

**ZAŁĄCZNIK NR 6 DO IWZ**
**Materiały do wykonania zadania dot. konferencji prasowej**

Top 16	Największa dzietność bonu nieaktywnego		Największa wartość bonów nieaktywnych		Największy odsetek bonów nieaktywnych		Największa średnia wartość nieaktywnego bonu	
1	PODLASKIE	1,50	MAZOWIECKIE	122986500	PODLASKIE	31%	PODLASKIE	750
2	POMORSKIE	1,45	WIELKOPOLSKIE	72249000	ZACHODNIOPOMORSKIE	31%	POMORSKIE	724
3	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	1,45	ŚLĄSKIE	68346500	LUBELSKIE	29%	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	722
4	PODKARPACKIE	1,44	MAŁOPOLSKIE	63377500	LUBUSKIE	28%	PODKARPACKIE	719
5	LUBELSKIE	1,44	DOLNOŚLĄSKIE	58180750	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	28%	LUBELSKIE	716
6	LUBUSKIE	1,43	POMORSKIE	54435750	POMORSKIE	26%	LUBUSKIE	711
7	ZACHODNIOPOMORSKIE	1,42	LUBELSKIE	46790000	DOLNOŚLĄSKIE	26%	ZACHODNIOPOMORSKIE	711
8	OPOLSKIE	1,42	ŁÓDZKIE	46313750	MAZOWIECKIE	26%	WIELKOPOLSKIE	708
9	WIELKOPOLSKIE	1,42	PODKARPACKIE	41258750	OPOLSKIE	26%	OPOLSKIE	708
10	KUJAWSKO-POMORSKIE	1,42	ZACHODNIOPOMORSKIE	40047000	ŁÓDZKIE	25%	KUJAWSKO-POMORSKIE	706
11	MAŁOPOLSKIE	1,42	KUJAWSKO-POMORSKIE	38210750	PODKARPACKIE	25%	MAZOWIECKIE	704
12	MAZOWIECKIE	1,41	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	31120750	ŚWIĘTOKRZYSKIE	24%	MAŁOPOLSKIE	704
13	DOLNOŚLĄSKIE	1,39	PODLASKIE	28575250	WIELKOPOLSKIE	23%	DOLNOŚLĄSKIE	695
14	ŁÓDZKIE	1,39	LUBUSKIE	22953750	KUJAWSKO-POMORSKIE	23%	ŚWIĘTOKRZYSKIE	691
15	ŚWIĘTOKRZYSKIE	1,39	ŚWIĘTOKRZYSKIE	21194750	MAŁOPOLSKIE	22%	ŁÓDZKIE	691
16	ŚLĄSKIE	1,37	OPOLSKIE	17397000	ŚLĄSKIE	20%	ŚLĄSKIE	681

Top 16	Największy odsetek bonów częściowo wykorzystanych		Największa pozostała kwota (suma w zł.) do wykorzystania z bonów częściowo wykorzystanych		Największa średnia (wartość w zł.) pozostała kwota do wykorzystania z jednego bonu częściowo wykorzystanych	
1	PODKARPACKIE	58%	MAZOWIECKIE	108841992	PODLASKIE	613
2	LUBELSKIE	56%	MAŁOPOLSKIE	83958503	POMORSKIE	600
3	ŚWIĘTOKRZYSKIE	52%	ŚLĄSKIE	79016083	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	588
4	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	51%	WIELKOPOLSKIE	68037128	LUBUSKIE	583
5	MAŁOPOLSKIE	49%	PODKARPACKIE	55647084	ZACHODNIOPOMORSKIE	575
6	PODLASKIE	47%	POMORSKIE	55093344	LUBELSKIE	568
7	KUJAWSKO-POMORSKIE	46%	LUBELSKIE	50657169	KUJAWSKO-POMORSKIE	565
8	POMORSKIE	44%	DOLNOŚLĄSKIE	48111549	DOLNOŚLĄSKIE	564
9	OPOLSKIE	42%	KUJAWSKO-POMORSKIE	45663076	MAZOWIECKIE	560
10	ZACHODNIOPOMORSKIE	41%	ŁÓDZKIE	45080788	WIELKOPOLSKIE	557
11	ŁÓDZKIE	40%	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	33241848	ŁÓDZKIE	553
12	ŚLĄSKIE	38%	ZACHODNIOPOMORSKIE	29469297	ŚWIĘTOKRZYSKIE	553
13	LUBUSKIE	38%	ŚWIĘTOKRZYSKIE	27470120	PODKARPACKIE	552
14	MAZOWIECKIE	38%	PODLASKIE	24251361	MAŁOPOLSKIE	552
15	WIELKOPOLSKIE	37%	LUBUSKIE	18448828	OPOLSKIE	544
16	DOLNOŚLĄSKIE	35%	OPOLSKIE	16466271	ŚLĄSKIE	517

#### Legenda:

Niniejszy materiał został opracowany w oparciu o raporty otrzymane od Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, który jest odpowiedzialny za utrzymanie systemu teleinformatycznego do obsługi Polskiego Bonu Turystycznego. Na wstępie należy wskazać, że bon turystyczny jest przyznawany osobie uprawnionej na podstawie przesłanek opisanych w art. 4 ustawy o Polskim Bonie Turystycznym. W sytuacji gdy rodzic/opiekun prawny jest uprawniony do świadczenia w formie bonu na troje dzieci, zostaje mu przyznany jeden bon o odpowiednio zwiększonej wartości ( 1500 zł). Oznacza to, że jeden bon turystyczny może mieć różną wartość.

W udzielonych odpowiedziach POT posługuje się następującymi określeniami:

- bon aktywny – osoba uprawniona aktywowała bon na swoim indywidualnym profilu PUE ZUS i skorzystała ze świadczenia lub zrobi to w najbliższym czasie,
- bon nieaktywny – osoba uprawniona ma przyznane świadczenie na swoim indywidualnym profilu PUE ZUS, ale jeszcze nie aktywowała bonu
- wartość nieaktywowanego bonu – wartość jednego bonu wyrażona w kwocie (zł.)

## Materiały do wykonania zadania dot. debaty branżowej

### Podkarpackie

#### Gminy – bony nieaktywne i częściowo zrealizowane

Na ciemnozielono zaznaczono grupę gmin, która posiada najwyższe wartości jeżeli chodzi o główne parametry w przypadku bonów nieaktywnych i częściowo zrealizowanych.

Na jasnozielono zaznaczono grupę gmin, w których można uzyskać efekt skali akcji promocyjnej, tzn. tam gdzie stosunek liczby gmin do innych parametrów jest najbardziej korzystny.

	Liczba gmin	Liczba bonów nieaktywnych	Odsetek bonów nieaktywnych	Łączna wartość bonów nieaktywnych	Liczba dzieci dla bonów nieaktywnych	Dzietność bonu
gm. wiejskie	90	25660	26%	18643250	37392	1,46
gm. miejskie	1	32	24%	20500	41	1,28
gm. miejsko-wiejskie	34	16249	25%	11771250	23612	1,45
gm. miejskie i gm. wiejskie	10	8538	23%	6074750	12181	1,43
miasta na prawach powiatu	3	6942	22%	4749000	9552	1,38

Akcja promocyjna powinna zostać skierowana do gmin wiejskich w woj. podkarpackim. Mają one najwięcej bonów nieaktywnych, najwyższą wartość, a także największą liczbę dzieci przypadającą na jedno bon nieaktywne. Niemniej efekt skali akcji promocyjnej można osiągnąć, kierując ją do gmin miejsko-wiejskich w regionie. Jest ich o ok. ½ mniej od gm. wiejskich, ale łączna wartość bonów nieaktywnych wynosi tam aż 11,7 mln zł.

	Liczba gmin	Liczba bonów	Liczba bonów częściowo zrealizowanych	Odsetek bonów	Pozostała kwota do wykorzystania

		aktywnych wszystkich		częściowo zrealizowanych	z bonów częściowo zrealizowanych
gm. wiejskie	90	74632	44837	60%	25423810
gm. miejskie	1	103	60	58%	31844
gm. miejsko-wiejskie	34	48220	28784	60%	15970413
gm. miejskie i gm. wiejskie	10	28110	15773	56%	8463737
miasta na prawach powiatu	3	24183	11390	47%	5757281

Zarówno gminy wiejskie, jak i miejsko-wiejskie w woj. Podkarpackim mają bardzo wysoki odsetek bonów częściowo wykorzystanych – po 60%. Przy czym pozostała kwota do wykorzystania jest zdecydowanie wyższa w gminach wiejskich.

### Powiaty – bony nieaktywne i częściowo zrealizowane

Kolor ciemnozielony – powiat występuje we wszystkich czterech parametrach w Top10 bonów nieaktywnych i wszystkich trzech parametrach w Top10 bonów częściowo zrealizowanych.

Kolor jasnozielony - powiat występuje w trzech na cztery parametry w Top10 bonów nieaktywnych i w dwóch na trzy parametry w Top10 bonów częściowo zrealizowanych.

Top 10	Największa dzietność bonu	Największa wartość bonów nieaktywnych	Największy odsetek bonów nieaktywnych	Największa średnia wartość nieaktywnego bonu
1	KOLBUSZOWSKI	RZESZOWSKI	BIESZCZADZKI	KOLBUSZOWSKI
2	LEŻAJSKI	RZESZÓW	LESKI	LEŻAJSKI
3	STRZYŻOWSKI	KROŚNIEŃSKI	PRZEMYSKI	STRZYŻOWSKI
4	BRZOSZOWSKI	JAROSŁAWSKI	STRZYŻOWSKI	BRZOSZOWSKI
5	ŁAŃCUCKI	DĘBICKI	JAROSŁAWSKI	ŁAŃCUCKI
6	PRZEMYSKI	MIELECKI	KOLBUSZOWSKI	PRZEMYSKI
7	NIŻAŃSKI	SANOCKI	NIŻAŃSKI	NIŻAŃSKI
8	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI	ŁAŃCUCKI	LEŻAJSKI	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI
9	LUBACZOWSKI	STAŁOWOWOLSKI	LUBACZOWSKI	PRZEWORSKI
10	JAROSŁAWSKI	TARNOBRZESKI	PRZEMYŚL	JAROSŁAWSKI

Priorytetowe: jarosławski

Priorytetowe II: kolbuszowski, leżajski, strzyżowski, łańcucki, przemyski, niżański

Top 10	Największy odsetek bonów częściowo wykorzystanych	Największa pozostała kwota do wykorzystania z bonów częściowo zrealizowanych	Największa średnia pozostała kwota do wykorzystania z jednego bonu częściowo zrealizowanego
1	LUBACZOWSKI	RZESZOWSKI	PRZEMYSKI
2	BRZOWSKI	RZESZÓW	LEŻAJSKI
3	PRZEMYSKI	KROŚNIEŃSKI	KOLBUSZOWSKI
4	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI	DĘBICKI	BRZOWSKI
5	PRZEWORSKI	MIELECKI	NIŻAŃSKI
6	STRZYŻOWSKI	JAROSŁAWSKI	BIESZCZADZKI
7	KOLBUSZOWSKI	JASIELSKI	STRZYŻOWSKI
8	LEŻAJSKI	SANOCKI	LUBACZOWSKI
9	NIŻAŃSKI	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI	PRZEWORSKI
10	JAROSŁAWSKI	PRZEWORSKI	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI

Priorytetowe: ropczycko-sędziszowski, przeworski

Priorytetowe II: lubaczowski, brzowski, przemyski, strzyżowski, kolbuszowski, leżajski, niżański, jarosławski

Top 10	Największa dietność bonu		Największa wartość bonów nieaktywnych		Największy odsetek bonów nieaktywnych		Największa średnia wartość nieaktywnego bonu	
1	KOLBUSZOWSKI	1,52	RZESZOWSKI	3789500	BIESZCZADZKI	34%	KOLBUSZOWSKI	758
2	LEŻAJSKI	1,50	RZESZÓW	3487500	LESKI	31%	LEŻAJSKI	746
3	STRZYŻOWSKI	1,48	KROŚNIEŃSKI	2853000	PRZEMYSKI	30%	STRZYŻOWSKI	740
4	BRZOWSKI	1,48	JAROSŁAWSKI	2658000	STRZYŻOWSKI	29%	BRZOWSKI	738
5	ŁAŃCUCKI	1,48	DĘBICKI	2487000	JAROSŁAWSKI	29%	ŁAŃCUCKI	738
6	PRZEMYSKI	1,47	MIELECKI	2430000	KOLBUSZOWSKI	28%	PRZEMYSKI	735
7	NIŻAŃSKI	1,47	SANOCKI	1892250	NIŻAŃSKI	28%	NIŻAŃSKI	734
8	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI	1,47	ŁAŃCUCKI	1867000	LEŻAJSKI	27%	ROPCZYCKO-SĘDZISZOWSKI	733
9	LUBACZOWSKI	1,46	STAŁOWOWOLSKI	1850000	LUBACZOWSKI	27%	PRZEWORSKI	728
10	JAROSŁAWSKI	1,46	TARNOBRZESKI	1703750	PRZEMYŚL	27%	JAROSŁAWSKI	728

