

**Tomasz Dzedzic**  
**Instytut Turystyki**



**dla**

**Polska Organizacja Turystyczna**



**Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej**  
**WUTZ 2010**

Warszawa listopad 2010 r.

## POTENCJAŁ TURYSTYCZNY POLSKI DLA WYBRANYCH RYNKÓW

Jednym z istotnych elementów charakterystyki rynków zagranicznych jest ocena miejsca i potencjału rynku turystycznego dla turystyki przyjazdowej do Polski. Brak jednolitych danych statystycznych umożliwiających określenie miejsca Polski w wyjazdach turystycznych mieszkańców większości krajów spowodował konieczność opracowania zagregowanego wskaźnika. Koncepcja takiego wskaźnika obrazującego potencjał Polski dla danego rynku opracowana została w Instytucie Turystyki.

### Założenia metodologiczne (z 2007 roku)

Międzynarodowy ruch turystyczny, z uwagi na swój wieloaspektowy charakter, mierzony jest szeregiem wskaźników, które pozwalają na budowę rankingów rynków narodowych ze względu na pewne, wybrane cechy. To wielowymiarowe ujęcie utrudnia jednak zorientowanie się w istocie zjawiska oraz w określeniu znaczenia i użyteczności poszczególnych rynków narodowych dla kraju recepcyjnego. Bardzo zróżnicowane wartości wskaźników cząstkowych dla tych samych rynków emisyjnych powodują niejednoznaczność oceny użyteczności, a co za tym idzie, stanowią barierę w określaniu generalnej strategii postępowania wobec rynków emisyjnych. Stąd propozycja, by wskaźniki cząstkowe (w dużym stopniu naturalne, w niektórych zaś przypadkach już częściowo przetworzone) posłużyły do budowy wskaźnika syntetycznego, ujmującego jednocześnie wybrane cechy określane przez wskaźniki cząstkowe. Wskaźnik taki możemy nazwać *Wskaźnikiem Użyteczności Turystyki Zagranicznej* (zwany dalej **WUTZ**).

Aby wskaźnik mógł pełnić swoją rolę, tj. pozwalał na oznaczenie rangi i użyteczności rynków emisyjnych dla rynku recepcyjnego, niezbędne są dwa punkty odniesienia:

- pozycja rynków emisyjnych na danym rynku recepcyjnym (w tym przypadku: polskim),
- samoistna pozycja rynków emisyjnych w turystyce, jako zjawisku społeczno-gospodarczym.

Drugi z wyżej wymienionych punktów mówi nam o pozycji danego kraju w turystyce światowej, pierwszy – o znaczeniu dla Polski (lub innego kraju recepcyjnego).

Przyjęcie dwóch punktów odniesienia, prócz uwzględnienia oczywiście szerszego kontekstu niż gdyby były to tylko wskaźniki dla Polski (lub innego kraju recepcyjnego), ma także ten walor, że pozwala na porównania wewnętrzne rankingów obu grup wskaźników i określenie różnic w pozycjach poszczególnych rynków emisyjnych (lub grup rynków).

Z uwagi na naturalne lub częściowo przetworzone wartości wskaźników cząstkowych warunkiem koniecznym jest ich jednorodność. Służyć temu ma proces standaryzacji.

### 1. Wybór wskaźników

Jak zaznaczono wyżej, wybór wskaźników dokonany został w dwóch grupach zjawisk/cech: mierzonych dla Polski i dla poszczególnych rynków jako całości. Ponieważ polski punkt odniesienia ma kluczowe znaczenie, gdyż mówimy o użyteczności turystycznej dla Polski, w tej części liczba wskaźników jest nieco większa niż dla rynków emisyjnych jako całości.

## **Wskaźniki cząstkowe zastosowane w konstrukcji Wskaźnika Użyteczności Turystyki Zagranicznej WUTZ:**

### *Aktywność na rynku polskim*

1. Przychody ogółem dla Polski z ruchu przyjazdowego z danego kraju (w mln USD) w danym roku – **ranking bazowy**.
2. Przychody na 1 turystę (w USD).
3. Liczba przyjeżdżających turystów do Polski (w tys.).
4. Liczba korzystających z bazy hotelowej (w tys.).
5. Wskaźnik aktywności wyjazdów turystów do Polski w stosunku do liczby ludności (w %).

### *Aktywność turystyczna ogółem*

6. Wielkość wydatków na turystykę zagraniczną ogółem (w mld USD).
7. Wzrost wielkości wydatków na turystykę zagraniczną ogółem w ostatnich 5 latach (w mld USD).
8. Wielkość wydatków na 1 mieszkańca (w USD).

**Uwaga:** w budowie WUTZ pominięto liczbę wyjeżdżających z poszczególnych krajów, ze względu na niejednoznaczność i nieporównywalność tej kategorii w statystykach różnych krajów, a także z powodu istotnie mniejszej przydatności tego wskaźnika niż wskaźników uwzględnionych.

Przyjęto, że podstawowe znaczenie dla oceny użyteczności ma aspekt finansowy, tj. wielkości wydatków i przychodów. W różnym ujęciu to zagadnienie ilustrowane jest przez 6 z 8 wskaźników (np. liczbę korzystających z bazy hotelowej także należy postrzegać przez pryzmat wielkości wydatków/przychodów, tj. korzyści płynących dla gospodarki z poszczególnych rynków emisyjnych). Wskaźniki liczby przyjeżdżających turystów do Polski i wyjazdów do Polski w stosunku do liczby mieszkańców mają charakter socjologiczny, tj. odnoszący się do skali zjawiska społecznego, jakim są wyjazdy turystyczne w danej zbiorowości.

W ramach przyjętej grupy wskaźników założono, że grupę wybranych krajów stanowić będą te, które szacowane są jako najwięksi udziałowcy polskiego rynku zagranicznej turystyki przyjazdowej pod względem wolumenu przychodów. Założenie to stanowi konsekwencję uznania nadrzędności aspektu finansowego. Jednocześnie oznacza, że nawet jeśli jakiś rynek emisyjny ma wyższą pozycję w rankingu na podstawie któregośkolwiek z wybranych wskaźników, ale nie mieści się w grupie krajów o największych wydatkach w Polsce, nie jest uwzględniany w zestawieniu.

**Przykład:** jeśli wydatki na wyjazdy zagraniczne obywateli Luksemburga w przeliczeniu na 1 mieszkańca byłyby najwyższe na świecie, ale kraj ten odgrywa marginalną rolę w wielkości wpływów na naszym rynku (lokuje się na odległym miejscu) Luksemburg nie jest brany pod uwagę w ogóle.

Przyjęto zróżnicowane źródła danych dla poszczególnych wskaźników cząstkowych:

□ **dla liczby turystów z krajów sąsiadujących z Polską** – dane **Instytutu Turystyki** uzyskane na podstawie badań, **dla pozostałych krajów** dane **Strazy Granicznej/GUS** o liczbie przekroczeń granicy (przy założeniu, że osoby

przekraczające granicę z tych krajów wyczerpują cechy turysty zgodnie z definicją UNWTO i statystyką polską);

- dla wielkości wydatków w Polsce (przychodów Polski) ogółem – dane Instytutu Turystyki na podstawie badań; wydatki na 1 turystę (przychody na 1 turystę) stanowią pochodną liczby turystów i wydatków ogółem;

- dla liczby korzystających cudzoziemców z bazy hotelowej – dane GUS (publikowane i niepublikowane);

- dla przetworzonego wskaźnika aktywności turystycznych wyjazdów do Polski w stosunku do liczby ludności – dane GUS i Instytutu Turystyki o liczbie turystów, dane World's Bank o liczbie ludności w 2005 r.;

- dla wielkości wydatków na turystykę wyjazdową z poszczególnych rynków emisyjnych oraz dynamiki wydatków w wybranych latach – dane UNWTO;

- dla przetworzonego wskaźnika wydatków na turystykę wyjazdową z poszczególnych rynków narodowych w stosunku do liczby ludności – dane UNWTO o wydatkach, dane World's Bank o liczbie ludności w 2005 r.

## 2. Procedura

**W fazie pierwszej** dokonano ustalenia 40 krajów (rynków emisyjnych), których turyści i odwiedzający 1-dniowi wydają w Polsce najwięcej (o największych wpływach dla Polski z przyjazdów cudzoziemców).

**W fazie drugiej** poszczególnym krajom przypisano wartości (naturalne i częściowo przetworzone) wszystkich wskaźników. Wartości poszczególnych wskaźników przyjęto w wielkościach naturalnych (liczba turystów, wielkość wydatków, różnica w wielkości wydatków) i częściowo przetworzonej (zrelatywizowanej do liczby turystów, liczby ludności).

**W fazie trzeciej** tak uzyskane wielkości poddano procesowi standaryzacji, zgodnej z wzorem:

$$Y = \frac{X_n - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}$$
, gdzie Y – wartość cechy wystandaryzowana, X – wartość cechy pierwotna<sup>1</sup>.

**W fazie czwartej** wartości zestandaryzowane poszczególnych wskaźników zostały dodane w dwóch grupach (tak, jak pogrupowano wskaźniki). Kolejnym etapem procedury było dodanie zestandaryzowanych wartości dla obu grup wskaźników, co pozwoliło na uzyskanie ostatecznych wartości wskaźnika syntetycznego i stworzenie rankingu dla wszystkich wybranych krajów.

**W fazie ostatniej** dokonano porównania pomiędzy pozycjami i wartościami uzyskiwanymi przez poszczególne kraje w grupie wskaźników dla aktywności na rynku polskim i ogólnej aktywności turystycznej danego kraju.

## 3. Interpretacja wyników i zastosowanie

Uzyskane rezultaty pozwalają na:

- zorientowanie się w rzeczywistym znaczeniu turystyki w poszczególnych krajach oraz dla rynku polskiego, w wielkościach kwantyfikowalnych i porównywalnych;

---

<sup>1</sup> Por. np. H. Ponikowski, *Mierniki konkurencyjności województw*, Człowiek i środowisko, 25(1)2001, Warszawa 2001, s. 47.

- wyselekcjonowanie grupy krajów o szczególnym znaczeniu (z puli większej ich liczby) przy jednoczesnym wskazaniu na rynki mniej istotne;
- określenie „statystycznej odległości” pomiędzy rynkami, a nie tylko pozycji rankingowej;
- określenie różnic w znaczeniu poszczególnych rynków dla turystyki polskiej i światowej; odnosi się to także do grup rynków; w efekcie umożliwia wskazanie obszarów szczególnie „niedowartościowanych” na rynku polskim w stosunku do pozycji na rynku światowym;
- wsparcie w przygotowywaniu i wdrażaniu kierunkowych strategii ekspansji marketingowej na poszczególnych rynkach;
- dokonywanie analiz porównawczych w układzie szeregu czasowego; dotyczyć to może okresów minionych (lata przed 2005 r.), jak i przyszłych. Wydaje się, że szczególnie ta kwestia może mieć istotne znaczenie, jako weryfikator efektów podjętych działań strategicznych.

## WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010

### Opracowanie na zlecenie i dla potrzeb Polskiej Organizacji Turystycznej

1. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej WUTZ 2010 został wyliczony według niezmiennych w stosunku do 2009 r. założeń metodologicznych i rachunkowych. Opiera się na 5 wskaźnikach obrazujących ruch turystyczny przyjazdowy z zagranicy do Polski oraz 3 wskaźnikach dotyczących wydatków na turystykę wyjazdową na poszczególnych narodowych rynkach emisyjnych. Niezmieniona też w stosunku do 2009 r. pozostała wartość indeksacji wskaźników częściowych. W odniesieniu do oceny poziomu wydatków na rynkach emisyjnych każdy z 3 wskaźników częściowych miał wartość indeksu 1,0, natomiast przy ocenie rynku polskiego „liczba przyjazdów”, „ogólna wielkość wpływów dewizowych” oraz „liczba korzystających z hoteli” miała wartość 1,0, pozostałym („wydatki na 1 turystę” oraz relacje między liczbą odwiedzających a liczbą ludności) przypisano wartość 0,5.
2. Kryzys gospodarczy i spadek aktywności w turystyce międzynarodowej w znaczący sposób wpłynęły na kształtowanie się wartości wskaźnika WUTZ 2010. Dotyczy to tak obu jego głównych części składowych („polskiej” i „światowej”), jak i wartości całkowitej.
3. Wprawdzie Niemcy pozostały liderem rankingu w obu grupach wskaźników częściowych, a tym samym i WUTZ 2010, niemniej zmniejszyła się nieco ich wartość wskaźnika łącznego, co oznacza, że w tych parametrach oceny, gdzie nie zajmowali pierwszego miejsca ich pozycja w stosunku do liderów osłabła. Dotyczy to zasadniczo wyłącznie sfery łącznych wydatków Niemców za granicą i ich dynamiki w latach 2004-2009. Wartość tej części wskaźnika WUTZ 2009 kształtowała się na poziomie 2,3311, WUTZ 2010 1,7651. W odniesieniu do Polski wielkości niemieckie pozostały na zbliżonym poziomie co rok wcześniej.
4. Ogółem wartość WUTZ (dla 8 wskaźników) zwiększyło 17 krajów, pogorszyło 23. Największy wzrost był udziałem Chin i Brazylii, a na uwagę zasługuje jeszcze (choć istotnie mniejsza) dodatnia zmiana w Czechach, Austrii, Holandii i Australii. W znacznym stopniu koreluje to z relatywnie łagodniejszym przebiegiem kryzysu gospodarczego w tych krajach.
5. Wśród krajów o największym spadku wartości WUTZ 2010 w stosunku do 2009 wymienić trzeba przede wszystkim Wlk. Brytanię, gdzie można mówić o załamaniu się wartości WUTZ (spadek o blisko połowę) i utracie pozycji wicelidera całego rankingu. Niezwykle niekorzystnie kształtowały się także wydatki i ich dynamika w przypadku Japończyków. Dynamika w latach 2004-2009 była w tak dużym stopniu ujemna, że wpłynęło to na ujemną wartość częściowego WUTZ dla Japonii w odniesieniu do wydatków rynków emisyjnych.
6. Gwałtowne przewartościowanie z jakim mamy do czynienia w przypadku Wlk. Brytanii i Japonii w odniesieniu do całej turystyki wyjazdowej, wobec znacznie bardziej stabilnej sytuacji obu tych krajów na rynku polskim, spowodowało interesującą zmianę relacji wartości średnich dla obu grup wskaźników. O ile w poprzednich latach Japonia i szczególnie Wlk. Brytania pozostawały w grupie krajów wyraźnie niedowartościowanych na rynku polskim (średnie

uzyskiwane „dla świata” były wyraźnie wyższe niż „dla Polski”, to w 2009 r. nastąpiło odwrócenie zjawiska i oba kraje uzyskały wyższą średnią wartość wskaźników „dla Polski” niż „dla świata”, i znalazły się obok takich krajów nadwartościowanych przez rynek polski, jak m.in. : Litwa, Ukraina, Białoruś, Izrael i Estonia. W tej grupie były także w 2009 r. Niemcy. Inne główne rynki europejskie (Francja, Włochy, kraje skandynawskie, Szwajcaria) pozostawały w sferze znacznego niedowartościowania na polskim rynku turystycznym.

7. Prócz Wielkiej Brytanii i Japonii wyraźne spadki wartości w części Wskaźnika odnoszącej się do rynku emisyjnego („dla świata”) odnotowały też Norwegia, USA, Kanada, Francja, Rosja. W części „dla Polski” sytuacja była znacznie bardziej stabilna.
8. Dynamika spadku wydatków dla Japonii w latach 2004-2009 była tak duża, że kraj ten osiągnął ujemną wartość łączną części „światowej” WUTZ, co stanowi wyjątek w zasadniczej zasadzie kształtowania się wartości wskaźników standaryzowanych, która bazując na wielkościach naturalnych i ich relacjach nie zakłada wartości ujemnych.
9. Podkreślić należy umocnienie się w rankingu pozycji Chin, które wysunęły się na drugie miejsce pod względem wartości WUTZ (II-gie miejsce w części „światowej” i 10. miejsce w części „polskiej”). Potwierdza to rosnące znaczenie tego kraju na rynku turystycznym. Można dodać, że w 2009 r. Chiny po raz pierwszy zanotowały ujemny bilans turystyczny (większe wydatki na wyjazdy zagraniczne niż wpływy z przyjazdów).
10. Znaczny awans Brazylii w grupie wskaźników WUTZ „dla Polski” wynikał z najwyższych wydatków na 1 turystę. Ale także w grupie wskaźników „dla świata” Brazylii minimalnie poprawiła swój stan posiadania, co potwierdza inne sygnały z tego rynku, że kryzys miał tam przebieg łagodniejszy niż w wielu innych krajach. Z rynków zamorskich, korzystnie kształtowały się również wartości („dla świata”) wskaźnika dla Australii.
11. Szczegółowe dane opracowane są w 10 załącznikach, które dotyczą:
  - załącznik 1 – wielkości i wielkości standaryzowanych wskaźników częściowych WUTZ 2010 dla Polski;
  - załącznik 2 – wielkości i wielkości standaryzowanych wskaźników częściowych WUTZ 2010 dla świata (rynków emisyjnych);
  - załącznik 3 – porównania pozycji poszczególnych krajów w rankingu wskaźników WUTZ 2010 dla Polski i dla świata;
  - załącznik 4 – porównanie średniej wartości standaryzowanej wskaźników częściowych WUTZ 2010 dla Polski i dla świata;
  - załącznik 5 – łącznej wartości wszystkich wskaźników częściowych WUTZ 2010 (wykresy);
  - załącznik 6 – zmian wartości WUTZ 2010 do 2009 i 2010 do 2006 dla pierwszej dziesiątki krajów o najwyższej wartości WUTZ w 2010 r. (wykres);
  - załącznik 7 – kraje o największych zmianach wartości WUTZ ogółem (dla 8 wskaźników); porównanie WUTZ 2010 do WUTZ 2006 i WUTZ 2010 do WUTZ 2009; (wykresy);

- załącznik 8 – kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla Polski (dla 5 wskaźników); porównanie cząstkowego WUTZ 2010 do WUTZ 2006 i WUTZ 2010 do WUTZ 2009; (wykresy);
- załącznik 9 – kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla świata (dla 3 wskaźników); porównanie cząstkowego WUTZ 2010 do WUTZ 2006 i WUTZ 2010 do WUTZ 2009; (wykresy);
- załącznik 10 – wybrane kraje i porównanie wartości WUTZ w kolejnych latach 2006-2010 (wykresy);
- załącznik 11 – zmiana wartości WUTZ 2006-2010 (wybrane kraje)

*Opr. Tomasz Dziedzic,  
30 listopad 2010.*



**WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010**  
**Wskaźniki cząstkowe dla Polski DANE ZA 2009 R.**

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę <sup>2</sup>		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3794,7	<b>1,0000</b>	386	<b>0,1287</b>	4560	<b>1,0000</b>	815,9	<b>1,0000</b>	5,6	<b>0,1513</b>	<b>3,2800</b>
2	Litwa	261,75	<b>0,0682</b>	144	<b>0,0250</b>	620	<b>0,1341</b>	75,2	<b>0,0906</b>	18,5	<b>0,5000</b>	<b>0,8179</b>
3	W. Brytania	270,7	<b>0,0706</b>	583	<b>0,2135</b>	450	<b>0,0967</b>	316,5	<b>0,3869</b>	0,7	<b>0,0189</b>	<b>0,7866</b>
4	Ukraina	857,4	<b>0,2253</b>	282	<b>0,0845</b>	1295	<b>0,2824</b>	72,3	<b>0,0871</b>	2,8	<b>0,0756</b>	<b>0,7549</b>
5	Białoruś	530,9	<b>0,1392</b>	290	<b>0,0876</b>	865	<b>0,1879</b>	51,1	<b>0,0610</b>	9,0	<b>0,2432</b>	<b>0,7189</b>
6	USA	235,1	<b>0,0611</b>	1068	<b>0,4216</b>	215	<b>0,0451</b>	130,0	<b>0,1579</b>	0,1	<b>0,0027</b>	<b>0,6884</b>
7	Brazylia	14,1	<b>0,0029</b>	1251	<b>0,5000</b>	10	<b>0,0000</b>	6,8	<b>0,0066</b>	0,005	<b>0,0001</b>	<b>0,5096</b>
8	Włochy	137,9	<b>0,0355</b>	551	<b>0,1998</b>	245	<b>0,0516</b>	162,15	<b>0,1974</b>	0,4	<b>0,0108</b>	<b>0,4951</b>
9	Francja	132,8	<b>0,0342</b>	603	<b>0,2219</b>	215	<b>0,0451</b>	149,5	<b>0,1818</b>	0,3	<b>0,0081</b>	<b>0,4911</b>
10	Chiny	28,9	<b>0,0068</b>	1103	<b>0,4367</b>	25	<b>0,0033</b>	18,4	<b>0,0209</b>	0,002	<b>0,0000</b>	<b>0,4677</b>
11	Łotwa	75,05	<b>0,0190</b>	223	<b>0,0591</b>	230	<b>0,0484</b>	30,3	<b>0,0355</b>	10,2	<b>0,2757</b>	<b>0,4377</b>
12	Japonia	36,9	<b>0,0089</b>	962	<b>0,3762</b>	35	<b>0,0055</b>	32,3	<b>0,0380</b>	0,03	<b>0,0007</b>	<b>0,4293</b>
13	Czechy	715,0	<b>0,1877</b>	202	<b>0,0498</b>	175	<b>0,0363</b>	60,4	<b>0,0724</b>	1,7	<b>0,0459</b>	<b>0,3921</b>
14	Holandia	131,8	<b>0,0339</b>	420	<b>0,1436</b>	300	<b>0,0637</b>	82,45	<b>0,0995</b>	1,8	<b>0,0486</b>	<b>0,3893</b>
15	Australia	35,6	<b>0,0085</b>	910	<b>0,3539</b>	37	<b>0,0059</b>	13,8	<b>0,0152</b>	0,2	<b>0,0054</b>	<b>0,3889</b>
16	Korea	33,0	<b>0,0079</b>	898	<b>0,3486</b>	35	<b>0,0055</b>	17,65	<b>0,0200</b>	0,1	<b>0,0027</b>	<b>0,3847</b>
17	Austria	120,6	<b>0,0310</b>	398	<b>0,1339</b>	280	<b>0,0593</b>	48,9	<b>0,0583</b>	3,4	<b>0,0918</b>	<b>0,3743</b>
18	Rosja	180,9	<b>0,0469</b>	272	<b>0,0799</b>	320	<b>0,0681</b>	128,9	<b>0,1565</b>	0,2	<b>0,0054</b>	<b>0,3568</b>
19	Hiszpania	60,6	<b>0,0151</b>	534	<b>0,1923</b>	110	<b>0,0220</b>	100,7	<b>0,1219</b>	0,2	<b>0,0054</b>	<b>0,3567</b>
20	Kanada	54,2	<b>0,0135</b>	769	<b>0,2932</b>	68	<b>0,0127</b>	20,8	<b>0,0238</b>	0,2	<b>0,0054</b>	<b>0,3486</b>
21	Izrael	27,25	<b>0,0063</b>	438	<b>0,1514</b>	60	<b>0,0110</b>	125,6	<b>0,1525</b>	0,8	<b>0,0216</b>	<b>0,3428</b>

<sup>2</sup> Dla wskaźników „wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę” oraz „turyści w Polsce jako % mieszkańców” ze względu na ich specyficzny rozkład i wartości przyjęto połowę wielkości wartości wystandaryzowanej, tym samym obniżając jego znaczenie w ukształtowaniu się końcowej wartości WUTZ.

