

Jan ZAWADKA

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Anna JĘCZMYK

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Jarosław UGLIS

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Monika Małgorzata WOJCIESZAK-ZBIERSKA

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

PLANY TURYSTYCZNE MIESZKAŃCÓW MIAST W DOBIE PANDEMII COVID-19

1. Wprowadzenie

Miasta, które zajmują około 2% powierzchni Ziemi, zamieszkiwane są obecnie przez około 50% ogółu jej mieszkańców. Szacuje się, że do 2050 r. odsetek ten wzrośnie do 70% (Łapko, Panasiuk, Strulak-Wójcikiewicz, Landowski, 2020). Negatywną konsekwencją intensywnej działalności człowieka w przestrzeni miejskiej jest tworzenie wielu niebezpiecznych dla zdrowia zanieczyszczeń, wśród których wyróżnić można przede wszystkim zanieczyszczenie powietrza oraz wody. Zrozumiałym jest zatem fakt, że ruch turystyczny generują zwłaszcza mieszkańcy dużych miast, żyjący w zanieczyszczonym środowisku, przytłoczeni ciągłym zgiełkiem, hałasem i pośpiechem chętnie wyjeżdżają w celach wypoczynkowych (Karbowski, 2016). Zauważa się, że im kraj lub region jest bardziej zurbanizowany, tym większa część jego mieszkańców uczestniczy w turystyce. Wynika to z faktu, że mieszkańcy miast (w porównaniu do mieszkańców wsi) charakteryzują się często wyższym poziomem wykształcenia oraz zamożności i chętniej uczestniczą w życiu kulturalnym, co związane jest także z ich relatywnie większym udziałem w wyjazdach turystycznych (Seweryn, Niemczyk, 2018). Miejsce zamieszkania jako istotna determinanta podejmowania aktywności turystycznej dostrzeżone

zostało także w badaniach Hutchinson, White'a, Graham (2014) oraz Omelan, Podstawskiego, Raczkowskiego (2016). Jednym z istotniejszych powodów tych wyjazdów mogą być w tym przypadku motywy eskapistyczne, co dostrzegli w swych badaniach Zawadka, Pietrzak-Zawadka (2017) oraz Zawadka (2019), wskazując, że osobami, które najchętniej szukają wytchnienia w miejscach cichych i spokojnych, takich jak np. obszary przyrodniczo cenne czy wiejskie, są właśnie mieszkańcy aglomeracji miejskich. Biorąc pod uwagę zaistnienie skrajnie nietypowej sytuacji, jaką jest pandemia koronawirusa, zasadnym i istotnym wydaje się rozpoznanie jej wpływu na plany turystyczne mieszkańców polskich miast.

2. Wpływ COVID-19 na światową turystykę

Do 5 marca 2021 r. wirusem SARS-CoV-2 zainfekowanych zostało ponad 115,3 mln osób, w wyniku choroby śmierć poniosło ponad 2,56 mln osób na całym świecie (*WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*, 2021). Oznaki osłabienia tempa ekspansji koronawirusa są niestety w większości krajów mało dostrzegalne.

Wybuch epidemii wywołanej wirusem SARS-CoV-2 ma poważne konsekwencje, odczuwalne na całym świecie. Sytuacja ta wpłynęła nie tylko na gospodarkę, ale także na wszystkich ludzi, co doprowadziło do dramatycznych zmian w sposobie działania przedsiębiorstw oraz w zachowaniu konsumentów (Donthu, Gustafsson, 2020). Z powodu rozprzestrzeniania się pandemii w wielu państwach podjęto decyzje o czasowym zakazie podróżowania i przemieszczania się, co wpłynęło na prawie wszystkie aspekty codziennego życia. Jedną z branż, która w największym stopniu została sparaliżowana, jest szeroko pojmowana branża turystyczna (Gössling, Scott, Hall, 2020; Wen, Wang, Kozak, Liu, Hou, 2020; Wojcieszak-Zbierska, Jęczyk, Zawadka, Uglis, 2020). Wynika to z wpływu pandemii zarówno na stronę popytową (ograniczenia swobody przemieszczania się, zamknięcia granic, obawa gości przed infekcją), jak i podażową (zamykanie obiektów noclegowych i gastronomicznych oraz obiektów rekreacyjnych) (Uğur, Akbıyık, 2020). Turystyka międzynarodowa została prawie całkowicie zawieszona, a krajowa znacznie ograniczona poprzez nałożenie restrykcyjnych obostrzeń dotyczących profilaktyki epidemiologicznej. W ostatnich tygodniach niektóre destynacje wznowiły funkcjonowanie, ale wielu potencjalnych turystów wciąż boi się podróży międzynarodowych lub nie stać ich na to z powodu kryzysu gospodarczego (*COVID-19 and tourism*, 2020).

Należy także zauważyć, że rozprzestrzeniająca się pandemia sprawiła, że turyści, w trosce o własne zdrowie i obawiając się perturbacji w przebiegu wyjazdu, zmieniają swoje plany turystyczne. Jak zauważają Hajibaba, Gretzel, Leisch i Dolnicar (2015) jest to normalne, ponieważ gdy zachodzą nieoczekiwane wydarzenia, często skutkiem jest drastyczne zmniejszenie popytu turystycznego. Jak dodają Fischhoff, de Bruin, Perrin i Downs (2004), dostrzeżenie ryzyka w dużej mierze wpływa na decyzje dotyczące podróży. Konsumenci często opóźniają wyjazd lub w ogóle z niego rezygnują, jeśli ich podróż wiąże się z ryzykiem (Dhar, 1997; Wong, Yeh, 2009). W turystyce można wyróżnić cztery główne kategorie ryzyka, takie jak ryzyko finansowe, psychologiczne, satysfakcji oraz czasowe (Sönmez, Graefe, 1998). Badania wskazują, że najważniejsze obawy turystów dotyczą bezpieczeństwa i ochrony (Williams, Baláz, 2013), czyli kategorii charakterystycznych dla panującej obecnie pandemii.

Turyści są skłonni do odkładania lub anulowania swoich planów dotyczących wyjazdu do miejsc, w których panuje pandemia, zwłaszcza gdy brakuje skutecznych leków antywirusowych i szczepionek, a wirus szybko się rozprzestrzenia i może mieć wpływ na ich zdrowie (Reisinger, Mavondo, 2005). Badania wykazały, że postrzeganie ryzyka podczas wyjazdu turystycznego może różnić się w zależności od kraju pochodzenia, miejsca docelowego, wieku, płci i typologii podróży (Rittichainuwat, Chakraborty, 2009), a także doniesień medialnych (Chew, Jahari, 2014).

Wybór miejsca docelowego jest jednym z głównych elementów procesu decyzyjnego, na który wpływa pewna liczba czynników psychologicznych (wewnętrznych) i niepsychologicznych (zewnętrznych) (Zgolli, Zaiem, 2018), a decyzja turysty zależy od indywidualnych, materialnych i kulturowych atrybutów (Budeanu, 2007). Jednak w obecnej sytuacji zarówno w miejscu emisji turystycznej, jak i recepcji występuje ryzyko i obawa turystów o własne zdrowie. Należy pamiętać, że turyści mieli do tej pory bardzo szeroki wybór kierunków podróży i nawet nie rozważali wyjazdu w poblizkie miejsc, w których mogą być zagrożeni. Przed pandemią łatwo można było zamienić cel podróży na inny, często bardzo podobny (Cavlek, 2002), a obecnie jest to niemożliwe. Co więcej, przedłużający się okres niepokoju i niepewności wywołanej koronawirusem utwierdza często w przekonaniu, że najrozsądniej jest pozostać w bezpiecznym zaciszu własnego domu. Takie zachowania z pewnością wpłyną na wydłużenie czasu powrotu branży turystycznej do poziomu sprzed pandemii (Uğur, Akbıyık, 2020).

