

Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym

UNIwersytet Szczeciński
ROZPRAWY I STUDIA T. (MCCCLI) 1277

Grażyna Rosa

Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym

Szczecin 2023

Rada Wydawnicza

Barbara Braid, Anna Cedro, Urszula Chęcińska, Rafał Klóska
Maciej Kowalewski, Ewa Mazur-Wierzbicka, Jarosław Nadobnik
Grzegorz Wejman, Renata Ziemińska, Magdalena Zioło
Andrzej Skrendo – przewodniczący Rady Wydawniczej
Elżbieta Zarzycka – dyrektor Wydawnictwa Naukowego

Recenzent

dr hab. Barbara Kos prof. UE w Katowicach

Redakcja językowa

Wojciech Markowski

Redakcja techniczna i skład

Wiesława Mazurkiewicz

Korekta

Ewelina Piotrowska

Projekt okładki

Joanna Dubois-Mosora

Grażyna Rosa ORCID 0000-0002-5047-1797

Projekt finansowany w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego
pod nazwą „Regionalna Inicjatywa Doskonałości” w latach 2019–2022
nr projektu 001/RID/2018/19, kwota finansowania 10 684 000,00



Wersja elektroniczna publikacji dostępna na licencji CC BY-SA 4.0
po 12 miesiącach od daty wprowadzenia do obrotu

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2023

DOI 10.18276/978-83-7972-607-3

ISBN 978-83-7972-607-3 (online)

ISBN 978-83-7972-606-6 (print)

ISSN 0860-2751

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIwersYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I | Ark. wyd. 10,0 | Ark. druk. 10,9 | Format 170×240

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1	11
Preferencje nabywców	11
1.1. Zachowania nabywców	11
1.2. Preferencje jako element zachowań nabywców	19
1.3. Zachowania nabywców na rynku usług transportowych	23
1.4. Preferencje nabywców w kolejowym transporcie pasażerskim	27
Rozdział 2	30
Pandemia COVID-19	30
2.1. Geneza i rozwój pandemii COVID-19	30
2.2. Sposoby przeciwdziałania pandemii COVID-19 w Polsce	35
Rozdział 3	46
Kolejowe przewozy pasażerskie	46
3.1. Rynek kolejowych przewozów pasażerskich	46
3.2. Konkurencja na rynku przewozów pasażerskich	54
Rozdział 4	64
Wpływ pandemii COVID-19 na działalność przewoźników i organizatorów kolejowych przewozów pasażerskich	64
4.1. Zmiany na europejskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19	64
4.2. Zmiany na polskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19	69
4.3. Instrumenty wsparcia przewozów kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19	75
4.4. Elementy bezpieczeństwa w przewozach kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19	78
Rozdział 5	80
Wpływ pandemii COVID-19 na decyzje podróżnych w kontekście wyników badań własnych	80
5.1. Metodyka badania i statystyki opisowe	80
5.2. Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych	86
5.3. Wpływ pandemii COVID-19 na zachowania nabywcze podróżnych	95

Rozdział 6	105
Analizy porównawcze wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w kontekście kryteriów społeczno-demograficznych	105
6.1. Transport miejski	105
6.2. Transport regionalny	114
6.3. Transport ponadregionalny	124
6.4. Transport indywidualny	134
 Rozdział 7	 140
Możliwości oddziaływania na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym po ustaniu pandemii COVID-19	140
7.1. Zmiany potrzeb i preferencji podróżnych na rynku przewozów pasażerskich w kontekście pandemii COVID-19 – wyniki badań	140
7.2. Oddziaływanie na preferencje podróżnych	147
 Załącznik	 151
Bibliografia	161
Spis rysunków i tabel	167
Summary	173

Wstęp

Początek XXI wieku to okres wielu zmian i powstawania nowych zjawisk w gospodarce europejskiej i światowej, a w konsekwencji – zmian w sposobie postrzegania rynku. Wywierają one istotny wpływ na sposób, zakres i formę prowadzonych strategii i działań marketingowych ukierunkowanych na kształtowanie potrzeb i preferencji nabywców dóbr i usług. Znaczenie transportu w gospodarce stale rośnie w związku z takimi zjawiskami, jak: globalizacja, specjalizacja i podział pracy, masowa konsumpcja, ekonomia skali produkcji, optymalizacja kosztów, rosnąca konkurencja, skracanie cyklu życia produktów, cyfryzacja społeczeństwa, zmiany formy sprzedaży oraz obsługi klienta. Szczególnym okresem zmian wielu tendencji rynkowych są lata 2019–2022, w których świat walczył z pandemią COVID-19.

W tym kontekście konieczne jest systemowe podejście do transportu, które pozwoli na ujęcie procesów zachodzących w transporcie jako spójną, kompleksową i zintegrowaną całość. Rynek przewozów pasażerskich jest bardzo dynamiczny i ulega stałym przeobrażeniom, wynikającym głównie ze wskazanych zmian zachodzących w otoczeniu transportu. Zjawisko kongestii, duże natężenie ruchu na drogach i w efekcie spowolnienie czasu podróży po stronie transportu indywidualnego i masowego drogowego (autobusy), z jednej strony, i jednocześnie znaczna poprawa infrastruktury kolejowej, intensywne zakupy nowoczesnego taboru, umożliwiającego efektywne wykorzystanie czasu w trakcie podróży, stopniowe wprowadzanie wspólnego biletu kolejowego, możliwość zakupu i okazania biletu w formie elektronicznej, z drugiej strony, wpływają na wzrost konkurencyjności przewoźników kolejowych wobec transportu samochodowego, głównie indywidualnego. Ta tendencja została zachwiana w 2019 roku wraz z rozwojem pandemii COVID-19. Podróżni w trosce o swoje bezpieczeństwo zdrowotne i z powodu wprowadzanych licznych ograniczeń w komunikacji publicznej masowo wybierali transport indywidualny.

W konsekwencji współczesnych przemian zachodzących w gospodarce światowej i gospodarkach narodowych należy bardzo wnikliwie analizować mechanizmy

kształtujące zachowania konsumentów w nowych warunkach rynkowych i prowadzić profesjonalne, nowoczesne działania marketingowe, zmierzające do odbudowania popytu na pasażerski transport publiczny.

Celem badawczym jest:

1. Zbadanie, jaki wpływ na decyzje usługobiorców w przewozach pasażerskich miała i ma pandemia COVID-19.
2. Uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy i ewentualnie w jakim stopniu pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby, preferencje i oczekiwania podróżnych w komunikacji publicznej i indywidualnej.
3. Ustalenie, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby, preferencje i oczekiwania podróżnych w kolejowych przewozach pasażerskich na krótkich, średnich i długich odległościach – aglomeracyjnych, regionalnych i ponadregionalnych.

Celem aplikacyjnym jest nakreślenie kierunków badań preferencji nabywców usług transportu pasażerskiego i wskazanie możliwości kształtowania oferty w kolejowych przewozach pasażerskich w nowych uwarunkowaniach otoczenia. Założeniem pracy jest zbadanie, czy i ewentualnie jak zmieniły się preferencje podróżnych w komunikacji publicznej i indywidualnej (w tym również w kolejowych przewozach pasażerskich) w kontekście współczesnych uwarunkowań pandemii COVID-19, jak zachowują się współcześni konsumenci (podróżni), co w usłudze transportu pasażerskiego jest dla nich priorytetowe.

W celu osiągnięcia przyjętych założeń:

- przedstawiono przeobrażenia zachodzące w zachowaniach nabywców we współczesnym świecie,
- zrealizowano podstawowe problemy badawcze w ujęciu teoretycznym i empirycznym, odnoszące się do zachowań podróżnych w komunikacji publicznej i indywidualnej (w tym również w kolejowych przewozach pasażerskich) w czasie pandemii COVID-19,
- zaprezentowano wyniki badań pierwotnych, obejmujące zarówno preferencje, zachowania komunikacyjne, jak i potrzeby podróżnych w komunikacji publicznej i indywidualnej (w tym również w kolejowych przewozach pasażerskich) w czasie pandemii COVID-19,
- wskazano na możliwości oddziaływania na preferencje podróżnych po pandemii COVID-19 w kolejowych przewozach pasażerskich.

Koncepcja monografii obejmuje zagadnienia teoretyczne związane zarówno z zachowaniami konsumentów i ich preferencjami, jak i osadzeniem ich w teorii

ekonomiki transportu. Odrębną uwagę poświęcono rozwojowi pandemii COVID-19, która zredefiniowała zachowania nabywców na wielu rynkach. Aby przejrzysto i rzetelnie przedstawić podjęty temat, monografia została podzielona na siedem rozdziałów, w których omówiono poszczególne zagadnienia.

W rozdziale pierwszym omówiono problematykę zachowań nabywców z odniesieniem do rynku usług transportowych, w tym: preferencje nabywców jako element zachowań konsumenckich, zachowania nabywców na rynku usług transportowych, preferencje nabywców w kolejowym transporcie pasażerskim.

W rozdziale drugim przedstawiono problematykę pandemii COVID-19. Omówiono genezę i rozwój pandemii COVID-19 oraz sposoby jej przeciwdziałania w Polsce.

W rozdziale trzecim omówiono rynek kolejowych przewozów pasażerskich w Polsce. Dokonano charakterystyki kolejowych przewozów pasażerskich, analizując i omawiając kolejno rynek przewozów pasażerskich, kolejowe przewozy pasażerskie w Polsce oraz konkurencyjność kolejowych przewozów pasażerskich.

W rozdziale czwartym odniesiono się do zagadnienia wpływu pandemii COVID-19 na działalność przewoźników i organizatorów kolejowych przewozów pasażerskich. Kolejno przedstawiono zmiany zachodzące na europejskim i szczególnie na polskim rynku kolejowych przewozów pasażerskich w czasie pandemii COVID-19, omówiono instrumenty wsparcia oraz wprowadzone elementy bezpieczeństwa w przewozach kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19.

W rozdziale piątym przedstawiono wyniki badań własnych dotyczące wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych. Kolejno omówiono metodykę badania i statystyki opisowe, wpływ pandemii COVID-19 na preferencje komunikacyjne w transporcie publicznym na zachowania komunikacyjne podróżnych w komunikacji miejskiej (aglomeracyjnej), regionalnej, ponadregionalnej oraz w transporcie indywidualnym.

W rozdziale szóstym zawarto analizy porównawcze wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w kontekście kryteriów społeczno-demograficznych odrębnie w odniesieniu do transportu miejskiego, regionalnego i ponadregionalnego. W analizach ujęto potrzeby i oczekiwania podróżnych w transporcie publicznym w kontekście ich wieku, wielkości miejsca zamieszkania, odległości podróżowania itp.

W rozdziale siódmym wskazano na możliwości oddziaływania na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym po ustaniu pandemii COVID-19. Przedstawiono wnioski z przeprowadzonych badań własnych i omówiono zmiany w preferencjach podróżnych na kolejowym rynku przewozów pasażerskich w kontekście pandemii COVID-19. Na zakończenie wskazano sposoby oddziaływania na preferencje podróżnych przez przewoźników i organizatorów kolejowych przewozów pasażerskich.

Aby omówić założone zagadnienia w odniesieniu do zbiorowej komunikacji publicznej (w tym kolejowych przewozów pasażerskich) i transportu indywidualnego, w monografii zawarto wyniki badań pierwotnych przeprowadzonych przez autorkę na potrzeby niniejszej monografii. Badania przeprowadzono w styczniu 2022 roku z wykorzystaniem metody CAWI na reprezentatywnej próbie $N = 1129$ dorosłych mieszkańców Polski. Próba kontrolowana była pod względem zmiennych społeczno-demograficznych: płci, wieku, wielkości miejscowości zamieszkania. Losowo-kwotowy dobór próby związany ze specyfiką badań z wykorzystaniem metody CAWI zastosowano przy ankietyzacji online. W celu identyfikacji problematyki preferencji podróżnych badania obejmowały publiczny transport pasażerski (kolejowy i drogowy). To pozwoliło na wyłonienie kluczowych elementów składających się na preferencje podróżnych i propozycję ich implementacji do oferty kolejowych przewozów pasażerskich.

Publikacja przeznaczona jest dla wielu środowisk, przede wszystkim dla przedstawicieli sfery nauki, zainteresowanych problematyką zachowań nabywczych podróżnych w transporcie (w tym głównie kolejowym) oraz ewolucji przewozów pasażerskich na tle zmian w otoczeniu i zachowań konsumentów, menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami kolejowymi, organizacjami współpracującymi z przewoźnikami kolejowymi, jak również studentów, dla których istotna jest omawiana problematyka.

Autorka serdecznie dziękuje Pani profesor Barbarze Kos z Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach za cenne uwagi przedstawione w recenzji, które niewątpliwie wpłynęły na jakość publikacji.

ROZDZIAŁ 1

Preferencje nabywców

1.1. Zachowania nabywców

Termin „zachowanie, zachowanie się” to – według *Encyklopedii PWN* – „jedno z podstawowych pojęć psychologii; w najszerszym znaczeniu – każda dająca się obserwować reakcja na bodźce z otoczenia lub ogół reakcji i ustosunkowań organizmu żywego do środowiska”¹. Z kolei według *Wielkiego słownika języka PWN* jest to „sposób bycia, sposób reagowania na coś; obejście, postępowanie”², a według *Wielkiego słownika języka polskiego PAN* „sposób postępowania w jakiejś sytuacji”³.

Pojęcie „zachowania konsumenckie” wywodzi się z terminów *consum behavior* i *consumer behavior*, które oznaczają koncentrowanie się na badaniu postępowania człowieka. Zachowania konsumenckie to nauka o jednostkach podejmujących decyzje i o procesach zdobywania dóbr, usług, doświadczeń i pomysłów oraz konsumowania ich i dysponowania nimi⁴. Jest to dziedzina interdyscyplinarna, korzystająca z dorobku ekonomii, psychologii społecznej, psychologii ogólnej, antropologii kulturowej i semiotyki. Nauka ta zajmuje się zbieraniem i analizowaniem informacji o wszystkich elementach procesu, jakim jest dokonywanie zakupu⁵.

Zachowania nabywców (konsumentów) na rynku można zdefiniować jako każdą dającą się obserwować reakcję na bodźce z otoczenia lub ogół reakcji

¹ Zachowanie, w: *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/zachowanie;3999750.html> (dostęp: 25.02.2023).

² Zachowanie, w: *Wielki słownik języka polskiego PWN*, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 612.

³ Zachowanie, w: *Wielki słownik języka polskiego PAN*, red. P. Żmigrodzki, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/20267/zachowanie> (dostęp: 25.02.2023).

⁴ J.C. Mowen, *Consumer behavior*, Macmillan, New York–London 1987, s. 5, cyt. za: G. Świątowy, *Zachowania konsumentów...*, s. 12.

⁵ Zachowania konsumentów, w: *Encyklopedia zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/Zachowania_konsument%C3%B3w (dostęp: 14.11.2022).

i ustosunkowań do nich. Są one skierowane na bezpośrednie zaspokajanie potrzeb konsumpcyjnych, wynikające z podejmowanych decyzji nabywczych. „Zachowania konsumentów są efektem reakcji na uwarunkowania społeczne, psychologiczne i ekonomiczne i mogą być badane przez obserwacje faktycznych wyborów (wskaźniki ilościowe) oraz deklarowanych sposobów zachowania, aspiracje, oceny, opinie, motywy (wskaźniki jakościowe)”⁶. Zachowanie konsumenta to postępowanie ostatecznego użytkownika dóbr materialnych i niematerialnych⁷.

Odnosząc się do teorii ekonomii, należy zwrócić uwagę na to, że zachowania konsumpcyjne, podobnie jak inne, są wyborami między konkurencyjnymi celami w warunkach dysponowania ograniczonymi środkami⁸. Zachowania konsumentów stanowią pewien cykl dotyczący procesu nabycia dobra, jego używania oraz pozbycia się. Obejmują one nie tylko działania fizyczne, ale również wszystkie operacje zachodzące w psychice w czasie dokonywania zakupu⁹. Wraz ze zmianami dokonującymi się w otoczeniu zmieniają się wymagania konsumentów i ich wrażliwość na bodźce marketingowe. Następstwem tych przemian i wzrostu świadomości nabywczej konsumentów są zmiany w zachowaniach konsumentów oraz sposobach wykorzystywania instrumentów marketingowych. Ważnym wymogiem stawianym przed marketingiem jest ciągle badanie i analizowanie trendów gospodarczych w otoczeniu oraz zmian zachowań nabywczych konsumentów. Mogą być one krótkotrwałe, przejściowe lub długotrwałe (megatrendy)¹⁰.

Trend określany jest jako zjawisko długotrwałe, rozwijające się (nasilające się i pojawiające w coraz szerszych grupach społecznych czy konsumenckich). To kierunek lub sekwencja zdarzeń, które wykazują pewną siłę i ciągłość w czasie. Trendy są bardziej trwałe i łatwiejsze do przewidzenia niż moda¹¹. Nakreślają kształt

⁶ Z. Kędzior, K. Karcz, *Modele zachowań gospodarstw domowych i przedsiębiorstw (lata 2000–2010)*, AE w Katowicach, Katowice 2008, s. 12.

⁷ G. Światowy, *Zachowania konsumentów*, PWE, Warszawa 2006, s. 13.

⁸ J. Witek, *Zachowania konsumentów – wyzwaniem rynku*, w: *Zachowania nabywców*, red. G. Rosa, J. Perenc, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, s. 10.

⁹ *Zachowania konsumentów...*

¹⁰ Klasyfikacją trendów zajmowali się m.in. W. Wyss, D. Yankelovich, G. Gerken, J. Naisbitt, reprezentujący różne szkoły (od niemieckiej, nowojorskiej, francuskiej do szwajcarskiej). Pomimo różnic w nazewnictwie i kryteriach klasyfikacji wszystkie przedstawione przez tych autorów modele zawierają podobne treści i w szerokim zakresie są zgodne.

¹¹ Moda to zjawisko konsumenckie, społeczne czy kulturowe, krótkotrwałe (sezonowe), określające i weryfikujące, co jest aktualnie „trendy”, a co nie.

przyszłości. Trendy odznaczają się relatywnie dużą stabilnością i pomimo stosowania różnych metod badawczych uzyskano porównywalne wyniki. Twórcą najbardziej szczegółowej klasyfikacji trendów jest W. Wyss, który wyróżnił¹²:

- trendy wiodące – najbardziej charakterystyczne, o różnym natężeniu i skali oddziaływania (hedonizm, ekstrawersja, erotyka, aktywność, technika, komfort życia),
- trendy sekwencyjne – o charakterystycznej zmienności (neomaterializm, osiągnięcia, własność, wizerunek, kształcenie, uciechy podniebienia, dobra kondycja psychofizyczna),
- trendy ambiwalentne – nierozwijające się w sposób prostoliniowy (indywidualizm, upadek autorytetów),
- megatrendy – dotyczące koncentracji wokół zmian postaw i zachowań w dziedzinie życia społecznego i gospodarczego (społeczeństwo sukcesu i dobrobytu, orientacja na uroki życia, otwarcie na kulturę alternatywną, szok przyszłości).

Do najczęściej wyróżnianych w literaturze trendów należą: chęć odmiany (impuls do zwolnienia tempa życia i uzyskania dzięki temu większej satysfakcji), izolowanie się, odmładzanie się, egomania (dążenie do rozwoju własnej osobowości w ten sposób, by być postrzeganym i traktowanym inaczej niż wszyscy), niezwykle przygody, nadmiar obowiązków, głos rozsądku (dążenie do uczynienia społeczeństwa bardziej odpowiedzialnym za środowisko, szkolnictwo i etykę), małe słabostki, dbałość o zdrowie, konsumeryzm.

Megatrendy definiowane są jako znaczące zmiany społeczne, polityczne i technologiczne, które kształtują się powoli, lecz gdy już zaistnieją, to przez pewien czas wywierają wpływ na wszystkie dziedziny życia – średnio od siedmiu do dziesięciu lat, a nawet dłużej. Do najczęściej wyróżnianych w literaturze megatrendów należą:

- ewolucja społeczeństwa industrialnego w społeczeństwo informatyczne,
- globalizacja zarówno zjawisk gospodarczych, jak i stylu życia,
- prywatyzacja,
- zmiana roli kobiet z tradycyjnej na przywódczą,
- wzrost znaczenia i wartości jednostki,
- spadek zainteresowania religią,
- strategiczne działania przedsiębiorstw i ich samodzielność,

¹² Opracowano na podstawie: G. Rosa, *Nowoczesne trendy w zarządzaniu marketingowym*, w: *Zarządzanie marketingowe*, red. G. Rosa, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 251–254.

- demokracja i prosumpcja,
- różnicowanie zamiast uniformizacji,
- rozwój techniki i technologii, wymuszające potrzebę jej „humanizacji” i przeciwdziałania wykluczeniu cyfrowemu.

Na podstawie analizy trendów i megatrendów można zauważyć, że działania podmiotów po stronie podaży powinny służyć zaspokojeniu pragnień i życzeń nabywców przy maksymalizacji ich satysfakcji.

Satysfakcja nabywcy jest to subiektywne odczucie zadowolenia, odniesionych korzyści i spełnionych oczekiwań z nabycia, konsumpcji i użytkowania produktu, wynikające z zaspokojenia potrzeby lub rozwiązania występującego problemu¹³. We współczesnych czasach jest priorytetowym celem podmiotów po stronie podaży. Realizacja tego celu dotyczy ustalenia kluczowych czynników satysfakcji, których przestrzeganie powinno stać się szczególnie kontrolowanym obowiązkiem przedsiębiorstwa. Satysfakcja nabywcy to subiektywne odczucie zaspokojenia jego oczekiwań przez dany produkt, inaczej mówiąc: to pewien stan wewnętrzny, emocjonalny, który pojawia się u konsumenta w wyniku dokonania zakupu, będący wynikiem konfrontacji jego oczekiwań i preferencji co do produktu (jakość oczekiwana) z jego doświadczeniami z produktem (jakość otrzymana). Dbłość o wysoki stopień satysfakcji może doprowadzić do zwiększenia liczby lojalnych klientów. Zadowoleni nabywcy są mniej wrażliwi na cenę i wykazują większą skłonność do ponownego nabywania tego samego produktu. W celu uzyskania pełniejszej oceny poziomu satysfakcji nabywców badaniem należałoby objąć nie tylko obecnych, ale także potencjalnych oraz utraconych klientów firmy.

Do podstawowych czynników satysfakcji nabywców zalicza się: stałość utrzymania wysokiej jakości produktu, atrakcyjność ceny i dogodność zapłaty, dostępność produktu we właściwym miejscu i czasie, kompleksową i życzliwą obsługę, uzyskanie porady dla dokonania właściwego wyboru, możliwość wypróbowania produktu, szybkie i pełne wykonanie umowy, natychmiastową pozytywną reakcję na zgłoszoną reklamację, informację i promocję wzbogacającą wiedzę o produkcie i jego zastosowaniach. Zadowolenie jest stanem psychicznym odczuwalnym przez nabywcę w czasie konsumowania i użytkowania nabytego produktu czy korzystania z usługi. Wynika ono ze stopnia zgodności oczekiwań dotyczących cech

¹³ Por. G. Rosa, *Koncepcja zarządzania marketingowego*, w: *Zarządzanie marketingowe...*, s. 45–46.

i walorów – ogólnie korzyści produktu – z faktycznymi jego wartościami¹⁴. Jest to więc stan odczuwalny przez nabywcę, związany z porównaniem postrzeganych cech produktu i oczekiwań jego zdolności do zaspokajania potrzeby. Najwyższy stopień zadowolenia wywołują zakupy przekraczające oczekiwania, co jest główną podstawą wytwarzania się lojalności nabywcy wobec produktów i firmy¹⁵. Zapewnienie klientowi zadowolenia z kupna, konsumowania i użytkowania produktów jest stałym celem działalności marketingowej przedsiębiorstwa i jego pracowników¹⁶.

Do metod wyznaczania i pomiaru zadowolenia nabywców należą m.in. badania ankietowe, dyskusje grupowe, analiza skarg i sugestii oraz ocena strat ponoszonych przez firmę na skutek utraty niezadowolonych nabywców¹⁷. Na tej podstawie można ustalić wskaźnik zadowolenia nabywcy (*CSI*). Zastosowanie go polega na ocenie oferty podmiotu lub grupy podmiotów w relacji do oferty będącej idealną w wyobrażeniu respondentów. Analiza powinna umożliwić poznanie stopnia zadowolenia respondentów, najczęściej nabywców aktualnej oferty. Kreowanie silnej marki również wiąże się z satysfakcją konsumenta z jej zakupu, posiadania lub użytkowania.

Wskaźnik *CSI* jest ilorazem sumy iloczynów rang ważności i odpowiadających im ocen realizacji poszczególnych cech oraz sumy iloczynów rang ważności i ocen maksymalnych:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n R_i \times O_i}{\sum_{i=1}^n R_i \times O_{\max}}$$

gdzie: R_i – ranga ważności i -tej cechy usługi, O_i – ocena realizacji i -tej cechy usługi, $O_{\max}$ – maksymalna ocena realizacji i -tej cechy usługi transportowej.

¹⁴ T. Sztucki, *Encyklopedia marketingu*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1998, s. 281, 342.

¹⁵ I. Ostrowska, *Uwarunkowania zachowań nabywców w procesie zakupu*, w: *Młodzi nabywcy na e-zakupach*, L. Gracz, I. Ostrowska, Placet, Warszawa 2014, s. 32.

¹⁶ *Encyklopedia marketingu...*, s. 281.

¹⁷ *Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku*, red. K. Mazurek-Łopacińska, Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2023, s. 582.

Mogą wystąpić różne typy satysfakcji¹⁸:

1. Transakcyjna – krótkotrwałe doświadczenia konsumenta z marką, wynikające z oceny konkretnej transakcji. Daje możliwość porównania poziomu satysfakcji między markami. Ma znaczenie zwłaszcza w przypadku nowości.
2. Skumulowana – skumulowane doświadczenia konsumenta dotyczące marki. Jest to całkowita ocena konsumpcji w określonym odcinku czasu. Ten rodzaj satysfakcji ma wpływ na lojalność konsumenta wobec marki.

Rola konsumenta we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym i gospodarce opartej na wiedzy podlega wyraźnym przemianom, a źródłem wartości mogą być sami konsumenci (usług). Zjawisko aktywizmu konsumentów, którzy coraz częściej z własnej inicjatywy dostarczają informacji zwrotnych firmom i sobie nawzajem, jest określane (za A. Tofflerem) mianem prosumpcji, a konsumenci – prosumentami¹⁹.

Homo consumens początku XXI wieku poddawany jest ustawicznej presji dynamicznego otoczenia gospodarczego, społecznego, politycznego i kulturowego, czego efektem jest wykształcenie się nowych trendów konsumenckich. B. Mróz zalicza do nich m.in.²⁰:

1. „Mieszanie się płci” (*gender blending*) – polegające na zacieraniu się granic między tradycyjnymi rolami i zachowaniami przypisywanymi kiedyś kobietom i mężczyznom. Mężczyźni podejmują się zadań zarezerwowanych tradycyjnie dla kobiet (pracują w zawodach zdominowanych przez kobiety, np. w przedszkolu, opiekują się dziećmi, gotują, interesują się modą, własnym wyglądem), kobiety natomiast są bardziej nastawione na rywalizację, samorealizację w pracy.
2. LOHAS (*lifestyles of health and sustainability*) – polegający na odejściu od nadmiernej konsumpcji, promowaniu zdrowego stylu życia, ekologicznym odżywianiu, zrównoważonym rozwoju i poszanowaniu środowiska. Istotą tego stylu stało się poszukiwanie równowagi pomiędzy tym, co zdrowe i przyjemne.

¹⁸ W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa 1998, s. 281; K. Mazurek-Łopacińska, *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, PWE, Warszawa 2003, s. 306–308; *Badania marketingowe...*, s. 563–590.

¹⁹ M. Pluta-Olearnik, *Marketing przedsiębiorstw usługowych w procesie internalizacji*, PWE, Warszawa 2013, s. 6.

²⁰ B. Mróz, *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2013, s. 133–142.

3. Samoleczenie (*do-it-yourself doctors*) – wzmożone zainteresowanie konsumentów własnym zdrowiem, swoją kondycją fizyczną i psychiczną. Dostęp do różnych źródeł informacji powoduje, że konsumenci sami próbują kontrolować funkcjonowanie swojego organizmu, samodzielnie diagnozują choroby i wybierają sposoby leczenia.
4. Konsument poszukujący (*trysumer*) – konsument chętnie testujący nowości rynkowe, poszukujący nowych doznań i doświadczeń, wykazujący dużą samodzielność w weryfikowaniu wiarygodności informacji promocyjnych, otwarcie i odwagę w poszukiwaniu innowacyjnych sposobów zaspokojenia potrzeb, testowaniu nowych produktów, poszukiwaniu opinii o nich, zdobywaniu informacji z różnego rodzaju źródeł, uczeniu się od bardziej doświadczonych użytkowników.
5. Współpraca konsumencka (*sharing economy*) – polegająca na poszukiwaniu innych źródeł umożliwiających korzystanie z dóbr i usług zamiast ich zakupu (np. wypożyczenie, najem, zakupy grupowe, korzystanie z produktów używanych). Ekonomia wspólnego użytkowania wiąże się najczęściej z odpłatnym udostępnianiem dóbr konsumpcyjnych między konsumentami, którzy są ich właścicielami, ale ich nie używają lub wykorzystują w ograniczonym stopniu (np. samochody, mieszkania, sprzęt sportowy).

Można więc wskazać, że do czynników, które kształtują zachowania współczesnego konsumenta, należą:

- znaczne zróżnicowanie potrzeb i możliwości ich zaspokojenia,
- swoboda wyboru i zakupu każdego produktu,
- gotowość akceptowania nowości produkcyjnych użytecznych, atrakcyjnych, wyróżniających się oryginalnością,
- wyższy poziom wymagań w zakresie asortymentu i obsługi klienta,
- nastawienie na zdrową żywność, ochronę zdrowia, piękny, młody wygląd,
- chęć nabywania markowych produktów, ale masowej produkcji (tańsze),
- wejście na poziom prosumpcji,
- wyższy poziom wykształcenia i doświadczeń,
- duże zróżnicowanie dochodów,
- krytycyzm wobec reklamy i wszelkich manipulacji,
- traktowanie zakupów jako przyjemności.

Świadomość nabywcza konsumentów jest coraz większa, a w związku z tym oczekiwania w stosunku do ofertowanych produktów również rosną. Wielu z nich

staje się ekspertami, których oczekiwania są coraz wyższe. Do współczesnych typowych tendencji w zachowaniach konsumentów należą dwie przeciwstawne: homogenizacja i heterogenizacja²¹.

Homogenizacja oznaczająca ujednolicanie konsumpcji przejawia się w globalizacji (przystosowanie produktów globalnych do lokalnych systemów wartości), wielokulturowości (zachowania zgodne z wpływem innych kultur, np. walentynki, Halloween), odejściu od tradycji (stopniowe ograniczanie roli tradycji rodzinnych, lokalnych, zawodowych w zachowaniach konsumpcyjnych).

Heterogenizacja²², oznaczająca zróżnicowanie konsumpcji, przejawia się w etnocentryzmie, czyli preferowaniu produktów rodzimego pochodzenia bardziej niż zagranicznych²³, oraz domocentryzmie, który został szczególnie wymuszony przez pandemię COVID-19, a polega na przeniesieniu aktywności podejmowanych poza miejscem zamieszkania do domu, np. edukacja. Domocentryzm opisują następujące kategorie: wirtualizacja – zaspokajanie potrzeb za pośrednictwem elektronicznych środków przekazu, wirtualni znajomi, kokonizacja – dążenie do izolacji, wycofywanie się konsumentów z życia publicznego, towarzyskiego, dematerializacja (zmiana wartości wpływających na zadowolenie: przeżycia estetyczne, przyjemności, doznania, wiedza, informacja). Do kolejnych przejawów homogenizacji należą: serwicyzacja (wzrost udziału usług w konsumpcji), prosumpcja (nadkonsumpcja – nadmierna konsumpcja) oraz dekonsumpcja (świadome ograniczanie do racjonalnych rozmiarów).

Wśród współczesnych konsumentów zauważalna jest zarówno postępująca homogenizacja stylów życia, jak i narastanie zjawisk heterogenizacji konsumpcji. Pomimo że przedstawione tendencje są przeciwstawne, to jednak w wielu obszarach uzupełniają się, a ich relacje w zależności od sytuacji mogą mieć charakter substytucyjny lub komplementarny. Niestandardowe zachowania konsumentów powodują

²¹ G. Rosa, *Nowoczesne trendy...*, s. 249–250; E. Kieźel, *Konsument i jego zachowania na rynku europejskim*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010, s. 180–181; J. Woś, *Zachowania konsumenckie – teoria i praktyka*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2003, s. 96; *Ekonomika konsumpcji. Elementy teorii*, red. K. Żelazna, SGGW, Warszawa 2002, s. 137–138; *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006, s. 220–221.

²² C. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002, s. 138–139; E. Kieźel, *Konsument i jego zachowania...*, s. 180–181; J. Woś, *Zachowania konsumenckie...*, s. 96; *Ekonomika konsumpcji...*, s. 137–138.

²³ E. Wolanin-Jarosz, *Etnocentryzm konsumencki w środowisku międzynarodowym – studium rynkowe Euroregionu Karpackiego*, Difin, Warszawa 2015, s. 17.

w konsekwencji trudności w klasyfikowaniu kierunków ich zachowań – jedne powstają, inne przemijają, charakterystyczne dla niektórych dóbr, branż czy dziedzin. Konsumenci instytucjonalni, czyli organizacje działające na rynku, powinny zdać sobie sprawę, że ich prawdziwa przewaga nad konkurencją zależy głównie od kapitału intelektualnego, wiedzy i innych nietrwałych aktywów, takich jak wizerunek i relacje z klientami²⁴. Przedsiębiorstwa zorientowane na konsumenta powinny więc budować swoją przewagę na partnerskich relacjach z klientami, wizerunku oraz wykorzystywaniu kapitału intelektualnego.

Specyfikę zachowań nabywczych współczesnych nabywców instytucjonalnych wyznaczają wymogi związane z pozyskaniem i wykorzystaniem środków pomocowych z funduszy UE, łączące się z tym określone procedury zakupu i użytkowania produktów, otoczenie prawne w postaci przepisów prawa Unii Europejskiej i dostosowane do nich przepisy prawa polskiego²⁵, dotyczące np. ochrony środowiska, zrównoważonego rozwoju, obowiązków i przywilejów pracowników, narastającej konkurencji na wielu rynkach, a w przypadku nabywców indywidualnych – ich ewoluujące potrzeby i zachowania.

1.2. Preferencje jako element zachowań nabywców

Zachowania konsumentów ściśle wiążą się z ich preferencjami (przekonaniami), które najczęściej są rozumiane jako subiektywne oceny lub system ocen będący podstawą wyborów dokonywanych w procesie zakupu. Pojawiają się w sytuacji, gdy konsument wybiera dobro lub usługę spośród wielu dostępnych opcji, co wiąże się z faworyzowaniem jednego produktu względem innych²⁶. Preferencje mogą być

²⁴ R. Shaw, *Nowe spojrzenie na marketing*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2001, s. 33; A. Drab-Kurowska, *Polityka konkurencji w obszarze rynku pocztowego Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2019, s. 37–40.

²⁵ A. Budziewicz-Guźlecka, A. Drab-Kurowska, *Problems of infrastructure markets with particular emphasis on the postal market in the context of digital exclusion*, „Sustainability” 2020, 12(11), 4719.

²⁶ A. Ermagun, S. Hajivosough, A. Samimi, T.H. Rashidi, *A joint model for trip purpose and escorting patterns of disabled*, „Travel Behaviour and Society” 2016, 3.

kształtowane przez nabywców na podstawie ich opinii, wiedzy, emocji lub wiary oraz udziału w tworzeniu optymalnej dla nich wartości²⁷.

Preferencje ściśle wiążą się z pragnieniami nabywców, które są kształtowane przez kulturę oraz indywidualną osobowość. Pragnienia i preferencje poparte siłą nabywczą stają się popytem²⁸. Stanowią determinantę popytu, precyzując, co konsument chce kupić. Warto pamiętać, że konsumenci stale poszerzają swoją wiedzę o rynku, a co za tym idzie – zmieniają się również ich preferencje. Przy wyborze odpowiednich dóbr duży wpływ mają takie czynniki jak: wiek, stan rodzinny, gust, poziom wykształcenia, potrzeby egzystencjalne oraz rozwój społeczno-gospodarczy. Konsument dążąc do maksymalnego zaspokojenia swoich potrzeb, kieruje się przesłankami racjonalnymi, a także standardami, jakie panują w grupie społecznej, do której przynależy²⁹. Posiadając ograniczone zasoby finansowe, musi dokonać porównania użyteczności różnych dóbr oraz ich kombinacji, a następnie wybrać te, które dadzą mu największe zadowolenie. Określa on również, które kombinacje dóbr są dla niego jednakowo użyteczne, a decyzja w związku z tym obojętna.

W II połowie XIX wieku ekonomiści neoklasycyści stworzyli podstawy teorii wyboru konsumenta opartej na pojęciu użyteczności. Użyteczność to suma zadowolenia (satysfakcji), jaką czerpie konsument z posiadanych dóbr lub nabytych usług. Celem konsumenta jest uzyskanie maksymalnej użyteczności z konsumpcji wybranego dobra lub usługi³⁰. Wybory dokonywane przez konsumentów nie tylko zależą od ich możliwości finansowych, ale także od pragnień. Podczas podejmowania decyzji o sposobie wydawania posiadanych pieniędzy istotną rolę odgrywa również gust. Czynniki determinujące zachowania konsumentów można podzielić

²⁷ P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, *Marketing 3.0. Dobry produkt? Zadowolony klient? Spełniony człowiek?*, MT Biznes, Warszawa 2016, s. 18; P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, *Marketing 4.0. Era cyfrowa*, MT Biznes, Warszawa 2017, s. 25–26.

²⁸ G. Armstrong, P. Kotler, *Marketing. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Gab, Warszawa 2016, s. 38.

²⁹ *Zachowania konsumentów. Procesy unowocześniania konsumpcji*, red. E. Kieźel, S. Smyczek, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2015, s. 78–83; A.I. Szymańska, *Preferencje konsumenckie i ich determinanty*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie” 2012, 8, s. 67.

³⁰ M. Księżyk, *Ekonomia współczesnej gospodarki rynkowej*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2015, s. 70.

na wewnętrzne o charakterze psychologicznym oraz zewnętrzne. Ten typ klasyfikacji proponuje m.in. J.W. Wiktor³¹.

Zachowania konsumentów mogą być racjonalne lub nieracjonalne. Racjonalność działania można zdefiniować jako postępowanie zgodne z logiką, polegające na doborze odpowiednich środków, spójnych z posiadaną wiedzą i systemem wartości, których celem jest maksymalizacja poziomu zaspokajania potrzeb, jednocześnie z uwzględnieniem np. sytuacji ekonomicznej oraz innych czynników zewnętrznych i wewnętrznych (np. posiadanych zasobów, umiejętności tworzenia planów, systematycznego gromadzenia informacji). Zachowanie racjonalne jest możliwe do wyjaśnienia za pomocą teorii pochodzących z różnych dziedzin nauki, m.in. ekonomii, psychologii czy fizjologii. Racjonalność dotyczy podejmowanych decyzji, a nie samych wyników. W związku z tym działania konsumentów mogą być racjonalne, ale nie zawsze będą skutkować uzyskaniem oczekiwanych rezultatów. Postępowanie nabywców powinno być świadomie zaplanowane i oszacowane, ukierunkowane na dany cel, logiczne i zgodne z ich preferencjami. Przeciwnieństwem działań opartych na racjonalności są działania nieracjonalne, czyli podejmowanie decyzji bez dokładnej analizy wszystkich możliwych wariantów, nierozważnie. W racjonalnych działaniach konsumentów istotna jest zdolność do zdefiniowania potrzeb oraz umiejętność ich klasyfikacji, od tych najbardziej wymaganych (pożądanych) do tych najmniej ważnych. Każdy konsument ma bowiem swoją indywidualną hierarchię potrzeb, która wyznacza mu kierunek postępowania i subiektywne cele, których osiągnięcie jest dla niego najistotniejsze.

Racjonalność postępowania konsumentów utożsamiana jest często z użytecznością, czyli z osiągnięciem maksymalnego poziomu satysfakcji wynikającej z zaspokojenia jak największej ilości potrzeb przy określonym dochodzie. Użyteczność w naukach ekonomicznych wyjaśnia powody wyborów podmiotów rynku, które skutkują określonym stopniem satysfakcji. Analiza użyteczności dotyczy zależności, jakie zachodzą pomiędzy różnymi wariantami produktów w koszyku wybranym przez konsumenta a poziomem osiąganym przez to użyteczności.

³¹ *Preferencje konsumenta*, w: *Encyklopedia zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/preferencje_konsumenta (dostęp: 10.10.2022).

Na poziom racjonalności zachowań nabywców mają wpływ m.in.:

- potrzeby,
- znalezienie przez konsumenta najlepszej opcji wśród wszystkich, które brał pod uwagę,
- zidentyfikowanie kluczowych faktów związanych z możliwościami wyboru,
- poziom i zakres posiadanych zasobów informacyjnych.

W makroekonomii racjonalność działania rozpatrywana jest w dwóch kategoriach: korzyści i kosztów. Zachowanie racjonalne będzie więc wyborem takich działań, które dadzą konsumentowi jak największe korzyści lub zredukują do minimum towarzyszące im koszty³²:

Racjonalność rzeczowa – odnosi się do poziomu wiedzy konsumenta. Określa relację pomiędzy jej wykorzystaniem przez konsumenta a skutecznością jego działań. Postępowanie konsumentów ograniczone jest brakiem znajomości niezbędnych informacji oraz wszystkich możliwych opcji zaspokojenia danej potrzeby.

Racjonalność metodologiczna – dotyczy świadomego sposobu postępowania konsumenta, który podejmuje decyzje i wybiera niezbędne środki zgodnie ze swoimi preferencjami i posiadaną wiedzą, nie zawsze znajdującą odzwierciedlenie w rzeczywistości.

Racjonalność faktyczna – dotyczy wyborów konsumentów, które są podejmowane w warunkach określonego dostępu do informacji w danym miejscu i czasie.