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę <sup>3</sup>		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
22	Norwegia	48,4	<b>0,0119</b>	396	<b>0,1333</b>	115	<b>0,0231</b>	83,3	<b>0,1006</b>	2,4	<b>0,0648</b>	<b>0,3337</b>
23	Szwecja	64,15	<b>0,0161</b>	370	<b>0,1223</b>	155	<b>0,0319</b>	91,35	<b>0,1104</b>	1,7	<b>0,0459</b>	<b>0,3266</b>
24	Dania	44,6	<b>0,0109</b>	414	<b>0,1409</b>	100	<b>0,0198</b>	77,3	<b>0,0932</b>	1,8	<b>0,0486</b>	<b>0,3134</b>
25	Irlandia	38,8	<b>0,0094</b>	568	<b>0,2068</b>	65	<b>0,0121</b>	35,8	<b>0,0422</b>	1,5	<b>0,0405</b>	<b>0,3110</b>
26	Estonia	20,2	<b>0,0045</b>	139	<b>0,0232</b>	115	<b>0,0231</b>	25,4	<b>0,0295</b>	8,5	<b>0,2297</b>	<b>0,3100</b>
27	Słowacja	435,6	<b>0,1140</b>	211	<b>0,0540</b>	85	<b>0,0165</b>	29,65	<b>0,0347</b>	1,6	<b>0,0432</b>	<b>0,2624</b>
28	Finlandia	27,6	<b>0,0064</b>	368	<b>0,1211</b>	75	<b>0,0143</b>	40,15	<b>0,0476</b>	1,4	<b>0,0378</b>	<b>0,2272</b>
29	Belgia	35,3	<b>0,0085</b>	362	<b>0,1188</b>	85	<b>0,0165</b>	48,0	<b>0,0572</b>	0,8	<b>0,0216</b>	<b>0,2226</b>
30	Węgry	51,0	<b>0,0126</b>	245	<b>0,0686</b>	200	<b>0,0418</b>	37,1	<b>0,0438</b>	2,0	<b>0,0540</b>	<b>0,2208</b>
31	Turcja	26,3	<b>0,0061</b>	461	<b>0,1610</b>	55	<b>0,0099</b>	13,0	<b>0,0142</b>	0,1	<b>0,0027</b>	<b>0,1939</b>
32	Portugalia	28,2	<b>0,0066</b>	403	<b>0,1363</b>	70	<b>0,0132</b>	16,2	<b>0,0182</b>	0,7	<b>0,0189</b>	<b>0,1916</b>
33	Szwajcaria	19,55	<b>0,0043</b>	294	<b>0,0895</b>	60	<b>0,0110</b>	30,05	<b>0,0352</b>	0,8	<b>0,0216</b>	<b>0,1616</b>
34	Grecja	14,4	<b>0,0030</b>	345	<b>0,1113</b>	40	<b>0,0066</b>	14,5	<b>0,0161</b>	0,4	<b>0,0108</b>	<b>0,1478</b>
35	Kazachstan*	10,6	<b>0,0020</b>	302	<b>0,0931</b>	35	<b>0,0055</b>	2,0	<b>0,0007</b>	0,2	<b>0,0054</b>	<b>0,1067</b>
36	Bułgaria	17,0	<b>0,0036</b>	210	<b>0,0532</b>	75	<b>0,0143</b>	7,0	<b>0,0069</b>	1,0	<b>0,0270</b>	<b>0,1050</b>
37	Mołdawia*	8,65	<b>0,0014</b>	217	<b>0,0562</b>	40	<b>0,0066</b>	1,4	<b>0,0000</b>	1,1	<b>0,0297</b>	<b>0,0939</b>
38	Rumunia	15,4	<b>0,0032</b>	192	<b>0,0459</b>	75	<b>0,0143</b>	15,4	<b>0,0172</b>	0,3	<b>0,0081</b>	<b>0,0887</b>
39	Słowenia	3,5	<b>0,0001</b>	176	<b>0,0390</b>	20	<b>0,0022</b>	7,6	<b>0,0076</b>	1,0	<b>0,0270</b>	<b>0,0759</b>
40	Chorwacja	3,2	<b>0,0000</b>	85,55	<b>0,0000</b>	30	<b>0,0044</b>	5,6	<b>0,0052</b>	0,7	<b>0,0189</b>	<b>0,0285</b>

Źródła danych: wydatki ogółem i na 1 turystę – badania IT, korzystający z hoteli – GUS, liczba przyjazdów turystów – badania IT, liczba ludności w innych krajach – World's Bank, publikacja 1.07.2010 .

\*Dla Kazachstanu i Mołdawii brak w badaniach prowadzonych w 2009 r. materiału empirycznego o wielkości wydatków. Dane w tab. wyszacowano na podstawie średniej ważonej zmian dla rynków WNP (Rosja, Białoruś, Ukraina) i danych o wydatkach przyjeżdżających z Mołdawii i Kazachstanu poniesionych w 2008 r.

<sup>3</sup> Dla wskaźnika wydatków w Polsce na 1 turystę oraz relację odwiedzających do l. ludności przyjęto połowę wielkości wartości wystandaryzowanej, tym samym obniżając jego znaczenie w ukształtowaniu się końcowej wartości WUTZ.

Załącznik 2.

**WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010**  
**Wskaźniki cząstkowe dla rynków emisyjnych dane za 2009 r.**

Lp.	Kraj	Wydatki na wyjazdy 2009 r.		Zmiana wydatków 2004-2009		Wydatki na 1 mieszk. w 2009 r.		Łącznie wartości standaryzowane
		w mld USD	wartość stand.	w mld USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	
1	Niemcy	81,0	1,0000	9,8	0,3992	989	0,3659	<b>1,7651</b>
2	Chiny	43,7	0,5384	24,55	1,0000	32,8	0,0000	<b>1,5384</b>
3	Norwegia	12,7	0,1547	4,2	0,1711	2 646	1,0000	<b>1,3258</b>
4	USA	73,2	0,9035	3,6	0,1466	238	0,0787	<b>1,1288</b>
5	Francja	38,5	0,4740	9,8	0,3992	615	0,2228	<b>1,0960</b>
6	Irlandia	8,8	0,1064	3,6	0,1466	1 978	0,7442	<b>0,9972</b>
7	Belgia	17,85	0,2184	3,85	0,1568	1 653	0,6199	<b>0,9951</b>
8	Kanada	24,2	0,2970	8,7	0,3544	717	0,2618	<b>0,9132</b>
9	Holandia	20,75	0,2543	4,4	0,1792	1 258	0,4687	<b>0,9022</b>
10	Australia	17,6	0,2153	7,4	0,3014	804	0,2950	<b>0,8117</b>
11	Włochy	27,85	0,3422	7,4	0,3014	463	0,1645	<b>0,8081</b>
12	Dania	9,0	0,1089	1,7	0,0692	1 636	0,6136	<b>0,7917</b>
13	Szwajcaria	10,9	0,1324	2,8	0,1141	1 416	0,5292	<b>0,7757</b>
14	Szwecja	12,6	0,1535	2,45	0,0998	1 355	0,5059	<b>0,7592</b>
15	W. Brytania	48,9	0,6027	-7,55	-0,3075	791	0,2902	<b>0,5854</b>
16	Austria	10,8	0,1312	-1,0	-0,0407	1 293	0,4824	<b>0,5729</b>
17	Rosja	20,8	0,2550	5,5	0,2240	147	0,0436	<b>0,5226</b>
18	Hiszpania	16,7	0,2042	4,55	0,1853	363	0,1264	<b>0,5159</b>
19	Brazylia	10,9	0,1324	8,0	0,3259	56	0,0090	<b>0,4673</b>
20	Finlandia	4,4	0,0520	1,6	0,0652	830	0,3051	<b>0,4223</b>
21	Korea	13,3	0,1621	0,95	0,0387	273	0,0918	<b>0,2926</b>
22	Słowenia	1,35	0,0142	0,5	0,0204	659	0,2395	<b>0,2741</b>
23	Czechy	4,1	0,0483	1,8	0,0733	390	0,1369	<b>0,2585</b>
24	Węgry	3,6	0,0421	1,2	0,0489	360	0,1252	<b>0,2162</b>
25	Portugalia	3,8	0,0446	1,05	0,0428	358	0,1246	<b>0,2120</b>
26	Izrael	2,9	0,0334	0,1	0,0041	389	0,1364	<b>0,1739</b>
27	Estonia	0,6	0,0050	0,2	0,0081	444	0,1575	<b>0,1706</b>
28	Grecja	3,4	0,0396	0,5	0,0204	301	0,1026	<b>0,1626</b>
29	Łotwa	0,8	0,0074	0,4	0,0163	356	0,1235	<b>0,1472</b>
30	Litwa	1,1	0,0111	0,5	0,0204	328	0,1131	<b>0,1446</b>
31	Słowacja	1,5	0,0161	0,75	0,0305	278	0,0937	<b>0,1403</b>
32	Turcja	4,1	0,0483	1,6	0,0652	55	0,0084	<b>0,1219</b>
33	Bułgaria	1,75	0,0192	0,4	0,0163	230	0,0756	<b>0,1111</b>
34	Chorwacja	1,0	0,0099	0,15	0,0061	227	0,0744	<b>0,0709</b>
35	Ukraina	3,3	0,0384	0,85	0,0346	72	0,0149	<b>0,0879</b>
36	Rumunia	1,5	0,0161	1,0	0,0407	70	0,0141	<b>0,0709</b>
37	Kazachstan	1,1	0,0111	0,25	0,0102	69	0,0139	<b>0,0352</b>
38	Białoruś	0,6	0,0050	0,15	0,0061	62	0,0112	<b>0,0223</b>
39	Mołdawia	0,2	0,0000	0,1	0,0041	56	0,0087	<b>0,0128</b>
40	Japonia	25,1	0,3082	-13,15	-0,5356	197	0,0628	<b>-0,1646</b>

Źródło: tablice UNWTO, UNWTO World Tourism Barometer vol. 8 nr 3, Oct. 2010, World's Bank 2010. oraz dane dla Kazachstanu, Łotwy, Rumunii i Słowenii pozyskane bezpośrednio z UNWTO.

Załącznik 3.

**WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010**  
**Łączna wartość wskaźników cząstkowych dla obu grup; dane 2009**

Lp.	Kraj	Łączna wartość standaryzowana dla obu grup wskaźników	Pozycja w grupie wskaźników cząstkowych		Pozycja wynikająca ze wskaźników dla Polski wobec pozycji wg wskaźników dla rynków emisyjnych	
			dla Polski	dla rynków emisyjnych	wyższa	niższa
1	Niemcy	<b>5,0451</b>	1	1	0	
2	Chiny	<b>2,0061</b>	10	2		-8
3	USA	<b>1,8172</b>	6	4		-2
4	Norwegia	<b>1,6595</b>	22	3		-19
5	Francja	<b>1,5871</b>	9	5		-4
6	W. Brytania	<b>1,3720</b>	3	15	12	
7	Irlandia	<b>1,3082</b>	25	6		-19
8	Włochy	<b>1,3032</b>	8	11	3	
9	Holandia	<b>1,2915</b>	14	9		-5
10	Kanada	<b>1,2618</b>	20	8		-12
11	Belgia	<b>1,2177</b>	29	7		-22
12	Australia	<b>1,2006</b>	15	10		-5
13	Dania	<b>1,1051</b>	24	12		-12
14	Szwecja	<b>1,0858</b>	23	14		-9
15	Brazylia	<b>0,9769</b>	7	19	12	
16	Litwa	<b>0,9625</b>	2	30	28	
17	Austria	<b>0,9472</b>	17	16		-1
18	Szwajcaria	<b>0,9373</b>	33	13		-20
19	Rosja	<b>0,8794</b>	18	17		-1
20	Hiszpania	<b>0,8726</b>	19	18		-1
21	Ukraina	<b>0,8428</b>	4	35	31	
22	Białoruś	<b>0,7412</b>	5	38	33	
23	Korea	<b>0,6773</b>	16	21	5	
24	Czechy	<b>0,6506</b>	13	23	10	
25	Finlandia	<b>0,6495</b>	28	20		-8
26	Łotwa	<b>0,5849</b>	11	29	18	
27	Izrael	<b>0,5167</b>	21	26	5	
28	Estonia	<b>0,4806</b>	26	27	1	
29	Węgry	<b>0,4370</b>	30	24		-6
30	Portugalia	<b>0,4052</b>	32	25		-7
31	Słowacja	<b>0,4027</b>	27	31	4	
32	Słowenia	<b>0,3500</b>	39	22		-17
33	Turcja	<b>0,3158</b>	31	32	1	
34	Grecja	<b>0,3104</b>	34	28		-6
35	Japonia	<b>0,2647</b>	12	40	28	
36	Bułgaria	<b>0,2161</b>	36	33		-3
37	Rumunia	<b>0,1596</b>	38	36		-2
38	Kazachstan	<b>0,1419</b>	35	37	2	
39	Chorwacja	<b>0,1189</b>	40	34		-6
40	Mołdawia	<b>0,1067</b>	37	39	2	

Źródło: jak w zał. 1 i 2.

