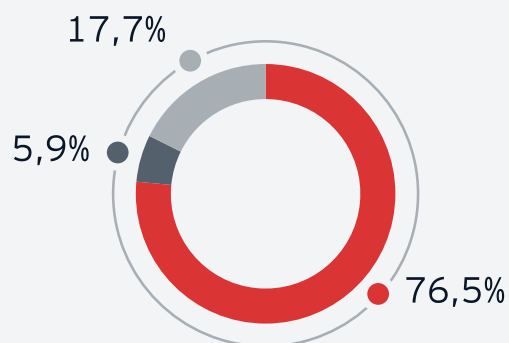
dochodów podatkowych



Regionalna struktura efektów Wisły Kraków: wartość dodana brutto



Regionalna struktura efektów w zakresie zatrudnienia



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków.

02

Efekty
popytowe



Efekty bezpośrednie

Efekty bezpośrednie działalności Wisły Kraków to jej wkład w rozwój gospodarki poprzez własną produkcję (równoważną z wielkością przychodów), wygenerowaną wartość dodaną (w przybliżeniu PKB), zatrudnienie, płacone podatki, itp.

Przychody Wisły Kraków w roku finansowym 2021/22 wyniosły **43,4 mln PLN**. W tym okresie klub wygenerował **34,2 mln PLN** wartości dodanej³, z czego **31,2 mln PLN** stanowiły wynagrodzenia.

Wisła Kraków (wraz z Fundacją) zatrudniała w tym okresie 244 osoby, w tym 59 piłkarzy.

Przychody Fundacji Wisły Kraków (FWK) wyniosły w tym okresie **1,4 mln PLN**.

W wyniku działalności szkółek piłkarskich wygenerowano **0,8 mln PLN** wartości dodanej. W sezonie 2021/22 FWK zatrudniała 58 osób, z czego 35 osób to trenerzy.

Bezpośrednie efekty ekonomiczne działalności Wisły Kraków w sezonie 2021/22 (obejmujące działalność Fundacji Wisły Kraków):

przychody

43,4 mln PLN

w tym 17,1 mln PLN wpływów z transferów zawodników

wartość dodana

34,2 mln PLN

w tym 31,2 mln PLN stanowiły wynagrodzenia

zatrudnienie

244 osoby

w tym 59 piłkarzy

³ Wartość dodana brutto (odzwierciedla wkład do PKB kraju/regionu).

Efekty popytowe

Efekty popytowe wynikają z popytu na produkty i usługi zgłaszanego przez:

- ▶ Wisłę Kraków i podmioty w jej łańcuchu dostaw (efekty pośrednie)
- ▶ pracowników zatrudnionych przez Wisłę Kraków i podmioty w jej łańcuchach dostaw (efekty indukowane).

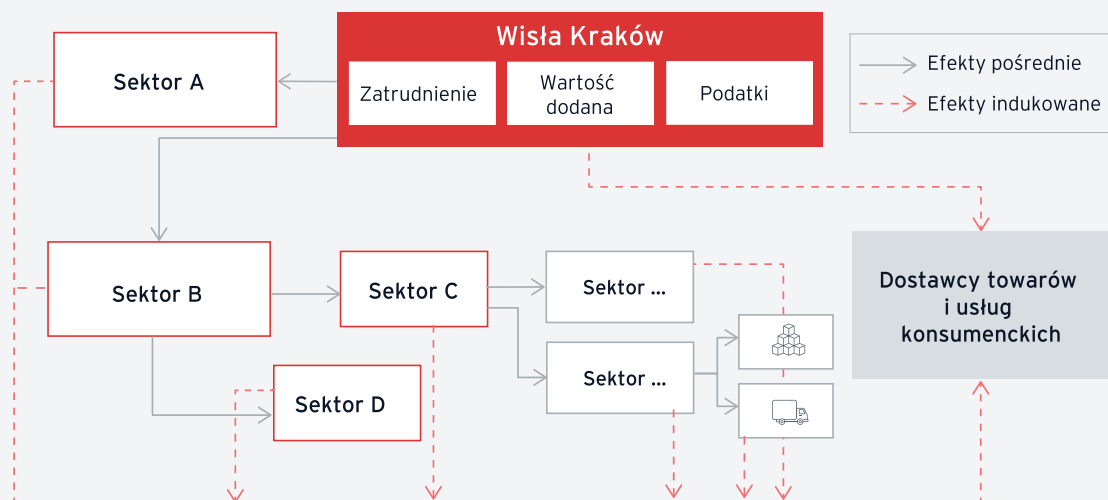
Efekty pośrednie

- ▶ Aby prowadzić swoją działalność Wisła Kraków współpracuje z innymi podmiotami, pozyskując m.in. sprzęt sportowy, usługi medyczne, itp.
- ▶ Te podmioty część swojej produkcji wytwarzają w celu zaspokojenia zapotrzebowania zgłaszanego przez działalność klubu. Mają także swoich dostawców, którzy współpracują jeszcze z kolejnymi firmami, co sprawia że popyt zgłaszany przez Wisłę Kraków „rozlewa się” w gospodarce.

Efekty indukowane

- ▶ Pracownicy Wisły Kraków, w tym piłkarze, jak również pracownicy podmiotów w ramach całego łańcucha dostaw otrzymują wynagrodzenie za swoją pracę.
- ▶ Płace te przeznaczone są na konsumpcję towarów i usług oraz na oszczędności.
- ▶ Część wynagrodzenia przeznaczana na konsumpcję generuje dodatkowy impuls popytowy w gospodarce.

Ilustracja efektów popytowych Wisły Kraków



Źródło: EY

Efekty popytowe - wartość dodana brutto

Wartość dodaną można zdefiniować jako nadwyżkę przychodów firmy nad jej wydatkami na niezbędne do prowadzenia bieżącej działalności towary i usługi. Tym samym, wartość dodana wskazuje, w jaki sposób Wisła Kraków generuje nową wartość w gospodarce. Dlatego wpływ Wisły Kraków na wartość dodaną można traktować jako jej wkład do PKB.

Efekty dla wartości dodanej w Polsce w sezonie 2021/22 (ceny bazowe⁴, mln PLN)



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków.

4 Cena bazowa - cena otrzymywana od nabywcy pomniejszona o podatki od produktu oraz powiększona o dotacje do produktu.

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów popytowych

63,3 mln PLN

wartości dodanej brutto, z czego **51,7 mln PLN** zostało wygenerowane w Krakowie.

Największa część efektów została wygenerowana w pozostałych usługach oraz finansach, ubezpieczeniach i nieruchomościach.