Działania konkurencji, zwłaszcza w zakresie zwiększania wartości klienta, powodują, że pod ich wpływem nawet lojalni nabywcy mogą rozważać zmianę dotychczasowego usługodawcy³³. Zachowania racjonalne w tym kontekście wiążą się z przyjęciem podstawowych założeń dotyczących preferencji konsumenta³⁴:

1. Konsument umie porównywać koszyk dóbr. Potrafi powiedzieć, czy kombinację (x_1, x_2) przedkłada nad (y_1, y_2) , albo czy zestaw (z_1, z_2) jest dla niego tak samo dobry jak (d_1, d_2) i czy jest mu obojętne, który wybierze.
2. Konsument porównuje pary zestawów dóbr w sposób wewnętrznie spójny. Jeśli wybiera koszyk (x_1, x_2) , mogąc dostać (y_1, y_2) , a spośród (y_1, y_2) i (z_1, z_2) woli (y_1, y_2) , to mając do dyspozycji (x_1, x_2) i (z_1, z_2) , wybierze (x_1, x_2) .

³² M. Księżyk, *Ekonomia współczesnej gospodarki...*, s. 71; B. Ślusarczyk, S. Ślusarczyk, *Podstawy mikro- i makroekonomii*, Politechnika Lubelska, Lublin 2011, s. 180–182.

³³ *Młodzi nabywcy...*, s. 33.

³⁴ G. Zawadzka, *Podstawy teorii zachowań konsumenta*, w: *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, red. S. Marciniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 237.

W tym kontekście można mówić o wewnętrznej spójności wyboru, czyli o racjonalności postępowania konsumenta i konsekwentnym przestrzeganiu zasad, według których porządkuje koszyki. W związku z przyjętym założeniem³⁵:

1. Żaden koszyk dóbr nie jest gorszy od samego siebie.
2. Konsument woli mieć więcej dóbr niż mniej. Jeśli konsument wybiera spośród dwóch koszyków (x, y) i (x', y) , gdzie $x' > x$, to bardziej pożądanym jest dla niego koszyk (x', y) , czyli $(x', y) > (x, y)$. Z tego założenia wynika, że konsument woli mieć więcej dóbr niż mniej.
3. Preferencje konsumenta są ciągłe (warunek techniczny).

Hal R. Varian³⁶ uważa, że niektóre założenia o preferencjach są tak fundamentalne, że można je traktować jako aksjomaty teorii konsumenta. Są to:

- zupełność – należy założyć, że dwa koszyki mogą być porównywalne,
- zwrotność – należy założyć, że każdy inny koszyk jest przynajmniej równie dobry,
- przechodniość – należy założyć, że jeżeli konsument uważa, że koszyk X jest przynajmniej tak samo dobry jak Y, a Y przynajmniej tak dobry jak Z, to sądzi on również, że X jest przynajmniej tak dobry jak Z.

Badania rynkowe w zakresie preferencji usługodawców i usługobiorców mogą być wykorzystywane również do projektowania optymalnej oferty przedsiębiorstwa.

1.3. Zachowania nabywców na rynku usług transportowych

Nabywcami (w odniesieniu do usług transportowych: konsumentami lub usługobiorcami – podróżnymi³⁷) usług transportowych są podmioty występujące po stronie popytowej na rynku usług transportowych. W takim rozumieniu odpowiadają one definicji konsumenta *sensu largo*, czyli w ujęciu szerszym, obejmującym zarówno osoby fizyczne, jak i przedsiębiorców.

³⁵ Ibidem.

³⁶ H.R. Varian, *Mikroekonomia. Kurs średni – ujęcie nowoczesne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 6.

³⁷ Na potrzeby niniejszego rozdziału przyjęto nierozgraniczanie tych pojęć, umownie traktując je zamiennie.

Zachowania konsumentów na rynku usług transportowych można zdefiniować jako każdą dającą się obserwować reakcję na bodźce z otoczenia lub ogół reakcji wobec nich. Są one skierowane na bezpośrednie zaspokajanie potrzeb konsumpcyjnych w zakresie usług transportowych, wynikające z podejmowanych decyzji nabywczych.

Źródłem tych decyzji są potrzeby transportowe. Transport, szczególnie pasażerski, ma na celu zaspokojenie potrzeb przewozowych związanych zarówno z aktywnością gospodarczą, jak i pozagospodarczą (społeczną) ludności³⁸. Źródła potrzeb transportowych można podzielić na wynikające z działalności gospodarczej oraz związane z organizacją życia społecznego. Potrzeby transportowe zgłaszane przez podmioty gospodarcze wynikają przede wszystkim z przestrzennego rozmieszczenia czynników wytwórczych, specjalizacji, kooperacji i koncentracji produkcji, uwarunkowań wymiany międzynarodowej oraz organizacji sieci dystrybucji towarów konsumpcyjnych³⁹. Potrzeby transportowe związane z organizacją życia społecznego są zdeterminowane przez rozmieszczenie: miejsc pracy, placówek oświatowych, punktów handlowych, miejsc rekreacji, instytucji kultury i nauki oraz jednostek administracji publicznej. Przemieszczenia ludzi mogą być związane także z utrzymaniem więzi międzyludzkich⁴⁰.

Konsekwencją tych potrzeb są czynniki wpływające na podejmowanie decyzji przez nabywców usług transportu pasażerskiego:

- kolejowego (przede wszystkim cena, dostępność, wygoda i przyzwyczajenie oraz brak konkurencyjnych środków transportu, głównie na dalekie odległości),
- samochodowego (elastyczność, cena, dostępność oraz brak konkurencyjnych środków transportu, głównie lokalnego),
- lotniczego (szybkość, wygoda oraz brak konkurencyjnych środków transportu na dalekie odległości).

Jednocześnie można zaobserwować czynniki wpływające na decyzje nabywców usług transportowych w przewozach pasażerskich (związane głównie ze wzrostem popytu na przewozy, szczególnie komunikacją indywidualną) na skutek:

³⁸ W. Drożdż, *Infrastruktura transportu przesyłowego jako element polityki bezpieczeństwa energetycznego Unii Europejskiej i Polski*, PTE, Szczecin 2013, s. 18.

³⁹ E. Mendiak, *Ekonomika transportu*, Wyższa Szkoła Logistyki, Poznań 2009, s. 99–100.

⁴⁰ B. Kos, G. Krawczyk, R. Tomanek, *Modelowanie mobilności w miastach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2018, s. 47.

- światowej integracji społecznej, kulturowej i zawodowej (McLuhanowska tendencja „świat – wspólna wioska”⁴¹),
- wzrostu stopy życiowej społeczeństwa i związanej z tym skłonności do podróżyowania,
- rozwoju turystyki,
- zmian kulturowych związanych ze sposobem spędzania czasu wolnego, wypoczynku,
- likwidacji ograniczeń w ruchu międzynarodowym,
- rozbudowy osiedli mieszkaniowych na obrzeżach dużych aglomeracji,
- rozwoju szkolnictwa i potrzeby uzyskania wykształcenia,
- rosnącej liczby podróży służbowych (do central firm, w celu utrzymywania kontaktów z klientami i kooperantami, w celu podnoszenia kwalifikacji przez pracowników).

Zachowania podróżnych są związane z czynnikami socjoekonomicznymi cechującymi daną populację, jak: wiek, wykształcenie, posiadanie samochodu, wielkość gospodarstwa domowego, dochody⁴². W przewozach osób podstawowymi czynnikami wpływającymi na popyt są: liczba ludności, rozmieszczenie i stopień koncentracji osadnictwa, poziom rozwoju gospodarczego regionu, siła nabywca społeczeństwa, czas przeznaczany na różne formy aktywności, koszty eksploatacji indywidualnych środków transportu w relacji do cen usług transportowych publicznych środków transportu, ranga poszczególnych preferencji składających się na jakość oferty usługowej⁴³.

Proces zakupu usługi transportowej wiąże się zarówno z rodzajem usługi, jak i typem konsumenta. W przypadku usług, których głównym konsumentem jest klient instytucjonalny (i reprezentujący go przedsiębiorca), który nabywa określony pakiet usług, proces zakupu trwa dłużej. Najwięcej czasu i działań nabywcy ukierunkowują na sam zakup (w tym głównie negocjacje cenowe).

⁴¹ M. McLuhan prezentuje idee globalizacji, określając świat jako globalną wioskę. Globalizacja oznacza, że świat lub gospodarka ma charakter niepodzielny, neutralny, zintegrowany w znaczeniu ogólnosiwiatowym. Zob. M. McLuhan, *Understanding media – the technological extension of man*, McGraw-Hill, New York 1964.

⁴² A. De Witte, J. Hollevoet, F. Dobruskes, M. Hubert, C. Macharis, *Linking modal choice to mobility: a comprehensive review*, „Transportation Research” 2013, Part A 49, s. 329–341.

⁴³ B. Bartosiewicz, I. Pielesiak, *Spatial patterns of travel behaviour in Poland*, „Travel Behaviour and Society” 2019, 15, s. 113–122.

W przypadku indywidualnych nabywców usług przewozu osób czas podejmowania decyzji zależy od rodzaju przewozu. W przewozach powtarzalnych, jak dojazdy do pracy czy przejazdu komunikacją miejską, trwa najwyżej kilka minut, natomiast np. w przewozach turystycznych – nawet kilka dni.

Można wskazać grupy czynników wpływających na zachowania konsumentów usług transportowych, jak:

- bodźce niemarketingowe i marketingowe,
- czynniki charakteryzujące kupującego,
- czynniki wpływające na decyzję kupującego (omówione w podrozdziale 2.1).

Tempo i charakter zmian społecznych, ekonomicznych, technologicznych oraz prawnych wpływają na różnicowanie się potrzeb transportowych. Najważniejszym i pierwotnym źródłem potrzeb przewozowych jest wcześniej wspomniane przestrzenne zróżnicowanie rozmieszczenia elementów niezbędnych do działalności ludzkiej (bogactw naturalnych i sił wytwórczych). W pozagospodarczej sferze życia społecznego natomiast można wyróżnić – nieco inaczej ujęte niż te wymienione wcześniej – następujące źródła potrzeb transportowych: przestrzenne rozmieszczenie dóbr kulturalnych, oświatowych i naukowych, standard życia ludności, zagospodarowanie czasu wolnego, ochrona zdrowia, potrzeby utrzymania więzi społecznej, działalność administracji państwowej, obronność kraju i bezpieczeństwo publiczne.

Do najważniejszych bodźców niemarketingowych wpływających na popyt w przewozach osób należą:

- liczba ludności, rozmieszczenie i stopień koncentracji osadnictwa,
- siła nabywcza społeczeństwa,
- czas przeznaczany na różne formy aktywności,
- koszty eksploatacji indywidualnych środków transportu w relacji do cen usług transportowych publicznych środków transportu,
- ranga poszczególnych postulatów składających się na jakość oferty usługowej.

Do bodźców marketingowych natomiast można zaliczyć:

- klasyczne 7P (produkt, cenę, promocję, dystrybucję, personel, świadectwo materialne, proces świadczenia usługi),
- czynniki charakteryzujące nabywcę⁴⁴: kulturowe (kultura, środowisko, klasa społeczna), społeczne (rodzina, grupa odniesienia, rola i status), ekonomiczne

⁴⁴ G. Rosa, J. Perenc, I. Ostrowska, *Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016, s. 132–146.

(dochody), psychologiczne (motywy, potrzeby i pragnienia, postawy i preferencje, osobowość, doświadczenie, postrzegane ryzyko), osobiste i demograficzne (wiek, płeć, etap życia, styl życia, wykształcenie, wykonywany zawód i zajmowane stanowisko).

1.4. Preferencje nabywców w kolejowym transporcie pasażerskim

Rozwój pasażerskich przewozów kolejowych w Polsce związany jest z analizą zachowań nabywców tych usług, która prowadzi do uzyskania odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób nabywcy usług podejmują decyzje, jakie czynniki wpływają na te decyzje, jakie są ich potrzeby i preferencje⁴⁵.

Potrzeby transportowe ludności związane z organizacją życia społecznego są zdeterminowane przez rozmieszczenie: miejsc pracy, placówek oświatowych, punktów handlowych, miejsc rekreacji, instytucji kultury i nauki oraz jednostek administracji publicznej. Przemieszczenia ludzi mogą być związane także z utrzymaniem więzi międzyludzkich⁴⁶.

Preferencje usługobiorców w pasażerskim transporcie kolejowym można zdefiniować jako dążenie do zaspokojenia potrzeb transportowych, odpowiadających ich oczekiwaniom i będących odzwierciedleniem ich upodobań oraz osobowości⁴⁷. Preferencje w procesie zakupu przekładają się zazwyczaj na zachowania konsumentów na rynku, co może mieć również zastosowanie przy dokonywaniu wyboru usług transportowych. Ze względu na dostępność usług i informacji online „cyfrowy podróznik” ma ciągle rosnące wymagania i oczekuje spersonalizowanej obsługi⁴⁸.

Na skutek ewolucji rynku usług transportowych i wzrostu konkurencji nastąpiły istotne zmiany w oczekiwaniach klientów, które sprawiły, że obok tych tradycyjnych oczekiwań pojawiły się nowe preferencje. Zmniejsza się znaczenie

⁴⁵ G. Rosa, *Nowoczesny marketing kolejowych przewozów pasażerskich*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2020, s. 92.

⁴⁶ B. Kos, G. Krawczyk, R. Tomanek, *Modelowanie mobilności...*, s. 47.

⁴⁷ G. Rosa, *Nowoczesny marketing...*, s. 107.

⁴⁸ L. Nyurenberger, N. Luchina, I. Sewruikov, G. Tikhomirova, „2GO” *Format Innovative Technologies in Tourism: Augmented Reality E of Travelling*, w: *42nd International Scientific Conference on Economic and Social Development*, red. G. Dukic, J. Clifford, D. Atkinson, London 2019, s. 318–320.

standardowych usług, rośnie natomiast rola wiedzy, umiejętności współpracy, przedsiębiorczości i innowacji. Współcześni autorzy dostrzegają zmiany w zachowaniach nabywców pasażerskich usług transportowych oraz nowe kierunki kształtowania ich preferencji⁴⁹. Ważne jest stałe śledzenie tych zmian i elastyczne dostosowywanie się do nich. Preferencje pasażerów transportu kolejowego wynikają z konieczności zaspokojenia potrzeb transportowych, które odzwierciedlają ich oczekiwania i osobowość. Klienci są coraz bardziej wymagający w zakresie np. partnerskiego podejścia przyjętego przez przewoźnika, jakości oferowanych usług⁵⁰, bezpieczeństwa, dostarczania aktualnych informacji⁵¹, obsługi klienta⁵², często nawet kompleksowej obsługi logistycznej w skali krajowej i międzynarodowej⁵³. Oceniają, która z ofert zapewni ich zdaniem – bez względu na motywy – największą postrzeganą przez nich wartość, i na nią się decydują. To, czy oferta spełnia ich oczekiwania, wpływa na satysfakcję klienta i prawdopodobieństwo, że ponownie zakupi produkt⁵⁴.

Prawidłowe rozpoznanie preferencji kształtujących nabywcze zachowania konsumentów ma często decydujący wpływ na pozycję rynkową przedsiębiorstw. Wynika to z faktu, że konsument pozostaje pod wpływem wielu czynników o charakterze subiektywnym, które są trudne do sprecyzowania, gdyż odnoszą się do odczuć i doświadczeń, które nabywa w ciągu swojego życia. Odczucia tego typu określa się

⁴⁹ G. Rosa, *Passenger preferences in rail transport*, „European Journal of Service Management” 2018, 4(28/1), s. 273–280; B. Kos, G. Krawczyk, R. Tomanek, *Modelowanie mobilności...*, s. 46; *Koleje pasażerskie w województwach – dynamika zmian*, Urząd Transportu Kolejowego, Warszawa 2017.

⁵⁰ B. Kos, G. Krawczyk, R. Tomanek, *Inkluzywna mobilność w metropoliach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2020, s. 97.

⁵¹ B. Guszczak, *Rozwój transportu kolejowego w Polsce na przestrzeni ostatnich lat*, „Logistyka” 2014, 3, s. 2294–2303.

⁵² M. Antonowicz, K. Bogucka, *Coworking – nowy produkt dla pasażera kolei*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 2(46), s. 7–18.

⁵³ K. Krawiec, J. Ćwiek, *Analiza trendów w kolejowych przewozach pasażerskich*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 53–62; A. Massel, *Kolejowe przewozy regionalne i aglomeracyjne – ewolucja oferty przewozowej w latach 1990–2017 i jej uwarunkowania infrastrukturalne oraz taborowe*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 75–86; A. Mężyk, *Regionalizacja kolejowych przewozów pasażerskich. Założenia i realizacja*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 87–95; K. Szałucki, *Spór o system finansowania rozwoju kolei aglomeracyjnej województwa pomorskiego*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 119–126; M. Antonowicz, K. Bogucka, *Coworking...*

⁵⁴ P. Kotler, K. Keller, K. Lane, *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012, s. 136–137; B. Abramovic, D. Sipus, *Quality assessment of regional railway passenger transport*, w: *Sustainable rail transport*, red. M. Marinov, J. Piip, Springer, Cham 2019, s. 83–96.

jako wewnętrzne preferencje, które odzwierciedlają upodobania konsumenta. Badania nad preferencjami konsumentów mogą być prowadzone na podstawie obserwacji historycznych, a także danych opisujących intencje konsumentów, zawartych w metodach analizy preferencji wyrażonych. Odnoszą się one do zachowań rynkowych deklarowanych przez konsumentów. Przy takim założeniu podstawowe źródło informacji ma postać danych zbieranych za pomocą badań pośrednich i bezpośrednich, rejestrujących w ten sposób preferencje nabywcze konsumentów⁵⁵.

Z przeglądu literatury i dostępnych badań wynika, że konsumenci podejmują decyzję o wyborze środka transportu w warunkach niepewności. Zmienne, które są nabywcy znane w momencie podejmowania decyzji, to zwykle koszty podróży, godzina odjazdu i możliwy czas przejazdu. Istnieją opracowania na temat podejmowania decyzji o wyborze środka transportu, które pozwalają przewidzieć, jakie ryzyko są skłonni podjąć konsumenci mający do wyboru różne środki transportu⁵⁶. Autorzy podkreślają, że na decyzję konsumenta wpływ mają rutynowe, zwyczajowe zachowania komunikacyjne konsumenta, bazujące na jego doświadczeniu. Ukształtowane na tej podstawie preferencje są najczęściej ukierunkowane na czas, cenę (koszty podróży), komfort oraz ich elementy składowe.

⁵⁵ I. Ostrowska, G. Rosa, A. Tomaszewicz, *Customer preferences in passenger railway transport*, w: *Economic and Social Development 44th International Scientific Conference*, red. M. Nardrljanski, J. Grzinic, K.K. Kowalczyk, Split 2019, s. 35–42.

⁵⁶ S. Rasouli, H. Timmermans, *Applications of theories and models of choice and decision-making under conditions of uncertainty in travel behavior research*, „Travel Behaviour and Society” 2014, 1(3), s. 79–90.

ROZDZIAŁ 2

Pandemia COVID-19

2.1. Geneza i rozwój pandemii COVID-19

Koronawirus ciężkiego zespołu ostrej niewydolności oddechowej SARS-CoV-2, wywołujący chorobę COVID-19 (ang. *coronavirus disease 2019*), zmienił oblicze współczesnego świata we wszystkich obszarach działalności. Zgodnie z informacją podaną przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) pierwszy przypadek infekcji wirusem SARS-CoV-2 zanotowano 8 grudnia, natomiast w specjalistycznym czasopiśmie medycznym „The Lancet” jako najwcześniejszą udokumentowaną datę infekcji nowym koronawirusem podano 1 grudnia¹. Na początku uważano, że wirus pojawił się w połowie grudnia 2019 roku wśród mieszkańców związanych z Huanan Seafood Wholesale Market, czyli targiem zwierząt i owoców morza w Wuhanie w prowincji Hubei, w środkowych Chinach². Jednakże szczegółowe badania wykazały, że targ był tylko miejscem, gdzie na skutek sprzyjających warunków rozwinął się i ujawnił w skali masowej. W ujęciu przestrzennym za miejsce początku rozwoju koronawirusa uważa się Chiny. Bardzo szybko jednak, bo już w kolejnych dniach, pojawiły się przypadki zakażeń w innych krajach, jak: Korea Południowa, Japonia, Tajwan i Tajlandia. Wirus stwierdzono u osób, które podróżowały do lub z chińskiego miasta Wuhan. W styczniu 2020 roku WHO ogłosiła stan zagrożenia zdrowia publicznego. Nadała również patogenowi nazwę SARS-CoV-2, a chorobie, którą wywołuje – COVID-19. Rozprzestrzenianie się koronawirusa sięgało coraz szerzej – w końcu stycznia 2020 roku odnotowano pierwszy przypadek w USA

¹ Chiny: Najwcześniejszy zanotowany przypadek COVID-19 pochodzi z 17 listopada 2019, <https://www.rp.pl/Koronawirus-2019-nCoV/200319608-Chiny-Najwcześniejszy-zanotowany-przypadek-COVID-19-pochodzi-z-17-listopada-2019.html> (dostęp: 10.09.2022).

² A. Martofel, *Analiza rządowych i międzynarodowych działań wobec pandemii SARS-CoV-2*, „Almanach” 2020, 15(2), <https://urpl.gov.pl/sites/default/files/files/Analiza%20rz%C4%85dowych%20i%20mi%C4%99dzynarodowych%20dzia%C5%82a%C5%84%20wobec%20pandemii%20SARS-CoV-2.pdf> (dostęp: 6.10.2022).

w stanie Waszyngton oraz w Kanadzie. Pierwszy przypadek koronawirusa w Unii Europejskiej odnotowany został 24 stycznia 2020 roku we Francji. Kolejne przypadki stwierdzono we Włoszech, Niemczech i Wielkiej Brytanii. Wkrótce potem 30 stycznia 2020 roku WHO ogłosiło stan światowego zagrożenia epidemią.

Do końca 2020 roku koronawirus rozprzestrzenił się na cały świat, opanowując wszystkie kontynenty – 223 państwa i terytoria³. W grudniu 2020 roku wykryto pierwszy przypadek zakażenia koronawirusem SARS-CoV-2 na Antarktydzie w chilijskiej stacji badawczej generała Bernardo O'Higgins Riquelme⁴. W końcu 2020 roku zgodnie z informacjami opublikowanymi przez Centrum Nauki o Systemach i Inżynierii Uniwersytetu Johnsa Hopkinsa (ang. Center for Systems Science and Engineering, JHU CSSE) na świecie odnotowano blisko 28 mln przypadków, w tym ponad 900 tys. zgonów. Wśród ofiar śmiertelnych ponad 190 tys. odnotowano w Stanach Zjednoczonych, blisko 129 tys. w Brazylii i ponad 75 tys. w Indiach⁵. Analiza działań podjętych przez państwa na całym świecie w odpowiedzi na rozwijającą się pandemię COVID-19 wskazuje na wysoki poziom różnorodności w zakresie, charakterze i poziomie restrykcji. Z podawanych do publicznej wiadomości informacji o działaniach rządów w kontekście przeciwdziałania pandemii wynika, że w zdecydowanej większości z nich wprowadzono intensywne działania o wysokim poziomie restrykcji. Zgodnie z danymi publikowanymi przez Polski Instytut Spraw Międzynarodowych miało to miejsce w około 75% spośród 44 państw świata poddanych analizie. W grupie tej odnotowano wyhamowanie bądź spadek liczby nowych przypadków. Pozytywne skutki restrykcji zauważono w 25 państwach, w przypadku kolejnych 17 krajów odnotowano wzrost liczby zakażeń o różnym tempie rozwoju, natomiast w przypadku Szwecji (w której odnotowano jeden z najniższych poziomów restrykcji na świecie) oraz Wielkiej Brytanii (w której odnotowano wysoki poziom restrykcji) tempo wzrostu utrzymało się na dotychczasowym poziomie⁶.

³ COVID – Coronavirus Statistics, <https://www.worldometers.info/coronavirus> (dostęp: 10.09.2022).

⁴ Koronawirus dotarł na Antarktydę, <https://www.rp.pl/Koronawirus-SARS-CoV-2/201229870-Koronawirus-dotarl-na-Antarktyde.html> (dostęp: 10.09.2022), za: B. Kos, G. Krawczyk, A. Merzik, R. Tomanek, *Mobilność miejska w czasie pandemii COVID-19*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2021, s. 22–24.

⁵ COVID-19 Dashboard, <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> (dostęp: 10.09.2020).

⁶ A. Martofel, *Analiza rządowych i międzynarodowych działań...*

Rozwój sytuacji kryzysowej związanej z rozprzestrzenianiem się koronawirusa w Chinach, Japonii i Korei nie był początkowo uznawany przez instytucje unijne za zagrożenie dla UE. Sytuację uważano za opanowaną aż do marca 2020 roku, kiedy to pod wpływem rosnącej liczby przypadków zakażeń organy Unii Europejskiej zaapelowały do państw członkowskich o podjęcie wspólnych działań. Jednak bez względu na stosunkowo późną reakcję unijne działania miały charakter holistyczny i wielowektorowy. Miały na celu zarówno ograniczanie rozprzestrzeniania się pandemii, jak i wsparcie materialne dla sektora opieki zdrowotnej oraz finansowe dla państw najbardziej dotkniętych skutkami pandemii.

Działania Unii Europejskiej polegały na:

- podjęciu decyzji o zamknięciu granic zewnętrznych przy jednoczesnym utrzymaniu transportu niezbędnych towarów za sprawą wprowadzonych tzw. zielonych pasów ruchu (ang. *green lanes*),
- udzieleniu wsparcia dla Europejskiego Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób, działającego w obrębie ocen ryzyka i aktualizacji zagrożenia epidemiologicznego,
- udostępnieniu zapasów środków medycznych (RescEU) w ramach Mechanizmu Ochrony Ludności,
- uruchomieniu pomocy dla personelu medycznego oraz na zakup testów w wymiarze ponad 3 mld euro, mając na uwadze konieczność zintensyfikowania testów osób objętych kwarantanną,
- poparciu przez Parlament Europejski nowych przepisów zezwalających państwom unijnym na korzystanie z pomocy w ramach Funduszu Solidarności UE, rozszerzonego do 800 mln euro,
- wsparciu badań, których celem było znalezienie skutecznej terapii oraz wynealezienie szczepionki przeciw COVID-19,
- uruchomieniu programu badawczego „Horyzont 2020”, z którego finansowanych jest 18 projektów badawczych, w ramach których pracuje ponad 150 zespołów eksperckich,
- prowadzeniu przez instytucje unijne, podobnie jak przez WHO, kampanii wymierzonej w dezinformację wokół problemu SARS-CoV-2 i COVID-19; Parlament Europejski wezwał do stworzenia jednego, spójnego źródła informacji w celu ograniczenia niebezpiecznego dla zdrowia publicznego procederu dezinformowania o COVID-19,

- uruchomieniu przez Komisję Europejską strony internetowej poświęconej zwalczaniu fałszywych informacji na temat SARS-CoV-2 i COVID-19.

Do lipca 2022 roku podano na całym świecie ponad 12 mld dawek szczepionek przeciw COVID-19, w tym ponad 2 mld dawek przypominających. Dwie trzecie światowej populacji otrzymało co najmniej jedną dawkę szczepionki, a obecnie każdego dnia podaje się ich 5,54 mln. W krajach o niskich dochodach tylko jedna czwarta osób otrzymała przynajmniej jedną dawkę⁷.

Kolejna fala pandemii COVID-19 (określana jako siódma) pojawiła się w wielu krajach Unii Europejskiej w czerwcu 2022 roku, m.in. we Francji i Niemczech. Po kilku miesiącach spadków według WHO w lipcu 2022 roku liczba nowych infekcji na całym świecie wzrosła. W Polsce obserwowano mniej więcej 60-procentowe wzrosty zakażeń koronawirusem⁸.

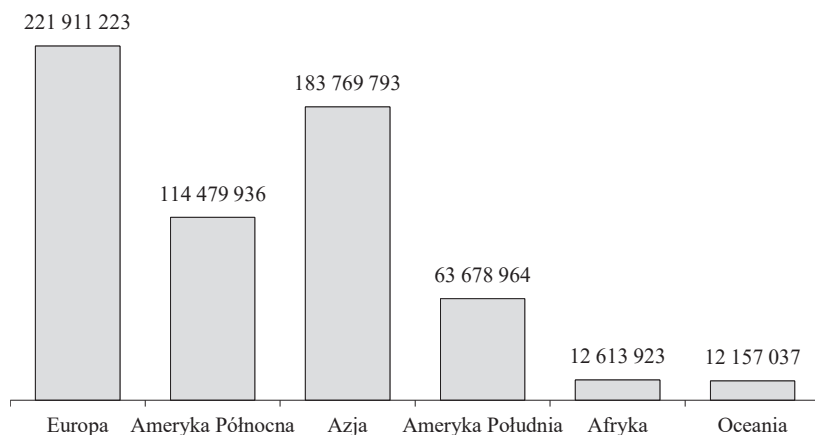
Wariant omikron koronawirusa był i jest nadal dominujący na całym świecie, stanowiąc 92% sekwencji zgłoszonych do gromadzącej globalne dane o genomie koronawirusa bazy GISAID w czerwcu 2022 roku. Rośnie udział dwóch bardzo zakaźnych subwariantów BA.5 i BA.4 – ten pierwszy wykryto w 83 krajach i stanowił 52% wszystkich sekwencji w GISAID w ostatnim tygodniu czerwca. Z kolei BA.4 został wykryty w 73 krajach i obecnie stanowi 12% sekwencji. Najwięcej infekcji w przeliczeniu na 1 mln mieszkańców odnotowano w ciągu kolejnych siedmiu dni w czerwcu 2022 roku we Francji (13,2 tys.), na Cyprze (12,1 tys.), w Grecji (11,2 tys.) oraz we Włoszech (10,5 tys.), ale w światowej czołówce pod tym względem znajdują się również Malta (8 tys.), Niemcy (7,5 tys.) i Portugalia (6,2 tys.), a nieco dalej w zestawieniu Wielka Brytania (2,8 tys.), Holandia (2,3 tys.), Dania (2,4 tys.) i Finlandia (2,3 tys.) – według zestawienia Our World in Data. Średnia dla całej Unii Europejskiej wynosiła w tygodniu 6,2 tys. infekcji w przeliczeniu na 1 mln mieszkańców⁹. Kolejne miesiące charakteryzowały się stopniowym spadkiem przyrostów zachorowań.

Na rysunku 2.1 przedstawiono przypadki koronawirusa na poszczególnych kontynentach w końcu 2022 roku. Największe liczby potwierdzonych przypadków koronawirusa miały miejsce w Europie i Azji.

⁷ M. Stelmach, *Kolejna fala w pandemii w Europie, na całym świecie wzrasta liczba infekcji*, <https://www.termedia.pl/koronawirus/Kolejna-fala-w-pandemii-w-Europie-na-calym-swiecie-wzrasta-liczba-infekcji,47801.html> (dostęp: 10.09.2022).

⁸ Ibidem.

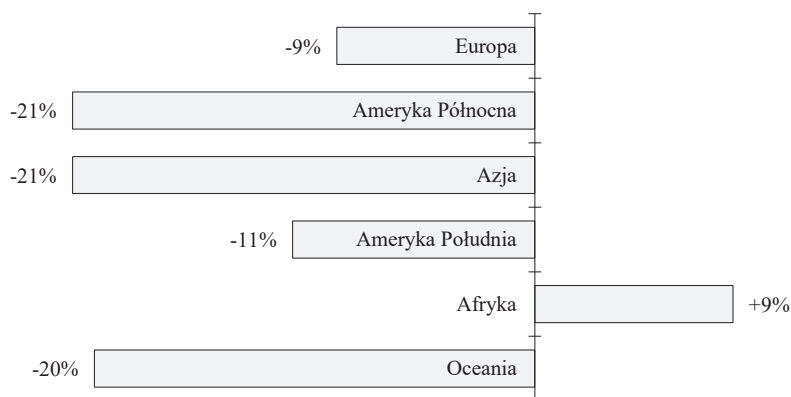
⁹ Ibidem.



Rysunek 2.1. Potwierdzone przypadki koronawirusa na poszczególnych kontynentach (stan na dzień 1 września 2022 r.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *COVID – Coronavirus Statistics*, https://www.worldometers.info/coronavirus/#main_table (dostęp: 2.09.2022).

Tygodniową dynamikę zmian potwierdzonych przypadków koronawirusa na poszczególnych kontynentach przedstawiono na rysunku 2.2.



Rysunek 2.2. Tygodniowa dynamika zmian potwierdzonych przypadków koronawirusa na poszczególnych kontynentach

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *COVID – Coronavirus Statistics*, https://www.worldometers.info/coronavirus/weekly-trends/#weekly_table (dostęp: 2.09.2022).

Pomimo spadającej dynamiki zmian liczby potwierdzonych przypadków koronawirusa w Europie Komisja Europejska spodziewała się kolejnej fali pandemii COVID-19 jesienią i zimą 2022 roku. Zostały podjęte działania w kierunku rozpoczęcia kolejnych szczepień w krajach UE¹⁰. O ile w Unii Europejskiej rozwój pandemii wydaje się opanowany, o tyle w połowie listopada 2022 roku pojawiły się niepokojące informacje o kolejnej fali pandemii, z którą zmagają się Chiny. Kraj ten po raz kolejny zareagował bardzo stanowczo i restrykcyjnie – utworzono specjalne obozy dla osób zakażonych, wprowadzono ograniczenia w poruszaniu się po miastach. W miejscach publicznych są wprowadzane środki profilaktyczne mające zapobiegać rozprzestrzenianiu się wirusa – wykonywane są tysiące testów, dezynfekcje, wymagane maseczki itp.

2.2. Sposoby przeciwdziałania pandemii COVID-19 w Polsce

Temat koronawirusa dominował w przekazach prasowych w Polsce od połowy lutego 2020 roku. Traktowany był jako coś odległego i wręcz nierealnego. Dopiero gdy 4 marca 2020 roku wykryto pierwszy przypadek koronawirusa u pacjenta w Polsce, zaczęto traktować go z należytą uwagą i wprowadzać ograniczenia, które miały zapobiec lub spowolnić rozwój wirusa. Pierwsze ograniczenia wprowadzono na początku marca 2020 roku. Należały do nich¹¹:

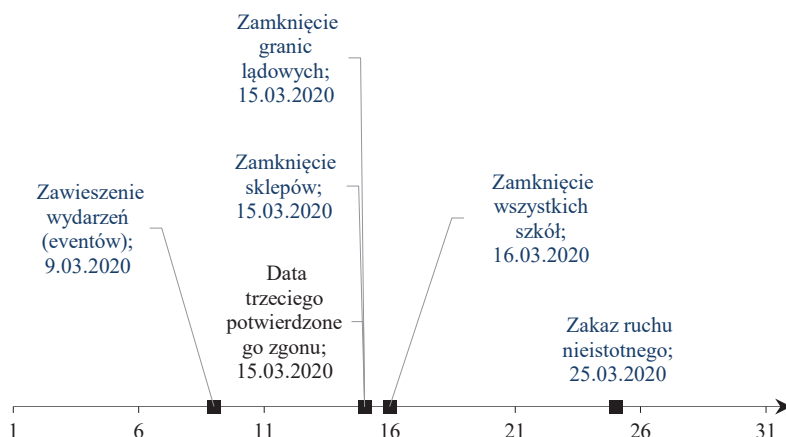
- zakaz organizowania imprez masowych (10 marca),
- zawieszanie działalności instytucji kultury (12 marca) takich jak biblioteki, teatry, opery, filharmonie, muzea, kina, a także uczelni artystycznych (20 marca),
- zawieszanie zajęć na uczelniach (12 marca), w efekcie trwające cały rok akademicki 2020/2021,

¹⁰ *Nadchodzi kolejna fala pandemii koronawirusa. Konieczne podjęcie działań*, <https://www.portalsamorzadowy.pl/ochrona-zdrowia/nadchodzi-kolejna-fala-pandemii-koronawirusa-konieczne-podjecie-dzialan,401664.html> (dostęp: 10.09.2022).

¹¹ T. Naklicka, *Koronawirus COVID-19 w Polsce – luzowanie obostrzeń na wakacje 2021*, <https://www.medonet.pl/koronawirus-pytania-i-odpowiedzi/sars-cov-2,koronawirus---aktualne-obostrzenia-w-polsce--aktualizacja,artykul,98382723.html> (dostęp: 16.08.2022); K. Jasińska, *Kalendarium pandemii koronawirusa*, https://www.rmfm24.pl/raporty/raport-koronawirus-z-chin/najnowsze-fakty/news-kalendarium-pandemii-koronawirusa,nId,4883378#crp_state=1 (dostęp: 20.08.2022).

- zawieszanie zajęć dydaktyczno-wychowawczych w żłobkach, przedszkolach, szkołach i placówkach szkolno-oświatowych publicznych i niepublicznych (12 marca),
- zawieszenie działalności galerii handlowych (14 marca), w których otwarte pozostały tylko sklepy spożywcze, apteki, drogerie czy pralnie, natomiast zamknięte zostały sklepy z wyrobami tekstylnymi, odzieżowymi, obuwiem i wyrobami skórzanymi, meblami i sprzętem oświetleniowym, sprzętem radiowo-telewizyjnym i ze sprzętem gospodarstwa domowego, artykułami piśmienniczymi i księgarskimi oraz znajdujące się na ich terenach markety budowlane, wszystkie punkty prowadzące działalność rozrywkową i gastronomiczną,
- zawieszenie działalności gastronomicznej i punktów o charakterze rozrywkowym (14 marca): restauracje, bary, kawiarnie mogły prowadzić swoje usługi tylko w formie „na wynos” bądź „na dowóz”,
- ograniczenie swobodnego przemieszczania się poza celami bytowymi, zdrowotnymi, zawodowymi (24 marca), obowiązujące do 11 kwietnia 2020 roku; nie dotyczyło ono załatwiania spraw niezbędnych do życia codziennego (zrobienie niezbędnych zakupów, wykupienie lekarstw, udanie się do lekarza, opiekowanie się bliskimi, wyprowadzenie psa), dojazdu do pracy (pracownicy, osoby prowadzące własną firmę czy gospodarstwo rolne mieli prawo dojechać do swojego miejsca pracy, udać się po zakup towarów i usług związanych ze swoją zawodową działalnością), wolontariatu (osoba działająca na rzecz walki z koronawirusem i pomagająca potrzebującym przebywającym na kwarantannie lub osobom, które nie powinny wychodzić z domu, mogła się przemieszczać w ramach tej działalności),
- ograniczenie liczby osób przemieszczających się wspólnie (jedynie w grupie do 2 osób – obostrzenie to nie dotyczyło rodzin),
- ograniczenie obrzędów liturgicznych do 5 osób (24 marca),
- ograniczenie liczby pasażerów w transporcie zbiorowym (24 marca) – w autobusie, tramwaju lub metrze tylko połowa miejsc siedzących mogła być zajęta,
- wprowadzenie zakazu wszelkich zgromadzeń, spotkań, imprez czy zebrań (24 marca), ograniczenia dotyczące liczby osób nie obejmowały zakładów pracy, w których należało stosować szczególnie ostre zalecenia Głównego Inspektoratu Sanitarnego (GIS), m.in. w zakresie zachowania odległości pracowników oraz środków dezynfekcji.

Na rysunku 2.3 przedstawiono terminy wprowadzenia wybranych kolejnych ograniczeń na początku pandemii w Polsce.



Rysunek 2.3. Data trzeciego potwierdzonego zgonu spowodowanego przez COVID-19 w Polsce oraz wdrożenie ograniczeń

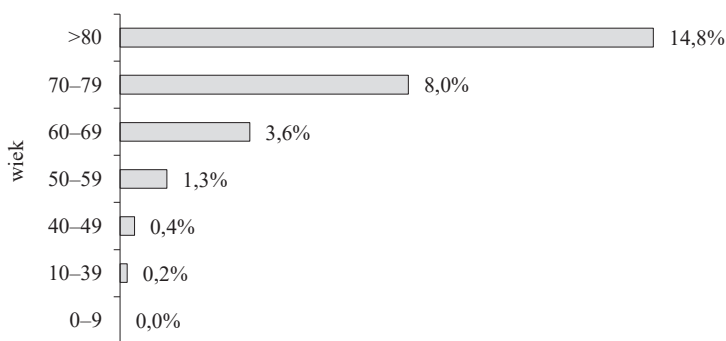
Źródło: C. Hirsch, *Europe's coronavirus lockdown measures compared*, <https://www.politico.eu/article/europes-coronavirus-lockdown-measures-compared> (dostęp: 16.08.2022).

Kolejne ograniczenia wprowadzono 31 marca 2020 roku. Zaczęły obowiązywać od 1 kwietnia 2020 roku¹². Obejmowały one:

- patrolowanie ulic przez żołnierzy wspólnie z policjantami,
- nakaz zasłaniania ust i nosa maseczką od 16 kwietnia 2020 roku we wszystkich miejscach użytku publicznego (na ulicy, w sklepie, podczas spaceru),
- zachowanie co najmniej 2 metrów odstępu od innych osób,
- brak możliwości wyjścia z domu dla osób do 18. roku życia – tylko pod opieką dorosłego opiekuna,
- zamknięcie parków, bulwarów i plaż,
- zakaz wstępu do lasu; wprowadzono zakaz korzystania z rowerów miejskich obowiązujący od 3 kwietnia,
- zawieszenie działalności salonów fryzjerskich, kosmetycznych i tatuażu i piercingu,

¹² Opracowano na podstawie: T. Naklicka, *Koronawirus COVID-19 w Polsce...*; B. Kos, G. Krawczyk, A. Mercik, R. Tomanek, *Mobilność miejska...*

- ograniczenie liczby klientów w sklepach (3 osoby przypadają na jedną kasę), na targach (3 klientów na jedno stoisko handlowe) oraz poczcie (2 osoby na 1 okienko pocztowe),
- ograniczenie funkcjonowania sklepów budowlanych (w weekendy wielkopowierzchniowe sklepy budowlane zostały zamknięte),
- obowiązek zakładania rękawiczek jednorazowych przed wejściem do sklepu,
- zamknięcie hoteli i innych miejsc noclegowych (działające na zasadzie wynajmu krótkoterminowego); wyjątek stanowiły obiekty, w których przebywały osoby w kwarantannie lub izolacji, a także gdy przebywał w nich personel medyczny, osoby, które nocowały w hotelach w związku z wykonywaniem czynności zawodowych (np. pracownicy budowlani), zadań służbowych, pozarolniczej działalności gospodarczej, lub prowadzenia działalności rolniczej – te pozostały otwarte,
- zawieszenie wykonywania zabiegów rehabilitacyjnych i masaży – zarówno w placówkach publicznych, jak i prywatnych (wyjątkiem były sytuacje, w których rehabilitacja była bezwzględnie wymagana stanem zdrowia pacjenta),
- wprowadzenie tzw. godzin dla seniora w punktach sprzedaży – między 10.00 a 12.00 w sklepach i drogeriach mogły przebywać jedynie osoby starsze powyżej 65. roku życia w związku ze wskaźnikiem śmiertelności w wyniku COVID-19 wzrastającym proporcjonalnie do wieku.