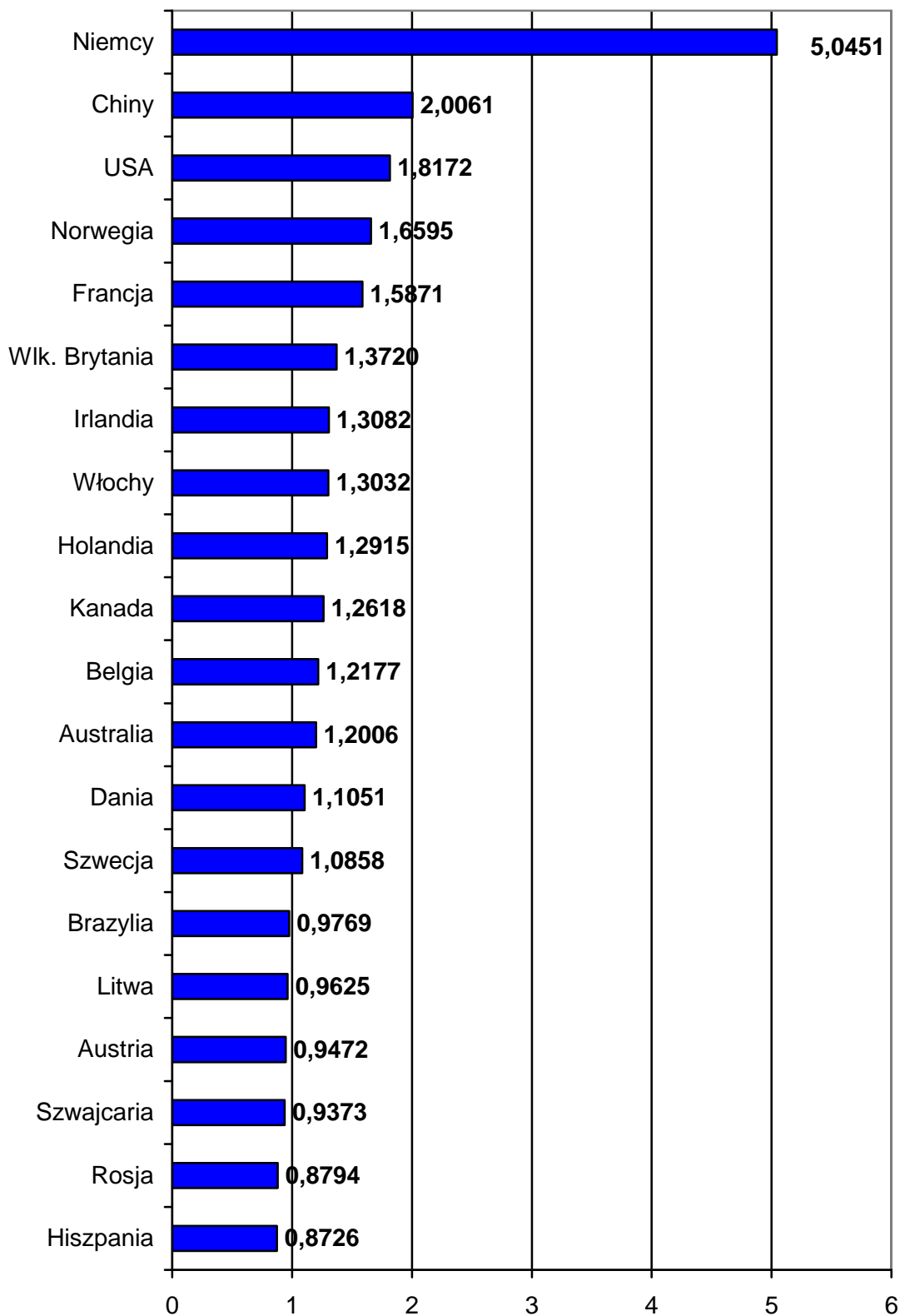
Załącznik 4.

**WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010**  
**Porównanie średniej wartości standaryzowanej wskaźników cząstkowych dla**  
**obu grup, dane 2009; ustawienie wg wartości łącznej**

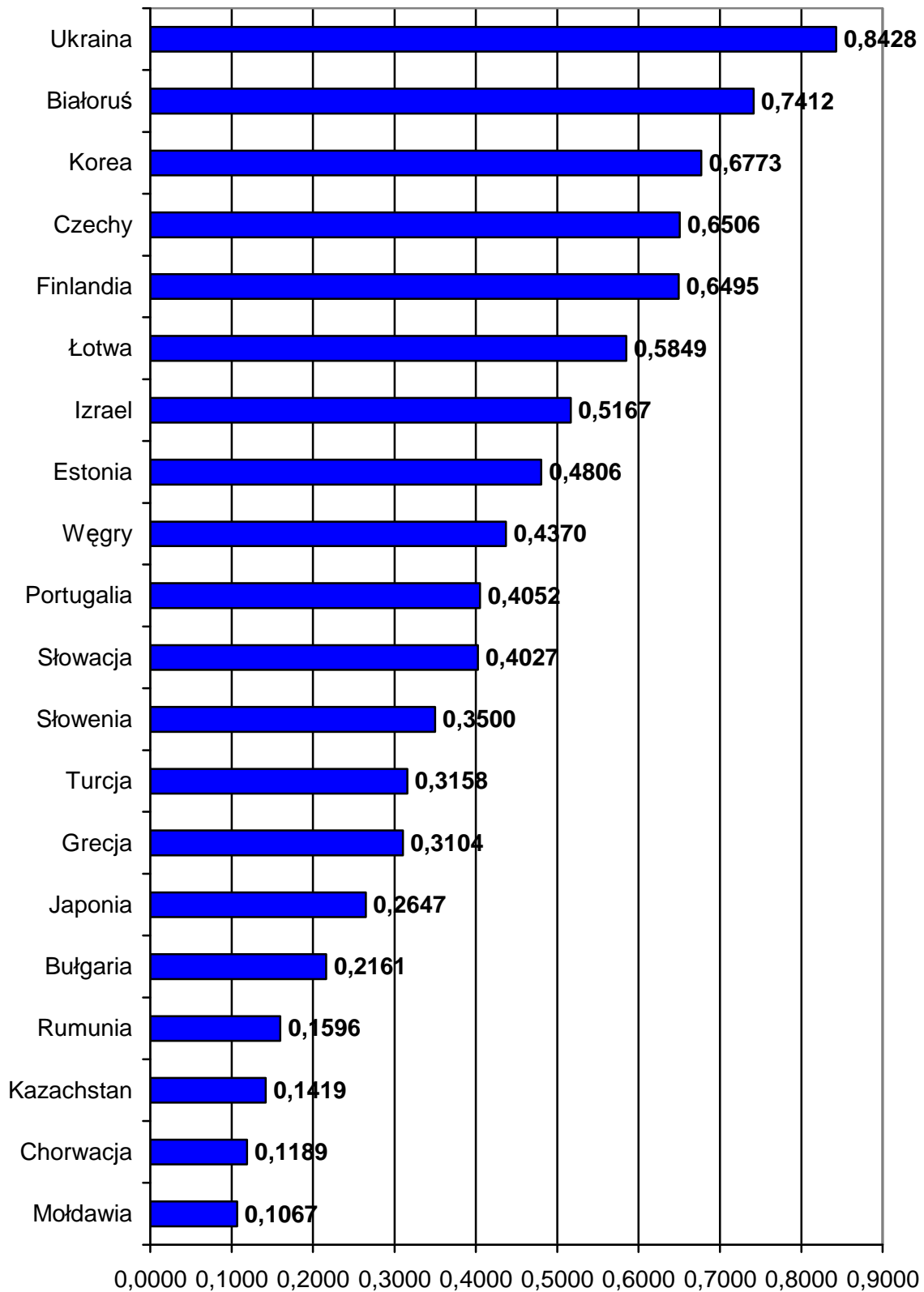
Lp.	Kraj	Średnia wartość w grupie wskaźników cząstkowych		Różnica wynikająca ze średniej dla Polski wobec średniej dla rynków emisyjnych	
		dla Polski	dla rynków emisyjnych	większa wartość dla Polski	mniejsza wartość dla Polski
1	Niemcy	0,8200	0,5884	0,2316	
2	Chiny	0,1169	0,5128		<b>-0,3959</b>
3	USA	0,1721	0,3763		<b>-0,2042</b>
4	Norwegia	0,0834	0,4419		<b>-0,3585</b>
5	Francja	0,1228	0,3653		<b>-0,2425</b>
6	W. Brytania	0,1967	0,1951	0,0016	
7	Irlandia	0,0778	0,3324		<b>-0,2546</b>
8	Włochy	0,1238	0,2694		-0,1806
9	Holandia	0,0973	0,3007		<b>-0,2034</b>
10	Kanada	0,0872	0,3044		<b>-0,2172</b>
11	Belgia	0,0557	0,3317		<b>-0,2760</b>
12	Australia	0,0972	0,2706		-0,1734
13	Dania	0,0784	0,2639		-0,1855
14	Szwecja	0,0817	0,2531		-0,1714
15	Brazylia	0,1274	0,1558		-0,0284
16	Litwa	0,2045	0,0482	0,1563	
17	Austria	0,0936	0,1910		-0,0974
18	Szwajcaria	0,0404	0,2586		<b>-0,2182</b>
19	Rosja	0,0892	0,1742		-0,0850
20	Hiszpania	0,0892	0,1720		-0,0828
21	Ukraina	0,1887	0,0293	0,1594	
22	Białoruś	0,1797	0,0074	0,1723	
23	Korea	0,0962	0,0975		-0,0013
24	Czechy	0,0980	0,0862	0,0118	
25	Finlandia	0,0568	0,1408		-0,0840
26	Łotwa	0,1094	0,0491	0,0603	
27	Izrael	0,0857	0,0580	0,0277	
28	Estonia	0,0775	0,0569	0,0206	
29	Węgry	0,0552	0,0721		-0,0169
30	Portugalia	0,0483	0,0707		-0,0224
31	Słowacja	0,0656	0,0468	0,0188	
32	Słowenia	0,0190	0,0914		-0,0724
33	Turcja	0,0485	0,0406	0,0079	
34	Grecja	0,0370	0,0542		-0,0172
35	Japonia	0,1073	-0,0549	0,1622	
36	Bułgaria	0,0263	0,0370		-0,0107
37	Rumunia	0,0222	0,0236		-0,0014
38	Kazachstan	0,0267	0,0117	0,0150	
39	Chorwacja	0,0071	0,0301		-0,0230
40	Mołdawia	0,0235	0,0043	0,0192	

Źródło: jak w zał. 1 i 2.

**WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2010**  
**Łączna wartość wskaźników cząstkowych dla obu grup, dane 2009**  
**Układ graficzny – Pierwsza dwudziestka**

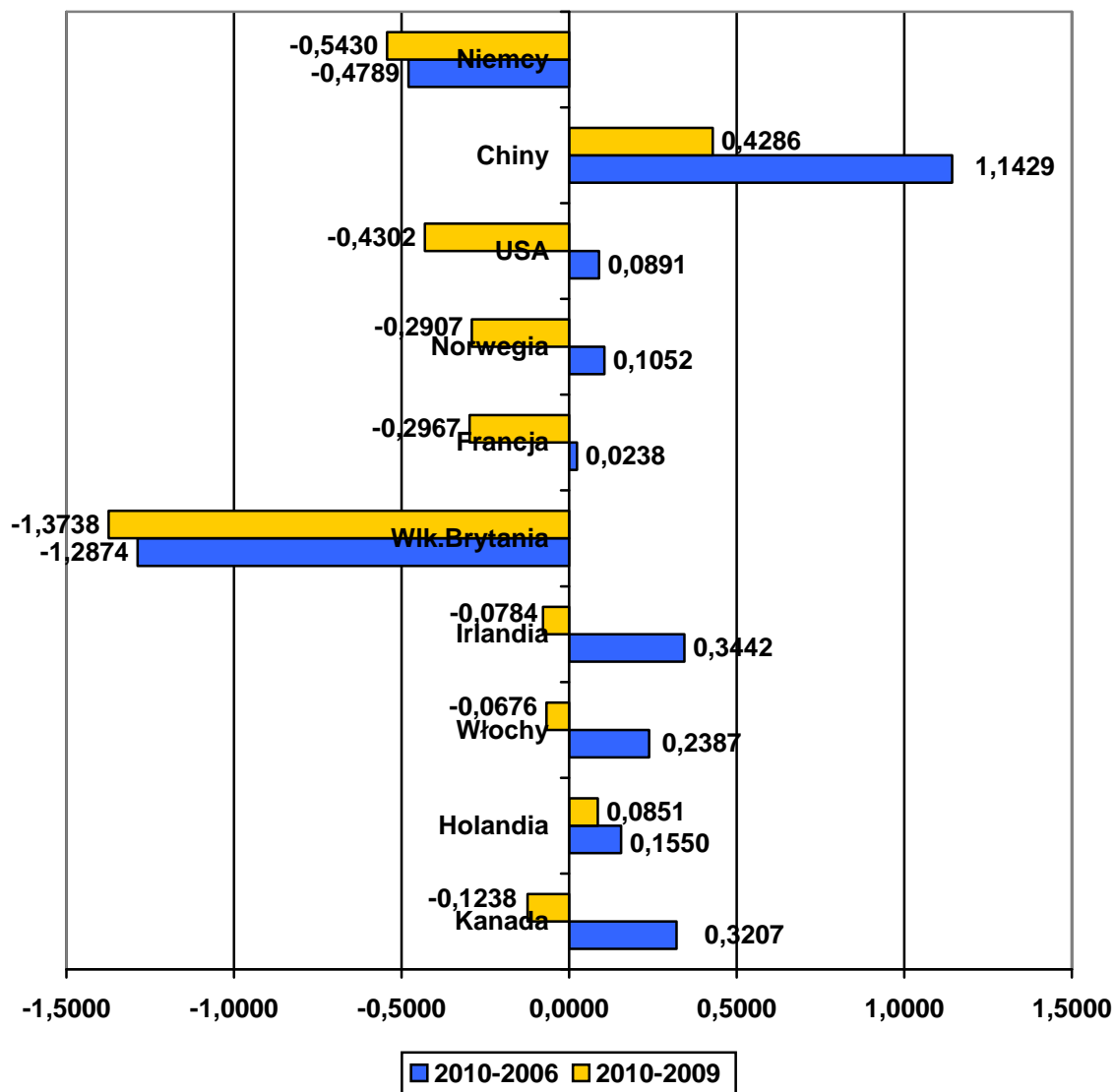


### Układ graficzny – Druga dwudziestka



Źródło: jak w zał. 1 i 2..

### Zmiany wartości WUTZ 2010 do 2009 i 2006 dla pierwszej dziesiątki krajów o najwyższej wartości WUTZ ogółem w 2010 r.

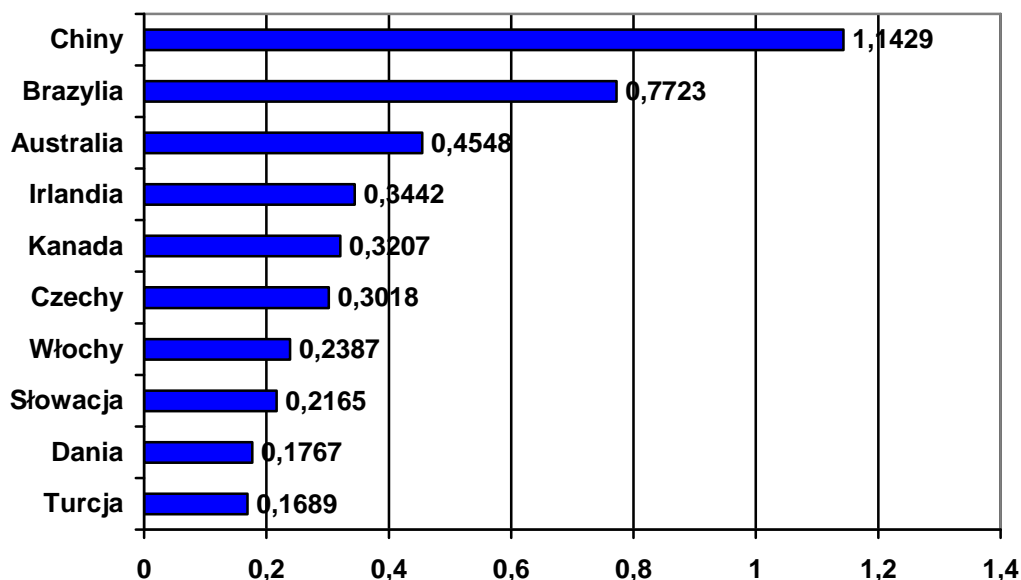


Źródło: jak w zał. 1 i 2..

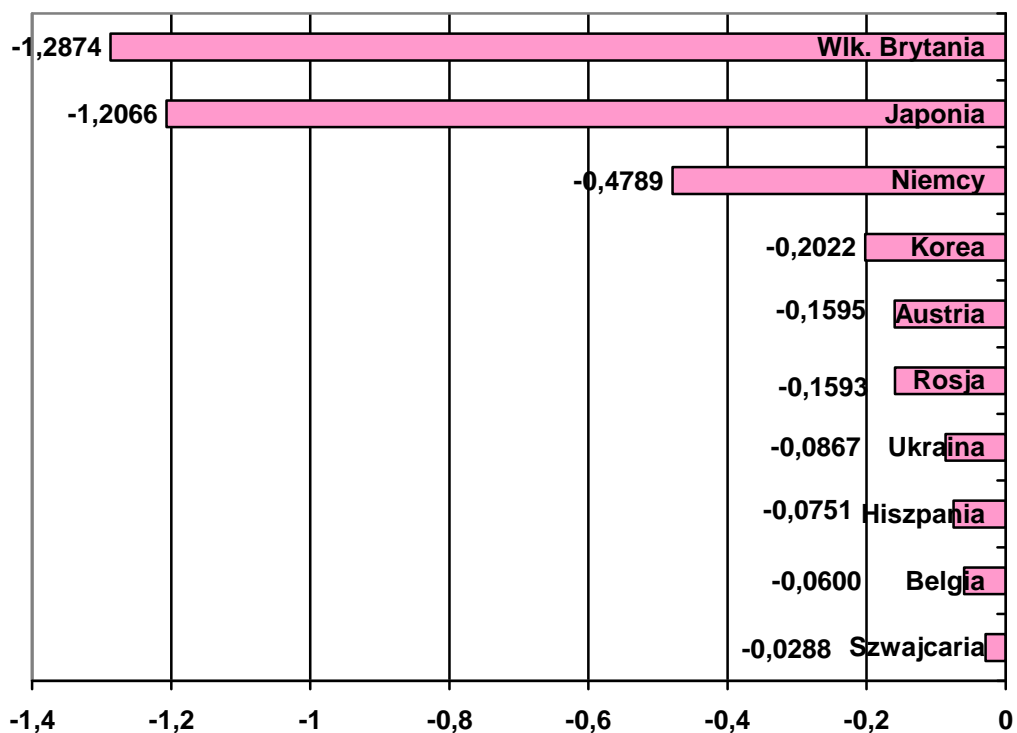


## Kraje o największych zmianach wartości WUTZ ogółem (dla 8 wskaźników) Porównanie 2010 do 2006

### Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 do WUTZ 2006

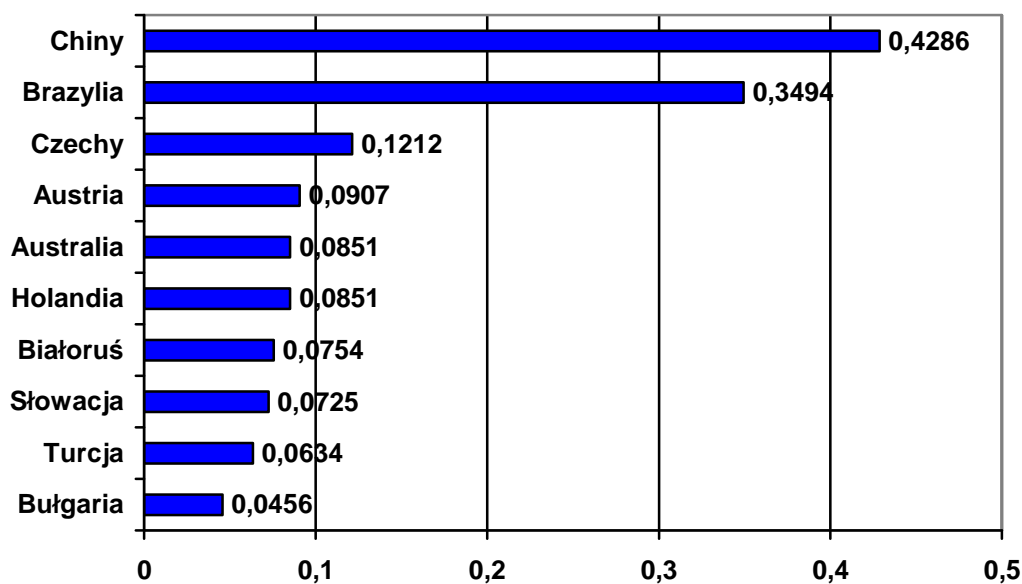


### Kraje ze największym spadkiem wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2006

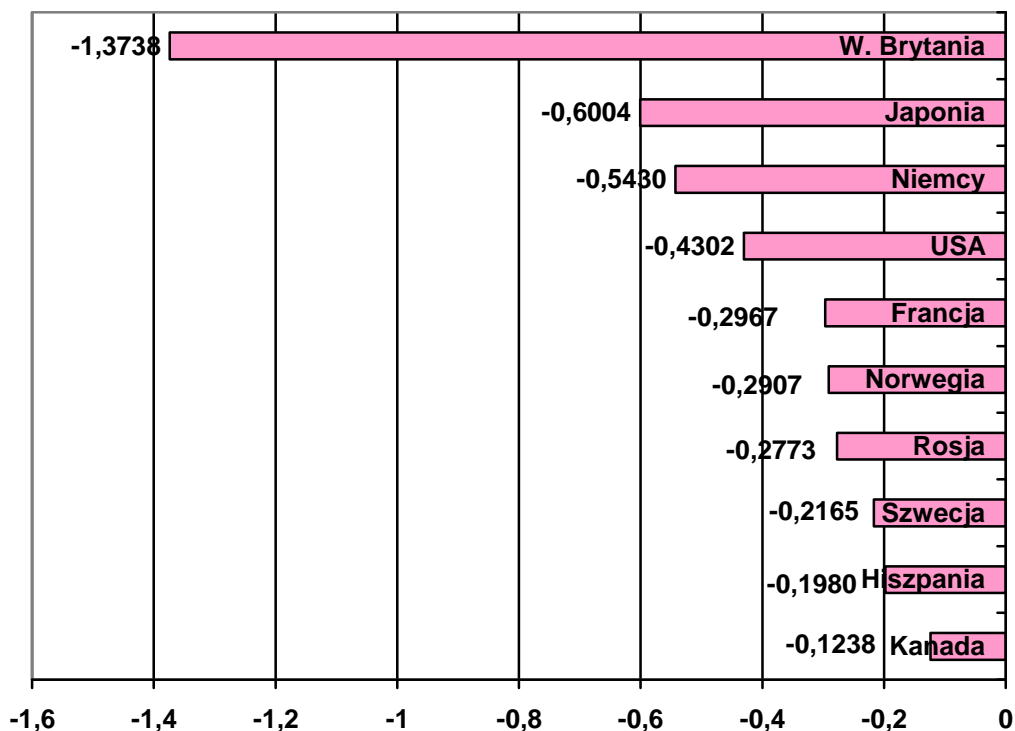


## Porównanie 2010 do 2009

### Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 do WUTZ 2009



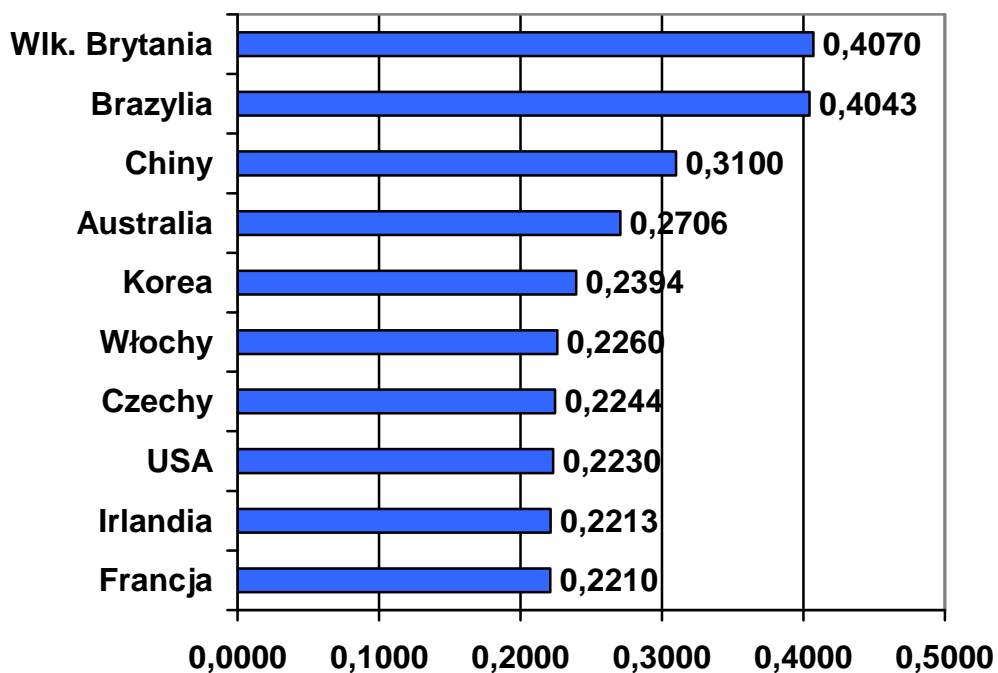
### Kraje o największym spadku wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2009