Z całkowitego wpływu na wartość dodaną w Polsce w ramach efektów popytowych

54%

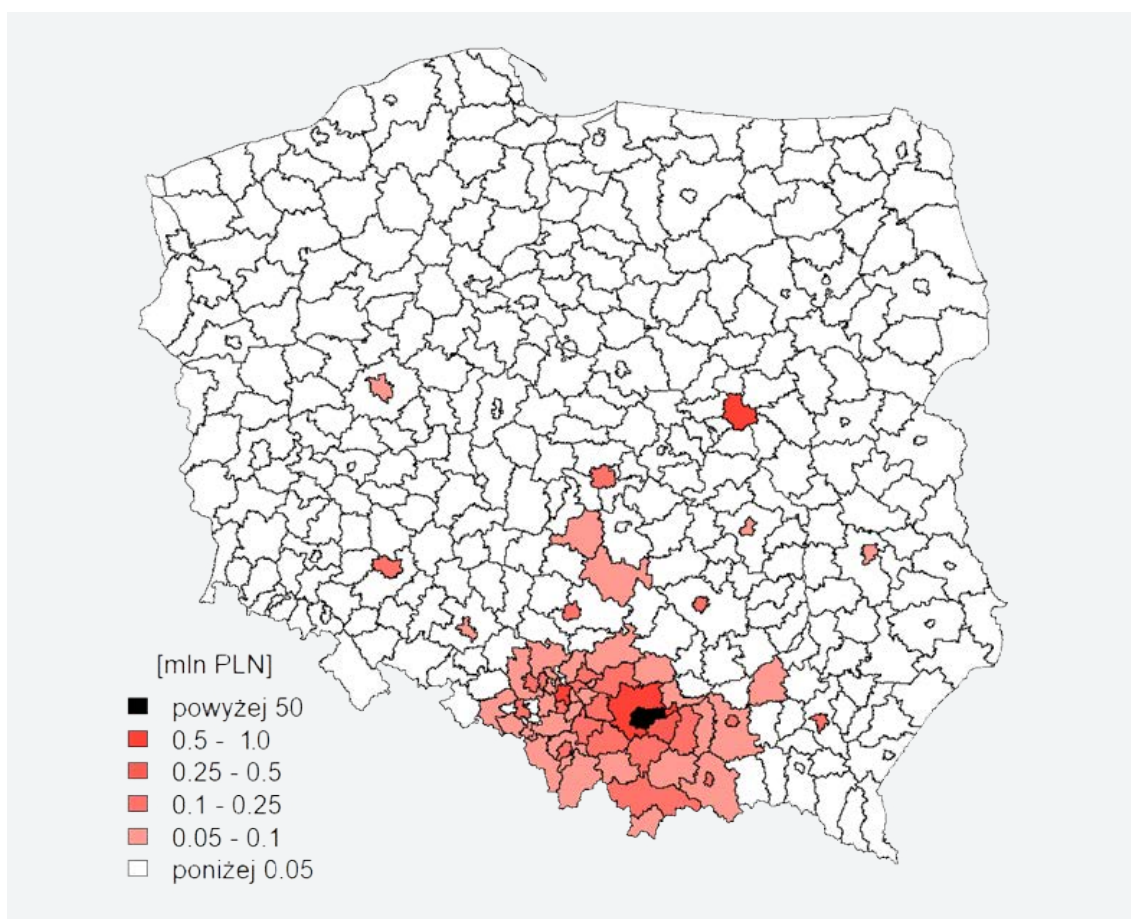
efekty bezpośrednie

21%

efekty pośrednie

25%

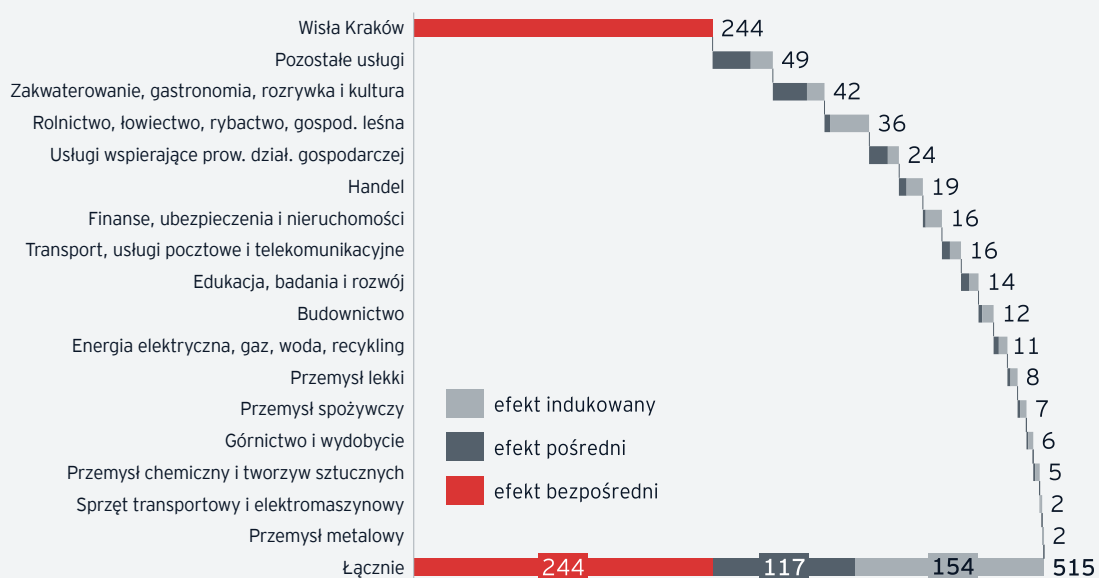
efekty indukowane



Efekty popytowe - rynek pracy

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów popytowych 515 miejsc pracy, z czego 392 miejsc pracy powstało w Krakowie.

Efekty dla zatrudnienia w Polsce w sezonie 2021/22 (miejsca pracy)



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków.

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków w ramach efektów popytowych wspierała utworzenie

515

miejsc pracy, z czego **392** miejsca pracy powstały w Krakowie.

Największe korzyści dla zatrudnienia w ramach efektów popytowych generowane były w pozostałych usługach (49 miejsc pracy) oraz zakwaterowaniu, gastronomii, rozrywce i kulturze (42 miejsca pracy).

Z całkowitego wpływu na rynek pracy w Polsce w ramach efektów popytowych - ok.