Top 10	Największy odsetek bonów częściowo wykorzystanych		Największa pozostała kwota do wykorzystania z bonów częściowo zrealizowanych		Największa średnia pozostała kwota do wykorzystania z jednego bonu częściowo zrealizowanego	
1	LUBACZOWSKI	66%	RZESZOWSKI	4878507	PRZEMYSKI	601
2	BRZozowski	66%	RZESZÓW	4333546	LEŻAJSKI	601
3	PRZEMYSKI	63%	KROŚNIEŃSKI	3988024	KOLBUSZOWSKI	593
4	ROPczycko-SĘDZISZOWSKI	63%	DĘBICKI	3867423	BRZozowski	592
5	PRZEWORSKI	63%	MIELECKI	3654675	NIŻAŃSKI	588
6	STRZYŻOWSKI	63%	JAROSŁAWSKI	3114101	BIESZCZADZKI	585
7	KOLBUSZOWSKI	63%	JASIELSKI	3091467	STRZYŻOWSKI	585
8	LEŻAJSKI	62%	SANOCKI	2420402	LUBACZOWSKI	582
9	NIŻAŃSKI	62%	ROPczycko-SĘDZISZOWSKI	2379291	PRZEWORSKI	576
10	JAROSŁAWSKI	61%	PRZEWORSKI	2359902	ROPczycko-SĘDZISZOWSKI	567

**Legenda:**

Niniejszy materiał został opracowany w oparciu o raporty otrzymane od Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, który jest odpowiedzialny za utrzymanie systemu teleinformatycznego do obsługi Polskiego Bonu Turystycznego. Na wstępie należy wskazać, że bon turystyczny jest przyznawany osobie uprawnionej na podstawie przesłanek opisanych w art. 4 ustawy o Polskim Bonie Turystycznym. W sytuacji gdy rodzic/opiekun prawny jest uprawniony do świadczenia w formie bonu na troje dzieci, zostaje mu przyznany jeden bon o odpowiednio zwiększonej wartości ( 1500 zł). Oznacza to, że jeden bon turystyczny może mieć różną wartość. W udzielonych odpowiedziach POT posługuje się następującymi określeniami:

- a) bon aktywny – osoba uprawniona aktywowała bon na swoim indywidualnym profilu PUE ZUS i skorzystała ze świadczenia lub zrobi to w najbliższym czasie,
- b) bon nieaktywny – osoba uprawniona ma przyznane świadczenie na swoim indywidualnym profilu PUE ZUS, ale jeszcze nie aktywowała bonu
- c) wartość nieaktywowanego bonu – wartość jednego bonu wyrażona w kwocie (zł.)
- d) bon częściowo wykorzystany/zrealizowany – osoba uprawniona aktywowała bon na swoim indywidualnym profilu PUE ZUS, ale nie zrealizowała jego wartości w 100%

**Materiały dotyczące podsumowania 1 roku Polskiego Bonu Turystycznego – służą jako dodatkowe wsparcie merytoryczne dla osób przygotowujących ofertę. Data wydania materiału: 15-16.07.2021**



**RAPORT PODSUMOWUJĄCY  
PIERWSZY ROK PROGRAMU**



**2021**



POLSKI BON TURYSTYCZNY W LICZBACH – str. 6

UWARUNKOWANIA BRANŻY TURYSTYCZNEJ W CZASACH  
COVID-19 - str. 8

- SYTUACJA GLOBALNA
- POLSKA NA TLE INNYCH KRAJÓW EUROPEJSKICH

POTENCJALNE TRENDY I DŁUGOTRWAŁE  
KONSEKWENCJE DLA POLITYKI TURYSTYCZNEJ – str. 13

WPŁYW POLSKIEGO BONU TURYSTYCZNEGO NA  
SYTUACJĘ GOSPODARCZĄ I SPOŁECZNĄ – str. 14

OCENA PROGRAMU POLSKI BON TURYSTYCZNY – str. 26

WYZWANIA I DALSZE PERSPEKTYWY – str. 32



Pandemia COVID-19 wywołała bezprecedensowy kryzys w światowej gospodarce. Jej skutki i środki wprowadzone w celu ograniczenia rozprzestrzeniania się wirusa dotknęły także sektor turystyczny. Również dla polskiej turystyki rok 2020, który miał być kolejnym okresem wzrostu, okazał się czasem niepewności i niespotykanych wcześniej wyzwań. Polski rząd skoncentrował swoje wysiłki na ogólnogospodarczych rozwiązaniach, w tym społecznych pakietach stymulacyjnych i środkach ukierunkowanych na turystykę, oferując wsparcie finansowe przedsiębiorstwom. Uruchomił program Polski Bon Turystyczny, który jako jedno z narzędzi odbudowy branży, jest wsparciem dla rodzin z dziećmi i działa stymulująco na krajową turystykę.

**- Branża turystyczna była przez wiele lat jedną z dźwigni rozwoju polskiej gospodarki. Naszym głównym wyzwaniem rok temu było wypracowanie rozwiązań, które pozwoliłyby podmiotom z branż, które znajdują się w najtrudniejszej sytuacji, zminimalizować straty i odnaleźć się w nowej rzeczywistości gospodarczej. Polski Bon Turystyczny jest jednym z takich rozwiązań. Ma wymiar przede wszystkim społeczny i wspiera rodziny, ale działa również na rzecz przedsiębiorców i ich pracowników oraz stymuluje popyt na krajową turystykę – Jarosław Gowin, Wicepremier i Minister rozwoju, pracy i technologii.**

- Przez ostatnich kilkanaście miesięcy wykonaliśmy mnóstwo pracy. Wszystkie wypracowane oraz wprowadzone regulacje i rozwiązania to efekt ogromnego zaangażowania rządu, ówczesnego Ministerstwa Rozwoju, Ministerstwa Rodziny Pracy i Polityki Społecznej, Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, który jest operatorem systemu teleinformatycznego PUE ZUS, Polskiej Organizacji Turystycznej, wspierającej projekt w zakresie obsługi i weryfikacji przedsiębiorców, i wielu przedstawicieli branży, którzy towarzyszyli nam z pełnym zaangażowaniem na każdym etapie wdrażania nowych instrumentów. Wszystkie te działania, zarówno ogólnogospodarcze, społeczne, jak i skierowane do branży turystycznej, zadziałały stabilizująco na rynek i dały wielu przedsiębiorcom szansę przetrwania – Andrzej Gut-Mostowy, wiceminister rozwoju, pracy i technologii odpowiedzialny za turystykę.

- Polski Bon Turystyczny, poza tym, że dał mocny impuls do wzmocnienia popytu, na czym skorzystała polska gospodarka, znacząco wpłynął też na podniesienie jakości krajowej turystyki. Przedsiębiorcy bardzo poważnie podeszli do kwestii higieny i poziomu bezpieczeństwa podróżnych, wielu z nich stworzyło też nowe oferty i produkty, przygotowane specjalnie pod kątem potrzeb rodzin, dzieci i młodzieży. Bon spopularyzował także ideę poznawania własnego kraju, jego przyrody, zabytków, tradycji i w efekcie, jestem przekonany, wytworzy nawyk podróżowania po Polsce i obcowania z rodzimymi krajobrazami i bogatą kulturą – Rafał Szlachta, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej.

- Polski Bon Turystyczny to wsparcie finansowe osłabionej branży turystycznej, ale także planów wypoczynkowych milionów polskich rodzin. Program był dużym wyzwaniem dla Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Na potrzeby programu w bardzo krótkim czasie rozbudowaliśmy naszą Platformę Usług Elektronicznych do obsługi osób uprawnionych do bonu, podmiotów turystycznych akceptujących płatności bonem oraz Polskiej Organizacji Turystycznej, czyli organu właściwego w sprawach prawa do bonu. Wdrożyliśmy także system płatności na rzecz podmiotów turystycznych – prof. Gertruda Uścińska, prezes ZUS.

**4 MLD ZŁ**

ŚRODKI ZABEZPIECZONE  
NA REALIZACJĘ PROGRAMU  
Z FUNDUSZU  
PRZECIWDZIAŁANIA COVID-19

**7 MLN**

DZIECI OBJĘTYCH  
ŚWIADCZENIEM

**129 TYS.**

DZIECI Z ORZECZENIEM  
O NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI  
OBJĘTYCH DODATKOWYM  
ŚWIADCZENIEM

**3,5 MLN**

DZIECI, KTÓRE SKORZYSTAŁY  
ZE ŚWIADCZENIA PBT

**4,3 MLN**

BONÓW WYGENEROWANYCH  
W SYSTEMIE PUE ZUS

**2,2 MLN**

AKTYWOWANYCH BONÓW

**1,9 MLD**

WARTOŚĆ AKTYWOWANYCH  
BONÓW

**26,4 TYS.**

PRZEDSIĘBIORCÓW  
ZAREJSTROWANYCH  
W PROGRAMIE

**42 TYS.**

PUBLIKACJI W MEDIACH

**423 MLN**

ZASIĘGU

**60 MLN ZŁ**

WARTOŚCI EKWIWALENTU  
REKLAMOWEGO (AVE)

**3 MLN**

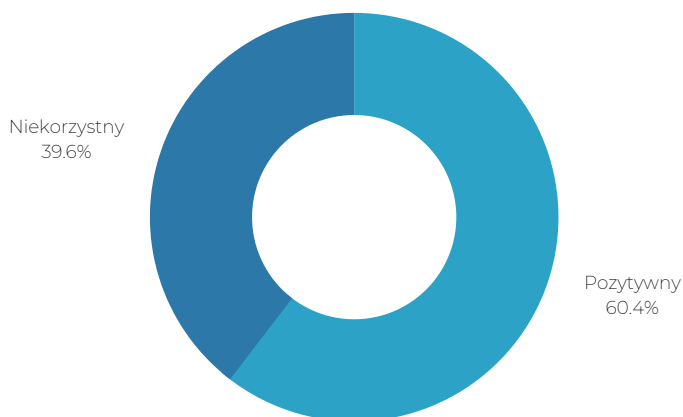
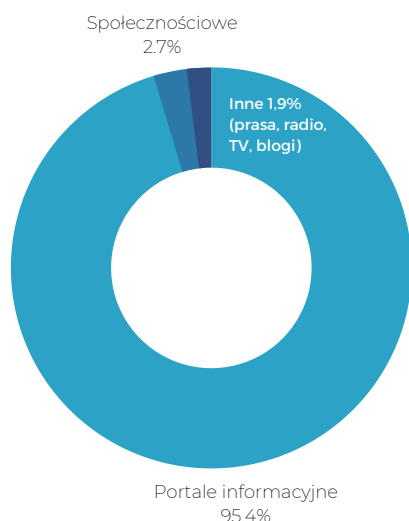
DOTARCIA W MEDIACH  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH

**400 TYS.**

ODWIEDZAJĄCYCH STRONĘ  
BONTURYSTYCZNY.GOV.PL  
MIESIĘCZNIE

Źródła:

Wydźwięk:



Dane na dzień 12.07.2021 r.

## SYTUACJA GLOBALNA

W maju 2020 roku, Światowa Organizacja Turystyki ONZ opublikowała szacunki dotyczące wpływu pandemii koronawirusa na światowy ruch turystyczny. Najbardziej pozytywny z trzech scenariuszy zakładał wówczas, że ograniczenia w podróżowaniu zostaną zniesione w lipcu 2020 i w tym scenariuszu UNWTO\* spodziewała się, że liczba podróży międzynarodowych spadnie w 2020 roku o 58% w porównaniu do 2019 r. Ponieważ wiele krajów wciąż borykało się z wysoką liczbą zachorowań, rok 2020 zakończył się spadkiem o 73% (świat) i 69% (Europa). W pierwszym kwartale 2021 roku, kiedy nadal obowiązywały powszechne ograniczenia w podróżowaniu, liczba przyjazdów turystów międzynarodowych spadła o 83% (w porównaniu do I kwartału 2020) oraz 88% w porównaniu do 2019. [1] Stopniowe łagodzenie restrykcji, wzrost liczby szczepień w Europie oraz ponowne otwarcie UE dla w pełni zaszczepionych podróżnych z państw trzecich stanowiły w II kwartale 2021 r. bodziec do ożywienia turystyki przed szczytowymi miesiącami letnimi. Ponieważ szczepienia nabierają tempa, a około 62% dorosłej populacji UE przyjęło co najmniej jedną dawkę szczepionki, popyt na podróże w Europie tego lata może znacznie wzrosnąć. W większości Europy trwa ożywienie gospodarcze, a bardziej znaczące złagodzenie środków restrykcyjnych spowodowało wzrost aktywności konsumentów. Turystyka i podróże, jako jeden z sektorów najbardziej dotkniętych pandemią, napotykają na trudniejszą drogę do ożywienia, ale widać wyraźne oznaki postępującej poprawy. Zgodnie z najnowszymi danymi [2], przewiduje się, że w 2021 roku liczba przyjazdów do Europy utrzyma się na poziomie o 49% niższym niż w 2019 roku, ale do 2024 roku osiągnie najsilniejszy wzrost wśród wszystkich regionów świata. Linią ratunkową wspierającą europejski sektor turystyczny będą podróże krajowe i wewnątrz europejskie. Najnowsze prognozy wskazują, że będą one stanowić 83% udziału w przyjazdach do regionu w 2021 roku. Najnowsze dane napawają optymizmem, ponieważ w kilku krajach odnotowano znacznie mniejsze spadki procentowe niż na początku roku lub przez większą część roku 2020.