Badania przeprowadzone w marcu 2020 r. w USA i Wielkiej Brytanii pokazały, że 50% konsumentów dobrowolnie anulowało wyjazd,

a 38% respondentów opóźniło podróż lub zostało zmuszone do zmiany planów urlopowych z powodu koronawirusa i wynikającego z niego kryzysu. W obydwu krajach około 70% badanych planuje jednak wyjazd w ciągu następnego roku. Co więcej, ponad 40% konsumentów na obu rynkach będzie starać się zarezerwować wakacje w ciągu najbliższych sześciu miesięcy (GlobalWebIndex, 2020).

W kwietniu 2020 r. połowa obywateli Finlandii nie planowała podróżować w okresie letnim z powodu pandemii koronawirusa. Ponadto ponad jedna trzecia respondentów szacowała, że ograniczy podróże latem 2020 r. Podróże krajowe stały się bardziej popularne wśród 17% ankietowanych, którzy zamiast wyjazdów zagranicznych planowali wypoczynek w Finlandii (Statista, 2020a).

Na podstawie badań z czerwca 2020 r. oszacowano, że liczba przyjazdów turystów do Wenecji w 2020 r. zmniejszy się o około 57% w porównaniu z rokiem poprzednim. W przypadku Florencji spadek ten wynieść może 55%. Przyjazdy turystyczne do Włoch mogą spaść w 2020 r. o 44% w porównaniu z 2019 r. (Statista, 2020b). Podobna sytuacja miała miejsce w wielu atrakcyjnych miastach Polski, m.in. w Krakowie (Walas, Krucek, 2020).

Aby turyści zaczęli ponownie podróżować, muszą czuć się bezpiecznie. Badania prowadzone przez Destination Analysts w czerwcu 2020 r. wśród mieszkańców USA wskazują, że 37,7% badanych podczas tegorocznych podróży będzie unikać popularnych i zatłoczonych miejscowości turystycznych. Co więcej, prawie 4 na 10 amerykańskich podróżnych wciąż nie miało pewności, czy będą mogli bezpiecznie podróżować w zaistniałej sytuacji (Destination Analysts, 2020).

Natomiast z badań Longwoods International, dotyczących nastrojów amerykańskich podróżnych w kontekście koronawirusa, przeprowadzonych 23 czerwca 2020 r. wynika, że 69% respondentów zmieniło plany podróży z powodu pandemii (8 kwietnia było to 85%). Badani chętniej korzystali z biur turystycznych, które prezentowały precyzyjny plan hoteli w zakresie utrzymania czystości i higieny (43%), oferujących hotele, w których testuje się personel i wymaga stosowania środków ochrony osobistej przez pracowników (34%) oraz tych, które zwracają uwagę na dystans społeczny (34%) (U.S. Travel, 2020).

Wprowadzone w Polsce ograniczenia w zakresie przemieszczania się spowodowały spadek liczby turystów, korzystających z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych w marcu 2020 r. oraz dalsze spadki w wykorzystaniu wszelkiego rodzaju turystycznych obiektów noclegowych, w tym przede wszystkim w hotelach, niezależnie od tego, że ich

działalność została formalnie ograniczona dopiero na początku kwietnia 2020 r. Aż o 65% nastąpił spadek liczby osób korzystających z turystycznych obiektów noclegowych w marcu 2020 r. w porównaniu z marcem 2019 r. (Główny Urząd Statystyczny, 2020). Z ankiety przeprowadzonej przez Izbę Gospodarczą Hotelarstwa Polskiego wynika, że po ogłoszeniu w marcu pandemii koronawirusa działalność operacyjną przerwało 84% hoteli. W pierwszych trzech tygodniach po otwarciu hoteli dominowała niewielka frekwencja gości (do 10%). W okresie od 8 do 14 czerwca mimo dużych oczekiwań związanych z tzw. długim weekendem, tylko 11% hoteli odnotowało obłożenie powyżej 40% (Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, 2020). Z badania przeprowadzonego 21 kwietnia 2020 r. wynika, że aż 79,8% ankietowanych planowało wyjazd turystyczny mimo świadomości zagrożenia, jakie niesie ze sobą pandemia. Przy czym ponad 92,9% respondentów deklaruowało spędzenie wakacji w 2020 r. w Polsce, a najczęściej planowano wyjazd w czerwcu, lipcu i sierpniu – 67,8% oraz wrześniu, październiku i listopadzie – 38,8% (Profitroom, 2020).

UNWTO wskazuje, że w ujęciu globalnym w pierwszym półroczu 2020 r. liczba podróży zagranicznych spadła o 65%, tj. o około 440 mln, co wywołało straty w przychodach sektora turystycznego w wysokości 460 mld dolarów. Co więcej, w czerwcu podróży tego typu było mniej aż o 93% niż w analogicznym okresie rok wcześniej. Spadki przyjazdów dotyczą całego świata, ale największe zanotował region Azji i Pacyfiku (-72%), na drugim miejscu znalazła się Europa (-66%), na trzecim obie Ameryki (-55%), a dalej Afryka i Bliski Wschód (po -57%). Na poziomie subregionalnym sytuacja najgorzej przedstawiała się w Azji Północno-Wschodniej (-83%) i w basenie Morza Śródziemnego (-72%). We wszystkich pozostałych obszarach podróży było o ponad 50% mniej niż przed rokiem (Wiadomości Turystyczne, 2020).

3. Cel i metodyka badań

Celem badań było rozpoznanie planów turystycznych mieszkańców polskich miast w czasie pandemii COVID-19. W badaniach poszukiwano odpowiedzi na wiele pytań, wśród których wymienić należy: Jakim zainteresowaniem będą cieszyć się w 2020 r. wyjazdy turystyczne i co jest ewentualnym powodem rezygnacji z nich? W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na zmianę planów turystycznych mieszkańców miast? Ile razy, kiedy, gdzie, na jak długo i w którym towarzystwie mieszkańcy polskich miast planują wyjechać w celach turystycznych? Jakie

obiekty noclegowe preferowane będą w sezonie 2020 i jak postrzegane jest ich bezpieczeństwo w kontekście koronawirusa? Jakie działania w opinii mieszkańców polskich miast powinny zostać podjęte przez obiekty noclegowe w celu zminimalizowania ryzyka epidemiologicznego oraz jakie obawy towarzyszą respondentom podczas planowania tegorocznych wyjazdów?

Z uwagi na fakt, iż zamierzoną grupą badanych były osoby aktywne turystycznie, zdecydowano się na dobór celowy. Badaniami objęte zostały osoby w wieku od 18 roku życia. Wykorzystano grupy tematyczne na Facebooku, których motywem przewodnim była turystyka. Na grupach tych zamieszczony został link do kwestionariusza ankiety, a respondenci pozyskani na Facebooku poproszeni zostali ponadto o przekazanie poprzez media społecznościowe linku do kwestionariusza ankiety innym osobom aktywnym turystycznie. Wykorzystano tym samym metodę kuli śnieżnej (Goodman, 1961; Sadler, Lee, Lim, Fullerton, 2010; Voicu, 2011), co potencjalnie znacząco zwiększyło zasięg badań, które zrealizowano z wykorzystaniem portalu webankieta.pl, w okresie od 28 maja do 22 czerwca 2020 r. W badaniach naukowych ważną kwestią jest określenie liczebności badanej próby, jak podaje Roscoe (za: Uglis, Krysińska, 2012) w większości badań odpowiednia wielkość zbiorowości próbnej powinna liczyć od ponad 30 do mniej niż 500. Liczebność próby badawczej wyniosła 402 respondentów. Uzyskane dane zostały poddane analizie statystycznej w programie STATISTICA 13.3, zastosowano test niezależności chi-kwadrat, test U Manna-Whitneya, test serii Walda-Wolfowitza oraz test Kruskala-Wallis.

4. Charakterystyka respondentów

Materiał źródłowy do napisania tej pracy stanowiły kwestionariusze ankiety wypełnione przez 402 osoby. Respondentami w większości były kobiety (65,9%), a mężczyźni stanowili 34,1%. Wiek osób biorących udział w ankiecie był zróżnicowany – od 18 do 82 lat. Średnia wieku wyniosła 41,3, a mediana 41 lat. Agregując grupy wiekowe, najliczniejsza jest grupa w wieku od 40 do 49 lat (39,8%).