47%

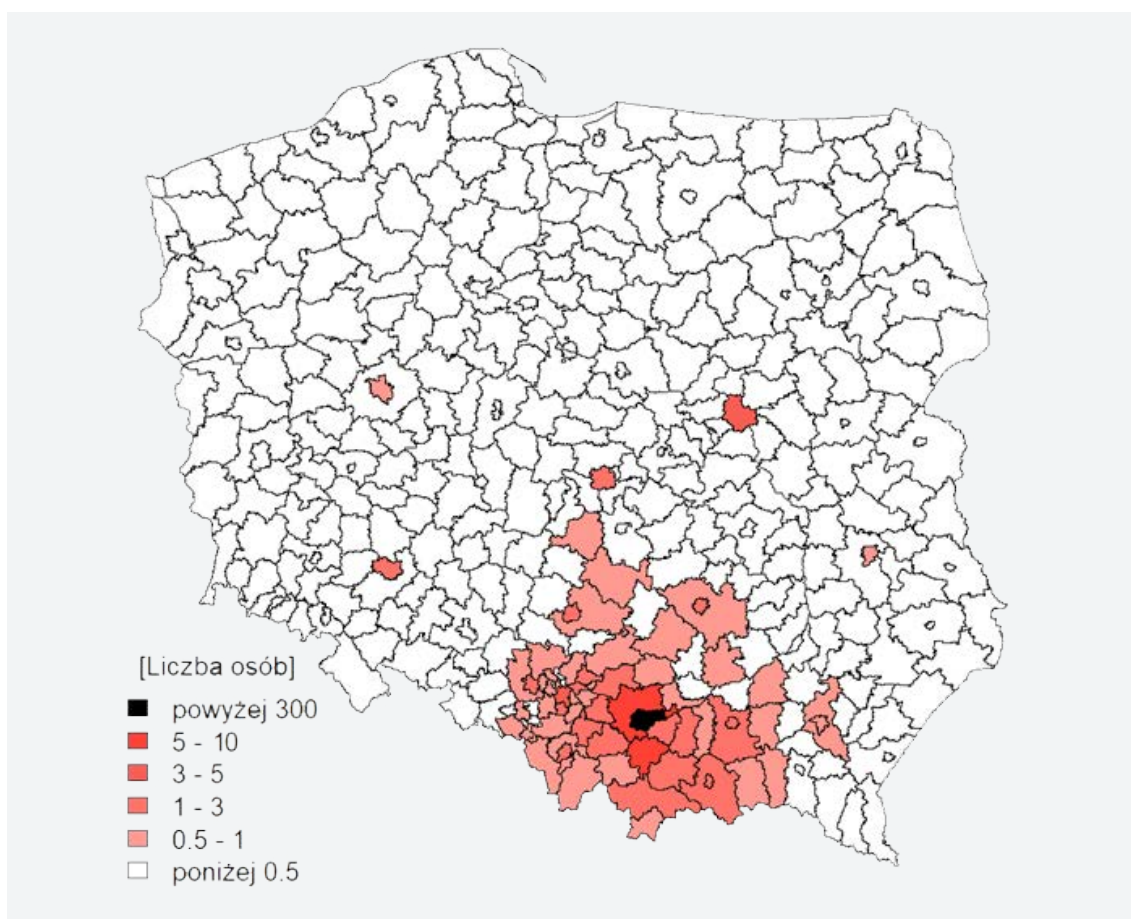
efekty bezpośrednie

23%

efekty pośrednie

30%

efekty indukowane

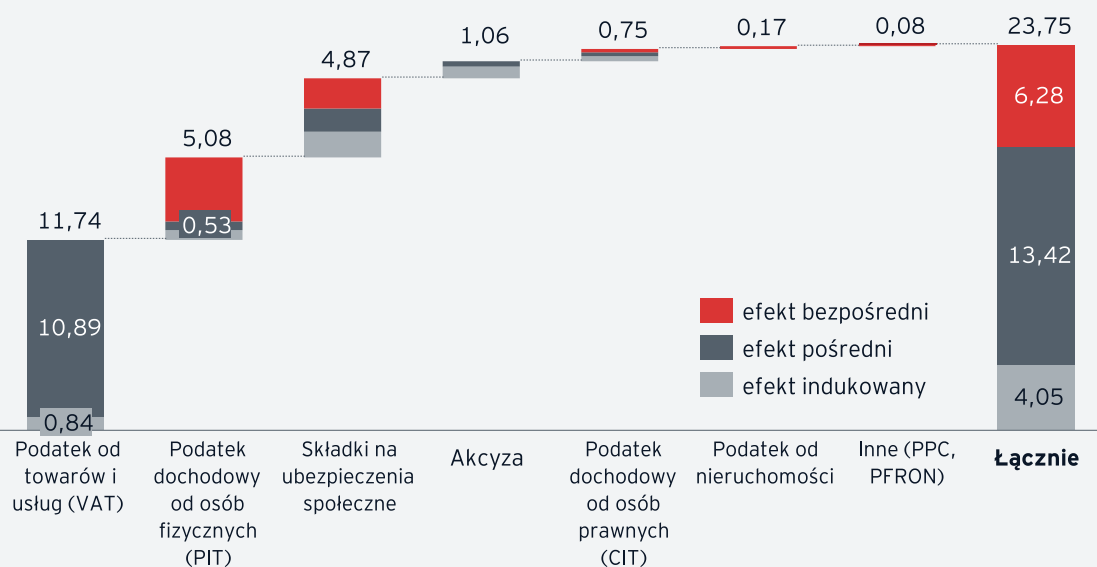


Korzyści dla sektora finansów publicznych

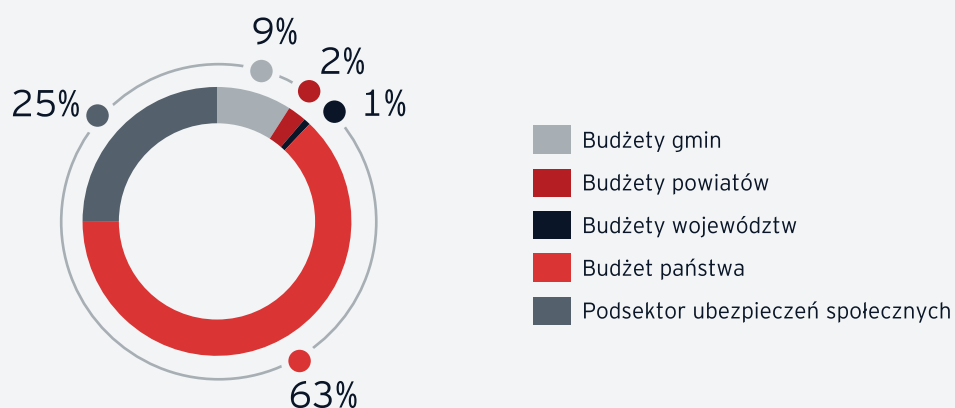
Działalność operacyjna Wisły Kraków w sezonie 2021/22 wygenerowała **23,75 mln PLN** dochodów dla sektora finansów publicznych, z tego do budżetu miasta Kraków trafiło **2,41 mln PLN** dochodów z PIT oraz CIT⁵.

Efekty dla dochodów sektora finansów publicznych w Polsce

1 według źródeł (ceny bieżące, mln PLN)



2 według beneficjentów (%)



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków.

5 Tylko część dochodów z PIT oraz CIT zebranych w danej gminie/powiecie trafia do budżetu gminy/powiatu.

03

Efekty podażowe



Wisła Kraków generuje również efekty po stronie podmiotów z branż obsługujących odbiorców produktów działalności klubu (np. kibiców w dniu meczu piłkarskiego). Efekty te określamy mianem efektów podażowych.

W niniejszej analizie oszacowano efekty podażowe generowane przez Wisłę Kraków związane z wydatkami kibiców Wisły Kraków (i kibiców innych drużyn uczestniczących w meczach rozgrywanych na stadionie Wisły Kraków) na usługi gastronomiczne, transportowe oraz hotelarskie.



Efekty podażowe - źródła

Branża gastronomiczna czerpie korzyści ze wzrostu sprzedaży na stadionach i w okolicach stadionów, na których rozgrywane są mecze z udziałem Wisły Kraków, a także przy okazji publicznych transmisji meczów w lokalach gastronomicznych.

Na podstawie danych zebranych w ramach ankiety przeprowadzonej wśród 1837 kibiców Wisły Kraków oszacowaliśmy, że:

- Przeciętny kibic Wisły Kraków uczestniczący w meczu Wisły Kraków na stadionie wydaje przeciętnie na żywność i napoje 65,76 PLN, z czego 33,26 PLN bezpośrednio na stadionie.

