



<http://dx.doi.org/10.16926/sit.2022.02.07>

Katarzyna Agnieszka OBŁĄKOWSKA\*

<https://orcid.org/0000-0003-2311-0061>

## Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19

---

**Jak cytować [how to cite]:** Obłąkowska K.A. (2022): *Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19*. Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe, t. 5, nr 2, s. 117–137.

---

### The tourism sector in Poland on the eve of and in the face of the COVID-19 pandemic

#### Abstract

On a global scale, the travel and tourism sector is the part of the economy that has been notably severely affected by the COVID-19 pandemic. This article presents the state of the tourism sector in Poland on the eve and in the first year of this pandemic. First, key definitions were briefly discussed as a foundation for tourism policy. The defined terms include the following: tourism, visitor, hiker, tourist, international (incoming) and domestic tourism, tourism sector, invisible export industry, tourist accommodation facility, tourist attraction. Then, data on international and domestic tourism in Poland just before the COVID-19 pandemic was presented, including the number of tourists served by the Polish tourism sector. The tourist attractiveness of Poland, the base of accommodation facilities, the share of tourism in Poland's GDP and national employment were discussed. Poland's flagship tourist attractions in 2019 were presented, among which the most important are cultural heritage attractions, sacred places and natural heritage. The issue of the COVID-19 pandemic was presented and on its background scenarios developed by the UNCTAD for the tourism sector related to travel restrictions introduced in response to the pandemic. Declines in tourism indicators between 2019 and 2020 were presented. Next, the *strategy of the*

---

\* dr, badacz niezależny; e-mail: kato@life.pl

*middle* was characterized as a method used in the anti-crisis policy in the tourism sector, and the *middle scenario* that emerged in the Polish tourism sector in the first pandemic year is indicated.

**Keywords:** tourism, COVID-19 pandemic, tourism policy.

## Streszczenie

Sektor podróży i turystyki w skali globalnej jest tą częścią gospodarki, która w sposób zdecydowanie negatywny odczuła pandemię COVID-19. Niniejszy artykuł przedstawia stan sektora turystyki w Polsce w przededniu i w pierwszym roku tej pandemii. W pierwszej kolejności skrótowo omawia on kluczowe definicje jako fundament dla polityki turystycznej. Wśród zdefiniowanych pojęć znalazły się następujące: *turystyka, odwiedzający, wycieczkowicz, turysta, turystyka międzynarodowa (przyjazdowa) i krajowa, sektor turystyczny, branża niewidzialnego eksportu, turystyczny obiekt noclegowy, atrakcja turystyczna*. Następnie przedstawiono dane dotyczące turystyki międzynarodowej i krajowej w Polsce tuż przed pandemią COVID-19, w tym liczbę turystów obsługiwanych przez polski sektor turystyczny. Omówiono atrakcyjność turystyczną Polski, bazę obiektów noclegowych, udział turystyki w PKB Polski oraz w krajowym zatrudnieniu. Zaprezentowano flagowe atrakcje turystyczne Polski w 2019 r., wśród których najistotniejsze są atrakcje dziedzictwa kulturowego, miejsca *sacrum* oraz dziedzictwo przyrodnicze. Przedstawiona została kwestia wybuchu pandemii COVID-19 i na jej tle opracowane przez UNCTAD scenariusze dla sektora turystyki związane z ograniczeniami podróżowania wprowadzonymi w odpowiedzi na pandemię. Dalej omówiono kwestię ograniczenia ruchu turystycznego w Polsce w pierwszym roku pandemii. Zaprezentowano spadki wskaźników turystycznych pomiędzy 2019 a 2020 r. Następnie scharakteryzowano *strategię środka* jako metodę zastosowaną w ramach polityki antykrzysowej w sektorze turystycznym, a także wskazano *scenariusz środka*, który zrealizował się w polskim sektorze turystycznym w pierwszym pandemicznym roku.

**Słowa kluczowe:** turystyka, pandemia COVID-19, polityka turystyczna.

## Wstęp

Turystyka jest zjawiskiem gospodarczym, społecznym i kulturowym wpływającym na środowisko życia ludzi oraz istotnym jako pole realizacji potrzeb osobistych człowieka. W wymiarze gospodarczym wspiera ona rozwój i wzrost gospodarek narodowych, regionalnych i lokalnych. W wymiarze społecznym tworzy miejsca pracy, ma rolę edukacyjną, zdrowotną i więziotwórczą. W wymiarze kulturowym wiąże się z komunikowaniem, porozumieniem, poznaniem, rozumieniem, tożsamością, wartościami, wytworami. W wymiarze środowiska życia człowieka wpływa na kształt i jakość przestrzeni, a także na bezpieczeństwo. W życiu osobistym (prywatnym) jednostki ludzkiej pełni rolę m.in. wypoczynkową, poznawczą, religijną, zdrowotną, relacyjną, rodzinną, sentymentalną, rozwoju osobistego.

Turystyka wspomaga postęp równości i zrównoważony wzrost gospodarczy [36], ale bywa także wewnątrznie przestrzenią niesprawiedliwości [29] oraz konfliktów [22]. Uzależniona jest ona od złożonych procesów, różnych interesów,

postaw i oczekiwań, wartości i celów. Funkcjonuje jako część szerszych systemów gospodarczych, geopolitycznych i społecznych. Jest areną, na której w interakcje wchodzi wielu graczy [29]. Jej rozwój rozpatrywany jest na trzech płaszczyznach: ekonomicznej, społecznej i środowiskowej [22]. Konieczne jest dodanie płaszczyzny kulturowej oraz osobistej człowieka. Współczesne państwa prowadzą politykę turystyczną, która z perspektywy *państwocentrycznej* jest formalnym intencjonalnym rozwiązaniem instytucjonalnym oraz ciągłą, systemową i racjonalną działalnością aparatu państwa kształtującą rolę i charakter turystyki w społeczeństwie i w gospodarce narodowej. Z perspektywy *publicnocentrycznej* zaś obejmuje złożony proces kreowany przez różne podmioty, oparty na wielostronnej komunikacji i interakcji między różnymi aktorami (jednostkami, grupami) i dziejący się w konkretnym kontekście.

Turystyka w ciągu ostatnich 70 lat stała się globalnie istotnym elementem stylu życia ludzkości i odnotowała znaczny rozwój [23]. Świat pokochał podróżować. Przed wybuchem pandemii COVID-19 przewidywano trwanie wzrostowego trendu rozwoju sektora turystyki [42]. Jednak to globalne ekstremalne wydarzenie kryzysowe, z którym mamy do czynienia od marca 2020 r., bezpośrednio negatywnie dotknęło ten sektor.