\*United Nations World Tourism Organization

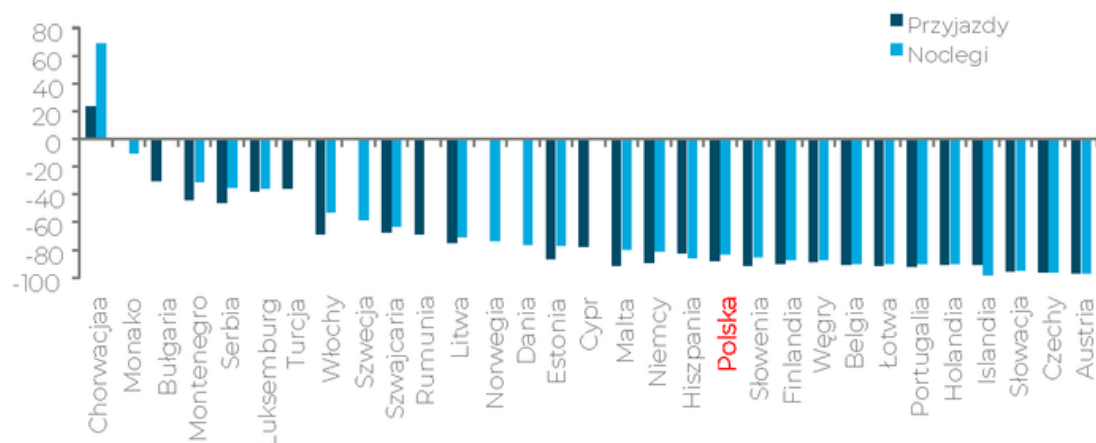
[1] World Tourism Organization (UNWTO), Maj 2021

[2] EUROPEAN TRAVEL COMMISSION, European Tourism: Trends & Prospects, Quarterly report (Q2/2021)



Dane raportowane przez kraje europejskie, poprzez TourMIS, są obecnie w dużej mierze oparte na trendach z pierwszego kwartału, a porównanie roczne odnosi się nadal do poziomów sprzed pandemii.

Wizyty zagraniczne i noclegi w wybranych destynacjach:



Źródło: TourMIS \*data zmienna (styczeń-maj) w zależności od destynacji

Poziom niepewności dotyczącej dalszej sytuacji sektora turystycznego pozostaje wciąż wysoki ze względu na nadal trwającą pandemię, wzrost liczby nowych wariantów Covid-19 i obowiązujące ograniczenia w podróżowaniu, a także nierównomierne wprowadzanie szczepionek. Popyt na podróże poza region Europy będzie się odbudowywał wolniej, a bariery będą prawdopodobnie utrzymywać się jeszcze długo po zakończeniu bieżącego roku. 60% ekspertów wskazuje obecnie, że odbicie nastąpi w 2022 roku, pozostałe 40% nadal widzi potencjalne odbicie w drugiej jego połowie. Blisko połowa wszystkich ekspertów przewiduje jednak powrót do poziomu z 2019 roku dopiero w 2024 roku lub później. [3]

Trendy konsumenckie nadal koncentrują się wokół podróżowania bliżej domu, a podróże krajowe mają potencjał, by stać się pomostem do ożywienia w tych destynacjach, które nie są w dużym stopniu uzależnione od turystyki międzynarodowej. Nastroje wśród podróżnych w odniesieniu do letnich wakacji są optymistyczne.

Według raportu WAVE 7 [4] z lipca 2021 roku, który monitoruje nastroje i krótkoterminowe intencje dotyczące krajowych i wewnątrzregionalnych podróży w Europie, nastroje podróżnicze znacznie wzrastają - 70% Europejczyków planuje podróże w ciągu najbliższych 6 miesięcy, co stanowi wzrost o 26% w porównaniu z poprzednią falą badania Wave 6 z lutego 2021 r. Połowa z nich chciałaby pojechać do innego kraju w Europie, przy czym 28% planuje podróż do jednego z sąsiednich krajów.

[3] UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, May 2021

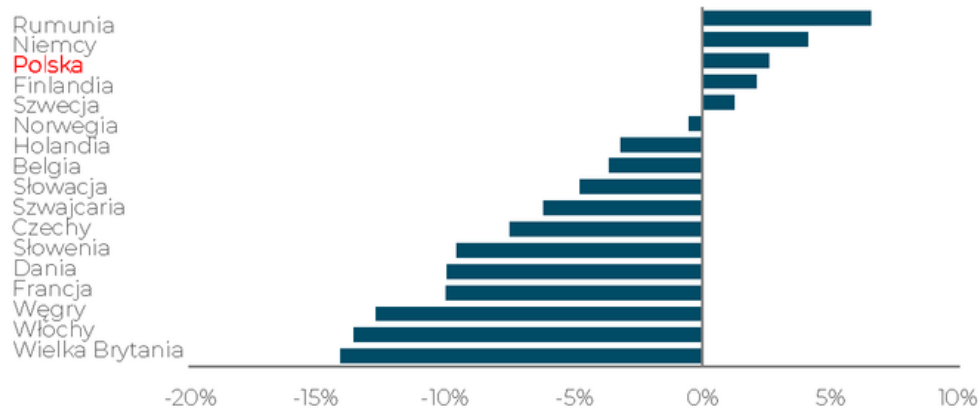
[4] MONITORING SENTIMENT FOR DOMESTIC AND INTRA-EUROPEAN TRAVEL, WAVE 7 | 07/21, EUROPEAN TRAVEL COMMISSION

## POLSKA NA TLE INNYCH KRAJÓW EUROPEJSKICH

Ze względu na stosunkowo duży rozmiar krajowych rynków niektóre destynacje mają większą szansę na złagodzenie spadku popytu na usługi turystyczne poprzez zwiększenie liczby podróży krajowych. Największe rynki krajowe, odpowiadające za ponad 80% wszystkich noclegów w każdym z nich, w 2019 roku miały Rumunia, Niemcy i Polska (znaczące rynki krajowe jako udział w całkowitym popycie na podróże mają również Finlandia i Szwecja).

Na poniższym wykresie przedstawiono kraje europejskie, które są uznawane za te, które mają największą szansę na zrównoważenie spadków liczby przyjazdów. [5]

pozyskane/utracone noclegi % udział w noclegach ogółem (krajowe + zagraniczne), 2021



Źródło: Tourism Economics

Wysoki udział podróży krajowych może zapewnić częściową ochronę przed międzynarodowymi restrykcjami dotyczącymi podróży. Ograniczenia te obejmują bowiem stosunkowo niewielką część całkowitego popytu na usługi turystyczne w Polsce. MarketLine przewiduje, że średnioroczny wzrost wartości tego sektora w latach 2019-2024 będzie się kształtował rokrocznie na poziomie 4,5%, a w 2024 roku polska branża turystyczna osiągnie wartość 48,1 mld USD, co oznacza wzrost o 24,6% względem 2019 roku. Największy wpływ na odbudowę sektora turystycznego na świecie i w poszczególnych krajach będą miały podróże krajowe, których liczba ma osiągnąć w 2022 roku poziom z roku 2019. Popyt krajowy już w 2020 roku pomógł wesprzeć europejską branżę turystyczną.

Spośród 82% rodaków, którzy planują podróże w najbliższym półroczu 33,8% zadeklarowało, że będą to podróże krajowe (o 1,5 p. proc. więcej niż w lutym 2021 r.) [6]

[5] EUROPEAN TRAVEL COMMISSION, *European Tourism: Trends & Prospects, Quarterly report (Q1/2021)*

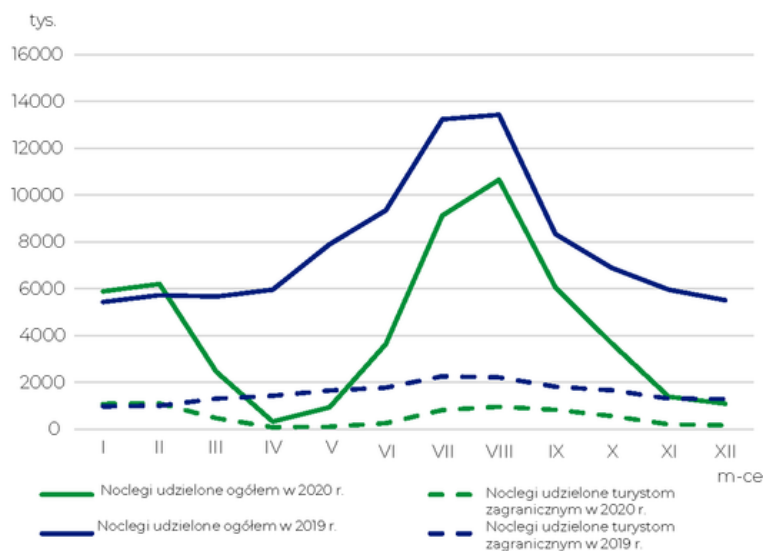
[6] MONITORING SENTIMENT FOR DOMESTIC AND INTRA-EUROPEAN TRAVEL, WAVE 7 | 07/21, EUROPEAN TRAVEL COMMISSION

Według danych GUS w 2020 r. Polacy odbyli łącznie 53 mln podróży turystycznych (jedna osoba mogła odbyć kilka podróży) wobec 75,1 mln podróży w 2019 r. (spadek o 29,4%). Zarówno w 2019, jak i 2020 r. przeważały podróże krajowe. Ich udział w podróżach ogółem wyniósł odpowiednio 79% w 2019 r. (59,8 mln podróży) i 87% w 2020 r. (46,2 mln podróży). Mniejsza dynamika spadku podróży krajowych w stosunku do podróży turystycznych ogółem wskazuje, że Polacy w 2020 r. częściej rezygnowali z wakacji za granicą. Nie zmieniła się natomiast znacząco długość wyjazdów krajowych. Udział krótkookresowych podróży (2-4 dni) w wyjazdach krajowych wyniósł w 2019 r. 57,7%, a w 2020 r. 56,5%.

Udział podróży trwających 5 dni lub dłużej wyniósł odpowiednio 42,3% i 43,3% [7]

W 2020 roku z turystycznych obiektów noclegowych w Polsce skorzystał 17,9 mln turystów, którym udzielono 51,4 mln noclegów. W porównaniu do 2019 r. to mniej odpowiednio o 49,9% i 45,0%. Wśród osób przebywających w turystycznych obiektach noclegowych w 2020 r. było 2,3 mln turystów zagranicznych i stanowili oni niecałe 13% ogółu turystów korzystających z bazy noclegowej (w 2019 r. – 21%). Stopień wykorzystania miejsc we wszystkich turystycznych obiektach noclegowych w 2020 r. wyniósł 26,8% i w porównaniu z rokiem poprzednim był niższy o 13,8 p. proc [8].

Noclegi udzielone w turystycznych obiektach noclegowych według miesięcy:



Źródło: GUS

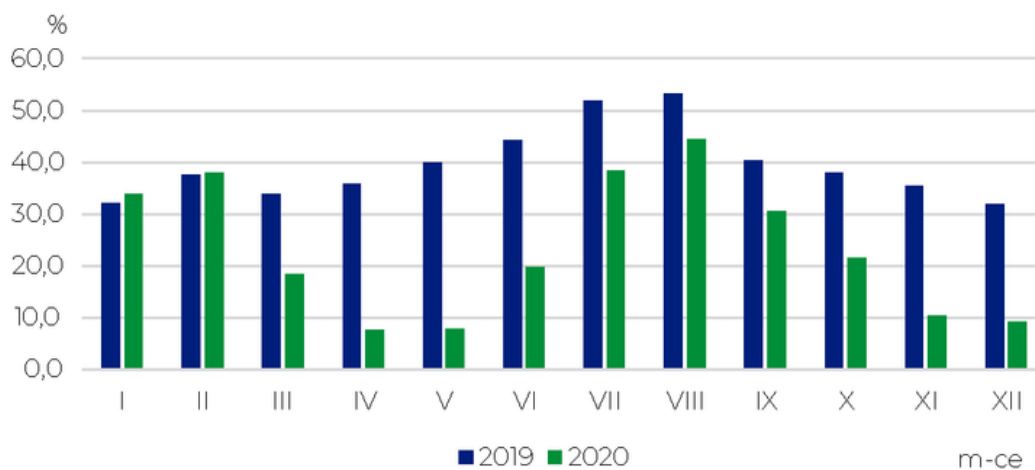
[7] <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html>  
<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2020-roku,1,18.html>