Przeciętny kibic Wisły Kraków wydaje na żywność i napoje

65,76 PLN

Kibice oglądający mecze Wisły Kraków w lokalach gastronomicznych wydają przeciętnie na żywność i napoje

23,86 PLN

Przeciętna frekwencja na stadionie w sezonie 2021/22

15 275 osób

- ▶ Kibice oglądający mecze Wisły Kraków w lokalach gastronomicznych wydają w czasie meczu przeciętnie 23,86 PLN na żywność i napoje.
- ▶ Kibice Wisły Kraków oglądający mecze wyjazdowe na stadionie innych drużyn wydają przeciętnie 52,12 PLN na żywność i napoje.

W sezonie 2021/22 przeciętna frekwencja na stadionie Wisły Kraków wynosiła 15 275 osób,

Kibice Wisły Kraków oglądający mecze wyjazdowe na stadionie innych drużyn wydają przeciętnie na żywność i napoje

52,12 PLN

Łączna wartość wydatków kibiców Wisły Kraków w sezonie 2021/22

21,8 mln PLN

a w meczach wyjazdowych przeciętnie uczestniczyło 318 kibiców Wisły Kraków⁶. Natomiast mecz Wisły Kraków w lokalach gastronomicznych w sezonie 2021/22 przeciętnie oglądało 5 140 kibiców⁷.

Łączna wartość wydatków kibiców Wisły Kraków na żywność i napoje wyniosła 21,8 mln PLN w sezonie 2021/22, z czego 20,7 mln PLN zostało wydane w Krakowie.

Branża hotelarska czerpie korzyści z zakwaterowania kibiców przed lub po meczu z udziałem Wisły Kraków.

Na podstawie danych zebranych w ramach ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków oszacowaliśmy, że przeciętne wydatki na zakwaterowanie przypadające na pojedynczego kibica uczestniczącego w meczu wyjazdowym na stadionie innych drużyn w sezonie 2021/22 wynosiły 114,90 PLN.

Łączna wartość wydatków kibiców Wisły Kraków na zakwaterowanie w sezonie 2021/22

0,6 mln PLN

Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły

6 W meczach wyjazdowych uwzględniamy tylko efekty generowane przez kibiców Wisły.

7 Wyniki ankiety wskazują, że przeciętny kibic Wisły Kraków ogląda 1 mecz w lokalu gastronomicznym na 3 mecze obejrzone na stadionie Wisły Kraków.

Branża transportowa czerpie korzyści z obsługi kibiców dojeżdżających do Krakowa i odwiedzających inne miasta w Polsce, ze względu na odbywające się mecze z udziałem Wisły Kraków.

Na podstawie danych zebranych w ramach ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków oszacowaliśmy, że w sezonie 2021/22:

- ▶ Przeciętny kibic uczestniczący w meczu na stadionie Wisły Kraków wydaje na transport 41,50 PLN⁸.
- ▶ Kibice Wisły Kraków oglądający mecze wyjazdowe na stadionie innych drużyn wydają przeciętnie 77,20 PLN na transport.

Łączna wartość wydatków kibiców Wisły Kraków na transport w sezonie 2021/22

10,8 mln PLN

W analizie nie uwzględniono wydatków związanych z transportem zespołu i sztabu szkoleniowego (efekty wynikające z transportu sztabu szkoleniowego oraz drużyny Wisły Kraków są uwzględnione w ramach efektów popytowych).

Branża medialna umożliwia kibicom zakup specjalnych pakietów telewizyjnych lub subskrypcji internetowych pozwalających na oglądanie transmisji z meczów Wisły Kraków.

Na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków oszacowaliśmy, że na 1 kibica oglądającego mecz na stadionie Wisły Kraków przypada ok. 1,42 kibica który ogląda mecze w telewizji lub Internecie i wykupił specjalnie w tym celu dostęp do transmisji. Oznacza to, że dzięki Wiśle Kraków w sezonie 2021/22 sprzedano 21 800 pakietów telewizyjnych i subskrypcji internetowych.

Przeciętny deklarowany przez kibiców koszt dostępu do transmisji meczów Wisły Kraków wynosił 49,33 PLN.

W sezonie 2021/22 dzięki Wiśle Kraków sprzedano

21 800

pakietów telewizyjnych i subskrypcji internetowych

Łączna wartość wydatków kibiców Wisły Kraków na pakiety telewizyjne oraz subskrypcje internetowe w sezonie 2021/22

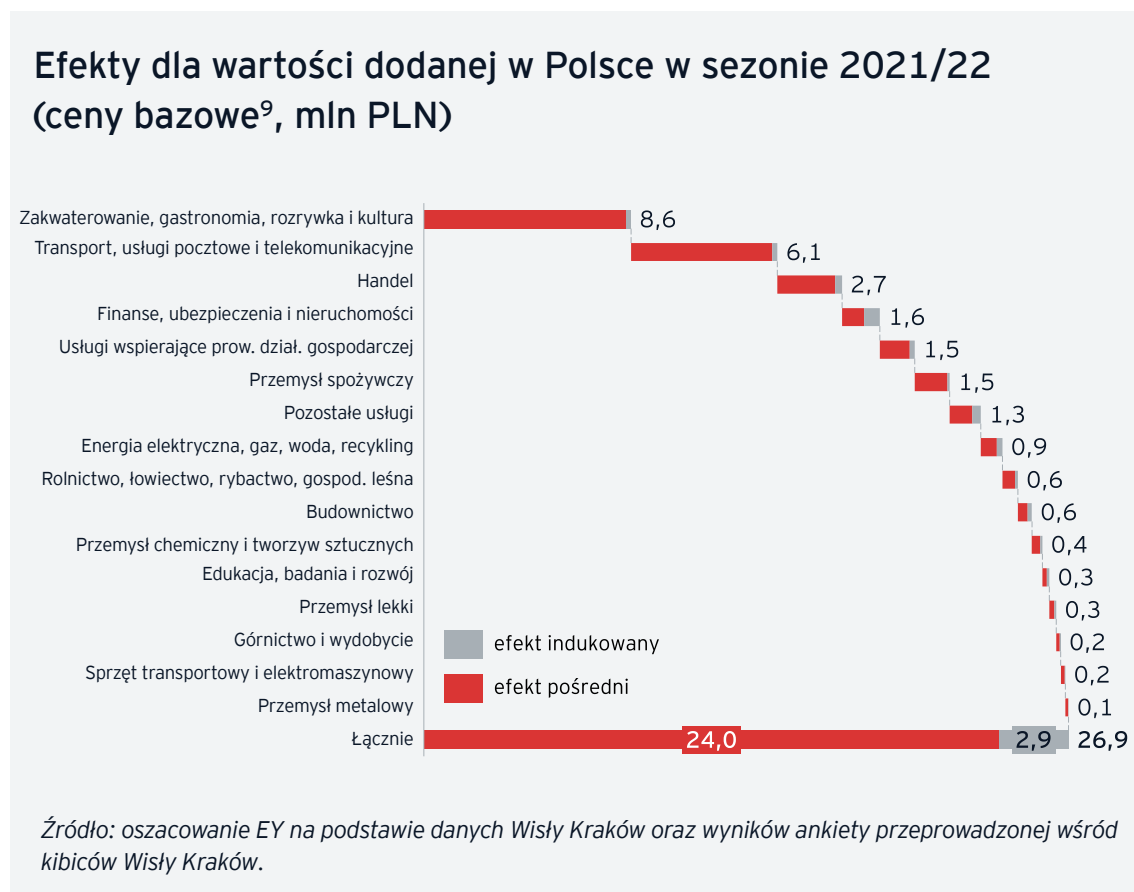
1,1 mln PLN

Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków

⁸ Wyniki ankiety wskazują na duże zróżnicowanie wydatków na transport ponoszonych przez kibiców uczestniczących w meczach na stadionie Wisły Kraków, co wynika z tego, że część kibiców Wisły dojeżdża z innych miast w Polsce (położonych w znacznej odległości od Krakowa).