Rysunek 2.4. Wskaźnik śmiertelności w wyniku COVID-19 w Polsce w czerwcu 2021 roku w zależności od wieku

Źródło: T. Naklicka, *Koronawirus COVID-19 w Polsce – luzowanie obostrzeń na wakacje 2021*, <https://www.medonet.pl/koronawirus-pytania-i-odpowiedzi/sars-cov-2,koronawirus---aktualne-obostrzenia-w-polsce--aktualizacja-,artykul,98382723.html> (dostęp: 16.08.2022).

Wprowadzone ograniczenia podyktowane były różnego rodzaju analizami, z których wynikało, że najbardziej narażeni na skutki oddziaływania koronawirusa są seniorzy, co przedstawiono na rysunku 2.4.

Od 20 kwietnia 2020 roku pomimo dalszego wzrostu liczby osób zarażonych koronawirusem polski rząd zdecydował o ograniczeniu części wprowadzonych obostrzeń ze względu na pogarszającą się sytuację ekonomiczną państwa. Zdejmowanie obostrzeń miało odbywać się etapowo¹³:

- etap I od 20 kwietnia 2020 roku – nowe zasady w handlu i usługach: w sklepach do 100 m² – 4 osoby na jedną kasę, w sklepach powyżej 100 m² – 1 osoba na 15 m², w miejscach kultu religijnego – 1 osoba na 15 m², zniesiono zakaz wstępu do parku oraz lasu, osoby powyżej 13. roku życia mogły poruszać się bez opiekunów,
- etap II od 4 maja 2020 roku – otwarto centra handlowe i sklepy wielkopowierzchniowe z limitem osób (1 osoba na 15 m² powierzchni handlowej, nie dotyczyło to korytarzy) i bez spożywania posiłków ze ścisłym reżimem sanitarnym, nieczynne pozostały w galeriach handlowych jednak kina, strefy aktywności fizycznej, np. siłownie, place zabaw, parki trampolin, a także strefy gier i wyspy handlowe; otworzono hotele i inne miejsca noclegowe z zachowaniem szczególnych zasad bezpieczeństwa, uchylono dotychczasowy zakaz handlu w weekendy dla wielkopowierzchniowych sklepów budowlanych, działalność wznowiły gabinety fizjoterapii, od 6 maja ponownie otwarto żłobki, przedszkola, oddziały przedszkolne w szkołach i inne formy wychowania przedszkolnego, instytucje kultury (biblioteki, archiwa, muzea i galerie sztuki) otwierane były stopniowo i w różnym czasie, decyzja o ich otwarciu zależała do organu prowadzącego po konsultacji z powiatowym sanepidem,
- etap III od 18 maja 2020 roku – otwarto salony kosmetyczne i fryzjerskie oraz restauracje, kawiarnie, bary i ogródki z zachowaniem zasad ścisłego reżimu sanitarnego, umożliwiono prowadzenie zajęć praktycznych w szkołach policealnych, otwarto placówki i instytucje z bazą noclegową i działalnością opiekuńczo-edukacyjną jak np. schroniska młodzieżowe, ośrodki sportowe czy świetlice środowiskowe; od 17 maja dzieci poniżej 13. roku życia mogły znowu wychodzić z domu bez opieki dorosłego opiekuna, ponadto 17 maja podczas mszy lub innego obrzędu na 1 uczestnika mogło przypadać 10 m², od 18 maja

¹³ T. Naklicka, *Koronawirus COVID-19 w Polsce...*; K. Jasińska, *Kalendarium pandemii...*

umożliwiono uprawianie sportu na otwartej infrastrukturze: stadionach, boiskach, skoczniach, torach itp., organizację zajęć w obiektach zamkniętych (halach i salach sportowych), również od 18 maja umożliwiona została m.in. działalność kin plenerowych (w tym samochodowych), realizacja prac na planach filmowych (z uwzględnieniem rygorów sanitarnych), realizacja nagrań fonograficznych i audiowizualnych w instytucjach kultury, realizacja indywidualnych zajęć na uczelniach artystycznych i muzycznych, od 25 maja umożliwiono prowadzenie zajęć opiekuńczo-dydaktycznych w klasach 1–3 szkoły podstawowej oraz konsultacji z nauczycielami w szkołach dla maturzystów i uczniów 8 klas z przedmiotów zdawanych na egzaminach, w czasie trzeciego etapu podwyższono także limit pasażerów w środkach transportu publicznego,

- etap IV od 30 maja 2020 roku – zniesiono nakaz noszenia maseczek na świeżym powietrzu, zniesiono limit osób w sklepach, miejscach kultu religijnego, na targu i na pocztę (nakaz zasłaniania ust i nosa), w restauracjach, kawiarniach i barach (z zachowaniem dystansu i obowiązkiem zakrycia ust i nosa do momentu zajęcia stolika), od 6 czerwca otwarto siłownie, baseny, salony masażu i tatuażu, solaria, sale zabaw, kluby fitness i parki rozrywki, kina, teatry, opery, umożliwiono organizację wesel i uroczystości rodzinnych do 150 osób (obowiązywały nadal wytyczne sanitarne), od 13 czerwca zniesiono kontrolę na wewnętrznych granicach Unii Europejskiej dla mieszkańców strefy Schengen.

Od 8 sierpnia 2020 roku zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 7 sierpnia 2020 roku w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii wprowadzono obostrzenia dostosowane do potrzeb w wybranych powiatach. Wobec powiatów oznaczonych kolorem:

- czerwonym – zastosowano największe obostrzenia, zakazano organizowania targów, kongresów, wydarzeń kulturalnych, wydarzeń sportowych z udziałem publiczności,
- żółtym – zastosowano łagodniejsze obostrzenia, zakazano organizowania targów, kongresów (w maseczkach bez zmian, w pozostałych 1 osoba na 4 m²), wydarzeń kulturalnych (liczba publiczności maks. 25% miejsc, limit 100 osób), wydarzenia sportowe (liczba publiczności maks. 25% miejsc),
- zielonym – nie zastosowano żadnych obostrzeń.

Od 24 października 2020 roku obostrzenia dotyczące strefy czerwonej obowiązywały w całej Polsce. Dodatkowo wprowadzano nowe zasady bezpieczeństwa w zakresie edukacji, gospodarki oraz życia społecznego zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 23 października 2020 roku:

- wprowadzono obowiązek noszenia maseczek w strefie publicznej,
- uzależniono liczbę osób w placówkach handlowych od ich wielkości,
- zamknięto restauracje, bary (działalność tylko „na wynos”), siłownie, fitnessy, baseny oraz sanatoria,
- wprowadzono zdalny sposób prowadzenia lekcji w szkołach podstawowych dla klas IV–VIII,
- zamknięto cmentarze od 31 października do 2 listopada 2020 roku zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 30 października 2020 roku; w tym okresie wstęp na teren nekropolii został zakazany z wyjątkiem pogrzebów i czynności z nimi związanych¹⁴.

Od 4 listopada 2020 roku ze względu na gwałtowny wzrost liczby nowych zarażeń (druga fala) Rozporządzeniem z 6 listopada 2020 przedłużono obowiązywanie dotychczasowych ograniczeń oraz wprowadzono nowe:

- możliwość zamknięcia przedszkoli w razie wystąpienia zagrożenia,
- naukę zdalną w klasach 1–3 szkół podstawowych,
- przedłużenie nauki zdalnej w klasach 4–8 szkół podstawowych i szkołach ponadpodstawowych,
- zamknięcie placówek kultury: teatrów, kin, muzeów, galerii sztuk, domów kultury, ognisk muzycznych,
- dostępność hoteli tylko dla przebywających w podróży służbowej,
- ograniczenie funkcjonowania galerii handlowych oraz sklepów,
- limit osób w sklepach w sklepach do 100 m² – 1 osoba na 10 m², w sklepach powyżej 100 m² – 1 osoba na 15 m² (bez zmian) – od 7 do 29 listopada 2020 roku,
- limit osób w kościołach: 1 osoba na 15 m².

¹⁴ W *Dzienniku Ustaw* opublikowano rozporządzenie rządu dot. zamknięcia cmentarzy, <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/1494996,dziennik-ustawa-opublikowano-rozporzadzenie-zamkniecie-cmentarzy.html> (dostęp: 10.09.2022).

Od 28 listopada 2020 roku ze względu na zbliżające się Święta Bożego Narodzenia nastąpiło częściowe złagodzenie ograniczeń¹⁵:

- w komunikacji zbiorowej nastąpiło ograniczenie liczby osób: 50% liczby miejsc siedzących albo 30% liczby wszystkich miejsc siedzących i stojących,
- w galeriach handlowych przywrócono usługi przy zachowaniu określonych limitów: 1 osoba na 10 m² dla obiektów do 100 m², 1 osoba na 15 m² dla obiektów powyżej 100 m²,
- w gastronomii prowadzono wyłącznie działanie „na wynos” i „na dowóz”,
- salony fryzjerskie i kosmetyczne mogły funkcjonować wyłącznie w reżimie sanitarnym,
- biblioteki uzyskały możliwość prowadzenia działalności przy zachowaniu limitu 1 osoba na 15 m²,
- można było organizować zgromadzenia i spotkania w grupie maksymalnie 5 osób,
- wszelkie wydarzenia sportowe organizowane były wyłącznie bez udziału publiczności,
- wprowadzono dystans 1,5 m od innych osób, ograniczenia w przemieszczaniu się dzieci i młodzieży poniżej 16. roku życia,
- nadal zawieszone pozostały: wydarzenia kulturalne i kina, hotele (z określonymi wyjątkami), targi i wydarzenia (dozwolone wyłącznie w formie online), wesela, komunie i konsolacje, parki rozrywki, siłownie, kluby fitness, aquaparki, dyskoteki i kluby nocne.

17 grudnia 2020 wprowadzono nowe zasady i ograniczenia obowiązujące od dnia 28 grudnia 2020 do 17 stycznia 2021 roku:

- w nocy z 31 grudnia 2020 roku na 1 stycznia 2021 roku obowiązywał zakaz przemieszczania się (poza wymienionymi w ustawie przypadkami),
- ponowne ograniczenie funkcjonowania galerii handlowych i hoteli,
- zamknięcie stoków narciarskich,
- udostępnienie infrastruktury sportowej tylko w ramach sportu zawodowego,
- wprowadzenie 10-dniowej kwarantanny dla przyjeżdżających do Polski transportem zorganizowanym.

¹⁵ *Pandemia COVID-19 w Polsce*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Pandemia_COVID-19_w_Polsce#cite_ (dostęp: 12.10.2022).

Data przełomową w Polsce był 27 grudnia 2020 roku, kiedy rozpoczęły się szczepienia przeciwko COVID-19. Rozpoczęto od kadry medycznej (tzw. grupy zero). Na początku stycznia 2021 roku poinformowano o przedłużeniu dotychczasowych restrykcji do 31 stycznia oraz o przywróceniu nauki w trybie stacjonarnym dla klas I–III szkół podstawowych i o rozpoczęciu od 15 stycznia rejestracji do szczepień przeciwko COVID-19 kolejnych grup wg harmonogramu. W tym celu uruchomiono bezpłatną infolinię 989 oraz stronę internetową <https://www.gov.pl/web/szczepimysie>, na której można było zadeklarować swoją chęć do zaszczepienia się.

W połowie stycznia nastąpiło kolejne złagodzenie obostrzeń:

- od 18 stycznia została przywrócona nauka stacjonarna dla klas I–III szkół podstawowych,
- od 1 lutego otwarto galerie handlowe, muzea oraz galerie sztuki, jednakże w ścisłym reżimie sanitarnym,
- od 12 lutego otwarto stoki narciarskie, hotele w reżimie sanitarnym, kina, teatry, opery i filharmonie (przy wypełnieniu do 50% miejsc), baseny, boiska i korty zewnętrzne, natomiast siłownie nadal pozostały zamknięte.

Okres znoszenia ograniczeń był jednak krótki, ponieważ ponownie nastąpił wzrost zakażeń COVID-19 w drugiej połowie lutego 2021 roku (tzw. trzecia fala), co skutkowało wprowadzaniem ponownych obostrzeń i ograniczeń. Rząd wprowadził nowe, zaostrome warunki: zamknięto galerie handlowe, przedszkola, salony fryzjerskie, zakłady kosmetyczne, sklepy meblowe, żłobki i przedszkola. W placówkach handlowych i pocztowych o powierzchni powyżej 100 m² obowiązywał limit – 1 osoba na 20 m². Nowe ograniczenia obowiązywały od 27 marca do 18 kwietnia 2021 roku. 19 kwietnia zezwolono na otwarcie przedszkoli, żłobków oraz dozwolono rywalizację sportową w grupach do 25 osób na otwartej przestrzeni. W maju w związku ze spadkiem liczby zakażeń zniesiono większość obostrzeń (otwarto placówki kultury, stadiony, szkoły, itp. oraz zniesiono limity w transporcie). Już na początku czerwca cała gospodarka została poluzowana.

W związku z rozwojem czwartej fali rząd planował wprowadzić podział powiatów na strefy (zielona, żółta i czerwona). Podział ten miał jednak w dużej mierze zależeć od odsetka szczepień populacji w danym powiecie.

28 kwietnia 2021 roku podjęto decyzje o stopniowym znoszeniu części ograniczeń ze względu na zmniejszającą się liczbę zachorowań:

- od 1 maja m.in. zniesiono regionalizację, otwarto salony kosmetyczne i fryzjerskie, otwarto obiekty sportowe na świeżym powietrzu,

- od 4 maja otwarto galerie handlowe, sklepy meblowe i budowlane, wprowadzono naukę stacjonarną dla klas I–III, od 8 maja otwarto hotele, od 15 maja zniesiono obowiązek zakrywania nosa i ust na świeżym powietrzu, otwarto ogródki restauracyjne, kina i teatry na świeżym powietrzu, umożliwiono uprawianie sportu w obiektach na świeżym powietrzu z publicznością,
- 10 czerwca ze względu na zmniejszającą się liczbę zachorowań na COVID-19, a jednocześnie rosnącą liczbę wykonywanych szczepień, rząd zdecydował o znoszeniu obostrzeń i limitów na wakacje, przy założeniu, że w wielu sytuacjach limity nie dotyczą osób w pełni zaszczepionych przeciw COVID-19; już od 13 czerwca 2021 roku wprowadzano łagodniejsze zasady bezpieczeństwa, zmiany umożliwiły sprzedaż oraz spożywanie jedzenia i picia w kinach, teatrach, na koncertach oraz w innych instytucjach kultury i rozrywki,
- Od 26 czerwca 2021 roku zwiększono także limity – więcej widzów w kinach i teatrach oraz otwarto dyskoteki. Więcej osób mogło przebywać w hotelach, restauracjach i na siłowniach¹⁶.

28 marca 2022 roku zniesiono nakaz noszenia maseczek w pomieszczeniach zamkniętych z wyjątkiem placówek medycznych i aptek oraz obowiązek kierowania na izolację i kwarantannę, natomiast zakażony miał odtąd być traktowany w taki sam sposób jak w przypadku zakażenia chorobą zakaźną.

Stan epidemii wprowadzony w Polsce od 20 marca 2020 roku został zniesiony na mocy Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 13 maja 2022 roku zmieniającego rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii. Zniesienie stanu epidemii rząd uzasadnił poprawą stanu epidemiologicznego w Polsce, zmniejszeniem gwałtownego rozprzestrzeniania się zakażeń i zmniejszeniem liczby osób hospitalizowanych. Stan zagrożenia epidemicznego będzie aktualny do odwołania.

Pozostawiono obowiązkowe szczepienia przeciw COVID-19 w następujących grupach osób:

- wykonujących zawód medyczny w podmiotach prowadzących działalność leczniczą oraz wykonujących czynności zawodowe w tych podmiotach inne niż wykonywanie zawodu medycznego,

¹⁶ *Łagodzenie obostrzeń na wakacje – otwarcie stref gastronomicznych m.in. w kinach, teatrach, na koncertach oraz zwiększenie limitów*, <https://www.gov.pl/web/koronawirus/lagodzenie-obostrzen-na-wakacje> (dostęp: 16.09.2022).

- zatrudnionych oraz realizujących usługi farmaceutyczne, zadania zawodowe lub czynności fachowe w aptece ogólnodostępnej lub punkcie aptecznym,
- studentów kształcących się na kierunkach przygotowujących do wykonywania zawodu medycznego.

Wbrew wcześniejszym prognozom jesienią (początek listopada) 2022 roku statystycznie w całej Polsce pandemia była pod kontrolą – tygodniowa średnia liczba zakażeń dla całego kraju była na poziomie 496 przypadków na dobę. W ciągu jednej doby wykonano ponad 2,4 tys. testów na obecność SARS-CoV-2. Wykryto 130 przypadków zakażenia koronawirusem, a 7-dniowa średnia zakażeń była na poziomie 1,30 przypadków na 100 tys. mieszkańców¹⁷.

W połowie listopada 2022 roku o ponownej fali donosiły Chiny, które zaczęły zmagać się z ponownym rozwojem wirusa. Władze Chin ogłosiły 14 listopada 2022 roku rekordowe bilanse COVID-19 w Pekinie i szeregu innych dużych metropoli. Zakażenia w Pekinie, Kantonie, Chongingu i Zhengzhou były najwyższe od początku pandemii, a zgodnie z polityką „zero-covid” władze Chin stanowczo reagują nawet na stosunkowo niewielkie ogniska choroby. W konsekwencji tych informacji w Kantonie lockdownami obejmowane są kolejne obszary w centrum miasta. Wykryto łącznie ponad 16 tys. nowych infekcji lokalnych, z których zdecydowana większość określana jest jako przypadki bezobjawowe. To najwyższy bilans ogólnokrajowy od 25 kwietnia 2022 roku, gdy z dużą falą zakażeń walczył Szanghaj. Wcześniej zakaz wychodzenia z osiedli wprowadzono w kilku dzielnicach, a mieszkańcy codziennie poddawani są testom na COVID-19¹⁸.

Pandemia COVID-19 w radykalny sposób zmieniła funkcjonowanie współczesnych społeczeństw i gospodarek. Spowodowała poważne zakłócenia w funkcjonowaniu wielu rynków, do których należą m.in. rynek transportowy, turystyczny, hotelarski, gastronomiczny, usług edukacyjnych, rynki związane z organizacją wydarzeń sportowych i kulturalnych i inne. Aby przeciwdziałać jej negatywnym skutkom, rząd udzielał wsparcia poszczególnym sektorom gospodarki w postaci kolejnych tarcz anty kryzysowych.

¹⁷ *Decyzje rządu o obostrzeniach kontra dane o sytuacji epidemicznej w Polsce*, <https://forsal.pl/lifestyle/zdrowie/artykuly/7998146,lockdown-w-polsce-narodowa-kwarantanna-liczba-zakazen-na-100-tys-mieszkancow.html> (dostęp: 20.11.2022).

¹⁸ *„Zero covid” nie działa? W Chinach coraz więcej zakażeń*, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Zero-covid-nie-dziala-W-Chinach-coraz-wiecej-zakazen-8438797.html> (dostęp: 20.11.2022).

ROZDZIAŁ 3

Kolejowe przewozy pasażerskie

3.1. Rynek kolejowych przewozów pasażerskich

W przewozach osób podstawowymi czynnikami wpływającymi na popyt są: liczba ludności, rozmieszczenie i stopień koncentracji osadnictwa, poziom rozwoju gospodarczego regionu, siła nabywcza społeczeństwa, czas przeznaczany na różne formy aktywności, koszty eksploatacji indywidualnych środków transportu w relacji do cen usług transportowych publicznych środków transportu oraz ranga poszczególnych postulatów składających się na jakość oferty usługowej.

W literaturze dotyczącej przewozów pasażerskich do najczęściej wymienianych postulatów zalicza się:

1. Komfort podróżowania, a w nim:
 - a) powierzchnię będącą do dyspozycji podróżnego w czasie oczekiwania na przejazd, oświetlenie, możliwość dokonania drobnych zakupów oraz skorzystania z usług gastronomicznych (czynniki związane z fazą oczekiwania);
 - b) gwarantowaną liczbę miejsc siedzących, klimatyzację, płynność jazdy, niski poziom hałasu, wentylację, wystrój wnętrza, kulturę obsługi, łatwość wsiadania i wysiadania, miejsce na bagaż, możliwość wypoczynku podczas podróży (czynniki związane z fazą jazdy).
2. Bezpieczeństwo:
 - a) oświetlenie, zabezpieczenie przed ewentualną agresją (związane z fazą dojścia);
 - b) w środkach transportu (monitoring, dostępność obsługi);
 - c) w trakcie podróży (kolizje i katastrofy).
3. System informacji pasażerskiej, dostępność aktualnych rozkładów jazdy, informacja o skomunikowaniach pociągów (związane z fazą przesiadania się).
4. Czas.

Podaż usług w przewozach osób jest realizowana zarówno przez przedsiębiorstwa transportowe, jak i biura podróży dysponujące własnym taborom, agencje turystyczne i inne organizacje, dążące do zaspokojenia popytu zgłaszanego przez potencjalnych i realnych nabywców. Podaż usług jest ściśle związana z ich dostępnością.

Rynek kolejowych przewozów pasażerskich można podzielić na segmenty przewozów regionalnych i ponadregionalnych (dalekobieżnych). Poszczególne połączenia uruchamiane są na podstawie umów o świadczenie usług publicznych pomiędzy organizatorem a przewoźnikiem. W zależności od zasięgu przewozów organizatorami są¹:

- Minister Infrastruktury – przewozy międzywojewódzkie (przewoźnik „PKP Intercity” SA) i międzynarodowe o charakterze dalekobieżnym (przewoźnik „PKP Intercity” SA),
- samorządy województw – przewozy wojewódzkie, międzywojewódzkie i transgraniczne o charakterze regionalnym,
- Zarząd Transportu Miejskiego m. st. Warszawy – przewozy w ramach aglomeracji (przewoźnik: „Szybka Kolej Miejska” Sp. z o.o. – Warszawa),
- inne jednostki samorządu terytorialnego, jeżeli w ramach realizowanej polityki transportowej przewidują dotowanie lokalnych przewozów kolejowych.

Władze jednostek samorządu terytorialnego różnych szczebli coraz częściej podejmują współpracę w zakresie organizacji transportu kolejowego, stając się ważnym partnerem władz wojewódzkich w kształtowaniu oferty przewozowej.

Od 9 grudnia 2018 roku z inicjatywy Ministerstwa Transportu wprowadzony został wspólny bilet kolejowy oraz wspólny bilet przewozów samorządowych. Inicjatywa wspólnego biletu – umożliwienie zakupu biletu na przejazd pociągami kilku wybranych przewoźników – została wprowadzona wraz z nowym rozkładem jazdy 2018/2019.

W tabeli 3.1 przedstawiono wykaz podmiotów zajmujących się kolejowym transportem pasażerskim.

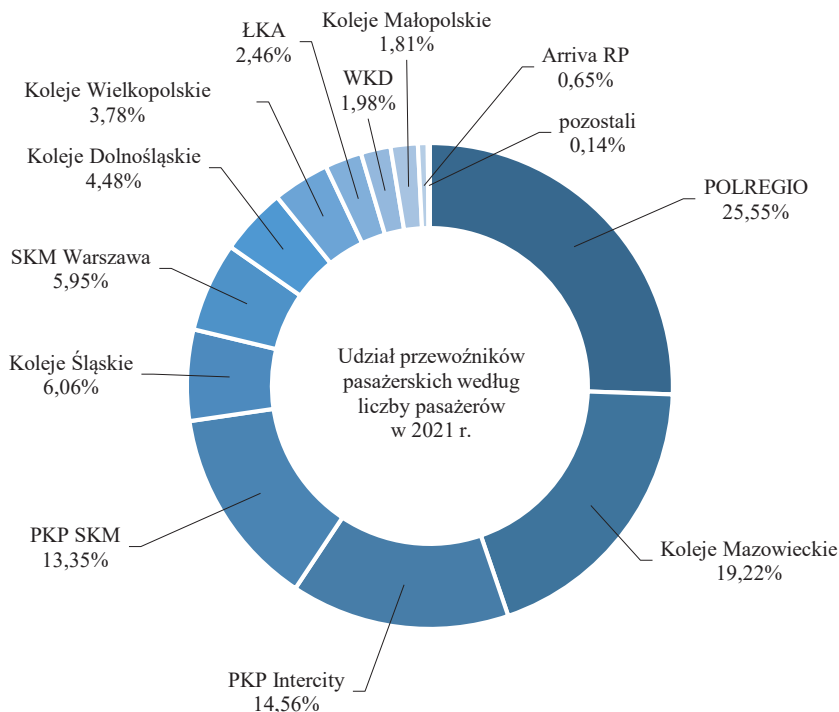
Na rysunku 3.1 przedstawiono udział przewoźników pasażerskich według liczby pasażerów w 2021 roku, a na rysunku 3.2 udział przewoźników pasażerskich według pracy przewozowej w 2021 roku. Udziały te od kilku lat również utrzymują się na podobnym poziomie.

¹ *Przewoźnicy*, <https://www.gov.pl/web/infrastruktura/przewoznicy> (dostęp: 20.10.2022).

Tabela 3.1. Przewoźnicy osób w transporcie kolejowym

Przewoźnicy osób	
skrótowa nazwa	pełna nazwa
Arriva RP	Arriva RP sp. z o.o.
Koleje Dolnośląskie	Koleje Dolnośląskie SA
Koleje Mazowieckie	„Koleje Mazowieckie – KM” sp. z o.o.
Koleje Małopolskie	„Koleje Małopolskie” sp. z o.o.
Koleje Śląskie	Koleje Śląskie sp. z o.o.
Koleje Wielkopolskie	Koleje Wielkopolskie sp. z o.o.
LEO Express	LEO Express Global SA
Łódzka Kolej Aglomeracyjna (ŁKA)	„Łódzka Kolej Aglomeracyjna” sp. z o.o.
PKP Cargo	PKP CARGO SA
PKP Intercity	„PKP INTERCITY” SA
PKP SKM w Trójmieście (PKP SKM)	PKP Szybka Kolej Miejska w Trójmieście sp. z o.o.
POLREGIO	POLREGIO SA
Szybka Kolej Miejska (SKM)	Szybka Kolej Miejska sp. z o.o.
UBB	Usedomer Bäderbahn GmbH
Warszawska Kolej Dojazdowa (WKD)	Warszawska Kolej Dojazdowa sp. z o.o.

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

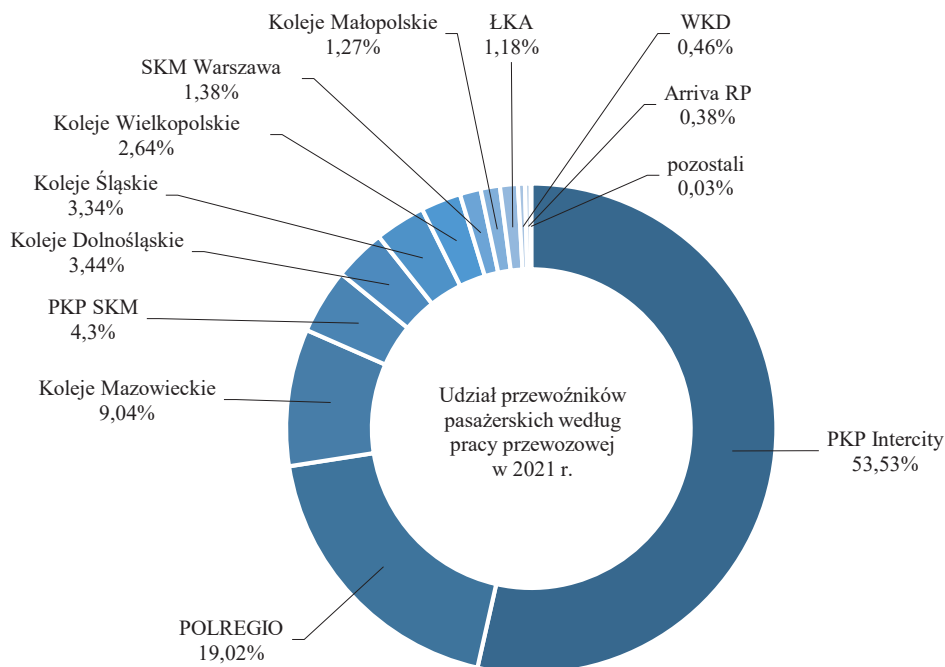


Rysunek 3.1. Udział przewoźników pasażerskich według liczby pasażerów w 2021 roku

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

Po drastycznym spadku przewozów pasażerskich do 2010 roku wyęźżone działania organizatorów i przewoźników zaczęły przynosić od 2011 roku efekty w postaci stałego wzrostu liczby przewiezionych pasażerów. W latach 2014–2018 liczba pasażerów zwiększyła się o ponad 15%, czyli o 41 mln pasażerów². W 2019 roku natomiast nastąpił ponowny wzrost przewozów do 335,9 mln osób. Był to najwyższy poziom w ostatnich kilkunastu latach. Na skutek wprowadzonych ograniczeń w pandemii COVID-19 w 2020 roku przewozy pasażerskie ponownie drastycznie spadły do 209,4 mln osób. Po tym okresie przewozy wzrosły w 2021 roku do 245,1 mln osób.

² Sprawozdanie z funkcjonowania rynku transportu kolejowego w 2018 r., <https://utk.gov.pl/download/1/50058/SPRAWOZDANIE201830072019druk.pdf> (dostęp: 22.07.2022).



Rysunek 3.2. Udział przewoźników pasażerskich według pracy przewozowej w 2021 roku

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

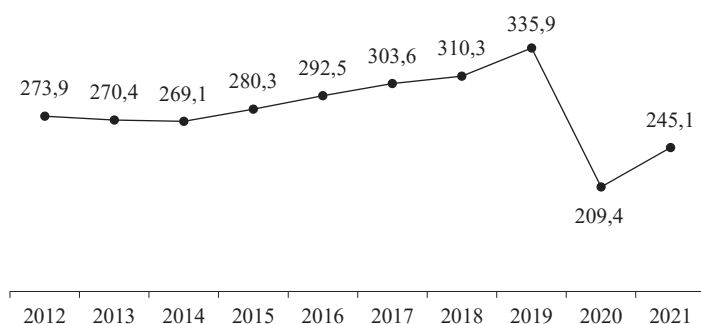
Liczba pasażerów w Polsce w kolejnych latach (po krytycznym 2010 roku) rosła następująco (rys. 3.3)³:

- od 2011 roku odnotowywano stały wzrost przewozów od poziomu 270 mln pasażerów,
- w 2015 roku liczba pasażerów osiągnęła poziom 280,3 mln, co stanowiło wzrost o 4,2% w porównaniu z 2014 rokiem (269,1 mln); można zaobserwować również, że był to pierwszy wzrost po 2012 roku⁴,

³ Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

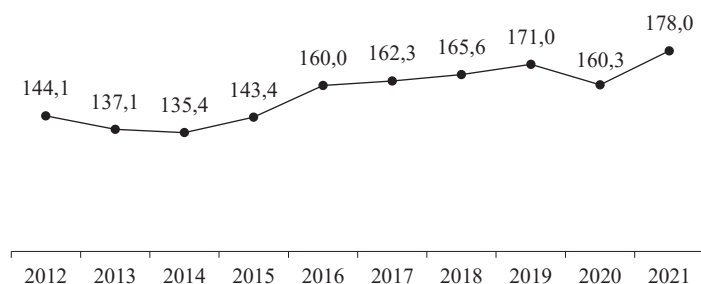
⁴ Sprawozdanie z funkcjonowania rynku transportu kolejowego w 2016 r., <https://utk.gov.pl/pl/aktualnosci/13293,Sprawozdanie-z-funkcjonowania-ryнку-transportu-kolejowego-w-2016-r.html>, (dostęp: 21.10.2022).

- w 2016 roku odnotowano wzrost o 4,3% i osiągnięcie wyniku 292,5 mln pasażerów,
- w 2018 roku odnotowano wzrost przewozów pasażerskich, zarówno w liczbie pasażerów, jak i w wykonanej pracy przewozowej; w 2018 roku z usług kolei skorzystało blisko 310,3 mln osób, o 2,2% więcej niż w 2017 roku,
- w 2019 roku nastąpił ponowny wzrost przewozów do 335,9 mln osób,
- w 2020 roku przewozy drastycznie spadły do 209,4 mln osób,
- w 2021 roku przewozy wzrosły do 245,1 mln osób.



Rysunek 3.3. Liczba pasażerów w kolejowych przewozach pasażerskich w latach 2012–2021 (mln osób)

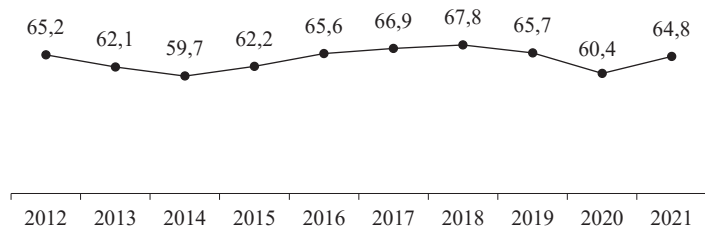
Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).



Rysunek 3.4. Praca eksploatacyjna w kolejowych przewozach pasażerskich w latach 2012–2021 (mln pociągokilometrów)

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

Na rysunku 3.4 przedstawiono pracę eksploatacyjną w kolejowych przewozach pasażerskich w latach 2012–2021, a na rysunku 3.5 średnią odległość przejazdu jednego pasażera w Polsce w latach 2012–2021.



Rysunek 3.5. Średnia odległość przejazdu jednego pasażera w Polsce w latach 2012–2021 (km)

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

Sytuacja na rynku transportowym uległa zmianie w latach 2019–2020 na skutek spowolnienia gospodarczego, wprowadzonych obostrzeń i ograniczeń spowodowanych rozwojem koronawirusa. W okresie lockdownu, w kwietniu 2020 roku mobilność Polaków spadła o ponad połowę (55%). W drugiej fali pandemii, jesienią 2020 roku nastąpiło kolejne zmniejszenie mobilności Polaków wywołane pandemicznymi obostrzeniami⁵. Podobne tendencje obserwowano we wszystkich województwach. Największy spadek dotyczył województwa opolskiego (o 42,9%), a najmniejszy – województwa lubelskiego (o 29,5%). Natomiast w porównaniu z 2016 rokiem liczba pasażerów przewiezionych transportem kolejowym zmniejszyła się w Polsce o 28,5%. Spadek w analizowanym okresie notowano w 15 województwach, w tym największy – w województwie lubelskim (o 41,4%). Jedynie w województwie łódzkim obserwowano niewielki wzrost o 3,1%. W województwie śląskim w 2020 roku notowano spadek o 69,1% w porównaniu z 2016 rokiem i o 40,1% w porównaniu z 2019 rokiem⁶. Wpływ na spadek przewozów, pracy przewozowej i średniej

⁵ *Stress test zaliczony. Mikromobilność w Polsce 2020*, <http://mobilne-miasto.org/stress-test-zaliczony-mikromobilnosc-w-polsce-2020> (dostęp: 22.07.2022).

⁶ *Rozwój regionalny Polski – raport analityczny 2021*, <https://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/publikacje-regionalne/opracowania-zbiorcze/rozwoj-regionalny-polski-raport-analityczny-2021,11,2.html>, s. 94 (dostęp: 22.07.2022).

odległości przewozu miały również wewnętrzne regulacje dotyczące delegowania na pracę zdalną pracowników, którzy stanowią zdecydowaną większość pasażerów w transporcie kolejowym i autobusowym⁷. Organizatorzy pasażerskich przewozów kolejowych i drogowych zostali na ogół zmuszeni do ograniczenia oferty i zamiast nadal dążyć do jej rozwoju – minimalizowali straty na skutek spadku liczby podróży⁸.

W 2021 roku odnotowano wzrost przewozów pasażerów wszystkimi rodzajami transportu. Łącznie przewieziono o 12,9% więcej pasażerów niż w roku poprzednim. Największy wzrost przewozów odnotowano w transporcie lotniczym (o 92,7%), a ponadto w transporcie wodnym śródlądowym (o 44,6%), morskim (o 29,5%), kolejowym (o 17,3%) i samochodowym (o 5,0%). Tak znaczący wzrost liczby przewiezionych pasażerów spowodowany był zniesieniem ograniczeń w podróżowaniu osób wprowadzonych w związku ze stanem pandemii związanej z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2⁹. Analizy dotyczące tego problemu znalazły odzwierciedlenie w publikacjach powstających w latach 2020 i 2021¹⁰.

Pandemia odisnęła również swoje piętno na zachowaniach nabywców usług transportowych w transporcie pasażerskim. Zamknięcie obiektów handlowych, edukacyjnych, sportowych i instytucji kulturalnych spowodowało znaczne ograniczenia w podróżach. Przymusowe izolacje w domach i napływ przerażających informacji stały się przyczyną zmian w postawach podróżnych oraz w sposobach podejmowania przez nich decyzji.

⁷ *Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r.*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16878,Wplyw-pandemii-COVID-19-na-rynek-kolejowy-w-2020-r.html> (dostęp: 22.07.2022).

⁸ *Stress test zaliczony...*

⁹ *Przewozy ładunków i pasażerów w 2021 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/transport-i-lacznosc/transport/przewozy-ladunkow-i-pasazerow-w-2021-roku,11,10.html> (dostęp: 22.10.2022).

¹⁰ I. Kavetsky, G. Rosa, *Impact of the Covid-19 pandemic on the European railway market with special consideration given to Poland*, w: *Innovation management and sustainable economic development in the era of global pandemic*, Proceedings of the 38th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 23–24 November 2021, Seville, International Business Information Management Association; E. Glusac, *The travel trend is here to stay*, <https://www.cntraveler.com/story/slow-travel-trend>, (dostęp: 22.07.2022); M. Łukasik, *Pandemia kształtuje rynek. Kampery biją rekordy popularności*, <https://www.wyborcikierowcow.pl/pandemia-ksztaltuje-rynek-kampery-bija-rekordy-popularnosci/2021> (dostęp: 22.07.2022); *Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r....*

Jak poinformował Urząd Transportu Kolejowego (UTK), w porównaniu z lipcem 2019 roku (przed pandemią COVID-19) liczba pasażerów w lipcu 2022 roku wzrosła o 9% z 28,1 mln do 30,5 mln. Natomiast we wrześniu 2022 roku, po zakończeniu okresu wakacyjnego, z oferty przewoźników pasażerskich skorzystało 29,6 mln pasażerów, co oznacza wzrost o 5 mln w porównaniu z tym samym miesiącem rok wcześniej. Jest to najlepszy wynik od dekady i wzrost o ponad 19% w porównaniu z analogicznym miesiącem 2021 roku¹¹. Wysokie ceny paliw, zmiana przyzwyczajeń, coraz wyższy standard w pociągach i komfort podróżowania – to prawdopodobnie najważniejsze czynniki decydujące o wzroście liczby pasażerów u polskich przewoźników kolejowych¹².

3.2. Konkurencja na rynku przewozów pasażerskich

Konkurencję na rynku pasażerskich usług transportowych generuje substytucyjność usług świadczonych przez przewoźników reprezentujących różne gałęzie transportu i oferujących różne, ale zastępowalne usługi w zakresie przemieszczania pasażerów. W ramach popytu można wyodrębnić takie segmenty, których uczestnicy – usługobiorcy reprezentują takie same lub podobne potrzeby i preferencje, a w ramach podaży – usługodawcy z różnych gałęzi, oferują usługi zbliżone, odpowiadające potrzebom i preferencjom. W przewozach pasażerskich konkurentami mogą być:

- przewoźnicy kolejowi i drogowi realizujący przewozy masowe i kierowcy realizujący indywidualne przewozy prywatnymi samochodami,
- przewoźnicy kolejowi i lokalni przewoźnicy publiczni (autobus, metro, tramwaj) w zakresie przewozów na krótkie odległości w aglomeracjach miejskich,
- przewoźnicy kolejowi i autobusowi na krótkie, średnie i duże odległości, przy czym na duże odległości zwłaszcza w relacjach międzynarodowych,
- przewoźnicy kolejowi i lotniczy (głównie tanie linie) na średnie i duże odległości.

¹¹ M. Kowalska, *Rekord dekady w kolejowych przewozach pasażerskich. Dane za wrzesień 2022*, <https://www.dziennikprawny.pl/pl/a/rekord-dekady-w-kolejowych-przewozach-pasazerskich-dane-za-wrzesien-2022> (dostęp: 22.10.2022).

¹² *Wyniki przewozowe w czerwcu 2022 r. – było lepiej niż przed pandemią*, <https://www.utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18960,Wyniki-przewozowe-w-czerwcu-2022-r-bylo-lepiej-niz-przed-pandemia.html> (dostęp: 22.07.2022).

Substytucyjny charakter mogą mieć usługi telekomunikacyjne, umożliwiające „dotarcie” zdalne do pracy, sklepu czy szkoły¹³.

Do głównych segmentów na rynku kolejowych przewozów pasażerskich należy zaliczyć przewozy: międzyaglomeracyjne, międzyregionalne, regionalne, aglomeracyjne.

Podsystem przewozów międzyaglomeracyjnych charakteryzuje oddziaływanie konkurentów na transport kolejowy przede wszystkim niską ceną (transport autobusowy) oraz czasem podróży (transport lotniczy). Biorąc jednak pod uwagę realizację kluczowych postulatów przewozowych: komfort, czas podróży i bezpieczeństwo jazdy, można zauważyć stabilną pozycję przewozów kolejowych, często z tendencją wzrostową.

W segmencie przewozów międzyregionalnych istotnymi narzędziami konkurencji są czas podróży i cena. W zakresie taboru znacznie bardziej konkurencyjni są przewoźnicy autobusowi, którzy dysponują nowoczesnym taborzem, natomiast kolej jest na etapie wprowadzania do eksploatacji nowoczesnych pociągów i wagonów. Wiele linii kolejowych jest w przebudowie lub oczekuje na modernizację, co znacznie obniża jakość usług w zakresie czasu jazdy. Na skutek dużej liczby prowadzonych prac modernizacyjnych czasy podróży oferowane przez przewoźników są dalekie od oczekiwań podróżnych. Podstawowymi narzędziami konkurencji stają się więc usługi dodatkowe, komfort podróży, dostęp do nowoczesnych technologii i do aktualnej informacji.

W przewozach regionalnych można zaobserwować następujące prawidłowości:

- w zakresie dojazdów do dużych aglomeracji transport kolejowy konkuruje z powodzeniem z transportem indywidualnym i autobusowym,
- w zakresie przejazdów typowo regionalnych przewagę konkurencyjną często osiągają przewozy samochodowe ze względu na większą dostępność i możliwość zorganizowania przewozów „od drzwi do drzwi”.