[8] GUS, Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2020 roku

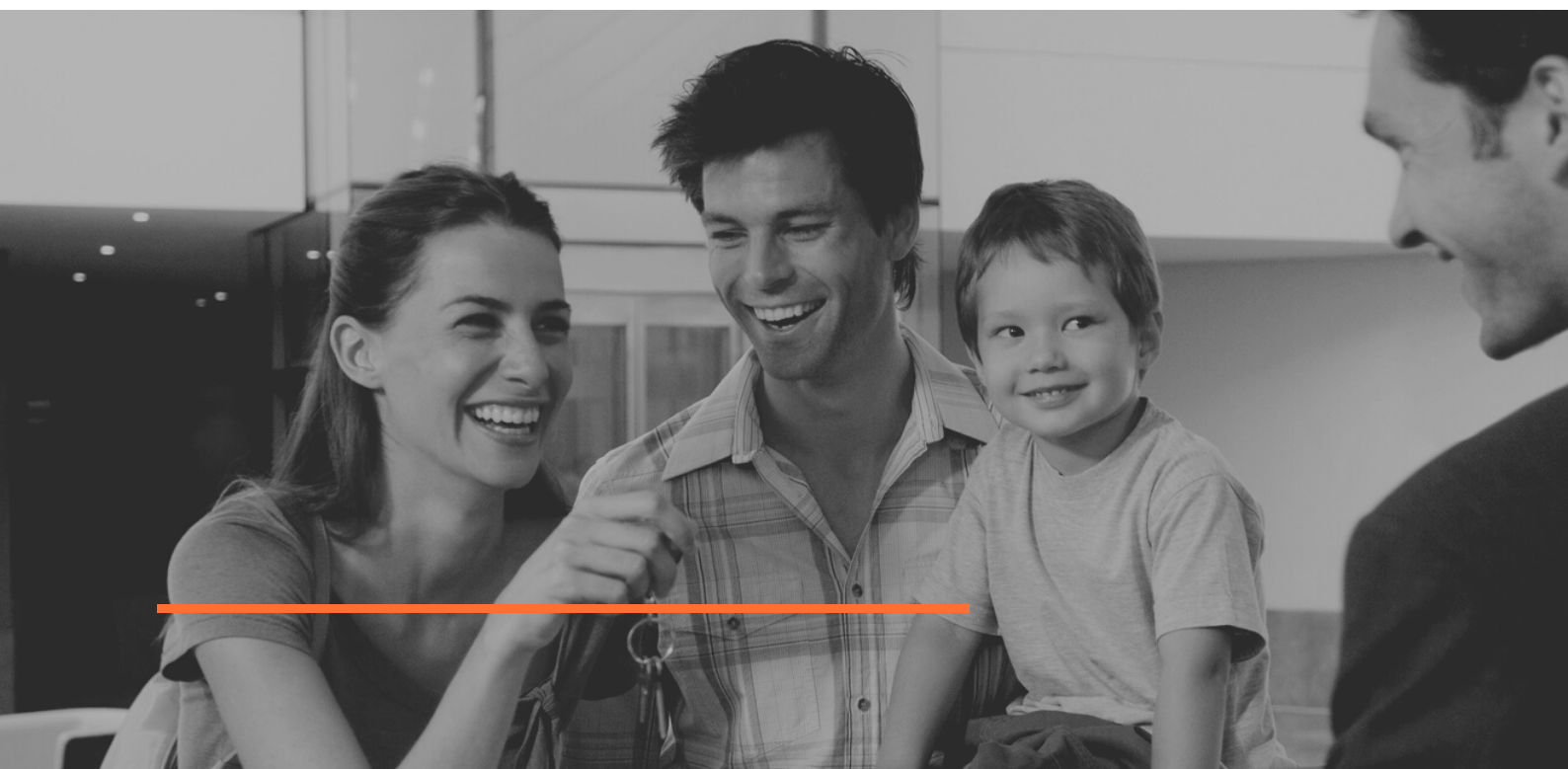
Najwyższe wskaźniki odnotowano w miesiącach letnich: w lipcu – 38,3% i w sierpniu – 44,5%, jednak w porównaniu do roku poprzedniego były one niższe odpowiednio o 13,5 p. proc. i 8,7 p. proc.

Dominującym kierunkiem wyjazdów w I półroczu 2020 roku zarówno długich, jak i krótkich, były miasta (odnotowały spadek o 7,6% r/r.), na drugim w kolejności miejscu w przypadku wyjazdów długookresowych znalazły się góry (wzrost o 19,7% r/r), natomiast w przypadku wyjazdów weekendowych – tereny wiejskie (wzrost o 21,8% r/r).

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych według miesięcy:



Źródło: GUS



Obszar zmiany	Opis zmiany
Zrównoważony rozwój	Czynnik, który może stać się bardziej widoczny w wyborach turystycznych ze względu na większą świadomość zmian klimatycznych i negatywnych skutków turystyki. Ożywienie na tym rynku będzie sprzyjać obszarom naturalnym, regionalnym i lokalnym, ponieważ krótsze odległości podróży mogą skutkować mniejszym wpływem turystyki na środowisko.
Turystyka krajowa	To segment, który odniesie korzyści, ponieważ pandemia spowodowała, że ludzie wolą odwiedzać atrakcyjne miejsca we własnym kraju. Turyści krajowi często są jednak bardziej wrażliwi na ceny i wydają mniej pieniędzy niż obcokrajowcy.
Zaufanie podróżnych	Mocno ucierpiało na kryzysie, a trwająca niepewność może prowadzić do spadku popytu i konsumpcji turystycznej. Niestety, ta tendencja może utrzymać się przez dłuższy czas.
Zachowania podróżnych	Wpłyną znacząco na długoterminowe trendy konsumenckie, już zmieniły się sposoby podróżowania. Zjawisko może obejmować również pojawienie się nowych nisz i segmentów rynku. Trzeba też liczyć się z większym naciskiem na bezpieczeństwo i bezkontaktowe doświadczenia turystyczne.
Bezpieczeństwo i higiena	Oba czynniki będą coraz bardziej istotne przy wyborze miejsc docelowych i rodzajów działalności turystycznej. Podróżujący prawdopodobnie będą preferować prywatne kwatery, unikając dużych zgromadzeń i decydować się na prywatne środki transportu. To może mieć niekorzystny wpływ na środowisko.
Zmiany strukturalne	Są związane z tym, że nie wszystkie przedsiębiorstwa przetrwają kryzys, a zdolność sektora prawdopodobnie zostanie ograniczona przez pewien czas, tym samym opóźniając ożywienie tej branży.
Ograniczone inwestycje	W celu utrzymania jakości oferty turystycznej i promowania trwałego ożywienia - przedsiębiorcy będą oczekiwali aktywnej polityki zachęcającej i przywracającej inwestycje w sektorze turystycznym.
Cyfryzacja usług turystycznych	Na skutek kryzysu nastąpi większe wykorzystanie automatyzacji, bezkontaktowych płatności i usług, wirtualnych doświadczeń oraz dostarczania informacji w czasie rzeczywistym.

# POTENCJALNE TRENDY I DŁUGOTRWAŁE KONSEKWENCJE DLA POLITYKI TURYSTYCZNEJ

# WPŁYW POLSKIEGO BONU TURYSTYCZNEGO NA SYTUACJĘ GOSPODARCZĄ I SPOŁECZNĄ

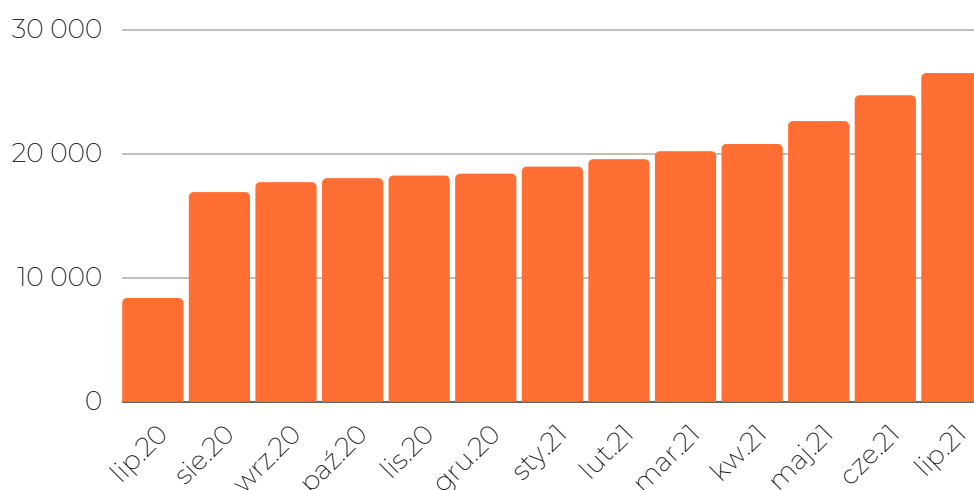
Polska polityka turystyczna w obliczu Covid-19 musiała stać się bardziej reaktywna, a w perspektywie długoterminowej powinna nadal rozwijać systemy zdolne do szybszego dostosowywania się do zmian. Aktualne działania kierowane są w stronę budowy bardziej zrównoważonej i odpornej turystyki, zapewniania przedsiębiorcom środków i wsparcia w zakresie przygotowania do zaspokojenia popytu, oraz wsparcia społecznego dla poszkodowanych w wyniku kryzysu Covid-19 grup społecznych. Program Polski Bon Turystyczny powstał jako jedno z rozwiązań, które mają służyć poprawie sytuacji przedsiębiorców z branży turystycznej oraz niwelowaniu gospodarczych i społecznych skutków pandemii.

Jednocześnie w ramach programu prowadzone są działania edukacyjno-promocyjne i wspierające przedsiębiorców, a także działania na rzecz poprawy jakości oferty turystycznej i bezpieczeństwa podróży. Środki zabezpieczone na realizację programu wynoszą łącznie 4 mld zł.

## Polski Bon Turystyczny dla przedsiębiorców

W bazie Polskiego Bonu Turystycznego na dzień 12 lipca 2021 zarejestrowanych zostało ponad 26 tysięcy podmiotów turystycznych przyjmujących płatności bonem. Nowelizacja ustawy o Polskim Bonie Turystycznym przyjęta przez sejm RP w styczniu 2021 roku pozwoliła na objęcie wsparciem z tytułu płatności Polskim Bonem Turystycznym jeszcze większej liczby podmiotów, poszerzając zakres usług o wycieczki jednodniowe lub imprezy turystyczne bez noclegu, obejmujące co najmniej dwie różne usługi realizowane przez organizatorów turystyki.

Statystyki rejestracji podmiotów w bazie PUE ZUS:



W okresie od 1 sierpnia 2020 roku do 12 lipca 2021 roku z tytułu płatności Polskim Bonem Turystycznym, na konta przedsiębiorców turystycznych wpłynęło łącznie blisko 830 mln zł, z czego 48% na konta obiektów noclegowych i 47% na konta organizatorów turystycznych. Należy przy tym zaznaczyć, że w tym okresie ruch turystyczny podlegał długotrwałym ograniczeniom (w tym podczas ferii zimowych). W puli programu pozostają do wykorzystania ponad 3 mld złotych.

## Ograniczanie szarej strefy

Według szacunków GUS największa część gospodarki nieobserwowanej przypada na sektor handlowy oraz na działalności związane z zakwaterowaniem i gastronomią. Wartość dodana wytworzona w szarej strefie w handlu i usługach turystycznych stanowiła 4,8% PKB w 2017 roku (około 39% szarej strefy).

[10]

Program Polski Bon Turystyczny pomaga właścicielom obiektów noclegowych i turystycznych, prowadzącym legalną działalność gospodarczą, wypierać konkurencję niezarejestrowanego najmu krótkoterminowego, a tym samym ograniczać szarą strefę. Potencjał dla rozwoju szarej strefy najczęściej występuje przy krótkoterminowym wynajmie lokali przez osoby bądź podmioty z sektora prywatnego. [11]

Podczas weryfikacji podmiotów turystycznych Polska Organizacja Turystyczna nawiązała współpracę z gminnymi referatami zajmującymi się prowadzeniem ewidencji innych obiektów świadczących usługi hotelarskie, o których mowa w art. 38 ust. 1-3 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych.

Dzięki programowi Polski Bon Turystyczny i związanym z nim działaniom weryfikacyjnym wielu przedsiębiorców świadczących usługi noclegowe, wpisało się do ewidencji, co wcześniej mimo wysiłku i starań samorządowców było trudne do wyegzekwowania.

POT współpracuje z gminami w zakresie weryfikacji podmiotów, informowania o warunkach rejestracji oraz zachęcania gospodarstw agroturystycznych i przedsiębiorców turystycznych z danego regionu do wpisywania się do ewidencji. Pozytywny wpływ programu na rejestrowanie przez przedsiębiorców swojej działalności widoczny jest m.in. w takich gminach jak Bukowina Tatrzańska, Darłowo, Dziwnów, Jastarnia, Kościelisko, Kraków, Łeba, Postomino, Szczecin, Solina, Sopot, Ustroń, miasto i gmina Ustka, Ustronie Morskie, Wisła czy Władysławowo.

W samym tylko Zakopanem łączna liczba zarejestrowanych miejsc noclegowych powiększyła się w ciągu 12 ostatnich miesięcy o 2,5 tys. wpisów do ewidencji. [12]

Wyraźnie wzrosła także ilość rejestrowanych płatności – usługi hotelarskie opłacane częściowo lub w całości w formie bonu turystycznego, są dokumentowane paragonami i fakturami na zasadach ogólnych.

[10] Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych, Szara Strefa 2020

[11] Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych, Szara Strefa 2019

[12] Dane Urzędu Miasta Zakopane

## Wpływ na usługi powiązane

Wraz z pobudzeniem popytu na usługi turystyczne rośnie konsumpcja w powiązanych z turystyką sektorach gospodarki, przede wszystkim w gastronomii i rozrywce. W czasie pandemii wieloletnia tendencja systematycznego wzrostu przychodów w branży gastronomicznej (w latach 2012-2019 średnioroczny wzrost o 9,1%) została zatrzymana – w 2020 r. przychody firm pow. 9 zatrudnionych wyniosły 9,6 mld zł i były o prawie 20% niższe niż w roku poprzednim. Czynnikiem sukcesu, który nabiera obecnie szczególnie dużego znaczenia, jest lokalizacja placówek gastronomicznych. Lokale gastronomiczne działające w miejscowościach turystycznych najszybciej uzyskają okazję na odbudowę przychodów. [13]

Przyspieszoną transformację przeszło w ostatnich miesiącach wiele podmiotów turystycznych i powiązanych z sektorem – część rozbudowywała swoje usługi, zmieniała profile, wprowadzała pakietowanie i nowe produkty, które pozwoliły na objęcie wsparciem w postaci Polskiego Bonu Turystycznego wielu sektorów powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z branżą turystyczną. W ramach ofert pakietowych i współpracy z organizatorami turystycznymi, z programu Polskiego Bonu Turystycznego korzystają usługodawcy oferujący m.in. transport, usługi przewodnickie (miejskie i górskie), piloci wycieczek, organizatorzy obozów, kolonii i półkolonii, zielonych szkół, wydarzeń sportowych etc.