Efekty podażowe - wartość dodana brutto

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów podażowych 26,9 mln PLN wartości dodanej, z czego 20,8 mln PLN zostało wygenerowane w Krakowie.



⁹ Cena bazowa - cena otrzymywana od nabywcy pomniejszona o podatki od produktu oraz powiększona o dotacje do produktu.

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów podażowych

26,9 mln PLN

wartości dodanej, z czego **20,8** mln PLN zostało wygenerowane w Krakowie.

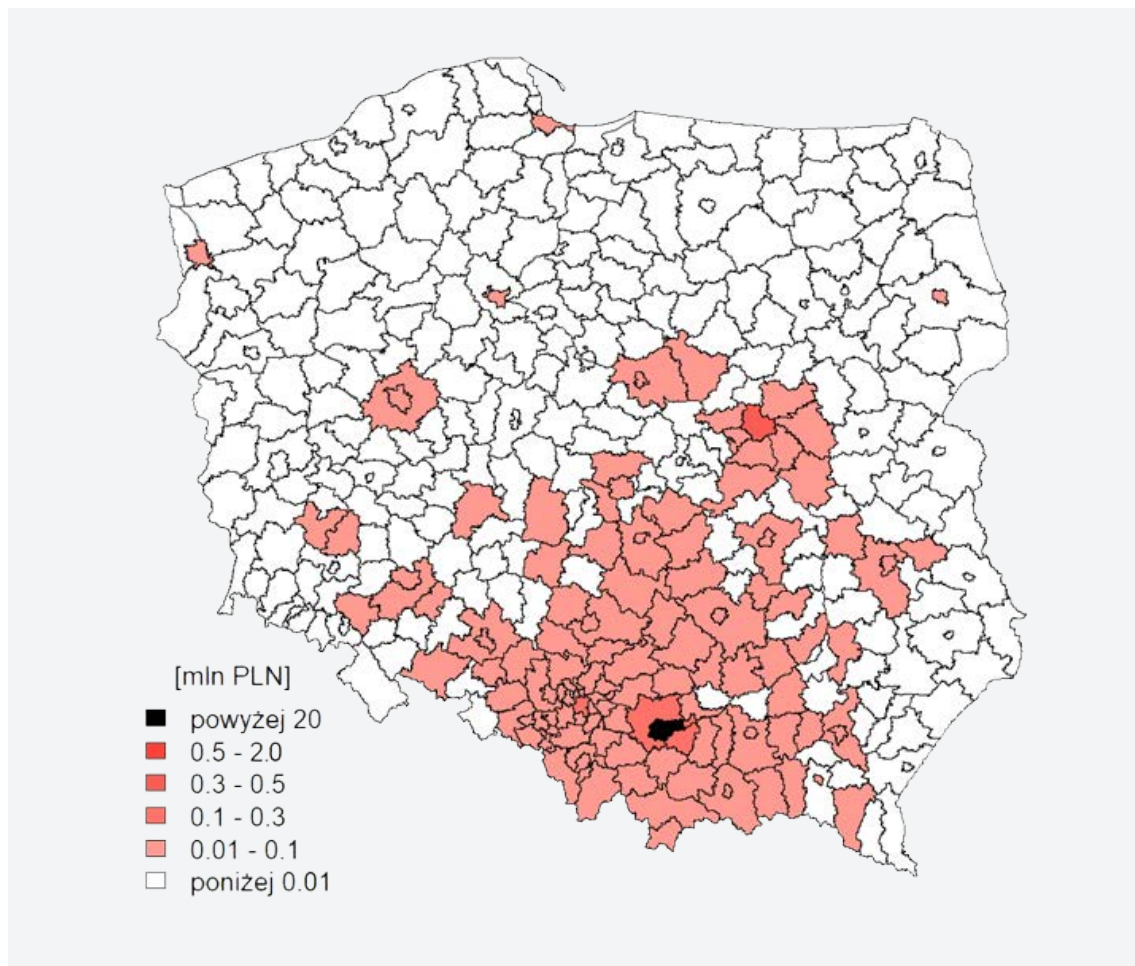
Z całkowitego wpływu na wartość dodaną w Polsce w ramach efektów popytowych - ok.

89%

efekty pośrednie

11%

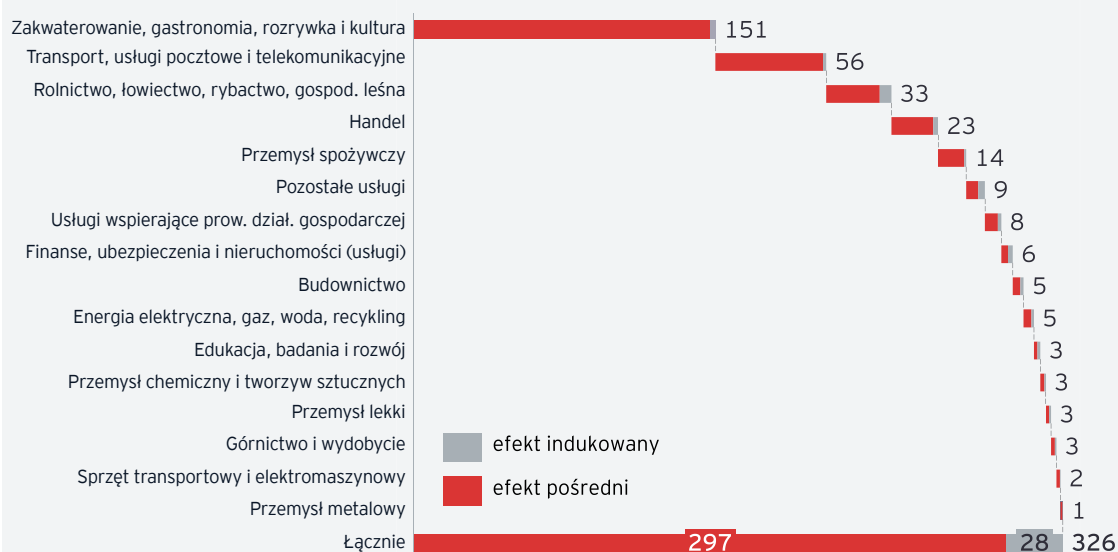
efekty indukowane



Efekty podażowe - rynek pracy

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów podażowych 326 miejsc pracy, z czego 250 powstało w Krakowie.

