

Trendy rozwojowe turystyki w Polsce przed i w trakcie pandemii COVID-19

Dokument powstał w ramach projektu 2.12
„Zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno-zawodowych
POWER.



Autorzy: Adam Juszczyk

Instytut Turystyki w Krakowie sp. z o.o.

30-614 Kraków

ul. Łęcze 23

Kraków 2020

Spis treści

Wstęp	3
1. Sytuacja ekonomiczna Polski przed i w czasie pandemii Covid -19	4
2. Udział turystyki i gastronomii w wydatkach Polaków na tle Unii Europejskiej	8
3. Profil polskiego i zagranicznego turysty.	10
4. Sytuacja branży turystycznej przed i w trakcie pandemii Coronawirusa.	12
Wnioski i rekomendacje	24

Wstęp

Ostatnie dekady były okresem wysokiego wzrostu zarówno turystyki międzynarodowej jak i krajowej. Dzięki wyższym dochodom Polacy znacząco więcej przeznaczali na wyjazdy krajowe, wycieczki zagraniczne, kulturę i rekreację oraz rodzimą gastronomię. Widoczny jest wzrost, nie tylko w liczbach bezwzględnych (do ponad 100 mld złotych na przestrzeni ostatnich lat), ale i procentowym udziale w wydatkach w przeciętnym koszyku konsumenta można dostrzec zwłaszcza w przypadku branży gastronomicznej której udział wzrósł z 2 do 3 procent.

Mimo dużego potencjału wzrostu sektor turystyczny, kulturalny oraz gastronomiczny zostały silnie dotknięte przez pandemię koronawirusa. W połowie marca Polski rząd ogłosił stan zagrożenia epidemicznego zamykając działalność większości firm z sektora turystycznego, gastronomicznego oraz kulturalnego. W ograniczonym stopniu mogły działać jedynie niektóre hotele (oferując noclegi np. w przypadku niezbędnych podróży służbowych) oraz lokale gastronomiczne, które miały możliwość oferować jedzenie z dowozem poza lokal.

Ograniczenia związane z koronawirusem mimo, że w większości zniesione na przełomie maja i czerwca co pozwoliło na skorzystanie choć częściowo z okresu wakacyjnego, wróciły wraz z drugą falą pandemii w październiku i listopadzie. Nie wszystkie firmy jednak z okresu wakacyjnego skorzystały w równy sposób. Niektóre z przedsiębiorstw sektora turystyki, których działalność opierała się na międzynarodowym ruchu turystycznym czerpiąc zyski albo z organizowania wycieczek Polaków za granicę lub z turystów zagranicznych przyjeżdżających do kraju notowały straty przez cały rok.

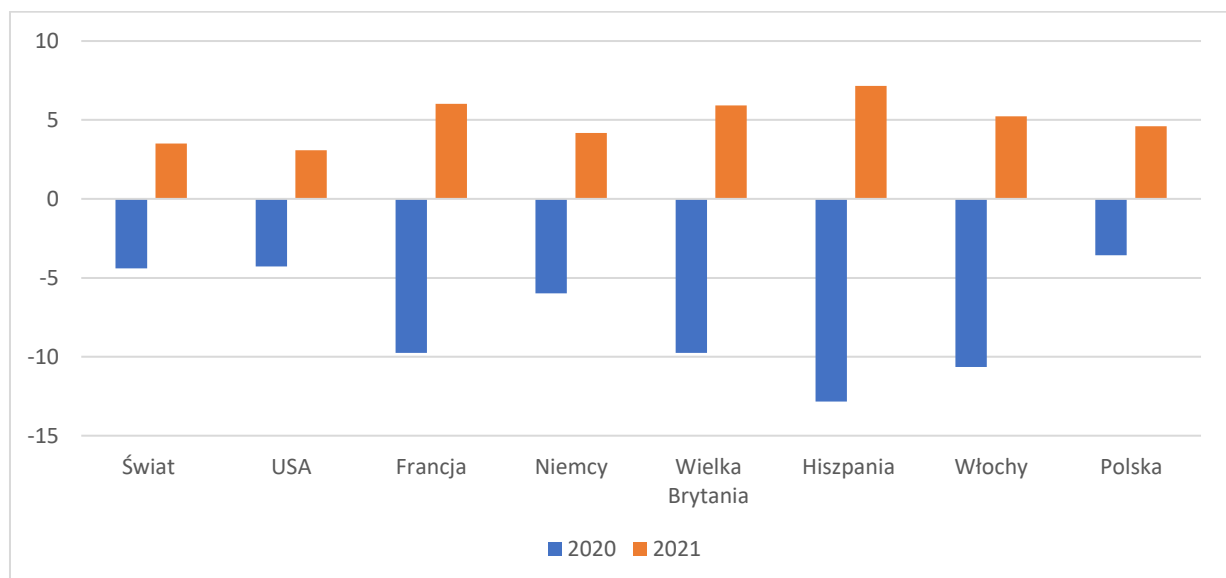
1. Sytuacja ekonomiczna Polski przed i w czasie pandemii Covid -19

Pandemia koronawirusa znacząco wpłynęła na sytuację gospodarczą Polski. Na skutek lockdownu oraz ograniczenia działalności wielu sektorów (a także niechęci ludzi do powrotu do dawnego modelu konsumpcji już po zniesieniu części ograniczeń) prognozowana przez NBP wartość PKB dla Polski w 2020 będzie o 3,5% niższa niż w 2019 r.

Jednocześnie Polski spadek PKB jest niższy niż wielu krajów europejskich. Według prognoz Międzynarodowego Funduszu Walutowego spadek PKB Niemiec będzie oscylować w 2020 r. ok. 6% (w wakacje prognozowano spadek o 8% ale Niemcy znacząco powyżej średniej regionu radzą sobie z drugą falą pandemii) zaś w przypadku krajów południa w których turystyka stanowi wysoki odsetek PKB spadki mogą wynosić kilkanaście procent (10% dla Francji, 10,6% dla Włoch i nawet 12,8% dla Hiszpanii). Dla całego świata prognoza spadku PKB wynosić ma 4,4% (dla porównania podczas kryzysu finansowego w 2009 roku spadek globalnego PKB wynosił -0.1%)

Według prognoz MFW opublikowanych w październiku w przyszłym roku gospodarka światowa powróci na ścieżkę wzrostu. W 2021 roku globalne PKB ma wzrosnąć o ok. 3,5%. Prawie nigdzie wzrost PKB w 2021 r. nie zrekompensuje spadków z tego roku. W krajach południa Europy jak Hiszpania czy Włochy prognozowany wzrost PKB w 2021 r. wynosić będzie nieco powyżej 5-7% co oznacza odrobienie połowy spadku z 2020 r.

Wykres 1 Dynamika PKB na świecie oraz w wybranych krajach w 2020 oraz 2021 r. według prognoz Międzynarodowego Funduszu Walutowego (w proc.)

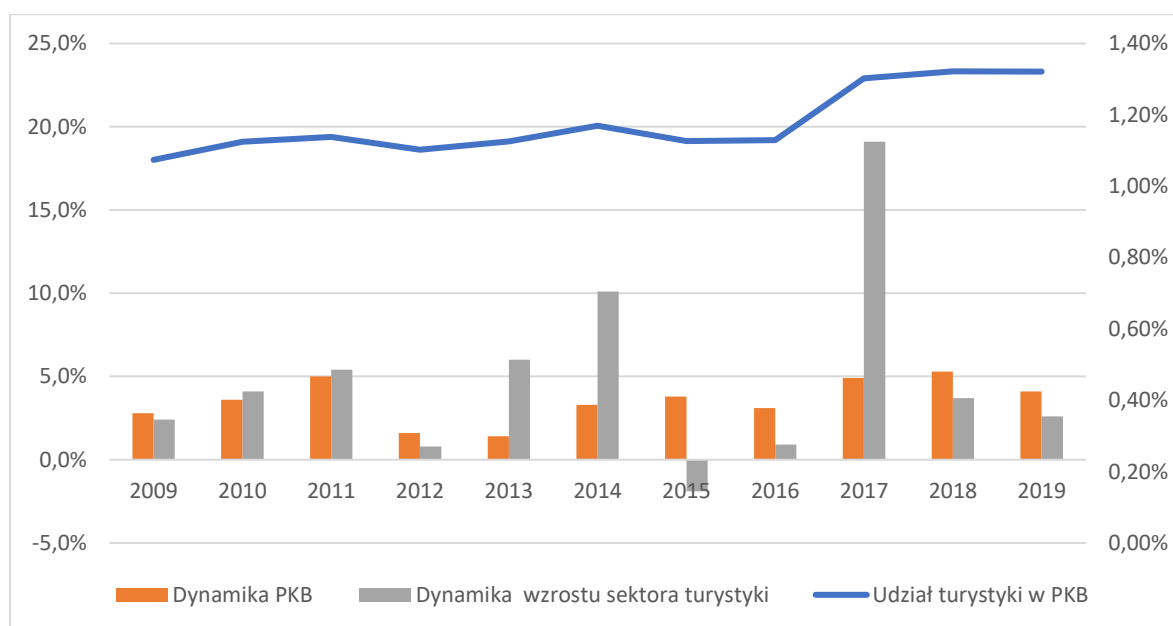


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych MFW

Jest to pierwszy spadek PKB w Polsce od czasów transformacji. Polska pozostała „zieloną wyspą” nawet podczas kryzysu ekonomicznego z lat 2008-2009. W 2018 roku dynamika wzrostu PKB Polski wynosiła 5,3% zaś w 2019 4,1%. Według prognoz przed wystąpieniem COVID- 19 PKB Polski w 2020 miało wzrosnąć w stosunku do 2019 o ok. 3,3% (Komisja Europejska).

W ostatnich latach dynamicznie rozwijał się także sektor turystyczny w Polsce. W 2017 wzrósł o blisko 20% dzięki czemu jego bezpośredni udział w PKB wzrósł z 1,1-1,2% do ponad 1,3%, osiągając w 2019 r. 1,32% udziału w krajowym PKB przy wzroście sektora o 2,6% w stosunku do 2018 r. Łączny udział sektora turystycznego w PKB (bezpośredni i pośredni) szacowany jest na ok. 4%¹

Wykres 2 Dynamika wzrostu PKB ogółem oraz wzrostu sektora turystycznego (w proc, L) oraz udział sektora turystycznego w ogólnej produkcji PKB (w proc, P)

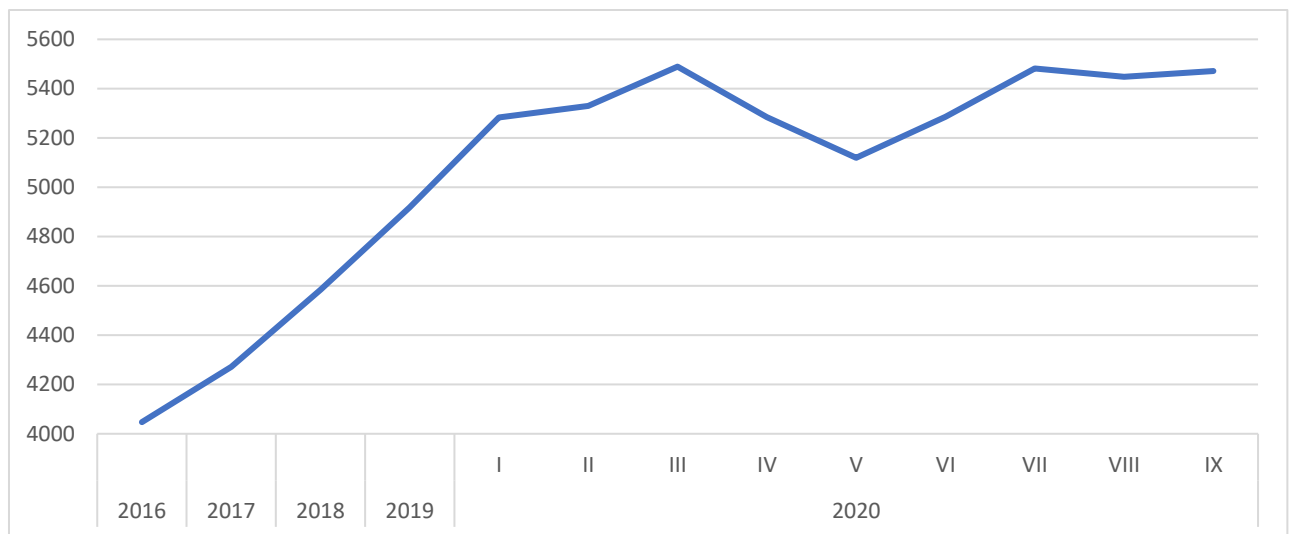


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Pandemia koronawirusa i idący za nią lockdown odbiły się także na średnich zarobkach. W maju przeciętne wynagrodzenie w gospodarce wynosiło 5112 złotych brutto co było spadkiem o blisko 380 złotych w porównaniu do marca, w którym to przeciętna płaca kształtowała się na poziomie 5489 złotych. W czerwcu można zauważyć jednak odwrót od trendu spadkowego i wzrost wynagrodzenia do 5286 złotych. We wrześniu wynagrodzenie przeciętne wyniosło 5472 złotych, czyli prawie wróciło do poziomu jaki można było obserwować w marcu.