W segmencie przewozów regionalnych znacznie wzrosła konkurencyjność kolei na skutek zakupu przez samorządy – jako organizatorów przewozów regionalnych – nowoczesnego taboru, oferującego wysoki komfort podróży.

¹³ A. Budziewicz-Guźlecka, A. Drab-Kurowska, *The analysis of selected issues pertaining to e-administration in Poland in the context of smart city*, „Nordic and Baltic Journal of Information and Communications Technologies” 2017(1), s. 17–32.

Przewozy aglomeracyjne w zakresie transportu samochodowego charakteryzują się coraz częściej problemami kongestii i brakiem miejsc do parkowania. Na tym tle relatywnie rośnie pozycja konkurencyjna transportu kolejowego.

Konkurencja w przewozach pasażerów obejmuje więc takie instrumenty jak produkt (czas, komfort i bezpieczeństwo podróży, dostępność fizyczna i liczba połączeń) oraz cena¹⁴. Tabor jest sukcesywnie odnawiany, zarówno przez przewoźników samochodowych, jak i kolejowych (przy udziale państwa i samorządów), usprawnia się też obsługa klienta. Dodatkowo poprawia się stan ilościowy i jakościowy dróg, głównie ekspresowych i autostrad, co podnosi bezpieczeństwo podróży transportem samochodowym i znacznie skraca czas przejazdu między głównymi miastami w Polsce. Zmieniają się też zachowania komunikacyjne podróżnych. W tabeli 3.2 przedstawiono analizę możliwości podróży różnymi środkami transportu.

Tabela 3.2. Analiza możliwości podróży różnymi środkami transportu (pogrubieniem zaznaczono najkorzystniejszą ofertę pod względem czasu i ceny przejazdu)

Relacja	Pociąg		Autobus		Samochód	
	czas podróży (w 2022 r.)	opłata za przejazd	czas podróży (w 2022 r.)	opłata za przejazd	czas podróży (w 2022 r.)	opłata za przejazd
1	2	3	4	5	6	7
Katowice–Tychy	od 0:13	od 4,50 zł	od 0:40	4,40 zł	0:30	8,18 zł
Katowice–Gliwice	od 0:21	od 7,00 zł	0:40	5,40 zł	0:25	12,05 zł
Katowice–Dąbrowa G.	od 0:17	od 6,50 zł	od 0:20	od 3,00 zł	0:16	7,32 zł
Bydgoszcz–Toruń	od 0:36	od 10,60 zł	od 0:50	od 4,99 zł	0:50	21,95 zł
Kraków–Tarnów	od 0:50	od 14,50 zł	od 1:15	od 9,99 zł	1:15	38,30 zł
Katowice–Bielsko-Biała	od 1:11	od 13,20 zł	–		1:00	25,95 zł
Wrocław–Wałbrzych	od 1:06	od 14,85 zł	–		1:20	31,85 zł
Łódź–Warszawa	od 1:05	od 23,80 zł	od 1:35	od 19,99 zł	1:35	60,25 zł
Gliwice–Częstochowa	od 1:38	od 19,80 zł	–		1:02	38,30 zł
Włocławek–Toruń	od 0:38	od 11,00 zł	od 1:05	od 12,99 zł	0:50	23,24 zł
Kraków–Warszawa	od 2:15	od 36,85 zł	od 3:55	od 22,99 zł	3:30	124,80 zł

¹⁴ G. Rosa, *Nowoczesny marketing kolejowych przewozów pasażerskich*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2020.

1	2	3	4	5	6	7
Wrocław–Opole	od 0:43	od 15,40 zł	od 1:20	od 4,99 zł	1:15	37,41 zł
Katowice–Rybnik	od 0:43	od 11,90 zł	0:50	11,00 zł	0:42	22,81 zł
Wrocław–Poznań	od 1:27	od 26,95 zł	od 2:35	od 19,99 zł	2:00	77,46 zł
Gdańsk–Warszawa	od 2:34	od 49,00 zł	5:00	od 34,99 zł	4:08	148,04 zł
Katowice–Bytom	od 0:23	od 4,50 zł	od 0:33	od 4,40 zł	0:20	6,89 zł
Koszalin–Szczecin	od 2:14	od 32,80 zł	–		1:50	73,59 zł
Katowice–Wrocław	od 1:51	od 28,60 zł	od 2:20	od 19,99 zł	2:14	80,05 zł
Katowice–Warszawa	od 2:17	od 37,40 zł	od 4:00	od 42,99 zł	3:20	126,53 zł
Białystok–Warszawa	od 2:30	od 34,50 zł	od 2:45	od 1,00 zł	2:15	85,21 zł
Poznań–Warszawa	od 2:49	od 48,30 zł	od 3:50	od 44,99 zł	3:08	132,12 zł
Kraków–Kielce	od 1:29	od 19,00 zł	od 1:45	od 14,99 zł	1:40	49,06 zł
Wrocław–Warszawa	od 3:37	od 51,10 zł	od 4:40	od 39,99 zł	4:00	152,78 zł
Szczecin–Poznań	od 2:57	od 32,45 zł	–		2:40	100,27 zł
Kraków–Rzeszów	od 1:40	od 25,85 zł	od 2:00	od 9,99 zł	2:10	70,15 zł
Gdynia–Warszawa	od 2:59	od 49,00 zł	od 6:00	od 44,99 zł	4:38	161,82 zł
Wrocław–Zielona Góra	od 1:54	od 25,30 zł	od 2:41	od 7,99 zł	2:30	68,43 zł
Wrocław–Kraków	od 2:55	od 34,65 zł	od 3:15	od 22,99 zł	3:00	113,18 zł
Lublin–Warszawa	od 2:04	od 35,70 zł	od 2:05	od 14,99 zł	1:55	75,31 zł
Olsztyn–Warszawa	od 2:30	od 33,55 zł	od 3:45	od 27,99 zł	3:00	92,53 zł
Katowice–Kraków	od 0:51	od 12,00 zł	od 1:05	od 9,99 zł	1:00	35,29 zł
Radom–Warszawa	od 1:14	od 23,10 zł	od 1:20	od 24,00 zł	1:20	45,19 zł
Poznań–Gorzów Wlkp.	od 2:10	od 28,70 zł	–		1:55	58,96 zł

Źródło: *Konkurencyjność kolei*, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18806,Konkurencyjnosc-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).

Analizując tabelę 3.2, można dostrzec, że przewozy kolejowe są konkurencyjne pod względem czasu, a przewozy autobusowe na ogół są korzystniejsze z punktu widzenia kosztów podróży. Przewozy indywidualne transportem własnym w wybranych kilku relacjach są korzystniejsze pod względem czasu. Wybór tego środka transportu najwyraźniej jest podyktowany innymi czynnikami niż wskazane w tabeli 3.2.

Na początek XXI wieku przypada ogromny rozwój motoryzacji, a w konsekwencji – transportu indywidualnego. W 2008 roku wskaźnik motoryzacji (liczba pojazdów na 1000 osób) wynosił przykładowo: od 6 w Bangladeszu, przez 70 w Indiach i Chinach, po 546 w Polsce, 852 w USA i 1006 w Nowej Zelandii. To wyraźny dowód na to, jak bardzo zróżnicowane pod względem motoryzacji są poszczególne kraje¹⁵. Według danych Eurostatu w latach 2000–2013 liczba samochodów przypadających na 1000 osób wzrosła w Polsce z 261 do 504, w kolejnym 2014 roku było to już 526 samochodów, a w 2018 roku aż 617. Był to jeden z największych wzrostów współczynnika motoryzacji¹⁶ wśród 28 państw Unii Europejskiej (tab. 3.3).

Tabela 3.3. Zmiany wskaźnika motoryzacji dla samochodów osobowych w latach 2010–2018 w wybranych krajach Europy

Nazwa kraju	Liczba samochodów osobowych na 1000 osób w 2010 roku	2014 rok	2018 rok	Zmiana procentowa w latach 2010–2018
1	2	3	4	5
Austria	530	547	562	+6
Belgia	480	494	511	+6
Bułgaria	353	418	396	+12
Chorwacja	355	349	409	+15
Cypr	551	565	629	+14
Czechy	429	459	540	+26
Dania	–	412	447	–
Estonia	416	497	563	+35
Finlandia	535	580	629	+18
Francja	487	489	478	–2
Grecja	469	471	–	–
Hiszpania	475	474	513	+8
Holandia	464	472	494	+6

¹⁵ *Mamy niemal najwyższy wskaźnik motoryzacji w Europie. Czy to powód do dumy?*, <https://www.moto.egospodarka.pl/165848,Mamy-niemal-najwyzszy-wskaznik-motoryzacji-w-Europie-Czy-to-powod-do-dumy,1,87,1.html> (dostęp: 22.07.2022).

¹⁶ Wskaźnik motoryzacji WM to wartość wyrażająca stosunek liczby pojazdów do liczby mieszkańców danego regionu i jest miarą określającą jego poziom motoryzacji.

1	2	3	4	5
Irlandia	424	431	445	+5
Litwa	554	413	512	–8
Luksemburg	659	662	676	+3
Łotwa	307	331	369	+20
Malta	581	605	608	+5
Niemcy	527	547	567	+8
Norwegia	469	495	516	+10
Polska	453	526	617	+36
Portugalia	444	453	514	+16
Rosja	–	284	301	–
Rumunia	214	247	332	+55
Słowacja	310	360	426	+37
Słowenia	518	518	549	+6
Szwajcaria	518	532	539	+4
Szwecja	460	470	476	+3
Węgry	299	315	373	+25
Wlk. Brytania	451	–	473	+5
Włochy	619	610	646	+4

Źródło: A. Prajsnar, *Liczba aut. Polska już blisko unijnego podium. Opracowanie na podstawie danych Eurostatu i ACEA*, <https://ubea.pl/Liczba-aut-Polska-juz-blisko-unijnego-podium%2Cartykul%2C1812> (dostęp: 26.07.2022).

W 2020 roku liczba nowo zarejestrowanych samochodów osobowych na 1000 osób w Polsce wyniosła 11,3. W województwach wskaźnik zawierał się w granicach od 40,6 w warszawskim stołecznym do 4,3 w świętokrzyskim. W regionie śląskim jego wartość ukształtowała się na poziomie średniej krajowej, natomiast o ujęciu szerszym w latach 2011–2020 notowano zwiększenie liczby nowo zarejestrowanych samochodów osobowych na 1000 osób o 58,2%. Wzrost wskaźnika w analizowanym okresie dotyczył wszystkich województw. Największy zaobserwowano w województwie lubuskim (107,5% wobec 95,6% w drugim w kolejności dolnośląskim), a najmniejszy – w województwie mazowieckim regionalnym (26,7%). W śląskim liczba nowo zarejestrowanych samochodów osobowych na 1000 osób zwiększyła się o 35,3%. W Polsce Wschodniej w analizowanym okresie wzrost

wskaźnika wyniósł 39,4%. We wszystkich regionach Polski Wschodniej liczba nowo zarejestrowanych samochodów osobowych na 1000 osób zwiększyła się w mniejszym stopniu niż ogółem w kraju, a wzrost wskaźnika zawierał się w granicach od 55,8% w warmińsko-mazurskim do 28,0% w podkarpackim¹⁷. Zgodnie ze statystykami Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów (ACEA) liczba samochodów w Polsce w 2021 roku przypadająca na 1000 osób wynosiła 747 pojazdów¹⁸. Pierwsze miejsce w rankingu zajmował Luksemburg z wynikiem 781 samochodów. Warto zauważyć, że w 2018 roku według raportu ACEA w Polsce na 1000 osób przypadało 617 pojazdów, natomiast średnia liczba samochodów dla całej Unii Europejskiej wynosiła 628 samochodów na 1000 osób. Polska jest więc w ścisłej czołówce. W rankingu pod względem wieku samochodów w 2021 roku Polska zajmowała 7. od końca miejsce w Europie. Wedle danych ACEA średni wiek samochodów w Polsce przekracza 14 lat, przy średniej 11,5 roku dla całej UE¹⁹. Również w tym rankingu najlepiej wypada Luksemburg – średni wiek samochodu wynosi 6,5 roku. Kolejne kraje to: Irlandia (średnio 8,4 roku), Dania (8,8), Belgia (9,1) oraz Niemcy (9,6). Najstarsze samochody posiadają Estończycy (16,7 roku) oraz Litwini (16,8).

Na rynku kolejowych przewozów pasażerskich jednym z mierników popularności w regionach jest wskaźnik wykorzystania kolei, czyli liczba przejazdów (odprawionych pasażerów) przypadających na 1 mieszkańca województwa (liczba przewiezionych pasażerów podzielona przez liczbę mieszkańców Polski). Do celów związanych z obliczeniem tego wskaźnika wykorzystano dane GUS o liczbie mieszkańców województw w poszczególnych latach. Wskaźnik wykorzystania kolei dla całej Polski w 2017 roku wyniósł 7,6²⁰, w 2018 roku – 8,1, a w 2021 roku –

¹⁷ *Rozwój regionalny Polski...*, s. 98.

¹⁸ *Liczba samochodów w Polsce. 747 aut na 1000 mieszkańców*, <https://www.autobaza.pl/page/portal/news/liczba-samochodow-w-polsce-747-aut-na-1000-mieszkancow> (dostęp: 26.07.2022).

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Podejmując próbę porównania sytuacji na kolei w poszczególnych województwach, UTK wprowadził „wskaźnik wykorzystania”. Liczy się go jako iloraz liczby podróży pociągami pasażerskimi (podawanych w statystykach jako liczba pasażerów) oraz liczby mieszkańców danego obszaru. W Polsce kształtuje się on w 2021 roku na poziomie 6,4 podróży na rok, czyli statystycznie w 2021 roku każdy Polak prawie sześć razy jechał pociągiem. Wskaźnik wykorzystania równa się ilorazowi liczby pasażerów w Polsce i liczby mieszkańców Polski. Do obliczeń przyjęto liczbę pasażerów w 2021 roku w mln oraz liczbę mieszkańców wg GUS ze stycznia 2020 roku w mln. Obliczony w ten sposób wskaźnik wykorzystania wynosi 6,4.

6,4 przejazdów²¹. Oznacza to, że przeciętny mieszkaniec Polski w ciągu całego 2021 roku podróżował koleją przynajmniej 6,4 razy. Odnotowano więc wzrost w stosunku do 2020 roku, w którym wskaźnik wykorzystania kolei wyniósł 5,5. W rekordowym 2019 roku poziom tego wskaźnika wyniósł 8,7. Zmianie nie uległo zestawienie województw o najwyższym wskaźniku wykorzystania kolei. Najczęściej pociągiem podróżuje się w województwie pomorskim – 19,9 (15,9 w 2020 roku i 26,1 w 2019 roku). Wysoki wskaźnik osiągnięto również w województwach mazowieckim – 13,6 (12,4 w 2020 roku i 19,4 w 2019 roku) oraz dolnośląskim – 7,8 (6,6 w 2020 roku i 11,2 w 2019 roku)²².

Wszystkie województwa zanotowały wzrost wskaźnika wykorzystania kolei w porównaniu z 2020 rokiem. Od kilku lat niezmiennymi liderami są Pomorze, Mazowsze i Dolny Śląsk. Jednak patrząc na procentowe wzrosty wykorzystania kolei, można zauważyć, że duży potencjał jest w wielu regionach. Aż w 12 województwach wskaźnik wykorzystania procentowo zwiększył się znacznie bardziej niż wskaźnik dla całego kraju. Oznacza to, że potencjalny klient transportu publicznego w Polsce ma realny wybór między samochodem osobowym a pociągiem.

Naturalną konsekwencją rozwoju transportu indywidualnego był spadek przewozów komunikacją miejską. W latach 2013–2020 liczba przejazdów pasażerskich komunikacją miejską w przeliczeniu na 1 mieszkańca w Polsce zmniejszyła się o 37,0%. Spadek ten był wynikiem zaistniałej w 2020 roku sytuacji epidemicznej, skutkującej m.in. ograniczeniami przemieszczania się w przestrzeni publicznej. Dla porównania w latach 2013–2019 notowano wzrost wskaźnika o 7,1%, a w 2020 roku jego spadek w odniesieniu do roku poprzedniego o 41,2%. Zmniejszenie się liczby przejazdów pasażerskich komunikacją miejską w przeliczeniu na 1 mieszkańca w latach 2013–2020 notowano we wszystkich województwach – w granicach od 10,7% w warmińsko-mazurskim do 61,2% w podlaskim²³. Jednym z elementów sprzyjających jej ponownemu rozwojowi są udogodnienia w postaci parkingów, gdzie podróżni mogą pozostawić samochód i w dalszą drogę udać się komunikacją miejską. W latach 2016–2020 w Polsce liczba parkingów w systemie „parkuj i jedź” (*park & ride*) zwiększyła się z 66 do 316. Największy wzrost w analizowanym okresie (z 2 do 58) zaobserwowano w województwie wielkopolskim, które w 2020 roku

²¹ *Sprawozdanie z funkcjonowania rynku transportu kolejowego w 2018 r...; Wzrósł wskaźnik wykorzystania kolei*, <https://utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18608,Wzroszl-wskaznik-wykorzystania-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).

²² *Wzrósł wskaźnik...*

²³ *Rozwój regionalny Polski...*, s. 100.

charakteryzowało się najwyższą wartością wskaźnika wśród województw. Na drugim miejscu pod względem dynamiki przyrostu liczby parkingów plasowało się dolnośląskie (z 7 do 50). W śląskim natomiast w 2020 roku notowano 26 parkingów wobec 5 w 2016 roku. W Polsce Wschodniej w latach 2016–2020 wskaźnik zwiększył się z 4 do 22, w tym największy wzrost liczby parkingów w systemie „parkuj i jedź” obserwowano w województwie podkarpackim (z 2 do 18). W województwie warmińsko-mazurskim w całym analizowanym okresie nie funkcjonował żaden tego typu obiekt²⁴.

Kompleksowym miernikiem dostępności transportowej regionu i jego atrakcyjności pod tym względem może być natomiast wskaźnik międzygałęziowej dostępności transportowej, który w 2020 roku w województwach w Polsce przyjmował wartości od 13,15 (w zachodniopomorskim) do 61,43 (w mazowieckim). Jednocześnie w obu wymienionych województwach odnotowano odpowiednio najmniejszy i największy wzrost wskaźnika w porównaniu z 2013 rokiem (odpowiednio o 1,36 w zachodniopomorskim i o 9,28 w mazowieckim). W żadnym województwie nie zaobserwowano przy tym pogorszenia dostępności transportowej w analizowanym okresie. W porównaniu z 2019 rokiem sytuacja była bardziej złożona. W 11 województwach wskaźnik uległ pogorszeniu, najbardziej w śląskim – o 0,48 (z 60,35 do 59,87). Poprawa dostępności dotyczyła 5 województw, w tym największy wzrost zanotowano w kujawsko-pomorskim – o 0,43 (z 30,15 do 30,58)²⁵.

Przez wiele lat przewoźnicy i organizatorzy przewozów zakładali, że jeżeli ich usługi są stosunkowo niezawodne, a stan ich pojazdów (często przestarzałych) nie stanowi bezpośredniego zagrożenia dla podróżnych, to usługobiorcy będą zadowoleni ze świadczonych usług. Jako podstawowy instrument konkurencji postrzegali cenę. Z dostępnych badań²⁶ wynika, że możliwość świadczenia rzetelnych usług nie wystarczy do osiągnięcia i utrzymania silnej pozycji konkurencyjnej

²⁴ Ibidem, s. 98.

²⁵ Wskaźnik Międzygałęziowej Dostępności Transportowej (WMDT) pokazuje sumę relacji transportowych między ośrodkami, regionami, przy czym każda relacja uwzględnia czas przejazdu między ośrodkami A i B oraz znaczenie (atrakcyjność) tych ośrodków w systemie transportowym (potencjał demograficzny, ekonomiczny lub inny). Jednostki o wyższej wielkości wskaźnika charakteryzuje wyższa dostępność. Wskaźnik jest zbudowany na podstawie modelu potencjału, dla którego atrakcyjność celu podróży/przewozu (ludność w transporcie osób oraz ludność i PKB w transporcie towarów) maleje wraz z wydłużaniem się czasu podróży/przewozu. Dane dla wskaźnika pochodzą z badania zrealizowanego przez Polską Akademię Nauk. Zob. *Rozwój regionalny Polski...*

²⁶ G. Rosa, *Nowoczesny marketing...*, s. 109–110.

w zmieniającym się otoczeniu. Usługobiorcy są coraz bardziej wymagający w takich kwestiach, jak: jakość oferowanych usług, komfort podróży, bezpieczeństwo, dostarczanie bieżących informacji²⁷, nowoczesne technologie²⁸, obsługa klienta²⁹. Ponieważ na skutek zmian w otoczeniu zmieniają się potrzeby, preferencje i zachowania nabywcze podróżnych, przedsiębiorstwa konkurujące na rynku przewozów pasażerskich muszą prowadzić profesjonalną analizę rynku i preferencji nabywców w celu realizacji wartości najbardziej cenionych przez klientów. W dzisiejszych turbulentnych czasach tylko dopasowanie do klienta poprzez dogłębne zrozumienie jego potrzeb jest kluczem do zapewnienia obsługi na maksymalnym poziomie.

²⁷ A. Budziewicz-Guźlecka, *Oddziaływanie polityki społeczno-gospodarczej na zmiany polskiego rynku usług telekomunikacyjnych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2019.

²⁸ A. Budziewicz-Guźlecka, A. Drab-Kurowska, *The analysis of selected issues...*, s. 17–32.

²⁹ G. Radziejowska, *Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2011, s. 254.

ROZDZIAŁ 4

Wpływ pandemii COVID-19 na działalność przewoźników i organizatorów kolejowych przewozów pasażerskich

4.1. Zmiany na europejskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19

Wpływ pandemii COVID-19 na rynek przewozów pasażerskich można zaobserwować w całej Europie. W porównaniu z wynikami za I kwartał 2020 roku i II kwartał 2019 roku w poszczególnych krajach spadki liczby podróży wynosiły po kilkadziesiąt procent, a w niektórych, jak Irlandia czy Wielka Brytania, sięgały nawet powyżej 90%¹. Wpływ na to miały ograniczenia w przemieszczaniu się osób, wprowadzane w sposób mniej lub bardziej zdecydowany na terenie większości krajów europejskich. Zamknięte granice i „wygaszona” turystyka ograniczyły do minimum przemieszczanie się podróży między państwami. W latach 2019–2022, czyli w okresie rozprzestrzeniania się wirusa COVID-19, powstało wiele opracowań zawierających wyniki badań wpływu pandemii na rynek transportowy oraz jego otoczenie społeczno-gospodarcze w wymiarze międzynarodowym i krajowym.

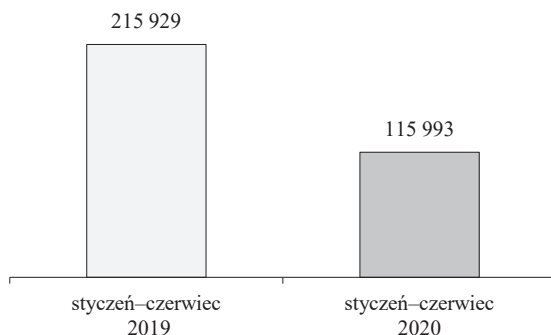
Badania przeprowadzone przez IRG-Rail, opublikowane w raporcie Urzędu Transportu Kolejowego² i porównujące I półrocze 2020 roku z tym samym okresem 2019 roku, pokazują spadki w pracy przewozowej liczonej dla przewozów pasażerskich w pasażerokilometrach. Dane zostały opracowane przez UTK na podstawie informacji otrzymanych z 21 państw (Austrii, Belgii, Chorwacji, Czech, Estonii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Litwy, Luksemburga, Łotwy, Niemiec, Polski, Portugalii, Rumunii, Słowacji, Słowenii, Szwajcarii, Szwecji, Węgier i Wielkiej Brytanii).

¹ Opracowano na podstawie: *Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r.*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16878,Wplyw-pandemii-COVID-19-na-rynek-kolejowy-w-2020-r.html> (dostęp: 22.07.2022).

² Ibidem, s. 6, 33.

W przypadku pracy przewozowej w transporcie pasażerskim spadek wynosi 46% – z blisko 216 mln pasażerokilometrów do niecałych 116 pasażerokilometrów.

Na rysunku 4.1 przedstawiono porównanie pracy przewozowej w transporcie pasażerskim w wybranych krajach zrzeszonych w IRG-Rail w I półroczu 2019 i 2020 roku.



Rysunek 4.1. Praca przewozowa w transporcie pasażerskim w wybranych krajach zrzeszonych w IRG-Rail w I półroczu 2019 i 2020 roku (mln pasażerokilometrów)

Źródło: *Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r.*, s. 34, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/16879,Wplyw-pandemii-COVID-19-na-rynek-kolejowy-w-2020-r.html> (dostęp: 22.07.2022).

Porównanie I półrocza 2020 i 2019 roku w zakresie wykonanej pracy przewozowej w transporcie pasażerskim wskazuje na jej spadek średnio o połowę. W zdecydowanej większości przyczyną tego były wprowadzone przez poszczególne państwa ograniczenia i restrykcje w zakresie przemieszczania się ludności.

Z dostępnych analiz europejskiego rynku kolejowego wynika, że jedynie w Holandii nie nastąpiło znaczące zmniejszenie przewozów pasażerskich w I i II kwartale 2020 roku. W tym okresie odnotowano spadek jedynie o 0,2% w stosunku do analogicznego okresu w 2019 roku. Największe zmniejszenie liczby pasażerów w transporcie kolejowym miało miejsce w Irlandii. Ich liczba zmniejszyła się z 12,43 mln w II kwartale 2019 roku do zaledwie 745 tys. w II kwartale 2020 roku, co stanowiło spadek aż o 94% pasażerów³.

³ Ibidem, s. 29.

W pozostałych państwach odnotowano podobne ogromne spadki liczby podróżnych. Były one zbliżone, ponieważ poszczególne państwa przyjęły podobne kroki dotyczące przeciwdziałania pandemii COVID-19.

Kolejne największe spadki odnotowały kraje, które najbardziej odczuły pierwszą falę pandemii⁴. Należały do nich Włochy, Francja i Hiszpania.

We Włoszech nastąpił największy w krajach Unii Europejskiej spadek liczby pasażerów – w I kwartale 2020 roku było o 26% mniej podróżnych niż w tym samym okresie przed rokiem. Było to efektem wprowadzenia bardziej zdecydowanych restrykcji w krótkim czasie. W II kwartale we Włoszech kolejami podróżowało około 175 mln pasażerów mniej, co oznacza spadek o 77% w stosunku do analogicznego okresu w 2019 roku. W I półroczu 2020 roku praca eksploatacyjna spadła o 33% w porównaniu z I półroczem 2019 roku. Po wzroście liczby pociągów w lutym 2020 roku w stosunku do 2019 roku w marcu i kwietniu odnotowano duże spadki (w kulminacyjnym kwietniu o około 160 tys. pociągów), po czym w kolejnych miesiącach nastąpił niewielki wzrost, jednak niezblizający się do wyników w 2019 roku⁵.

Na rynku francuskim odnotowano spadek liczby pasażerów o 25% w I kwartale i o 78% w II kwartale 2020 roku w stosunku do tych samych okresów w 2019 roku. Podobny procentowy spadek został odnotowany w Hiszpanii i Włoszech. We Francji liczba pasażerów spadła o ponad 262 mln w stosunku do 2019 roku. Podobnie jak w innych badanych krajach odnotowano też zmniejszenie pracy eksploatacyjnej: 40% w marcu, 85% w kwietniu i 65% w maju 2020 roku, także w odniesieniu do tego samego okresu w 2019 roku. W znaczący sposób spadła również liczba przejazdów – w kwietniu 2020 roku było ich o blisko 270 tys. mniej niż w analogicznym okresie sprzed roku.

Hiszpania zanotowała natomiast procentowy spadek liczby pasażerów w I kwartale 2020 roku, wynoszący 19% w porównaniu z I kwartałem 2019 roku. Dane za II kwartał pokazują, że zamknął się on spadkiem wynoszącym 78% w stosunku do tego samego okresu w 2019 roku. Dotyczy to jednak o ponad połowę mniejszej liczby pasażerów – 125 mln. Po wzroście liczby kursów w lutym

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem, s. 30.

w kwietniu liczba ich spadła o połowę, do blisko 75 tys. W kolejnych miesiącach odnotowano też dużo niższe wyniki⁶.

Na Słowacji odnotowano w II kwartale 2020 roku spadek liczby pasażerów o 61% w stosunku do II kwartału 2019 roku. Jest on porównywalny procentowo ze spadkiem w Polsce. W tym czasie z podróży transportem kolejowym zrezygnowało około 12,5 mln pasażerów, co spowodowało, że ich liczba spadła do niecałych 8 mln. Szybko wprowadzone restrykcje wpłynęły na znaczący spadek liczby podróży już w I kwartale 2020 roku – na poziomie 18%, czyli około 3,5 mln mniej niż w tym czasie przed rokiem. Na Słowacji, podobnie jak w innych państwach, zawieszone zostały pasażerskie połączenia międzynarodowe. Zniesione zostały również bezpłatne przejazdy koleją m.in. dla uczniów i studentów. Praca eksploatacyjna była mniejsza o 11% w całym I półroczu w stosunku do okresu sprzed roku. Chociaż jeszcze w lutym 2020 roku była ona wyższa niż w lutym 2019 roku, to od marca obserwowano już spadki. Kulminacja spadków, podobnie jak w Polsce, przypadła na kwiecień.

Podobna sytuacja wystąpiła w Czechach w I kwartale 2020 roku. Odnotowano wtedy w przewozach pasażerskich spadek o 17%, a w II kwartale o 48% w porównaniu z analogicznym okresem w 2019 roku. Około 24 mln pasażerów mniej podróżowała transportem kolejowym w II kwartale niż w analogicznym okresie w 2019 roku (spadek z ponad 50 mln do niecałych 26 mln pasażerów). Praca eksploatacyjna w marcu była mniejsza o 5% w porównaniu z marcem 2019 roku, w kwietniu 2020 roku spadła o 20% w stosunku do kwietnia 2019 roku. W kolejnych miesiącach ten spadek wyhamowywał. Łącznie w I półroczu 2020 roku wynik był o 4% gorszy niż w I półroczu 2019 roku.

W Niemczech zanotowano największy odpływ pasażerów w liczbach bezwzględnych w całej Unii Europejskiej. Statystycznie było ich mniej o 14% w I kwartale i o 59% w II kwartale niż w analogicznych okresach 2019 roku. W porównaniu z II kwartałem 2019 roku pasażerów było mniej o ponad 430 mln – przewoźnicy zanotowali spadek z 725,4 mln do 295 mln⁷.

Nie we wszystkich jednak krajach tendencje spadkowe były na podobnym poziomie. Węgry są jednym z kilku krajów, które odnotowały w I kwartale 2020 roku spadek mniejszy niż dwucyfrowy w przewozach pasażerskich (6% mniej niż

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem, s. 31.

w I kwartale 2019 roku). W II kwartale 2020 roku widoczna była wyraźna tendencja spadkowa, zamykająca się łączną liczbą niecałych 15,5 mln pasażerów w porównaniu z 37,5 mln w II kwartale 2019 roku (spadek o 59%)⁸. Litwa odnotowała spadek liczby pasażerów o 18% w I kwartale i o 57% w II kwartale 2020 roku w stosunku do I i II kwartału 2019 roku. W tym czasie z przewozów kolejowych skorzystało 573 tys. osób. Na Litwie koleją podróżuje najmniejsza liczba pasażerów w Unii Europejskiej, jeśli wziąć pod uwagę dane ilościowe. Na Łotwie w I kwartale 2020 roku spadek liczby pasażerów wyniósł 8%, w II kwartale 52% (łącznie 2,342 mln pasażerów)⁹. Estonia, podobnie jak wszystkie kraje nadbałtyckie, odnotowała podobną skalę problemu. Spadki w przewozach pasażerskich wyniosły 8% w I kwartale i 55% w II kwartale (łącznie 978 tys. osób, czyli spadek o 1,185 mln pasażerów)¹⁰.

Szczególnie ciekawym przypadkiem podejścia do ograniczeń związanych z pandemią jest Szwecja, która odmiennie niż pozostałe kraje europejskie nie wprowadziła lockdownu. Pomimo braku restrykcyjnych ograniczeń w przemieszczaniu się i w funkcjonowaniu gospodarki dane porównawcze są na poziomie pozostałych państw, w których obostrzenia były bardziej zdecydowane. Spadek na poziomie 9% liczby pasażerów w I kwartale 2020 roku stawia Szwecję w czołówce państw, które w najmniejszy sposób odczuły zmiany na rynku kolejowym. Dane za II kwartał 2020 roku wskazują jednak na spadek już o 56% i zamykają się w liczbie 37,5 mln pasażerów mniej niż w analogicznym okresie 2019 roku. Liczba pasażerów zmniejszyła się w tym czasie z prawie 67 mln do 29,5 mln¹¹.

Finlandia w II połowie 2020 roku odnotowała sukcesywny spadek zachorowań. W marcu i kwietniu wprowadzono lockdown oraz zakaz podróżowania do i ze stolicy. W tym czasie odnotowano spadek liczby pasażerów o 17% w I kwartale i o 52% w II kwartale do poziomu 10,7 mln pasażerów z wcześniejszych 22,5 mln¹².

⁸ Ibidem.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

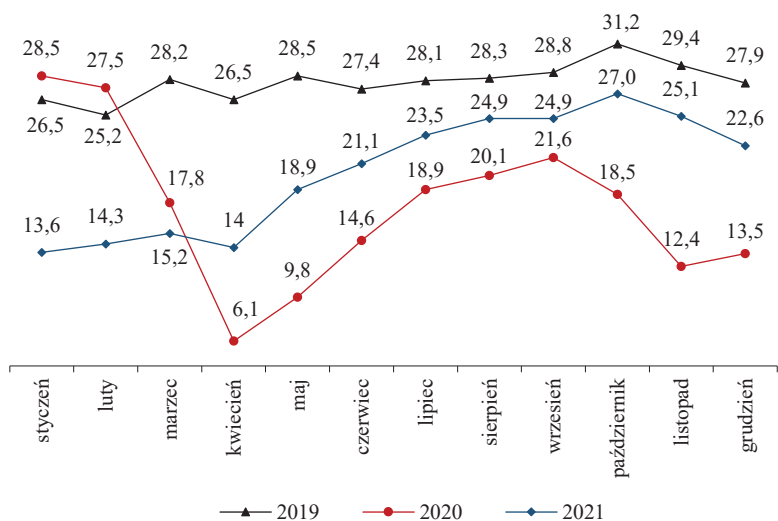
¹¹ Ibidem, s. 32.

¹² Ibidem.

4.2. Zmiany na polskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19

Sytuacja na rynku pasażerskich przewozów kolejowych uległa zmianie w latach 2019–2021, głównie z powodu wprowadzonych obostrzeń i ograniczeń spowodowanych rozwojem koronawirusa. W okresie lockdownu w kwietniu 2020 roku mobilność Polaków spadła niemal czterokrotnie. W drugiej fali pandemii, jesienią 2020 roku, nastąpiło kolejne zmniejszenie mobilności Polaków o ponad połowę, wywołane pandemicznymi obostrzeniami¹³. Wpływ na spadek przewozów miały również decyzje dotyczące delegowania na pracę zdalną pracowników, którzy stanowią zdecydowaną większość pasażerów w transporcie kolejowym.

Sytuację tę obrazuje rysunek 4.2, na którym przedstawiono zmiany liczby pasażerów w latach 2019–2021 w poszczególnych miesiącach. Krytycznymi miesiącami były kwiecień i listopad 2020 roku.



Rysunek 4.2. Porównanie liczby pasażerów w latach 2019–2021 w poszczególnych miesiącach (mln osób)

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

¹³ Stress test zaliczony. Mikromobilność w Polsce 2020, <http://mobilne-miasto.org/stress-test-zaliczony-mikromobilnosc-w-polsce-2020> (dostęp: 22.07.2022).

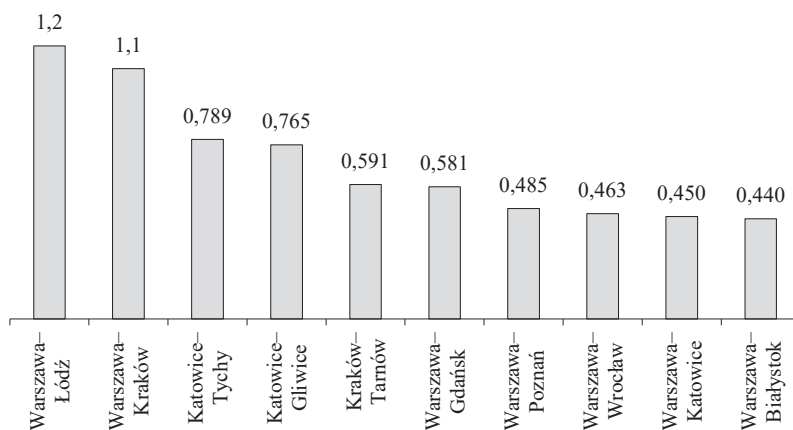
W tabeli 4.1 i na rysunkach 4.3 i 4.4 przedstawiono charakterystykę najpopularniejszych relacji podróży koleją według:

- łącznej liczby pasażerów w 2020 roku (tab. 4.1),
- liczby przewiezionych pasażerów w 2020 roku (rys. 4.3),
- liczby przewiezionych pasażerów w ciągu typowego dnia w 2020 roku (rys. 4.4).

Tabela 4.1. Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według łącznej liczby pasażerów w 2020 roku

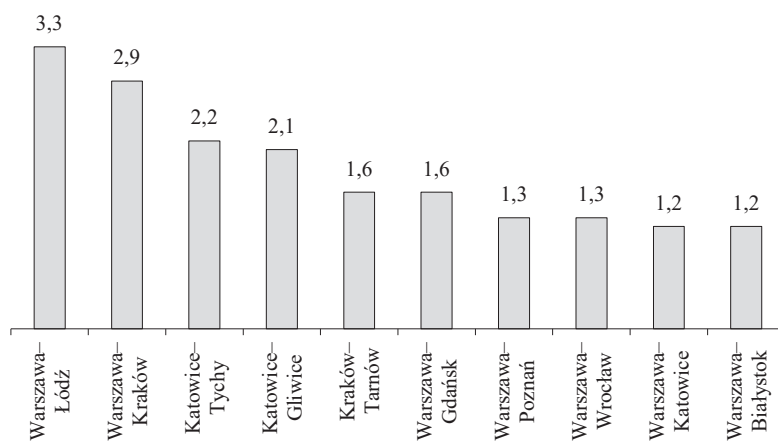
Relacja	Liczba pasażerów kolei	Liczba pasażerów kolei na dzień	Sprzedaż biletów, w tym		Udział procentowy w ogólnej liczbie pasażerów	Relacyjny wskaźnik wykorzystania kolei
			bilety jednorazowe	bilety okresowe		
			%			
Warszawa–Łódź	1,2 mln	3,3 tys.	61,3	38,7	0,57	0,485
Warszawa–Kraków	1,1 mln	2,9 tys.	99,9	0,1	0,53	0,418
Katowice–Tychy	789 tys.	2,2 tys.	64,1	35,9	0,38	1,878
Katowice–Gliwice	765 tys.	2,1 tys.	67,4	32,6	0,37	1,623
Kraków–Tarnów	591 tys.	1,6 tys.	61,9	38,1	0,28	0,666
Warszawa–Gdańsk	581 tys.	1,6 tys.	100,0	–	0,28	0,257
Warszawa–Poznań	485 tys.	1,3 tys.	99,9	0,1	0,23	0,208
Warszawa–Wrocław	463 tys.	1,3 tys.	100,0	–	0,22	0,190
Warszawa–Katowice	450 tys.	1,2 tys.	99,9	0,1	0,21	0,216
Warszawa–Białystok	440 tys.	1,2 tys.	95,1	4,9	0,21	0,211

Źródło: *Konkurencyjność kolei*, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18806,Konkurencyjnosc-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).



Rysunek 4.3. Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według liczby przewiezionych pasażerów w 2020 roku (mln)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 4.1.

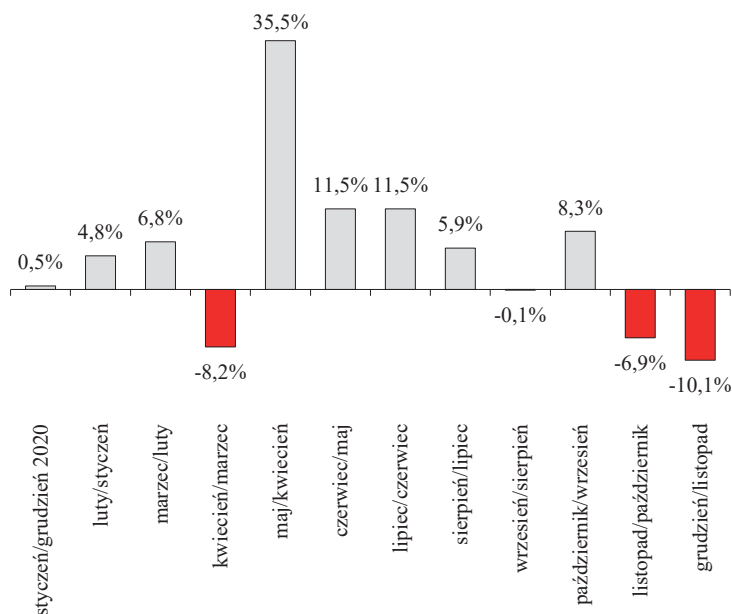


Rysunek 4.4. Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według liczby przewiezionych pasażerów w ciągu typowego dnia w 2020 roku (tys.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 4.1.

W 2021 roku sytuacja nieco się poprawiła, jednakże spadki nastąpiły ponownie w kwietniu i od października do grudnia. Niestabilność przewozów wynikająca ze zmiennej liczby pasażerów wpłynęła niekorzystnie na zakres oferty i kondycję finansową przewoźników.

Na rysunku 4.5 przedstawiono dynamikę zmiany liczby pasażerów w 2021 roku w stosunku do miesiąca poprzedniego.



Rysunek 4.5. Dynamika zmiany liczby pasażerów w 2021 roku w stosunku do miesiąca poprzedniego

Źródło: Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).

W tabeli 4.2 przedstawiono wykaz wydanych decyzji realizacji połączeń kolejowych w konkretnych relacjach w latach 2019–2021. Przewozy te w zasadzie nie były realizowane z powodu kryzysu epidemicznego, wprowadzanych ograniczeń lub z powodu wynikającej z nich braku rentowności.