Efekty dla zatrudnienia w Polsce w sezonie 2021/22 (miejsca pracy)



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków.

W sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała w ramach efektów podażowych

326 miejsc pracy

z czego **250** powstało w Krakowie.

Z całkowitego wpływu na rynek pracyw Polsce w ramach efektów podażowych - ok.

91%

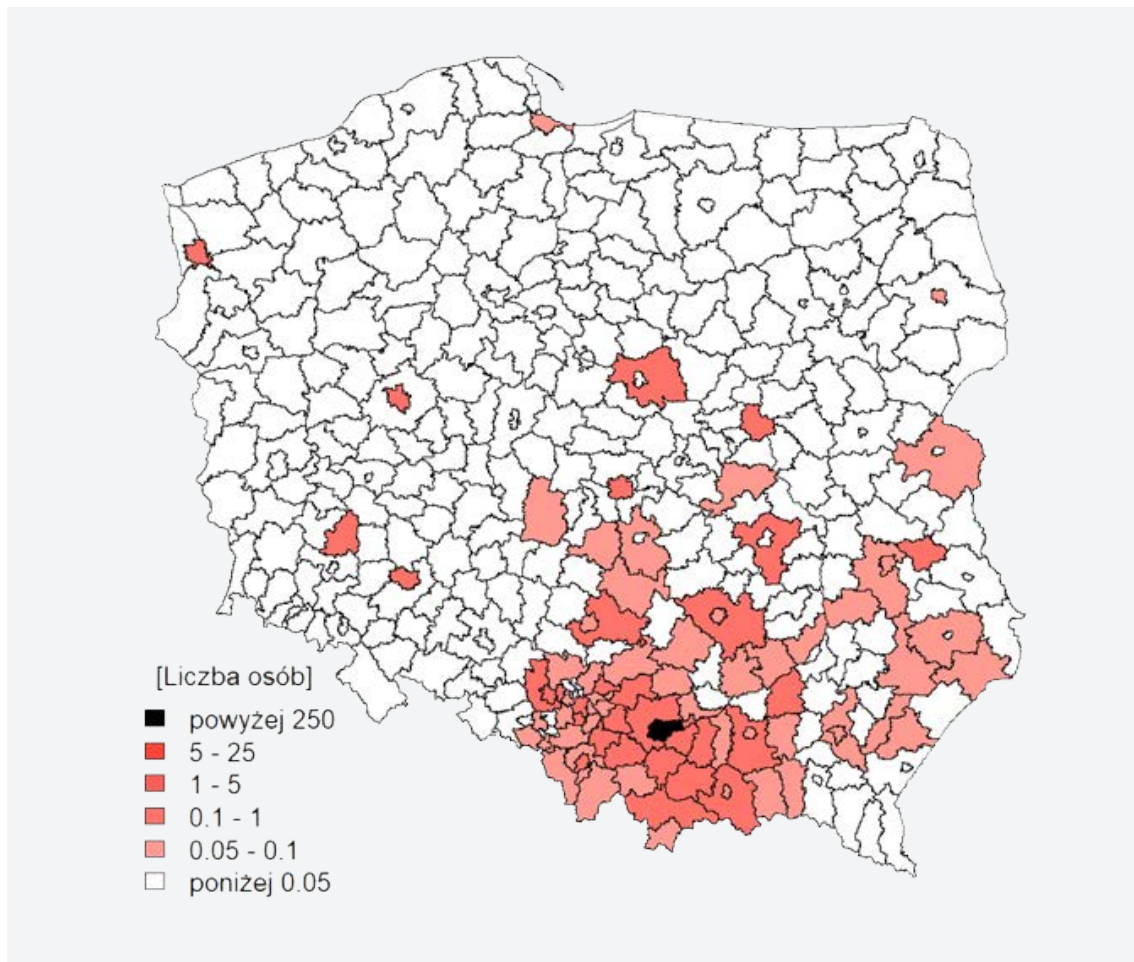
efekty pośrednie

9%

efekty indukowane

Największe korzyści dla zatrudnienia w ramach efektów popytowych generowane były w zakwaterowaniu, gastronomii, rozrywce

i kulturze (151 miejsc pracy) oraz transporcie (56 miejsc pracy).

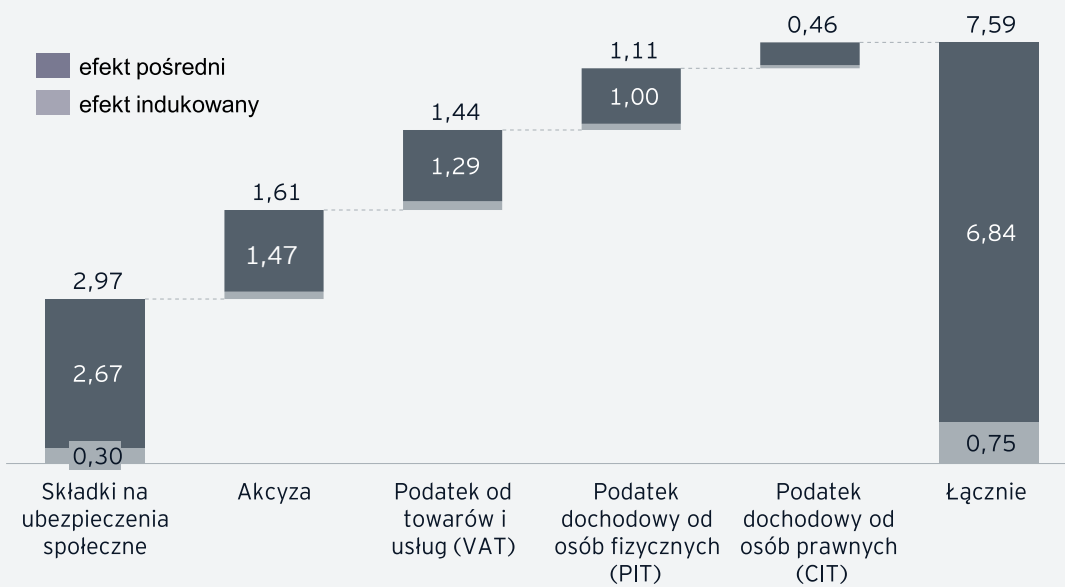


Korzyści dla sektora finansów publicznych

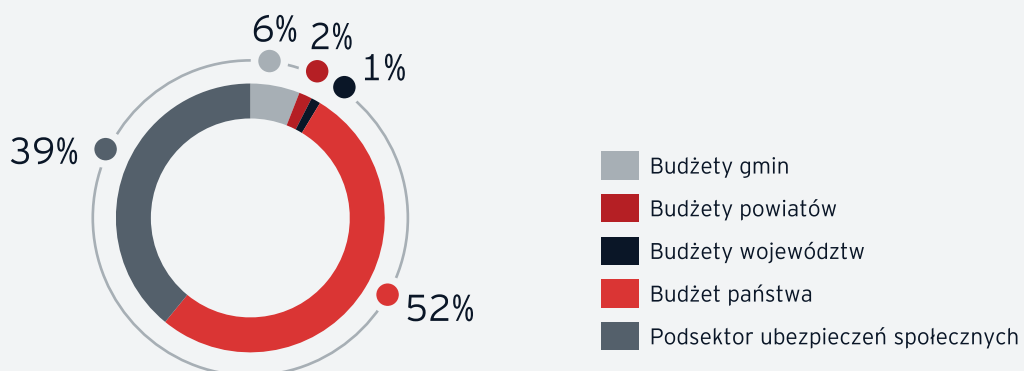
Poprzez efekty podażowe, w sezonie 2021/22 Wisła Kraków wygenerowała **7,59 mln PLN dochodów dla sektora finansów publicznych**, z tego do budżetu miasta Kraków trafiło **0,45 mln PLN dochodów** z PIT oraz CIT¹⁰.