## Wspieranie procesu digitalizacji branży turystycznej

Dla rozwoju przedsiębiorstw z branży turystycznej duże znaczenie ma możliwość wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Podstawowym działaniem jest szeroka i zdywersyfikowana dostępność ich oferty w Internecie oraz możliwość dokonania rezerwacji usług online. Wyniki badań przeprowadzonych dla rynku hotelowego wskazują, że istnieje wprost proporcjonalna relacja między liczbą wyświetleń strony a późniejszymi przychodami. [14] Ponadto szacuje się, że dziesięcioprocentowy wzrost oceny oferty hotelu dostępnej w Internecie przekłada się na pięcioprocentowy wzrost w liczbie rezerwacji hotelowych. [15] W pierwszej połowie 2020 roku poziom wykorzystania danych i technologii cyfrowych do celów analitycznych i marketingowych przez polskie przedsiębiorstwa turystyczne należał do najniższych w Europie. Obecnie technologie informacyjno-komunikacyjne są często głównym źródłem informacji turystycznej oraz narzędziem ułatwiającym planowanie trasy i zakup usług turystycznych. Dla podróżnych mają również znaczenie media społecznościowe, umożliwiające dzielenie się w Internecie treściami związanymi z wyjazdem turystycznym. Z nowych kanałów cyfrowych w ostatnich 6 miesiącach pandemii w Polsce zaczęło korzystać ok. 5,3 mln osób. To jeden z wyższych wyników w Europie w stosunku do liczby ludności – podają autorzy raportu „Digital Sentiment Survey 2021”. [16]

[13] BOŚ Bank, *Analizy sektorowe, Działalność usługowa związana z wyżywieniem, kwiecień 2021*

[14] (Xie, Chen, Wu, 2015) *za Nowe trendy w turystyce, maj 2020, Polski Instytut Ekonomiczny*

[15] Ye, 2009, *za Nowe trendy w turystyce, maj 2020, Polski Instytut Ekonomiczny*

[16] McKinsey&Company



Według danych World Bank Group z grudnia 2020 jedna szóstą firm z sektora MMŚP w odpowiedzi na Covid-19 wprowadziła lub zintensyfikowała działania online i cyfrowe, takie jak: korzystanie z Internetu, mediów społecznościowych, specjalistycznych aplikacji lub platform cyfrowych. 31% kontynuowało swoją regularną działalność cyfrową. [17]

Zarówno w Europie, jak i w Stanach Zjednoczonych, adopcja technologii cyfrowych rosła najszybciej w branży usług komunalnych i turystycznej, w których odnotowano 46-procentowy wzrost, a także w sektorze publicznym, w którym wzrost wyniósł 45%. Biorąc pod uwagę ten silny i potwierdzony w badaniach trend, Polska Organizacja Turystyczna aktywnie wspiera rozwój turystyki poprzez zachęcanie przedsiębiorców do inwestowania w proces cyfryzacji m.in. w ramach szkoleń z zakresu wykorzystywania technologii cyfrowych, współpracy i wymiany doświadczeń oraz podnoszenia kompetencji w obszarach mediów społecznościowych i wdrażania cyfrowej strategii biznesowej dla mikro, małych i średnich firm turystycznych, które zarejestrowały się w bazie obiektów biorących udział w programie Polski Bon Turystyczny. W szkoleniach przeprowadzonych przez Oddział Zamiejscowy ds. obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego w 2021 roku wzięło udział blisko 150 przedsiębiorców, głównie właścicieli i przedstawicieli pensjonatów, gospodarstw agroturystycznych, domków rekreacyjnych, atrakcji turystycznych, towarzystw turystyczno-krajoznawczych i innych przedsiębiorców z branży turystycznej.

## **Polski Bon Turystyczny dla rodzin**

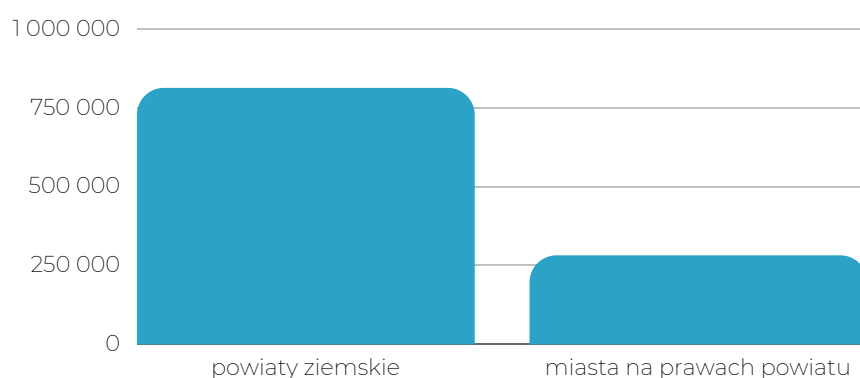
Wielozmiennowe analizy statystyczne wskazują [18], iż korzystanie w 2020 roku z wyjazdów wypoczynkowych związane było przede wszystkim z sytuacją społeczno-ekonomiczną respondentów. Deklarowany poziom obaw przed zarażeniem się koronawirusem SARS-CoV-2 odgrywał mniej istotną rolę – choć badani deklarujący, iż bardzo boją się zarażenia, znacznie częściej niż niemający takich obaw oraz obawiający się tylko trochę, zrezygnowali z wyjazdów turystycznych lub wypoczynkowych wiążących się z co najmniej jednym noclegiem poza domem. Korzystanie w 2020 roku z co najmniej dwudniowych wyjazdów wypoczynkowych lub turystycznych różnicuje jednak przede wszystkim przynależność do grupy społeczno-zawodowej. W dalszej kolejności liczą się poziom wykształcenia i miejsce zamieszkania.

W ubiegłym roku z takich wyjazdów poza miejsce stałego zamieszkania w zdecydowanej większości korzystali: kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem (78%), specjaliści średniego szczebla i technicy (75%), uczniowie i studenci (70%), pracownicy administracyjno-biurowi (66%) oraz ponad połowa badanych prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą (58%). Wśród pracujących grupą zawodową najrzadziej korzystającą z co najmniej dwudniowych wyjazdów wypoczynkowych lub turystycznych byli rolnicy indywidualni i pomagający im członkowie rodzin (15%).

[18] CBOS, z wykorzystaniem modułu IBM SPSS Decision Trees.

Pandemia koronawirusa miała wpływ na sytuację ekonomiczną Polaków, z których wielu straciło źródła dochodu lub żyło w obawie o swoją przyszłość. Program Polski Bon Turystyczny w znacznym stopniu przyczynił się do niwelowania społecznych skutków pandemii – dzięki dodatkowym środkom na wypoczynek (często pierwszy wyjazd na wakacje lub wycieczkę) mogły pozwolić sobie także osoby o niższym statusie materialnym, w tym z wcześniej wykluczonych grup m.in. pochodzących z obszarów wiejskich i dzieci z niepełnosprawnościami. Dzięki PBT wyjazdy w celach wypoczynkowych lub turystycznych mogą stać się elementem stylu życia nie tylko dobrze wykształconych, zamożniejszych Polaków, ale także ludzi mniej zamożnych, słabiej wykształconych, o niższej pozycji zawodowej.

Liczba Bonów Turystycznych wykorzystanych przez beneficjentów w powiatach:



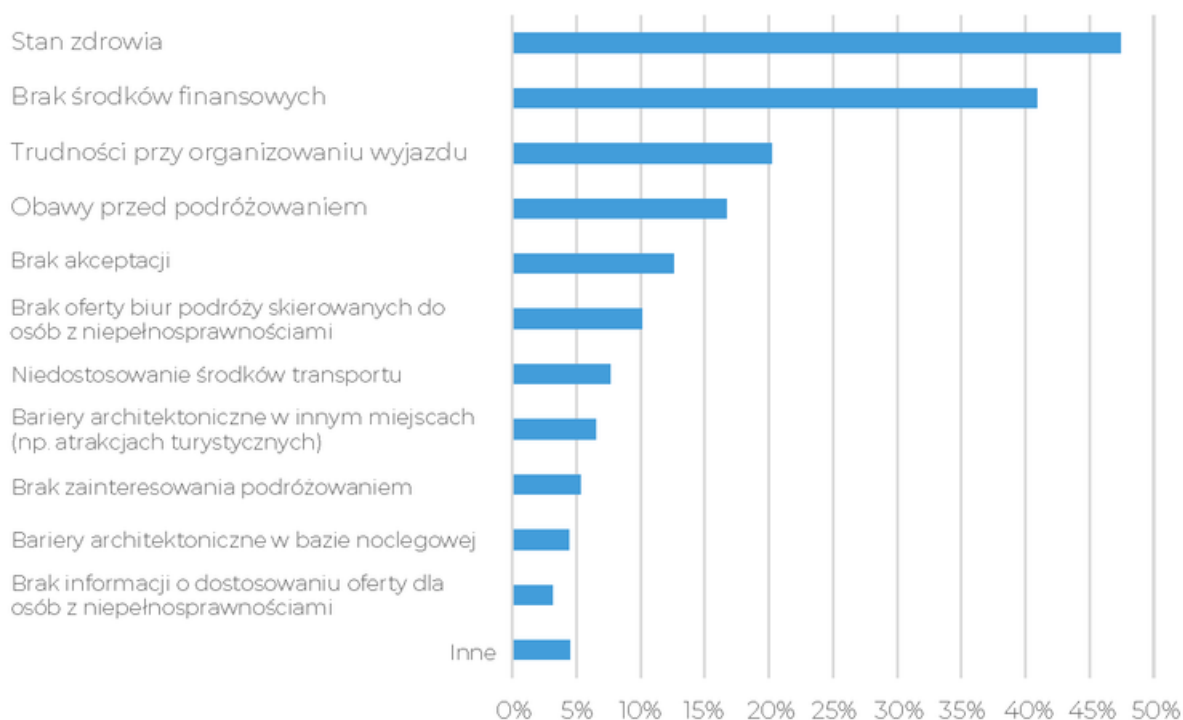
Źródło: Opracowanie własne POT na podstawie badania "Ocena programu Polski Bon Turystyczny", Lipiec 2021



## Aktywność turystyczna osób z niepełnosprawnościami

Zgodnie z wynikami badania „Aktywność turystyczna osób z niepełnosprawnościami” (opublikowanymi w 2019 roku) udział osób z niepełnosprawnościami, które uczestniczyły w choć jednym wyjeździe turystycznym w ciągu roku, wyniósł 23%. Częściej z wyjazdów korzystały osoby mieszkające w mieście oraz kobiety. Analizując aktywność turystyczną według wieku badanych, najczęściej wyjeżdżała grupa w wieku 35-44 lata (blisko 45%). Osoby młodsze (15 - 24 lata) stanowiły ok. 35% [19] Większość wyjazdów, które odbyli respondenci w okresie 12 miesięcy, było podróżami krajowymi (84%) [20]

Do najczęściej wymienianych czynników utrudniających podróżowanie osobom z niepełnosprawnościami należą [21]:



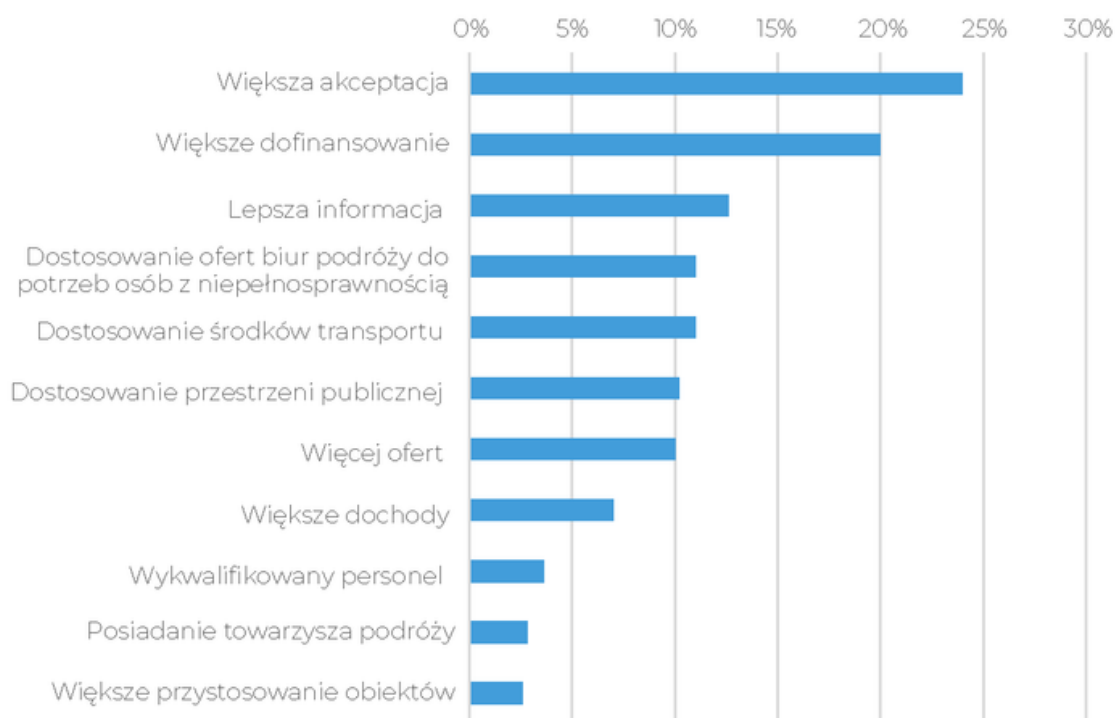
Źródło: Opracowanie własne POT na podstawie badania „Aktywność turystyczna osób niepełnosprawnych”.