¹ https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2020/05/PIE-Raport_Turystyka.pdf

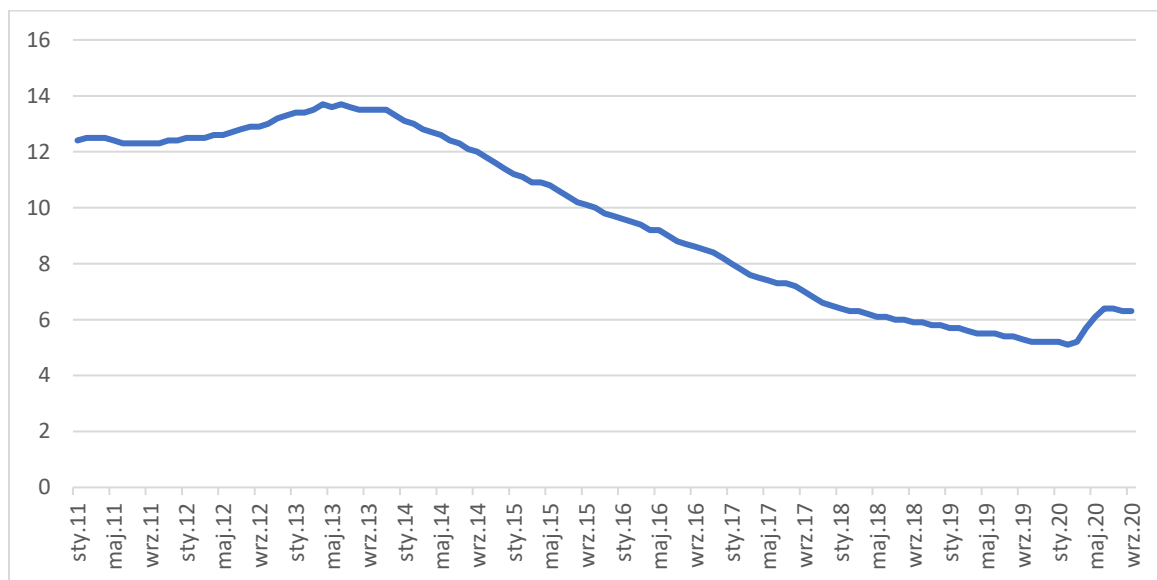
Wykres 3 Przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej (w PLN)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wbrew obawom nie wzrosło drastycznie także bezrobocie. Liczba bezrobotnych w czerwcu przekroczyła milion a stopa rejestrowanego bezrobocia we wrześniu wyniosła 6,3%, co jest poziomem poniżej przewidywań analityków i wzrostem o 1,1 pkt. proc w porównaniu do stycznia 2020 r. Jednocześnie obecne bezrobocie jest niższe niż w latach 2011-2017.

Wykres 4 Stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce (w proc.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

- W ramach przeciwdziałania kryzysowi gospodarczemu wywołanemu koronawirusem, polski rząd uruchomił środki w postaci tzw. „tarczy antykryzysowej”. W jej ramach do 31 lipca 2020 r. wsparcie wyniosło ponad 123 mld PLN w tym:

- 21,08 mld zł - zwolnienie z obowiązku opłacenia należności z tytułu składek do ZUS za okres marzec - maj 2020 r., odroczenia/rozłożenia na raty składek do ZUS, świadczenia postojowe;
- 22,10 mld zł. - dofinansowania na ochronę miejsc pracy z Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, dofinansowania wynagrodzeń pracowników dla MMŚP z Europejskiego Funduszu Społecznego, mikropożyczki dla przedsiębiorców;
- 60,31 mld zł - subwencje z Tarczy Finansowej PFR;
- 19,73 mld zł - zabezpieczenie kredytów BGK;
- 45,3 mln zł - wsparcie z ARP.

W związku z drugą falą pandemii i zakazaniem działalności niektórych branż rząd obwieścił dodatkowy program pomocy dla czterech z nich – tzw. Tarcze branżową. Będzie ona dotyczyć firm z branży:

- gastronomicznej
- rozrywkowej (np. kina, sale koncertowe)
- dbającej o zdrowie fizyczne (siłownie, kluby fitness itp.)
- sprzedaży detalicznej (targowiska. bazary)

W jej ramach przedsiębiorstwa mogą domagać się zwolnienia ze składem ZUS i świadczenia postojowego za listopad, a także dotacji w wysokości 5 tys. złotych. Warunkiem uzyskania pomocy jest uzyskanie przychodu za listopad niższego o 40% w stosunku do zeszłego roku². Według rządu dotychczas trafiło do tych sektorów blisko 7,9 mld złotych w ramach Tarczy finansowej od PFR a także 2,9 mld złotych z tytułu świadczeń postojowych i zwolnień z płatności ZUS³

Osobną tarczę otrzymała branża turystyczna. Ogłoszona we wrześniu 2020 r. obejmuje:

- preferencyjne pożyczki na zwroty wpłat klientów organizatorów turystyki,
- powstanie specjalnego funduszu, w którym będą gromadzone pieniądze na zwroty za odwołane imprezy turystyczne,
- ustanowienie dodatkowego postojowego oraz zawieszenie składek ZUS dla branży turystycznej.

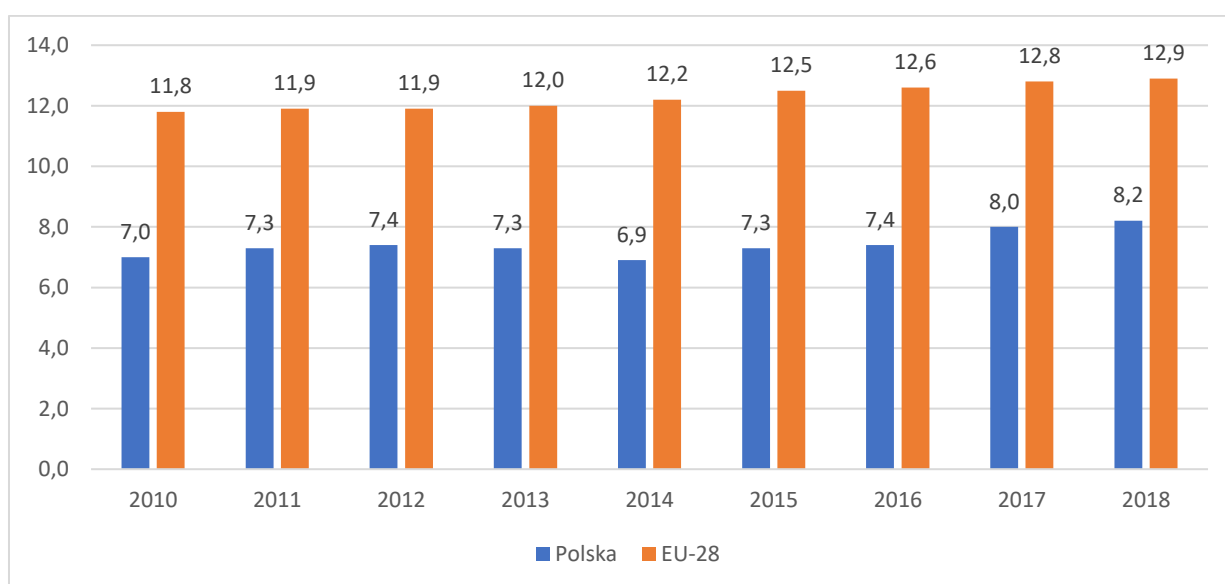
² <https://www.gov.pl/web/tarczaantykryzysowa/antykryzysowa-tarcza-branzowa--wsparcie-dla-firm-w-zwiazku-z-covid-19>

³ Stan na 27.10.2020

2. Udział turystyki i gastronomii w wydatkach Polaków na tle Unii Europejskiej

W ostatnich latach Polski konsument coraz więcej wydaje na turystykę i rekreację. Udział 4 kategorii wydatków – kultury i rekreacji, wycieczek zorganizowanych, gastronomii oraz zakwaterowania (w tym hoteli) w koszyku przeciętnego konsumenta wzrósł z 7% w 2010 r. do 8,2% w 2018 r. Dalej jest to jednak mniej niż na turystykę i rekreację wydawał przeciętny mieszkaniec UE 28 – 12,9%.

Wykres 5 Wydatki w koszyku konsumenta na turystykę, rekreację i gastronomię w koszyku konsumenta w Polsce i UE 28.

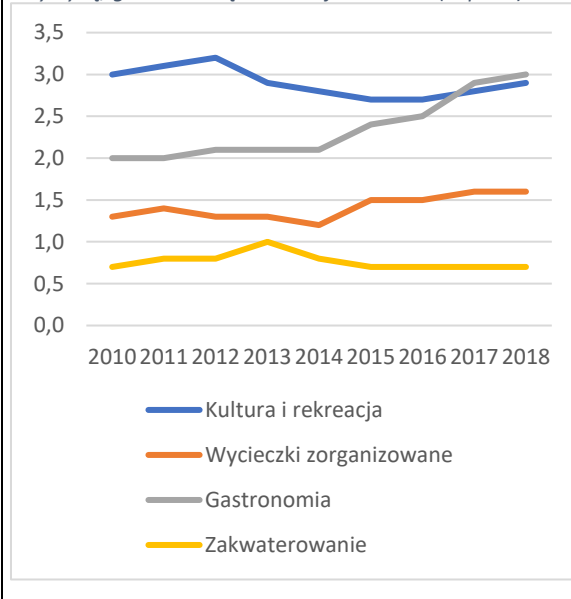


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu

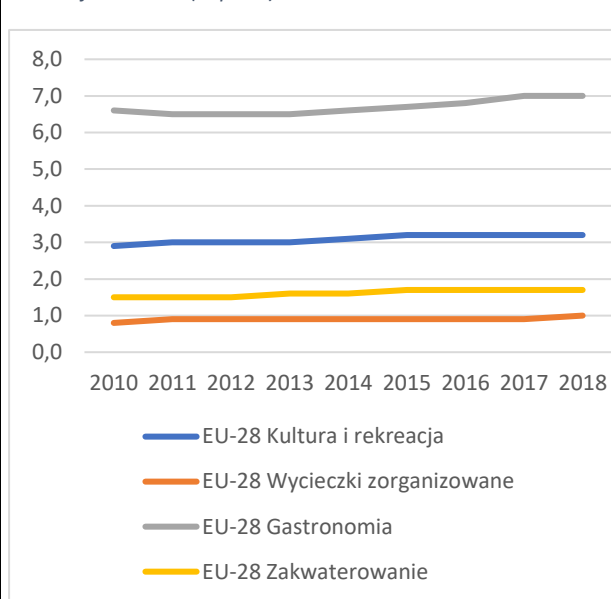
Większy procent budżetu mieszkańcy UE przeznaczają przede wszystkim na gastronomię. W Polsce mimo wzrostu o ponad 1 punkt procentowy (z 2 do 3%) dalej wydajemy znacznie mniej od przeciętnego Europejczyka na tzw. „stołowanie się na mieście” (7%). Mniej ze swojego budżetu przeznaczamy także na zakwaterowanie (0,7% w Polsce w porównaniu do 1,7% średnio dla UE-28).

