

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: media@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 04.07.2023 r.

Ścieżki rozwoju w sektorze turystyki

Turystyka jest jednym z najważniejszych sektorów gospodarki. Jak wynika z raportu Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), odpowiada za około 4,5% PKB Polski. Całkowita wartość sektora turystycznego w Polsce została oszacowana na 104,3 mld zł w 2020 r. Jakie są ścieżki rozwoju i bariery w sektorze turystyki? Na jakie wsparcie może liczyć sektor turystyki z Funduszy Europejskich?

Sektor turystyczny był jednym z najmocniej dotkniętych przez wybuch pandemii wirusa COVID-19 sektorem. W związku z ograniczeniami przemieszczania się oraz koniecznością pozostawania w domach przedsiębiorcy oferujący usługi zarówno hotelarskie, jak i gastronomiczne znaleźli się w bardzo trudnej sytuacji – większość przedsiębiorstw musiała zawiesić swoją działalność. Mimo obserwowanego w 2022 r. ożywienia w krajowej turystyce, wciąż jeszcze daleko jej do wyników sprzed pandemii. Z danych Polskiego Instytutu Ekonomicznego wynika, że średnio o 5% mniej turystów było w każdym miesiącu w okresie styczeń-październik w Polsce w 2022 r. w porównaniu z analogicznym okresem w 2019 r. Przełożyło się to na 1,5 mln mniej turystów w tym okresie.

Z danych GUS wynika, że z turystycznych obiektów noclegowych w 2022 r. skorzystało 34,2 mln turystów, którym udzielono 90 mln noclegów. W porównaniu z 2021 r. było to odpowiednio o 54,3% i 43,2% więcej. W lipcu ubiegłego roku w Polsce funkcjonowało 9,8 tys. turystycznych obiektów noclegowych, które oferowały turystom 779,9 tys. miejsc noclegowych. Największa liczba turystów przebywała w obiektach noclegowych zlokalizowanych w województwie mazowieckim – 5,9 mln, następnie w małopolskim – 5,2 mln oraz po ponad 3 mln w województwach: dolnośląskim (3,7 mln), zachodniopomorskim i pomorskim (po 3,3 mln). W porównaniu z 2021 r. wzrost liczby turystów korzystających z bazy noclegowej odnotowano we wszystkich województwach.

W Indeksie Konkurencyjności Turystyki i Podróży (TTDI) Światowego Forum Ekonomicznego z 2021 r., Polska uplasowała się na 30. miejscu spośród 117 krajów świata (z wynikiem 10,6% powyżej średniej globalnej). W porównaniu z poprzednią edycją wskaźnika, nasz kraj przesunął się o 3 miejsca w górę.

Kierunki rozwoju w sektorze turystyki

Wyniki badania „Branżowy Bilans Kapitału Ludzkiego – Sektor Turystyki” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wskazują na kilka kluczowych trendów mogących mieć istotny wpływ na funkcjonowanie sektora. Do najistotniejszych można zaliczyć:

- starzenie się społeczeństwa, a także zmiany w pokoleniu tzw. generacji Z, dla której bardzo często czas wolny staje się ważniejszy aniżeli czas pracy;
- rosnącą zamożność społeczeństwa co wprost przekłada się na rosnące wymagania potencjalnych konsumentów usług turystycznych;
- wzrost znaczenia bezpieczeństwa w wyborze ofert turystycznych;
- wykorzystywanie Internetu do planowania i zakupu usług turystycznych;
- wzrost znaczenia turystyki kongresowej.

Z kolei w raporcie „Identyfikacja instrumentów wsparcia dla rozwoju sektora turystyki” opublikowanym przez PARP w 2020 r., wyróżniono potencjalne kierunki rozwoju turystyki w Polsce. Zidentyfikowano następujące obszary:

Cyfryzacja – to kierunek rozwoju dla sektora turystyki na wielu płaszczyznach. Według ekspertów, dzięki pośrednictwu internetu dostępne są nowe modele konkurowania oraz pojawiają się na rynku nowi konkurenci. Przykładem znaczących zmian w sektorze związanych z cyfryzacją jest funkcjonowanie takich portali, jak booking.com czy Airbnb.com. Booking.com jest narzędziem pozwalającym na rezerwację online, promuje jednak głównie większe obiekty. Airbnb stanowi dużą konkurencję dla usług oferowanych przez hotele. Istnienie obu portali wymusiło na sektorze większą elastyczność. Jednocześnie powszechne korzystanie z sieci w celu poszukiwania miejsc noclegowych jest szansą na promocję mniej znanych lokalizacji. Cyfryzacja wiąże się też ze wzrostem znaczenia wizerunku i opinii na temat przedsiębiorstw oferujących usługi turystyczne. Dostępne są liczne portale oferujące rankingi usług turystycznych, hotelarskich czy gastronomicznych, takie jak np. Tripadvisor, Wakacje.pl, Eataway, Freewalkingtours, czy opinie zbierane przez Google. W związku z tym usługodawcy z branży turystyki muszą bardzo dbać o jakość świadczonych usług. Internet jest także jednym z najważniejszych kanałów promocji sektora. Innym aspektem cyfryzacji jest konieczność zapewnienia klientom usług turystycznych dostępu do szerokopasmowego internetu, co wymaga od przedsiębiorców nakładów inwestycyjnych.

Usługi luksusowe oraz turystyka doświadczenia – w związku z bogaceniem się społeczeństwa oraz coraz szerszym dostępem do usług sektora turystyki rosną wymagania klientów wobec usługodawców. Popularne stają się wyjazdy zbudowane wokół specjalnego „autentycznego” doświadczenia, ukierunkowane na przeżywanie pewnych emocji, szukanie wyjątkowych „niepowtarzalnych” doświadczeń, szukanie egzotyki.

Usługi zrównoważone, przyjazne środowisku i klimatowi – w związku ze wzrostem świadomości konsumenckiej i ogólnoswiatowych trendów jest to bardzo ważny obszar rozwoju sektora turystyki. Dzięki zrównoważonemu rozwojowi sektora możliwe będzie tworzenie nowych miejsc pracy w regionach wiejskich, a także rozwój usług nakierowanych na zdrowie czy aktywny wypoczynek.

Usługi dla seniorów – w związku ze zmianami demograficznymi zmieniają się także potrzeby i oczekiwania odbiorców usług turystycznych. Jest to z pewnością wyzwanie, ale też potencjał dla rozwoju sektora. Starzenie się społeczeństwa wiąże się z potrzebą rozwijania np. turystyki uzdrowiskowej czy też dalszej poprawy jakości i komfortu podróżowania oraz rozwinięcia oferty usług animacyjnych skierowanych do osób coraz starszych.

Turystyka biznesowa – w badaniu Bilans Kapitału Ludzkiego (BKL) zdiagnozowano również rosnący popyt na tzw. turystykę kongresową w związku z coraz większą liczbą wyjazdów służbowych.

Rozwój turystyki przyjazdowej – choć obecnie w Polsce przeważa turystyka krajowa, jednak wyniki badania BKL dla sektora turystyki wskazują na coraz większe zainteresowanie naszym państwem wśród turystów zza granicy.

Bariery w rozwoju sektora turystyki

Za kluczowe wyzwania dla branży związanej z organizacją turystyki można uznać sytuację polityczną na świecie oraz rozwój cyfryzacji, który powoduje, że klient potrafi zorganizować sobie pobyt turystyczny bez pomocy formalnych pośredników. W branży pilotów, przewodników i animatorów czasu wolnego znaczenia będzie nabierać wzrost oczekiwań i wymagań klientów, a co za tym idzie umiejętność nadążania za nowymi trendami, motywami czy formami podróży, a także zmieniającymi się preferencjami obsługiwanych turystów. Rosnąca liczba klientów oczekuje coraz bardziej wyszukanej oferty spędzenia wolnego czasu, co z kolei wymaga ciągłego rozwoju kompetencyjnego. Coraz częściej obserwowanym zjawiskiem jest także podróżowanie indywidualnie na własną rękę. Brak popytu na usługi pośredników może być zagrożeniem dla rozwoju gałęzi sektora turystyki związanej z organizacją wyjazdów i wymusza zmianę profilu usług oferowanych przez pośredników.

Dużym problemem sektora turystyki w Polsce i za granicą jest mała konkurencyjność zatrudnienia. Oferowane pensje są niskie w stosunku do innych branż, a samo zatrudnienie często nie jest stabilne (m.in. ze względu na formę – umowy cywilnoprawne), co skutkuje dużą rotacją. Dodatkowo w sektorze turystyki odczuwalne są zmiany związane z tzw. rynkiem pracy pracownika – na rynku jest coraz mniej osób chętnych do pracy w tej branży, co wiąże się z koniecznością większej dbałości o pracowników – zarówno jeśli chodzi o wynagrodzenia, jak i zapewnienia dobrej atmosfery w zespole czy ogólnej atmosfery pracy. Ryzykiem dla sektora jest także potencjalne obniżenie jakości obsługi ruchu turystycznego związane z koniecznością zatrudniania nisko wykwalifikowanego sezonowego personelu.