Niniejszy artykuł przedstawia stan sektora turystyki w Polsce w przededniu i w pierwszym roku pandemii COVID-19. Jego celem jest zebranie podstawowych definicji, danych i metod ważnych dla polityki turystycznej w trakcie trwającego od marca 2020 r. zdarzenia kryzysowego. Ustalenia pracy opierają się na *desk research* i analizie literatury (źródła zebrane zostały w bibliografii) oraz na wywiadzie dotyczącym frekwencji w największych atrakcjach, co do których nie były dostępne informacje za 2019 r. [13]. W pierwszej kolejności zaprezentowano definicje podstawowych pojęć, czyli: *turystyka, odwiedzający, wycieczkowiec, turysta, turystyka międzynarodowa (przyjazdowa) i krajowa, sektor turystyczny, branża niewidzialnego eksportu, turystyczny obiekt noclegowy, atrakcja turystyczna*. Następnie przedstawiono zebrane dane dotyczące turystyki międzynarodowej i krajowej w Polsce tuż przed pandemią COVID-19, w tym liczbę turystów obsługiwanych przez polski sektor turystyczny. Dalej omówiono atrakcyjność turystyczną Polski, bazę obiektów noclegowych, udział turystyki w PKB Polski oraz w krajowym zatrudnieniu. Zaprezentowano flagowe atrakcje turystyczne Polski w 2019 r., wśród których najistotniejsze są atrakcje dziedzictwa kulturowego, dziedzictwo przyrodnicze oraz miejsca *sacrum*, ale obecne także te związane z edukacją, aktywnością fizyczną i rozrywką. Przedstawiona została kwestia wybuchu pandemii COVID-19 i na jej tle opracowane przez UNCTAD scenariusze dla sektora turystyki związane z ograniczeniami podróżowania wprowadzonymi w odpowiedzi na pandemię. Analiza scenariuszy jest ważną metodą polityki publicznej wspierającą proces planowania i wdrażania polityki antykryzysowej. Następnie omówiono kwestię ograniczenia ruchu turystycznego w Pol-

sce w pierwszym roku pandemii. Zaprezentowano spadki wskaźników turystycznych pomiędzy 2019 a 2020 r. w skali kraju oraz największych miast turystycznych. Scharakteryzowano *strategię środka* jako metodę zastosowaną w ramach polityki antykryzysowej w sektorze turystycznym, a także wskazano *scenariusz środka*, który zrealizował się w polskim sektorze turystycznym w pierwszym pandemicznym roku.

## 1. Turystyka w ujęciu prawno-społecznym

Turystyka jest zjawiskiem społecznym, kulturowym i gospodarczym, które wiąże się z przemieszczaniem się ludzi do krajów lub miejsc poza ich codzienne otoczenie w celach osobistych lub biznesowych na okres krótszy niż rok. Na gruncie prawa Unii Europejskiej (UE) oznacza ona czynności odwiedzających, którzy podejmują podróż do głównego miejsca docelowego położonego poza ich zwykłym otoczeniem, na okres krótszy niż rok, w dowolnym głównym celu, w tym w celu służbowym, wypoczynkowym lub innym celu osobistym, innym niż migracja ekonomiczna (zatrudnienie przez podmiot miejscowy dla odwiedzanego miejsca, podjęcie pracy sezonowej), migracja czasowa (czasowe osiedlenie się np. w celu podjęcia edukacji) oraz migracja wahadłowa (regularne dojazdy do pracy, szkoły, na zakupy). Zwykłe otoczenie jest to obszar geograficzny, w którym dana osoba odbywa zwykłe życiowe zajęcia. Określany jest on na podstawie następujących kryteriów: przekraczanie granic administracyjnych lub odległość od zwykłego miejsca zamieszkania, długość trwania pobytu, częstotliwość podróży, cel pobytu [28]. Wśród celów osobistych turystyki możemy wymienić: wypoczynkowe, poznawcze, religijne, zdrowotne, rodzinne, sentymentalne, rozwój osobisty, sportowe, zakupowe itp. Wśród celów zawodowych zaś: spotkania biznesowe, konferencje, szkolenia, kursy, seminaria, wystawy, targi, podróże motywacyjne, imprezy firmowe.

Odwiedzający jest to podróżujący odbywający podróż do głównej destynacji poza swoim zwykłym/codziennym środowiskiem na okres krótszy niż rok, z różnych powodów (biznes, rekreacja lub inne cele osobiste) innych niż zatrudnienie przez podmiot rezydenta w kraju lub miejscu destynacji. Jedną część odwiedzających stanowią *goście jednego / tego samego dnia* (ang. *same-day visitors*), zwani także *wycieczkowiczami* (ang. *excursionists*). Są to osoby niekorzystające w destynacji z noclegu. Drugą część stanowią *turyści* (ang. *tourists*), zwani *gośćmi z noclegiem* (ang. *overnight visitors*). Są to osoby, których pobyt w destynacji obejmuje nocleg [35].

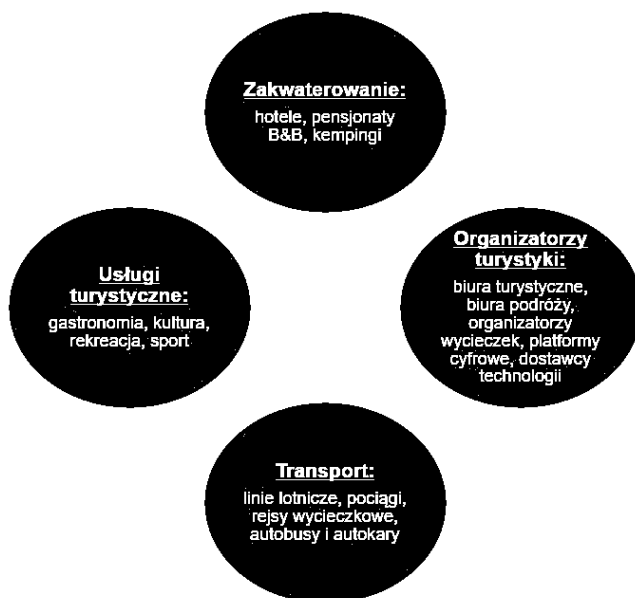
Turystykę dzielimy na międzynarodową i krajową, czy też przyjazdową (ang. *inbound tourism*) oraz krajową (ang. *domestic tourism*). Turystyka przyjazdowa oznacza podróże do państwa odbywane przez odwiedzających niebędących re-

zydentami tego państwa. Są to przyjazdy do danego kraju osób stale mieszkających poza nim. Wpływy w niej wynikają z wydatków poczynionych przez odwiedzających z zagranicy i uwzględniają wpływy generowane przez turystów i wycieczkowiczów. Turystyka krajowa oznacza podróże w granicach państwa odbywane przez odwiedzających będących rezydentami tego państwa [28]. To podróże rezydentów po terenie państwa swojego zamieszkania.

## 2. Turystyka w ujęciu ekonomicznym

Sektor turystyczny jest to klaster jednostek produkcyjnych w różnych branżach, które dostarczają towary i usługi konsumpcyjne wymagane przez odwiedzających (ang. *visitors*). Branże te nazywamy branżami turystycznymi, ponieważ zakupy odwiedzających stanowią tak znaczną część popytu na ich towary i usługi, że przy braku odwiedzających ich produkcja przestałaby istnieć w znaczącej ilości.

Sektor turystyki tworzony jest przez następujące branże: zakwaterowanie (hotele, pensjonaty B&B, kempingi), organizatorzy turystyki (biura turystyczne, biura podróży, organizatorzy wycieczek, platformy cyfrowe, dostawcy technologii), transport (linie lotnicze, pociągi, rejsy wycieczkowe, autobusy i autokary), usługi turystyczne (gastronomia, kultura, rekreacja, sport) [5]. Prezentuje je ryc. 1.



Ryc. 1. Branże turystyczne

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5].

Turystyka, z jednej strony, jest branżą niewidocznego eksportu (ang. *invisible export industry*), ponieważ produkt turystyki (czyli doświadczenie z podróży, doświadczenie turystyczne) jest niematerialny, opłacany przez turystów przywozających do regionu nowe pieniądze i eksportowany z destynacji, w której jest tworzony [34]. Jednak, z drugiej strony, jest ona sektorem eksportu widocznego w zakresie zakupu i wywozu przez turystów przedmiotów wartościowych (np. pamiątki, prezenty, wyroby rzemieślnicze, jubilerskie, sztuka, antyki, ubrania itp.).

Turystyczny obiekt noclegowy to lokalna jednostka działalności świadcząca płatne usługi – chociaż ich cena może być częściowo lub całkowicie subsydiowana – w zakresie zakwaterowania krótkotrwałego. Są to hotele i podobne obiekty zakwaterowania, obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania, pola kempingowe, włączając pola dla pojazdów kempingowych i pola namiotowe [28]. W Polskiej Klasyfikacji Działalności turystyczne obiekty noclegowe funkcjonują w podklasach: 55.10.Z (Hotele i podobne obiekty zakwaterowania), 55.20.Z (Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania), 55.30.Z (Pola kempingowe (włączając pola dla pojazdów kempingowych) i pola namiotowe).