Podobny procent naszych wydatków przeznaczamy jednak na kulturę i rekreację (2,9% w Polsce w porównaniu do 3,2% w Unii). Co może być jednak zaskoczeniem, wydajemy więcej na wycieczki zorganizowane (1,6% w Polsce w porównaniu do 1% w Unii), co może świadczyć o tym, że mimo zwiększenia wyjazdów turystycznych, zwłaszcza w przypadku wyjazdów zagranicznych Polacy przekładają wyjazdy zorganizowane od wyjazdów na własną rękę.

Wykres 6 Odsetek budżetu domowego wydawanego w 2018r. na poszczególne kategorie konsumpcji związane z turystyką, gastronomią i rekreacją w Polsce (w proc.)



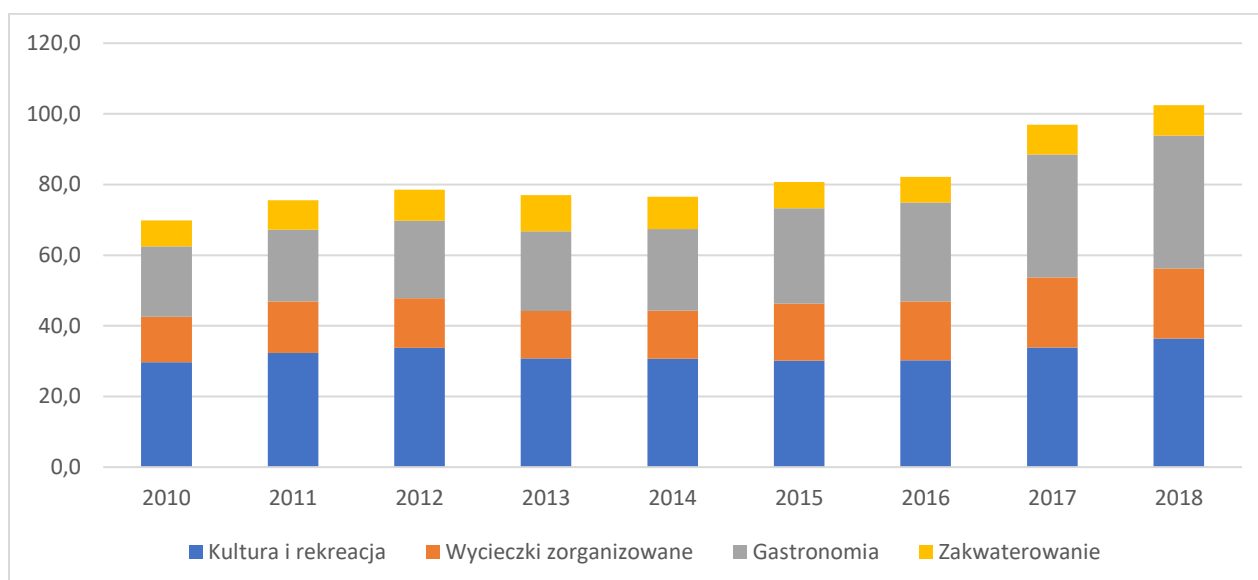
Wykres 7 Odsetek budżetu domowego wydawanego w 2018r. na poszczególne kategorie konsumpcji związane z turystyką i rekreacją w EU 28 (w proc.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu

Biorąc pod uwagę wzrost zamożności Polaków (a co za tym idzie większy dochód rozporządzalny), wydatki na turystykę i rekreację wzrosły z niespełna 70 mld do ponad 100 mld PLN. Największy wzrost można zauważyć w przypadku gastronomii, na którą Polacy w 2018 r. wydawali prawie 2 razy więcej niż w 2010 r. (wzrost z 20 mld do 38 mld PLN).

Wykres 8 Łączne wydatki konsumentów na turystykę, kulturę i rekreację oraz gastronomię w Polsce (w mld PLN)



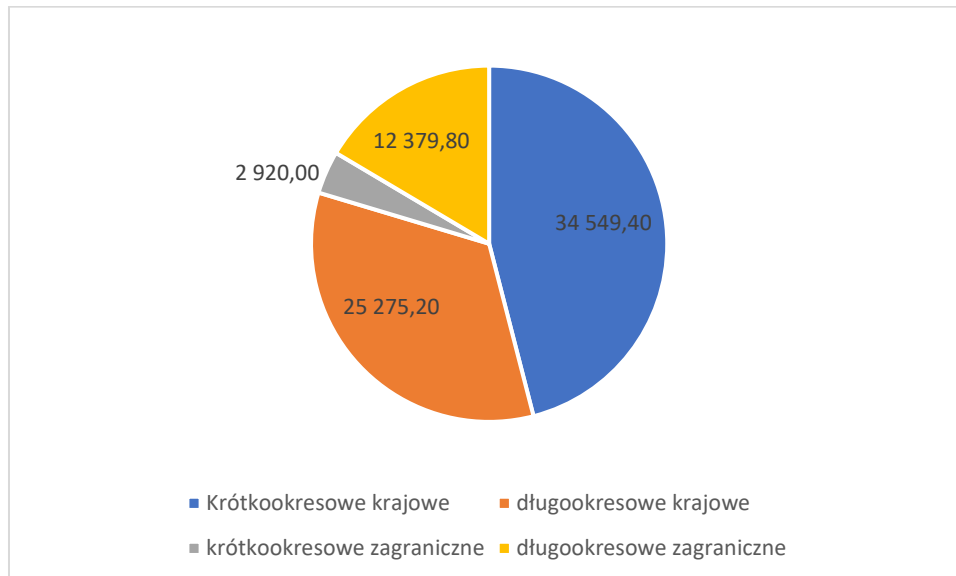
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu

Uwaga: Przeliczenie po kursie 4,44 pln za eur

3. Profil polskiego i zagranicznego turysty.

W 2019 r. liczba wyjazdów turystycznych (tj. z min. jednym noclegiem) wyniosła 75,12 mln (63,5 mln. jeżeli liczyć jedynie obywateli pow. 15 r.ż.). Blisko połowę z nich (46%) wynosiły krótkookresowe wyjazdy krajowe (od 2 do 4 dni), natomiast krajowe wycieczki dłuższe niż 4 dni stanowiły kolejne 34% wyjazdów. Jedynie 20% wszystkich wyjazdów turystycznych Polaków w 2019 r. stanowiły wycieczki zagraniczne.

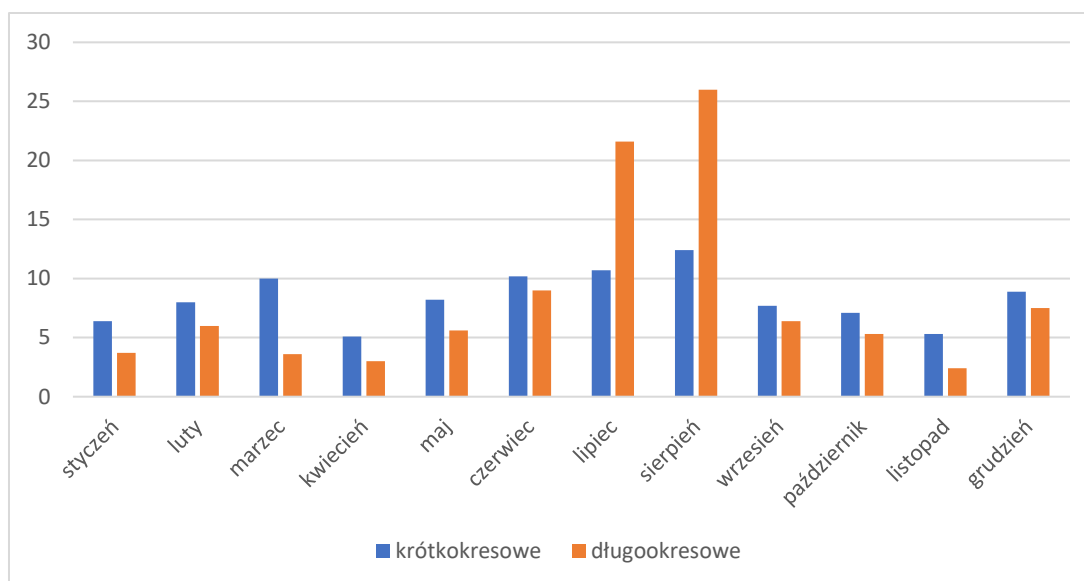
Wykres 9 Liczba wyjazdów turystycznych w podziale na wycieczki zagraniczne i krajowe oraz długo i krótkookresowe (w tys.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Krótkookresowe podróże turystyczne Polaków w kraju rozkładały się stosunkowo równo na cały rok. Najwięcej z nich przypada na marzec (10%) oraz miesiące letnie (od 10,2% w czerwcu do 12,4% w sierpniu). Najmniej w kwietniu i listopadzie (po ok. 5%). Większą sezonowością odznaczają się natomiast wyjazdy długoterminowe – tu dominują lipiec i sierpień łącznie odpowiadając za 48% wszystkich długoterminowych wyjazdów turystycznych w Polsce. Wynika to m.in. z różnicy między dominującym celem obu typów wyjazdów. Podczas gdy wśród dłuższych wyjazdów 59% ma na celu odpoczynek i rekreację, cel taki ma jedynie 31% wyjazdów krótkookresowych. Wśród tych głównym celem są odwiedziny u znajomych i rodziny (blisko 60%) co dotyczy jedynie 31% wyjazdów długookresowych.

Wykres 10 Rozkład sezonowy krajowych wyjazdów krótko i długo okresowych (w proc.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W 2019 r. podczas podróży krajowych z co najmniej jednym noclegiem, najwięcej turystów w wieku 15 lat lub więcej odwiedziło województwo pomorskie i małopolskie – odpowiednio 6,9 mln i 6,8 mln osób, następnie mazowieckie i zachodniopomorskie – 5,9 mln i 5,7 mln osób. Liczba turystów przyjęta przez wymienione cztery województwa stanowiła 50,3% ogółu krajowego ruchu turystycznego.

W 2019 r. przeciętne wydatki osoby od. 15 r.ż. na krajową podróż od 2 do 4 dni wyniosły 352 złote natomiast na podróż dłuższą – 1012 złotych. Największy udział w wydatkach miały wyżywienie w lokalach gastronomicznych (30,3% w przypadku podróży krótkookresowych i 33,7 w przypadku długookresowych), zakwaterowanie (odpowiednio 24,4% oraz 37,6%) oraz transport (26,3% oraz 14,9%).

W 2019 r. do Polski przyjechało 88,5 mln nierezydentów. Znacząca większość to odwiedzający jednodniowi (ponad 67 mln), natomiast nieco powyżej 21 mln stanowili turyści. 6,1 mln stanowili turyści, 7,3 mln osoby odwiedzające rodzinę i znajomych, a 4,7 mln osoby, które przyjechały do polski w celach służbowych. W przypadku odwiedzających Polskę na 1 dzień znacząca większość (55,7 mln) przyjeżdżało do nas w celach zakupowych, natomiast jedynie 10 mln przekroczyła granicę w celach wypoczynkowych i rekreacyjnych. Najwięcej przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 2019 r. odnotowano w lipcu i sierpniu (odpowiednio 10,9% i 10,8% ogólnej liczby przyjazdów turystów zagranicznych). Natomiast najmniej odnotowano w lutym i w styczniu (odpowiednio 6,1% i 6,4%).