Badani charakteryzowali się wysokim poziomem wykształcenia – 86,6% ukończyło studia, a 12,7% szkołę średnią. Wysoki poziom wykształcenia przekładał się na pozytywną ocenę sytuacji materialnej badanych. Aż 17,4% oceniało ją bowiem jako bardzo dobrą, a 55,0% jako dobrą. Z kolei 25,4% respondentów własną sytuację materialną określiło jako znośną,

a pojedyncze osoby uznawały ją za niezadowolającą. Spostrzeżenia potwierdza wartość współczynnika korelacji rang Spearmana ($r_s = 0,106$, $p = 0,033$), która wskazuje na istotną statystycznie dodatnią zależność.

Badani byli mieszkańcami polskich miast. Ponad połowa z nich (50,3%) mieszkała w miastach liczących powyżej 200 tys. mieszkańców, 18,9% w miastach od 50 do 200 tys. mieszkańców, a pozostała część (30,8%) w mniejszych miastach.

Niewątpliwie czynnikiem warunkującym aktywność turystyczną jest kwestia posiadania dzieci w gospodarstwie domowym – w badanej grupie dzieci w wieku do 18 roku życia posiadało 53,0% ankietowanych. Warto podkreślić, że w 30,5% gospodarstw domowych z dziećmi, były to dzieci w wieku do 6 lat.

Jednym z celów badań było zdiagnozowanie planów turystycznych mieszkańców polskich miast w dobie pandemii COVID-19 w okresie od czerwca do grudnia 2020 r. W trakcie badania zapytano respondentów, czy planują przynajmniej jeden wyjazd turystyczny. Wyniki badań wskazują, że takie plany miała zdecydowana większość ankietowanych (76,9%). W tabeli 1 przedstawiono charakterystyki badanych z podziałem na dwie grupy, pierwszą stanowią osoby planujące wyjazd w celach turystycznych,

Tabela 1. Charakterystyka badanych przy uwzględnieniu podziału na osoby deklarujące chęć lub brak chęci wyjazdu turystycznego w 2020 r.

Charakterystyka badanych	Osoby deklarujące chęć wyjazdu turystycznego w 2020 r. (N = 309)	Osoby deklarujące brak chęci wyjazdu turystycznego w 2020 r. (N = 93)
	%	
Płeć		
Kobieta	64,4	71,0
Mężczyzna	35,6	29,0
Wykształcenie		
Średnie lub niższe	11,0	21,5
Wyższe	89,0	78,5
Ocena własnej sytuacji materialnej		
Bardzo dobra	19,4	10,8
Dobra	54,7	55,9
Znośna	24,3	29,0
Niezadowolająca	1,6	4,3

Tabela 1 (cd.)

Charakterystyka badanych	Osoby deklarujące chęć wyjazdu turystycznego w 2020 r. (N = 309)	Osoby deklarujące brak chęci wyjazdu turystycznego w 2020 r. (N = 93)
	%	
Miejsce zamieszkania		
Miasto do 50 tys. mieszkańców	29,1	36,6
Miasto 50–200 tys. mieszkańców	16,8	25,8
Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców	54,1	37,6
Dzieci (do 18 roku życia) w gospodarstwie domowym		
Gospodarstwo domowe bez dzieci	48,5	41,9
Gospodarstwo domowe z dziećmi	51,5	58,1
Wiek		
do 29	15,7	14,0
30–39	28,5	23,7
40–49	40,8	36,6
50 i więcej	15,0	25,7
Liczba lat		
Średnia	40,6	44,0
Mediana	40,0	42,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

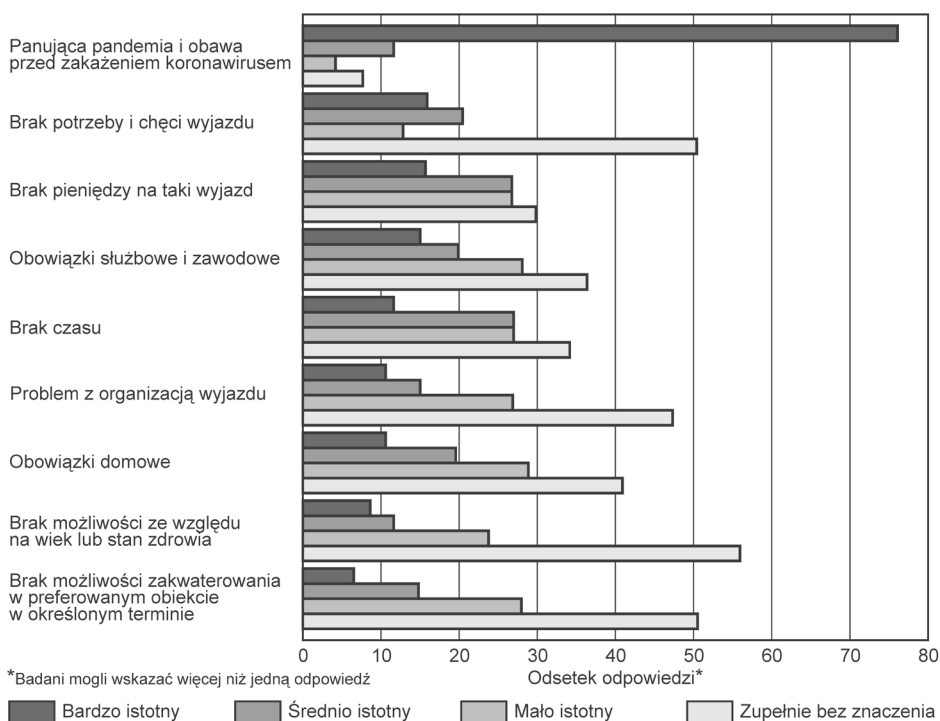
natomiast druga grupa to osoby, które nie planowały wyjazdu w celach turystycznych.

W celu określenia różnic pomiędzy grupą badanych planujących wyjazd turystyczny a grupą nie mającą takich planów, przeprowadzono analizy statystyczne. Analizę rozpoczęto od testu niezależności chi-kwadrat, następnie przeprowadzono test serii Walda-Wolfowitza oraz test U Manna-Whitneya. Analiza chi-kwadrat wykazała istotne statystycznie zróżnicowanie poziomu wykształcenia badanych respondentów ($p = 0,009$) oraz miejsca zamieszkania ($p = 0,017$). Z kolei wyniki testu Walda-Wolfowitza pokazały, że istnieje istotna statystycznie różnica ($p < 0,017$) w zakresie wieku badanych, a z testu U Manna-Whitneya wynika, że w przypad-

ku wieku badane grupy mają istotnie statystycznie różną medianę ($p=0,034$). Ogólnie rzecz biorąc, respondenci nieplanujący wyjazdów turystycznych w 2020 r. to osoby w wieku 40–49 lat, z średnią wieku 44 lata (mediana 42). W grupie tej co piąty badany legitymuje się średnim lub niższym wykształceniem, są to osoby mieszkające zarówno w małych miastach, jak i w dużych aglomeracjach.