Atrakcją turystyczną jest cokolwiek (miejsce, dzieło, wydarzenie), co zaciekawia turystów i wycieczkowiczów, co przyciąga ich do siebie, co jest przedmiotem ich uwagi, co skłania ich do obycia podróży, aby tego „czegoś” doświadczyć. Atrakcje ściągają odwiedzających ze względu na swoje szczególne cechy. Może nią stać się każdy element środowiska naturalnego, dzieło stworzone przez człowieka, miejsce będące wspólnym dziełem człowieka i przyrody (zaprojektowane w różnych celach), wydarzenie ( impreza) dostarczające poszukiwanego przez turystów doświadczenia, przeżycia godnego zapamiętania w wymiarze emocjonalnym, fizycznym, intelektualnym czy duchowym [4], [17], [18]. Atrakcjami są te elementy produktu turystycznego, które determinują wybór dokonywany przez poszczególnego turystę w kwestii odwiedzenia konkretnego miejsca docelowego, a nie innego [27].

Kształtowanie wielkości i charakteru sektora turystyki w danym państwie, regionie czy gminie jest domeną polityki turystycznej, w tym intencjonalnych, wdrażanych przez rządy centralne, władze regionalne i lokalne strategii turystyki. Ważnym aktorem tych polityk są organizacje zarządzające obszarami recepcji turystycznej (Destination Marketing Organization, DMO). Są one odpowiedzialne za rozwój turystyki na danym obszarze oraz realizują konkretne zadania z zakresu polityki turystycznej [1].

### **3. Turystyka międzynarodowa i krajowa w Polsce tuż przed pandemią COVID-19**

W 2019 r. do Polski przyjechało 88,5 mln cudzoziemców, z tego 21,2 mln turystów i 67,4 mln odwiedzających jednodniowych. Byli to głównie mieszkańcy

krajów sąsiednich (60% przyjeżdżających), a wśród nich przeważali mieszkańcy Niemiec (33,4% turystów i 42,7% odwiedzających jednodniowych). 7,5 mln turystów zagranicznych skorzystało w Polsce z usług turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych. Była to większość turystów zagranicznych (98,6% z 7,6 mln). Wybierali oni głównie hotele (6 mln osób, tj. 80%). W ogólnej liczbie turystów zagranicznych korzystających z bazy noclegowej w Polsce przeważali obywatele państw europejskich. Polskie turystyczne obiekty noclegowe gościły obywatele Niemiec (1,9 mln osób), Wielkiej Brytanii (605 tys.), Ukrainy (556 tys.), Stanów Zjednoczonych Ameryki (374 tys.), Izraela (256 tys.), Rosji (290 tys.), Włoch (264 tys.) i Francji (232 tys.). Turyści zagraniczni w ciągu 2019 r. skorzystali z 18,7 mln noclegów [6]. Oznacza to, że średnio w skali roku jeden turysta zagraniczny nocujący w turystycznych obiektach noclegowych skorzystał z polskiej bazy noclegowej w wymiarze 2,5 nocy.

W zakresie turystyki krajowej należy wskazać, że w ciągu 2019 r. mieszkańcy Polski odbyli łącznie 75,1 mln podróży w większości krajowych (59,8 mln; 79,6% podróży) z tego 34,5 mln podróży krótkookresowych (2–4 dni) oraz 25,3 mln podróży trwających 5 dni lub dłużej. Podróże zagranicznych Polacy odbyli 15,3 mln i przeważnie trwały one 5 dni lub dłużej (12,4 mln). W ciągu 2019 r. 28,2 mln turystów krajowych skorzystało w kraju z turystycznych obiektów noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych. Zanotowano w nich 74,7 mln noclegów [6], [7]. W 2019 r. 20,8 mln Polaków w wieku 15+ (64,1% tej grupy wiekowej) uczestniczyło w przynajmniej jednym prywatnym wyjeździe turystycznym [6]. Liczba wyjazdów turystycznych zrealizowanych przez gospodarstwa domowe wyniosła 41,4 mln, co oznacza, że jedno gospodarstwo domowe uczestniczyło średnio w 3 wyjazdach. Przeciętnie w jednym wyjeździe uczestniczyły 2 osoby [6].

Polski Instytut Ekonomiczny (PIE) wskazuje, że polski sektor turystyczny obsługuje głównie turystów krajowych (79%), a mniejszość to turyści zagraniczni (21%). Jednak to turystyka przyjazdowa stanowiła w 2018 r. źródło przeszło połowy (55,4%) jego przychodów (34,5 mld PLN wydatków turystów zagranicznych w Polsce), a mniej niż połowa (44,5%) pochodziła z turystyki krajowej (27,7 mld PLN wydatków turystów krajowych w Polsce) [3].

#### **4. Atrakcyjność turystyczna Polski**

W 2019 r. Polska zajmowała w Indeksie Atrakcyjności i Konkurencyjności Turystycznej 42. miejsce na 140 krajów. Jako największe atuty naszego kraju wskazano bezpieczeństwo, zdrowie i higienę, dostępność technologii informacyjno-komunikacyjnych, otwartość międzynarodową, konkurencyjność cenową oraz zasoby ludzkie i rynku pracy. Powyżej średniej światowej Polska lokowała się

także w obszarze zasobów kulturowych. Poniżej średniej oceniono zaś zrównoważenie środowiskowe, priorytet polityki turystycznej oraz stworzoną przez państwo przyjazność środowiska dla prowadzenia działalności biznesowej. Nie wiele ponad średnią światową Polska osiągnęła w infrastrukturze transportu powietrznego [40].

W 2019 r. z turystycznych obiektów noclegowych w Polsce skorzystało 36,5 mln turystów (o 5,6% więcej niż rok wcześniej), z czego 35,7 mln osób w obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych [6], [7], [8]. Liczba noclegów udzielonych turystom wyniosła 96,1 mln. W obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych turyści skorzystali z 93,3 mln noclegów, w tym turyści zagraniczni z 18,7 mln [6], [7]. Zgodnie z danymi United Nations World Tourism Organization (UNWTO) i World Travel & Tourism Council (WTTC) liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych do Polski w 2019 r. wyniosła zaś 18,2 mln [40]. Szczyt sezonu turystycznego w Polsce przypada na lipiec i sierpień (w 2019 r. 25% ogółu rocznych zakwaterowań) lub, patrząc szerzej, na okres od maja do września (w 2019 r. 52% ogółu zakwaterowań) [6].

Liczba turystycznych obiektów noclegowych w Polsce w 2019 r. wynosiła 19,2 tys., z czego 11,251 tys. posiadało 10 lub więcej miejsc noclegowych, a 7,9 tys. mniej. Oferowały one 891,2 tys. miejsc noclegowych, z czego 825,5 tys. było w obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc [6]. Liczba miejsc do spania w obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych lokuje Polskę w drugiej dziesiątce krajów UE – na poziomie zbliżonym do Szwecji (w 2018 r. – 816 tys. miejsc) i troszkę wyższym niż Czechy (w 2018 r. 741 tys. miejsc) [25]. W strukturze turystycznych obiektów noclegowych w Polsce wyróżnić należy: pokoje gościnne / kwatery prywatne (6976), kwatery agroturystyczne (4099), obiekty hotelowe (4229)<sup>1</sup>, pozostałe obiekty noclegowe<sup>2</sup> (3862). Wśród obiektów posiadających 10 lub więcej miejsc do spania obiekty hotelowe oferowały 369 tys. miejsc noclegowych, a pozostałe obiekty noclegowe 456,5 tys. [6], [7]. Najwięcej hoteli zlokalizowanych było w województwie małopolskim (391; 14,8% ogółu hoteli w kraju). Najwięcej ośrodków wczasowych (354, tj. 32,3% obiektów tego typu w kraju) oraz zespołów domków turystycznych (148, tj.