Ogół wydatków turystów zagranicznych oraz osób odwiedzających jednodniowych na terenie kraju (nie licząc więc np. wydatków ponoszonych na podróże lotnicze u siebie w kraju itp.).

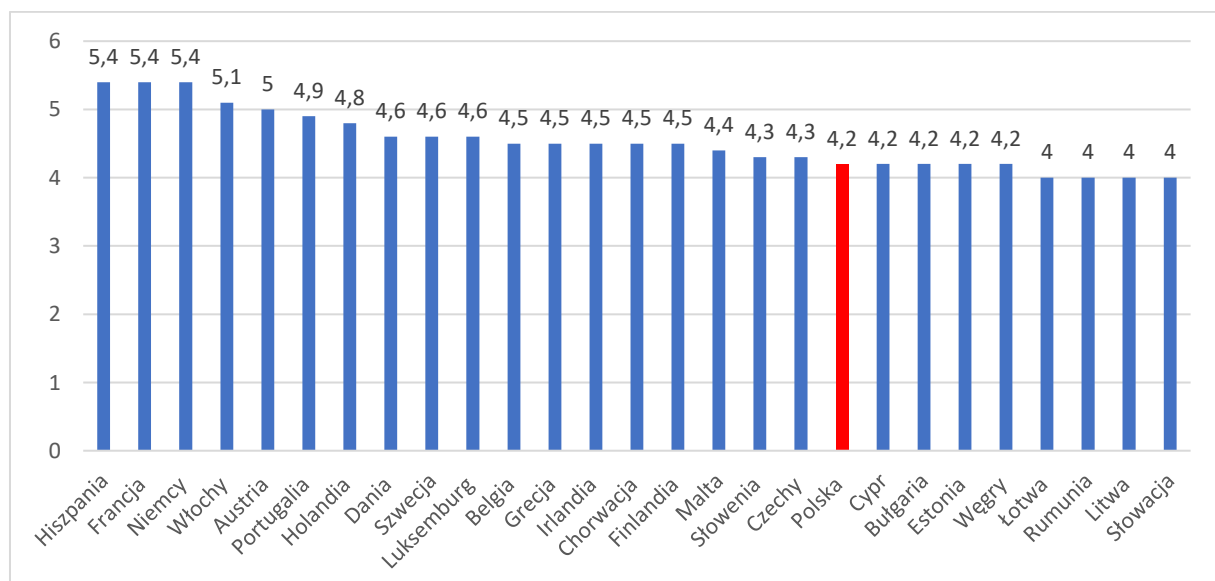
wyniosły w 2019 r. 39,8 mld złotych, w porównaniu do 34,3 mld jakie na krajowe wyjazdy z noclegami przeznaczyci obywatele Polski. Najwięcej w Polsce wydali przyjeżdżający z Niemiec (19,9 mld), Ukrainy (7 mld), Czech (3,8 mld), Białorusi (3 mld) oraz Słowacji (2,5 mld). Przeciętne wydatki turysty zagranicznego wyniosły 1751 złotych natomiast osoby odwiedzającej Polskę na jeden dzień – 355 złotych.

4. Sytuacja branży turystycznej przed i w trakcie pandemii Coronawirusa.

Według Indeksu konkurencyjności podróży i turystyki (Travel&Tourism Competitiveness Index) Polska turystyka za 2018 r. oceniana była na 4,2 w 7 stopniowej skali, co stawiało ją na 42 miejscu z 140 ocenianych krajów (19 miejsce wśród krajów UE-27). Jest to niewielka poprawa względem poprzednich edycji indeksu – w 2014 r. Polska zajmowała 47 miejsce na świecie a w 2016 uplasowała się na 46 pozycji. Z 4 najlepiej punktowanych krajów w rankingu aż 3 (Hiszpania, Francja i Niemcy) znajdują się w Unii Europejskiej. Obok nich także z wynikiem 5,4 uplasowała się także Japonia.

Rodzima turystyka doceniana jest m.in. za warunki higieniczne i opiekę zdrowotną (24 miejsce), Otwartość na gości zza granicy (33 pozycja) oraz zasoby dziedzictwa kulturowego (28 miejsce). Naszą atrakcyjność obniżają z kolei niski poziom dbałości o środowisko (81 pozycja), brak priorytetowego podejścia do sektora turystycznego (98 miejsce) oraz otoczenie dla biznesu (91 miejsce)

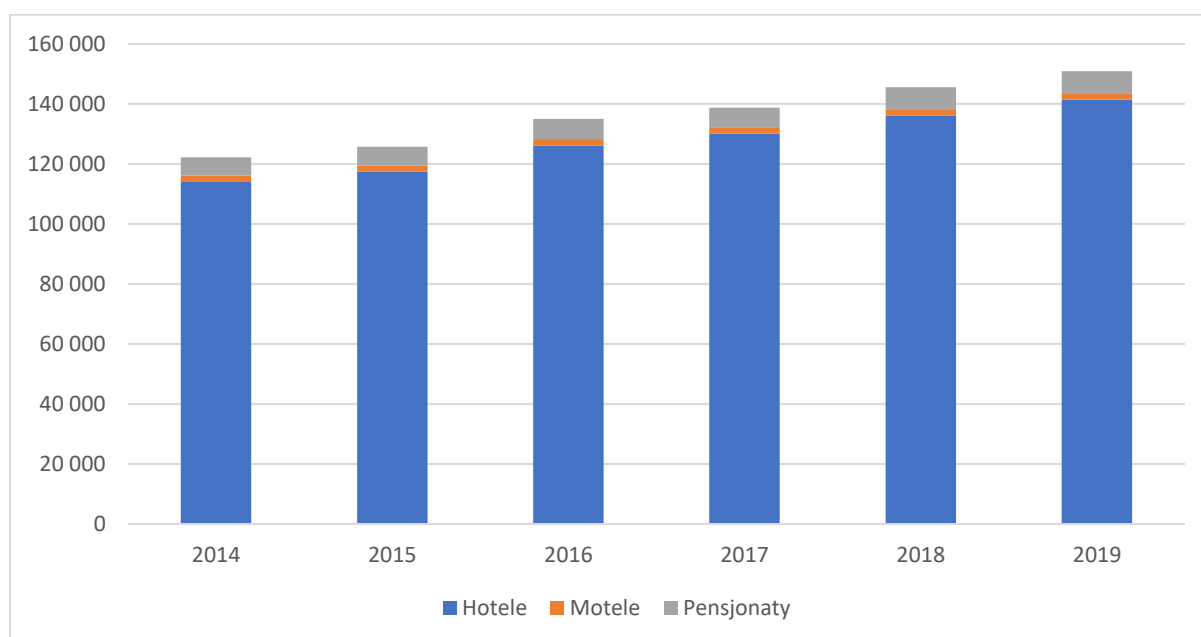
Wykres 11 Kraje UE-27 w rankingu Travel&Tourism Competitiveness Index (według punktacji od 0 do 7).



Źródło: Travel&Tourism Competeriveness Index

Na przestrzeni ostatnich lat coraz lepsze wyniki Polskiej turystyki znajdowały odzwierciedlenie w powiększającej się bazie hotelowej. Liczba pokoi wzrosła ze 120 tys. w 2014 r. do 150 tys. w 2019 r. Większość dostępnych pokoi w 2019 r. znajdowało się w obiektach hotelowych - 141 tys. (wzrost ze 114 w 2014 r.) natomiast liczba dostępnych pokoi w pensjonatach wyniosła 8 tys. (w porównaniu do 6 tys. w 2014 r.). Bazę noclegów uzupełniają motele oferując 2 tys. pokoi do wynajęcia.

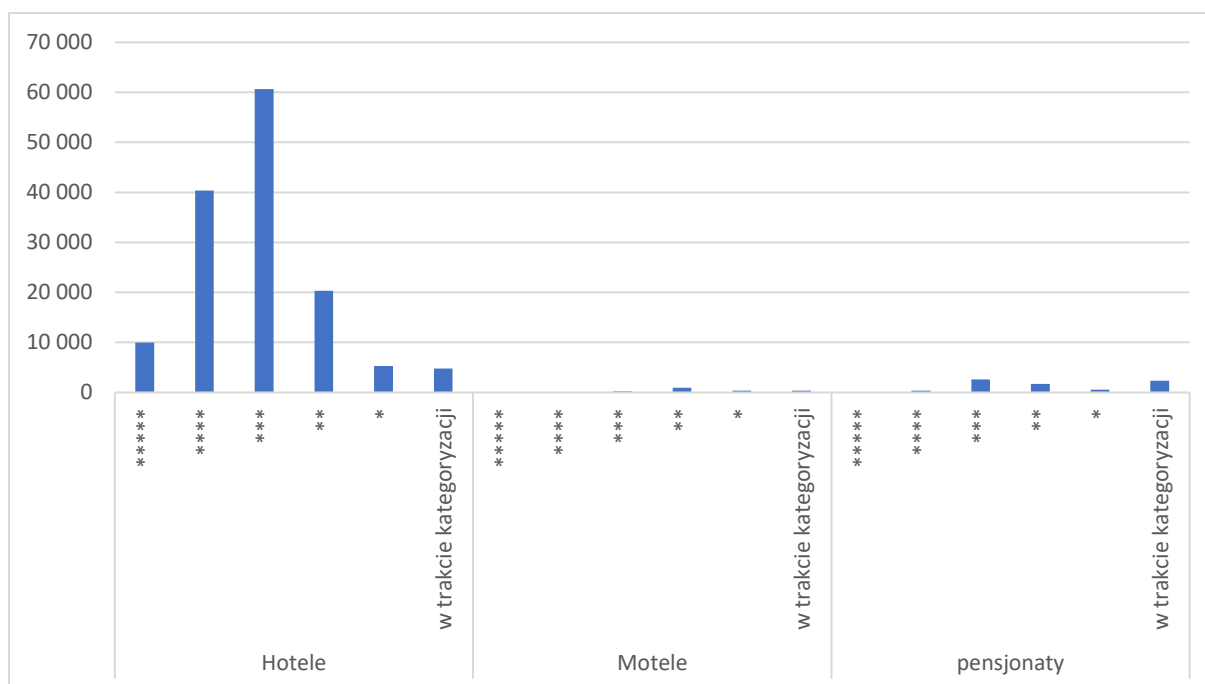
Wykres 12 Liczba pokoi w hotelach, motelach i pensjonatach w Polsce w latach 2014-2019



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najwięcej pokoi w 2019 oferowano w obiektach hotelowych o statusie trzech gwiazdek (ponad 60 tys.) oraz czterech gwiazdek (40 tys.). Niższym standardem oferowanych pokoi mogą się pochwalić motele (tu dominowały pokoje w obiektach dwugwiazdkowych) oraz pensjonaty (wśród których znajdują się głównie obiekty dwu i trzy gwiazdkowe).