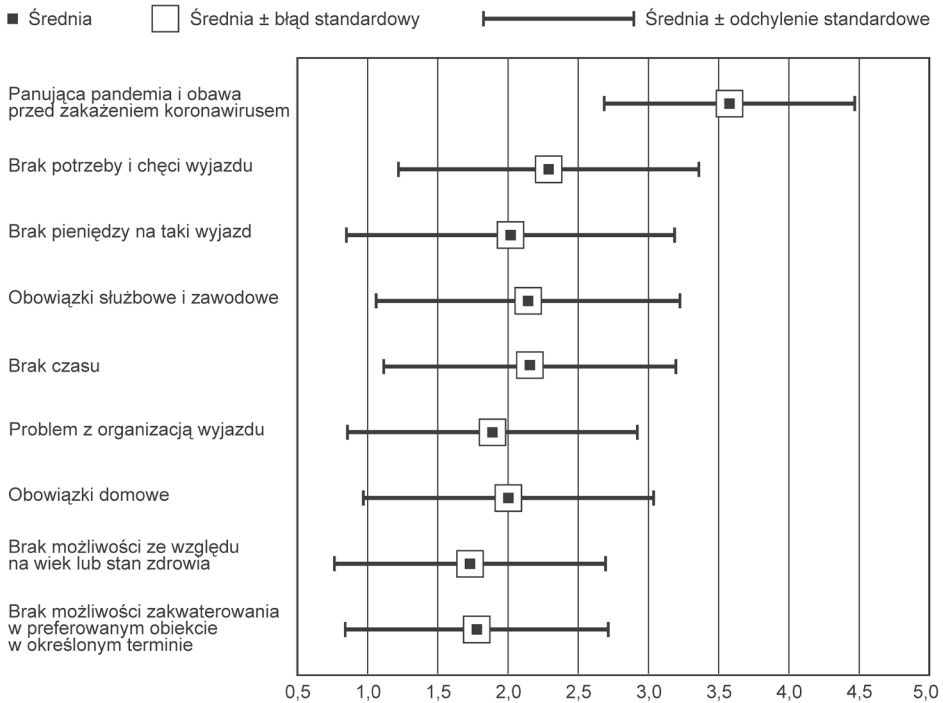
5. Wyniki badań

Jak wspomniano wcześniej, 23,1% badanych wskazało, że nie chce wyjeżdżać w celach turystycznych w 2020 r. W trakcie badania poproszono te osoby o podanie powodów braku zainteresowania podróżowaniem. Najczęściej wymienianym powodem była panująca pandemia COVID-19 i strach przed zarażeniem się koronawirusem podczas wyjazdu (rys. 1, rys. 2). Ponadto często wskazywaną przyczyną był brak wystarczających



Rysunek 1. Powody braku chęci podjęcia przez badanych wyjazdu turystycznego w 2020 r. (N = 93)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań



Rysunek 2. Powody braku chęci podjęcia przez badanych wyjazdu turystycznego w 2020 r. z uwzględnieniem błędu standardowego i odchylenia standardowego

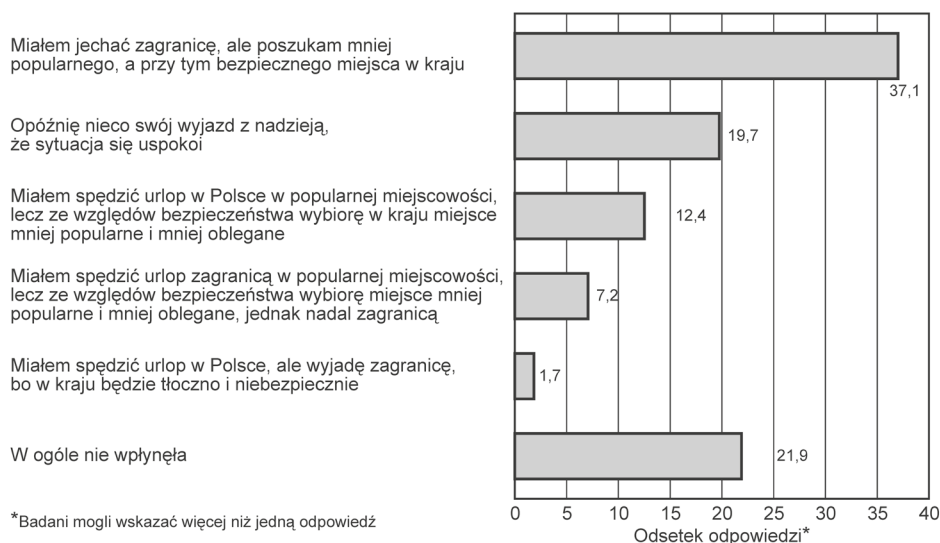
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

środków finansowych na realizację wyjazdu turystycznego. Fakt ten w wielu przypadkach wynikać może z trwającej pandemii i jej wpływu na załamanie wielu dziedzin gospodarki, co przekłada się na obawę o dalsze zatrudnienie. Respondenci wskazali również na brak czasu oraz obowiązki służbowe i zawodowe, które uniemożliwiają realizację wyjazdów turystycznych.

Wartości średnie (rys. 2) przyznanych not poszczególnym powodom braku chęci wyjazdu turystycznego były zróżnicowane. W celu sprawdzenia wpływu miejsca zamieszkania na przyznane noty zastosowano test Kruskala-Wallisa. Przeprowadzona analiza wykazała istotny statystycznie wpływ jedynie w przypadku absencji czasu wolnego ($p = 0,032$).

Chęć wyjazdu turystycznego w 2020 r. wyraziło 76,9% respondentów. Należy jednak zauważyć, że panująca pandemia COVID-19 w znaczący sposób wpłynęła na plany turystyczne badanych. Prawie 40% badanych zrezygnowało bowiem z wyjazdu zagranicznego na rzecz wypoczynku

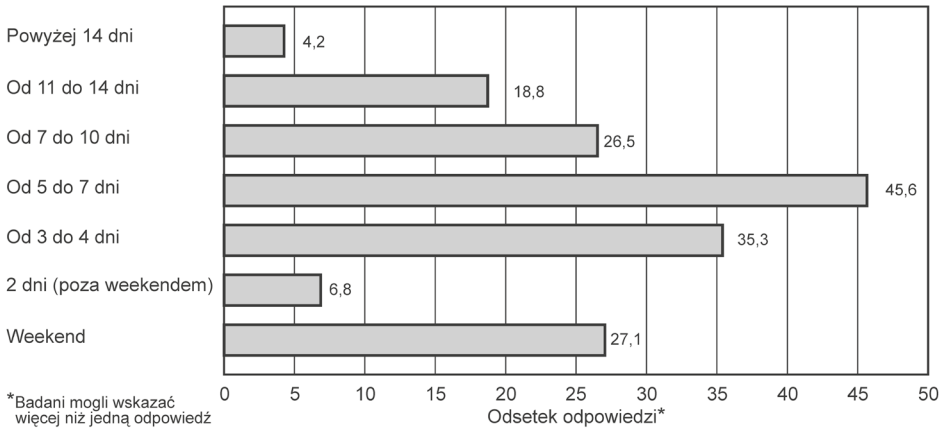
w kraju z uwagi na większe bezpieczeństwo takiego rozwiązania. Ponad 20% respondentów nie zamierzało zmieniać swoich planów wakacyjnych z powodu pandemii (rys. 3). Jednak zmianę taką prawdopodobnie wymusi ponowny wzrost zachorowań i powrót do obostrzeń, m.in. w zakresie ruchu granicznego.



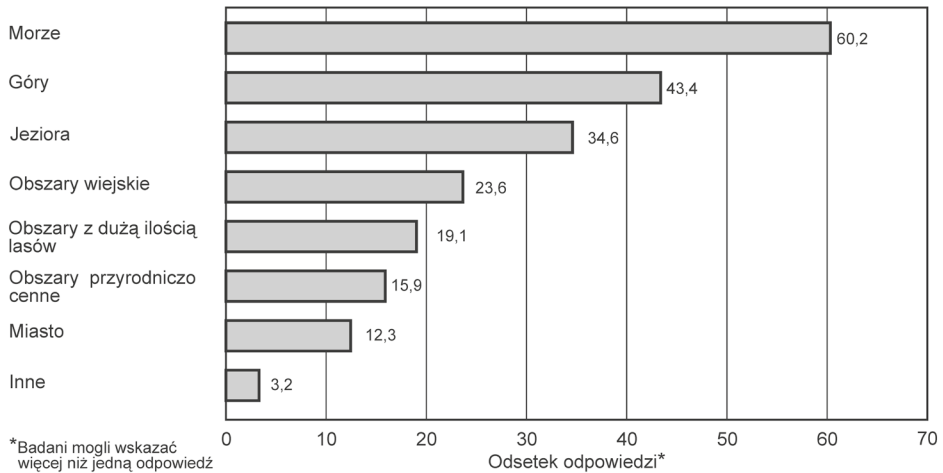
Rysunek 3. Wpływ pandemii COVID-19 na zmianę planów turystycznych respondentów (N = 309)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Przy założeniu, że pandemia nie rozwinie się jeszcze bardziej, większość badanych (52,4%) planowała w 2020 r. przynajmniej jeden wyjazd turystyczny. Pozostałe 47,6% miało w planach dwa i więcej wyjazdów. Miesiącami najczęściej wybieranymi na realizację wyjazdu były sierpień (68,6%), lipiec (56,6%), a także wrzesień (35,9%). Zróżnicowana była długość wyjazdu (rys. 4), najczęściej planowano wypoczynki pięć lub siedmiodniowe. Dość dużym zainteresowaniem cieszyły się ponadto krótsze wyjazdy, natomiast niespełna ¼ badanych planowała wyjazd dłuższy niż 10 dni.