---

<sup>1</sup> Tj. hotele, motele, pensjonaty, inne obiekty hotelowe. W 2019 r. najwięcej było hoteli 3-gwiazdkowych (1318), 2-gwiazdkowych (559), 4-gwiazdkowych (418), 1-gwiazdkowych (136), natomiast 5-gwiazdkowych było najmniej (76). Hotele oferowały turystom 286,231 tys. miejsc w ponad 141,383 tys. pokoi. Najwięcej miejsc noclegowych było w hotelach 3- i 4-gwiazdkowych (odpowiednio 122 tys. i 82 tys.), hotele 5-gwiazdkowe zaś dysponowały 19 tys. miejsc noclegowych [6], [7].

<sup>2</sup> Tj. domy wycieczkowe (39), schroniska (38), schroniska młodzieżowe (36), szkolne schroniska młodzieżowe (262), ośrodki wczasowe (1095), ośrodki kolonijne (94), ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (403), domy pracy twórczej (32), zespoły domków turystycznych (582), kempingi (160), pola biwakowe (164), hostele (185), zakłady uzdrowiskowe (210), pozostałe niesklasyfikowane (545) [7].



25,4%) znajdowało się zaś w województwie zachodniopomorskim. Najwięcej pokoiów gościnnych było natomiast w województwach pomorskim, zachodniopomorskim oraz małopolskim [6], [7].

Należy wskazać 25 flagowych atrakcji turystycznych Polski w 2019 r. Każdą z nich odwiedziło w tamtym roku co najmniej 1 mln osób. Wśród wspomnianych miejsc 9 związanych było z dziedzictwem kulturowym, 4 z przestrzenią *sacrum* (religią), 5 z walorami przyrodniczymi, 3 z życiem miasta (w jego specyficznych odślonach), 2 z doświadczeniem edukacyjnym, 1 z aktywnością fizyczną oraz 1 z rozrywką. Przedstawia je tabela 1. Miejsca dziedzictwa kulturowego, przestrzenie *sacrum* oraz dziedzictwo przyrodnicze były najistotniejszymi flagowymi atrakcjami Polski (patrz tabela 2). Warto zauważyć, że przestrzenie *sacrum* są częścią dziedzictwa kulturowego. W 2015 r. wśród flagowych atrakcji było także Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej Królowej Polski w Licheniu (1,2 mln odwiedzających), jednak w 2019 r. zostało ono odwiedzone przez około 800–900 tys. osób [13], [19].

**Tabela 1.** Flagowe atrakcje turystyczne w Polsce w 2019 r.

Lp.	Atrakcja	Liczba odwiedzających w 2019 r. w mln osób	Rodzaj atrakcji
1.	Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie	4,97	DZIEDZICTWO
2.	Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze	4,4	SACRUM
3.	Tatrzański Park Narodowy	3,95	PRZYRODA
4.	Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie	3,1	DZIEDZICTWO
5.	Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu	2,32	DZIEDZICTWO
6.	Karkonoski Park Narodowy	2,16	PRZYRODA
7.	Muzeum Żup Krakowskich w Wieliczce	2,08	DZIEDZICTWO
8.	Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach	ok 2	SACRUM
9.	Sanktuarium Narodowe Matki Bożej Fatimskiej Zakopane-Krzepitówki	2 (w 2015 r.)	SACRUM
10.	Stadion Narodowy w Warszawie	blisko 2	MIEJSKA
11.	Sanktuarium Pasyjno-Maryjne w Kalwarii Zebrzydowskiej	ponad 1,8	SACRUM
12.	Aquapark Wrocław	1,75	AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA
13.	Zoo Wrocław	1,65	EDUKACJA
14.	Energylandia Park Rozrywki w Zatorze	1,6	ROZRYWKA

**Tabela 1.** Flagowe atrakcje turystyczne w Polsce w 2019 r. (cd.)

Lp.	Atrakcja	Liczba odwiedzających w 2019 r. w mln osób	Rodzaj atrakcji
15.	Zamek Królewski na Wawelu – Państwowe Zbiory Sztuki	1,59	DZIEDZICTWO
16.	Woliński Park Narodowy	1,5	PRZYRODA
17.	Muzeum Historyczne Miasta Krakowa	1,32	DZIEDZICTWO
18.	Centrum Nauki Kopernik w Warszawie	1,12	EDUKACJA
19.	Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego	1,2	DZIEDZICTWO
20.	Wielkopolski Park Narodowy	1,2	PRZYRODA
21.	Muzeum Narodowe w Krakowie	1,17	DZIEDZICTWO
22.	Molo w Sopocie	1,17	MIEJSKA
23.	Hala Widowiskowa Spodek w Katowicach	1,08	MIEJSKA
24.	Zamek Królewski w Warszawie – Muzeum. Rezydencja Królów i Rzeczypospolitej	1,03	DZIEDZICTWO
25.	Kampinoski Park Narodowy	1	PRZYRODA

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [2], [12], [13], [16], [20], [21], [24], [31].

**Tabela 2.** Liczba i odsetki odwiedzających flagowe atrakcje Polski w 2019 r. według ich rodzajów

Lp.	Rodzaj atrakcji flagowych	Liczba odwiedzających w 2019 r. w mln osób	Odsetek odwiedzających
1.	DZIEDZICTWO	18,77	38,19%
2.	SACRUM	10,2	20,75%
3.	PRZYRODA	9,81	19,96%
4.	MIEJSKA	4,25	8,65%
5.	EDUKACJA	2,77	5,64%
6.	AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA	1,75	3,56%
7.	ROZRYWKA	1,6	3,26%
<b>SUMA</b>		<b>49,15</b>	<b>100,00%</b>

Źródło: opracowanie własne.

Największe polskie atrakcje przyciągają turystów z wielu państw świata, a organizowane wydarzenia zwiększają zainteresowanie odwiedzających<sup>3</sup>. Waż-

<sup>3</sup> Przykładowo Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach przed pandemią COVID-19 odwiedzało (nawiedzało) rocznie około 2 mln pielgrzymów z 90–100 krajów świata. Rekord został odnotowany w 2016 r., czyli Roku Miłosierdzia i Światowych Dni Mło-

nymi atrakcjami turystycznymi przyciągającymi największą liczbę odwiedzających były historyczne centra miast, tj. Stare Miasto w Warszawie (szacunek liczby odwiedzających to 12,2 mln osób w 2012 r.), Stare Miasto w Krakowie (szacunek 10,5 mln osób w 2015 r.), Stare Miasto w Gdańsku (które podczas samego Jarmarku Dominikańskiego w 2015 r. odwiedziło szacunkowo 6 mln osób), Stare Miasto we Wrocławiu (szacunek 3 mln osób w 2015 r.), średniowieczny zespół miejski Torunia (szacunek 1,6 mln osób w 2013 r.) [20], [21], [24]. Wśród wydarzeń w 2019 r., oprócz Gdańskiego Jarmarku Dominikańskiego (ponad 6 mln gości), istotnie przekonała odwiedzających także Industriada (Święto Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego) (1 mln odwiedzających) [21]. Wskazuje to, iż za fundamentalną część polskiej turystyki należy uznać turystykę dziedzictwa kulturowego. Miejsca dziedzictwa kulturowego przyciągają miliony odwiedzających i generują pozytywne efekty zewnętrzne [24].