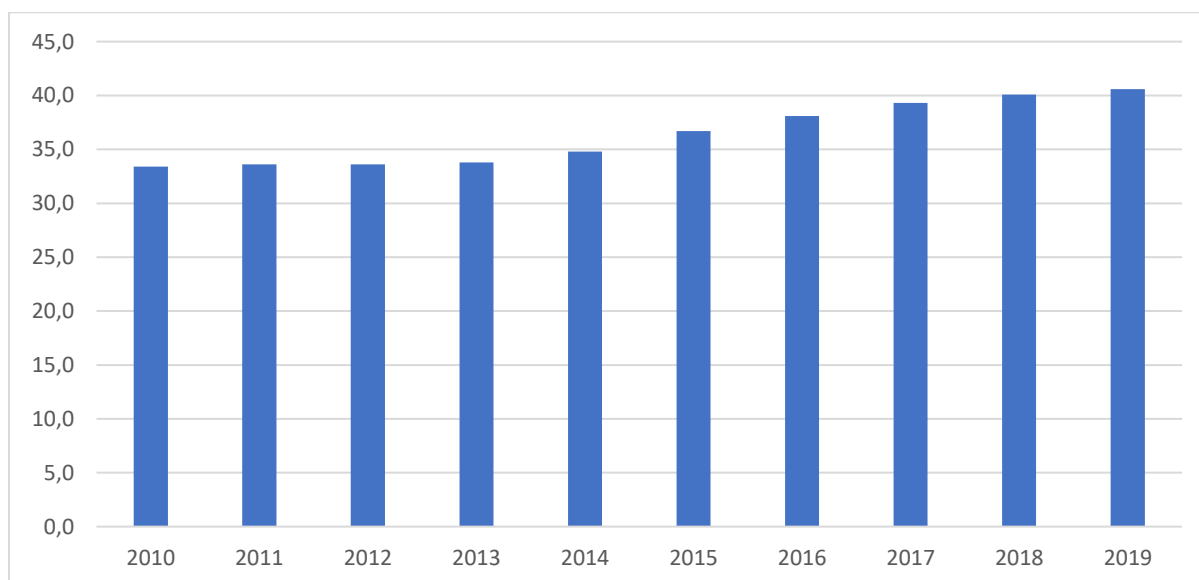
Wykres 13 Liczba pokoi w pensjonatach, hotelach i motelach w Polsce w 2019 r. w podziale na klasę obiektu



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

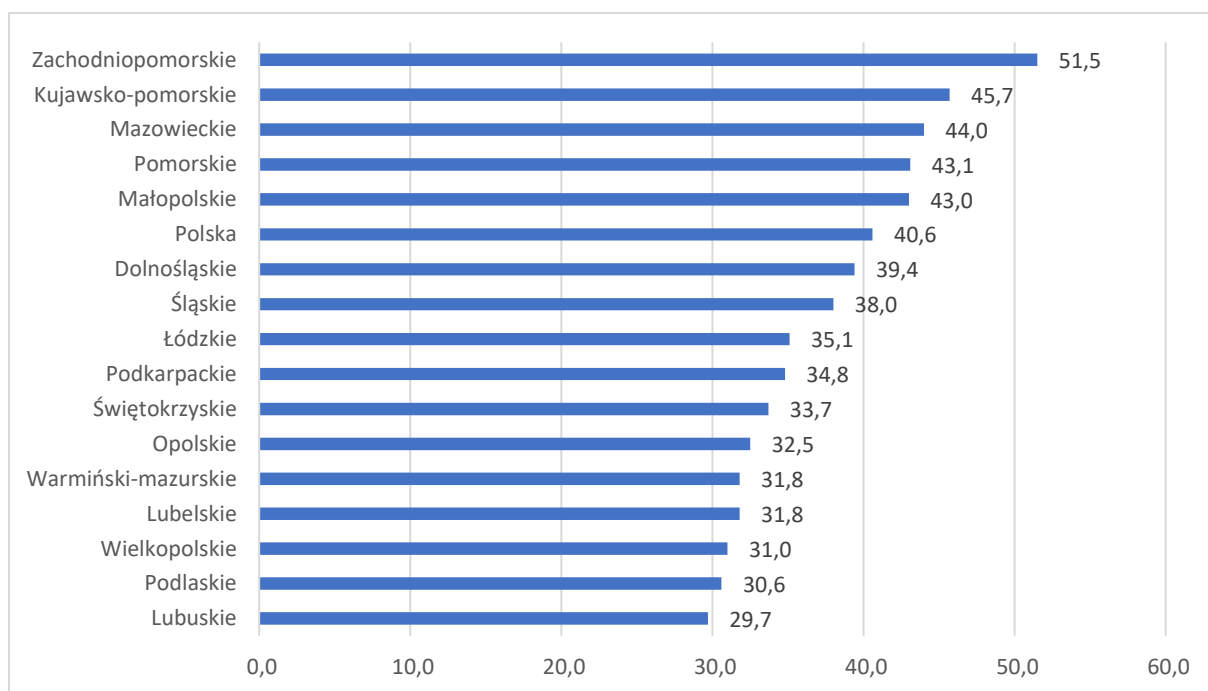
W ostatnich latach sukcesywnie rósł także stopień wykorzystanych miejsc noclegowych. Na przestrzeni lat 2010-2019 obłożenie pokoi w ciągu roku wzrosło z 33,4 % do 40,6 %. Najlepiej radzą sobie tu województwa Zachodniopomorskie (51,5 %) oraz Kujawsko-Pomorskie (45,7 %) natomiast najgorzej województwa Lubuskie (29,7 %) oraz Podlaskie (30,6 %)

Wykres 14 Średni stopień wykorzystania miejsc noclegowych w latach 2010-2018 (w proc.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

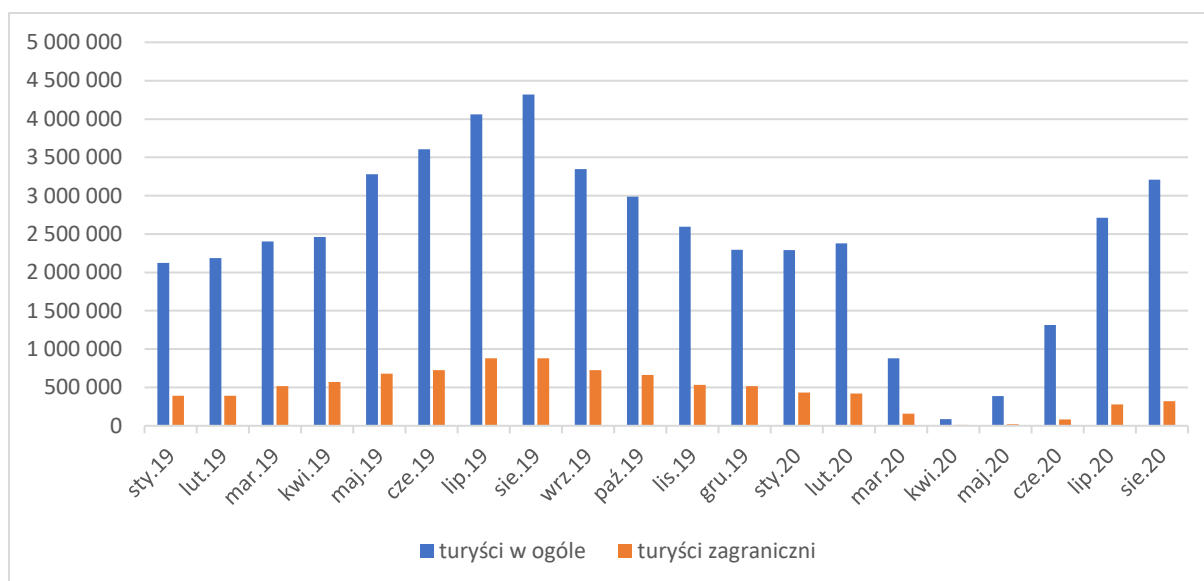
Wykres 15 Średni stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2019 r. w podziale na województwa (w proc.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Pandemia koronawirusa znacząco obniżyła wyniki sektora turystycznego w Polsce. W 2019 roku rozpiętość turystów korzystających z polskich hoteli, pensjonatów i moteli wahała się od nieco powyżej 2 mln/mies. w miesiącach zimowych do ponad 4 mln w lipcu i sierpniu. Niespełna jedną piątą w miesiącach letnich stanowili turyści z zagranicy. Trend ten jednak uległ załamaniu. W marcu 2020 r. liczba turystów wynajmujących pokoje spadła do 881 tys. z 2,38 mln w lutym 2020 i 2,4 mln w porównaniu do marca 2019. Spadek ten tyczy się najprawdopodobniej zwłaszcza drugiej połowy marca, gdy zaczęły się oficjalne ograniczenia związane z pandemią Covid-19. W kwietniu liczba turystów spadła do 86 tys. natomiast w maju delikatnie odbiła by osiągnąć wynik 387 tys i dalej stopniowo rosła w okresie wakacyjnym. W sierpniu liczba turystów wyniosła 3,2 mln co jest wynikiem dalej znacząco niższym niż sierpień 2019 (4,3 mln) będąc bliżej ubiegłorocznego maja lub września, czyli miesięcy końcowych sezonu.

Wykres 16 Liczba turystów goszczonych w miejscach noclegowych z wyróżnieniem turystów zagranicznych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Spadki turystyki w pierwszej fali pandemii miarę równomiernie dotknęły wszystkie województwa. O ile w styczniu i lutym 2020 r. widać dużą rozpiętość turystów odwiedzających dane województwo w porównaniu do stycznia i lutego 2019 r., to w okresie marzec – maj spadek zainteresowania jest na stosunkowo podobnym poziomie. W maju 2020 r. Najwięcej w stosunku do maja 2019 straciło województwo Mazowieckie (-92%) oraz Małopolskie (-94%) natomiast najmniejsze straty w turystach zanotowały województwa Pomorskie (-83%), Podkarpackie (-84%) i Lubuskie (-84%).

W okresie wakacyjnym (czerwiec-sierpień) sytuacja poszczególnych województw zaczęła się znacząco różnić między sobą. Najbardziej widoczne było to w sierpniu, gdy na poziomie kraju średnia liczba turystów w obiektach noclegowych była niższa o 25,7%, natomiast zróżnicowanie między województwami sięgało nawet powyżej 45 pkt. proc. W województwie Zachodnio-Pomorskim oraz Warmińsko- Mazurskim liczba turystów w sierpniu była niższa o mniej niż 5% w porównaniu do sierpnia ubiegłego roku. Jednocześnie w Województwie Mazowieckim liczba turystów w obiektach noclegowych była aż o 50% niższa w porównaniu do sierpnia 2019 r.

Tabela 1 Zmiana liczby turystów w obiektach noclegowych w okresie styczeń - maj 2020 w porównaniu do analogicznych miesięcy w 2019 r. w podziale na województwa

	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień
Polska	7,9%	8,7%	-63,3%	-96,5%	-88,2%	-63,6%	-33,2%	-25,7%
Dolnośląskie	1,7%	10,3%	-61,0%	-95,2%	-88,1%	-64,5%	-29,7%	-21,5%
Kujawsko-pomorskie	7,4%	10,5%	-61,3%	-94,2%	-85,8%	-60,0%	-24,1%	-19,3%
Lubelskie	14,0%	9,3%	-67,6%	-96,6%	-86,0%	-59,7%	-19,5%	-13,8%
Lubuskie	11,3%	5,6%	-63,4%	-94,5%	-83,8%	-58,3%	-25,8%	-19,7%

Łódzkie	3,8%	-4,2%	-69,8%	-95,5%	-88,3%	-69,0%	-44,3%	-33,9%
Małopolskie	18,0%	10,6%	-65,2%	-99,1%	-93,6%	-74,5%	-46,1%	-43,5%
Mazowieckie	4,9%	5,0%	-65,0%	-97,1%	-91,5%	-80,2%	-57,2%	-50,8%
Opolskie	3,8%	-1,6%	-60,8%	-93,6%	-88,3%	-68,6%	-38,6%	-25,2%
Podkarpackie	4,3%	6,1%	-66,0%	-95,5%	-83,2%	-51,8%	-29,0%	-21,5%
Podlaskie	17,5%	14,0%	-60,3%	-93,5%	-86,0%	-59,9%	-25,6%	-22,6%
Pomorskie	19,4%	16,8%	-60,7%	-96,6%	-83,0%	-48,7%	-22,1%	-10,1%
Śląskie	4,4%	2,0%	-59,6%	-95,6%	-88,9%	-72,3%	-44,7%	-40,1%
Świętokrzyskie	-4,1%	8,0%	-63,9%	-96,2%	-88,9%	-65,4%	-26,6%	-21,3%
Warmińsko-mazurskie	16,3%	6,5%	-62,8%	-97,6%	-85,5%	-47,4%	-10,6%	-4,1%
Wielkopolskie	-5,9%	5,2%	-63,9%	-95,0%	-85,4%	-66,1%	-35,4%	-29,3%
Zachodnio-pomorskie	7,0%	23,7%	-59,9%	-96,9%	-86,0%	-41,7%	-20,0%	-4,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