Najbardziej preferowanymi przez badanych kierunkami turystycznymi były obszary nadmorskie, góry, a także pojezierza (rys. 5). Rzadziej wybierano tereny wiejskie, leśne, przyrodniczo cenne oraz miasta. Wśród „innych” dominowały zaciszne i spokojne miejsca oddalone od cywilizacji, tłumów i utartych szlaków turystycznych, co wskazuje na chęć odizolowania się od innych ludzi. Jednym z istotniejszych tego powodów może być obawa przed koronawirusem.

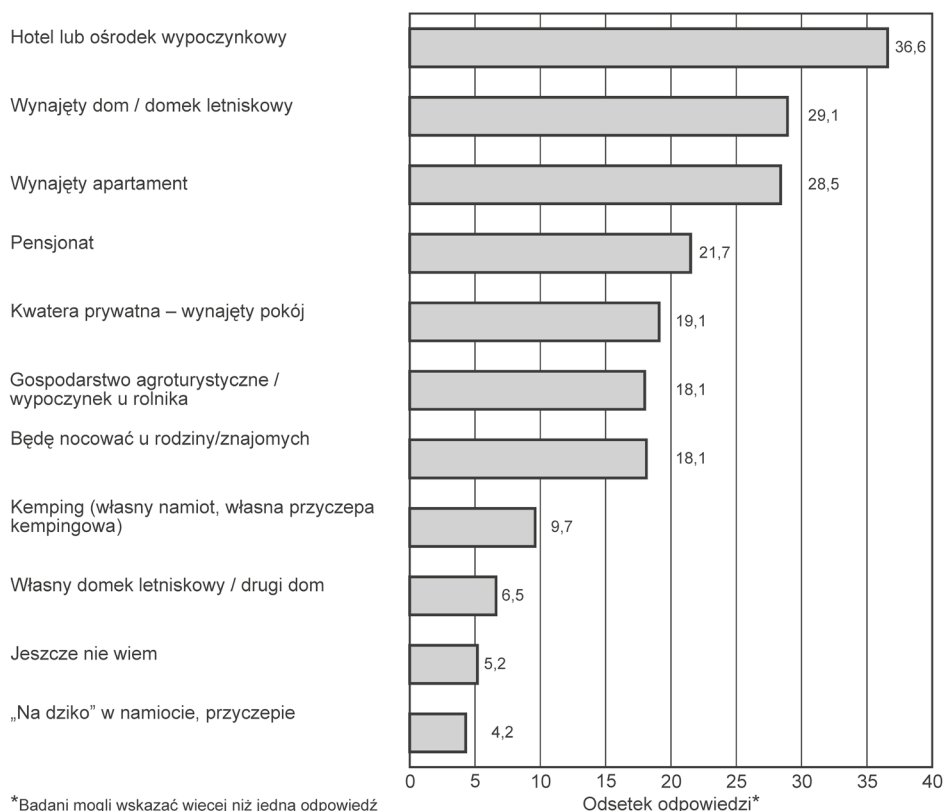


Rysunek 4. Długość wyjazdu turystycznego planowana przez badanych w 2020 r. (N = 309)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań



Rysunek 5. Preferowane przez badanych kierunki turystyczne w 2020 r. (N = 309)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Zróznicowane były też obiekty noclegowe, z których w 2020 r. badani zamierzali skorzystać. Największym powodzeniem cieszyły się hotele (rys. 6). Do podobnych wniosków w swoich badaniach doszły m.in. Kowalska i Niezgodą (2020). Należy jednak zwrócić uwagę na duże zainteresowanie wynajmowanymi na wyłączność apartamentami, mieszkaniami i domami, a także kempingami i noclegami „na dziko”. Świadczy to niewątpliwie o chęci odizolowania się z uwagi na ryzyko zarażenia się koronawirusem.



Rysunek 6. Preferowane przez badanych obiekty noclegowe w 2020 r. (N = 309)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Dość dużym zainteresowaniem cieszyły się gospodarstwa agroturystyczne, które, z uwagi na niewielką skalę działalności i liczbę turystów przebywających w nich jednocześnie, również mogą rysować się w świadomości potencjalnych turystów jako miejsca bezpieczne. Szczegóły na ten temat zaprezentowano w tabeli 2.

Zdaniem badanych obiektem najbardziej bezpiecznym jest własny domek letniskowy / drugi dom, za najmniej bezpieczny uznali hotel lub ośrodek wypoczynkowy (rys. 7). Niewątpliwie w trakcie pobytu w hotelu, ośrodku wypoczynkowym lub pensjonacie wypoczywa się wśród dużej grupy obcych osób, nie doświadczają zaś osoby korzystające z własnego domku letniskowego.

Warto podkreślić, że w przypadku oceny bezpieczeństwa noclegu w kategorii „na dziko” w namiocie lub przyczepie stwierdzono istotny statystycznie wpływ miejsca zamieszkania respondentów ($p = 0,026$).

Tabela 2. Ocena bezpieczeństwa wypoczynku w poszczególnych obiektach noclegowych w kontekście pandemii w opinii badanych w skali od 1 (najbardziej ryzykowne) do 5 (najmniej ryzykowne) (N = 309)

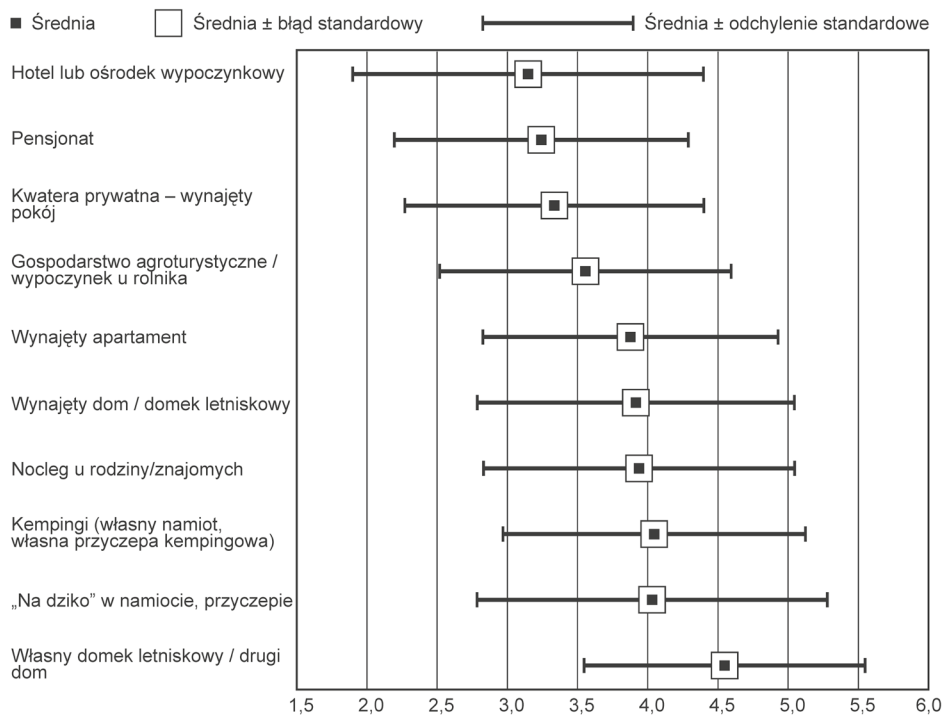
Obiekty noclegowe		Ocena bezpieczeństwa (%)					Średnia ocena (%)	
		Nie mam zdania	1	2	3	4		5
1	Własny domek letniskowy / drugi dom	8,7	4,2	1,6	4,2	10,7	70,6	4,6
2	„Na dziko” w namiocie, przyczepie	12,9	5,8	6,1	12,9	17,2	45,0	4,0
3	Kempingi (własny namiot, własna przyczepa kempingowa)	9,4	2,9	5,2	17,5	24,6	40,5	4,0
4	Nocleg u rodziny/znajomych	8,1	3,6	6,5	18,1	27,2	36,6	3,9
5	Wynajęty dom / domek letniskowy	7,1	5,8	4,5	14,9	34,3	33,3	3,9
6	Wynajęty apartament	9,1	3,2	6,1	19,4	33,3	28,8	3,9
7	Gospodarstwo agroturystyczne / wypoczynek u rolnika	10,7	3,9	9,4	25,9	34,3	15,9	3,5
8	Kwarta prywatna – wynajęty pokój	10,4	5,2	12,9	31,1	28,2	12,3	3,3
9	Pensjonat	10,4	5,8	13,3	32,7	28,2	9,7	3,3
10	Hotel lub ośrodek wypoczynkowy	11,0	12,6	11,7	27,2	23,9	13,6	3,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