[19] Polska Organizacja Turystyczna, Aktywność turystyczna osób z niepełnosprawnościami, luty 2019, Badanie przeprowadzono na próbie 1721 osób.

[20] Tamże

[21] na podstawie badania Aktywność turystyczna osób z niepełnosprawnościami

Wśród czynników, które ułatwiłyby podróżowanie, badani najczęściej wskazywali większą akceptację otoczenia (24%) oraz większe dofinansowanie wyjazdu (20%). Na liście oczekiwań znalazło się także m.in. dostosowanie ofert organizatorów turystyki do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, likwidacja barier architektonicznych w przestrzeni publicznej, środkach transportu i obiektach turystycznych. [22]



Źródło: Opracowanie własne POT na podstawie badania „Aktywność turystyczna osób niepełnosprawnych”

Program Polski Bon Turystyczny stanowi odpowiedź na potrzeby związane z większym dofinansowaniem wypoczynku, zachęceniem organizatorów turystyki do tworzenia ofert dostosowanych do ograniczeń i preferencji osób z niepełnosprawnościami, a także adaptacji obiektów i atrakcji zgodnie z wymaganiami tej grupy beneficjentów.

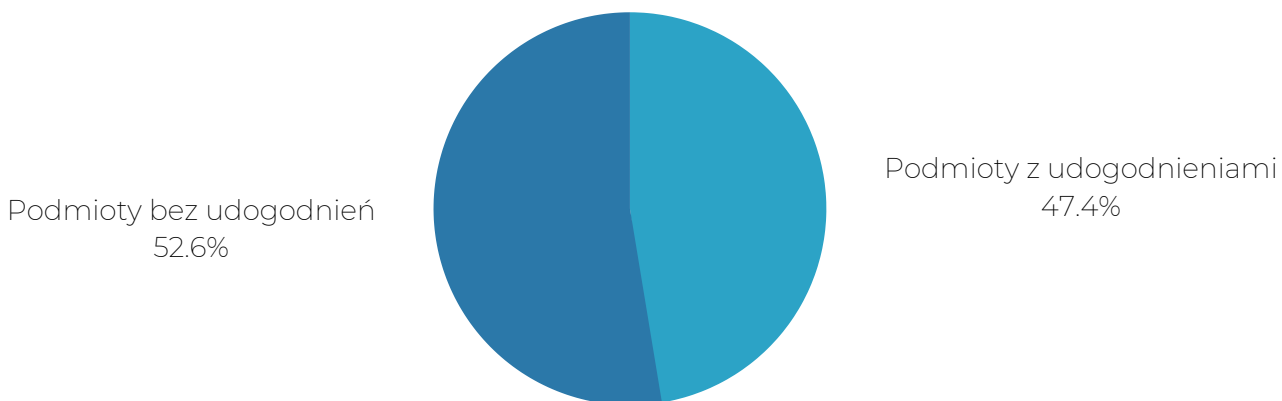
Do dodatkowego świadczenia w postaci Polskiego Bonu Turystycznego uprawnionych jest ponad 129 tys. dzieci z orzeczeniem o niepełnosprawności.

[22] na podstawie badania Aktywność turystyczna osób z niepełnosprawnościami



Polska Organizacja Turystyczna przygotowała i wdrożyła projekt Certyfikacja Podmiotów Turystycznych, którego celem jest wyróżnienie i promowanie obiektów i organizatorów turystyki, świadczących usługi na wysokim poziomie, dbających o bezpieczeństwo podróżnych, dostosowujących swoją ofertę do potrzeb turystyki rodzinnej i osób z niepełnosprawnościami. Blisko połowa (47,9%) obiektów turystycznych i noclegowych spośród 2,3 tys. biorących udział w projekcie spełnia warunki bezpiecznego wypoczynku dla osób z niepełnosprawnościami i posiada infrastrukturę dostosowaną do ich potrzeb.

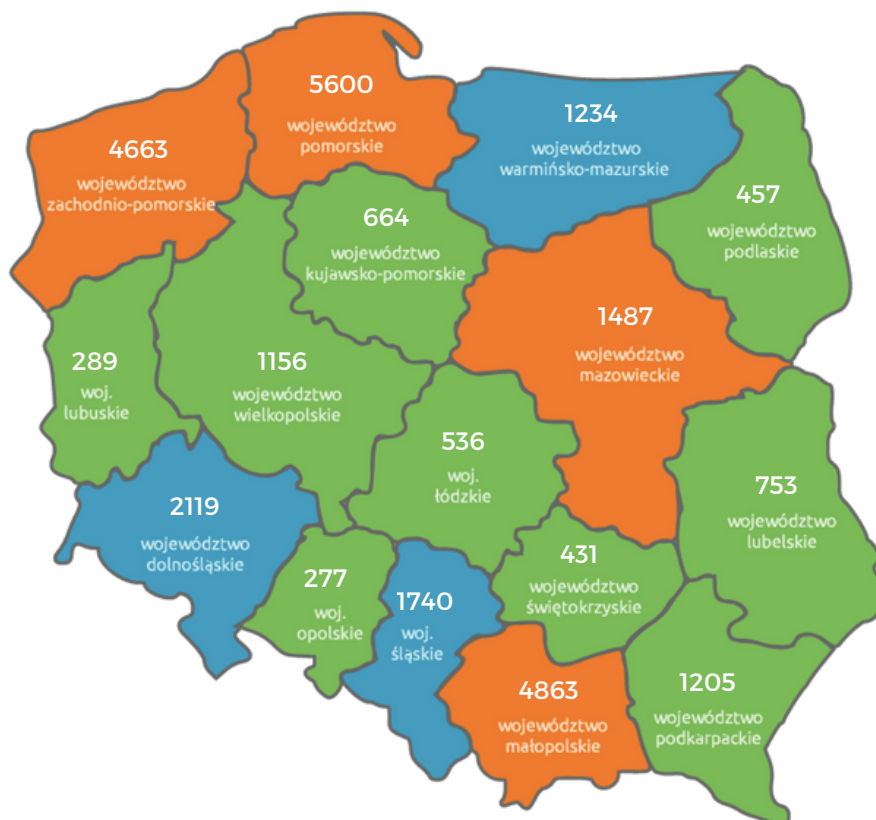
Dostosowanie oferty dla osób z niepełnosprawnościami wśród obiektów biorących udział w projekcie Certyfikacja Podmiotów Turystycznych:



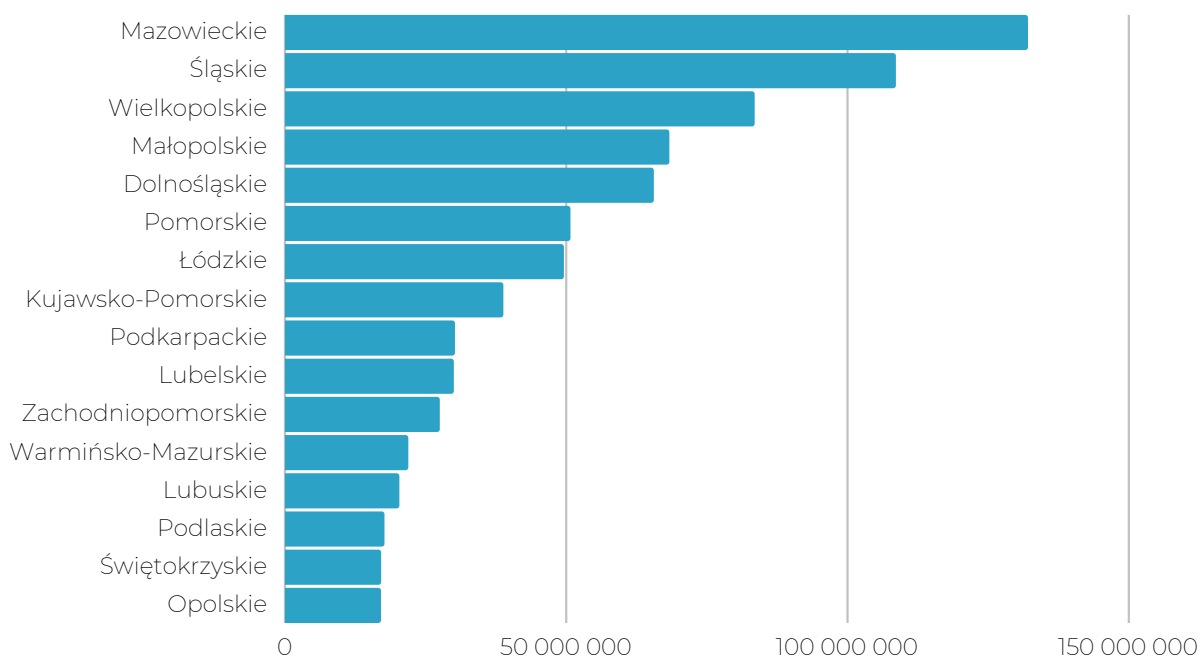
## Odbudowa zaufania, popularyzacja i podniesienie jakości turystyki krajowej

Ruch turystyczny w Polsce skoncentrowany jest na terenach przybrzeżnych województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego, w niektórych powiatach górskich, ośrodkach uzdrowiskowych i dużych miastach. Do niedawna do regionów o niewykorzystanym potencjale turystycznym można było zaliczyć niektóre powiaty górskie zlokalizowane na terenie regionów dolnośląskiego, czy śląskiego. Obecnie, dzięki zaangażowaniu LOT-ów i ROT-ów oraz lokalnych przedsiębiorców odpowiadających za doskonale przygotowaną i rozbudowaną bazę turystyczną obiektów i atrakcji, znajdują się one w czołówce regionów z największą bazą obiektów przyjmujących płatności Polskim Bonem Turystycznym i najwyższą liczbą płatności zrealizowanych za pośrednictwem bonu.

Baza podmiotów przyjmujących płatności Polskim Bonem Turystycznym w województwach:



Wartość płatności Polskim Bonem Turystycznym w województwach w mln PLN:



Poszanowanie wartości przyrodniczych, kulturowych i społecznych obszarów turystycznych, szacunek dla tradycji społeczności lokalnych przy jednoczesnym wykorzystaniu możliwości, jakie daje turystyka dla rozwoju gospodarczego regionu i poprawy jakości życia mieszkańców, to jeden z celów promocji krajowej polityki turystycznej realizowanej przez program Polski Bonu Turystyczny. Polska Organizacja Turystyczna promuje lokalną turystykę z Polskim Bonem Turystycznym m.in. poprzez ścisłą współpracę z regionalnymi organizacjami turystycznymi, a także udział w Festiwalu Kół Gospodyń Wiejskich „Polska od Kuchni”. Do końca sierpnia Festiwal odwiedzi 16 regionów w całej Polsce, w każdym z tych wydarzeń bierze udział Polska Organizacja Turystyczna udostępniając specjalną strefę Polskiego Bonu Turystycznego i zapraszając do udziału w wydarzeniach mieszkańców regionów. Podczas transmisji na żywo w ramach porannego pasma Pytanie na Śniadanie w TVP2 przedstawiciele Polskiej Organizacji Turystycznej przekazują także wiedzę o Polskim Bonie Turystycznym i miejscach w każdym regionie, z których można skorzystać płacąc bonem. POT wspiera rodzinne podróżowanie i odkrywanie mniej znanych miejsc, przybliża regionalną kulturę i historię, pomaga lokalnym społecznościom.

## **Bezpieczeństwo i higiena**

Kluczowe przy wyborze miejsc docelowych i działalności turystycznej kwestie higieny i bezpieczeństwa podróży realizowane są przez Polską Organizację Turystyczną w ramach projektów Certyfikacja Podmiotów Turystycznych oraz Obiekt Bezpieczny Higienicznie. Mają one na celu dostosowanie turystyki do nowych wyzwań i zapewnienie turystom, pracownikom branży oraz przedsiębiorcom najwyższych standardów bezpieczeństwa zgodnych z obowiązującymi wytycznymi Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii oraz Głównego Inspektoratu Sanitarnego. Projekt Certyfikacja Podmiotów Turystycznych realizujący program Polski Bonu Turystyczny jest pierwszym programem, w którym przedstawiciele Polskiej Organizacji Turystycznej przeprowadzają weryfikację przedsiębiorców zgłaszających się do projektu i stosowane przez nich dobre praktyki podczas bezpośrednich wizyt monitoringowych w obiektach - Polska Organizacja Turystyczna planuje przeprowadzenie wizyt w 1600 obiektach. Miejsca wyróżnione certyfikatem można już dziś znaleźć na mapie dostępnej na stronie internetowej Polskiego Bonu Turystycznego [bonturystyczny.gov.pl](http://bonturystyczny.gov.pl) oraz stronie projektu [certyfikat.pot.gov.pl](http://certyfikat.pot.gov.pl). Turyści mogą rozpoznać je także po specjalnych oznaczeniach umieszczonych bezpośrednio w obiektach, na ich stronach internetowych i w mediach społecznościowych oraz Katalogu Dobrych Praktyk i certyfikowanych obiektów, który zostanie wydany przez Polską Organizację Turystyczną po zakończeniu projektu. Promocja bezpiecznych podróży nie kończy się jednak wraz z zakończeniem projektu – zestaw wypracowanych narzędzi, praktyk i standardów bezpiecznego wypoczynku będzie służyć jako wzór do stworzenia wspólnych zasad dla całej branży i poszerzania bazy bezpiecznych obiektów w całej Polsce. Rejestracja do projektu jest otwarta do końca sierpnia 2021 r.