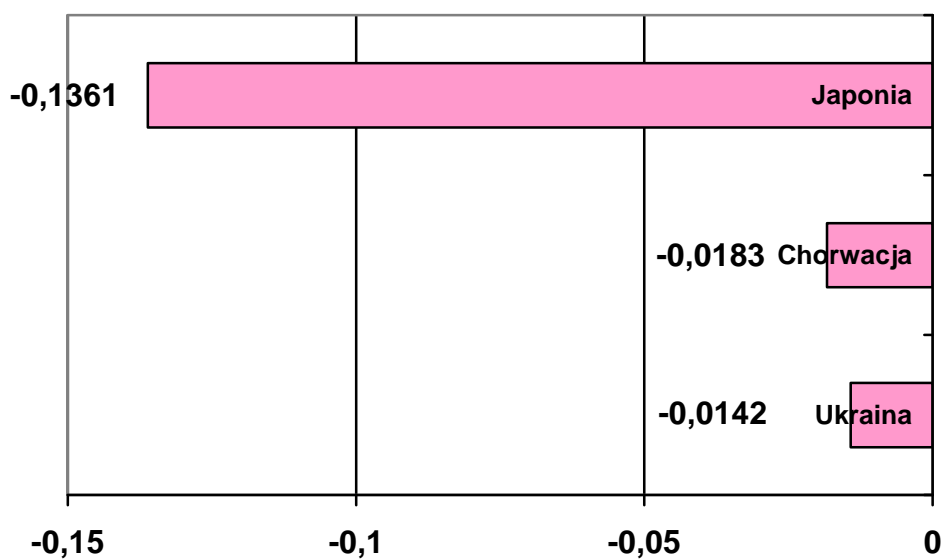
Źródło: jak w zał. 1 i 2..

### Kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla Polski (5 wskaźników) Porównanie 2010 do 2006

Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 Polska do 2006

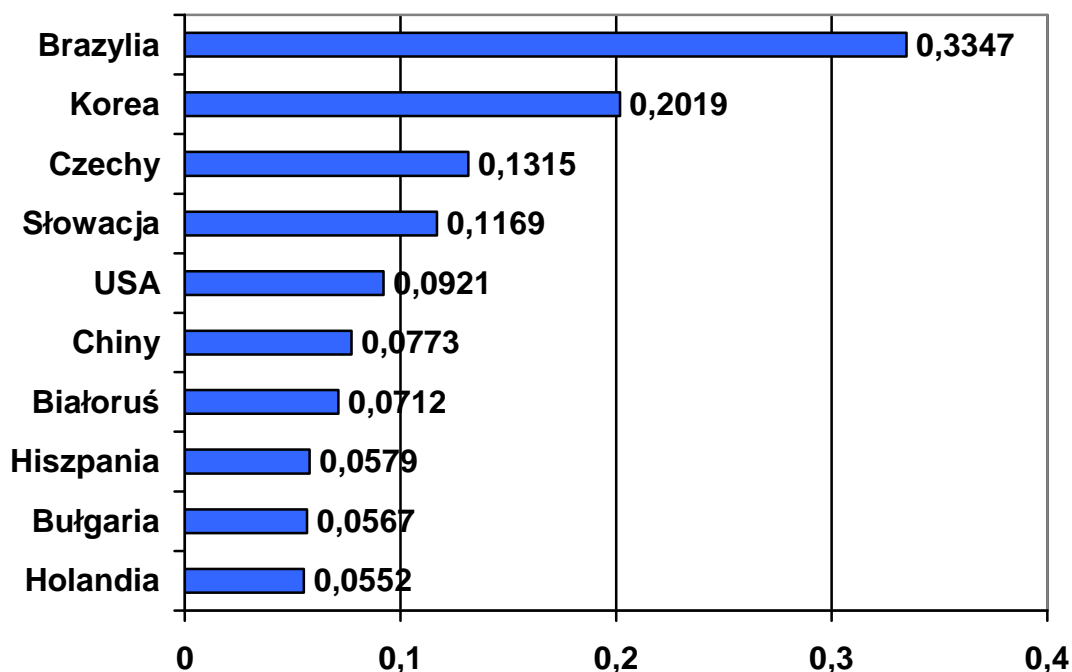


Kraje ze spadkiem wartości wskaźnika WUTZ 2010 Polska do 2006

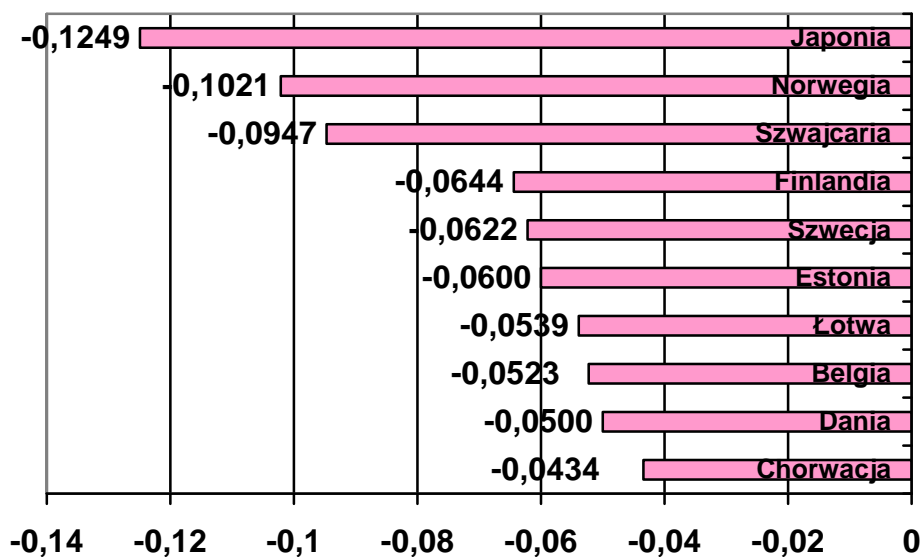


## Porównanie 2010 do 2009

### Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 Polska do 2009



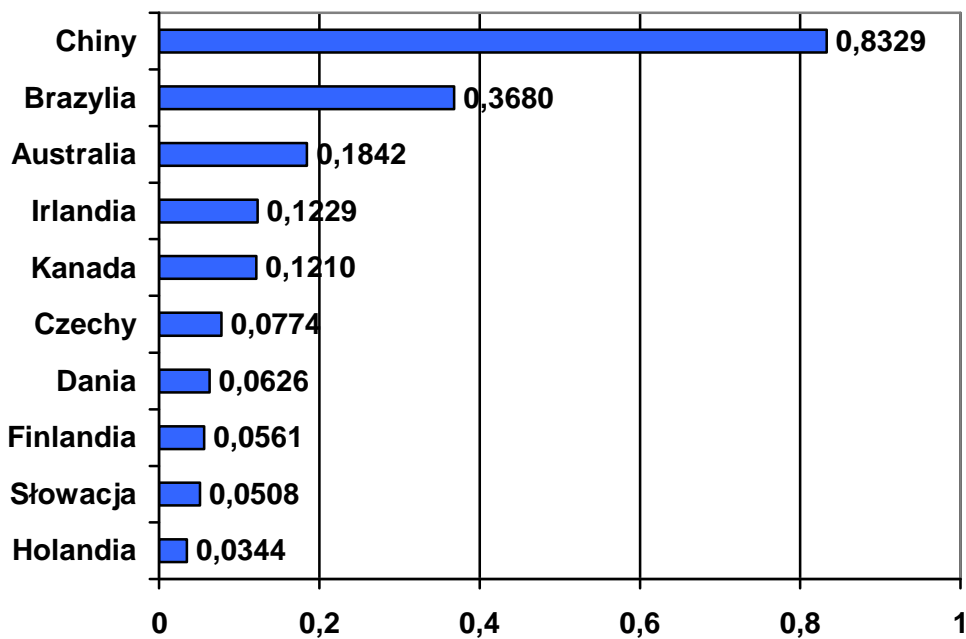
### Kraje o największym spadku wartości WUTZ 2010 Polska do 2009



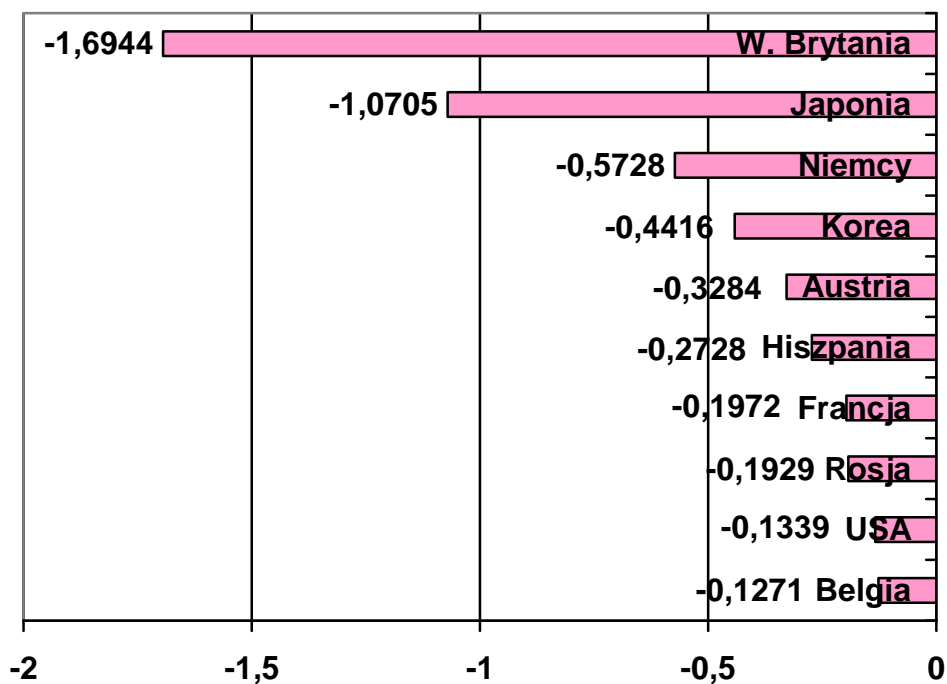
Źródło: jak w zał. 1 i 2..