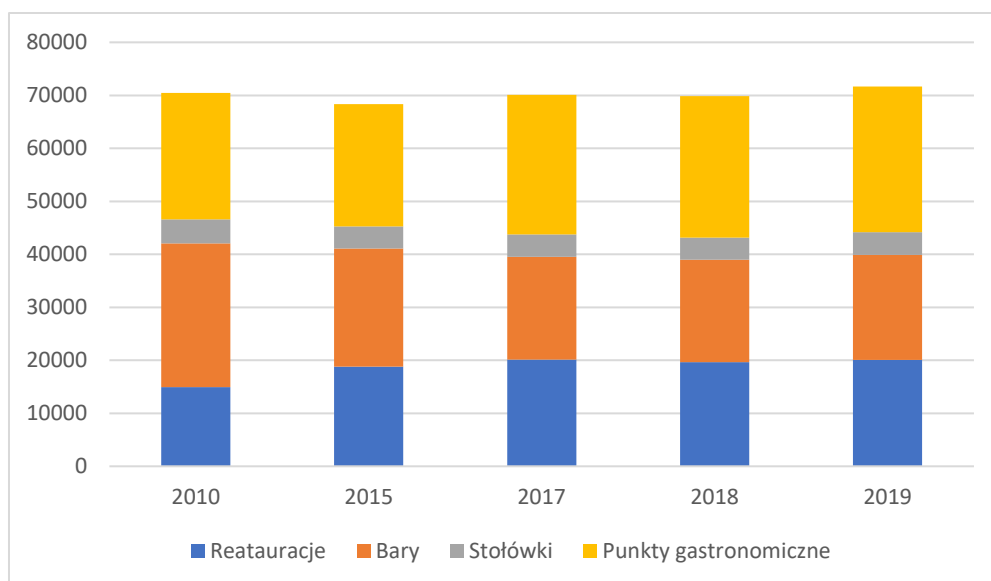
Tabela 2 Zmiana liczby turystów zagranicznych w obiektach noclegowych w okresie styczeń - maj 2020 w porównaniu do analogicznych miesięcy w 2019 r. w podziale na województwa

	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień
Polska	11,2%	7,7%	-69,1%	-97,9%	-97,1%	-88,6%	-68,3%	-63,7%
Dolnośląskie	4,7%	3,7%	-65,5%	-89,5%	-90,8%	-82,0%	-59,8%	-50,8%
Kujawsko-pomorskie	19,0%	17,5%	-70,7%	-98,3%	-96,5%	-88,5%	-66,7%	-65,6%
Lubelskie	9,8%	6,7%	-75,8%	-99,5%	-95,5%	-90,1%	-81,7%	-75,9%
Lubuskie	30,2%	12,8%	-68,2%	-98,4%	-94,7%	-79,1%	-43,9%	-50,5%
Łódzkie	6,6%	-10,1%	-75,5%	-97,1%	-95,4%	-82,9%	-69,7%	-61,1%
Małopolskie	24,2%	19,6%	-69,7%	-99,9%	-99,6%	-97,0%	-84,2%	-80,9%
Mazowieckie	8,0%	0,8%	-72,0%	-99,1%	-98,0%	-94,2%	-79,7%	-77,5%
Opolskie	-4,8%	-9,2%	-32,7%	-99,2%	-97,4%	-84,5%	-70,9%	-57,9%
Podkarpackie	6,2%	11,1%	-76,1%	-99,6%	-96,7%	-88,6%	-79,1%	-72,3%
Podlaskie	17,3%	3,8%	-73,1%	-98,1%	-97,2%	-85,4%	-65,6%	-75,5%
Pomorskie	12,8%	14,4%	-67,9%	-99,1%	-97,7%	-90,1%	-67,8%	-62,9%
Śląskie	5,3%	-5,1%	-66,0%	-97,1%	-96,4%	-89,1%	-75,9%	-70,4%
Świętokrzyskie	-12,3%	4,1%	-73,3%	-94,1%	-95,0%	-78,3%	-63,5%	-68,2%
Warmińsko-mazurskie	34,3%	2,4%	-64,1%	-99,7%	-99,0%	-91,3%	-68,2%	-68,1%
Wielkopolskie	1,1%	11,4%	-62,2%	-97,7%	-95,2%	-84,2%	-62,0%	-63,6%
Zachodnio-pomorskie	2,1%	10,1%	-68,8%	-99,1%	-98,5%	-73,2%	-34,8%	-15,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W ostatnich latach można zauważyć także dynamiczne zmiany w sektorze gastronomicznym. Mimo, że w przeciwieństwie do hotelarstwa liczba obiektów ogółem nie uległa istotnej zmianie wynosząc niecałe 72 tys. w 2019 r. (w porównaniu do 70,5 tys. w 2010 r.) znacząco zmieniła się jego struktura. Znacząco wzrosła liczba restauracji (z niecałych 15 tys. w 2010 r. do ponad 20 tys. w 2020 r.) a zmniejszyła się liczba barów (z 27 tys. w 2010 r. do niecałych 20 tys. w 2019 r.)

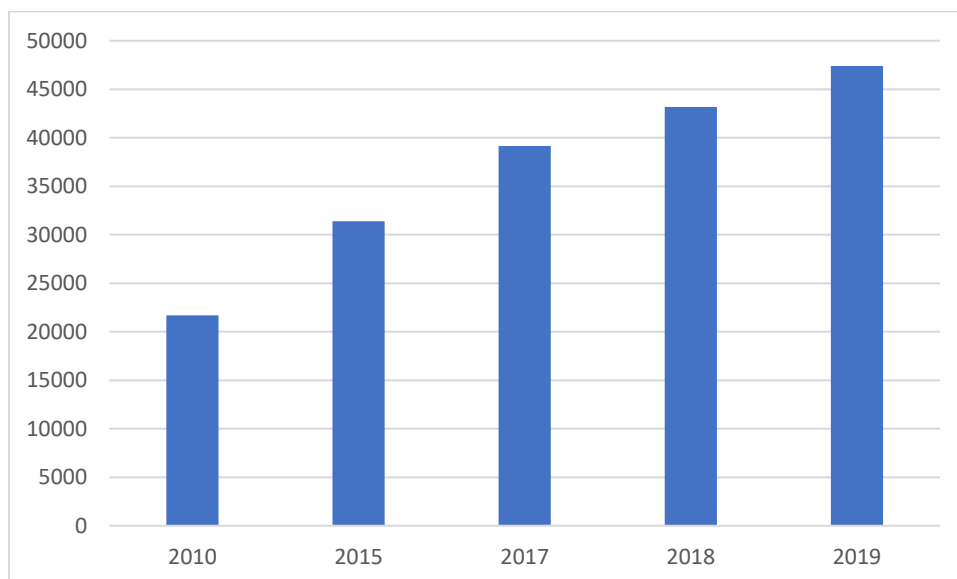
Wykres 17 Liczba obiektów gastronomicznych w Polsce



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Zmiana w preferencjach Polaków, którzy znacząco częściej zaczęli wybierać restauracje oraz wzrost udziału gastronomii w koszyku przeciętnego konsumenta z 2 do 3% (patrz rozdział 1) widoczna jest w przychodach sektora gastronomicznego. Przychody z działalności gastronomicznej w 2019 r. wynosiły 47,4 mld złotych, czyli ponad dwukrotnie więcej niż w 2010 r., kiedy to przychody sektora oscylowały wokół 21,6 mld.

Wykres 18 Przychody z działalności gastronomicznej (w mln PLN)



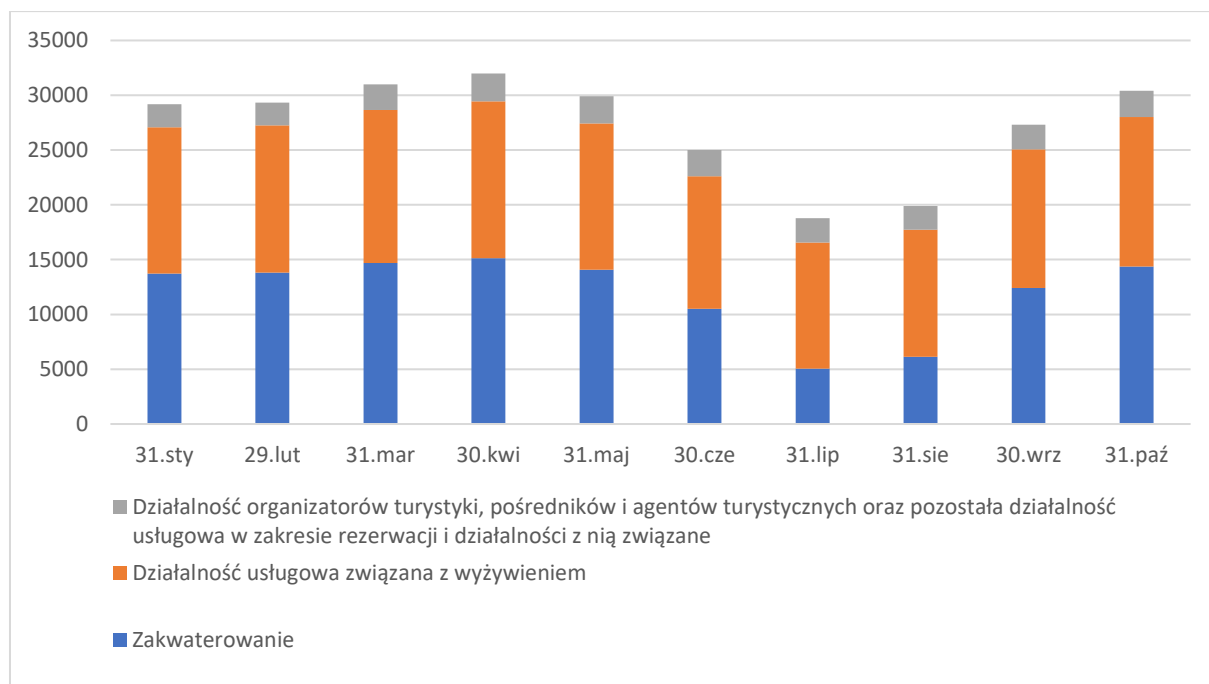
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Ze względu na koronawirusa można dostrzec znaczący wzrost zawiesznień działalności gospodarczej w marcu oraz kwietniu w branży turystycznej. W przedsiębiorstwach

zajmujących się zakwaterowaniem ilość zawieszonych firm wzrosła o 881 w marcu oraz 444 w kwietniu. Podobne tendencje dostrzegalne są w działalności usługowej związanej z wyżywieniem (odpowiednio 519 oraz 338) oraz działalności organizatorów turystyki (277 i 211).