## Turystyka rodzinna

Z badania Travelist 2020 [23] dotyczącego tego, jakie dodatkowe wydatki – oprócz zakwaterowania i wyżywienia – turyści brali pod uwagę przy planowaniu wakacji, zdecydowana większość (59% wszystkich badanych, a w przypadku rodzin wielodzietnych aż 77%) na pierwszym miejscu wskazała atrakcje dla dzieci. Za nimi uplasowały się wydatki na dodatkowe wyżywienie (53%), wynajem sprzętu sportowego i wodnego (31%), wejściówki do muzeów i innych ciekawych obiektów (29%) oraz wycieczki fakultatywne (26%). Zaledwie 6% respondentów zadeklarowało, że nie planuje żadnych dodatkowych wydatków. Był to wyraźny sygnał dla przedstawicieli branży, że przygotowania na przyjęcie rodzin podróżujących z Polskim Bonem Turystycznym powinny obejmować również jak najwięcej dodatkowych atrakcji i animacji – przede wszystkim dla najmłodszych – a także poprawę jakości usług skierowanych do osób wypoczywających z dziećmi. Poprawie jakości oferty turystycznej skierowanej do rodzin z dziećmi służy m.in. projekt Certyfikacji Podmiotów Turystycznych realizujących program Polski Bon Turystyczny i większa oferta rodzinnego wypoczynku.

[23] <https://insider.travelist.pl/bon-turystyczny-500-i-wakacje-2020-w-oczach-gosci-hotelowych-wyniki-najnowszego-badania-travelist-pl/>



99% podmiotów biorących udział w projekcie Certyfikacja Podmiotów Turystycznych deklaruje posiadanie udogodnień dla dzieci.



## Ożywienie turystyki dzieci i młodzieży

W 2021 roku (a także w sezonie letnim 2020) zorganizowany wypoczynek dzieci i młodzieży podlega wytycznym sanitarnym przygotowanym przez Ministerstwo Edukacji i Nauki, Główny Inspektorat Sanitarny oraz Ministerstwo Zdrowia. W tym samym okresie obok kryterium bezpieczeństwa pojawiła się równie silna potrzeba integracji. Poprzez objęcie dofinansowaniem uczestników kolonii, półkolonii, obozów rekreacyjnych i innych form zbiorowego wypoczynku program Polski Bon Turystyczny wspiera działania zmierzające do zachowania równowagi między reżimem sanitarnym a ochroną zdrowia psychicznego uczniów oraz ich rozwojem osobistym i społecznym. Jak wynika z rekomendacji Instytutu Profilaktyki Zintegrowanej, przygotowanych na zlecenie Ministerstwa Edukacji i Nauki – im szersza będzie oferta zajęć dających okazję do wsparcia psychicznego oraz zdrowego rozwoju w różnych dziedzinach, tym mniej będzie dzieci i młodzieży potrzebujących profesjonalnej pomocy psychologicznej. Właściwa troska o kondycję psychiczną młodych ludzi wymaga umożliwienia im udziału w zajęciach wychowawczych i edukacyjnych, a także stworzenia możliwości realizacji pasji, zażywania ruchu na świeżym powietrzu, kontaktu z przyrodą, udziału w zajęciach sportowych, bezpośredniego kontaktu z rówieśnikami. [24] Nowelizacja ustawy o Polskim Bonie Turystycznym, która rozszerzyła katalog podmiotów przyjmujących płatności bonami o organizatorów także jednodniowych wycieczek, w tym półkolonii, wycieczek szkolnych i innych stacjonarnych zajęć dla dzieci, wpłynęła na większą dostępność, różnorodność oraz konkurencyjność oferty organizatorów turystyki, a tym samym zainteresowanie odbiorców.

[24] Instytut Profilaktyki Zintegrowanej, *Jak wspierać uczniów po roku pandemii?, 2021 (Raport oparty na wynikach badań, przeprowadzonych wśród uczniów, rodziców i nauczycieli w okresie 04.2020 – 01.2021).*

Jeszcze przed uruchomieniem programu respondenci oceniali, że będzie on miał realny wpływ na polską turystykę w sezonie 2020 i pozwoli wyjechać na wakacje co szóstej polskiej rodzinie. Wyniki badania Travelist [25] pokazały, że gdyby nie perspektywa otrzymania PBT, aż 15% potencjalnych beneficjentów programu (czyli rodziców posiadających przynajmniej 1 dziecko do 18 r.ż.) w ogóle nie mogłoby pozwolić sobie na wyjazd, a kolejnych 12% miałoby co do tego wątpliwości. Przy trójce dzieci odsetek osób, które bez bonu na pewno zostałyby w domu, wzrastał do 21%, natomiast w przypadku rodzin wielodzietnych aż 37% planowało wyjazd latem 2020 dzięki Polskiemu Bonowi Turystycznemu. W rezultacie niemal jedna czwarta wszystkich osób uprawnionych do otrzymania bonu turystycznego oraz 45% rodzin posiadających więcej niż trójkę dzieci czekało z podjęciem decyzji o wyjeździe na jego przyznanie. Bony turystyczne miały odgrywać ogromną rolę w procesie planowania wakacji 2020, zarówno na etapie wyboru miejsca oraz daty wyjazdu, jak i samej decyzji, czy w ogóle wyjeżdżać. Polacy byli też gotowi dopłacić, by wspomóc branżę turystyczną. Ponad połowa respondentów planowała wydać w 2020 roku na zakwaterowanie i wyżywienie dla wszystkich członków rodziny od 1000 do 3000 zł. Polacy traktowali zatem bon turystyczny jako cenne wsparcie – a w części przypadków wręcz niezbędny warunek przy planowaniu rodzinnych wakacji. Nie zamierzali jednak ograniczać się do niego i byli gotowi zapłacić więcej, by cieszyć się dłuższym wypoczynkiem lub lepszym standardem albo skorzystać z dodatkowych atrakcji – ze statystyk udostępnionych przez Travelist wynika, że klienci korzystający z bonu rezerwują średnio o 10% dłuższe wyjazdy od tych, którzy podróżują bez niego. Dużą różnicę widać też w wartościach transakcji - klienci korzystający z bonu przeznaczają na wypoczynek średnio 27% więcej, niż pozostali.

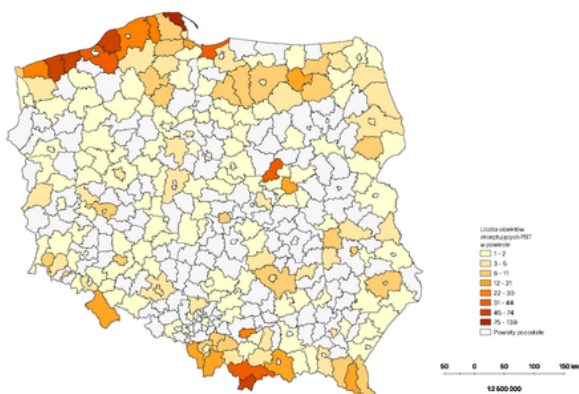
Użytkownicy Travelist zapytani o ocenę programu PBT, w większości uznali, że to dobry pomysł, który pomoże większej liczbie osób wyjechać w 2020 roku na wakacje – tak uważało blisko 60% ankietowanych. Jednocześnie zdaniem 54% respondentów rządowa inicjatywa będzie realnym wsparciem dla osłabionej kryzysem branży turystycznej.

[25] <https://insider.travelist.pl/bon-turystyczny-500-i-wakacje-2020-w-oczach-gosci-hotelowych-wyniki-najnowszego-badania-travelist-pl/>

Z badań przeprowadzonych na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej w grudniu 2020 roku wynika, że o programie słyszało ogółem 92% Polaków. Znajomość programu PBT w grupie respondentów uprawnionych do świadczenia wyniosła aż 96%, a w grupie osób nie będących beneficjentami programu – blisko 90%. Program jest bardzo dobrze oceniany zarówno przez jego beneficjentów, jak i osoby nie posiadające uprawnień do skorzystania z niego. Ogółem pozytywnie ocenia go 7 na 10 Polaków.

Szczyt zainteresowania bonem turystycznym nastąpił zaraz po wprowadzeniu tego rozwiązania w sierpniu 2020 roku. W tamtym okresie aż 37% transakcji w systemie rezerwacyjnym Travelist było w całości lub częściowo opłacane z wykorzystaniem bonu. Przedłużenie obostrzeń od jesieni ubiegłego roku do 8 maja br. spowodowało, że wiele rodzin nie skorzystało z bonów po wakacjach, ale odnotowane w okresie od maja do długiego czerwcowego weekendu statystyki pobieranych bonów i rezerwacji obiektów przyjmujących PBT pokazują, że tegoroczne wakacje przyniosą większą mobilizację beneficjentów programu. Polski Instytut Ekonomiczny szacuje, że w Polsce przy odbiciu ruchu turystycznego na poziomie 90% w sezonie wakacyjnym oraz obniżeniu aktywności turystów jesienią, w całym 2021 r. można spodziewać się ok. 20 milionów turystów, co stanowi wzrost o 10,5% w porównaniu do ubiegłego roku.





W lipcu 2021 roku Polska Organizacja Turystyczna przeprowadziła badanie, które służyło ocenie wybranych aspektów wprowadzenia Polskiego Bonu Turystycznego i jego wpływu na prowadzoną działalność.

Badanie przeprowadzono na próbie 1254 respondentów tj. przedstawicieli przedsiębiorstw turystycznych z 373 gmin, będących beneficjentami programu Polski Bon Turystyczny.

Z przeprowadzonego badania wynika, że w czasie trwania pandemii Covid-19 program Polski Bon Turystyczny bardzo pozytywnie wpłynął na działalność uczestniczących w nim przedsiębiorstw, w tym wielu firm działających w obszarach wiejskich.

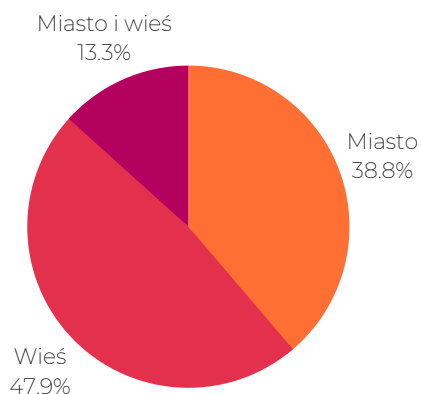
**Program umożliwił pobudzenie rynku turystycznego, w tym wzrost liczby osób, które po raz pierwszy mogły skorzystać z wypoczynku w objętych programem obiektach oraz uzyskanie przez przedsiębiorstwa korzystające z programu wielu dodatkowych korzyści, m.in. znaczącego wzrostu liczby klientów.**

# OCENA PROGRAMU POLSKI BON TURYSTYCZNY

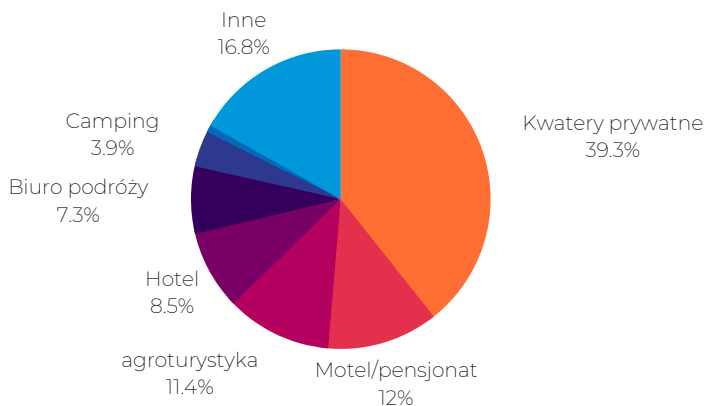
## Lipiec 2021



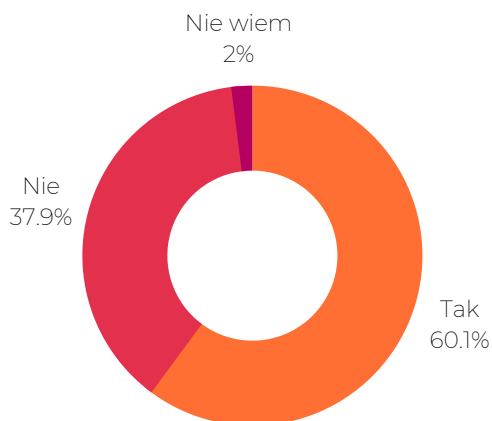
Wskaż miejsce prowadzenia działalności związanej z oferowaniem usług z wykorzystaniem Polskiego Bonu Turystycznego



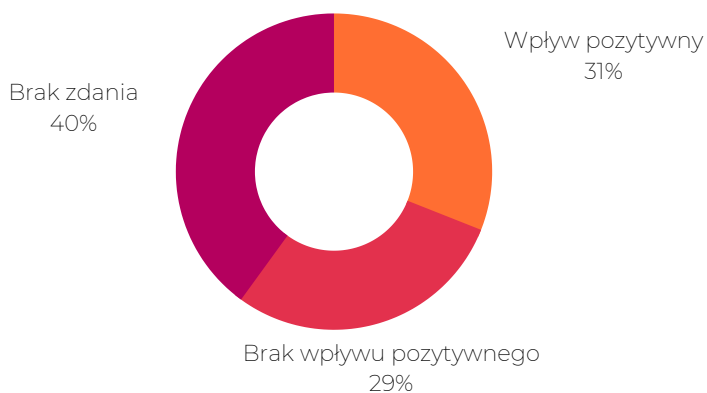
Jaki rodzaj prowadzonych działalności związanych z oferowaniem usług z wykorzystaniem Polskiego Bonu Turystycznego prowadzisz?