## 5. Udział turystyki w PKB Polski oraz w zatrudnieniu krajowym

W 2015 r. szacowana według metodologii World Travel & Tourism Council (WTTC) wartość Produktu Krajowego Brutto (PKB) wytworzonego przez polski przemysł turystyczny w cenach realnych wynosiła 30,14 mld PLN, cała zaś gospodarka turystyczna wygenerowała 77,91 mld PLN. Stanowiło to odpowiednio 1,68% oraz 4,34% PKB Polski [30].

Zgodnie z danymi Eurostatu w 2017 r. gospodarka polska należała do jednej z najmniej opartych na turystyce w całej Unii Europejskiej (UE). Wkład turystyki do PKB Polski zgodnie z danymi Eurostatu wynosił 1,47% [25].

PIE wskazał, że wartość dodana do polskiego PKB wygenerowana przez branżę turystyczną w 2018 r. wyniosła bezpośrednio 1,3% PKB (26,65 mld PLN). Wpływ pośredni wyniósł 86,02 mld PLN, a indukowany 28,24 mld PLN. Całkowity udział sektora turystyki w wartości dodanej wytworzonej przez polską gospodarkę w 2018 r. oszacowano zatem na 6,6% PKB (140,92 mld PLN). Przyjęto generalne wskazanie, iż całkowity udział turystyki w tworzeniu polskiego PKB w 2018 r. wyniósł 4% [3]. Z danych GUS wynika, że łączne wydatki zagranicznych turystów i wycieczkowiczów (odwiedzających jednodniowych) w Polsce w 2019 r. wyniosły 61 mld PLN, a turystów krajowych na krajowe wyjazdy z noclegami 30,9 mld PLN [6].

Zgodnie z danymi UNWTO i WTTC wkład sektora podróży i turystyki do polskiego PKB w 2019 r. wynosił 1,9% (11,168 mld USD) [40].

---

dzieży, kiedy to obiekt został odwiedzony przez ponad 5 mln osób z ponad 170 krajów świata. W czasie pandemii liczba osób fizycznie nawiedzających Sanktuarium zmalała. W 2021 r. było to około 1 mln pielgrzymów, ale bardzo wzrosła liczba wirtualnych pielgrzymów ze względu na transmisje radiowe, telewizyjne i internetowe – są to miliony ludzi tygodniowo [13].

W 2018 r. branża turystyczna w Polsce przyczyniła się bezpośrednio do utrzymania 433,7 tys. miejsc pracy (2,6% zatrudnienia krajowego), oraz poprzez wpływ pośredni 700,55 tys. i indukowany 221,37 tys. Oznacza to, że turystyka wspierała blisko 1,36 mln miejsc pracy, czyli około 8% w Polsce [3]. Zgodnie z danymi UNWTO i WTTC zatrudnionych w tym sektorze było 332,5 tys. osób, co stanowiło 2% krajowego zatrudnienia [40].

## 6. Wybuch pandemii COVID-19 i scenariusze dla sektora turystyki

11 marca 2020 r. Światowa Organizacja Zdrowia (World Health Organization – WHO) oceniła, że COVID-19 można scharakteryzować jako pandemię. 13 marca Europa stała się epicentrum pandemii, gdzie odnotowano więcej przypadków i zgonów niż w reszcie świata razem wziętej, z wyjątkiem Chińskiej Republiki Ludowej [41]. W Polsce pierwszy przypadek koronawirusa odnotowano 4 marca [26]. W odpowiedzi na pandemię COVID-19 państwa na świecie powszechnie zastosowały narzędzia w postaci restrykcji, które silnie uderzyły w sektor turystyki i łącznie ustanowiły *zakaz podróżowania* oraz *zamrożenie sektora turystyki*, czyli całkowity zakaz lub znaczne ograniczenie działalności przedsiębiorstw z tego sektora. Działania władz Rzeczypospolitej Polskiej (RP) w tym zakresie rozpoczęły się 2 marca 2020 r. Od 14 marca ogłoszono na obszarze RP stan zagrożenia epidemicznego, a od 20 marca stan epidemii. Od 15 marca zawieszono międzynarodowe pasażerskie połączenia lotnicze i kolejowe. Wszystkie osoby powracające do kraju zobowiązano do odbycia 14-dniowej kwarantanny w miejscu zamieszkania. Zamknięto granice dla obcokrajowców. Do końca marca 2020 r. większość państw w odpowiedzi na pandemię COVID-19 zamknęło całkowicie lub częściowo swoje granice dla osób niebędących ich obywatelami lub rezydentami [25]. Ta nagła i nieoczekiwana zmiana w szerokim otoczeniu przedsiębiorstw turystycznych miała natychmiastowy negatywny wpływ na ich wyniki i przeniosła branżę turystyczną w czas zastoju [38]. W dalszym okresie trwania pandemii sektor ten doświadczał okresów zaostrzenia i luzowania obostrzeń dla jego działalności w zależności od liczby zachorowań.

Działania podjęte przez władze państw na całym świecie w odpowiedzi na pandemię COVID-19 stanowiły najpoważniejsze ograniczenie podróży w historii. Przełożyło się to na dotychczas niespotkane negatywne skutki dla tej branży. UNWTO wskazało, że koszt związany z ograniczeniami podróżowania wprowadzonymi w odpowiedzi na COVID-19 ma wymiar historyczny [36].

Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) w czerwcu 2020 r. założyła trzy scenariusze wpływu *zamrożenia sektora turystyki międzynarodowej* na gospodarkę światową:

- scenariusz umiarkowany (optymistyczny) (ang. *moderate, optimistic*): w każdym kraju usuwana jest  $\frac{1}{3}$  rocznych wydatków na turystykę przyjazdową, co jest ekwiwalentem czteromiesięcznego przestoju w turystyce międzynarodowej lub 80% spadku w ciągu pięciu miesięcy i generowałoby makroekonomiczne globalne straty w wysokości 1,2 bln USD;
- scenariusz pośredni (ang. *intermediate*): usunięcie w każdym kraju  $\frac{2}{3}$  rocznych wydatków na turystykę przyjazdową, co byłoby odpowiednikiem ośmiomiesięcznego przestoju w turystyce międzynarodowej lub 80% spadku w ciągu dziesięciu miesięcy i spowodowało straty o wartości 2,2 bln USD;
- scenariusz dramatyczny (ang. *dramatic*): usunięcie w każdym kraju całości wydatków w turystyce przyjazdowej, co byłoby równoważne prawie dwunastomiesięcznemu przestojowi w turystyce międzynarodowej i generowałoby stratę w wysokości 3,3 bln USD [11].

Należało oczywiście rozszerzyć te scenariusze o zamrożenie turystyki krajowej. W scenariuszu dramatycznym, zakładającym *zakaz podróży* zarówno międzynarodowych, jak i krajowych oraz całkowite *zamrożenie sektora turystyki* przez rok, zagrożonych mogło być nawet 10% światowego PKB (13,5 bln USD) i przeszło 300 mln miejsc pracy (10% światowego zatrudnienia). UNCTAD i WTTC prognozowały w czerwcu 2020 r., że turystyka po kryzysie COVID-19 prawdopodobnie odrodzi się wolniej niż inne branże. Może to trwać nawet 19 miesięcy [11].

Oparcie polskiej gospodarki i rynku pracy w mniejszym stopniu (na tle europejskim) na turystyce pozwalało prognozować, że polska gospodarka i rynek pracy w mniejszym też stopniu niż inne gospodarki UE odczują wpływ kryzysu COVID-19. W scenariuszu dramatycznym zagrożone bezpośrednio było pomiędzy 1,3% a 1,9% PKB (około 35 mld PLN) i 2,6% krajowego zatrudnienia (około 430 tys. miejsc pracy). Biorąc zaś pod uwagę wpływy bezpośrednie, pośrednie i indukowane turystyki, zagrożone mogło być około 6,6% PKB (około 150 mld PLN) i 8% krajowego zatrudnienia (1,36 mln miejsc pracy).