Tabela 4.2. Decyzje o przyznaniu otwartego dostępu w relacjach krajowych (ważne w rocznym rozkładzie jazdy pociągów 2019–2020 oraz 2020–2021)

Przewoźnik	Relacje	Czy połączenie było realizowane w latach 2019–2020 oraz 2020–2021	Odstępstwa od realizacji
1	2	3	4
Arriva	Wejherowo–Chełm–Wejherowo, Olsztyn Główny–Szczecin Niebuszewo–Olsztyn Główny, Wejherowo–Kielce Białogon–Wejherowo, Bydgoszcz Główna–Hel–Bydgoszcz Główna, Hel–Władysławowo–Hel, Wejherowo–Warszawa Lotnisko Chopina–Wejherowo	nie	przewozy nie były realizowane z powodu kryzysu epidemicznego lub ograniczeń na sieci kolejowej PKP PLK
	Łódź Kaliska–Szczecin Niebuszewo–Łódź Kaliska, Wrocław Główny–Szczecin Niebuszewo–Wrocław Główny, Łódź Kaliska–Chełm–Łódź Kaliska, Wejherowo–Katowice–Wejherowo		brak danych
Koleje Dolnośląskie	Wrocław Główny–Tuplice–(granica państwa)–Tuplice–Wrocław Główny	tak	przewozy nie były realizowane przez część 2020 roku z powodu kryzysu epidemicznego
Koleje Mazowieckie	Warszawa Zachodnia–Ustka–Warszawa Zachodnia	nie	przewozy nie były realizowane z powodu kryzysu epidemicznego
	Warszawa Wschodnia–Kraków Główny–Warszawa Wschodnia		przewozy nie były realizowane z powodu braku rentowności
POLREGIO	Katowice–Zator (Przeciszów)–Katowice, Wrocław Główny–Ostrowiec Świętokrzyski–Wrocław Główny	tak	

1	2	3	4
	Łódź Kaliska–Gdynia Główna–Łódź Kaliska, Lublin Główny–Terespol–Lublin Główny, Białystok–Lublin Główny–Białystok, Kraków Główny–Przemyśl Główny–Kraków Główny, Przemyśl Główny–Lublin Główny–Przemyśl Główny, Gdynia Główna–Poznań Główny–Gdynia Główna, Gdynia Główna–Wrocław Główny–Gdynia Główna, Gdańsk Główny–Kołobrzeg–Gdańsk Główny, Olsztyn Główny–Kołobrzeg–Olsztyn Główny, Białystok–Zielona Góra Główna–Białystok, Wieliczka Rynek Kopalnia–Kraków Lotnisko–Wieliczka Rynek Kopalnia	nie	brak danych
	Częstochowa–Katowice–Częstochowa, Katowice–Gdynia Główna–Katowice, Kraków Główny–Zator (Przeciszów)–Kraków Główny, Wrocław Główny–Kołobrzeg–Wrocław Główny, Wrocław Główny–Świnoujście–Wrocław Główny, Łódź Kaliska–Kraków Główny–Łódź Kaliska		przewozy nie były realizowane z powodu kryzysu epidemicznego
PKP Cargo	Chabówka–Kasina Wielka–Chabówka	tak	
PKP Intercity	Zakopane–Gdynia Główna–Zakopane, Warszawa Wschodnia–Szczecin Główny/Świnoujście–Warszawa Wschodnia, Gdynia Główna–Gliwice–Gdynia Główna, Łódź Kaliska–Hel–Łódź Kaliska, Przemyśl Główny–Kołobrzeg–Przemyśl Główny, Gdynia Główna–Bielsko-Biała Główna–Gdynia Główna, Słupsk–Ustka–Słupsk, Lębork–Łeba–Lębork, Warszawa Wschodnia–Jelenia Góra Główna–Warszawa Wschodnia	tak	w ramach otwartego dostępu uruchamiana była tylko część zgłoszonych pociągów
	Warszawa Wschodnia–Chałupki–(granica państwa)–Chałupki–Warszawa Wschodnia, Gdynia Główna–Zebrzydowice–(granica państwa)–Zebrzydowice–Gdynia Główna, Kunowice–Chałupki–(granica państwa)–Chałupki–Kunowice		
	(granica państwa)–Zebrzydowice–Terespol–(granica państwa)–Terespol–Zebrzydowice–(granica państwa), (granica państwa)–Kunowice–Terespol–(granica państwa)–Terespol–Kunowice–(granica państwa)		przewozy nie były realizowane w 2020 roku z powodu kryzysu epidemicznego
	Warszawa Wschodnia–Zielona Góra Główna–Warszawa Wschodnia	nie	brak danych

Źródło: *Konkurencyjność kolei*, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18806,Konkurencyjnosc-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).

Głównym celem przewoźników i organizatorów publicznego transportu w latach 2019–2021 było utrzymanie jak największej oferty obsługiwanych stacji i przystanków, jednak ograniczenia w poruszaniu się wynikające z pandemii spowodowały, że nie było to możliwe. Czas pandemii zbiegł się również z okresem intensywnych prac na infrastrukturze głównego zarządcy, co znacząco wpływało na kształtowanie się oferty przewozowej.

Konsekwencje oddziaływania wymienionych zjawisk odzwierciedliły się w funkcjonowaniu głównych podmiotów działających na tym rynku w latach 2019–2020¹⁴. Analizując funkcjonowanie transportu w tym okresie, można zauważyć, że w ruchu krajowym przewoźnicy znacznie ograniczyli swoją działalność, a w ruchu międzynarodowym połączenia zostały całkowicie zawieszone. Szczególnie dotknięty w tym zakresie został przewoźnik PKP Intercity. W przypadku wielu połączeń obsługujących dojazd do miejsc pracy i szkół przywrócenie oferty zbliżonej do czasu sprzed pandemii nastąpiło dopiero we wrześniu.

Utrzymanie połączeń przez POLREGIO w wielu mniejszych miejscowościach było i jest praktycznie jedyną możliwością podróży transportem zbiorowym. Jednakże również tego przewoźnika dotknęła pandemia i wprowadzane obostrzenia. Głównie w kwietniu i maju 2020 roku została ograniczona obsługa części stacji krajowych. Podobnie jak PKP Intercity przewozy POLREGIO funkcjonowały bez większych zakłóceń jedynie w okresie letnim. SKM w Warszawie była natomiast jedynym przewoźnikiem, w przypadku którego w kwietniu i maju 2020 roku nie odnotowano wpływu pandemii koronawirusa na liczbę połączeń. Przewoźnik zmniejszył liczbę zatrzymań w okresie lipca i sierpnia, kiedy mobilność transportowa pasażerów związana np. z dojazdami do miejsc pracy jest tradycyjnie mniejsza.

4.3. Instrumenty wsparcia przewozów kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19

Pandemia COVID-19 w bardzo dużym stopniu wpłynęła na rynek kolejowy w 2020 roku. Trudności finansowe i organizacyjne, na jakie napotkały przedsiębiorstwa kolejowe, okazały się dla nich praktycznie nie do pokonania, stąd też w poszczególnych

¹⁴ Opracowano na podstawie: *Wpływ pandemii COVID-19...*, s. 10–13.

krajach, podobnie jak w Polsce, rządy wdrażały różne plany i programy pomocowe dla tego sektora. Trudności te zostały dostrzeżone również przez instytucje Unii Europejskiej, które zaproponowały określone formy wsparcia¹⁵:

1. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej przyjęły 7 października 2020 roku Rozporządzenie ustanawiające środki na rzecz zrównoważonego rynku kolejowego w związku z pandemią COVID-19. Powstały przepisy pozwalające państwom członkowskim na wsparcie sektora w postaci zwolnienia z niektórych opłat za korzystanie z infrastruktury, przy jednoczesnym zachowaniu terminów zwrotu kosztów podmiotom udostępniającym infrastrukturę.
2. Unia Europejska przyjęła zalecenia w sprawie przedłużenia terminu transpozycji dyrektywy o bezpieczeństwie kolei i dyrektywy o interoperacyjności z IV pakietu kolejowego z 16 czerwca 2020 roku na 31 października 2020 roku. Działanie to miało na celu wydłużenie czasu na dostosowanie się sektora kolejowego do nowych przepisów.

W celu złagodzenia wpływu pandemii na kondycję rynku kolejowego i ograniczenia strat finansowych przewoźników kolejowych w Polsce wprowadzono następujące instrumenty wsparcia¹⁶:

1. Zarządca infrastruktury kolejowej w Polsce – PKP PLK zawiesił pobieranie opłat rezerwacyjnych za rezygnację z przyznanej przepustowości oraz pobierania kar za uruchomienie przez przewoźników pociągów z innym pojazdem trakcyjnym niż zaplanowany lub zwiększoną masą brutto pociągu. Działania te miały pomóc przewoźnikom dotkniętym spadkiem popytu w przewozach pasażerskich.
2. W maju 2020 roku wprowadzono tzw. Tarczę 3.0, czyli zmiany do Ustawy z 2 marca 2020 roku o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19. Instrument ten umożliwił udzielanie wsparcia finansowego z budżetu państwa oraz z Funduszu Przeciwdziałania COVID-19 przewoźnikom realizującym umowy o świadczenie usług w zakresie publicznego transportu zbiorowego w wojewódzkich, międzywojewódzkich oraz międzynarodowych kolejowych przewozach pasażerskich.
3. Wypłacono przewoźnikom środki z limitu dotacji na wyrównanie przychodów utraconych w związku z honorowaniem ustawowych ulg biletowych.

¹⁵ Ibidem, s. 26–27.

¹⁶ Ibidem, s. 27.

4. Przekazano (Minister Infrastruktury) przewoźnikom wsparcie na finansowanie rekompensaty z tytułu realizacji umowy o świadczenie usług w publicznym transporcie zbiorowym (przy spełnieniu określonych warunków). Ze specustawy covidowej wynikało, że na wsparcie pasażerskich przewozów kolejowych z Funduszu Przeciwdziałania COVID-19 zarezerwowane było łącznie 900 mln zł. Środki systematycznie są wypłacane przewoźnikom.
5. Przewidziano również wprowadzenie do ustawy o publicznym transporcie zbiorowym mechanizmu pozwalającego operatorowi na realizowanie przewozów w międzywojewódzkim i międzynarodowym transporcie kolejowym komunikacją zastępczą za pomocą transportu drogowego, z zachowaniem prawa do rekompensaty (w tym rekompensat związanych ze stosowaniem ulg ustawowych). Mechanizm ten miał obowiązywać w okresie i na obszarze obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego, stanu epidemii albo stanu nadzwyczajnego.
6. 7 października 2020 roku przyjęte zostało Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej ustanawiające w szerokim zakresie przestrzennym na poziomie Unii Europejskiej przepisy na rzecz zrównoważonego rynku kolejowego w związku z pandemią COVID-19 (COM/2020/260). Na jego podstawie państwa członkowskie zostały zobowiązane do przyznania rekompensaty odpowiadającej stracie finansowej powstałej w wyniku zastosowania mechanizmów przewidzianych w rozporządzeniu.
7. W listopadzie 2020 roku wpłynął do Sejmu rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy w zakresie szczególnych rozwiązań związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, zakładający dalsze wsparcie finansowe przewozów pasażerskich w transporcie kolejowym za miesiąc obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego albo stanu epidemii. Projekt ustawy daje również możliwość niepobierania przez zarządcę infrastruktury części opłaty podstawowej, jaką stanowi *mark-up*, pobieranie przy spełnieniu określonych warunków wyłącznie opłaty podstawowej za dostęp do infrastruktury obniżonej o nie więcej niż 50% wysokości, ubieganie się przez zarządcę o pomoc finansową z Funduszu Przeciwdziałania COVID-19 w wysokości odpowiadającej wysokości przychodów utraconych z tytułu niepobrania albo obniżenia opłat.

4.4. Elementy bezpieczeństwa w przewozach kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19

Od początku stanu epidemii Urząd Transportu Kolejowego zaangażowany był w zapewnienie bezpieczeństwa pasażerom i pracownikom kolei¹⁷. Na początku marca zorganizował spotkanie dotyczące przygotowania kolei na zagrożenie związane z koronawirusem. W rozmowach uczestniczyli przedstawiciele Niemiec, Czech, Słowacji, Ukrainy, Białorusi, Litwy i Rosji. Obecni byli także reprezentanci Głównego Inspektora Sanitarnego, Ministerstwa Infrastruktury, Rządowego Centrum Bezpieczeństwa, Straży Granicznej oraz przewoźników, zarządców infrastruktury i dworców. Część uczestników brała udział w rozmowach dzięki wideokonferencji. Zostały przedstawione i omówione procedury stosowane na polskiej kolei oraz dodatkowe środki wdrożone zgodnie z zaleceniami Głównego Inspektora Sanitarnego.

Kontrole inspektorów UTK potwierdziły, że załogi pociągów międzynarodowych i tzw. lotniskowych, pracownicy kas i ochrony dworców znają wytyczne dotyczące działania w przypadku podejrzenia zarażenia koronawirusem. Drużyny konduktorskie w pociągach międzynarodowych wyposażone były w rękawiczki oraz maseczki, które w sytuacji tego wymagającej mogły przekazać osobie z podejrzeniem zakażenia koronawirusem. W trakcie niemal kilkudziesięciu działań nadzorczych sprawdzana była również dostępność w pociągach i na dworcach informacji GIS dla podróżnych wracających z rejonów zagrożonych zachorowaniem na COVID-19¹⁸. W 2020 roku w UTK przygotowano niemal 300 dziennych raportów na podstawie danych przekazywanych z rynku kolejowego, które dotyczyły wypełnienia pociągów, rezygnacji z przewidzianych w rozkładzie połączeń i stwierdzonych zachorowań wśród pracowników przedsiębiorstw kolejowych. Przygotowywane codziennie zbiorcze opracowania przekazywane były m.in. do Ministerstwa Infrastruktury i pozwalały zorientować się w bieżącej sytuacji.

W trakcie pierwszej fali pandemii UTK odpowiadał za rozdysponowanie do spółek kolejowych środków ochrony osobistej z zasobów Agencji Rezerw Materiałowych. Zarówno przedsiębiorcy, jak i pasażerowie kolei na stronie internetowej UTK mogli znaleźć aktualne komunikaty dotyczące wytycznych, zaleceń i zmian w prawie związanych ze stanem epidemii. UTK włączyło się w akcję #zawszeNaSłużbie,

¹⁷ Ibidem, s. 27–28.

¹⁸ Ibidem.

a w ramach projektu Deklaracji Kultury bezpieczeństwa w transporcie kolejowym powstało filmowe podziękowanie dla kolejarzy za ich nieprzerwaną pracę w czasie epidemii.

Systemowe działania prowadzone przez przewoźników i organizatorów przewozów kolejowych skutkowały wzrostem zaufania społecznego i pozytywnym wizerunkiem społecznym.

ROZDZIAŁ 5

Wpływ pandemii COVID-19 na decyzje podróżnych w kontekście wyników badań własnych

5.1. Metodyka badania i statystyki opisowe

Badanie przeprowadzono w styczniu 2022 roku z wykorzystaniem metody CAWI na reprezentatywnej próbie $N = 1129$ dorosłych mieszkańców Polski w przedziale wiekowym od 15 do 60 lat. Próba kontrolowana była pod względem zmiennych społeczno-demograficznych: płci, wieku, wielkości miejscowości zamieszkania. Losowo-kwotowy dobór próby związany ze specyfiką badań z wykorzystaniem metody CAWI zastosowano przy ankietyzacji online. Na podstawie danych uzyskanych z Głównego Urzędu Statystycznego określono strukturę demograficzną w Polsce osób w wieku od 15 lat. Wykorzystując wzór na niezbędną liczebność próby, a także przyjmując wcześniej podany poziom istotności oraz maksymalny dopuszczalny błąd szacunku, wyznaczono docelową liczebność próby badawczej na poziomie 1067 respondentów. Uwzględniając wcześniejszą informację o strukturze badanej populacji, wyznaczono preferowaną liczbę ankiet, które powinny być skierowane do określonej grupy respondentów. Pozwoliło to w określony sposób na kontrolowanie próby badawczej ze względu na jej strukturę.

W celu zwiększania trafności analizy danych ilościowych zbadano występowanie poziomu istotności statystycznej zależności między zmiennymi. Posłużono się w tym celu m.in. testem chi kwadrat, testem Kruskala-Wallisa oraz współczynnikiem korelacji Spearmana.

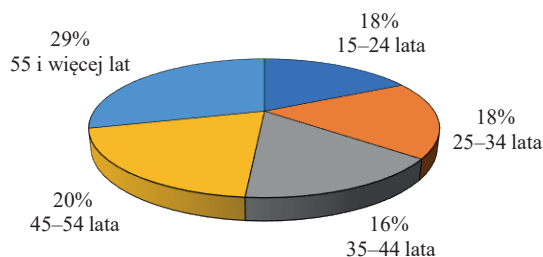
W badaniu wzięło udział 579 kobiet (51%) oraz 550 mężczyzn (49%). Wiek respondentów przedstawiono w tabeli 5.1 i na rysunku 5.1. Jak widać, po niespełna 18% uczestników należało do grup wiekowych 15–24 lata oraz 25–34 lata, 16% miało pomiędzy 35 a 44 lata, a 29% uczestników badania miało przynajmniej 55 lat. Mediana dla tej zmiennej to 35–44 lata.

Badanie zostało przeprowadzone przez podmiot zewnętrzny wyłoniony w postępowaniu przetargowym Uniwersytetu Szczecińskiego – „Ariadna – Ogólnopolski Panel Badawczy” ze środków projektu finansowanego w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nazwą „Regionalna Inicjatywa Doskonałości” w latach 2019–2022, nr projektu 001/RID/2018/19.

Tabela 5.1. Wiek uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Wiek	<i>N</i>	Procent
15–24 lata	200	18
25–34 lata	203	18
35–44 lata	177	16
45–54 lata	222	20
55 i więcej lat	327	29
<i>Me</i>	35–44 lata	
<i>Md</i>	55 lat i więcej	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.1. Wiek uczestników badania – odsetki wskazań

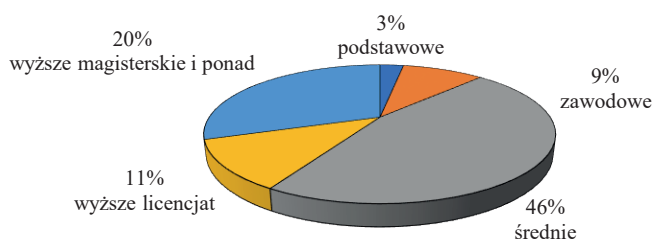
Źródło: badania własne, *N* = 1129.

Wykształcenie uczestników badania zestawiono w tabeli 5.2 i na rysunku 5.2. Niemal połowa respondentów (46%) miała wykształcenie średnie. Drugą co do liczebności grupą były osoby z wykształceniem przynajmniej magisterskim (20%). 11% miało dyplom licencjata, 9% ukończyło szkołę zawodową, a 3% – jedynie podstawową.

Tabela 5.2. Wykształcenie uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Wykształcenie	<i>N</i>	Procent
Podstawowe	31	3
Zawodowe	107	9
Średnie	522	46
Wyższe licencjat	129	11
Wyższe magisterskie i ponad	340	20
<i>Me</i>	średnie	
<i>Md</i>	średnie	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.2. Wykształcenie uczestników badania – odsetki wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

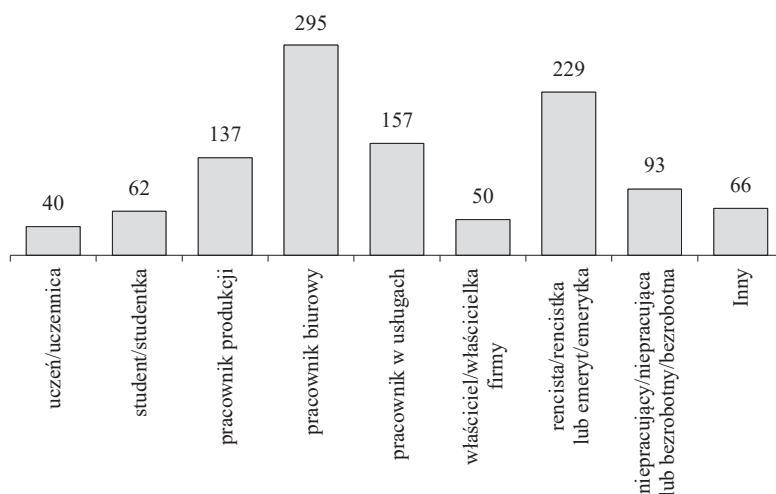
Odpowiedzi dotyczące statusu zawodowego uczestników badania zostały przedstawione w tabeli 5.3 i na rysunku 5.3. Największa grupa, bo ponad jedna czwarta (26%) respondentów, wykonywała pracę biurową, a jedna piąta (20%) była na rencie lub emeryturze. Najrzadziej wskazywane odpowiedzi to uczeń lub uczennica (4%), student lub studentka (5%) oraz właściciel lub właścicielka firmy (4%).

Tabela 5.3. Status zawodowy uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną (*Md*)

Status zawodowy	<i>N</i>	Procent
1	2	3
Uczeń/uczennica	40	4
Student/studentka	62	5

1	2	3
Pracownik produkcji	137	12
Pracownik biurowy	295	26
Pracownik w usługach	157	14
Właściciel/właścicielka firmy	50	4
Rencista/rencistka lub emeryt/emerytka	229	20
Niepracujący/niepracująca lub bezrobotny/bezrobotna	93	8
Inny	66	6
<i>Md</i>	pracownik biurowy	

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.3. Status zawodowy uczestników badania – liczby wskazań

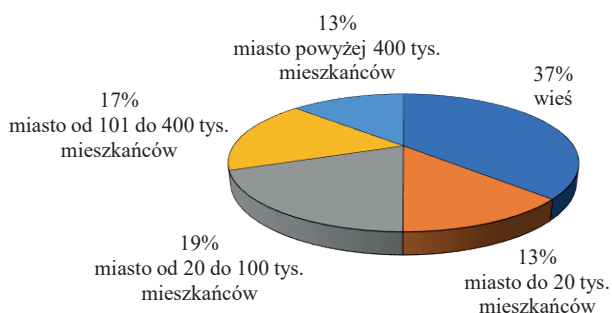
Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Kolejne pytanie dotyczyło wielkości miejsca zamieszkania uczestników badania. Z tabeli 5.4 i na rysunku 5.4 odpowiedzi na pytanie o wielkość miejsca zamieszkania wynika, że ponad jedna trzecia uczestników badania (37%) mieszkała na wsi. Niemal co piąty respondent (19%) mieszkał w mieście liczącym od 20 do 100 tys. mieszkańców. 17% – w mieście od 101 do 400 tys. mieszkańców. Po nieco ponad 13% respondentów wskazało miasta poniżej 20 tys. mieszkańców i powyżej 400 tys. mieszkańców.

Tabela 5.4. Wielkość miejsca zamieszkania uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Miejsce zamieszkania	<i>N</i>	Procent
Wieś	418	37
Miasto do 20 tys. mieszkańców	147	13
Miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców	218	19
Miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców	197	17
Miasto powyżej 400 tys. mieszkańców	149	13
<i>Me</i>	miasto do 20 tys. mieszkańców	
<i>Md</i>	wieś	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.4. Wielkość miejsca zamieszkania uczestników badania – odsetki wskazań

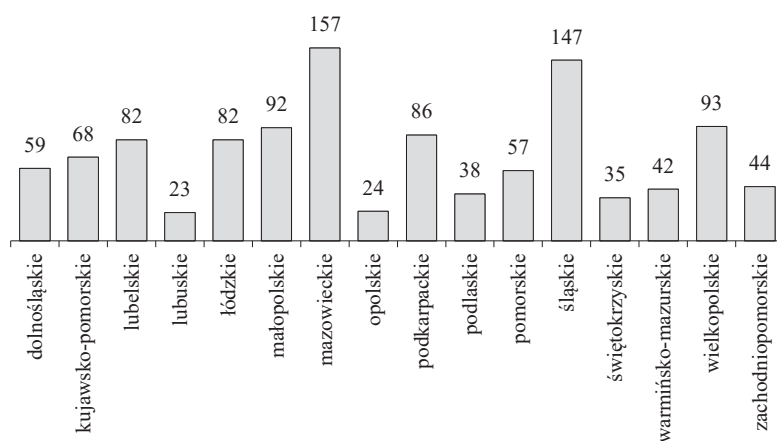
Źródło: badania własne, *N* = 1129.

W tabeli 5.5 i na rysunku 5.5 zawarto podsumowanie odpowiedzi na pytanie dotyczące województwa, w którym mieszkają uczestnicy badania. Najwięcej, bo 14% respondentów, mieszkało w województwie mazowieckim. Niewiele mniej – 13% w województwie śląskim. Wskazania pozostałych województw nie przekroczyły 10%. Najmniej osób wskazało województwa lubuskie (2%) i opolskie (2%).

Tabela 5.5. Województwo zamieszkania uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną (*Md*)

Województwo zamieszkania	<i>N</i>	Procent
Dolnośląskie	59	5
Kujawsko-pomorskie	68	6
Lubelskie	82	7
Lubuskie	23	2
Łódzkie	82	7
Małopolskie	92	8
Mazowieckie	157	14
Opolskie	24	2
Podkarpackie	86	8
Podlaskie	38	3
Pomorskie	57	5
Śląskie	147	13
Świętokrzyskie	35	3
Warmińsko-mazurskie	42	4
Wielkopolskie	93	8
Zachodniopomorskie	44	4
<i>Md</i>	mazowieckie	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.5. Województwo zamieszkania uczestników badania – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

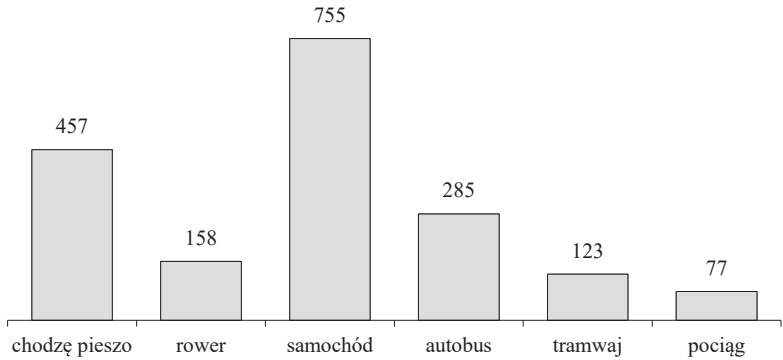
5.2. Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych

Uczestnicy badania zostali zapytani o preferowane sposoby przemieszczania się. Było to pytanie wielokrotnego wyboru, w związku z czym odsetki odpowiedzi nie sumują się do 100%. Zdecydowanie najczęściej, bo dwie trzecie respondentów (67%), wskazało samochód. Aż 40% odpowiedziało, że chodzi pieszo, natomiast 25% korzysta z autobusów. Po nieco ponad 10% wybiera rower (14%) lub tramwaj (11%). Najrzadziej wybieranym środkiem transportu był natomiast pociąg (7%). Informacje te przedstawiono w tabeli 5.6 i na rysunku 5.6. Częstości wskazań zostały porównane z wykorzystaniem testu chi kwadrat. Okazał się on istotny statystycznie

Tabela 5.6. Wybór środków transportu – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną (*Md*)

Środek transportu	<i>N</i>	Procent
Chodzę pieszo	457	40
Rower	158	14
Samochód	755	67
Autobus	285	25
Tramwaj	123	11
Pociąg	77	7
<i>Md</i>	samochód	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.6. Wybór środków transportu – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

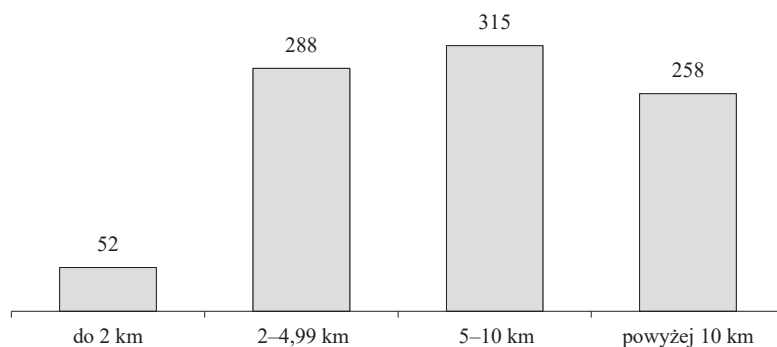
($\chi^2 = 1481,60$; $df = 5$; $p < 0,001$), co oznacza, że istnieją znaczące różnice pomiędzy częstościami wyborów poszczególnych środków transportu.

Uczestnicy badania zostali zapytani o to, na jakich średnio dystansach podróżują, korzystając z poszczególnych rodzajów środków transportu. Zestawienia znajdują się w tabelach 5.7–5.10 oraz na rysunkach 5.7–5.10. Te osoby, które nie korzystały z danego typu transportu, nie odpowiadały na związane z nim pytania i w związku z tym nie będą brane pod uwagę w dotyczących go analizach.

Tabela 5.7. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (Me) i modalną (Md)

Średnia odległość	N	Procent ważnych
Do 2 km	52	6
2–4,99 km	288	32
5–10 km	315	35
Powyżej 10 km	258	28
Nie dotyczy	216	–
Me	5–10 km	
Md	5–10 km	

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.7. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

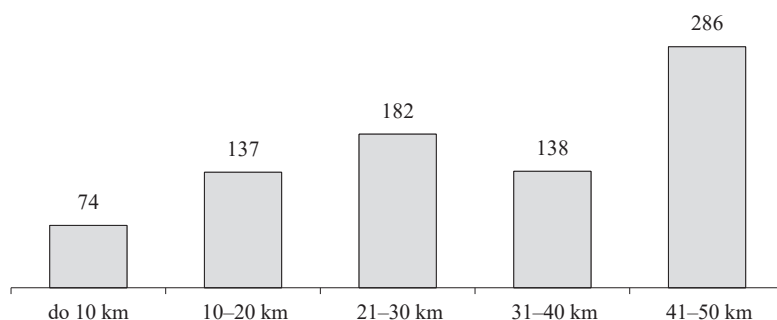
Jak widać w tabeli 5.7, która dotyczy średniej odległości podróży w publicznym transporcie, najczęstszy średni dystans to od 5 do 10 km (35%). Była to też mediana odpowiedzi. Niemal jedna trzecia wybierała nieco krótsze dystanse (2 do 4,99 km), a 28% – dystanse powyżej 10 km. Najmniej osób (6%) przemieszczało się w odległości do 2 km.

Jak wynika z tabeli 5.8, w transporcie regionalnym najczęściej wskazywanym dystansem było 41–50 km (35%), jednak połowa uczestników badania wybrała dystanse do 40 km. Najmniej osób, bo 9%, korzystało z publicznego transportu

Tabela 5.8. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie regionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Średnia odległość	<i>N</i>	Procent ważnych
Do 10 km	74	9
10–20 km	137	17
21–30 km	182	22
31–40 km	138	17
41–50 km	286	35
Nie dotyczy	312	–
<i>Me</i>	31–40 km	
<i>Md</i>	41–50 km	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.8. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie regionalnym – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

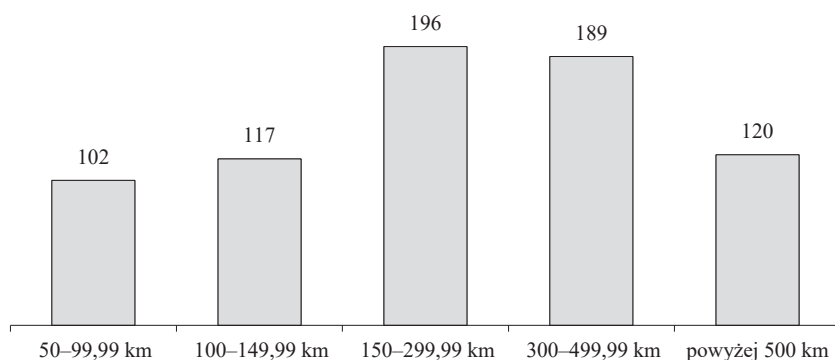
regionalnego na dystansie mniejszym niż 10 km. Po 17% jeździło 10–20 km oraz 31–40 km, natomiast 22% podróżowało na odległość 21–30 km.

Jak widać w tabeli 5.9, osoby korzystające z publicznego transportu ponadregionalnego najczęściej podróżowały na dystansie 150–299,99 km (27%), co stanowiło również medianę odpowiedzi. Niewiele mniej, bo 26% respondentów, odpowiedziało, że średnia długość ich podróży to 300–499,99 km. Najmniej, bo 14% uczestników badania, przeciętnie jeździło 50–99,99 km publicznym transportem ponadregionalnym, 16% wskazało natomiast dystanse od 100 do 149,99 km, a 17% – powyżej 500 km.

Tabela 5.9. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie ponadregionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Średnia odległość	<i>N</i>	Procent ważnych
50–99,99 km	102	14
100–149,99 km	117	16
150–299,99 km	196	27
300–499,99 km	189	26
Powyżej 500 km	120	17
Nie dotyczy	405	–
<i>Me</i>	150–299,99	
<i>Md</i>	150–299,99	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



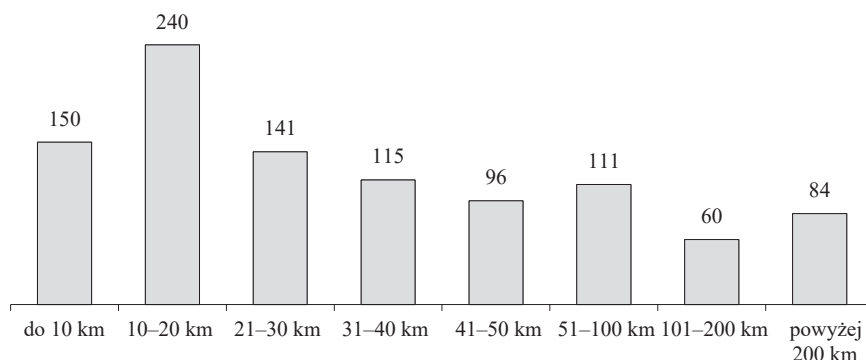
Rysunek 5.9. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie ponadregionalnym – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

Tabela 5.10. Średnia odległość podróży w prywatnym transporcie indywidualnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalną (*Md*)

Średnia odległość	<i>N</i>	Procent ważnych
Do 10 km	150	15
10–20 km	240	24
21–30 km	141	14
31–40 km	115	12
41–50 km	96	70
51–100 km	111	11
101–200 km	60	6
Powyżej 200 km	84	8
Nie dotyczy	132	–
<i>Me</i>	21–30 km	
<i>Md</i>	10–20 km	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.10. Średnia odległość podróży w prywatnym transporcie indywidualnym – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

W prywatnym transporcie indywidualnym najczęściej, bo niemal jedna czwarta respondentów korzystających z tego rodzaju środków transportu, podróżowała na dystansie 10–20 km. Do 10 km jeździło 15% respondentów, a 14% – 21–30 km. 11% wskazywało dystanse od 31 do 40 km, a 12% od 51 do 100 km. 10% wybierało dystanse od 41 do 59 km. Pozostałe odpowiedzi uzyskały mniej niż 10% wskazań.

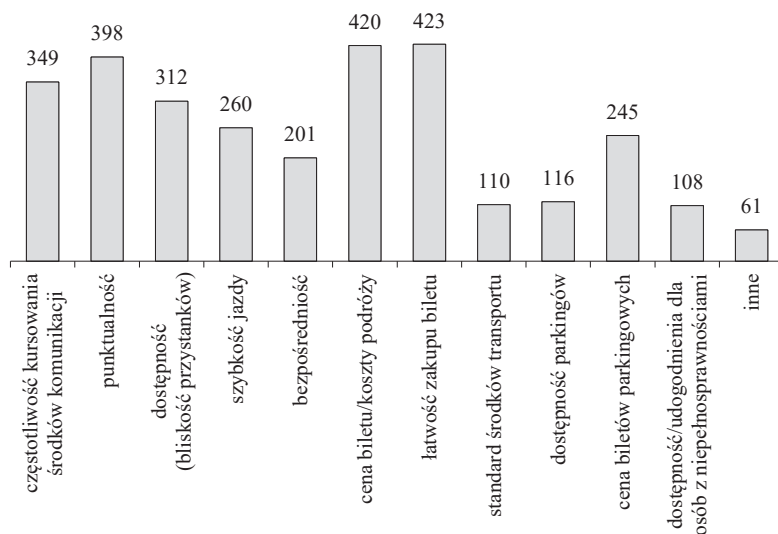
Medianą dla tej zmiennej było 21 do 30 km, czyli połowa respondentów jeździła co najwyżej na takich dystansach.

Uczestnicy badania zostali poproszeni o wskazanie maksymalnie trzech cech usług transportowych, które uważają za najważniejsze. Jak widać w tabeli 5.11, podsumowującej odpowiedzi na to pytanie, najczęściej respondentów wskazało na łatwość zakupu biletu (37%). Niewiele mniej (również ok. 37%) uważało za istotne ceny biletu i koszty podróży. Ponad jedna trzecia uczestników badania wskazała też na punktualność (35%), a 31% na częstotliwość kursowania środków komunikacji. Po około jednej czwartej wskazało dostępność, czyli bliskość przystanków (28%) i szybkość jazdy (23%). 22% uważało za istotną cenę biletów parkingowych. 18% uczestników badania stwierdziło, że bezpośredniość połączenia należy do najważniejszych cech usług transportowych. Pozostałe odpowiedzi wybrało nie więcej niż 10% uczestników badania (tab. 5.11 i rys. 5.11).

Tabela 5.11. Ranga ważności cech usług transportowych dla uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną (*Md*)

Cecha usług transportowych	<i>N</i>	Procent
Częstotliwość kursowania środków komunikacji	349	31
Punktualność	398	35
Dostępność (bliskość przystanków)	312	28
Szybkość jazdy	260	23
Bezpośredniość	201	18
Cena biletu/koszty podróży	420	37
Łatwość zakupu biletu	423	37
Standard środków transportu	110	10
Dostępność parkingów	116	11
Cena biletów parkingowych	245	22
Dostępność/udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami	108	10
Inne	61	5
<i>Md</i>	łatwość zakupu biletu	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.11. Ranga ważności cech usług transportowych dla uczestników badania – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Respondenci mieli za zadanie ocenić serię stwierdzeń dotyczących transportu na czterostopniowej skali od 1 – „zdecydowanie się zgadzam” do 4 – „zdecydowanie się nie zgadzam”. W tabeli 5.12 zestawiono podsumowanie odpowiedzi. Na podstawie mediany i modalnych równych 2 oraz średnich oscylujących wokół tej wartości można stwierdzić, że większość uczestników badania raczej zgadzała się z wszystkimi przedstawionymi im tezami. Aby sprawdzić, czy ustosunkowania do tez mają rozkłady normalne, przeprowadzono testy Kołmogorowa-Smirnowa. Jak widać w tabeli 5.12, wyniki wszystkich okazały się istotne statystycznie, co oznacza, że rozkłady odpowiedzi odbiegały od normalnych – konieczne więc będzie korzystanie z testów nieparametrycznych.

Odpowiedzi na pytanie o to, jakie czynniki są ważne w podróżach na dalekie, średnie i krótkie odległości, zestawiono w tabeli 5.13 i przedstawiono na rysunku 5.12. Niemal połowa respondentów (45%) uznała komfort za najważniejszy podczas podróży na daleką odległość, natomiast cena była istotna dla 23%. Pozostali wskazali czas. Różnice pomiędzy odsetkami wskazań były istotne statystycznie ($\chi^2 = 89,38$; $df = 2$; $p < 0,001$). Również w przypadku podróży na średnie odległości różnice wskazań były istotne statystycznie ($\chi^2 = 171,28$; $df = 2$; $p < 0,001$), przy

Tabela 5.12. Średnie, odchylenia standardowe, mediany i modalne oraz wyniki testu Kolmogorowa-Smirnowa dla oceny stwierdzeń dotyczących transportu

Twierdzenie/teza	<i>M</i>	<i>Sd</i>	<i>Me</i>	<i>Mod</i>	K-S	<i>p</i>
Sprawne działająca komunikacja miejska wpływa na wzrost liczby pasażerów i ograniczenie wykorzystania transportu indywidualnego (samochodowego)	1,73	0,68	2	2	0,27	<0,001
Transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewożach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)	1,95	0,73	2	2	0,29	<0,001
Częste zmiany rozkładu jazdy pociągów składają podróżnych do wyboru alternatywnych środków transportu	1,94	0,68	2	2	0,3	<0,001
Wysokie koszty podróży transportem indywidualnym (samochodowym) są przyczyną wyboru transportu kolejowego w przewożach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)	2,12	0,72	2	2	0,28	<0,001
Pandemia COVID-19 wpłynęła na zmiany preferencji podróży w miejskim, regionalnym i ponadregionalnym transporcie	2,05	0,74	2	2	0,29	<0,001
Zjawisko kongestii (korki uliczne) i brak lub wysokie opłaty parkingowe są przyczyną korzystania z komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej (miejskiej)	2,15	0,77	2	2	0,28	<0,001
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej kosztów	2,22	0,82	2	2	0,3	<0,001
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu dojazdu	1,98	0,71	2	2	0,28	<0,001
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej kosztów	2,11	0,81	2	2	0,26	<0,001
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu podróży	2,11	0,83	2	2	0,27	<0,001

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

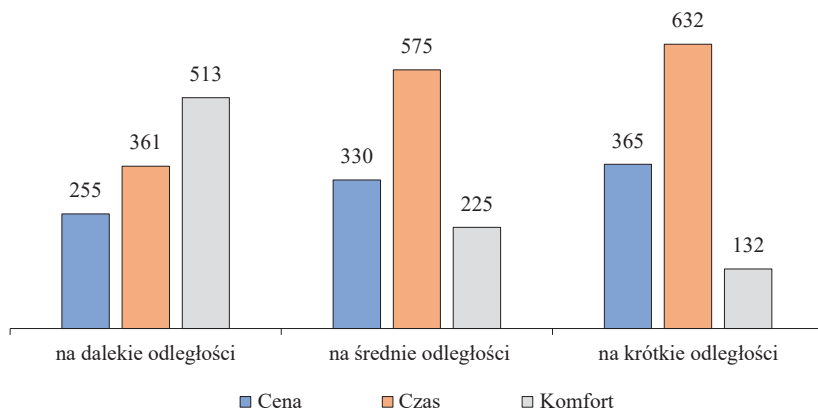
czym ponad połowa uczestników badania za najważniejszy uznała czas, natomiast najmniej, bo jedna piąta, komfort podróży. Pozostałe 29% na pierwszym miejscu stawiało koszty. Na krótkie odległości również czas był uważany za najważniejszy (56% wskazań), natomiast komfort był najrzadziej wskazywany (12%). Pozostała jedna trzecia respondentów wskazała cenę. Różnice te były istotne statystycznie ($\chi^2 = 332,66$; $df = 2$; $p < 0,001$).