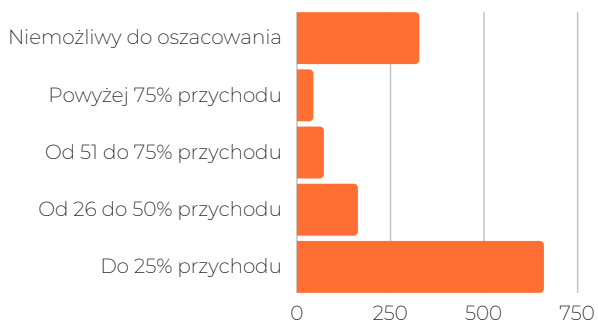
Czy Twoja firma korzystała ze wsparcia rządowego w związku z pandemią COVID-19



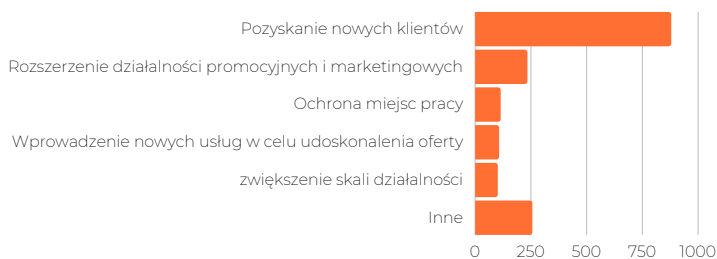
Czy możliwość opłacania zaliczek Polskim Bonem Turystycznym miała wpływ na płynność finansową firmy?



Wskaż odsetek przychodów uzyskanych przez firmę w okresie ostatniego roku z płatności Polskim Bonem Turystycznym

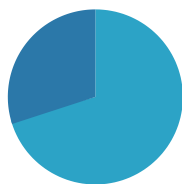


Podaj korzyści uzyskane przez firmę związane z uczestnictwem w programie Polski Bon Turystyczny



Czy pozyskaliście Państwo nowych klientów dzięki wprowadzeniu nowych usług w celu udoskonalenia oferty dla osób korzystających z Bonu?

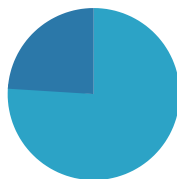
Brak nowych klientów pomimo wprowadzenia nowych usług  
30%



Wprowadzenie nowych usług i pozyskanie nowych klientów  
70%

Czy pozyskaliście Państwo nowych klientów dzięki zwiększeniu skali działalności w związku z udziałem w programie PBT?

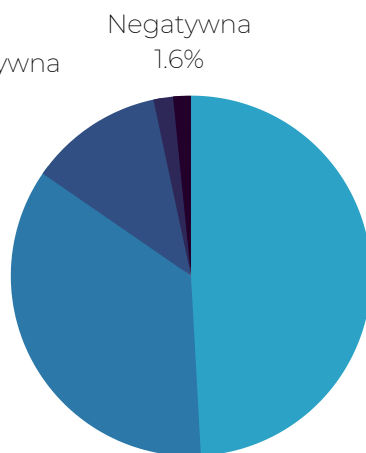
Brak pozyskania nowych klientów pomimo rozszerzenia działalności  
24%



Zwiększenie skali działalności i pozyskanie nowych klientów  
76%

Jak oceniacie Państwo Polski Bon Turystyczny jako firmę uczestniczącą w programie?

Ani pozytywna, ani negatywna  
12%

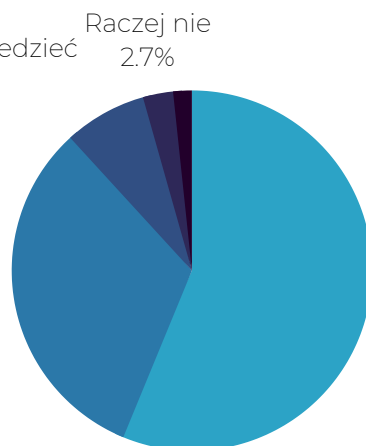


Bardzo pozytywna  
49.1%

Raczej pozytywna  
35.5%

Czy zarekomendujecie Państwo innym firmom udział w programie Polski Bon Turystyczny?

Trudno powiedzieć  
7.4%



zdecydowanie tak  
56.2%

raczej tak  
32%

Struktura respondentów oceniana pod względem prowadzonej działalności wskazuje, iż relatywnie duży udział w programie Polski Bon Turystyczny mają podmioty agroturystyczne (prawie taki sam jak motele i pensjonaty), jednocześnie znaczna część firm prowadzących kwatery prywatne działa również w obszarach wiejskich.

Większość badanych firm (60%) oferujących usługi z wykorzystaniem Polskiego Bonu Turystycznego skorzystała z różnych form wsparcia w ramach programów rządowych przeznaczonych na przeciwdziałanie skutkom kryzysu wywołanego przez pandemię.

Dzięki możliwości korzystania z zaliczek opłacanych PBT poprawiła się płynność finansowa co trzeciej badanej firmy (31%), a co piąty (21,7%) badany podmiot wskazał, że co najmniej 26% jego przychodów pochodziło z płatności Polskim Bonem Turystycznym, Dla ponad połowy badanych było to do 25% przychodów.

Właściciele kwater prywatnych oraz obiektów agroturystycznych częściej niż ogół badanych przedsiębiorstw (22%) deklarowali, że co najmniej 26% ich przychodów z ostatniego roku pochodziło z płatności Polskim Bonem Turystycznym – odpowiednio 28% i 24% przedsiębiorców.

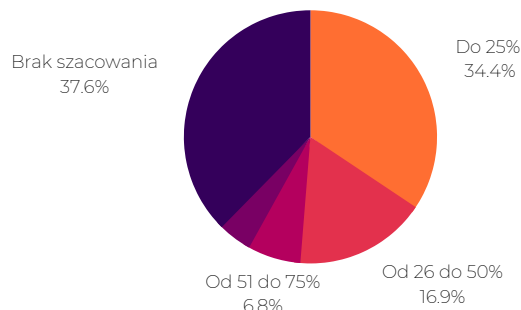
Zdecydowana większość badanych firm (ok. 70%) dzięki udziałowi w programie Polski Bon Turystyczny pozyskała nowych klientów, a blisko co piąta firma uczestnicząca w programie rozszerzyła działania promocyjne i marketingowe.

Aż 76% firm, które zwiększyły skalę działalności w związku z udziałem w programie PBT, pozyskało jednocześnie nowych klientów.

84% badanych firm oceniło pozytywnie udział w programie, a ponad 90% badanych podmiotów chce go kontynuować.

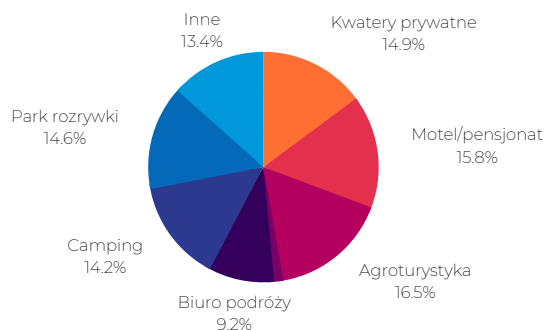
88% zarekomendowałaby udział w programie Polski Bon Turystyczny także innym przedsiębiorstwom.

Jaki jest odsetek gości, którzy po raz pierwszy w życiu skorzystali z wypoczynku dzięki Bonowi Turystycznemu?



Ponad połowa badanych (51,3%) wskazała, że co najmniej 26% gości w ich obiektach po raz pierwszy skorzystało z wypoczynku dzięki Polskiemu Bonowi Turystycznemu. Turyści, którzy po raz pierwszy skorzystali z wypoczynku częściej wybierali obiekty w obszarach wiejskich. Odsetek gości, którzy po raz pierwszy skorzystali z ich usług dzięki Polskiemu Bonowi Turystycznemu, wyniósł ponad 50%.

Odsetek gości, którzy po raz pierwszy skorzystali z wypoczynku dzięki Polskiemu Bonowi Turystycznemu, a typ wybieranego obiektu



Campingi, parki rozrywki, agroturystyka i kwatery prywatne to obiekty, w których częściej niż w pozostałych odsetek gości wypoczywających po raz pierwszy dzięki Bonowi wyniósł ponad 50%.



# WYZWANIA I DALSZE PERSPEKTYWY

Z badania „Turystyczne plany Polaków w pandemii” [26] przeprowadzonego na zlecenie Krajowego Rejestru Długów wynika, że większość Polaków skorzysta w tym roku z sezonu wakacyjnego i wyjedzie na urlop. Planujący wyjazdy w roku 2021, tak jak w poprzednich latach, najczęściej stawiają na wypoczynek krajowy - ponad 62% rodaków planuje letni urlop, a trzy czwarte spędzi go w kraju. Polacy najchętniej będą rezerwować pobyty w kwaterach prywatnych (42%).

Co trzeci urlopowicz przenocuje w pensjonacie, nieco mniejsza grupa (30%) w hotelu. Co piąty turysta jako bazę noclegową wybierze agroturystykę. Do spędzania urlopu w Polsce zachęca także Polski Bon Turystyczny, co potwierdzają wyniki badania – z bonu chce skorzystać co szósta osoba wybierająca się na wakacje. Ogółem w Polsce w 2021 roku zamierza wypoczywać 84% z planujących co najmniej dwudniowe wyjazdy (wzrost o 1 punkt procentowy w porównaniu z planami na rok 2020), w tym 55% wyłącznie na terenie kraju (bez zmian) a 29% - w kraju i za granicą. [27]



# 84%

planujących co najmniej dwudniowe wyjazdy zamierza wypoczywać w 2021 roku w Polsce

[26] Ogólnopolskie badanie „Turystyczne plany Polaków w pandemii” zostało przeprowadzone przez IMAS International na zlecenie Krajowego Rejestru Długów, Biura Informacji Gospodarczej w maju 2021r. na grupie 1005 Polaków w wieku 18-74 lat, metodą CAWI.

[27] CBOS, wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2020 roku i plany na rok 2021



Dzisiejsza, zmieniona przez pandemię turystykę jest turystyką niepewności, w wyniku której planowanie wyjazdów i rezerwacje imprez czy hoteli odbywa się w ostatniej chwili. Jako konsumenci dokonujemy wyborów bliższych kierunków i transportu indywidualnego.

Dotychczasowa wdrożona przez rząd pomoc dla branży turystycznej spełniła swoje zadanie. Nie doszło do masowych bankructw biur podróży czy hoteli. Wiele pozytywnych efektów przyniósł sam bon turystyczny. Nie tylko wzmógł zainteresowanie turystów krajowym rynkiem, ale także sprawił, że wielu przedsiębiorców turystycznych działających dotąd w szarej strefie zarejestrowało swoje biznesy.

Biorąc pod uwagę wciąż trudną sytuację branży turystycznej działania na rynku usług turystycznych powinny być skupione na czterech obszarach:

- 1) wsparciu finansowym i niefinansowym,
- 2) restrukturyzacji i odbudowie,
- 3) koordynacji działań,
- 4) komunikacji i promocji.

Dalsza odbudowa i restrukturyzacja turystyki powinna być oparta na:

- zrównoważonym rozwoju uwzględniającym wymiary: społeczny, ekonomiczny i ekologiczny,
- podnoszeniu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw, stanowiących podstawę funkcjonowania sektora turystyki,
- badaniach i transferze wiedzy, szczególnie w kontekście możliwości wykorzystania dużych zbiorów danych (Big Data) na rzecz turystyki,
- rozbudowie i zastosowaniu nowoczesnych narzędzi cyfrowych w turystyce, w duchu zielonej transformacji w tym usprawnieniu i synchronizacji systemów w obliczu nowych wyzwań (np. system teleinformatyczny do obsługi PBT, narodowy portal rezerwacyjny),
- wykorzystaniu turystyki jako narzędzia aktywizacji społecznej i zawodowej, ograniczającego marginalizację np. poprzez edukację przyszłych turystów znających walory własnego kraju (wdrożenie Mobilnego Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła przez POT, uruchomienie bonu solidarnościowego i inne)

Wszystkie działania wymagają koordynacji i uspołnienienia, także na poziomie unijnym, co pozwoli na wzrost zaufania konsumentów i dalsze kreowanie popytu. Wzrost poziomu bezpieczeństwa, jasne i czytelne zasady ruchu turystycznego oraz wzajemne uznawanie certyfikatów, pozwolą na stopniowe odbudowywanie ruchu turystycznego. Dopelnieniem wszystkich prowadzonych działań powinna być przejrzysta komunikacja – m.in. dotycząca zasad czy wymagań związanych z funkcjonowaniem branży turystycznej, dobrych praktyk, podróżowania i korzystania z obiektów turystycznych oraz szeroka promocja Turystyki.

Przyszłość bonu turystycznego uzależniona jest obecnie od dwóch czynników: dalszego trwania i konsekwencji dla sektora turystycznego pandemii COVID-19 oraz od woli wsparcia wybranych grup społecznych. Polski Bon Turystyczny jest ważnym projektem polityki społecznej państwa, największym tego typu w Europie, stymulującym gospodarkę turystyczną i integrującym rodziny, który mógłby na stałe wpisać się w polski krajobraz życia społecznego i gospodarczego.





**BON**  
TURYSTYCZNY

 POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



Ministerstwo Rozwoju,  
Pracy i Technologii

Opracowanie raportu:  
Polska Organizacja Turystyczna  
ul. Chałubińskiego 8  
00-613 Warszawa



15-16 lipca 2021, Gródek nad Dunajcem