W maju oraz czerwcu można zauważyć odwrócenie tendencji. Liczba zawieszonych firm spadła we wszystkich trzech podsekcjach PKD. O ile jednak w firmy zajmujące się zakwaterowaniem i gastronomią masowo odwiesiły swoją działalność (1049 i 970 przedsiębiorstw w maju oraz 3560 i 1243 przedsiębiorstwa w czerwcu), nie można dostrzec takiej tendencji wśród organizatorów turystyki. Wśród tych przedsiębiorstw jedynie 76 odwiesiło działalność w maju, a 89 w czerwcu. Najniższa ilość zawieszonych przedsiębiorstw z branży turystycznej i gastronomicznej widoczna była w lipcu, zwłaszcza w sektorze zakwaterowania, gdzie w porównaniu do czerwca ilość zawieszonych spółek spadła z 10,5 do nieco powyżej 5 tys. Niestety jesień przyniosła powrót do przedwakacyjnego stanu – ilość zawieszonych przedsiębiorstw sektora gastronomii i turystyki w październiku wróciła do poziomu z maja.

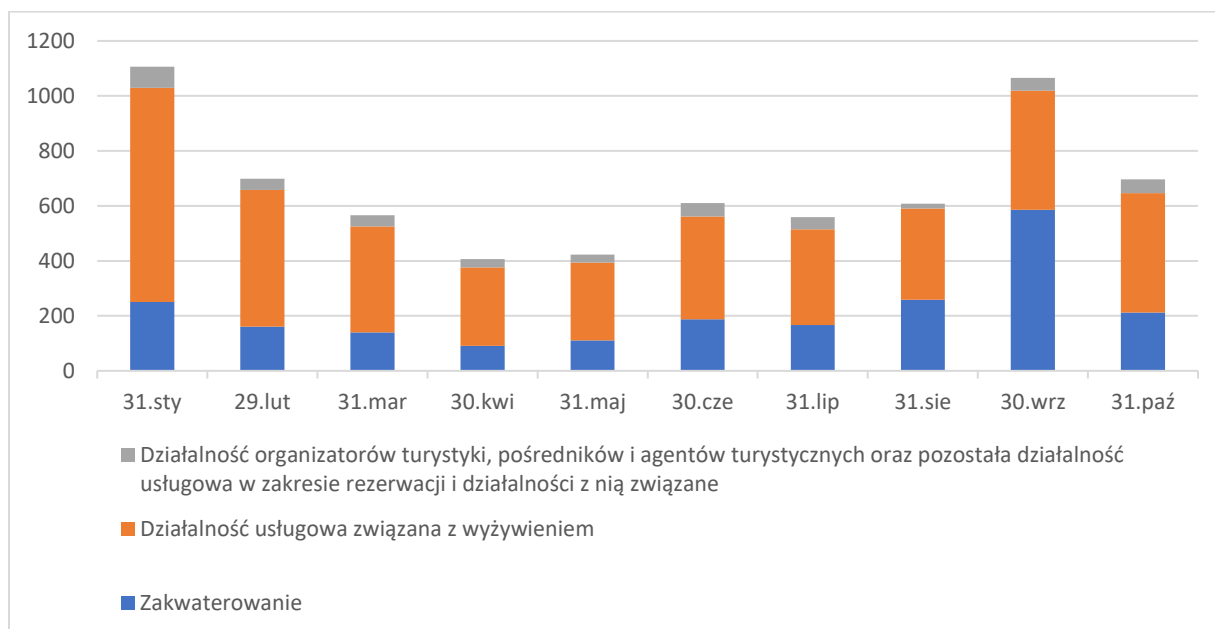
Wykres 19 Podmioty gospodarki narodowej (bez osób fizycznych prowadzących wyłącznie indywidualne gospodarstwa rolne) z zawieszoną działalnością w rejestrze REGON według działów Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) w 2020 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Podczas pandemii koronawirusa mimo ciężkiej sytuacji branży turystycznej nie nastąpiło masowe zamykanie przedsiębiorstw. Ze względu na mechanizmy zawieszenia działalności oraz pomoc z tarczy antykryzysowej na taki ruch zdecydowało się w kwietniu i w maju łącznie jedynie ok 800 (po 400 w każdym miesiącu) firm. Zauważalny jest jednak wzrost wniosków o wyrejestrowanie w czerwcu, czyli po ustaniu części mechanizmów ochronnych – liczba przedsiębiorstw, które zamknęło swoją działalność wzrosła z 400 do 600. Skok wyrejestrowań można zauważyć we wrześniu – do ponad 1000, ale jak pokazuje porównanie do września 2019 r. jest to zjawisko które nie wynika z pandemii, a z zakończenia sezonu, gdyż największy wzrost wyrejestrowanych spółek to przedsiębiorstwa oferujące usługi zakwaterowania.

Wykres 20 Podmioty gospodarki narodowej (bez osób fizycznych prowadzących wyłącznie indywidualne gospodarstwa rolne) wyrejestrowane z rejestru REGON według sekcji i działów Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) w 2020 r.

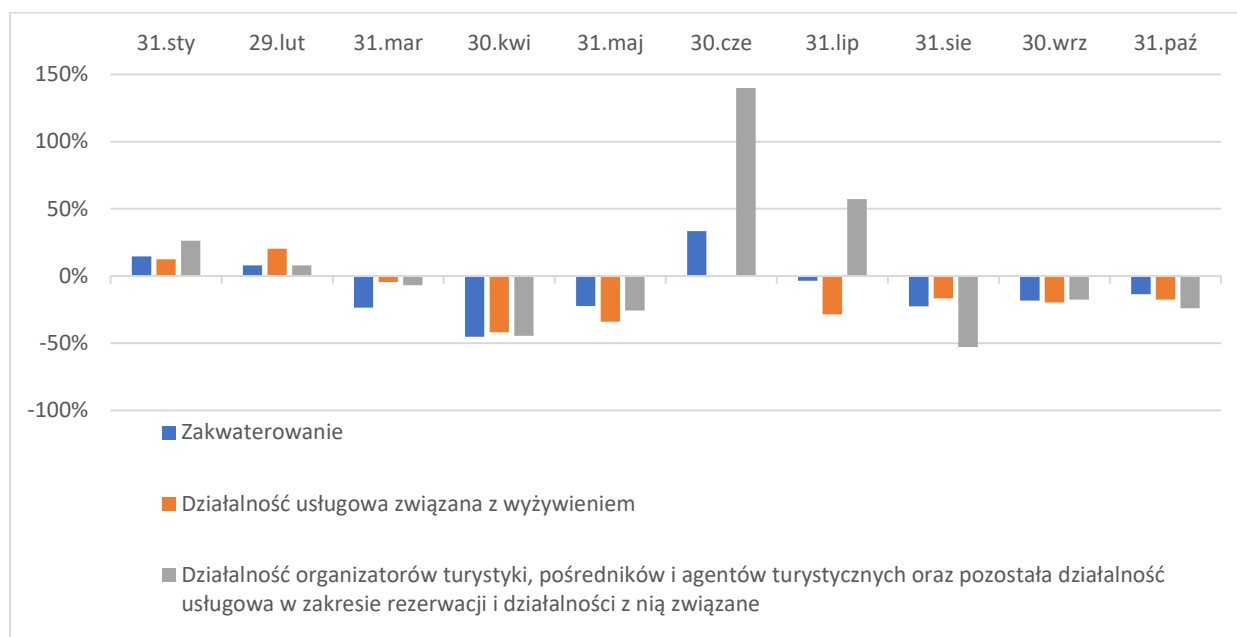


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W porównaniu z okresem styczeń–październik w 2019 r. na początku pandemii zauważyć można znacznie niższą liczbę przedsiębiorstw wyrejestrowywanych. W czerwcu, jednakże (czyli po ustaniu części profitów jakie zapewniała tarcza antykryzysowa), odsetek ten wzrósł, zwłaszcza w dziale agencji turystycznych których wyrejestrowało się o 140% więcej niż w czerwcu 2019 r. Wyższy odsetek wyrejestrowanych agencji turystycznych utrzymał się także w lipcu (o 57% niż w lipcu 2019 r.). Przedsiębiorstwa wyrejestrowane nie równają się jednak upadłości. Ta dotknęła do końca września 2020 roku jedynie 471 przedsiębiorstw co stanowi wynik o 19 wyższy niż w analogicznym okresie roku 2019. Wśród firm, które ogłosiły upadłość znalazło się 22 z branży zakwaterowania i gastronomii⁴.

⁴ https://www.coig.com.pl/2020-upadlosci-firm_czerwiec.php

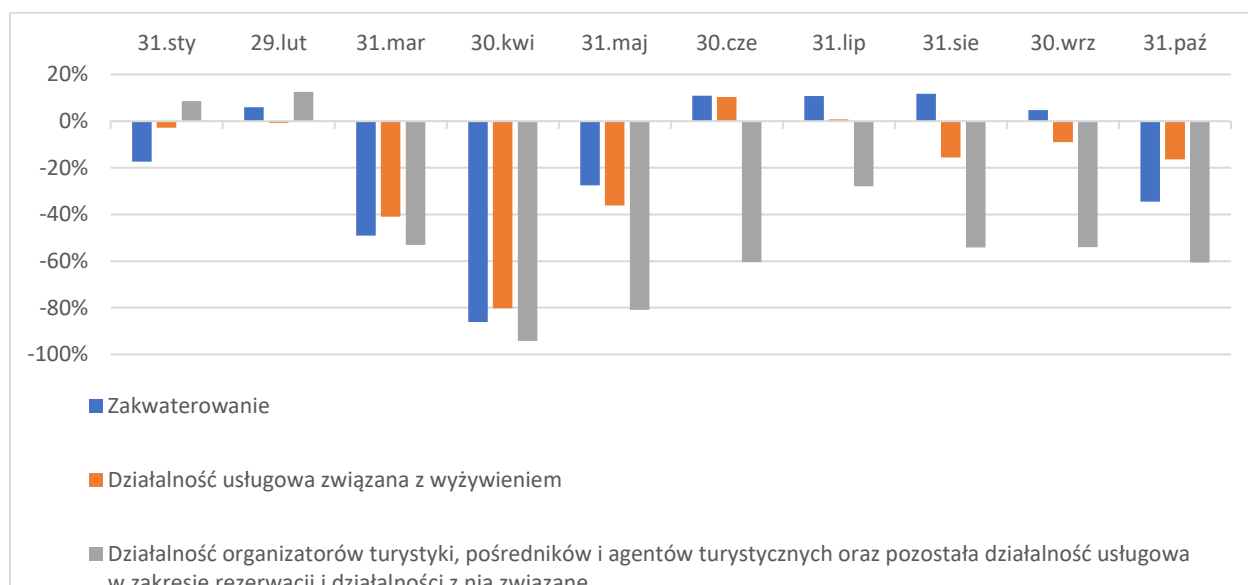
Wykres 21 Podmioty gospodarki narodowej (bez osób fizycznych prowadzących wyłącznie indywidualne gospodarstwa rolne) wyrejestrowane z rejestru REGON według sekcji i działów Polskiej Klasyfikacji Działalności w 2020 r w porównaniu do analogicznych okresów 2019 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Należy też zwrócić uwagę, na znacznie niższą ilość nowo rejestrowanych przedsiębiorstw w branży turystycznej oraz gastronomicznej w porównaniu z 2019 r. W kwietniu 2020 r. zarejestrowano o 94% mniej agencji turystycznych, o 86% przedsiębiorstw zajmujących się zakwaterowaniem i o 80% mniej firm z branży gastronomicznej niż rok wcześniej. W czerwcu, jednakże w przypadku firm gastronomicznych oraz oferujących zakwaterowanie można zaobserwować ożywienie – w obu przypadkach liczba nowo rejestrowanych firm wynosiła ok 10% więcej niż w czerwcu ubiegłego roku. Stan ten jednak nie utrzymał się do na stałe – w październiku ilość zarejestrowanych spółek w branży zakwaterowania była o 35% niższa, w gastronomii spadek wyniósł 16% a wśród agencji turystycznych o 61%.