## 7. Ograniczenie ruchu turystycznego w Polsce w pierwszym roku pandemicznym oraz scenariusz i metoda środka

W 2020 r., w porównaniu z 2019 r., odnotowano spadek wydatków zagranicznych odwiedzających (turystów i wycieczkowiczów) oraz turystów krajowych w Polsce o 45%. Spadek wydatków turystów zagranicznych wyniósł 64%, a spadek wydatków turystów krajowych na krajowe wyjazdy z noclegami wyniósł 28%. Biorąc pod uwagę te i inne wskaźniki zaprezentowane w tabeli 3 należy stwierdzić, iż w skali kraju w Polsce w 2020 r. zrealizował się scenariusz UNCTAD pośredni w turystyce przyjazdowej oraz scenariusz umiarkowany (op-

tymistyczny) w turystyce krajowej. Możemy powiedzieć, iż mieliśmy w Polsce do czynienia ze *scenariuszem środka*.

W 2020 r. z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych w Polsce skorzystało tylko 18,8 mln osób, co oznacza spadek o 48,5% w stosunku do 2019 r. (w tym 17,9 mln skorzystało z obiektów posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych – spadek rok do roku o 49,9%). Turystów zagranicznych było 2,3 mln (spadek o 69,8%). Liczba noclegów udzielonych turystom w 2020 r. wyniosła 54 mln (spadek o 43,8%), w tym 6,7 mln była to usługa dla turystów zagranicznych (spadek o 64,7%). W obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych turyści skorzystali z 51,4 mln noclegów (spadek o 45%), w tym turyści zagraniczni z 6,6 mln (spadek o 64,7%) [8] [9].

Liczba mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej, uczestniczących w 2020 r. w przynajmniej jednym prywatnym wyjeździe turystycznym, z co najmniej jednym noclegiem, wyniosła 14,1 mln, czyli była niższa o 32,1% w porównaniu z 2019 r. W pierwszym roku pandemicznym podróżowało zatem 43,6% mieszkańców Polski w wieku 15+, co oznacza spadek o 20,5%. Głównym powodem rezygnacji z podróży był koronawirus SARS-CoV-2 (36,9%), powody finansowe (21,7%) oraz brak motywacji do podróży (11,3%). Jedno gospodarstwo domowe w Polsce uczestniczyło średnio w 2 wyjazdach (przed pandemią w 3) [8].

**Tabela 3.** Spadki wskaźników turystycznych pomiędzy 2019 a 2020 r.

Rodzaj wskaźnika	Wskaźnik	2019	2020	Wielkość spadku
OGÓLNE	Wydatki odwiedzających zagranicznych i turystów krajowych w Polsce (w mld PLN)	91,9	52,2	43%
	Liczba turystów korzystających z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych w Polsce (w mln osób)	36,5	18,8	48%
	Liczba turystów korzystających z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych w Polsce w obiektach posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych (w mln osób)	35,7	17,9	50%
	Liczba noclegów udzielonych turystom przez turystyczne obiekty noclegowe w Polsce (w mln osób)	96,1	54	44%
	Liczba noclegów udzielonych turystom przez turystyczne obiekty noclegowe w Polsce posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych (w mln osób)	93,3	51,4	45%
	Liczba noclegów udzielonych turystom przez turystyczne obiekty noclegowe w Polsce posiadające mniej niż 10 miejsc noclegowych (w mln osób)	2,8	2,6	7%

Tabela 3. Spadki wskaźników turystycznych pomiędzy 2019 a 2020 r. (cd.)

Rodzaj wskaźnika	Wskaźnik	2019	2020	Wielkość spadku
TURYSTYKA PRZYJAZDOWA	Wydatki zagranicznych odwiedzających (turystów i wycieczkowiczów) w Polsce (w mld PLN)	61	27,4	55%
	Wydatki zagranicznych turystów w Polsce (w mld PLN)	37,1	13,4	64%
	Liczba turystów zagranicznych w Polsce (w mln osób)	21,2	8,4	60%
	Liczba odwiedzających zagranicznych w Polsce (w mln osób)	67,4	42,7	37%
	Liczba turystów zagranicznych nocujących w turystycznych obiektach noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych w Polsce (w mln osób)	7,5	2,3	69%
	Liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym przez turystyczne obiekty noclegowe posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych w Polsce (w mln)	18,7	6,6	65%
TURYSTYKA KRAJOWA	Wydatki mieszkańców Polski związane z podróżami (w mld PLN)	79,5	48,3	39%
	Wydatki mieszkańców Polski na krajowe wyjazdy z noclegami (w mld PLN)	30,9	24,8	20%
	Liczba podróży zrealizowanych przez mieszkańców Polski (w mln)	75,1	53	29%
	Liczba podróży zrealizowanych przez mieszkańców Polski w wieku 15+ (w mln)	63,6	44,8	30%
	Liczba mieszkańców Polski w wieku 15+ uczestniczących w przynajmniej jednym prywatnym wyjeździe turystycznym (w mln osób)	20,8	14,1	32%
	Odsetek podróżujących Polaków w wieku 15+	64,1%	43,6%	21%
	Liczba turystów krajowych nocujących w turystycznych obiektach noclegowych posiadających 10 lub więcej miejsc noclegowych w Polsce (w mln osób)	28,2	15,6	45%
	Liczba noclegów udzielonych turystom krajowym przez turystyczne obiekty noclegowe posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych w Polsce (w mln)	74,7	47,4	37%

Źródło: opracowanie własne w oparciu o [6], [7], [8], [9].

W 2020 r. największa liczba turystów w Polsce odwiedziła Warszawę, jednak w porównaniu z 2019 r. było ich zdecydowanie mniej [8]. Liczba odwiedzających,

k którzy przyjechali do Warszawy w 2019 r., wyniosła 10,09 mln osób (7,26 mln krajowych oraz 2,83 mln zagranicznych), z czego 3,8 mln osób skorzystało w stolicy z bazy noclegowej (udzielono 6,5 mln noclegów). Największą atrakcją Warszawy według nich było Stare Miasto i najchętniej oddawali się oni zwiedzaniu (46%) [32]. W 2020 r. liczba odwiedzających Warszawę wyniosła 3,3 mln (2,6 mln krajowych oraz 0,7 mln zagranicznych), z czego 1,3 mln osób skorzystało z warszawskich obiektów noclegowych (udzielono 2,3 mln noclegów). Odnotowano zatem spadek liczby odwiedzających o 67% w stosunku do roku poprzedniego. Sprawy służbowe / interesy były istotniejszym celem przyjazdów niż rok wcześniej (2020: 17%; 2019: 9%), a zwiedzanie zabytków zmniejszyło istotność (26%). Spadek wkładu gospodarki turystycznej w PKB Warszawy w 2020 r. w porównaniu do 2019 r. oszacowano na -36%, a w zatrudnienie na -1,8% [33]. Kolejnymi powiatami, w których w 2020 r. turyści nocowali najczęściej w Polsce, były: Kraków z 818,2 tys. turystów (spadek liczby turystów o 70% w porównaniu z 2019 r.), powiat tatrzański z 725,2 tys. (spadek o 37%), Gdańsk z 639,9 tys. (spadek o 47%), Wrocław z 595,1 tys. (spadek o 58%), powiat kołobrzeski z 559,0 tys. (spadek o 34%) oraz karkonoski z 551,5 tys. (spadek o 29%) [8].