Tabela 5.13. Ranga ważności poszczególnych czynników w podróżach na dalekie, średnie i krótkie odległości – liczby i odsetki wskazań wraz z wynikami testów chi kwadrat

Odległość	Cena		Czas		Komfort		χ^2
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Daleka	255	23	361	32	513	45	89,38***
Średnia	330	29	575	51	225	20	171,28***
Krótką	365	32	632	56	132	12	332,66***

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.12. Ranga ważności poszczególnych czynników w podróżach na dalekie, średnie i krótkie odległości – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Na rysunku 5.12 można zaobserwować następujące prawidłowości:

- wraz ze wzrostem odległości rośnie znaczenie komfortu podróży,
- wraz ze wzrostem odległości maleje znaczenie ceny,
- wraz ze wzrostem odległości maleje znaczenie czasu podróży.

Odpowiedzi na to pytanie są na tyle istotne, że dają podstawę do kształtowania lub modyfikacji oferty przewozowej w komunikacji publicznej, a w tym również w kolejowych przewozach pasażerskich.

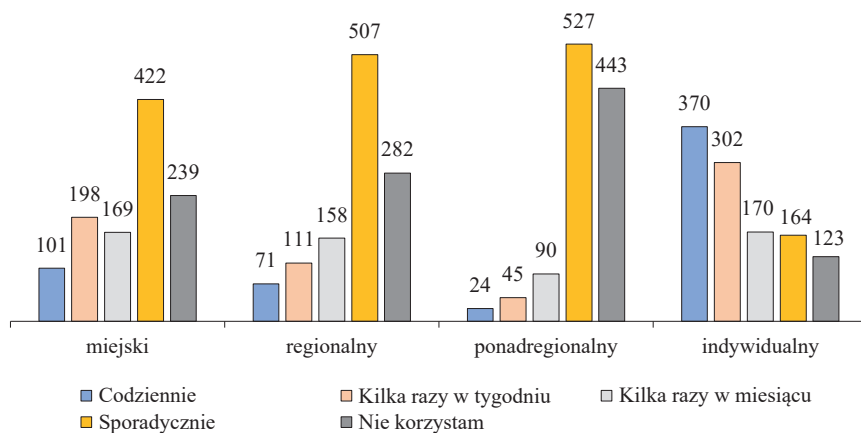
5.3. Wpływ pandemii COVID-19 na zachowania nabywcze podróżnych

Kolejną częścią przeprowadzonych badań była ocena wpływu pandemii COVID-19 na zachowania nabywcze w transporcie publicznym: miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym, ponadregionalnym oraz transporcie indywidualnym. Uczestnikom badania zadano serię pytań dotyczącą ich doświadczeń z transportem miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym, ponadregionalnym (międzywojewódzkim) i indywidualnym. Jak widać w tabeli 5.14 i na rysunku 5.13, uczestnicy badania najczęściej wskazują, że sporadycznie korzystają z transportu miejskiego, regionalnego i ponadregionalnego (ponad połowa uczestników korzystała z tych rodzajów transportu sporadycznie lub wcale). Inaczej wygląda kwestia transportu indywidualnego, z którego codziennie lub kilka razy w tygodniu korzysta ponad połowa uczestników badania, przy czym największa grupa, bo niemal jedna trzecia, na co dzień.

Tabela 5.14. Częstość korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą (*Me*) i modalnymi (*Md*)

Odpowiedzi	Rodzaj transportu							
	miejski		regionalny		ponadregionalny		indywidualny	
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%
Codziennie	101	9	71	6	24	2	370	33
Kilka razy w tygodniu	198	18	111	10	45	4	302	27
Kilka razy w miesiącu	169	15	158	14	90	8	170	15
Sporadycznie	422	37	507	45	527	47	164	15
Nie korzystam	239	21	282	25	443	39	123	11
<i>Me</i>	sporadycznie		sporadycznie		sporadycznie		codziennie	
<i>Md</i>	sporadycznie		sporadycznie		sporadycznie		kilka razy w tygodniu	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 5.13. Częstość korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

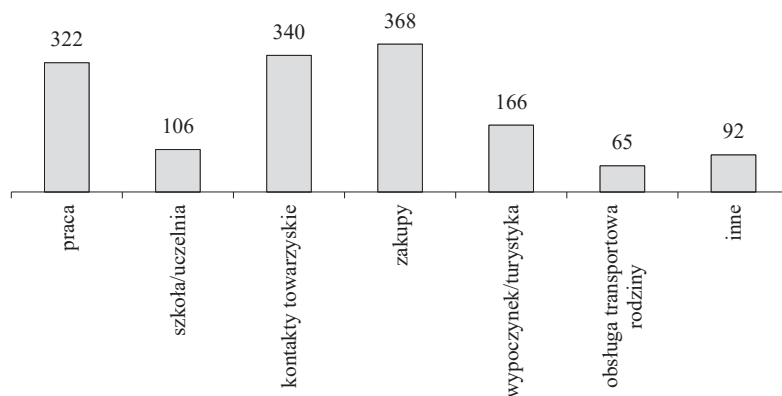
W tabeli 5.15 i na rysunkach 5.14–5.17 przedstawiono najczęstsze cele korzystania z czterech rodzajów transportu. Zarówno transport miejski, jak i indywidualny najczęściej były wykorzystywane do robienia zakupów. Transport miejski był też wykorzystywany przez 38% respondentów do kontaktów towarzyskich i 36% do pracy. W przypadku transportu indywidualnego to praca była drugim najważniejszym celem (48%), a kontakty towarzyskie były na trzecim miejscu (39% wskazań). Transport regionalny wykorzystywany jest głównie w celach towarzyskich (40%) oraz do robienia zakupów (33%). Ponad jedna czwarta respondentów wskazała też na pracę (27%) oraz wypoczynek i turystykę (26%) jako cele korzystania z transportu regionalnego.

W przypadku transportu ponadregionalnego, odpowiedzi układały się odmiennie. Ponad połowa respondentów wskazała wypoczynek i turystykę a kontakty towarzyskie 35%, natomiast 15% wykorzystywało go do robienia zakupów, a 14% w związku z pracą. Pozostałe odpowiedzi uzyskały po mniej niż 10% wskazań.

Tabela 5.15. Cele korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi (*Md*)

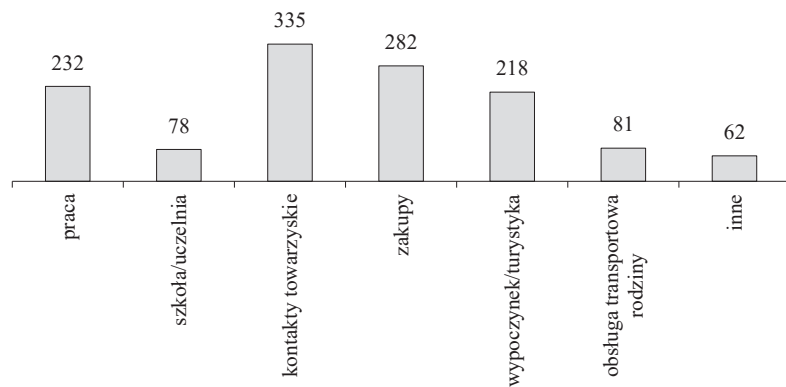
Odpowiedzi	Rodzaj transportu							
	miejski		regionalny		ponadregionalny		indywidualny	
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%
Praca	322	36	232	27	99	14	483	48
Szkoła/uczelnia	106	12	78	9	35	5	75	7
Kontakty towarzyskie	340	38	335	40	241	35	391	39
Zakupy	368	41	282	33	104	15	715	71
Wypoczynek/turystyka	166	19	218	26	372	54	268	27
Obsługa transportowa rodziny	65	7	81	10	48	7	39	4
Inne	92	10	62	7	31	5	128	13
Brak odpowiedzi	239	–	282	–	443	–	123	–
<i>Md</i>	zakupy		kontakty towarzyskie		wypoczynek/turystyka		zakupy	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



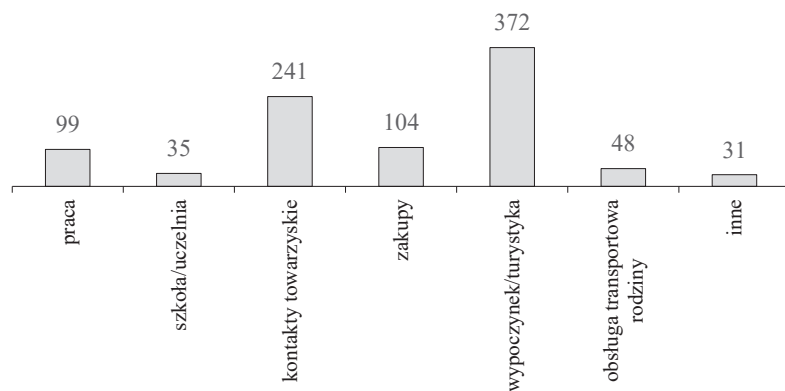
Rysunek 5.14. Cele korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego) – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



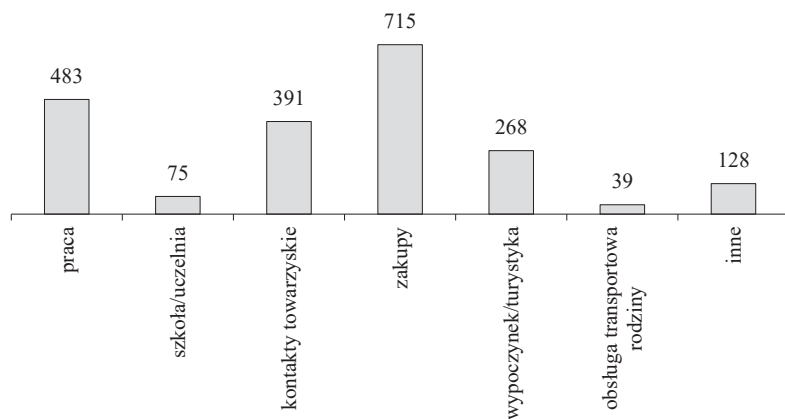
Rysunek 5.15. Cele korzystania z transportu regionalnego – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.16. Cele korzystania z transportu ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.17. Cele korzystania z transportu indywidualnego – liczby wskazań

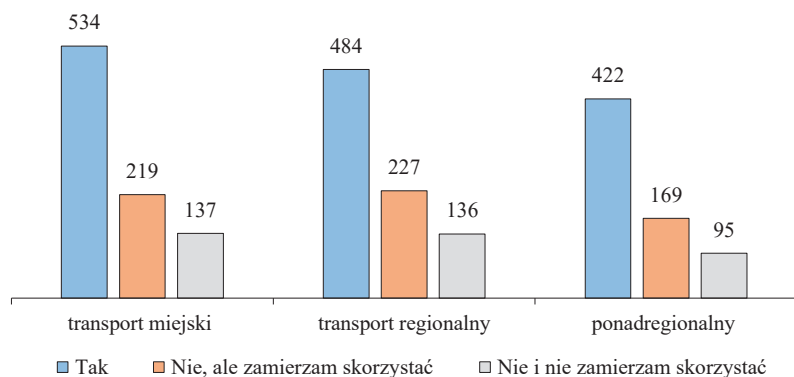
Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Uczestnicy badania zostali zapytani o to, czy korzystają z nowoczesnych technologii służących zakupowi biletu, a także sprawdzaniu trasy lub rozkładu jazdy w transportach miejskim, regionalnym i ponadregionalnym. Odpowiedzi na nie zostały podsumowane w tabeli 5.16 i na rysunku 5.18. We wszystkich rodzajach transportu ponad połowa respondentów udzieliła odpowiedzi twierdzącej, a około jedna czwarta stwierdziła, że choć jeszcze nie korzystała z tych technologii, to zamierza to zrobić. Jedynie około 15% badanych przyznało, że nie korzystało i nie zamierza korzystać z nowoczesnych technologii i nie miał tu znaczenia rodzaj transportu.

Tabela 5.16. Korzystanie w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym z nowoczesnych technologii służących zakupowi biletu, sprawdzaniu trasy lub rozkładu jazdy – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi (Md)

Odpowiedzi	Rodzaj transportu					
	miejski		regionalny		ponadregionalny	
	N	%	N	%	N	%
Tak	534	60	484	57	422	62
Nie, ale zamierzam skorzystać	219	25	227	27	169	25
Nie i nie zamierzam skorzystać	137	15	136	16	95	14
Brak danych	239	–	282	–	443	–
Md	tak		tak		tak	

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 5.18. Korzystanie w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym z nowoczesnych technologii służących zakupowi biletu, sprawdzaniu trasy lub rozkładu jazdy – liczby wskazań

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

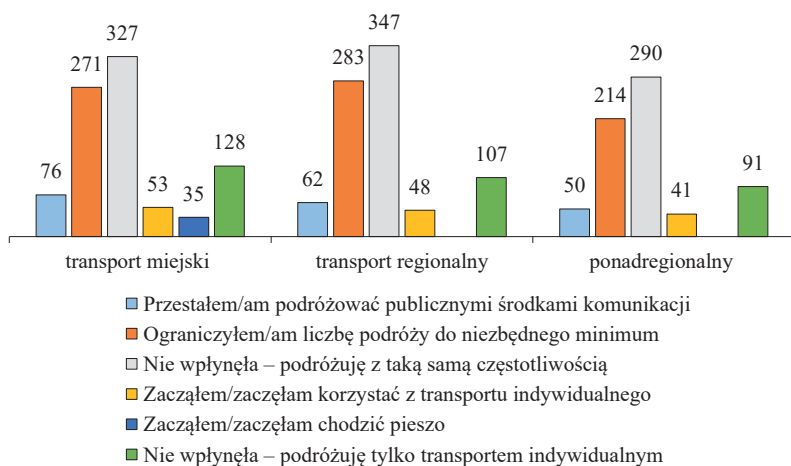
W tabeli 5.17 i na rysunku 5.19 zestawiono odpowiedzi na pytanie, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne respondentów w transporcie miejskim, regionalnym i ponadregionalnym. Badani w przeważającej liczbie (największe odsetki: 37% dla transportu miejskiego, 41% dla transportu regionalnego oraz 42% dla transportu ponadregionalnego) stwierdzili, że pandemia nie wpłynęła na ich potrzeby komunikacyjne i podróżują z taką samą częstotliwością. Bliższa jedna trzecia uczestników badania korzystających z danych środków transportu przyznała natomiast, że ograniczyła liczbę podróży w danym typie transportu. Jedynie 4% zamieniło komunikację miejską na chodzenie pieszo. Poniżej 10% wskazań dla każdego rodzaju transportu miały odpowiedzi „przestałem podróżować komunikacją publiczną” oraz „zacząłem korzystać z transportu indywidualnego”.

Respondentów zapytano również o to, jak zmieniły się ich oczekiwania wobec transportu w związku z pandemią COVID-19. Odpowiedzi zostały zestawione w tabeli 5.18 i na rysunku 5.20. Jak widać, w przypadku trzech rodzajów transportu odpowiedzi rozłożyły się niemal po równo pomiędzy zmianę oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych, zwracanie uwagi na czystość i dezynfekcję środków transportu oraz brak zmian. W transporcie indywidualnym natomiast zdecydowana większość, bo 59% respondentów podróżujących w ten sposób, nie zmieniło swoich zachowań.

Tabela 5.17. Sposób, w jaki pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi (*Md*)

Odpowiedzi	Rodzaj transportu					
	miejski		regionalny		ponadregionalny	
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%
Przestałam/przestałam podróżować publicznymi środkami komunikacji	76	9	62	7	50	7
Ograniczyłam/ograniczyłam liczbę podróży do niezbędnego minimum	271	30	283	33	214	31
Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością	327	37	347	41	290	42
Zacząłam/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego	53	6	48	6	41	6
Zacząłam/zacząłam chodzić pieszo	35	4	–	–	–	–
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	128	14	107	13	91	13
Brak danych	239	–	282	–	443	–
<i>Md</i>	nie wpłynęła		nie wpłynęła		nie wpłynęła	

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



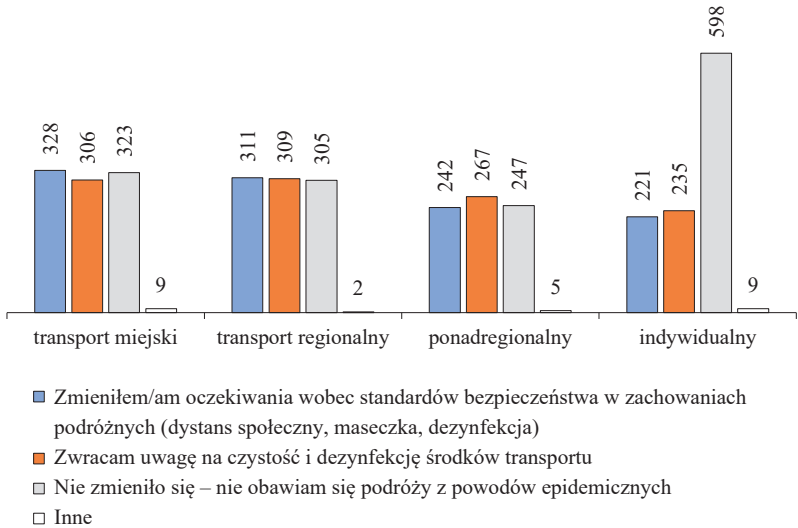
Rysunek 5.19. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym – liczby wskazań

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

Tabela 5.18. Zmiana oczekiwań wobec transportu pasażerskiego w związku z pandemią COVID-19 – liczby i odsetki wskazań

Odpowiedzi	Rodzaj transportu							
	miejski		regionalny		ponadregionalny		indywidualny	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	328	37	311	37	242	35	221	22
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	306	34	309	36	267	39	235	23
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	323	36	305	36	247	36	598	59
Inne	9	1	2	0	5	1	9	1
Brak danych	239	–	282	–	443	–	123	–

Źródło: badania własne, N = 1129.



Rysunek 5.20. Zmiana oczekiwań wobec transportu pasażerskiego w związku z pandemią COVID-19 – liczby wskazań

Źródło: badania własne, N = 1129.

Aby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy akceptacją tez o transporcie a wiekiem uczestników badania, przeprowadzono serię analiz korelacji *rho*

Spearmana. Ze względu na dużą liczebność grupy nawet bardzo niskie współczynniki korelacji są istotne, choć zmienność jednej zmiennej wyjaśnia znikomy procent wariancji drugiej zmiennej. Korelacje uznawane za słabe, ale znaczące wynoszą powyżej 0,1. Jeśli przyjąć tę wartość za minimalną, to pojawiają się trzy zależności. Współczynnik korelacji dla zależności pomiędzy zmienną wieku a oceną stwierdzenia, że transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych, wynosi $\rho = 0,13$ ($p < 0,001$). Jest to słaby pozytywny związek, co oznacza, że starsze osoby silniej zgadzają się z tym stwierdzeniem. Współczynnik korelacji dla zależności pomiędzy zmienną wieku a oceną stwierdzenia, że zjawisko kongestii i brak miejsc parkingowych lub wysokie opłaty parkingowe są przyczyną korzystania z komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej wynosi $\rho = 0,13$ ($p < 0,001$). Jest to słaby pozytywny związek, co oznacza, że starsze osoby silniej zgadzają się z tym stwierdzeniem. Współczynnik korelacji dla zależności pomiędzy zmienną wieku a oceną stwierdzenia, że mając do wyboru możliwość indywidualnego lub publicznego odbywania podróży na krótkie i średnie odległości, respondent dokonywał analizy porównawczej czasu dojazdu, wynosi $\rho = 0,10$ ($p < 0,001$). Jest to słaby pozytywny związek, co oznacza, że starsze osoby silniej zgadzają się z tym stwierdzeniem. Współczynniki przedstawionych korelacji zostały przedstawione w tabeli 5.19.

Tabela 5.19. Współczynniki korelacji pomiędzy poziomem zgody z tezą a wiekiem

Teza	ρ	p
1	2	3
Sprawnie działająca komunikacja miejska wpływa na wzrost liczby pasażerów i ograniczenie wykorzystania transportu indywidualnego (samochodowego)	0,08	0,004
Transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)	0,13	<0,001
Częste zmiany rozkładu jazdy pociągów skłaniają podróżnych do wyboru alternatywnych środków transportu	0,06	0,042
Wysokie koszty podróży transportem indywidualnym (samochodowym) są przyczyną wyboru transportu kolejowego w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)	0,03	0,386
Pandemia COVID-19 wpłynęła na zmiany preferencji podróżnych w miejskim, regionalnym i ponadregionalnym transporcie	0,09	0,002
Zjawisko kongestii (korki uliczne) i brak miejsc parkingowych lub wysokie opłaty parkingowe są przyczyną korzystania z publicznej komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej (miejskiej)	0,13	<0,001

1	2	3
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej kosztów	0,00	0,974
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu dojazdu	0,10	<0,001
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej kosztów	0,03	0,246
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu podróży	0,03	0,396

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Aby sprawdzić, czy istnieją różnice pomiędzy grupami zawodowymi, przeprowadzono testy Kruskala-Wallisa. Jedynie dla tezy „Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu dojazdu” wynik porównań osiągnął poziom istotności statystycznej ($\chi^2 = 17,59$; $df = 8$; $p = 0,025$). Uczniowie okazali się zgadzać z tą tezą w znacznie mniejszym stopniu niż studenci oraz emeryci i renciści.

ROZDZIAŁ 6

Analizy porównawcze wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w kontekście kryteriów społeczno-demograficznych

6.1. Transport miejski

W kolejnej części uczestnikom badania zadano pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w miejskim transporcie publicznym. W tabeli 6.1 zestawiono odpowiedzi w podziale na grupy wiekowe. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy grupami wiekowymi w tym zakresie, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wykazały one, że istotna statystycznie różnica pojawia się w przypadku osób, które ograniczyły liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum ($\chi^2 = 13,93$; $df = 4$; $p = 0,008$): osoby po 55. roku życia (39%) zdecydowanie częściej wskazywały tę odpowiedź niż badani z innych grup wiekowych. Pozostałe wyniki testów chi kwadrat okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że nie było różnic pomiędzy grupami wiekowymi w zakresie udzielanych przez nie odpowiedzi.

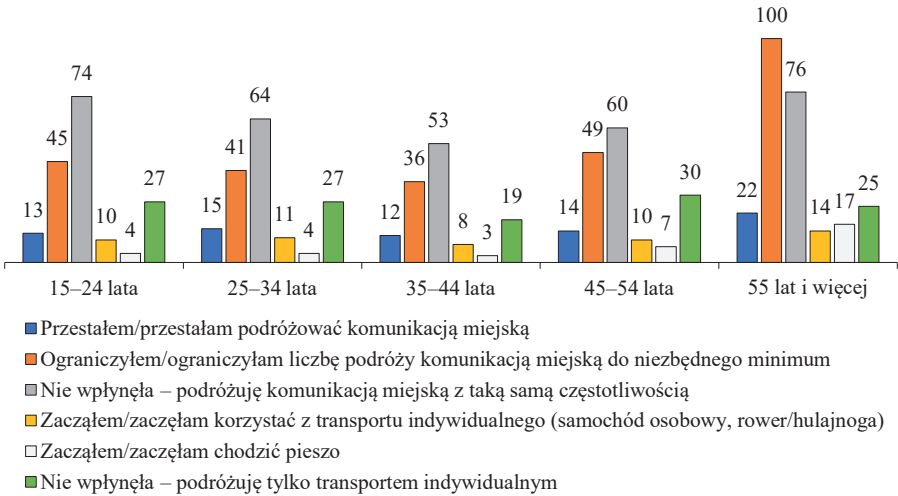
Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wiekiem a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie publicznym. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 22,39$; $df = 5$; $p < 0,001$), co oznacza, że istnieją różnice: osoby decydujące się na poruszanie się pieszo były przeciętnie starsze od osób podejmujących inne decyzje, natomiast przeciętnie najmłodsi byli ci, którzy nie zmienili sposobu podróżowania, i nie miało tu znaczenia, czy korzystają z komunikacji miejskiej, czy wyłącznie z transportu indywidualnego. Rozkład odpowiedzi na to pytanie został przedstawiony w tabeli 6.1 i na rysunku 6.1.

Tabela 6.1. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na grupy wiekowe

Odpowiedzi	Grupa wiekowa										<i>chi</i> ²
	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją miejską	13	8	15	9	12	9	14	8	22	9	0,43
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum	45	26	41	25	36	27	49	29	100	39	13,93**
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją miejską z taką samą częstotliwością	74	43	64	40	53	40	60	35	76	30	9,26
Zacząłem/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy, rower/hulajnoga)	10	6	11	7	8	6	10	6	14	6	0,31
Zacząłem/zacząłam chodzić pieszo	4	2	4	2	3	2	7	4	17	7	8,19
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	27	16	27	17	19	15	30	18	25	10	6,62

** *p* < 0,01.

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 6.1. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

W tabeli 6.2 i na rysunku 6.2 zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie publicznym, w podziale ze względu na wielkość miejsca zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wykazały one, że istotna statystycznie różnica pojawia się jedynie wśród osób, które zaczęły korzystać z transportu indywidualnego ($\chi^2 = 16,72$; $df = 4$; $p = 0,002$): osoby z miast do 20 tys. mieszkańców (14%) częściej zdecydowały się na taką zmianę w porównaniu z osobami mieszkającymi gdzie indziej. Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie publicznym. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 19,16$; $df = 5$; $p = 0,002$), co oznacza, że istnieją takie różnice – w przeciętnie większych miejscowościach mieszkają osoby, które zaczęły chodzić pieszo i ograniczyły liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum, natomiast osoby decydujące się na transport indywidualny i te, które przestały podróżować komunikacją miejską, mieszkają w stosunkowo mniejszych miejscowościach niż osoby podejmujące inne decyzje.

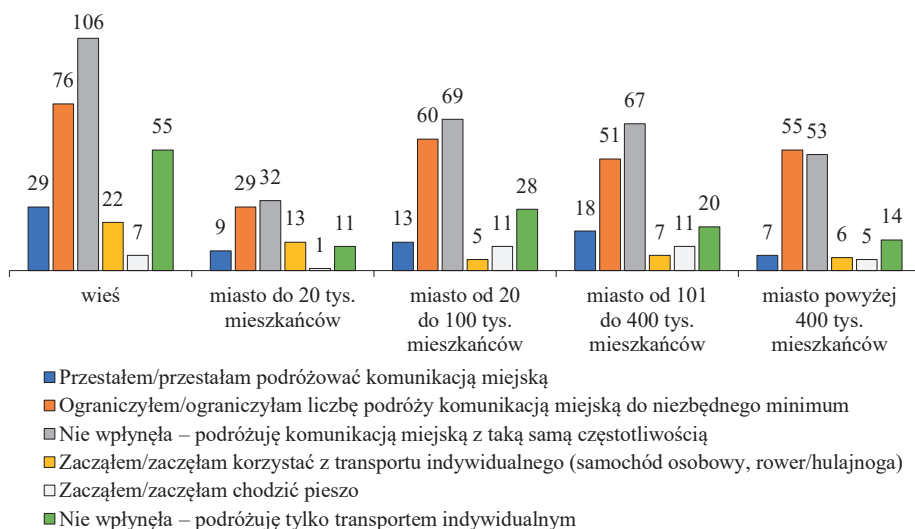
Tabela 6.2. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										χ^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją miejską	29	10	9	9	13	7	18	10	7	5	4,28
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum	76	26	29	31	60	32	51	29	55	39	8,62
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją miejską z taką samą częstotliwością	106	36	32	34	69	37	67	39	53	38	0,78

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Zacząłem/zacząłem korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy, rower/hulajnoga)	22	7	13	14	5	3	7	4	6	4	16,72**
Zacząłem/zacząłem chodzić pieszo	7	2	1	1	11	6	11	6	5	4	8,60
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	55	19	11	12	28	15	20	11	14	10	8,39

** $p < 0,01$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.2. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Zbadano i zestawiono również odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie publicznym w podziale ze względu na województwo zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Jedynie dla odpowiedzi, że pandemia nie wpłynęła, ponieważ dana osoba podróżuje tylko transportem indywidualnym, uzyskano

wyniki istotne statystycznie ($\chi^2 = 27,98$; $df = 15$; $p = 0,022$): stosunkowo najrzadziej tę odpowiedź wybierały osoby z województw śląskiego, lubuskiego, małopolskiego i mazowieckiego, a najczęściej z podlaskiego. Pozostałe wyniki testów chi kwadrat okazały się nieistotne statystycznie.

Elementem badania była również szczegółowa ocena wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w kontekście kryteriów społeczno-demograficznych w poszczególnych rodzajach transportu publicznego.

W tabeli 6.3 i na rysunku 6.3 odpowiedzi na pytanie o to, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w publicznym transporcie miejskim, zestawiono ze średnią odległością podróży odbywanych w jej trakcie oraz przeprowadzono serię testów chi kwadrat mających na celu sprawdzenie, czy osoby odbywające podróże na różnych odległościach z różną częstotliwością udzielają odpowiedzi na to pytanie. Test chi kwadrat dla zaprzestania podróży okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 8,45$; $df = 3$; $p = 0,038$), co oznacza, że istnieją różnice w tym zakresie: taką decyzję podjęły najczęściej osoby podróżujące przeciętnie na najkrótszych dystansach (17%). Również dla ograniczenia podróży do niezbędnego minimum wystąpiły istotne różnice ($\chi^2 = 8,94$; $df = 3$; $p = 0,030$): osoby podróżujące

Tabela 6.3. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim a średnia odległość podróży

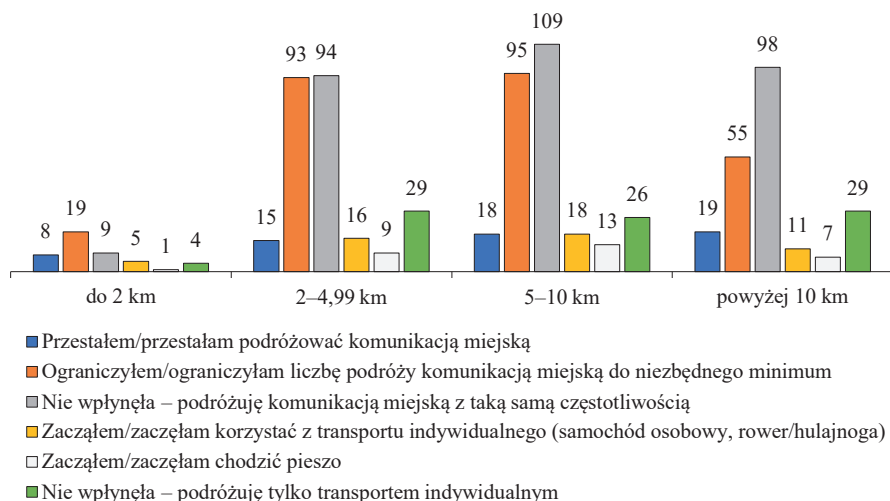
Odpowiedzi	Średnia odległość podróży								χ^2
	do 2 km		2–4,99 km		5–10 km		powyżej 10 km		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją miejską	8	17	15	6	18	6	19	9	8,45*
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum	19	41	93	36	95	34	55	25	8,94*
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją miejską z taką samą częstotliwością	9	20	94	37	109	39	98	45	10,91*
Zacząłem/zaczęłam korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy, rower/hulajnoga)	5	11	16	6	18	6	11	5	2,25
Zacząłem/zaczęłam chodzić pieszo	1	2	9	4	13	5	7	3	1,12
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	4	9	29	11	26	10	29	13	2,32

* $p < 0,05$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

na odległości poniżej 2 km (41%) najczęściej wybierały to rozwiązanie, a te jeżdżące powyżej 10 km – najrzadziej (25%). Najrzadziej COVID-19 miał wpływ na podróże komunikacją miejską w przypadku osób poruszających się na krótkich dystansach, a na najdłuższych – najczęściej, co potwierdza istotny wynik testu chi kwadrat ($\chi^2 = 10,91$; $df = 3$; $p = 0,012$).

Aby sprawdzić, czy zmiana potrzeb komunikacyjnych w miejskim transporcie publicznym wiąże się ze średnią odległością odbywanych podróży, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 10,96$; $df = 5$; $p = 0,052$), co oznacza, że wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne nie wiązał się z odległością podróży.



Rysunek 6.3. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

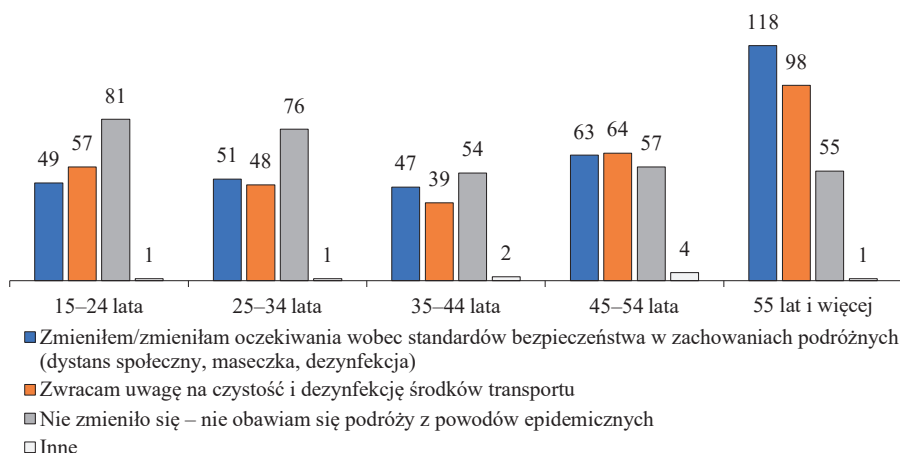
Uczestnikom badania zadano pytanie o to, jak zmieniły się ich oczekiwania wobec publicznego transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19. W tabeli 6.4 i na rysunku 6.4 zestawiono odpowiedzi na to pytanie z wiekiem respondentów. Dla każdej odpowiedzi przeprowadzono test chi kwadrat, żeby sprawdzić, czy istnieją różnice pomiędzy grupami wiekowymi w zakresie udzielania odpowiedzi na te pytania. Dla zmiany oczekiwań wobec standardów test chi kwadrat okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 17,54$; $df = 4$; $p = 0,002$): osoby

Tabela 6.4. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Odpowiedzi	Grupa wiekowa										<i>chi</i> ²
	18–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	49	28	51	31	47	36	63	37	118	46	17,54**
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	57	33	48	30	39	30	64	38	98	39	5,8
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	81	47	76	47	54	41	57	34	55	22	40,04***
Inne	1	1	1	1	2	2	4	2	1	0	

** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.4. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

w wieku 18–24 lata (28%) i 25–34 lata (31%) stosunkowo rzadko wskazywały tę odpowiedź, natomiast najstarsi respondenci (55 i więcej lat) najczęściej (46%). Również w przypadku braku zmian wynik testu chi kwadrat był istotny statystycznie

($\chi^2 = 40,04$; $df = 4$; $p < 0,001$): najmniej (22%) najstarszych respondentów przyznało, że nic się nie zmieniło, natomiast najwięcej (47%) w grupach wiekowych 18–24 lata i 25–34 lata. Pozostałe wyniki testów chi kwadrat okazały się nieistotne statystycznie.

Aby sprawdzić, czy ludzie udzielający poszczególnych odpowiedzi na pytanie dotyczące zmian w oczekiwaniach wobec transportu różnią się wiekiem, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 37,58$; $df = 2$; $p < 0,001$), co oznacza, że osoby, które nie zmieniły oczekiwań są młodsze od tych, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa i zaczęły zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu miejskiego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o wielkość miejsca zamieszkania w tabeli 6.5 i na rysunku 6.5. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wynik okazał się istotny tylko w przypadku zwracania uwagi na czystość i dezynfekcję transportu ($\chi^2 = 126,09$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że występują różnice: osoby z miast od 20 do 100 tys. i od 101 do 400 tys. mieszkańców (po 37%) stosunkowo częściej wskazywały tę odpowiedź niż respondenci mieszkający w innych miejscowościach.

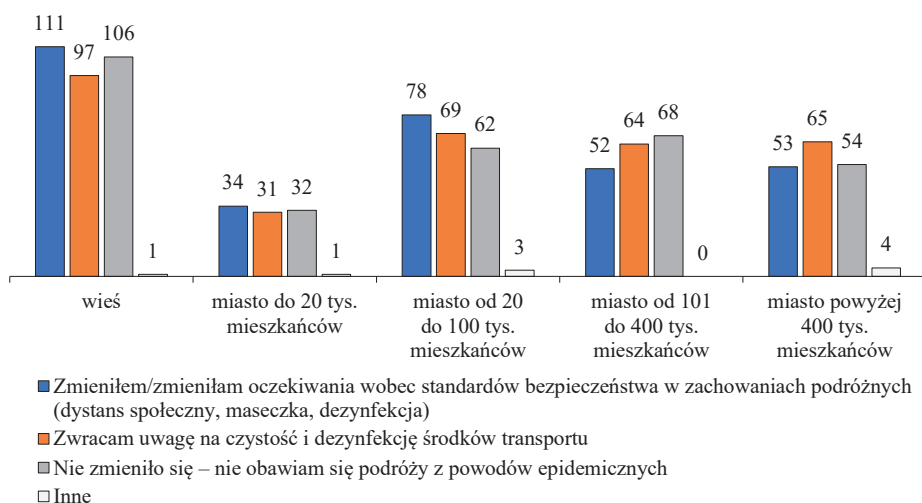
Tabela 6.5. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										chi^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	111	38	34	36	78	42	52	30	53	38	5,88

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	97	33	31	33	69	37	64	37	65	32	126,09***
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	106	36	32	34	62	33	68	39	54	39	1,90
Inne	1	0	1	1	3	2	0	0	4	3	–

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.5. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania uczestnika badania a jego zmianami w zachowaniu pod wpływem pandemii COVID-19. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 3,09$; $df = 2$; $p = 0,214$), co oznacza, że brakuje takich różnic.

6.2. Transport regionalny

Uczestnikom badania zadano pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym. W tabeli 6.6 i na rysunku 6.6 zestawiono odpowiedzi na to pytanie w podziale na grupy wiekowe. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy grupami wiekowymi w tym zakresie, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wykazały one, że istotna statystycznie różnica pojawia się wśród osób, które ograniczyły liczbę podróży transportem publicznym regionalnym ($\chi^2 = 37,41$; $df = 4$; $p < 0,001$): osoby z dwóch najstarszych grup wiekowych (42% wśród 45–54 latków i 46% wśród 55 latków i starszych) znacznie częściej niż osoby młodsze podjęły taką decyzję. Również istotnie mniej osób z tych grup (odpowiednio 37% i 30%) odpowiedziało, że nie zmieniło częstotliwości podróżowania komunikacją regionalną ($\chi^2 = 22,17$; $df = 4$; $p < 0,001$).

Tabela 6.6. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na grupy wiekowe

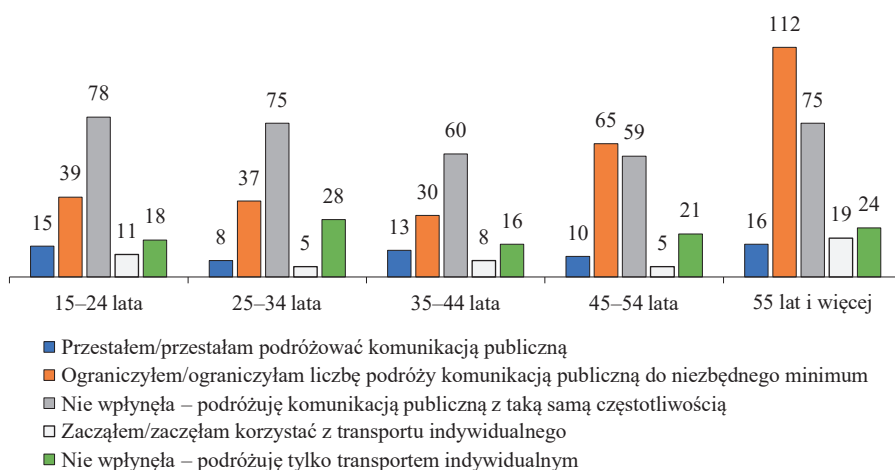
Odpowiedzi	Grupa wiekowa										<i>chi</i> ²
	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną	15	9	8	5	13	10	10	6	16	7	4,04
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją publiczną do niezbędnego minimum	39	24	37	24	30	24	65	41	112	46	37,41***
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją publiczną z taką samą częstotliwością	78	48	75	49	60	47	59	37	75	30	22,17***
Zacząłem/zaczęłam korzystać z transportu indywidualnego	11	7	5	3	8	6	5	3	19	8	6,03
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	18	11	28	18	16	13	21	13	24	10	6,64

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wiekiem a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym. Okazał się on istotny statystycznie

($\chi^2 = 34,91$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że osoby różnie zachowujące się wobec pandemii COVID-19 różnią się między sobą wiekiem: te, które nie zmieniły częstotliwości podróży, są przeciętnie najmłodsze, natomiast te, które ograniczyły podróże – najstarsze.



Rysunek 6.6. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

W tabeli 6.7 i na rysunku 6.7 zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale ze względu na wielkość miejsca zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Test chi kwadrat dla ograniczenia liczby podróży okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 10,02$; $df = 4$; $p = 0,040$): osoby z miast od 20 do 100 tys. mieszkańców najczęściej podejmowały taką decyzję (42%), nieco rzadziej mieszkańcy największych aglomeracji (38%). W pozostałych rodzajach miejscowości po około 30% osób ograniczało liczbę podróży transportem publicznym regionalnym.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w regionalnym transporcie publicznym.