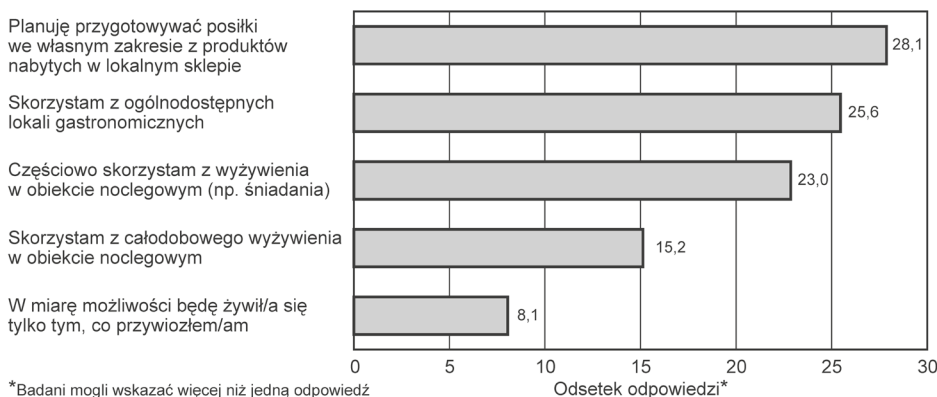
Badani zapytani zostali także o towarzystwo, w jakim planowali wyjazd turystyczny. Najczęściej wskazywani byli: partner/partnerka lub mąż/żona (81,2%) oraz własne dzieci (47,9%). 37,5% badanych planowało wyjechać ze znajomymi, 5,1% z rodzeństwem, a 9,7% z rodzicami i (1,0%) z dziadkami. Jedynie 5,8% badanych planowało samotny wyjazd.

Obawa przed ryzykiem zakażenia koronawirusem jest dostrzegalna także w planowanych sposobach zaspokajania potrzeb żywieniowych podczas wyjazdów turystycznych. Najczęściej wskazywano bowiem samodzielne przygotowanie posiłków, a także częściowe skorzystanie z posiłków oferowanych w obiekcie noclegowym (rys. 8).

Z uwagi na wyjątkowe okoliczności realizacji wyjazdów turystycznych w 2020 r. respondenci zostali poproszeni o wyrażenie swojej opinii w zakresie obaw powodowanych różnymi sytuacjami i zjawiskami (rys. 9). Adekwatnie do obecnej sytuacji, znaczna część badanych obawiała

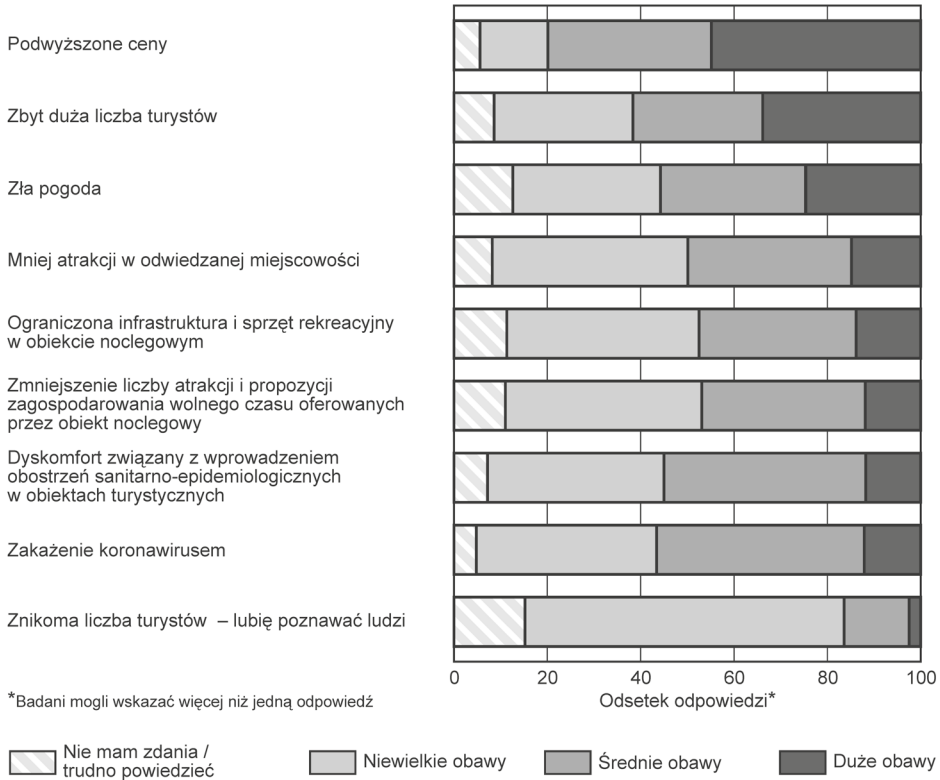


Rysunek 7. Ocena bezpieczeństwa wypoczynku w poszczególnych obiektach noclegowych w kontekście pandemii w opinii badanych z uwzględnieniem błędu standardowego i odchylenia standardowego
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań



*Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Rysunek 8. Preferencje badanych w zakresie sposobów zaspokajania potrzeb żywieniowych podczas wyjazdów turystycznych w 2020 r. (N = 309)
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