Wiele państw, w tym Rzeczypospolita Polska, wdrożyło szereg instrumentów wsparcia (w tym finansowego) dla podmiotów sektora podróży, w ramach polityki anty kryzysowej, zmniejszając skalę negatywnych skutków kryzysu pandemicznego COVID-19 dla tych podmiotów. Działania wspierające sektor podejmowane były także przez władze samorządowe, w tym miejskie. Miasta turystyczne stanęły przed widmem kryzysu gospodarczego i problemów społecznych. Ratunkiem okazała się *strategia środka*, tj. kiedy sytuacja epidemiczna na to pozwalała, wprowadzano stopniowe (etapowe) restarty/odmrozenia gospodarki i przedsiębiorstw (znosząc zakazy prowadzenia działalności, umożliwiając działalność przy spełnieniu epidemicznych wymogów) oraz społeczeństw (znosząc powszechny nakaz przebywania w domu czy zakaz przemieszczania się) cały czas monitorując sytuację epidemiczną i lokalne przypadki zakażeń [15]. Strategię tę możemy nazwać narzędziem polityki anty kryzysowej w sektorze turystycznym. Pandemia stała się ponadto w sektorze turystycznym katalizatorem innowacji bazujących na nowych technologiach, a także okresem dyskusji nad polityką rozwoju turystyki w kolejnych latach [15].

## Podsumowanie

Najistotniejsze dla polityki turystycznej jako części polityki gospodarczej wskaźniki dotyczące sektora turystyki uwiadcniają, że sektor ten przed pandemią COVID-19 odpowiadał w Polsce bezpośrednio za pomiędzy 1,3% a 1,9% polskiego PKB i 2,6% krajowego zatrudnienia. Biorąc zaś pod uwagę wpływy bezpo-



średnie, pośrednie i indukowane – za około 6,6% PKB i 8% krajowego zatrudnienia. Od strony społecznej należy wskazać, że 64,1% społeczeństwa polskiego w wieku 15+ uczestniczyło w prywatnych wyjazdach turystycznych, realizując poprzez nie swoje potrzeby osobiste (wypoczynkowe, poznawcze, relacyjne, rodzinne, zdrowotne, religijne, sentymentalne, rozwoju osobistego, sportowe, zakupowe itp.) oraz zawodowe (spotkania, konferencje, szkolenia, kursy, seminaria, wystawy, targi itp.).

Odwiedzający Polskę z zagranicy byli to głównie goście jednego dnia (76,1%). Turyści stanowili tylko 23,9% odwiedzających przyjazdowych. Polskę odwiedzali głównie mieszkańcy krajów sąsiednich (60% przyjeżdżających), najczęściej obywatele Niemiec. Polski sektor turystyczny obsługiwał głównie turystów krajowych (79%), turyści zagraniczni stanowili mniejszość (21%). Jednak to turystyka przyjazdowa była w 2019 r. źródłem przeszło połowy jego przychodów (55,4%), a mniej niż połowa pochodziła z turystyki krajowej (44,5%). W polskiej turystyce bardzo istotne były atrakcje dziedzictwa kulturowego, miejsca *sacrum* oraz dziedzictwo przyrodnicze.

W pierwszym roku pandemii COVID-19 ruch turystyczny w Polsce uległ istotnemu ograniczeniu. Narzędzia wdrożone w ramach polityki antypandemicznej przez władze państw na całym świecie, w tym przez władze Rzeczypospolitej Polskiej, w odpowiedzi na pandemię COVID-19, stanowiły najpoważniejsze ograniczenie podróży w historii. W połowie kwietnia 2020 r. 96% destynacji turystycznych na świecie objętych było restrykcjami, a około 90% całkowitym lub częściowym zamknięciem granic państwowych dla turystów [25]. Instrumenty tej polityki w postaci *zakazu podróżowania* oraz *zamrożenia sektora turystyki* przełożyły się na niespotkane w historii negatywne skutki dla branży turystycznej oraz dla wypełniania przez ten sektor roli gospodarczej, a także jego ról w wymiarze społecznym, kulturowym oraz potrzeb osobistych ludzi. Brak możliwości podróżowania należy rozpatrywać w kategoriach skutków we wszystkich wymiarach oddziaływania turystyki. Państwa wdrożyły jednak także szereg instrumentów wsparcia dla podmiotów sektora podróży w ramach polityki antykryzysowej oraz realizowały *strategię środka* umożliwiającą funkcjonowanie turystyki w bardziej lub mniej ograniczonym zakresie pomimo trwania pandemii.

W pierwszym roku pandemii w polskim sektorze turystycznym zrealizował się *scenariusz środka*. W 2020 r., w porównaniu z 2019 r., odnotowano spadek wydatków zagranicznych odwiedzających (turystów i wycieczkowiczów) oraz turystów krajowych w Polsce o 43%. Spadek wydatków turystów zagranicznych wyniósł 64%, co oznacza scenariusz UNCTAD pośredni. Natomiast spadek wydatków turystów krajowych na krajowe wyjazdy z noclegami wyniósł 20%, co oznacza scenariusz UNCTAD umiarkowany (optymistyczny).

## Bibliografia

- [1] Borzyszkowski J. (2018): *Problem finansowania organizacji zarządzających obszarami recepcji turystycznej – przykład struktur lokalnych*. Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 41, s. 23–30; <http://dx.doi.org/10.18276/ept.2018.1.41-02>.
- [2] Centrum Nauki Kopernik (2016): *Raport roczny 2015*. Centrum Nauki Kopernik. Warszawa.
- [3] Czernicki Ł., Kukołowicz P., Mniszewski M. (2020): *Branża turystyczna w Polsce. Obraz sprzed pandemii*. Polski Instytut Ekonomiczny. Warszawa.
- [4] Davidson R. (1996): *Turystyka*. Polska Agencja Promocji i Turystyki. Warszawa.
- [5] European Commission (2020): *The EU helps reboot Europe's Tourism*. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/FS\\_20\\_851](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/FS_20_851) (data publikacji: 13.05.2020) [dostęp: 18.08.2020].
- [6] Główny Urząd Statystyczny (2020): *Turystyka w 2019 r.* Warszawa – Rzeszów.
- [7] Główny Urząd Statystyczny (2020): *Turystyka w 2019 roku. Tablice w formacie XLSX w pliku ZIP*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html> [dostęp: 6.02.2022].
- [8] Główny Urząd Statystyczny (2021): *Turystyka w 2020 r.* Warszawa – Rzeszów.
- [9] Główny Urząd Statystyczny (2021): *Turystyka w 2020 roku. Tablice w formacie XLSX w pliku ZIP*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2020-roku,1,18.html> [dostęp: 6.02.2022].
- [10] Główny Urząd Statystyczny i Urząd Statystyczny w Krakowie (2020): *Kultura w 2019 r.* Warszawa – Kraków.
- [11] Gopalakrishnan B.N., Peters R., Vanzetti D. (2020): *COVID-19 and Tourism. Assessing the Economic Consequences*. United Nations Conference on Trade and Development. [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcinf2020d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcinf2020d3_en.pdf) [dostęp: 14.08.2020].
- [12] Haładyj M. (2020): *Ponad 1,8 mln pielgrzymów. Kalwaryjskie Sanktuarium podsumowało rok*. <https://glos24.pl/ponad-1-8-mln-pielgrzymow-sanktuarium-w-kalwarii-zebrzydowskiej-podsumowalo-rok> [dostęp: 6.02.2021].
- [13] Informacje z wywiadu drogą mailową: 1) od Managera ds. Relacji Publicznych Spółki PL.2012 w sprawie stadionu Narodowego w Warszawie w dniu 7.02.2022; 2) od siostry Elżbiety Siepak z Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach w dniu 11.02.2022; 3) od p. Kamili Gruberskiej z Sekretariatu Księdza Kustosza Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej w dniu 17.02.2022.