### Kraje o największych zmianach wartości WUTZ dla świata (3 wskaźniki) Porównanie 2010 do 2006

Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2006 – świat

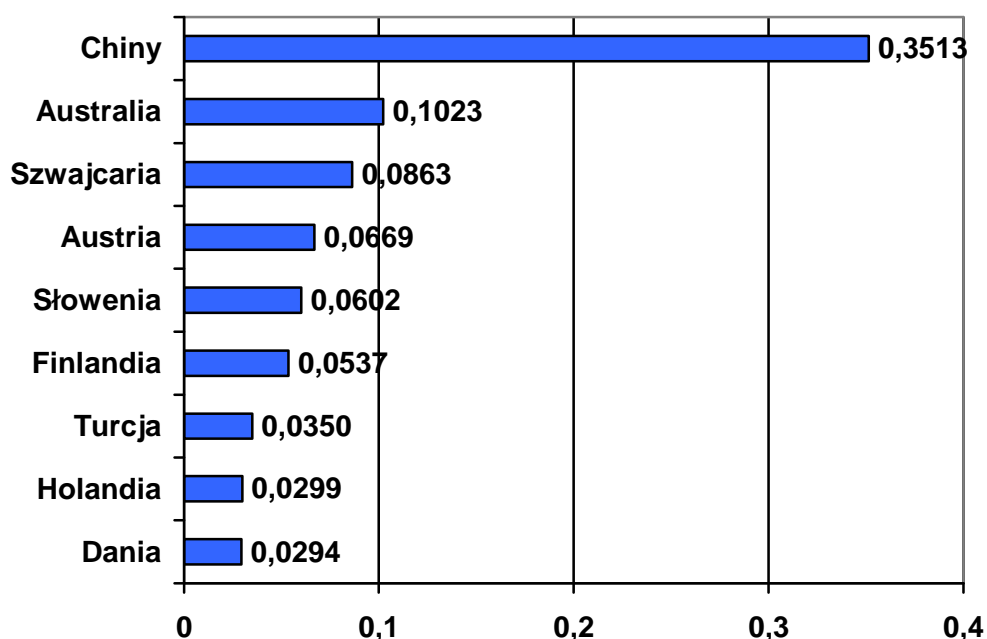


Kraje o największym spadku wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2006 – świat

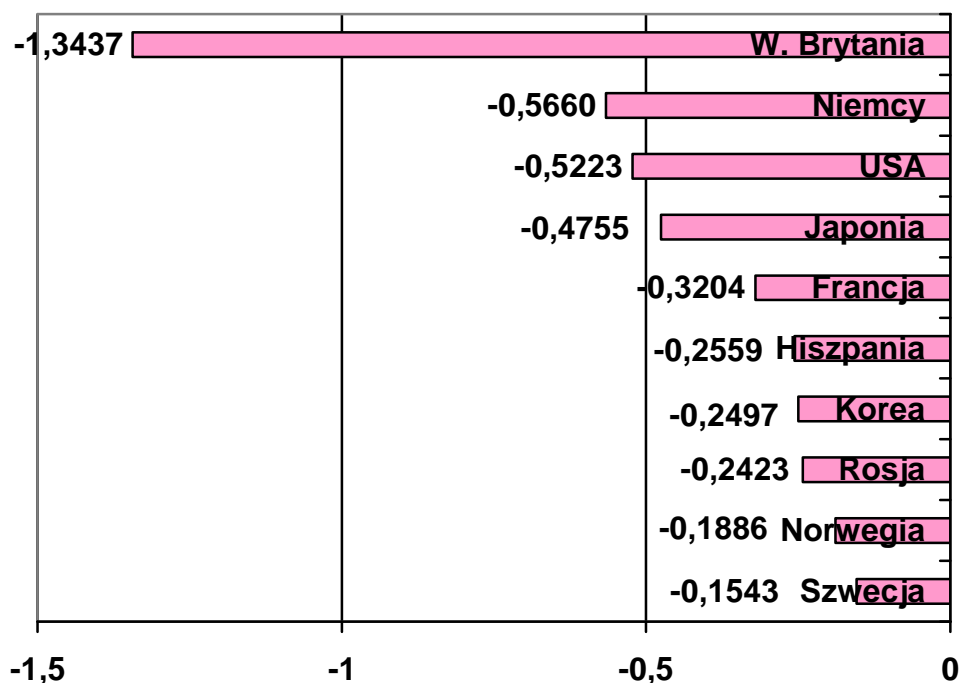


## Porównanie 2010 do 2009

Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2009 – świat



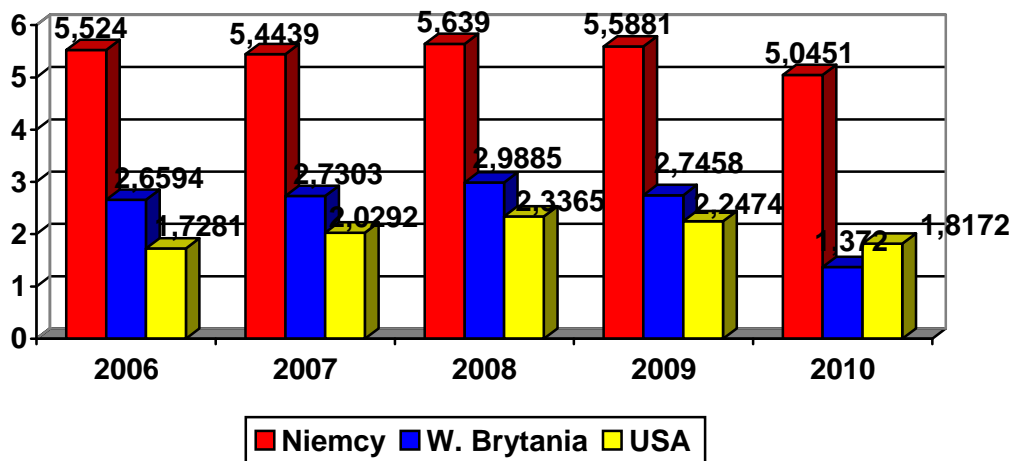
Kraje o największym spadku wartości wskaźnika WUTZ 2010 do 2009 – świat



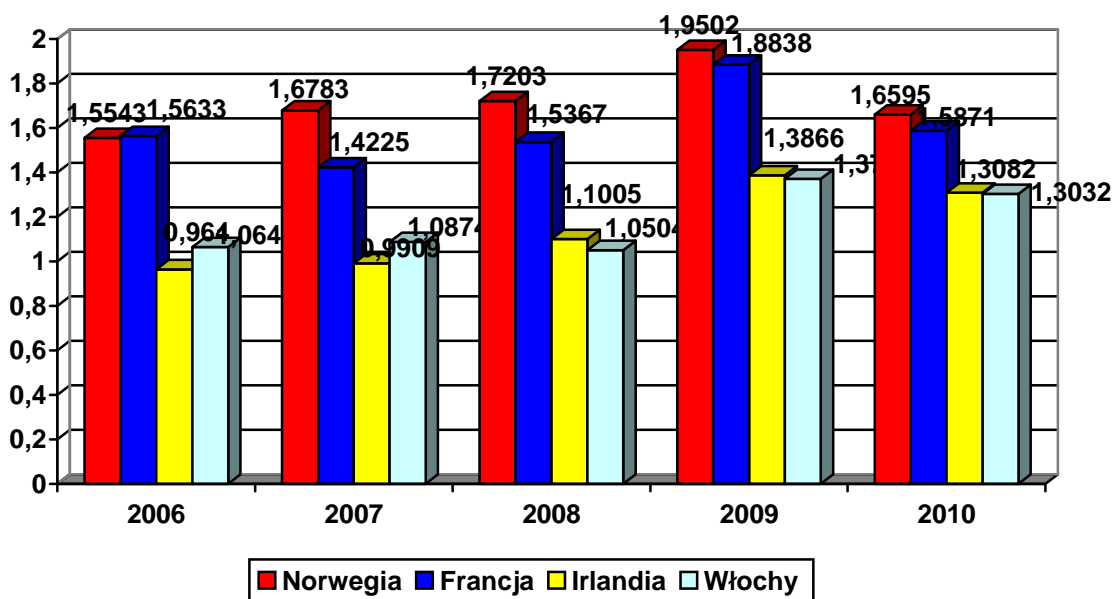
Źródło: jak w zał. 1 i 2..

## Wartości WUTZ (dla 8 wskaźników) 2006-2010 Wybrane kraje

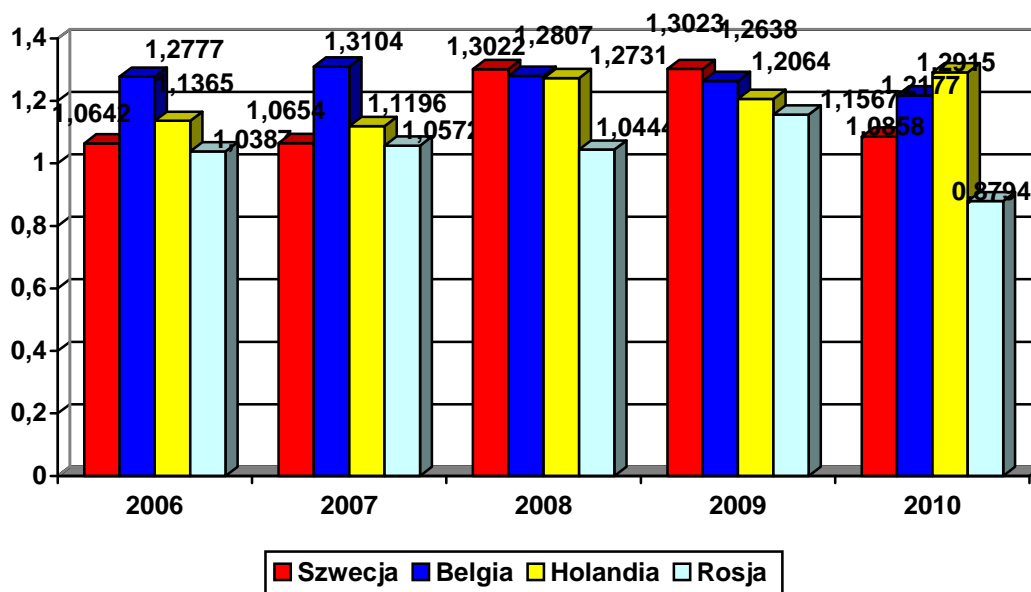
### 1. Wartości WUTZ (dla 8 wskaźników) 2006-2010 dla Niemiec, Wlk. Brytanii i USA



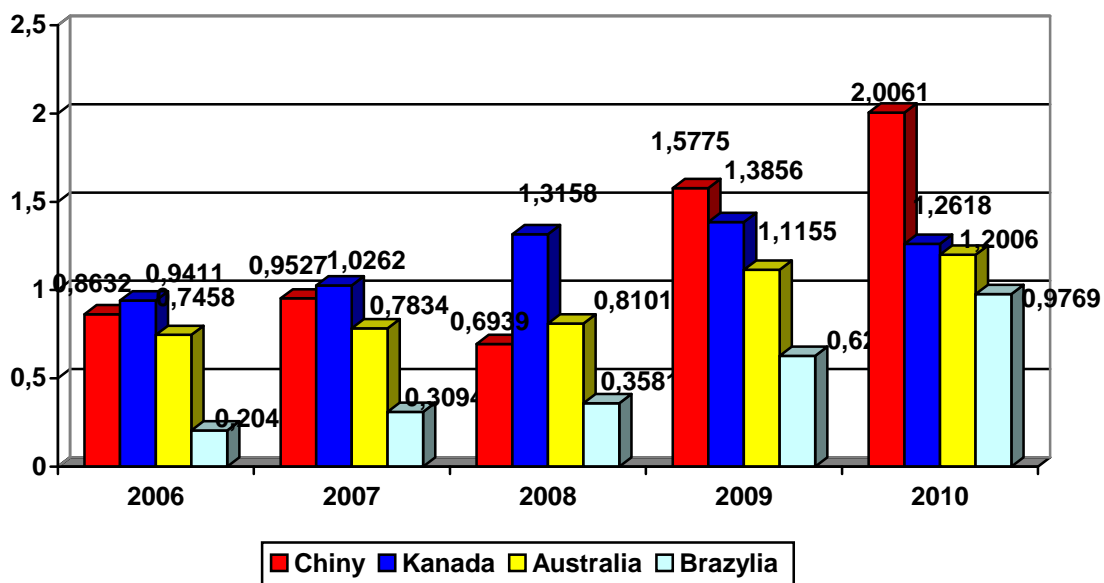
### 2. Wartości WUTZ (dla 8 wskaźników) 2006-2010 dla Norwegii, Irlandii, Francji i Włoch