Kolejnym problemem jest nadal nie najlepsze dopasowanie programu szkół zawodowych do potrzeb rynku. Pracodawcy zwracają uwagę, że absolwenci szkół zawodowych często są nieprzygotowani do pracy i dopiero w trakcie zatrudnienia muszą zdobywać konieczne umiejętności. Warto jednak zaznaczyć, że w związku z reformą szkolnictwa zawodowego dopasowanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy idzie, w opinii pracodawców, w dobrym kierunku.

W badaniu BKL zdiagnozowano także brak efektywnych działań z zakresu szkoleń i doszkalania pracowników w sektorze turystyki, co skutkuje niską jakością usług turystycznych oraz dużą rotacją pracowników, którzy pracę w sektorze turystycznym często traktują jako nierozwojową i tymczasową.

Według raportu NIK z października 2019 r. istotną barierą na drodze do rozwoju sektora turystyki w Polsce jest brak ogólnopolskiej strategii rozwoju, a także lokalnych strategii promocji turystyki. Przeszkodą dla rozwoju sektora według NIK jest także brak spójnego systemu promocji turystycznej i zarządzania informacją turystyczną, szczególnie na poziomie regionalnym.

Kolejnym czynnikiem ograniczającym rozwój sektora, szczególnie w przypadku podróży zagranicznych, jest bezpieczeństwo – zagrożenia związane z konfliktami zbrojnymi czy niepokojami politycznymi, a także zdrowiem, w tym epidemiologiczne, mają bezpośrednie przełożenie na jego kondycję i rozwój. Przykładem była pandemia koronawirusa SARS-CoV-2, która bardzo negatywnie odbiła się na turystyce.

Wsparcie sektora turystyki

W ramach programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW) PARP uruchomi działanie **Zrównoważona turystyka**. Celem konkursu jest działanie na rzecz rozwoju turystyki makroregionalnej, z wykorzystaniem potencjału wielokulturowego dziedzictwa i unikalnych zasobów przyrodniczych. Wynikiem działań objętych wsparciem ma być stworzenie ponadregionalnych produktów (szlaków) turystycznych na bazie walorów historycznych, kulturowych, przyrodniczych i krajobrazowych. Wsparcie przyczyni się do rozwoju ruchu turystycznego w mniej znanych destynacjach Polski Wschodniej, o wysokim potencjale i pozwoli na oferowanie zróżnicowanych form turystyki.

Nabór do konkursu będzie prowadzony od 12 października 2023 r. do 31 stycznia 2024 r., a jego budżet to 630 mln zł. Dofinansowanie będzie można przeznaczyć na modernizację lub budowę obiektów lub przestrzeni stanowiących element zintegrowanego produktu turystycznego oraz modernizację lub budowę infrastruktury ułatwiającej dostęp do ww. miejsc w tym: udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, system oznakowania, zagospodarowanie terenu z poszanowaniem standardów ochrony zieleni, uporządkowanie wewnętrznych układów komunikacyjnych w bezpośrednim otoczeniu atrakcji turystycznych wraz z doprowadzeniem do dróg publicznych, działania z zakresu digitalizacji oferty szlaku i przystosowania do działania w warunkach kryzysu.

W najbliższym czasie PARP ogłosi również konkurs **HoReCa** realizowany w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności. Celem inwestycji A1.2.1 KPO jest wsparcie odporności MŚP w sektorach najbardziej dotkniętych pandemią COVID-19 w Polsce, tj. hotelarskiego, gastronomicznego, turystycznego i kulturowego. W naborze będą mogły wziąć udział podmioty wspierające rozwój przedsiębiorczości w zakresie działalności badawczej, rozwojowej lub innowacyjnej. Wyłonionych zostanie 5 operatorów regionalnych odpowiedzialnych za udzielanie, na drodze konkursowej, wsparcia przedsiębiorcom z sektora MŚP na unowocześnienie lub dywersyfikację działalności prowadzonej w branżach HoReCa, turystyka lub kultura. Celem działania jest stwarzanie warunków do budowania odporności na wypadek kolejnych kryzysów i rozwój przedsiębiorczości wśród polskich firm.

Więcej informacji o konkursach można znaleźć na stronie PARP.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



 **PARP**
Grupa PFR