- [14] Kachniewska M., Nawrocka E., Niezgodna W., Pawlicz A. (2012): *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Oficyna a Wolters Kluwer business. Warszawa.
- [15] Kowalczyk-Anioł J., Pawlusiński R. (2021): *Miasto turystyczne wobec pandemii COVID-19. Pierwsze doświadczenia w świetle literatury przedmiotu*. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin-Polonia*, vol 76, s. 203–222.
- [16] Kretowicz L. (2016): *Stadion Narodowy w ubiegłym roku osiągnął ponad 2 miliony złotych zysku*. <https://biznes.wprost.pl/gospodarka/10008611/stadion-narodowy-i-2-mln-zlotych-zysku.html> (data publikacji: 31.05.2016) [dostęp: 15.05.2021].
- [17] Kruczek Z. (2011): *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Proksenia. Kraków.
- [18] Kruczek Z. (2015): *Analiza frekwencji w polskich atrakcjach turystycznych*. *Turyzm*, nr 25/1, s. 47–55.
- [19] Kruczek, Z. (2016): *Frekwencja w atrakcjach turystycznych w latach 2011–2015*. Polska Organizacja Turystyczna. Kraków – Warszawa.
- [20] Kruczek Z. (2019): *Frekwencja w atrakcjach turystycznych w latach 2016–2018*. Polska Organizacja Turystyczna. Kraków – Warszawa.
- [21] Kruczek Z. (2020): *Frekwencja w atrakcjach turystycznych w roku 2019*. Polska Organizacja turystyczna. Kraków – Warszawa.
- [22] Kruczek Z., Szromek A., Walas B., Mazanek L. (2021): *Postawy i oczekiwania interesariuszy wobec zamiarów zrównoważenia turystyki w Krakowie po pandemii COVID-19*. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin-Polonia*, vol 76, s. 45–69; <http://dx.doi.org/10.17951/b.2021.76.45-69>.
- [23] Obłąkowska K. (2019): *Turystyka dziedzictwa kulturowego i efekty zewnętrzne działalności muzeów zamkowych i pałacowych w Polsce*. [w:] Kulesa A., Wąsiński M., Misiuna J. (red.): *Gospodarka światowa w obliczu zmiany: konteksty, strategie, perspektywy*. Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Warszawa, s. 13–36.
- [24] Obłąkowska K. (2021): *Muzea zamkowe i pałacowe w Polsce w świetle pozytywnych efektów zewnętrznych ich działalności*. Difin. Warszawa.
- [25] Obłąkowska K. (2021): *Zakaz podróżowania i zamrożenie sektora turystyki jako światowe narzędzia polityki przeciwdziałania pandemii COVID-19 i ich historyczny koszt*. [w:] Bartoszewicz A., Księżopolski K., Zybala A. (red.): *Polska... Unia Europejska... Świat w pandemii COVID-19 – wybrane zagadnienia. Wnioski dla kształtowania i prowadzenia polityki publicznej*. Dom Wydawniczy Elipsa. Warszawa, s. 193–214; <http://dx.doi.org/10.33896/978-83-8017-379-8>.
- [26] Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (2020): *Koronawirus – stan zagrożenia epidemicznego oznacza liczne ograniczenia dla działalności go-*

- spodarczej*. <https://www.parp.gov.pl/component/content/article/59030:koronawirus-stan-zagrozenia-epidemicznego-oznacza-liczne-ograniczenia-dla-dzialalnosci-gospodarczej> [dostęp: 17.08.2020].
- [27] Turtureanu A. (2005): *Tourism Products: Characteristics and Forms*. Acta Universitatis Danubius. Œconomica, nr 1, s. 141–157.
- [28] Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 692/2011 z dnia 6 lipca 2011 r. w sprawie europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki i uchylające dyrektywę Rady 95/57/W, DU UE L 192/19.
- [29] Salazar N.B. (2006): *Building a 'Culture of Peace' through Tourism: Reflexive and analytical notes and queries*. Universitas Humanistica, nr 62, s. 319–333.
- [30] Seweryn R. (2017): *Wkład turystyki w PKB Polski na tle innych krajów Unii Europejskiej*. Handel Wewnętrzny, nr 4 (369), s. 220–232.
- [31] Steinhagen D. (2020): *Jasna Góra. O 1/4 spadła liczba pieszych pielgrzymów w ciągu dwóch dekad*. <https://czestochowa.wyborcza.pl/czestochowa/7,48725,25563651,jasna-gora-o-1-4-spadla-liczba-pieszych-pielgrzymow-w-ciagu.html> (data publikacji: 5.01.2020) [dostęp: 6.02.2021].
- [32] Stołeczne Biuro Turystyki (2020): *Turystyka w Warszawie. Raport 2019*.
- [33] Stołeczne Biuro Turystyki (2021): *Turystyka w Warszawie. Raport 2020*.
- [34] Timothy D.J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism. An Introduction*. Channel View Publications. Bristol – Buffalo – Toronto.
- [35] United Nations World Tourism Organization (2018): *Understanding Tourism: Basic Glossary*. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf> [dostęp: 15.08.2018].
- [36] United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2020): *COVID-19 response: 96% of global destinations impose travel restrictions, UNWTO reports*. <https://www.unwto.org/news/covid-19-response-travel-restrictions> (data publikacji: 17.04.2020), [dostęp: 17.08.2020].
- [37] United Nations World Tourism Organization (2020): *Tourism restarts: 40% of destinations have now eased travel restrictions*. <https://www.unwto.org/news/tourism-restarts-40-per-cent-of-destinations-have-now-eased-travel-restrictions> (data publikacji: 30.07.2020) [dostęp 17.08.2020].
- [38] Walas B., Kruczek Z. (2020): *The impact of COVID-19 on tourism in Kraków in the eyes of tourism entrepreneurs*. Studia Periegetica, nr 2(30), s. 79–95; <http://dx.doi.org/10.5604/01.3001.0014.3664>.
- [39] World Economic Forum (2020): *Travel & Tourism Competitiveness Index, 2019 rankings*. <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/rankings/> [dostęp: 19.08.2020].
- [40] World Economic Forum (2020): *Poland. Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition*. <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-com->

---

petitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=POL [dostęp: 19.08.2020 i 20.05.2021].

- [41] World Health Organization (2020): *Timeline: WHO's COVID-19 response*. [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline?gclid=Cj0KCQjwsuP5BRCoARIs-APtX\\_wH2UhjxsOPI45mN1XY-txsV6Dh66Ljoa2ZjaOx5Q0se4l1CAVIKXAqAaAu7IEALw\\_wcB#event-81](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline?gclid=Cj0KCQjwsuP5BRCoARIs-APtX_wH2UhjxsOPI45mN1XY-txsV6Dh66Ljoa2ZjaOx5Q0se4l1CAVIKXAqAaAu7IEALw_wcB#event-81) [dostęp: 6.08.2020].
- [42] World Travel & Tourism Council (2018): *Travel & Tourism. Global Economic Impact & Issues 2018*. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/cities-2018/city-travel--tourism-impact-2018final.pdf> [dostęp: 2.12.2018].

---

#### **DEKLARACJA BRAKU KONFLIKTU INTERESÓW**

Autorka deklaruje brak potencjalnych konfliktów interesów w odniesieniu do badań, autorstwa i/lub publikacji artykułu *Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19*.

#### **FINANSOWANIE**

Autorka nie otrzymała żadnego wsparcia finansowego w zakresie badań, autorstwa i/lub publikacji artykułu *Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19*.

#### **DECLARATION OF CONFLICTING INTERESTS**

The author declared no potential conflicts of interests with respect to the research, authorship, and/or publication of the article *Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19*.

#### **FUNDING**

The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of the article *Sektor turystyczny w Polsce w przededniu i obliczu pandemii COVID-19*.

---