Efekty dla dochodów sektora finansów publicznych w Polsce

1 według źródeł (CENY BIEŻĄCE, MLN PLN)



2 według beneficjentów (%)



Źródło: oszacowanie EY na podstawie danych Wisły Kraków oraz wyników ankiety przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków.

10 Tylko część dochodów z PIT oraz CIT zebranych w danej gminie/powiecie trafia do budżetu gminy/powiatu.



04

Załączniki



Załącznik A - oszacowanie efektów regionalnych

Popyt zgłaszany przez Wisłę Kraków (efekty popytowe) lub kibiców korzystających z usług powiązanych z Wisłą Kraków (efekty podażowe) jest zaspokajany przez firmy zlokalizowane na terenie całego kraju.

Zastosowanie modelu EY Spectrum pozwala oszacować efekty popytowe i podażowe nie tylko w podziale sektorowym a także regionalnym.

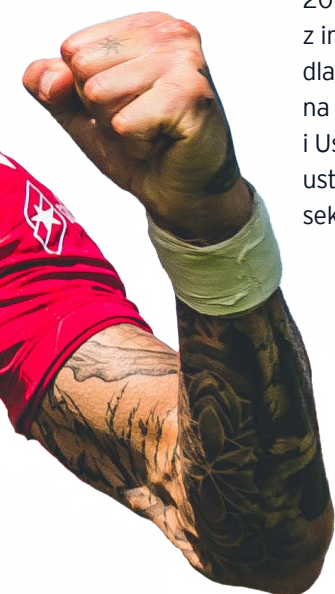
Oszacowaliśmy, jaką część łącznych efektów wygenerowanych w Polsce można przypisać poszczególnym powiatom, z wyszczególnieniem miasta Kraków.

Efekty ekonomiczne Wisły Kraków oszacowano na podstawie danych o poziomie i strukturze kosztów operacyjnych obejmujących wydatki na dobra i usługi. W przypadku oszacowania efektów podażowych wykorzystano informacje zebrane w ankiecie badającej wydatki kibiców Wisły Kraków.

W analizie wykorzystano tablice przepływów międzygałęziowych GUS z 2015 r.¹¹ Dzięki zastosowaniu innowacyjnego podejścia zespół analiz ekonomicznych EY był w stanie przybliżyć strukturę nowszych tablic dla roku 2018, bazując na danych statystycznych z innych źródeł. W tablicach znajdują się dane dla 77 sektorów gospodarki wyróżnionych na podstawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU 2008). Na tej podstawie ustalono strukturalne zależności pomiędzy sektorami.

Regionalny rozkład efektów ekonomicznych ustalono za pomocą modelu EY Spectrum na podstawie tablicy przepływów międzygałęziowych. Model pozwala oszacować regionalną strukturę wydatków dla każdej pary sektorów z tablicy przepływów międzygałęziowych.

Przy określaniu geograficznej dystrybucji efektów model uwzględnia dwa kluczowe aspekty: (i) odległości między regionami (w przypadku niektórych sektorów, np. usług podstawowych, przedsiębiorstwa są mniej skłonne do zakupu od odległych dostawców) oraz (ii) ograniczenia dostępności pewnych towarów / usług na niektórych obszarach geograficznych. Efekty regionalne dla Polski oszacowano na poziomie powiatów.



¹¹ GUS (2019), Bilans Przepływów Międzygałęziowych w Bieżących Cenach Bazowych w 2015 r., Warszawa.

Załącznik B - Agregacja sektorów

W celu zwiększenia przejrzystości finalnych wyników analizy ekonomicznych efektów działalności Wisły Kraków z wykorzystaniem modelu EY Spectrum, 77 sektorów z tablicy przepływów międzygałęziowych GUS zagregowano do 16 sektorów prezentowanych na wykresach zgodnie z tabelą poniżej.

Agregacja 77 sektorów GUS do 16 sektorów przedstawionych w raporcie

Nr	Sektor GUS w tablicy przepływów międzygałęziowych	Nazwa zagregowanego sektora
1.	Produkty rolnictwa i łowiectwa	Rolnictwo, łowiectwo, rybactwo, gospodarka leśna
2.	Produkty gospodarki leśnej	Rolnictwo, łowiectwo, rybactwo, gospodarka leśna
3.	Ryby i pozostałe produkty rybactwa	Rolnictwo, łowiectwo, rybactwo, gospodarka leśna
4.	Węgiel kamienny i brunatny	Górnictwo i wydobywanie
5.	Ropa naftowa, gaz ziemny, rudy metali, produkcja górnicza poz.	Górnictwo i wydobywanie
6.	Artykuły spożywcze	Przemysł spożywczy
7.	Napoje	Przemysł spożywczy
8.	Wyroby tytoniowe	Przemysł lekki
9.	Wyroby tekstylne	Przemysł lekki
10.	Odzież	Przemysł lekki
11.	Skóry i wyroby ze skór wyprawionych	Przemysł lekki
12.	Drewno i wyroby z drewna	Przemysł lekki
13.	Papier i wyroby z papieru	Przemysł lekki
14.	Usługi poligraficzne i reprodukcyjne	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
15.	Koks, produkty rafinacji ropy naftowej	Przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych
16.	Chemikalia, wyroby chemiczne	Przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych
17.	Leki i wyroby farmaceutyczne	Przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych
18.	Wyroby z gumy i tworzyw sztucznych	Przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych
19.	Wyroby z pozostałych surowców niemetalicznych	Przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych
20.	Metale	Przemysł metalowy
21.	Wyroby metalowe gotowe	Przemysł metalowy
22.	Komputery, wyroby elektroniczne i optyczne	Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy

Nr	Sektor GUS w tablicy przepływów międzygałęziowych	Nazwa zagregowanego sektora
23.	Urządzenia elektryczne i nieelektryczne, sprzęt gospodarstwa domowego	Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy
24.	Maszyny i urządzenia gdzie indziej niesklasyfikowane	Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy
25.	Pojazdy samochodowe, przyczepy i naczepy	Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy
26.	Pozostały sprzęt transportowy	Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy
27.	Meble	Przemysł lekki
28.	Pozostałe wyroby	Przemysł lekki
29.	Usługi naprawy, konserwacja i instalacja maszyn i urządzeń	Pozostałe usługi
30.	Energia elektryczna, gaz, para wodna i gorąca woda	Energia elektryczna, gaz, woda i recykling
31.	Woda; usługi związane z uzdatnianiem i dostarczaniem wody	Energia elektryczna, gaz, woda i recykling
32.	Usługi związane z odpadami; odzysk surowców	Energia elektryczna, gaz, woda i recykling
33.	Usługi związane ze ściekami; osady; usługi związane z rekultywacją	Energia elektryczna, gaz, woda i recykling
34.	Obiekty budowlane i roboty budowlane	Budownictwo
35.	Sprzedaż pojazdów samochodowych; naprawa pojazdów	Handel
36.	Handel hurtowy	Handel
37.	Handel detaliczny	Handel
38.	Transport lądowy i rurociągowy	Transport, usługi pocztowe i telekomunikacyjne
39.	Transport wodny i lotniczy	Transport, usługi pocztowe i telekomunikacyjne
40.	Magazynowanie; usługi pocztowe i kurierskie	Transport, usługi pocztowe i telekomunikacyjne
41.	Usługi związane z zakwaterowaniem	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
42.	Usługi związane z wyżywieniem	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
43.	Usługi związane z działalnością wydawniczą	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
44.	Usługi związane z produkcją filmów, programów telewizyjnych, nagrań	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura

Nr	Sektor GUS w tablicy przepływów międzygałęziowych	Nazwa zagregowanego sektora
45.	Usługi związane z nadawaniem programów	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
46.	Usługi telekomunikacyjne	Transport, usługi pocztowe i telekomunikacyjne
47.	Usługi związane z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
48.	Usługi w zakresie informacji	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
49.	Usługi finansowe	Finanse, ubezpieczenia i nieruchomości (usługi)
50.	Usługi ubezpieczeniowe	Finanse, ubezpieczenia i nieruchomości (usługi)
51.	Usługi wspomagające usługi finansowe i ubezpieczenia	Finanse, ubezpieczenia i nieruchomości (usługi)
52.	Usługi związane z obsługą rynku nieruchomości	Finanse, ubezpieczenia i nieruchomości (usługi)
53.	Usługi prawne i rachunkowo-księgowe	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
54.	Usługi doradztwa w zarządzaniu	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
55.	Usługi architektoniczne i inżynierskie; usługi badań i analiz technicznych	Edukacja, badania i rozwój
56.	Usługi w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych	Edukacja, badania i rozwój
57.	Usługi reklamowe; usługi badania rynku i opinii publicznej	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
58.	Pozostałe usługi profesjonalne, naukowe i techniczne	Edukacja, badania i rozwój
59.	Usługi weterynaryjne	Pozostałe usługi
60.	Wynajem i dzierżawa	Pozostałe usługi
61.	Usługi związane z zatrudnieniem	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
62.	Usługi organizatorów turystyki	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
63.	Usługi detektywistyczne i ochroniarskie	Pozostałe usługi
64.	Usługi związane z utrzymaniem porządku w obiektach	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
65.	Usługi związane z administracyjną obsługą biura	Usługi wspierające prowadzenie działalności gosp.
66.	Usługi administracji publicznej	Pozostałe usługi
67.	Usługi w zakresie edukacji	Edukacja, badania i rozwój
68.	Usługi w zakresie opieki zdrowotnej	Pozostałe usługi
69.	Usługi pomocy społecznej	Pozostałe usługi

Nr	Sektor GUS w tablicy przepływów międzygałęziowych	Nazwa zagregowanego sektora
70.	Usługi kulturalne i rozrywkowe	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
71.	Usługi bibliotek, archiwów i muzeów	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
72.	Usługi związane z gramami i zakładami wzajemnymi	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
73.	Usługi związane ze sportem, rozrywką i rekreacją	Zakwaterowanie, gastronomia, rozrywka i kultura
74.	Usługi organizacji członkowskich	Pozostałe usługi
75.	Usługi napraw i konserwacji komputerów i artykułów użytku domowego	Pozostałe usługi
76.	Pozostałe usługi indywidualne	Pozostałe usługi
77.	Usługi świadczone przez gospodarstwa domowe	Pozostałe usługi

Autorzy



dr Marek Rozkrut

Partner, Główny Ekonomista EY na Unię Europejską i region CESA
marek.rozkrut@pl.ey.com



dr Piotr Dybka

Menedżer
Zespół Analiz Ekonomicznych
piotr.dybka@pl.ey.com



dr Zbigniew Mogiła

Menedżer
Zespół Analiz Ekonomicznych
zbigniew.mogila@pl.ey.com

EY | Building a better working world

Celem działalności EY jest budowanie lepiej funkcjonującego świata - poprzez wspieranie klientów, pracowników i społeczeństwa w tworzeniu trwałych wartości - oraz budowanie zaufania na rynkach kapitałowych.

Wspomagane przez dane i technologię, zróżnicowane zespoły EY działające w ponad 150 krajach, zapewniają zaufanie dzięki usługom audytorskim oraz wspierają klientów w rozwoju, transformacji biznesowej i działalności operacyjnej.

Zespoły audytorskie, consultingowe, prawne, strategiczne, podatkowe i transakcyjne zadają nieoczywiste pytania, by móc znaleźć nowe odpowiedzi na złożone wyzwania, przed którymi stoi dziś świat.

Nazwa EY odnosi się do firm członkowskich Ernst & Young Global Limited, z których każda stanowi osobny podmiot prawny. Ernst & Young Global Limited, brytyjska spółka z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji (company limited by guarantee) nie świadczy usług na rzecz klientów. Informacje na temat sposobu gromadzenia przez EY i przetwarzania danych osobowych oraz praw przysługujących osobom fizycznym w świetle przepisów o ochronie danych osobowych są dostępne na stronie ey.com/pl/pl/home/privacy. Firmy członkowskie EY nie prowadzą praktyki prawniczej, jeśli jest to zabronione przez prawo lokalne.

Aby uzyskać więcej informacji, wejdź na www.ey.com/pl

© 2023 EYGM Limited.
Wszelkie prawa zastrzeżone.
SCORE: 00792-162

Zespół Analiz Ekonomicznych EY

<http://ey.com/eat>

Niniejsza publikacja została sporządzona z należytą starannością, jednak z konieczności pewne informacje zostały podane w skróconej formie. W związku z tym Raport ma charakter wyłącznie orientacyjny, a zawarte w nim dane nie powinny zastąpić szczegółowej analizy problemu lub profesjonalnego osądu.

EY nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek straty powstałe w wyniku czynności podjętych lub zaniechanych na podstawie niniejszej publikacji. Zalecamy, by wszelkie przedmiotowe kwestie były konsultowane z właściwym doradcą.

Niniejsza analiza została przygotowana na podstawie danych dostępnych publicznie, danych dostarczonych przez Wisłę Kraków, uzyskanych w ankiecie przeprowadzonej wśród kibiców Wisły Kraków oraz wiedzy eksperckiej EY. Zakres prac EY nie obejmował szczegółowej weryfikacji ani oceny rzetelności ani kompletności danych zewnętrznych, w tym danych Wisły Kraków przywoływanych w analizie.

Za treści znajdujące się w Raporcie EY odpowiedzialny jest wyłącznie wobec Klienta. Wyłączona jest odpowiedzialność EY za korzystanie z Raportu przez osoby trzecie. Wyniki i wnioski z Raportu nie stanowią wiążącej opinii ani porady.