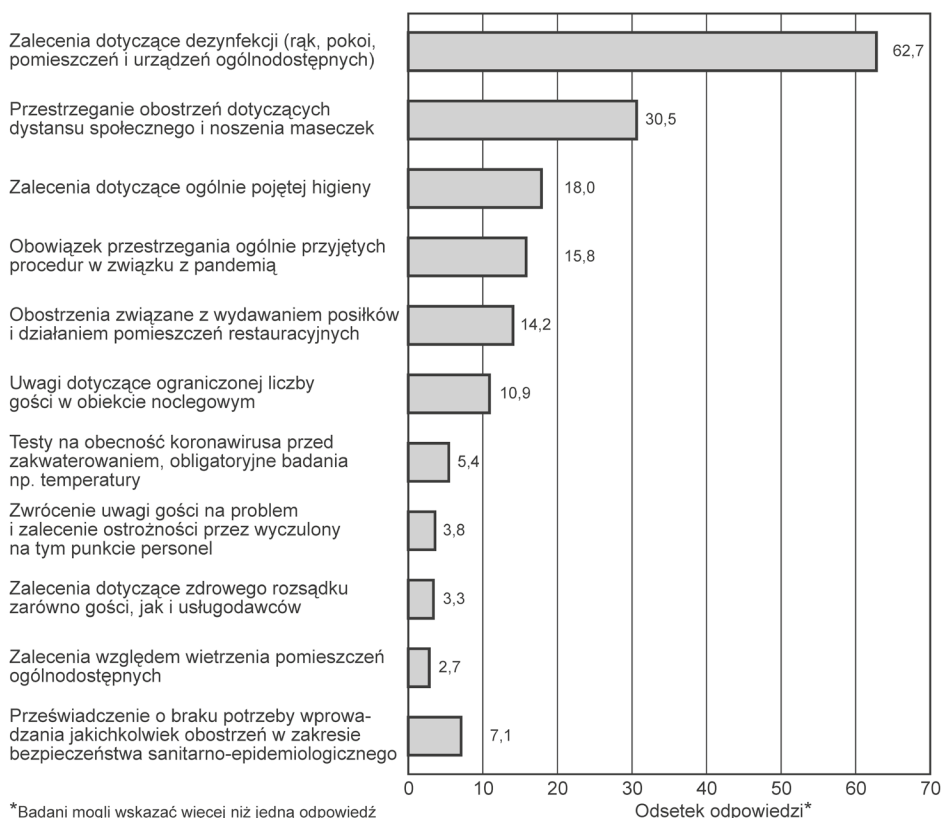


Rysunek 9. Obawy respondentów w kontekście wyjazdów turystycznych w 2020 r. powodowane różnymi sytuacjami i zjawiskami (N = 309)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

się zakażenia koronawirusem. Zdecydowanie bardziej akcentowane były jednak następstwa i zjawiska będące pochodnymi pandemii, wśród których wymienić można chociażby wzrost cen, zmniejszoną liczbę atrakcji (w miejscowościach i w obiektach noclegowych) czy ograniczenia infrastrukturalne i inne wynikające z obostrzeń wprowadzonych w wyniku pandemii.

Warto także nadmienić, że znaczna część badanych obawiała się zbyt dużej liczby turystów wycieczkujących w danym miejscu. Są oni bowiem potencjalnymi roznośicielami wirusa i znaczne ich nagromadzenie wywoływać może duży dyskomfort, wynikający z ryzyka zarażenia.

Znaczna część (36,1%) respondentów, którzy zadeklarowali chęć wyjazdu turystycznego w 2020 r., podzieliła się swoimi spostrzeżeniami



Rysunek 10. Zalecenia i spostrzeżenia respondentów dotyczące działań, które powinny zostać podjęte w obiektach noclegowych w celu zminimalizowania ryzyka zakażenia się koronawirusem (N = 145)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

dotyczącymi działań, które powinny zostać podjęte w obiektach noclegowych celem zminimalizowania ryzyka zakażenia się koronawirusem. Zdecydowana większość badanych wskazywała na dezynfekcję dłoni, pokoi, pomieszczeń i urządzeń ogólnodostępnych w obiekcie. Prawie $\frac{1}{3}$ respondentów wyraziła opinię, że konieczne jest przestrzeganie obostrzeń dotyczących dystansu społecznego i noszenia maseczek. Szczegóły na ten temat zaprezentowano na rysunku 10.

Co ciekawe, ponad 7% respondentów wyraziło przekonanie o braku potrzeby wprowadzania jakichkolwiek obostrzeń w zakresie bezpieczeństwa sanitarno-epidemiologicznego. Zdaniem części z nich istnienie jakiegokolwiek epidemii czy pandemii jest fikcją.

6. Podsumowanie

Współczesna gospodarka i społeczeństwo jeszcze nigdy nie stanęły przed takimi problemami, jakie przyniosła pandemia COVID-19. Jednym z sektorów, który został dotknięty najbardziej, była turystyka. W wyniku wprowadzenia *lockdownu* i zakazu lotów w zasadzie wszystkie kierunki turystyczne na świecie były przez jakiś czas niedostępne, a krajowa turystyka bardzo mocno ograniczona. Można powiedzieć, że mieszkańcy miast zostali często uwięzieni w swoich mieszkaniach i domach, bez możliwości wyjścia do parku czy lasu, nie wspominając o wyjeździe poza granice Polski. Potencjalni turyści w obawie o swoje zdrowie i życie, szczególnie w okresie wiosennym, pozostali w miejscu zamieszkania, rezygnując na długo ze swoich planów wyjazdowych. Własne balkony i przydomowe ogrody musiały im wystarczyć na długi czas. Nie było to łatwe, szczególnie dla mieszkańców miast, którzy są segmentem generującym znaczną część ruchu turystycznego.

Przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie wielu wniosków. W 2020 r. ¼ badanych turystów, pochodzących z polskich miast, zrezygnowała z wyjazdu turystycznego, a powodem tego była pandemia i obawa przed zakażeniem koronawirusem. Jednak większość ankietowanych planowała przynajmniej jeden wyjazd turystyczny w miesiącach wakacyjnych (najczęściej w sierpniu, nieco rzadziej w lipcu). Znaczna część z nich porzuciła zamiar wyjazdów zagranicznych na rzecz wypoczynku w kraju, co można było zaobserwować podczas wakacji 2020 r. Duża część turystów, która w poprzednich latach spędzała swoje wakacje poza granicami Polski, pozostała w kraju. Respondenci deklarowali wybór na miejsce wypoczynku pobytu w hotelach i ośrodkach wypoczynkowych, ale także dużym zainteresowaniem cieszyły się wynajmowane na wyłączność apartamenty, domy, a także kempingi i noclegi „na dziko”, które mogły zagwarantować pewne odizolowanie się od innych wypoczywających w danym miejscu, zmniejszając tym samym ryzyko zarażenia się koronawirusem. Badani mieli wiele obaw przed wyjazdem na wypoczynek. Znacznie bardziej martwiła ich jednak wizja podwyższonych cen aniżeli ryzyko zachorowania na COVID-19. Niemniej jednak, od właścicieli obiektów noclegowych oczekiwano stosowania dezynfekcji, a także egzekwowania wśród odwiedzających obostrzeń w zakresie dystansu społecznego i noszenia maseczek.

Niewątpliwie kluczową rolę w podejmowaniu zachowań turystycznych będzie odgrywać aktualna sytuacja epidemiologiczna zarówno w miejscach emisji ruchu turystycznego, jak również w poszczególnych

kierunkach turystycznych. Niezwykle istotne będzie tym samym podejście do bezpieczeństwa, prezentowane nie tylko przez przedsiębiorstwa turystyczne, ale także władze lokalne i centralne. Od władz rządowych oczekuje się ponadto, aby wsparły branżę turystyczną w tym ciężkim okresie, a także wpłynęły na pobudzenie popytu turystycznego.

Bibliografia

- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour – a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (5), 499–508. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x>
- Cavlek, N. (2002). Tour operators and destination safety. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 478–496. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00067-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00067-6)
- Chew, E.Y.T., Jahari, S.A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40 (C), 382–393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>
- COVID-19 and tourism. *Assessing the economic consequences* (2020). United Nations Conference on Trade and Development. Pobrane z: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d3_en.pdf (5.03.2021).
- Destination Analysts (2020). Pobrane z: https://www.destinationanalysts.com/blog-update-on-american-travel-in-the-period-of-coronavirus-week-of-june-15th/?utm_source=Email&utm_medium=Email&utm_campaign=Email%20Marketing (5.03.2021).
- Dhar, R. (1997). Consumer preference for a no-choice option. *Journal of Consumer Research*, 24, 215–231. <https://doi.org/10.1086/209506>
- Donthu, N., Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284–289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Fischhoff, B., de Bruin, W.B., Perrin, W., Downs, J. (2004). Travel risks in a time of terror: Judgments and choices. *Risk Analysis*, 24 (5), 1301–1309. <https://doi.org/10.1111/j.0272-4332.2004.00527.x>
- Główny Urząd Statystyczny (2020). Tourism in Poland in the face of COVID-19 pandemic. Pobrane z: <https://stat.gov.pl/en/topics/culture-tourism-sport/tourism/tourism-in-poland-in-the-face-of-covid-19-pandemic,6,1.html> (30.06.2020).
- Goodman, L.A. (1961). Snowball sampling. *Annals of Mathematical Statistics*, 32 (1), 148–170. <https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- GlobalWebIndex (GWI) Coronavirus Research, Series 2: Travel and Commuting (2020). Pobrane z: <https://www.warc.com/content/paywall/article/warc-research/globalwebindex-coronavirus-research-series-two-travel--commuting/132138> (5.03.2021).
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F., Dolnicar, S. (2015). Crisis-resistant tourists. *Annals of Tourism Research*, 53, 46–60. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.04.001>
- Hutchinson, J., White, P.C.L., Graham, H. (2014). Differences in the social patterning of active travel between urban and rural populations: Findings from a large UK household survey. *International Journal of Public Health*, 59 (6), 993–998. <https://doi.org/10.1007/s00038-014-0578-2>

- Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego (2020). Pobrane z: <https://www.ighp.pl/aktualnosci/szczegoly-aktualnosci?NewsID=48338> (30.06.2020).
- Karbowiak, K. (2016). Aktywność turystyczna mieszkańców Polski. *Annals PAAAE*, 18 (3), 144–150. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.6526>
- Kowalska, K., Niezgoda, A. (2020). COVID-19 as a tourist activity inhibitor as evidenced by Poles' holiday plans. *Studia Periegetica*, 4 (32), 9–24.
- Łapko, A., Panasiuk, A., Strulak-Wójcikiewicz, R., Landowski, M. (2020). The state of air pollution as a factor determining the assessment of a city's tourist attractiveness – based on the opinions of Polish respondents. *Sustainability*, 12 (4), 1466. <https://doi.org/10.3390/su12041466>
- Omelan, A., Podstawski, R., Raczkowski, M. (2016). Tourist activity of senior citizens (60+) residing in urban and rural areas. *Physical Culture and Sport Studies and Research*, 72 (1), 51–65. <https://doi.org/10.1515/pcssr-2016-0028>
- Profitroom (2020). Pobrane z: <https://www.profitroom.com/pl/blog/ponad-90-polakow-planuje-wakacje-2020-w-kraju-ogolnopolskie-badanie/> (30.06.2020).
- Reisinger, Y., Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43 (3), 212–225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>
- Rittichainuwat, B.N., Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30 (3), 410–418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>
- Sadler, G.R., Lee, H.C., Lim, R.S., Fullerton, J. (2010). Recruitment of hard-to-reach population subgroups via adaptations of the snowball sampling strategy. *Nursing & Health Sciences*, 12 (3), 369–74. <https://doi.org/10.1111/j.1442-2018.2010.00541.x>
- Seweryn, R., Niemczyk, A. (2018). Turystyka miejska mieszkańców wsi (na przykładzie turystów odwiedzających Kraków). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 4 (976), 39–58. <https://doi.org/10.15678/ZNUEK.2018.0976.0403>
- Sönmez, S., Graefe, A. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 112–144. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)
- Statista (2020a). Pobrane z: <https://www.statista.com/statistics/1120377/coronavirus-impact-on-summer-travel-plans-in-finland/> (30.06.2020).
- Statista (2020b). Pobrane z: <https://www.statista.com/statistics/1119718/impact-of-the-coronavirus-on-tourist-arrivals-in-selected-italian-cities/> (30.06.2020).
- Uglis, J., Krysińska, B. (2012). Próba zdefiniowania profilu agroturysty. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 699. Ekonomiczne Problemy Usług*, 84, 155–166.
- Uğur, N.G., Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>
- U.S. Travel (2020). Pobrane z: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research> (30.06.2020).
- Voicu, M.C. (2011). Using the snowball method in marketing research on hidden populations. *Challenges of the Knowledge Society*, 1, 1341–1351.
- Walas, B., Kruczek, Z. (2020). The impact of COVID-19 on tourism in Kraków in the eyes of tourism entrepreneurs. *Studia Periegetica*, 2 (30), 9–24. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.3664>
- Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., Hou, H. (2020). Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 45, 2320–0308. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>
- WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard (2021). Pobrane z: <https://covid19.who.int/> (5.03.2021).

- Wiadomości turystyczne (2020). Pobrane z: http://wiadomosciturystyczne.pl/aktualnosci/3389,,,0,unwto_liczba_podrozy_spadla_o_65_proc_.html (30.06.2020).
- Williams, A.M., Baláz, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, 35, 209–221. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.07.006>
- Wojcieszak-Zbierska, M.M., Jęczmyk, A., Zawadka, J., Uglis, J. (2020). Agritourism in the era of the coronavirus (COVID-19): A rapid assessment from Poland. *Agriculture*, 10 (9), 397. <https://doi.org/10.3390/agriculture10090397>
- Wong, J.Y., Yeh, Ch. (2009). Tourist hesitation in destination decision making. *Annals of Tourism Research*, 36 (1), 6–23. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.005>
- Zawadka, J. (2019). Agritourism as a way of spending free time of urban families with children. *Annals PAAAE*, 21 (3), 532–541. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.3453>
- Zawadka, J., Pietrzak-Zawadka, J. (2017). Motives and ways of spending holidays in the area of the Kampinos National Park by city dwellers. *Ekonomia i Środowisko*, 2 (61), 163–172.
- Zgolli, S., Zaiem, I. (2018). The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination. *Arab Economic and Business Journal*, 13 (2), 168–178. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.004>

PLANY TURYSTYCZNE MIESZKAŃCÓW MIAST W DOBIE PANDEMII COVID-19

Abstrakt: Celem opracowania jest przybliżenie planów turystycznych mieszkańców polskich miast w dobie pandemii wywołanej przez wirusa SARS-CoV-2. W badaniach posłużono się techniką ankiety internetowej. Kwestionariusz rozpowszechniony został na turystycznych grupach tematycznych, działających w serwisie Facebook. Osoby aktywne na Facebooku za pośrednictwem mediów społecznościowych przekazały swoim znajomym link do kwestionariusza ankiety. Wykorzystano tym samym metodę kuli śnieżnej, pozyskując 402 respondentów. Niepełna ¼ badanych deklarowała brak chęci wyjazdu turystycznego w 2020 r., głównie z powodu panującej pandemii i obawy przed zakażeniem koronawirusem. Zdecydowana większość badanych planowała przynajmniej jeden wyjazd turystyczny. Znaczna część z nich porzuciła jednak zamiar wyjazdów zagranicznych na rzecz wypoczynku w kraju. Respondenci deklarowali głównie chęć pobytu w hotelach i ośrodkach wypoczynkowych, jednocześnie oceniając te obiekty jako najmniej bezpieczne pod względem epidemiologicznym. Panująca pandemia była źródłem wielu obaw, ale badani znacznie bardziej martwili się podwyżkami cen niż możliwością zakażenia koronawirusem. Oczekiwano, że w obiektach noclegowych stosuje się dezynfekcję, a także przestrzega się obostrzeń w zakresie dystansu społecznego i noszenia maseczek.

Słowa kluczowe: COVID-19, turystyka, aktywność turystyczna, zachowania turystów, mieszkańcy miast.

TOURIST PLANS FOR URBAN RESIDENTS AT THE TIME OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: The aim of the study is to present the tourist plans of the inhabitants of Polish cities during the COVID-19 pandemic. A survey technique was used in the research with a questionnaire being disseminated for Facebook's tourist thematic groups. Those

recruited provided their friends with a link to the questionnaire via social media. Thus a snowball method was used and 402 respondents were obtained. Less than a quarter declared they did not want to go on a tourist trip in 2020 and the main reason was the prevailing pandemic and fear of coronavirus infection. However, the vast majority of respondents planned at least one tourist trip but a significant part abandoned any intention of travelling abroad for a holiday. The respondents mainly declared their willingness to stay in hotels and holiday resorts but assessed these facilities as the least safe in terms of epidemiology. The prevailing pandemic has been a source of much concern but the respondents were also worried about increased prices. Accommodation facilities were expected to undergo some form of disinfection along with the need to comply with social distancing restrictions and the wearing of masks.

Keywords: COVID-19, tourism, tourist activity, tourist behavior, urban residents.