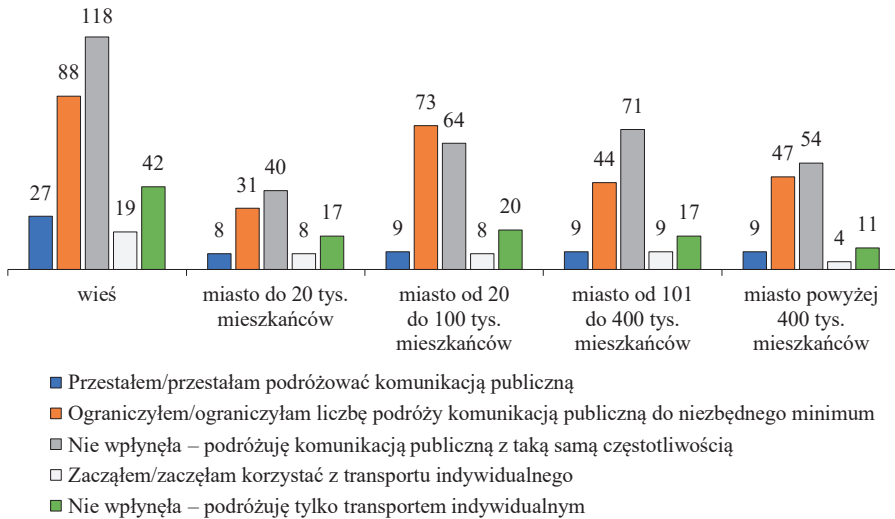
Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 7,38$; $df = 4$; $p = 0,117$), co oznacza, że osoby podejmujące poszczególne decyzje nie różnią się między sobą wielkością miejsca zamieszkania.

Tabela 6.7. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										χ^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną	27	9	8	8	9	5	9	6	9	7	3,10
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją publiczną do niezbędnego minimum	88	30	31	30	73	42	44	29	47	38	10,02**
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją publiczną z taką samą częstotliwością	118	40	40	38	64	37	71	47	54	43	4,39
Zacząłem/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego	19	6	8	8	8	5	9	6	4	3	2,97
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	42	14	17	16	20	11	17	11	11	9	4,12

** $p < 0,05$.

Źródło: Badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.7. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

W dalszej części analizy zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale ze względu na województwo zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wszystkie one okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że województwo zamieszkania nie wiąże się z tym, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w regionalnym transporcie publicznym.

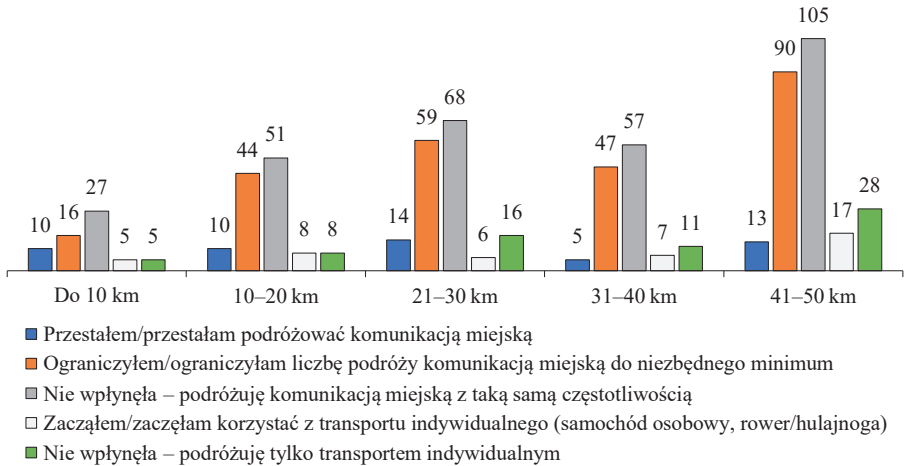
W tabeli 6.8 i na rysunku 6.8 odpowiedzi na pytanie o to, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym, zestawiono ze średnią odległością podróży oraz przeprowadzono serię testów chi kwadrat mających na celu sprawdzenie, czy osoby odbywające podróże na różnych odległościach z różną częstotliwością udzielają odpowiedzi na to pytanie. Test chi kwadrat dla zaprzestania podróży okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 11,47$; $df = 4$; $p = 0,022$), co oznacza, że istnieją różnice w tym zakresie: taką decyzję podjęły najczęściej osoby podróżujące przeciętnie na najkrótszych dystansach (16%),

Tabela 6.8. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym a średnia odległość podróży

Odpowiedzi	Średnia odległość										chi^2
	do 10 km		10–20 km		21–30 km		31–40 km		41–50 km		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją miejską	10	16	10	8	14	9	5	4	13	5	11,47*
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum	16	25	44	36	59	36	47	37	90	36	2,99
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją miejską z taką samą częstotliwością	27	43	51	42	68	42	57	45	105	42	0,44
Zacząłem/zaczęłam korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy, rower/hulajnoga)	5	8	8	7	6	4	7	6	17	7	2,36
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	5	6	8	7	16	10	11	9	28	11	2,21

* $p < 0,05$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.8. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

a najrzadziej – podróżujący na największe odległości (31–40 km – 4% i 41–50 km – 5%). Pozostałe wyniki testów chi kwadrat okazały się nieistotne statystycznie.

Aby sprawdzić, czy zmiana potrzeb komunikacyjnych w transporcie regionalnym wiąże się ze średnią odległością odbywanych podróży, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 28,91$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne wiązał się z odległością podróży: osoby, które przestały podróżować w regionalnym transporcie publicznym, jeździły na najkrótszych dystansach, natomiast ci, którzy nie zmienili zachowań, ponieważ podróżują tylko transportem indywidualnym, podróżowali najdalej.

W dalszej części uczestnikom badania zadano pytanie o to, jak zmieniły się ich oczekiwania wobec publicznego transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19. W tabeli 6.9 i na rysunku 6.9 zestawiono odpowiedzi na to pytanie z wiekiem respondentów. Dla każdej odpowiedzi przeprowadzono test chi kwadrat, żeby sprawdzić, czy istnieją różnice pomiędzy grupami wiekowymi w zakresie udzielania odpowiedzi na te pytania. Dla zmiany oczekiwań wobec standardów test chi kwadrat okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 24,61$; $df = 4$; $p < 0,001$): osoby w wieku 25–34 lata (31%) stosunkowo rzadko wskazywały tę odpowiedź, natomiast najstarsi respondenci (55 i więcej lat, 47%) najczęściej. Również w przypadku braku zmian wynik testu chi kwadrat był istotny statystycznie ($\chi^2 = 42,68$; $df = 4$; $p < 0,001$): najmniej spośród najstarszych respondentów (20%) przyznało, że nic się nie zmieniło, natomiast najwięcej w grupie 25–34 lata (49%).

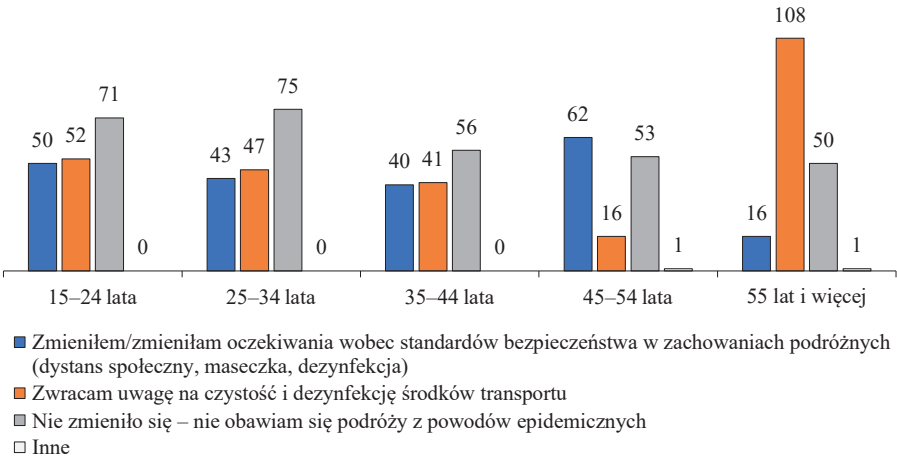
Aby sprawdzić, czy respondenci udzielający poszczególnych odpowiedzi na pytanie dotyczące zmian w oczekiwaniach wobec transportu regionalnego różnią się wiekiem, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 22,44$; $df = 2$; $p < 0,001$), co oznacza, że udzielający poszczególnych odpowiedzi różnią się wiekiem: osoby, które zaczęły zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu były przeciętnie starsze od osób wskazujących inne odpowiedzi.

Tabela 6.9. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Odpowiedzi	Grupa wiekowa										χ^2
	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	50	31	43	28	40	31	62	39	16	47	24,61***
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	52	32	47	31	41	32	16	38	108	44	13,76
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	71	44	75	49	56	44	53	33	50	20	42,68***
Inne	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	–

*** *p* < 0,001.

Źródło: badania własne, *N* = 1129.



Rysunek 6.9. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

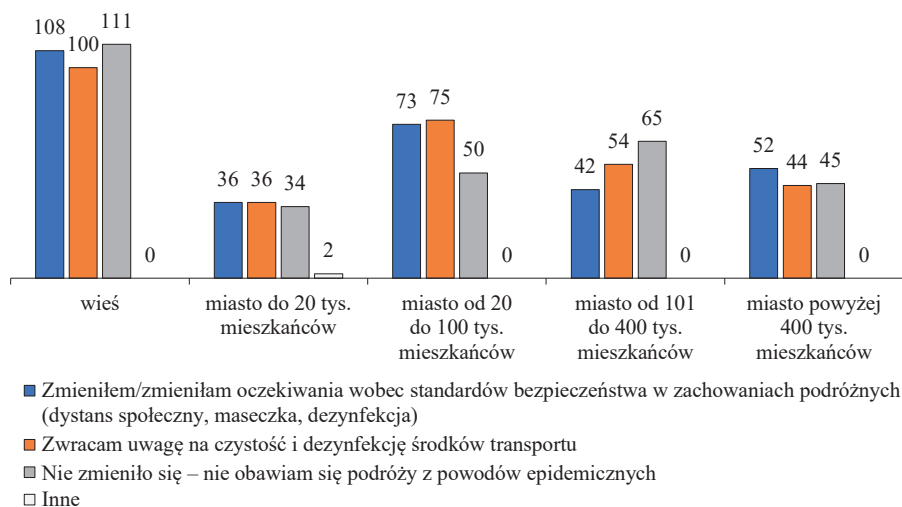
Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu regionalnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o wielkość miejsca zamieszkania w tabeli 6.10 i na rysunku 6.10. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy miejscami zamieszkania, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wyniki wszystkich odpowiedzi okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że respondenci z różnych miejscowości w podobnym stopniu oczekują zmiany standardów bezpieczeństwa, zwracają uwagę na czystość i dezynfekcję oraz nie zmienili nastawienia do podejmowania podróży.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania uczestnika badania a jego zmianami w oczekiwaniach pod wpływem pandemii COVID-19. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 0,14$; $df = 2$; $p = 0,934$), co oznacza, że brak jest różnic pomiędzy osobami wskazującymi poszczególne zmiany w oczekiwaniach, uwzględniając wielkość miejsca zamieszkania.

Tabela 6.10. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										χ^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%		
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróży (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	108	37	36	35	73	42	42	28	52	42	8,44
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	100	34	36	35	75	43	54	36	44	35	4,33
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	111	38	34	33	50	29	65	43	45	36	8,37
Inne	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	–

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.10. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

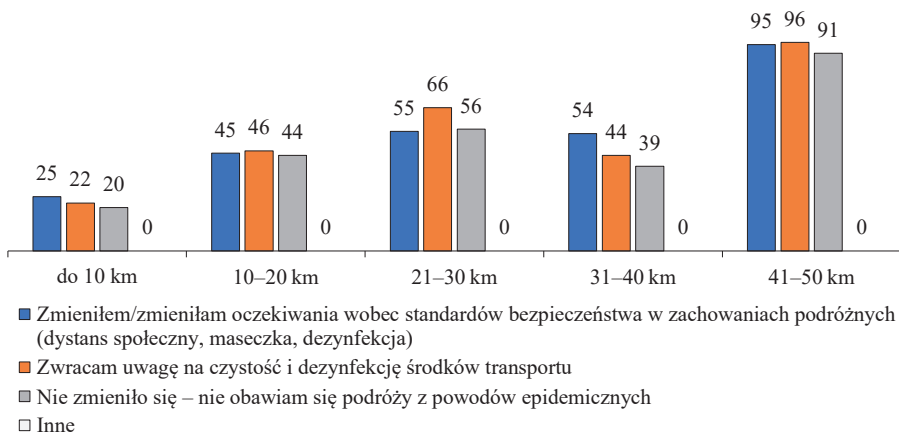
Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu regionalnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o województwo zamieszkania. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy województwami, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wszystkie one okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że brak jest pomiędzy województwami w tym zakresie.

W tabeli 6.11 i na rysunku 6.11 odpowiedzi na pytanie o to, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym, zestawiono ze średnią odległością odbywanych podróży oraz przeprowadzono serię testów chi kwadrat mających na celu sprawdzenie, czy osoby odbywające podróże na różnych odległościach z różną częstotliwością udzielają różnych odpowiedzi na to pytanie. Wszystkie okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza brak różnic w tym zakresie. Aby sprawdzić, czy zmiana potrzeb komunikacyjnych w transporcie regionalnym wiąże się ze średnią odległością odbywanych podróży, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 0,03$; $df = 2$; $p = 0,987$), co oznacza brak związku pomiędzy długością podróży a zmianą oczekiwań wobec komunikacji w transporcie regionalnym.

Tabela 6.11. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu regionalnego a średnia odległość podróży

Odpowiedzi	Średnia odległość podróży										χ^2
	do 10 km		10–20 km		21–30 km		31–40 km		41–50 km		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	25	40	45	37	55	34	54	43	95	38	2,46
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	22	35	46	38	66	40	44	40	96	38	1,26
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	20	32	44	36	56	34	39	34	91	36	1,45
Inne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	–

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Rysunek 6.11. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu regionalnego a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

6.3. Transport ponadregionalny

Uczestnikom badania zadano pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym (międzyaglomeracyjnym). W tabeli 6.12 i na rysunku 6.12 przedstawiono odpowiedzi na to pytanie w podziale na grupy wiekowe. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy grupami wiekowymi, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wykazały one, że istotna statystycznie różnica pojawia się wśród osób, które ograniczyły liczbę podróży do niezbędnego minimum ($\chi^2 = 30,26$; $df = 4$; $p < 0,001$): osoby po 55. roku życia zdecydowanie częściej wskazywały tę odpowiedź (44% osób w tej grupie zdecydowało się na ograniczenie podróży). Tak samo odpowiedziało 37% osób w wieku 45–54 lata, natomiast w pozostałych grupach wiekowych wskazania nie przekraczały 25%. Również dla braku zmian wynik testu chi kwadrat był istotny statystycznie ($\chi^2 = 17,92$; $df = 4$; $p = 0,001$): najstarsi respondenci zdecydowanie rzadziej stwierdzali, że pandemia nie wpłynęła na ich podróże ponadregionalne (31% wskazań). Test chi kwadrat dla odpowiedzi „Zacząłem korzystać z transportu indywidualnego” okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 10,24$; $df = 4$; $p = 0,037$),

Tabela 6.12. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na grupy wiekowe

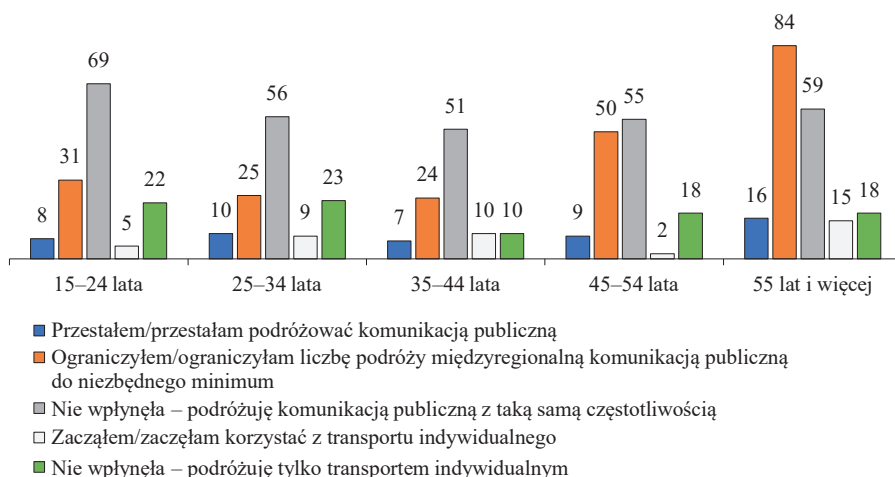
Odpowiedzi	Grupa wiekowa										χ^2
	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną	8	6	10	8	7	6	9	8	16	7	0,90
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży międzyregionalną komunikacją publiczną do niezbędnego minimum	31	23	25	20	24	24	50	37	84	44	30,26***
Nie wpłynęła – podróżuję komunikacją publiczną z taką samą częstotliwością	69	51	56	46	51	50	55	41	59	31	17,92***
Zacząłem/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego	5	4	9	7	10	10	2	1	15	8	10,24*
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	22	16	23	19	10	10	18	13	18	9	7,83

* $p < 0,5$; *** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

co oznacza, że różnice pomiędzy grupami wiekowymi są istotne. Najmniej, bo zaledwie 1% osób w wieku 45–54 lata, wskazało tę odpowiedź, natomiast dla osób w wieku 35–44 lat było 10% wskazań.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wiekiem a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 31,57$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że istnieją takie różnice w wieku pomiędzy osobami podejmującymi różne decyzje: przeciętnie najstarsze były osoby, które ograniczyły podróże, natomiast najmłodsi byli ci, którzy przestali podróżować w transporcie publicznym ponadregionalnym.



Rysunek 6.12. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

W tabeli 6.13 i na rysunku 6.13 zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale ze względu na wielkość miejsca zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat. Wynik testu dla ograniczenia liczby podróży był istotny statystycznie ($\chi^2 = 14,23$; $df = 4$; $p = 0,007$): najwięcej, bo około 40% respondentów z miast od 20 do 100 tys. mieszkańców oraz z miast powyżej 400 tys. mieszkańców wskazało tę odpowiedź; natomiast najmniej, bo 21%

wskazań, było w grupie mieszkańców miast od 101 do 400 tys. Również dla zmiany transportu na indywidualny pojawiły się istotne statystycznie różnice ($\chi^2 = 10,97$; $df = 4$; $p = 0,027$): największy odsetek wskazań tej odpowiedzi był w miastach do 20 tys. mieszkańców (13%).

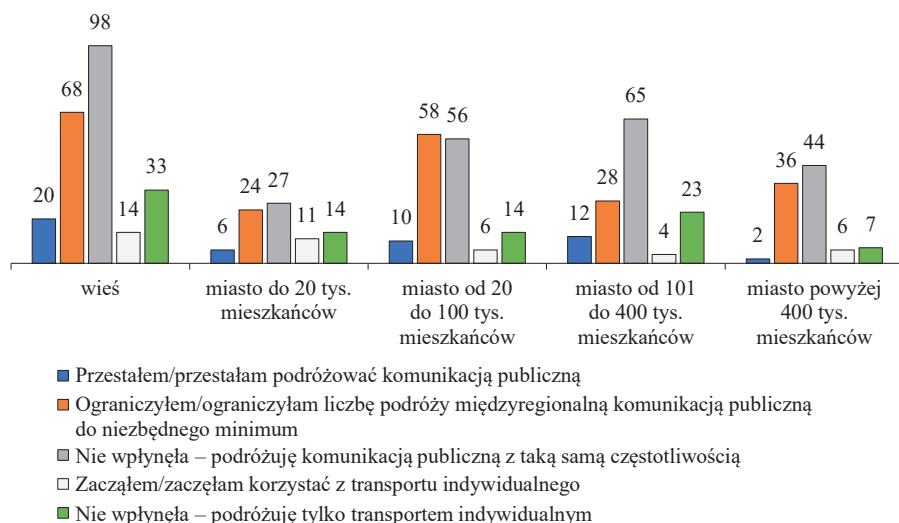
Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania a wpływem pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 4,42$; $df = 4$; $p = 0,352$), co oznacza, że brak jest takich różnic pomiędzy osobami wskazującymi poszczególne odpowiedzi w zakresie wielkości miejsca zamieszkania.

Tabela 6.13. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										χ^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%		
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną	20	9	6	7	10	7	12	9	2	2	5,02
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży międzyregionalną komunikacją publiczną do niezbędnego minimum	68	29	24	29	58	40	28	21	36	38	14,23**
Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością komunikacją publiczną	98	42	27	33	56	39	65	49	44	46	6,88
Zacząłem/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego	14	6	11	13	6	4	4	3	6	6	10,97*
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	33	14	14	17	14	10	23	17	7	7	7,62

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.13. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

W kolejnym kroku zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale ze względu na województwo zamieszkania. Aby sprawdzić, czy zachodzą różnice pomiędzy tymi grupami w zakresie zmian w zachowaniach, przeprowadzono serię testów chi kwadrat, jednak wszystkie okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że nie ma różnic pomiędzy województwami w zakresie udzielanych odpowiedzi na pytanie o wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym.

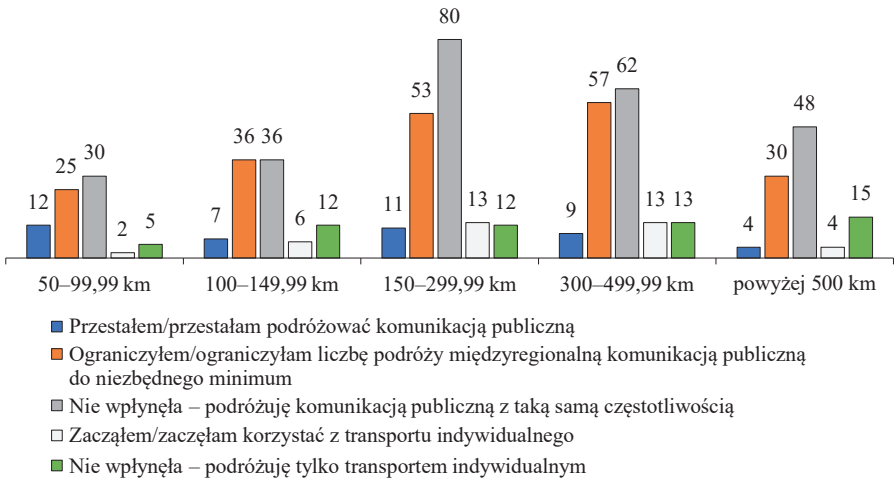
W tabeli 6.14 i na rysunku 6.14 zestawiono odpowiedzi na pytanie o to, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w ponadregionalnym transporcie publicznym, ze średnią odległością podróży oraz przeprowadzono serię testów chi kwadrat mających na celu sprawdzenie, czy osoby odbywające podróże różnych odległości z różną częstotliwością udzielają odpowiedzi na to pytanie. Test chi kwadrat dla zaprzestania podróży okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 11,09$; $df = 4$; $p = 0,026$), co oznacza, że istnieją różnice w tym zakresie: taką decyzję podjęły najczęściej osoby podróżujące przeciętnie na najkrótszych dystansach (16%). Wyniki pozostałych testów chi kwadrat okazały się nieistotne statystycznie.

Tabela 6.14. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym a średnia odległość podróży

Odpowiedzi	50–99,99 km		100–149,99 km		150–299,99 km		300–499,99 km		powyżej 500 km		<i>chi</i> ²
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną	12	16	7	7	11	7	9	6	4	4	11,09*
Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży międzyregionalną komunikacją publiczną niezbędnego minimum	25	34	36	37	53	31	57	37	30	30	2,39
Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością komunikacją publiczną	30	41	36	37	80	47	62	40	48	48	4,17
Zacząłem/zacząłam korzystać z transportu indywidualnego	2	3	6	6	13	8	13	8	4	4	4,25
Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym	5	7	12	12	12	7	13	8	15	15	6,22

* $p < 0,05$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.14. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Aby sprawdzić, czy zmiana potrzeb komunikacyjnych w transporcie ponadregionalnym wiąże się ze średnią odległością odbywanych podróży, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 25,32$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne wiązał się z odległością podróży: osoby, które przestały podróżować w transporcie ponadregionalnym jeździły na najkrótszych dystansach, natomiast ci, którzy nie zmienili zachowań i podróżują z taką samą częstotliwością, przeciętnie jeżdżą na najdłuższych dystansach.

Uczestnikom badania zadano pytanie o to, jak zmieniły się ich oczekiwania wobec publicznego transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19. W tabeli 6.15 i na rysunku 6.15 zestawiono odpowiedzi na to pytanie z wiekiem respondentów. Dla każdej odpowiedzi przeprowadzono test chi kwadrat, żeby sprawdzić, czy istnieją różnice pomiędzy grupami wiekowymi w zakresie udzielania odpowiedzi na te pytania. Dla zmiany oczekiwań wobec standardów test chi kwadrat okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 20,84$; $df = 4$; $p < 0,001$): najstarsi respondenci (55 i więcej lat; 47%) częściej wskazywali tę odpowiedź niż przedstawiciele innych grup wiekowych. Również w przypadku braku zmian wynik testu chi kwadrat był istotny statystycznie ($\chi^2 = 26,86$; $df = 4$; $p < 0,001$): respondenci

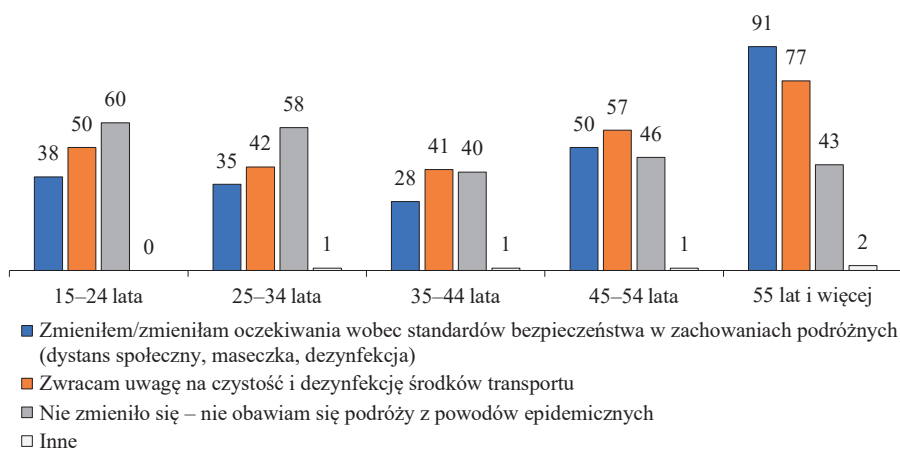
Tabela 6.15. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Odpowiedzi	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		χ^2
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	38	28	35	28	28	27	50	37	91	47	20,84***
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	50	37	42	34	41	40	57	43	77	40	2,30
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	60	44	58	47	40	39	46	34	43	22	26,86***
Inne	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	–

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

z grupy 55 lat i więcej (22%) najrzadziej zdecydowali się nic nie zmieniać, natomiast najwięcej zmian odnotowały osoby w wieku 25–34 lata (47%). Aby sprawdzić, czy udzielający poszczególnych odpowiedzi na pytanie dotyczące zmian w oczekiwaniach wobec transportu różnią się wiekiem, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 27,38$; $df = 2$; $p < 0,001$), co oznacza, że respondenci udzielający poszczególnych odpowiedzi różnią się wiekiem: osoby, które nie zmieniły oczekiwań są młodsze od tych, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa i zaczęły zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu.



Rysunek 6.15. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu ponadregionalnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o wielkość miejsca zamieszkania w tabeli 6.16 i na rysunku 6.16. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy miejscami zamieszkania, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wynik okazał się istotny tylko w przypadku oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych ($\chi^2 = 20,95$; $df = 4$; $p < 0,001$), co oznacza, że występują różnice: mieszkańcy miast od 101 do 400 tys. mieszkańców (21%) stosunkowo rzadziej wskazywali tę odpowiedź niż respondenci mieszkający

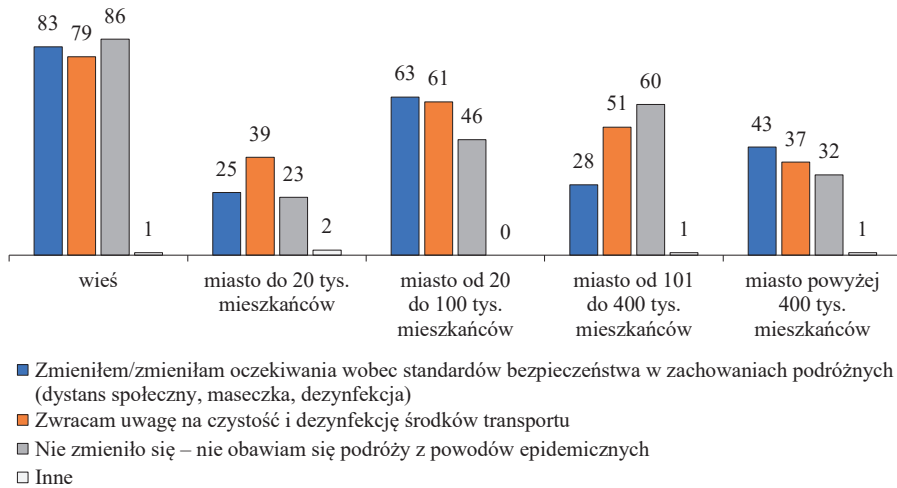
w innych miejscowościach, natomiast mieszkańcy miast od 20 do 100 tys. (44%) oraz powyżej 400 tys. mieszkańców (45%) stosunkowo najczęściej wskazywali tę odpowiedź. Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania uczestnika badania a jego zmianami w zachowaniu pod wpływem pandemii COVID-19. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 0,24$; $df = 2$; $p = 0,887$), co oznacza, że brakuje takich różnic.

Tabela 6.16. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										χ^2
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%		
Zmieniłem/ zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	83	36	25	30	63	44	28	21	43	45	20,95***
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	79	33	39	48	61	42	51	39	37	39	5,76
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	86	36	23	34	46	33	60	39	32	39	8,70
Inne	1	0	2	2	0	0	1	1	1	1	–

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.16. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu ponadregionalnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o województwo zamieszkania. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy województwami, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wszystkie one okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że nie ma różnic pomiędzy województwami w tym zakresie.

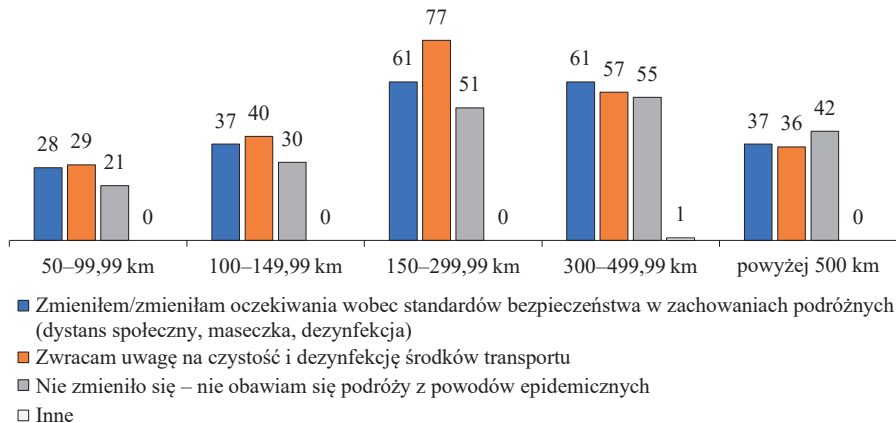
W tabeli 6.17 i na rysunku 6.17 odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu ponadregionalnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o średnie odległości podróży w transporcie ponadregionalnym. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy województwami, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wyniki wszystkich testów okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że odległości nie są czynnikiem różnicującym odpowiedzi na to pytanie.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wiekiem uczestnika badania a średnią odległością podróży w transporcie ponadregionalnym. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 3,45$; $df = 2$; $p = 0,178$), co oznacza, że brak jest związku pomiędzy długością podróży a oczekiwaniami wobec transportu ponadregionalnego.

Tabela 6.17. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu ponadregionalnego a średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim

Odpowiedzi	Średnia odległość podróży										χ^2
	50– 99,99 km		100– 149,99 km		150– 299,99 km		300– 499,99 km		powyżej 500 km		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	28	38	37	38	61	36	61	40	37	37	0,48
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	29	39	40	41	77	46	57	37	36	36	3,62
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	21	28	30	31	51	30	55	36	42	42	5,30
Inne	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	–

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.17. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec ponadregionalnego transportu publicznego a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

6.4. Transport indywidualny

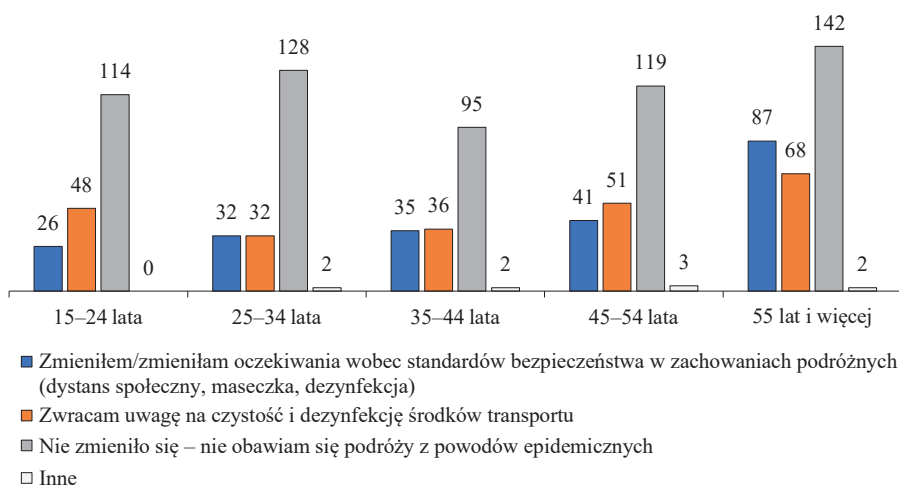
Po przeprowadzeniu badań dotyczących transportu pasażerskiego o charakterze zbiorowym, publicznym, uczestnikom badania zadano pytanie o to, jak zmieniły się ich oczekiwania wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19. W tabeli 6.18 i na rysunku 6.18 zestawiono odpowiedzi na to pytanie z wiekiem respondentów. Dla każdej odpowiedzi przeprowadzono test chi kwadrat, żeby sprawdzić, czy istnieją różnice pomiędzy grupami wiekowymi w zakresie udzielania odpowiedzi na te pytania. Dla zmiany oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa test chi kwadrat okazał się istotny statystycznie ($\chi^2 = 20,52$; $df = 4$; $p < 0,001$): osoby w wieku 15–24 lata i 25–34 lata stosunkowo najrzadziej wskazywały tę odpowiedź, natomiast najstarsi respondenci (55 i więcej lat) – najczęściej. Również w przypadku braku zmian wynik testu chi kwadrat był istotny statystycznie ($\chi^2 = 19,60$; $df = 4$; $p < 0,001$): respondenci z grupy 55 lat i więcej najrzadziej zdecydowali się nic nie zmieniać, natomiast najwięcej zmian odnotowały osoby w wieku 25–34 lata.

Tabela 6.18. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Odpowiedzi	Grupa wiekowa										<i>chi</i> ²
	15–24 lata		25–34 lata		35–44 lata		45–54 lata		55 lat i więcej		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróży (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	26	15	32	17	35	22	41	21	87	31	20,52***
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	48	27	32	17	36	23	51	26	68	24	5,83
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	114	64	128	69	95	59	119	60	142	50	19,60***
Inne	0	0	2	1	2	1	3	2	2	1	–

*** $p < 0,001$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.



Rysunek 6.18. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Aby sprawdzić, czy ludzie udzielający poszczególnych odpowiedzi na pytanie dotyczące zmian w oczekiwaniach wobec transportu różnią się wiekiem, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 20,57$; $df = 2$; $p < 0,001$), co oznacza, że ludzie udzielający poszczególnych odpowiedzi różnią się wiekiem: osoby, które nie zmieniły oczekiwań, są przeciętnie najmłodsze, natomiast te, które zmieniły oczekiwania wobec standardów, były przeciętnie najstarsze.

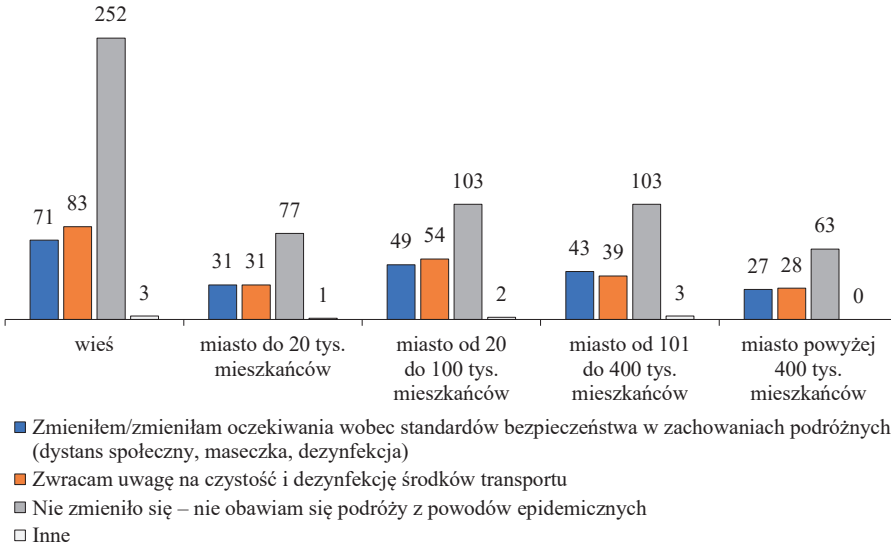
Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu indywidualnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o wielkość miejsca zamieszkania w tabeli 6.19 i na rysunku 6.19. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy miejscami zamieszkania, przeprowadzano serię testów chi kwadrat, jednak żaden z nich nie okazał się istotny statystycznie, co oznacza, że nie ma różnic pomiędzy ludźmi mieszkającymi w miastach różnej wielkości pod względem wskazań poszczególnych odpowiedzi.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wielkością miejsca zamieszkania uczestnika badania a jego zmianami w zachowaniu pod wpływem pandemii COVID-19. Okazał się on istotny statystycznie ($\chi^2 = 6,02$; $df = 2$; $p = 0,049$), co oznacza, że pojawiły się różnice

Tabela 6.19. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Odpowiedzi	Miejsce zamieszkania										<i>chi</i> ²
	wieś		miasto do 20 tys. mieszkańców		miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców		miasto od 101 do 400 tys. mieszkańców		miasto powyżej 400 tys. mieszkańców		
	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	
Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	71	18	31	23	49	25	43	25	27	24	5,85
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	83	21	31	23	54	28	39	22	28	25	3,69
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	252	64	77	57	103	53	103	59	63	57	7,45
Inne	3	1	1	1	2	1	3	2	0	0	–

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

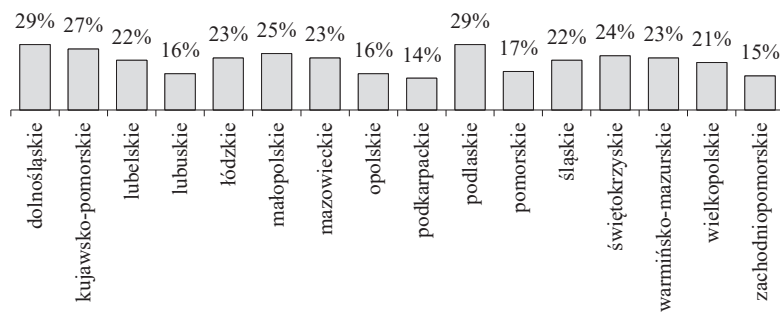


Rysunek 6.19. Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania

Źródło: badania własne, *N* = 1129.

w przeciętnej wielkości miast zamieszkania osób wskazujących poszczególne odpowiedzi. Osoby, których oczekiwania się nie zmieniły, mieszkały przeciętnie w najmniejszych miastach, natomiast osoby, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa – w największych.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu indywidualnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o województwo zamieszkania (rys. 6.20). Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy województwami, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wszystkie one okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że nie ma różnic pomiędzy województwami w tym zakresie.



Rysunek 6.20. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego w podziale na województwo zamieszkania

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Odpowiedzi na pytanie o zmianę oczekiwań wobec transportu indywidualnego zestawiono z odpowiedziami na pytanie o średnie odległości podróży w transporcie indywidualnym w tabeli 6.20 i na rysunku 6.21. Aby sprawdzić, czy występują różnice w odpowiedziach pomiędzy osobami podróżującymi na różnych dystansach, przeprowadzano serię testów chi kwadrat. Wyniki wszystkich testów okazały się nieistotne statystycznie, co oznacza, że odpowiedzi respondentów na to pytanie nie zależą od odległości podróży.

Dodatkowo przeprowadzono test Kruskala-Wallisa, żeby sprawdzić, czy istnieje związek pomiędzy wiekiem uczestnika badania a średnim dystansem podróży transportem indywidualnym. Okazał się on nieistotny statystycznie ($\chi^2 = 0,36$;

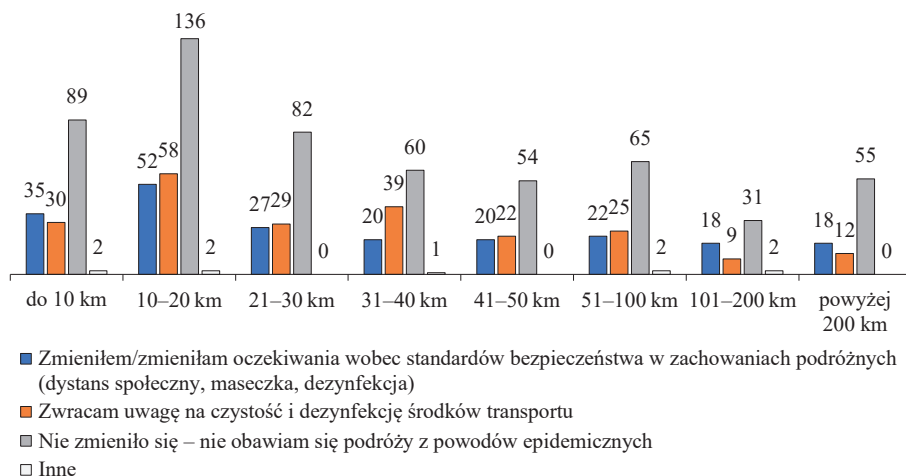
Tabela 6.20. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego a średnia odległość podróży

Odpowiedzi	Średnia odległość podróży														χ^2	
	do 10 km		10–20 km		21–30 km		31–40 km		41–50 km		51–100 km		101–200 km		powyżej 200 km	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróży (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)	35	24	52	22	27	20	20	18	20	22	22	20	18	32	18	22
Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu	30	21	58	25	29	22	39	35	22	24	25	23	9	16	12	15
Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych	89	61	136	58	82	61	60	55	54	58	65	60	31	54	55	68
Inne	2	1	2	1	0	0	1	1	0	0	2	2	2	4	0	0

* $p < 0,05$.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

$df = 2$; $p = 0,834$), co oznacza, że nie ma związku pomiędzy długością podróży a oczekiwaniami wobec transportu indywidualnego.