Wykres 22 Podmioty gospodarki narodowej (bez osób fizycznych prowadzących wyłącznie indywidualne gospodarstwa rolne) nowo zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji i działów Polskiej Klasyfikacji Działalności w 2020 r. r w porównaniu do analogicznych okresów 2019 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Warto zwrócić uwagę, że miesiące letnie, mimo ciągle wysokiej liczby zachorowań na koronawirusa przyniosły także zmianę zachowania konsumentów któremu bliżej do postępowania sprzed pandemii. Według analityków Pekao dane z kart kredytowych wskazują na odbicie sektora gastronomicznego powyżej poziomu sprzed pandemii, niewiele odbiegając od wzorca sezonowego. W miesiącach letnich sprzedaż w branży gastronomicznej oscylowała między 120-140% sprzedaży w porównaniu do stanu z lutego, co jest wynikiem nieco niższym niż wzorzec sezonowy (który oscyluje w lipcu w okolicach 150% stanu z lutego)⁵. Od września i wzrostu zachorowań oraz następujących w październiku obostrzeń można zauważyć spadek sprzedaży do ok 50% stanu z lutego tego roku (60-70 pkt proc. poniżej wzorca sezonowego)

Podobnie wyglądają dane z sektora usług hotelarskich. Tu dane z kart kredytowych⁶ wskazują, że w wakacje sektor turystyczny sprzedawał do 150% stanu z lutego 2020 r., pozostając jednocześnie ok. 10-20 pkt proc. poniżej wzorca sezonowego⁷. Podobnie jak w przypadku gastronomii wraz z jesiennym wzrostem zachorowań przyszły ogromne spadki – w październiku sprzedaż w branży oscylowała w okolicach 30% stanu z lutego.

Sytuację podczas wakacji częściowo poprawiać mogła podpisana przez prezydenta 17 lipca ustawa o bonie turystycznym. Bon o wartości 500 złotych przysługuje na każde dziecko na zasadach podobnych do programu 500+. Można nim zapłacić za „usługi hotelarskie lub

⁵ https://twitter.com/Pekao_Analizy/status/1323201865455177728/photo/1

⁶ Należy pamiętać, że dane z kart kredytowych nie oddają w pełni zachowania konsumentów w grupach, gdzie preferowaną formą płatności pozostaje gotówka.

⁷ https://twitter.com/Pekao_Analizy/status/1323201865455177728/photo/1

impresy turystyczne realizowane przez przedsiębiorcę turystycznego lub organizację pożytku publicznego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej” w okresie między 1 sierpnia 2020 r. do 31 marca 2022 r. Bon turystyczny jest świadczeniem niematerialnym a rozliczany jest poprzez system PUE ZUS. W momencie wprowadzania optymistycznie szacowało się, że w bazie firm, które akceptować będą płatność bonem znajdzie się ok. 100 tys. firm, a sama wartość programu wyniesie ok. 3,5 mld złotych obejmując 6 mln dzieci. W praktyce liczby te okazały się niższe – według danych podanych przez ZUS we wrześniu 2020 r. przez okres wakacyjny wykorzystano 298 tys. razy (z aktywowanego miliona) na łączną kwotę 213 mln zł. Niższa okazała się także liczba firm akceptujących bon turystyczny – w programie wzięło udział jedynie 17,4 tys. firm⁸.

Badania z początku okresu przedwakacyjnego pokazywały zresztą umiarkowany sceptycyzm ankietowanych. Wielu pytanym mieszkańców Polski planowało w tym sezonie wakacyjnym pozostać w domu. Według badań banku Santander⁹ prawie 30 proc. z nas planowało rezygnację w tym roku z wyjazdu na urlop. Z kolei według wspólnego badania Polskiego Instytutu Ekonomicznego oraz Polskiego Funduszu Rozwoju aż 58 proc. nie planowało wyjazdu wakacyjnego¹⁰. Z badań Polskiej Organizacji Turystycznej wynika, że wśród osób, które nie chciały wyjechać latem w celu turystyczno-wypoczynkowym prawie 29 proc. nie zdecydowało się na wyjazd z powodu gorszej sytuacji ekonomicznej lub zawodowej. Blisko 25% jako główny powód podawało obawy o zdrowie swoje i najbliższych, a 23 proc. nie chciało wyjeżdżać, gdy nie można się zachowywać w pełni swobodnie¹¹. Badanie travelist przeprowadzone w połowie okresu wakacyjnego wykazywało, że Polacy mieli nieco bardziej optymistyczne podejście do wakacji co jak widać z danych finansowych przełożyło się na najbliższe warunkom przedpandemicznym wyniki branży w sierpniu. W połowie lipca odsetek badanych deklarujących chęć wyjechania na urlop wynosił 80%. Ok 30% badanych wskazywało, że zmieniła zdanie ze względu na poprawę sytuacji epidemicznej w Polsce. W zależności od ilości dzieci w rodzinie istotny wpływ na zmianę decyzje miał wspomniany wcześniej bon turystyczny – od 23% w przypadku rodzin z jednym dzieckiem, do 56% w przypadku rodzin posiadających 4 i więcej dzieci.

⁸ <https://biznes.wprost.pl/finanse-i-inwestycje/10370899/bon-turystyczny-nadal-dziala-swiadczenie-pobrano-juz-ponad-1-mln-razy.html>

⁹ <https://www.santanderconsumer.pl/gfx/santander/userfiles/public/r/raportpolakowportfelwlasnywyjatkowelato2020.pdf>

¹⁰ <https://pie.net.pl/prawie-%c2%be-polakow-pozytywnie-ocenia-sytuacje-swojego-gospodarstwa-domowego-ale-wiekszosc-nie-planuje-wyjazdu-wakacyjnego/>

¹¹ <https://www.pot.gov.pl/pl/nowosci/wiadomosci-z-pot/plany-wyjazdowe-polakow-badanie-pot>

Trzecia fala badania PIE i PFR z końca okresu wakacyjnego pokazała, że mimo wszystko nie sprawdziły się skrajnie negatywne przewidywania dotyczące okresu wakacyjnego dla branży turystycznej. Pomogła w tym rezygnacja większości Polaków z wakacji za granicą na rzecz wakacji w kraju (76% badanych wakacje spędziło w Polsce, 12% za granicą zaś 3% zarówno w kraju jak i poza jego granicami). Większość badanych (40 proc.) wydała na wyjazd mniej niż 1000 zł na osobę. Niespełna 1/5 wydała 1000-1500 zł, 17 proc. – 1500-2000 zł, a jedynie 13 proc. powyżej 2500 zł¹².

Wnioski i rekomendacje

Branża turystyczna oraz gastronomia przed pandemią koronawirusa były jednymi z dynamiczniej rozwijających się stref gospodarki w Polsce co miało związek ze wzrostem zamożności Polaków i zmianami w strukturze ich konsumpcji w ostatnich latach. Jednakże wybuch pandemii Covid-19 i ograniczenia związane z koronawirusem, zarówno te w formie odgórnych ograniczeń, oszczędności gospodarstw domowych związanych z kryzysem a także strachu przed zachorowaniem znacząco odbiły się na całości sektora. Według OECD wartość światowego rynku turystycznego zmaleje w 2020 r. o 80%¹³. Nieco bardziej stonowane prognozy ma Światowa Organizacja Turystyki – według jej przedstawicieli można spodziewać się 70% spadku w tym roku. Nie ma też widoków na szybką poprawę sytuacji – w zależności od prognoz początków odbicia branży turystycznej spodziewać się można według optymistycznych prognoz od 3 kwartału 2021 r., natomiast według tych bardziej pesymistycznych – nawet dopiero w 2022 r¹⁴. Jednocześnie według UCTWO powrót branży turystycznej do poziomu sprzed pandemii Covid -19 może trwać nawet 4 lata. Tyczy się to także branż powiązanych z turystyką jak np. lotnictwo – według opinii przedstawicieli grupy Lufthansa powrót do stanu sprzed pandemii będzie możliwy najwcześniej w 2024 r¹⁵.

W związku z przedłużającym się kryzysem pandemicznym, niepewnością co do szczepionki (Ostatnie doniesienia wskazują, że powstała pierwsza szczepionka o wysokiej skuteczności jednak odpowiedzialna za nią grupa Pfizer zapowiada, że do końca 2021 r. będzie w stanie

¹² https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2020/09/Tygodnik-Gospodarczy-PIE_35-2020.pdf

¹³ <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>

¹⁴ <https://www.unwto.org/news/international-tourism-down-70-as-travel-restrictions-impact-all-regions>

¹⁵ <https://www.reuters.com/article/us-lufthansa-results-idUSKCN2520FS>

wyprodukować ich 1,3 mld¹⁶, co nie zaspokaja w pełni światowego popytu. Problemem jest także wymóg przechowywania w -80 stopniach Celsjusza) sektor turystyczny oraz gastronomia i kultura muszą przygotować się, że przyszły rok, a także możliwie kolejne będą wymagać istotnych zmian w funkcjonowaniu.

1. Branża gastronomiczna ze względu na pandemię zaczęła oferować możliwość dostawy. Jednakże o ile klienci w przypadku mniej kosztownych i wymagających potraw mogą być skłonni by zamawiać je na wynos, niekoniecznie będą to chętnie robić w przypadku bardziej wykwintnego i przez to droższego jedzenia. Lepsze jakościowo restauracje powinny zastanowić się nad oferowaniem alternatywnego, tańszego menu na wynos.
2. Brak klientów zagranicznych także w okresie letnim powoduje znaczące straty w dochodach sektora turystycznego. Powrót do stanu poprzedniego może potrwać nawet kilka lat. Jednocześnie jednak co pokazał okres letni, Polacy nie są skłonni całkowicie rezygnować z wyjazdów wakacyjnych. Niezbędne jest postawienie na promocję na rynku wewnętrznym z naciskiem na podkreślenie spełniania norm sanitarnych przez obiekt oraz oferowanie nowych form obsługi klienta (np. śniadania podawane do pokoi zamiast otwartego bufetu)
3. Obciążenie służby zdrowia związane z koronawirusem może być szansą dla turystyki uzdrowiskowej i sanatoryjnej. Istotne jest to zwłaszcza w kontekście rosnącej liczby ozdrowieńców, którzy przez wiele miesięcy odczuwają skutki zdrowotne przebytego zakażenia koronawirusem. Obiekty hotelowe mogą zyskać nowych klientów oferując szerszy wachlarz usług związanych z rehabilitacją, turnusami tematycznymi czy też innymi formami aktywności zdrowotnej wykraczających poza standardową ofertę SPA.
4. Pandemia covid-19 w wielu sektorach gospodarki wzmożyła naszą aktywność cyfrową. Nie inaczej jest w przypadku turystyki i rekreacji. W widoczny sposób odpowiedzią na zamknięcie kin stały się serwisy streamingowe. Szansą dla teatrów czy kin mogą być oferowane na żywo wydarzenia online (odpowiednio dostosowane cenowo). W takiej formie odbywały się już liczne festiwale filmowe. W przypadku sektora turystycznego niewątpliwie istotne są takie kwestie jak płatności bezgotówkowe, zapewnienie klientowi minimalizacji kontaktu z obsługą. Wielu turystów może także bać się utraty zaliczek, a przez to niechętnie planować wyjazdy wprzód. Sektor turystyczny powinien rozważyć tymczasową rezygnację lub skrócenie okresu, po którym odwołanie rezerwacji wiąże się z utratą wcześniej wpłaconego zadatku.

¹⁶ <https://www.rp.pl/Covid-19/201119925-Szczepionka-na-Covid-na-horyzoncie-Co-o-niej-wiadomo.html>

5. Niepewność pracy w sektorze turystycznym może powodować odpływ bardziej wykwalifikowanych pracowników do sektorów o większej stabilności. Dlatego poprzez odpowiednie inwestycje w edukację i rozwój pracowników oraz zapewnienie kluczowym pracownikom bezpieczeństwa na przyszły rok, może okazać się kluczowe dla zapewnienia dobrej jakości usług podczas przerwy wakacyjnej, a także w okresie, gdy pandemia będzie stopniowo ustępować.