### 3. Wartości WUTZ (dla 8 wskaźników) 2006-2010 dla Belgii, Holandii, Szwecji i Rosji



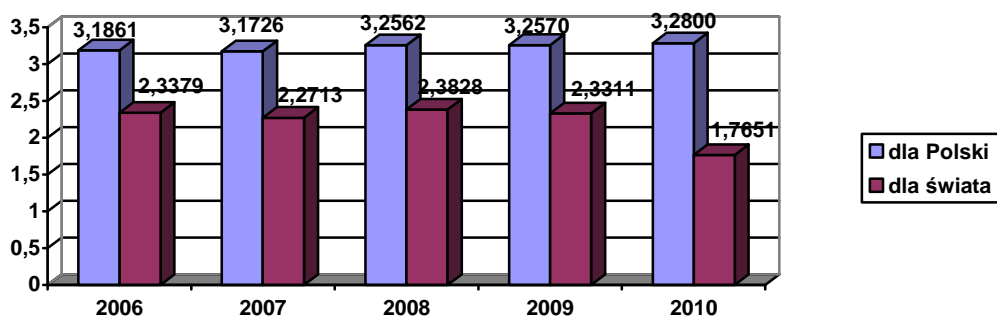
### 4. Wartości WUTZ (dla 8 wskaźników) 2006-2010 dla Chin, Kanady, Australii i Brazylii



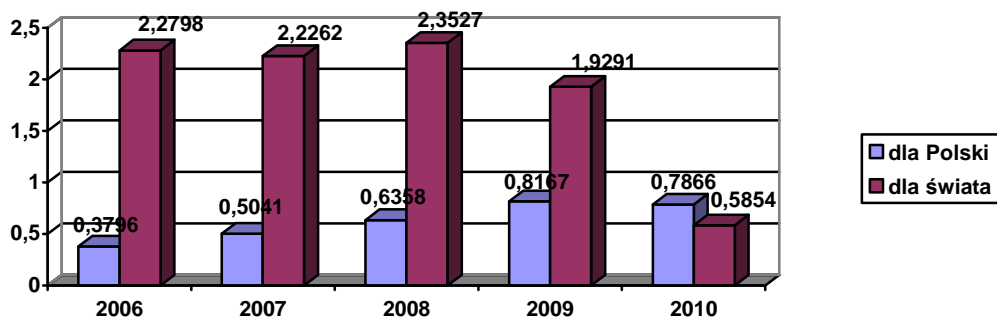


**ZMIANA WARTOŚCI WUTZ 2006-2010 (WYBRANE KRAJE)**  
**Wartości cząstkowe: dla Polski (5 wskaźników) i dla świata (3 wskaźniki)**

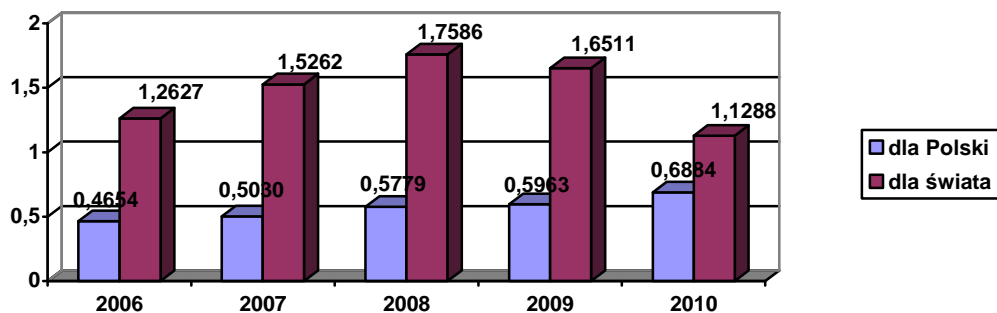
**Niemcy**



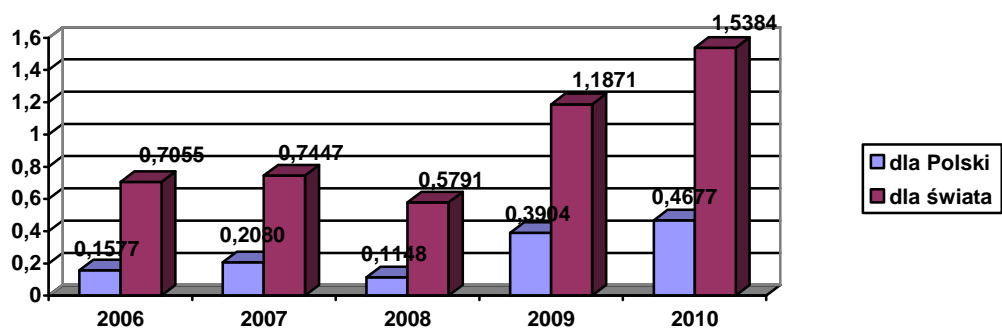
**Wlk. Brytania**



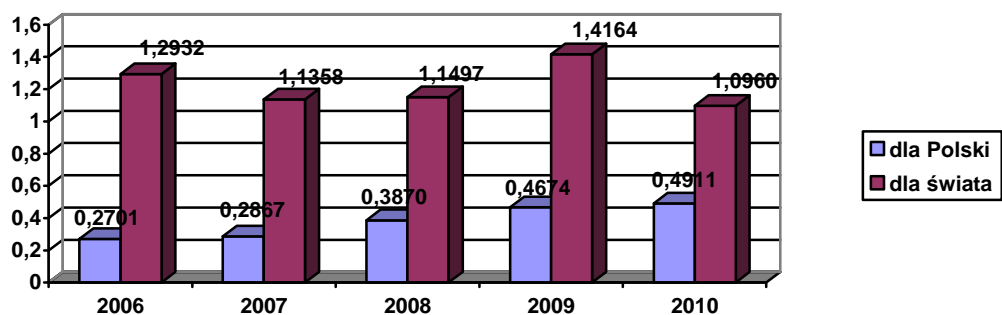
**USA**



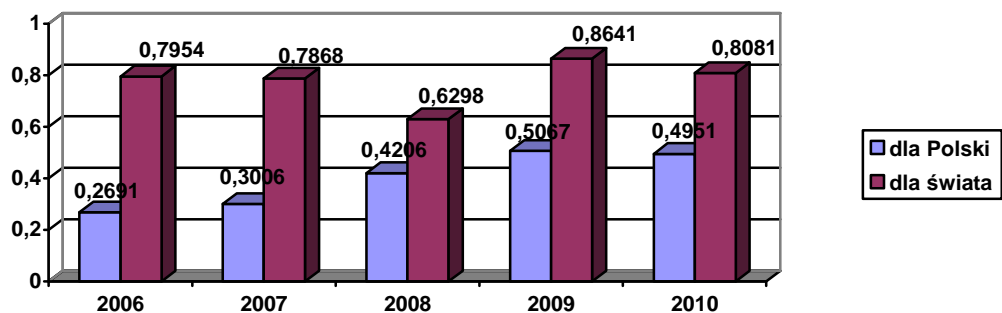
## Chiny



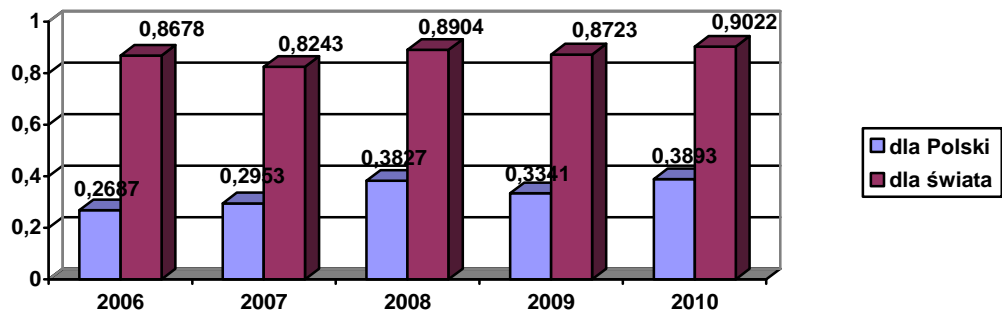
## Francja



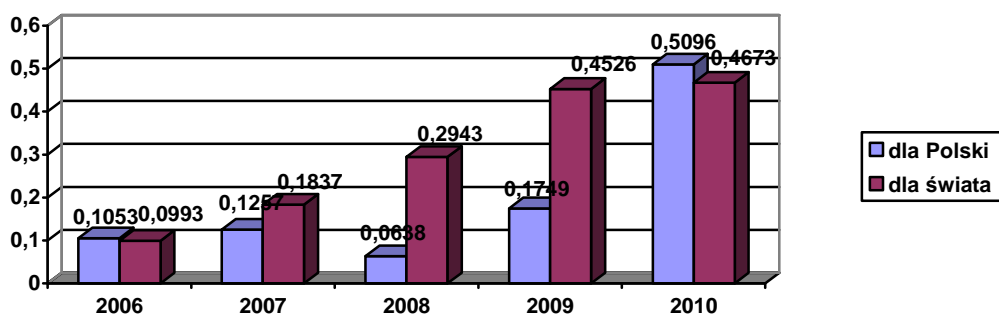
## Włochy



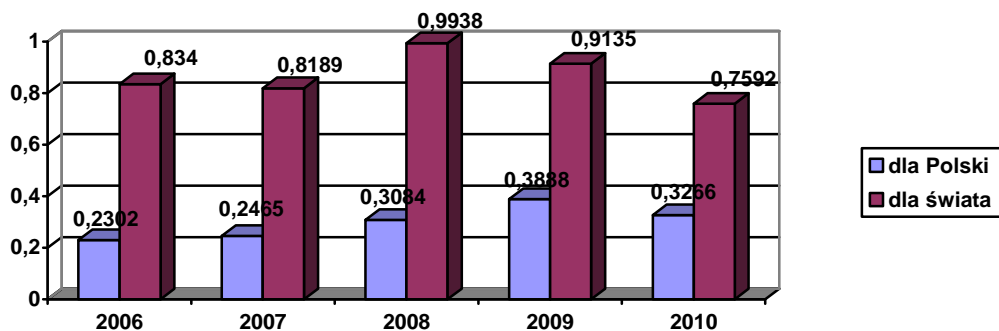
## Holandia



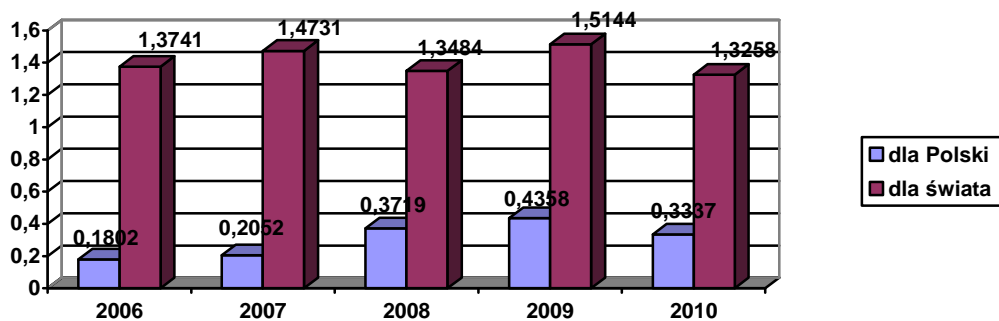
## Brazylia



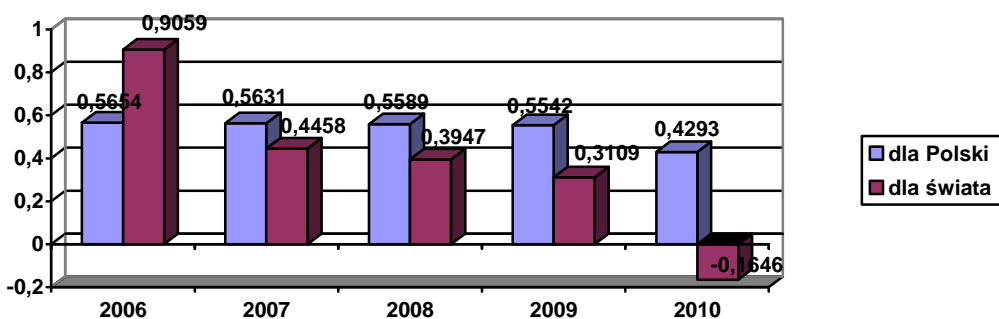
## Szwecja



## Norwegia



## Japonia



Źródła: dane wartości WUTZ z opracowań wartości Wskaźnika 2006-2010