Rysunek 6.21. Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego a średnia odległość podróży

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

Pandemia koronawirusa, która rozpoczęła się na przełomie lat 2019/2020, pokazała, że dotychczasowe paradygmaty dotyczące identyfikacji źródeł potrzeb transportowych i ich wpływu na obciążenie systemu transportowego oraz generowane wyzwania w zakresie kształtowania mobilności wcale nie muszą być takie oczywiste, jak się dotychczas wydawało. Powszechnie wprowadzane ograniczenia mobilności, mające na celu redukcję kontaktów fizycznych ludzi w związku z koniecznością ograniczenia transmisji wirusa, wymusiły zmiany w zachowaniach podróżnych¹.

¹ B. Kos, G. Krawczyk, A. Mercik, R. Tomanek, *Mobilność miast przyszłości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2022, s. 85.

ROZDZIAŁ 7

Możliwości oddziaływania na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym po ustaniu pandemii COVID-19

7.1. Zmiany potrzeb i preferencji podróżnych na rynku przewozów pasażerskich w kontekście pandemii COVID-19 – wyniki badań

Wyniki przedstawionych badań dotyczących wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych pokazały, że zarówno potrzeby, zachowania nabywcze, jak i preferencje zależały m.in. od wieku podróżnych, odległości przejazdu i możliwości wyboru alternatywnego środka transportu. Warto jednak zauważyć, że badania były prowadzone w czasie, w którym panowały szczególne warunki w otoczeniu transportu. Miały one zapewne istotny wpływ na uzyskane wyniki. Można wręcz odnieść wrażenie, że respondenci przystosowali się do różnych obostrzeń i wymogów, nawet ich nie dostrzegając, duża część odpowiedzi wskazywała bowiem na brak wpływu pandemii na zachowania komunikacyjne podróżnych. Analizując spadki przewozów w transporcie publicznym w 2021 roku, w tym głównie kolejowym, będące skutkiem przejścia na pracę i naukę zdalną oraz innych ograniczeń, wyraźnie jednak widać, że pandemia COVID-19 była główną przyczyną istotnego ograniczenia podróży przez respondentów.

Z zaprezentowanych wyników badań wynika, że:

1. **Okolo 40%** uczestników badania stwierdziło, że **pandemia COVID-19 nie wpłynęła na ich potrzeby komunikacyjne – podróżują z taką samą częstotliwością**. Tak stwierdziło 37% w przypadku transportu miejskiego, 41% – transportu regionalnego oraz 42% – transportu ponadregionalnego. **Okolo 13%** respondentów podróżowało transportem indywidualnym i również nie zmieniło przyzwyczajeń.
2. **Okolo 50%** uczestników badania korzystających z danych środków transportu przyznało natomiast, że **ograniczyło liczbę podróży w danym typie**

transportu, zaczęło chodzić pieszo lub podróżować transportem indywidualnym. Zachowania i oczekiwania podróżnych w transporcie publicznym **zmieniły się** również odnośnie do oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa oraz zwracania uwagi na czystość i dezynfekcję środków transportu (po około 35% wskazań). Tyle samo wskazań było na brak zmian (około 35%).

3. W grupie respondentów, którzy ograniczyli liczbę podróży, pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie publicznym następująco:
 - a) wśród osób, które ograniczyły liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum, zachodzą różnice wiekowe: osoby po 55. roku życia (39%) zdecydowanie częściej wskazywały tę odpowiedź niż badani z innych grup wiekowych;
 - b) osoby decydujące się na poruszanie się pieszo były przeciętnie starsze od osób podejmujących inne decyzje, natomiast przeciętnie najmłodsi byli ci, którzy nie zmienili sposobu podróżowania, i nie miało znaczenia, czy korzystają z komunikacji miejskiej czy wyłącznie z transportu indywidualnego;
 - c) osoby z miast do 20 tys. mieszkańców (14%) częściej decydowały się na zmianę w zachowaniach komunikacyjnych – zaczęły korzystać z transportu indywidualnego – w porównaniu z osobami mieszkającymi w większych lub mniejszych miejscowościach;
 - d) w przeciętnie większych miejscowościach mieszkały osoby, które zaczęły chodzić pieszo i ograniczyły liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum.
4. **W transporcie indywidualnym natomiast zdecydowana większość (59% respondentów) nie zmieniła swoich zachowań.**
5. Do najważniejszych cech usług transportowych wskazanych przez respondentów należały: łatwość zakupu biletu (37%), cena biletu (około 37%), koszty podróży (37%), punktualność (35%), częstotliwość kursowania środków komunikacji (31%), dostępność, czyli bliskość przystanków (28%), szybkość jazdy (23%), cena biletów parkingowych (22%), bezpośredniość połączenia (18%).
6. Badanie wykazało, że:
 - a) wraz ze wzrostem odległości rośnie znaczenie komfortu podróży;
 - b) wraz ze wzrostem odległości maleje znaczenie ceny;
 - c) wraz ze wzrostem odległości maleje znaczenie czasu podróży.

7. W przypadku podróży na dalekie odległości najważniejszy jest komfort podróży, a dla podróży na średnie i krótkie odległości najważniejszy jest czas podróży. Cena jest elementem ważnym, ale nie najważniejszym.
8. Prawie połowa uczestników badania korzystała z transportu publicznego sporadycznie lub wcale, natomiast z transportu indywidualnego ponad połowa korzystała codziennie lub kilka razy w tygodniu, przy czym największa grupa, bo niemal jedna trzecia, na co dzień. **Z transportu kolejowego korzystało zaledwie 7% respondentów.** W tabeli 7.1 przedstawiono hierarchię celów wykorzystania poszczególnych rodzajów transportu. Zmienia się ona wraz z odległością przewozu i podziałem na transport publiczny i własny.

Tabela 7.1. Cele wykorzystania poszczególnych rodzajów transportu pasażerskiego – hierarchia

Cel	Rodzaj transportu pasażerskiego			
	miejski	regionalny	ponadregionalny	indywidualny
Praca	3	3	4	2
Szkoła/uczelnia (jako uczeń/student)	5	6	6	5
Kontakty towarzyskie	2	1	2	3
Zakupy	1	2	3	1
Wypoczynek/turystyka	4	4	1	4
Obsługa transportowa członków rodziny (jako rodzic, opiekun)	6	5	5	6

1 – najważniejszy powód, 6 – najmniej ważny.

Źródło: badania własne, $N = 1129$.

9. Respondenci na ogół korzystają z nowoczesnych technologii we wszystkich rodzajach transportu (ponad połowa badanych), natomiast jedna czwarta zamierza to robić. Jedynie około 15% osób przyznało, że nie korzystało i nie zamierza korzystać z nowoczesnych technologii (nie miał znaczenia rodzaj transportu).
10. Starsze osoby (55 i więcej lat) silniej niż pozostałe zgadzają się ze stwierdzeniem, że transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych.
11. Starsze osoby silniej niż pozostałe zgadzają się ze stwierdzeniem, że zjawisko kongestii i brak miejsc parkingowych lub wysokie opłaty parkingowe są przyczyną korzystania z publicznej komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej.

12. Starsze osoby silniej niż pozostałe zgadzają się ze stwierdzeniem, że mając do wyboru możliwość indywidualnego lub publicznego odbywania podróży na krótkie i średnie odległości, dokonywali analizy porównawczej czasu dojazdu.
13. Głównie studenci, emeryci i renciści dokonywali analizy porównawczej czasu dojazdu, mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, takśówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni.

Zmiany potrzeb i preferencji respondentów wobec publicznego transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 przedstawiają się następująco:

1. Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne generalnie nie wiązał się z odległością podróży. Jednak wśród osób, które deklarowały zmiany zachowań, decyzję o rezygnacji z podróży podejmowały najczęściej osoby podróżujące przeciętnie na najkrótszych dystansach. Do niezbędnego minimum ograniczały podróże najczęściej osoby pokonujące odległości poniżej 2 km (41%), a najrzadziej osoby jeżdżące powyżej 10 km (25%).
2. Zmieniły się oczekiwania wobec publicznego transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w odniesieniu do wieku respondentów – osoby w wieku 15–24 lata (28%) i 25–34 lata (31%) stosunkowo rzadko wskazywały tę odpowiedź, natomiast najstarsi respondenci (55 i więcej lat) najczęściej (46%). Najmniej (22%) najstarszych respondentów przyznało, że nic się nie zmieniło, natomiast najwięcej (47%) w grupach wiekowych 15–24 lata i 25–34 lata. Osoby, które nie zmieniły oczekiwań, są młodsze od tych, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa i zaczęły zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu.
3. Zmieniły się oczekiwania respondentów wobec publicznego transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w odniesieniu do miejsca zamieszkania: mieszkańcy miast (po 37%) stosunkowo częściej wskazywali tę odpowiedź niż respondenci mieszkający w małych miejscowościach.

Zmiany potrzeb i preferencji respondentów wobec publicznego transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 prezentują się następująco:

1. Wśród osób, które ograniczyły liczbę podróży transportem publicznym regionalnym, przeważały osoby z dwóch najstarszych grup wiekowych (42% osób w wieku 45–54 lata i 46% osób w wieku 55 lat i starszych), które znacznie częściej podejmowały tę decyzję niż osoby młodsze. Również istotnie mniej

osób z tych grup (odpowiednio 37% i 30%) odpowiedziało, że nie zmieniło częstotliwości podróżowania komunikacją. Respondenci, którzy nie zmienili częstotliwości podróży, są przeciętnie najmłodsi, natomiast ci, którzy ograniczyli podróże – najstarsi.

2. Osoby z miast od 20 do 100 tys. mieszkańców najczęściej podejmowały decyzję o ograniczeniu potrzeb komunikacyjnych w transporcie regionalnym w (42%), nieco rzadziej mieszkańcy największych aglomeracji (38%). W pozostałych rodzajach miejscowości po około 30% osób ograniczało liczbę podróży komunikacją publiczną regionalną.
3. Decyzję o zaprzestaniu podróży najczęściej podejmowały osoby podróżujące na najkrótszych dystansach (16%), a najrzadziej – na najdłuższych (31–40 km – 4% i 41–50 km – 5%).
4. Osoby, które przestały podróżować w regionalnym transporcie publicznym, jeździły na najkrótszych dystansach, natomiast te, które nie zmieniły zachowań dotyczących zaprzestania podróży, korzystają tylko z transportu indywidualnego i podróżują stosunkowo najdalej.
5. Zmieniły się oczekiwania respondentów wobec publicznego transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19. Zmiany oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa najczęściej wskazywali najstarsi respondenci (55 i więcej lat – 47%). Respondenci, którzy zaczęli zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu, byli przeciętnie starsi od tych wskazujących inne odpowiedzi. Również w przypadku braku zmian dotyczących oczekiwań najmniej spośród najstarszych respondentów (20%) przyznało, że nic się nie zmieniło, natomiast najwięcej w grupie 25–34 lata (49%).

Zmiany potrzeb i preferencji respondentów wobec publicznego transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 wyglądają następująco:

1. Pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w ponadregionalnym transporcie publicznym: osoby po 55. roku życia zdecydowanie częściej wskazywały tę odpowiedź (44% osób w tej grupie zdecydowało się na ograniczenie podróży). Tak samo odpowiedziało 37% osób w wieku 45–54 lata, natomiast w pozostałych grupach wiekowych wskazania nie przekraczały 25%. Również dla braku zmian: najstarsi respondenci zdecydowanie rzadziej stwierdzali, że pandemia nie wpłynęła na ich podróże ponadregionalne (31% wskazań). Najmniej, bo zaledwie 1% osób w wieku 45–54 lata, wskazało odpowiedź

„Zacząłem korzystać z transportu indywidualnego”, natomiast w przypadku osób w wieku 35–44 lat było to 10% wskazań.

2. Najstarsi respondenci (55 i więcej lat; 47%) częściej wskazywali odpowiedź dotyczącą zmiany oczekiwań wobec podnoszenia standardów bezpieczeństwa niż przedstawiciele innych grup wiekowych. Również w przypadku braku zmian: respondenci z grupy 55 lat i więcej (22%) najrzadziej decydowali się nic nie zmieniać, natomiast najwięcej zmian wprowadziły osoby w wieku 25–34 lata (47%). Podsumowując, osoby, które nie zmieniły oczekiwań, są młodsze od tych, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa i zaczęły zwracać uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu.
3. Przeciętnie najstarsze były osoby, które ograniczyły podróże, natomiast najmłodszy byli ci, którzy przestali podróżować w transporcie publicznym ponadregionalnym.
4. Najwięcej, bo około 40% respondentów z miast od 20 do 100 tys. mieszkańców oraz miastach powyżej 400 tys. mieszkańców, wskazało zmiany w potrzebach komunikacyjnych, natomiast najmniej (21%) wskazań było w grupie mieszkańców miast od 101 do 400 tys. Również dla odpowiedzi dotyczącej zmiany transportu na indywidualny największy odsetek wskazań był w miastach do 20 tys. mieszkańców (13%).
5. Mieszkańcy miast od 101 do 400 tys. mieszkańców (21%) stosunkowo rzadziej wskazywali zmianę oczekiwań wobec transportu, natomiast mieszkańcy miast od 20 do 100 tys. (44%) oraz powyżej 400 tys. mieszkańców (45%) stosunkowo najczęściej wskazywali tę odpowiedź.
6. Osoby, które przestały podróżować w ponadregionalnym transporcie publicznym, jeździły na najkrótszych dystansach, natomiast respondenci, którzy nie zmienili zachowań i podróżują z taką samą częstotliwością, przeciętnie jeżdżą na najdłuższych dystansach.

Zmiany potrzeb i preferencji respondentów wobec publicznego transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 prezentują się następująco:

1. Zasadniczo nie zmieniły się oczekiwania podróżnych wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 – osoby w wieku 15–24 lata i 25–34 lata wskazywały tę odpowiedź na poziomie blisko 66%, natomiast najstarsi respondenci (55 i więcej lat) na poziomie 50% (najniżej),
2. Osoby w wieku 15–24 lata i 25–34 lata wskazywały zmiany oczekiwań wobec standardów bezpieczeństwa stosunkowo najrzadziej, natomiast najstarsi

respondenci (55 i więcej lat) – najczęściej. Osoby, które nie zmieniły oczekiwań, były przeciętnie najmłodsze, natomiast te, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa, były przeciętnie najstarsze.

3. Osoby, których oczekiwania pod wpływem pandemii COVID-19 nie zmieniły się, mieszkały przeciętnie w najmniejszych miastach, natomiast osoby, które zmieniły oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa – w największych.
4. Brakuje związku pomiędzy długością podróży a oczekiwaniami wobec transportu indywidualnego.

Odnosząc przedstawione wyniki badań do pasażerskiego transportu kolejowego, należy zauważyć, że tylko 7% respondentów podróżuje transportem kolejowym.

Około 1/3 podróżnych za najważniejsze uważa: łatwość zakupu biletu (37%), wysokość ceny biletu (również około 37%), koszty podróży (37%), punktualność (35%) oraz częstotliwość kursowania środków komunikacji. Te elementy powinny stać się punktem wyjścia w konstruowaniu oferty kolejowych przewozów pasażerskich. Dla podróży na dalekie odległości najważniejszy jest komfort podróży, a na średnie i krótkie – czas podróży. Cena jest elementem ważnym, ale nie najważniejszym w każdym z rodzajów transportu.

Syntetyzując wyniki, można stwierdzić, że najbardziej „ostrożnym” segmentem, przywiązującym wagę do standardów bezpieczeństwa (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja), jest grupa starszych podróżnych w wieku 55 lat i więcej. Uważają oni, że transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych, natomiast zjawisko kongestii i brak miejsc parkingowych lub wysokie opłaty parkingowe są przyczyną korzystania z publicznej komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej. Podróżni z tej grupy wiekowej mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni, dokonują analizy porównawczej czasu dojazdu.

Wielu autorów dostrzega podobne zmiany w postawach i preferencjach konsumentów, w tym również na rynku przewozów pasażerskich w kontekście pandemii COVID-19, wskazując na rozwój wykorzystania alternatywnych środków transportu, takich jak rowery, hulajnogi elektryczne i skutery¹.

¹ B. Mróz, *Zachowania konsumentów w czasie pandemii COVID-19*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2021, s. 25; P. Farsewicz, *Jak wyglądał sharing w 2020 roku? Hulajnogi dogoniły rynek rowerów*, <https://www.transport-publiczny.pl/wiadomosci/jak-wygladal-sharing-w-2020-roku-hulajnogi-dogonily-rynek-rowerow-67707.html> (dostęp: 22.07.2022).

Wpływ pandemii COVID-19 na pasażerski rynek transportowy jest nadal zagadnieniem nowym, dynamicznie się zmieniającym i niewystarczająco omówionym w literaturze².

Przedstawione i omówione wyniki badań własnych znajdują potwierdzenie w analizach Urzędu Transportu Kolejowego z 2021 roku, które również dotyczą przewozów pasażerskich w Polsce, i w których podróżni jednoznacznie wskazują komfort (na długich trasach) lub cenę i czas podróży (na krótszych trasach) jako najważniejsze czynniki w podejmowanych przez nich decyzjach. Pomimo że wskazane badania odnoszą się głównie do transportu kolejowego, wyniki można interpretować w odniesieniu do wszystkich rodzajów przewozów pasażerskich. Z badania satysfakcji pasażerów kolei przeprowadzonego przez Urząd Transportu Kolejowego w 2019 roku wynika, że 67,3% respondentów lubi podróżować koleją³. W ankiecie przeprowadzonej w 2021 roku takiej pozytywnej odpowiedzi udzieliło 83,4% pytanym pasażerów⁴. Komfort podróży jest ważny dla 62,6% uczestników ankiety z 2019 roku. W 2021 roku 54,42% ankietowanych wskazało komfort podróżowania jako element pozytywnie nastawiający do kolei. Komfort może być wprawdzie oceniany bardzo subiektywnie, jednak dla pasażera nie liczy się już tylko podróż z punktu A do punktu B, ale także warunki, w jakich tę podróż odbędzie, i pakiet udogodnień, z jakich może skorzystać.

7.2. Oddziaływanie na preferencje podróżnych

Doświadczenie minionych trzech lat (2019–2021) pokazało, jak bardzo silnie zmiany w otoczeniu (pandemia COVID-19) oddziałują na funkcjonowanie organizatorów przewozów, przewoźników i decyzje podróżnych. Nałożyły się na nie kolejne

² S. Awad-Núñez, R. Julio, J. Gomez, B. Moya-Gómez, J.S. González, *Post-COVID-19 travel behaviour patterns: impact on the willingness to pay of users of public transport and shared mobility services in Spain*, „European Transport Research Review” 2021, 13, 1–18; *Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r.*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16878,Wplyw-pandemii-COVID-19-na-rynek-kolejowy-w-2020-r.html> (dostęp: 22.11.2022).

³ *Badanie satysfakcji pasażerów*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16097,Badanie-satysfakcji-pasazerow-kolei.html> (dostęp: 22.11.2022).

⁴ *Komfort podróżowania pociągiem – na jakie udogodnienia może liczyć pasażer?*, <https://www.utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18620,Komfort-podrozowania-pociagiem-na-jakie-udogodnienia-moze-liczyc-pasazer.html> (dostęp: 22.11.2022).

zmiany w 2022 roku – wzmożony ruch migracyjny na skutek wojny na Ukrainie, poluzowanie gospodarki i odrodzenie turystyki wakacyjnej oraz ogromny wzrost cen paliw w Polsce.

Z informacji podanych przez UTK wynika, że w konsekwencji tych zmian popyt na przewozy kolejowe stale rośnie: w porównaniu z lipcem 2019 roku (przed pandemią COVID-19) liczba pasażerów w lipcu 2022 roku wzrosła o 9% z 28,1 mln do 30,5 mln⁵.

Przedstawione wyniki badań mogą być punktem wyjścia do zaplanowania strategicznych działań organizatorów przewozów i przewoźników w warunkach kryzysowych.

Wykorzystując nabyte doświadczenie i analizując zachodzące zmiany, organizatorzy i przewoźnicy kolejowi powinni wypracować nowe rozwiązania adekwatne do teraźniejszości:

1. Należy się przygotować do kolejnych sytuacji kryzysowych (opracować scenariusze działania, warianty zachowań, określone procedury i sposoby ich wdrażania) oraz wykorzystać szanse związane z napływem podróżnych i opracować ofertę zgodną z ich oczekiwaniami.
2. Należy się zastanowić przede wszystkim, jak oddziaływać na preferencje pasażerów, pokonać ich obawy i zachęcić do korzystania z publicznego transportu pasażerskiego, w tym głównie kolejowego. Potrzebna jest spójna, wyrazista kampania marketingowa.
3. Przemysłana kampania marketingowa poparta konkretnymi działaniami może skłonić podróżnych do powrotu do przyzwyczajęń kształtowanych przez całe lata. Warto w niej przypomnieć i uwypuklić cele podróży – związane z pracą i nauką, zakupami, ale również z turystyką, sanatoriami, odwiedzinami znajomych lub dawno niewidzianej rodziny.
4. Organizatorzy przewozów kolejowych powinni stale badać natężenie ruchu podróżnych na poszczególnych liniach oraz elastycznie i szybko reagować na znaczący wzrost liczby pasażerów, eliminując przepełnienie pociągów za pomocą zwiększania ich pojemności lub częstotliwości.
5. Zwiększanie komfortu podróży pasażera powinno być jednym z priorytetów przewoźników i pomimo trudnej do przewidzenia kondycji finansowej – inwestycje

⁵ M. Kowalska, *Rekord dekady w kolejowych przewozach pasażerskich. Dane za wrzesień 2022*, <https://www.dziennikprawny.pl/pl/a/rekord-dekady-w-kolejowych-przewozach-pasazerskich-dane-za-wrzesien-2022> (dostęp: 22.11.2022).

w nowy tabor powinny być traktowane jak inwestycje w rozwój przedsiębiorstw. Do eksploatacji wchodzi sukcesywnie nowe pojazdy o bardzo wysokim standardzie, z wieloma nowoczesnymi udogodnieniami dla pasażerów, które znacząco wpływają na komfort podróży. W celu podnoszenia komfortu podróży nadal powinien być wymieniany i modernizowany tabor już używany na trasach regionalnych i dalekobieżnych.

6. W ramach poprawy komfortu podróżowania pociągi regionalne mogłyby wyruszać o stałej godzinie z danej stacji. Taka cykliczność pozwala na kształtowanie stałych przyzwyczajeń do korzystania z transportu kolejowego.
7. Bilety kolejowe mogłyby obejmować również komunikację autobusową, miejską lub alternatywne środki transportu – hulajnogi i rowery służące dojazdowi do przystanków kolejowych lub autobusowych.
8. Przewoźnicy powinni zadbać o bezpieczeństwo podróżnych, z których wielu nadal obawia się korzystania ze środków komunikacji zbiorowej, opracować kampanię marketingową pokazującą np. dodatkowe wyposażenie, wyłączenie niektórych miejsc zgodnie z zasadami i procedurami bezpiecznego podróżowania, strefy do przewożenia rowerów i hulajnóg.
9. Propagowanie środków transportu przyjaznych środowisku powoduje, że coraz więcej osób wybiera rower w celu przemieszczania się lub spędzania aktywnie czasu. Oczekiwanie osób podróżujących pociągiem nie ograniczają się więc do samego przejazdu do miejsca atrakcyjnego turystycznie. Podróżni chcą również przewieźć rowery. W aglomeracjach istotna jest też możliwość przewiezienia roweru pociągiem podmiejskim, gdyż coraz bardziej popularny staje się układ podróży „rower–kolej–rower”. Zmiany w wyposażeniu wprowadzane są w taborze wykorzystywanym w relacjach dalekobieżnych, jak również regionalnych i aglomeracyjnych.
10. Ważnym elementem dla podróżnych są udogodnienia związane z dostępnością do Internetu i sieci wi-fi w pojeździe. Pasażerowie chętnie wykorzystują czas podróży na pracę, naukę lub rozrywkę, a dostęp do Internetu i punktów ładowania urządzeń w pociągu staje się jednym z ich podstawowych oczekiwań.
11. Udogodnieniem, na które należy zwrócić uwagę, jest wyposażenie pojazdów w możliwość lokalizacji przez system GPS. Wspomaga to zarządzanie ruchem pociągów, a pasażerowie zyskują możliwość lokalizacji online pociągu. Funkcja GPS w jak największej liczbie pojazdów trakcyjnych pozwoli pasażerom uzyskać informacje o konkretnej relacji, pociągu, opóźnieniach czy utrudnieniach na trasie.

Poziom wyposażenia w GPS wzrósł w minionych latach w przypadku wszystkich typów pojazdów⁶.

12. Istotne jest też odniesienie się do zmian zachodzących w otoczeniu – rosnących cen paliwa, dostępności miejsc parkingowych i opłat parkingowych – oraz do zjawiska kongestii w miastach, na skutek jeszcze bardziej dynamicznego rozwoju transportu indywidualnego. W czasie pandemii wiele osób zakupiło samochody dla bezpieczeństwa, preferując indywidualne podróże bądź w gronie najbliższej rodziny.

Przedmiotem dalszych badań powinna być pogłębiona analiza potrzeb i preferencji podróżnych w fazie spadkowej pandemii i w kontekście trwających działań wojennych za wschodnią granicą Polski.

⁶ *Komfort podróżowania pociągiem...*

Załącznik

Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w miejskim, regionalnym i ponadregionalnym transporcie w kontekście zrównoważonego rozwoju

1. Z którego środka komunikacji korzysta Pani/Pan najczęściej?

Jeśli korzysta Pani/Pan z kilku środków komunikacji w czasie jednej podróży, proszę zaznaczyć, z których

- ☐ Chodzę pieszo
- ☐ Rower/hulajnoga
- ☐ Samochód osobowy
- ☐ Autobus
- ☐ Tramwaj
- ☐ Pociąg

2. Które cechy usług transportowych są dla Pani/Pana najważniejsze? (maks. 3)

- ☐ Częstotliwość kursowania środków komunikacji
- ☐ Punktualność
- ☐ Dostępność (bliskość przystanków)
- ☐ Szybkość jazdy
- ☐ Bezpośredniość
- ☐ Cena biletu/koszty podróży
- ☐ Czas podróży
- ☐ Łatwość zakupu biletu
- ☐ Standard środków transportu
- ☐ Dostępność parkingów
- ☐ Cena biletów parkingowych
- ☐ Dostępność/udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami
- ☐ Inne, jakie...

3. Proszę o ocenę poszczególnych tez

Twierdzenie/teza	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie
1	2	3	4	5
Sprawnie działająca komunikacja miejska wpływa na wzrost liczby pasażerów i ograniczenie wykorzystania transportu indywidualnego (samochodowego)				
Transport kolejowy umożliwia szybsze podróżowanie niż transport indywidualny w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)				
Częste zmiany rozkładu jazdy pociągów skłaniają podróżnych do wyboru alternatywnych środków transportu				
Wysokie koszty podróży transportem indywidualnym (samochodowym) są przyczyną wyboru transportu kolejowego w przewozach regionalnych i aglomeracyjnych (miejskich)				
Pandemia COVID 19 wpłynęła na zmiany preferencji podróżnych w miejskim, regionalnym i ponadregionalnym transporcie				
Zjawisko kongestii (korki uliczne) i brak miejsc parkingowych lub wysokie opłaty są przyczyną korzystania z publicznej komunikacji regionalnej i aglomeracyjnej (miejskiej)				
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni dokonywałam/ dokonywałem analizy porównawczej kosztów				
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód, taksówka, rower) lub publicznego (pociąg, tramwaj, autobus) odbywania podróży na krótkie i średnie odległości do pracy/uczelni dokonywałam/dokonywałem analizy porównawczej czasu dojazdu				
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/ dokonywałem analizy porównawczej kosztów				
Mając do wyboru możliwość indywidualnego (np. samochód) lub publicznego (pociąg, autobus, samolot) odbywania podróży na dalekie odległości (ponadregionalne) w Polsce, dokonywałam/ dokonywałem analizy porównawczej czasu podróży				

1	2	3	4	5
W podróżach na dalekie odległości najważniejsza/-y jest				
– cena				
– czas				
– wygoda i komfort				
W podróżach na średnie (regionalne) odległości najważniejsza/-y jest				
– cena				
– czas podróży				
– wygoda i komfort				
W podróżach na krótkie odległości (aglomeracyjne i miejskie) najważniejsza/-y jest				
– cena				
– czas podróży				
– wygoda i komfort				

Transport miejski i aglomeracyjny

4. Jak często korzysta Pani/Pan z komunikacji miejskiej (aglomeracyjnej)?

- ☐ Codziennie
- ☐ Kilka razy w tygodniu
- ☐ Kilka razy w miesiącu
- ☐ Sporadycznie
- ☐ Nie korzystam (proszę przejść do części-transport regionalny)

5. W jakim celu odbywa Pani/Pan podróże z domu komunikacją miejską (maks. 3)

- ☐ Praca
- ☐ Szkoła/uczelnia (jako uczeń/student)
- ☐ Kontakty towarzyskie
- ☐ Zakupy
- ☐ Wypoczynek/turystyka
- ☐ Obsługa transportowa rodziny (jako rodzic, opiekun)
- ☐ Inne, jakie

6. Czy wykorzystuje Pani/Pan w transporcie miejskim (aglomeracyjnym) nowoczesne technologie służące zakupowi biletu/sprawdzaniu trasy, rozkładu jazdy?

- ☐ Tak
- ☐ Nie, ale zamierzam korzystać
- ☐ Nie i nie zamierzam korzystać

7. W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na Pani/Pana potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim (aglomeracyjnym)?

- ☐ Przystałem/przystałam podróżować komunikacją miejską
- ☐ Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży komunikacją miejską do niezbędnego minimum
- ☐ Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością komunikacją miejską
- ☐ Zaczęłam/zaczęłam korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy, rower/hulajnoga)
- ☐ Zaczęłam/zaczęłam chodzić pieszo
- ☐ Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym

8. Jak zmieniły się Pani/Pana zachowania transportowe i oczekiwania wobec komunikacji miejskiej w związku z pandemią COVID-19

- ☐ Zmieniłam/zmieniłem oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)
- ☐ Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu
- ☐ Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych
- ☐ Inne, jakie

Transport regionalny

9. Jak często korzysta Pani/Pan z transportu publicznego w obrębie regionu/województwa?

- ☐ Codziennie
- ☐ Kilka razy w tygodniu
- ☐ Kilka razy w miesiącu
- ☐ Sporadycznie
- ☐ Nie korzystam (proszę przejść do części – transport ponadregionalny)

10. W jakim celu odbywa Pani/Pan podróże z domu w obrębie regionu/województwa (maks. 3)

- ☐ Praca
- ☐ Szkoła/uczelnia (jako uczeń/student)
- ☐ Kontakty towarzyskie
- ☐ Zakupy
- ☐ Wypoczynek/turystyka
- ☐ Obsługa transportowa rodziny (jako rodzic, opiekun)
- ☐ Inne, jakie

11. Czy wykorzystuje Pani/Pan w transporcie regionalnym nowoczesne technologie służące zakupowi biletu/sprawdzaniu trasy, rozkładu jazdy?

- ☐ Tak
- ☐ Nie, ale zamierzam korzystać
- ☐ Nie i nie zamierzam korzystać

12. W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na Pani/Pana potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym?

- ☐ Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną
- ☐ Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży do niezbędnego minimum
- ☐ Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością komunikacją publiczną
- ☐ Zaczęłam/zaczęłem korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy)
- ☐ Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym

13. Jak zmieniły się Pani/Pana zachowania transportowe i oczekiwania wobec komunikacji publicznej w związku z pandemią COVID-19 w transporcie regionalnym?

- ☐ Zmieniłam/zmieniłem oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)
- ☐ Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu
- ☐ Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych
- ☐ Inne, jakie

Transport ponadregionalny (międzywojewódzki)

14. Jak często korzysta Pani/Pan z ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) transportu publicznego?

- ☐ Codziennie
- ☐ Kilka razy w tygodniu
- ☐ Kilka razy w miesiącu
- ☐ Sporadycznie
- ☐ Nie korzystam (proszę przejść do części – transport indywidualny)

15. W jakim celu odbywa Pani/Pan podróże z domu na dalekie odległości – ponadregionalne? (maks. 3)

- ☐ Praca
- ☐ Szkoła/uczelnia (jako uczeń/student)
- ☐ Kontakty towarzyskie

- ☐ Zakupy
 - ☐ Wypoczynek/turystyka
 - ☐ Obsługa transportowa członków rodziny (jako rodzic, opiekun)
 - ☐ Inne
- 16. Czy wykorzystuje Pani/Pan nowoczesne technologie służące zakupowi biletu/sprawdzeniu trasy, rozkładu jazdy w transporcie ponadregionalnym?**
- ☐ Tak
 - ☐ Nie, ale zamierzam korzystać
 - ☐ Nie i nie zamierzam korzystać
- 17. W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na Pani/Pana potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym?**
- ☐ Przestałem/przestałam podróżować komunikacją publiczną
 - ☐ Ograniczyłem/ograniczyłam liczbę podróży do niezbędnego minimum
 - ☐ Nie wpłynęła – podróżuję z taką samą częstotliwością komunikacją publiczną
 - ☐ Zaczęłam/zacząłem korzystać z transportu indywidualnego (samochód osobowy)
 - ☐ Nie wpłynęła – podróżuję tylko transportem indywidualnym
- 18. Jak zmieniły się Pani/Pana zachowania transportowe i oczekiwania wobec komunikacji międzywojewódzkiej w związku z pandemią COVID-19**
- ☐ Zmieniłam/zmieniłem oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)
 - ☐ Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu
 - ☐ Nie zmieniło się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych
 - ☐ Inne, jakie

Transport indywidualny

- 19. Jak często korzysta Pani/Pan z prywatnego transportu indywidualnego (samochodu osobowego)?**
- ☐ Codziennie
 - ☐ Kilka razy w tygodniu
 - ☐ Kilka razy w miesiącu
 - ☐ Sporadycznie
 - ☐ Nie korzystam (proszę przejść do pytań metryczkowych)

20. W jakim celu odbywa Pani/Pan podróże z domu transportem indywidualnym? (maks. 3)

- ☐ Praca
- ☐ Szkoła/uczelnia (jako uczeń/student)
- ☐ Kontakty towarzyskie
- ☐ Zakupy
- ☐ Obsługa transportowa członków rodziny (jako rodzic, opiekun)
- ☐ Inne

21. Proszę podać przyczyny korzystania z transportu indywidualnego (maks. 3)

- ☐ Wygoda i komfort podróży
- ☐ Większe poczucie bezpieczeństwa osobistego w kontekście epidemiologicznym
- ☐ Brak dogodnych połączeń komunikacyjnych
- ☐ Duża odległość do przystanku
- ☐ Względy zdrowotne (noszenie bagażu, warunki atmosferyczne)
- ☐ Mobilny charakter pracy
- ☐ Inne, jakie

22. W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na Pani/Pana potrzeby komunikacyjne w transporcie indywidualnym?

- ☐ Zmieniłem/zmieniłam oczekiwania wobec standardów bezpieczeństwa w zachowaniach podróżnych (dystans społeczny, maseczka, dezynfekcja)
- ☐ Zwracam uwagę na czystość i dezynfekcję środków transportu
- ☐ Nie zmieniły się – nie obawiam się podróży z powodów epidemicznych
- ☐ Inne, jakie

23. Co skłoniłoby Panią/Pana do korzystania z publicznych środków transportu zbiorowego (miejskiego, regionalnego i ponadregionalnego) kosztem rezygnacji z samochodu osobowego? (można zaznaczyć 3)

- ☐ Brak miejsc parkingowych
- ☐ Wysokie koszty parkowania
- ☐ Wysokie ceny paliw
- ☐ Niższe koszty podróży transportem zbiorowym niż transportem indywidualnym
- ☐ Zmniejszenie stresu podróży związanego z kierowaniem pojazdem
- ☐ Skrócenie czasu podróży (na który mają wpływ np. zatłoczenie i remonty ulic w mieście/drogi w regionie, korki uliczne/drogowe)
- ☐ Możliwość zakupu wspólnego biletu różnych przewoźników (środków transportu)
- ☐ Większa częstotliwość połączeń

- ☐ Cykliczność połączeń (stałe godziny przyjazdów i odjazdów, np. o pełnych godzinach, co pół godziny)
- ☐ Łatwość zakupu i posiadania biletu (np. z wykorzystaniem nowoczesnych technologii)
- ☐ Poprawa punktualności
- ☐ Nic – podróżuję tylko samochodem

Metryczka

1. Płeć

- ☐ Kobieta
- ☐ Mężczyzna

2. Wiek

- ☐ 18–24
- ☐ 25–39
- ☐ 40–60
- ☐ 61 i więcej

3. Wykształcenie

- ☐ Podstawowe
- ☐ Zawodowe
- ☐ Średnie
- ☐ Wyższe licencjat
- ☐ Wyższe magisterskie i ponad

4. Status zawodowy

- ☐ Uczeń
- ☐ Student
- ☐ Pracownik produkcji
- ☐ Pracownik biurowy
- ☐ Pracownik w usługach
- ☐ Właściciel firmy
- ☐ Rencista/emeryt
- ☐ Niepracujący/bezrobotny
- ☐ Inny, jaki

5. Miejsce zamieszkania

- ☐ Wieś
- ☐ Miasto
 - ☐ Do 20 tys.
 - ☐ 20–100 tys.
 - ☐ 101–400 tys.
 - ☐ Powyżej 400

6. Województwo:

7. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim

- ☐ Do 2 km
- ☐ 2–4,99 km
- ☐ 5–10 km
- ☐ Powyżej 10 km
- ☐ Nie dotyczy

8. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie regionalnym

- ☐ Do 10 km
- ☐ 10–20 km
- ☐ 21–30 km
- ☐ 31–40 km
- ☐ 41–50 km
- ☐ Nie dotyczy

9. Średnia odległość podróży w publicznym transporcie ponadregionalnym

- ☐ 50–99,99 km
- ☐ 100–149,99 km
- ☐ 150–299,99 km
- ☐ 300–499,99 km
- ☐ Powyżej 500 km
- ☐ Nie dotyczy

10. Średnia odległość podróży prywatnym transportem indywidualnym (samochodem osobowym)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| ☐ Do 10 km | ☐ 51–100 km |
| ☐ 10–20 km | ☐ 101–200 km |
| ☐ 21–30 km | ☐ Powyżej 200 km |
| ☐ 31–40 km | ☐ Nie dotyczy |
| ☐ 41–50 km | |

Bibliografia

- Abramovic B., Sipus D., *Quality assessment of regional railway passenger transport*, w: *Sustainable rail transport*, red. M. Marinov, J. Piip, Springer, Cham 2019.
- Antonowicz M., Bogucka K., *Coworking – nowy produkt dla pasażera kolei*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 2(46), s. 7–18.
- Armstrong G., Kotler P., *Marketing. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Gab, Warszawa 2016.
- Awad-Núñez S., Julio R., Gomez J., Moya-Gómez B., González J.S., *Post-COVID-19 travel behaviour patterns: impact on the willingness to pay of users of public transport and shared mobility services in Spain*, „European Transport Research Review” 2021, 13, s. 1–18.
- Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku*, red. K. Mazurek-Łopacińska, Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2023.
- Badanie satysfakcji pasażerów*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16097,Badanie-satysfakcji-pasazerow-kolei.html> (dostęp: 22.11.2022).
- Bartosiewicz B., Pieleśiak I., *Spatial patterns of travel behaviour in Poland*, „Travel Behaviour and Society” 2019, 15, s. 113–122.
- Budzewicz-Guźlecka A., *Oddziaływanie polityki społeczno-gospodarczej na zmiany polskiego rynku usług telekomunikacyjnych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2019.
- Budzewicz-Guźlecka A., Drab-Kurowska A., *Problems of infrastructure markets with particular emphasis on the postal market in the context of digital exclusion*, „Sustainability” 2020, 12(11), 4719.
- Budzewicz-Guźlecka A., Drab-Kurowska A., *The analysis of selected issues pertaining to e-administration in Poland in the context of smart city*, „Nordic and Baltic Journal of Information and Communications Technologies” 2017, 1, s. 17–32.
- Bywalec C., Rudnicki L., *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002.
- Chiny: Najwcześniejszy znotowany przypadek COVID-19 pochodzi z 17 listopada 2019*, *COVID – Coronavirus Statistics*, *COVID-19 Dashboard*, <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> (dostęp: 10.09.2020).
- Czarny E., *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 2006.

- Decyzje rządu o obostrzeniach kontra dane o sytuacji epidemicznej w Polsce*, <https://forsal.pl/lifestyle/zdrowie/artykuly/7998146,lockdown-w-polsce-narodowa-kwarantanna-liczba-zakazen-na-100-tys-mieszkancow.html> (dostęp: 20.11.2022).
- Drab-Kurowska A., *Polityka konkurencji w obszarze rynku pocztowego Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2019.
- Drożdż W., *Infrastruktura transportu przesyłowego jako element polityki bezpieczeństwa energetycznego Unii Europejskiej i Polski*, PTE, Szczecin 2013.
- Ekonomika konsumpcji. Elementy teorii*, red. K. Żelazna, SGGW, Warszawa 2002.
- Ermagun A., Hajivosough S., Samimi A., Rashidi T.H., *A joint model for trip purpose and escorting patterns of disabled*, „Travel Behaviour and Society” 2016, 3, s. 51–58.
- Farsewicz P., *Jak wyglądał sharing w 2020 roku? Hulajnogi dogoniły rynek rowerów*, <https://www.transport-publiczny.pl/wiadomosci/jak-wygladal-sharing-w-2020-roku-hulajnogi-dogonily-rynek-rowerow-67707.html> (dostęp: 22.07.2022).
- Glusac E., *The travel trend is here to stay*, <https://www.cntraveler.com/story/slow-travel-trend>, (dostęp: 22.07.2022).
- Gracz L., Ostrowska I., *Młodzi nabywcy na e-zakupach*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2014.
- Guszcza B., *Rozwój transportu kolejowego w Polsce na przestrzeni ostatnich lat*, „Logistyka” 2014, 3, s. 2294–2303.
- Hirsch C., *Europe's coronavirus lockdown measures compared*, <https://www.politico.eu/article/europes-coronavirus-lockdown-measures-compared> (dostęp: 16.08.2022).
- Jasińska K., *Kalendarium pandemii koronawirusa*, https://www.rmfm24.pl/raporty/raport-koronawirus-z-chin/najnowsze-fakty/news-kalendarium-pandemii-koronawirusa,nId,4883378#crp_state=1 (dostęp: 20.08.2022).
- Kavetsky I., Rosa G., *Impact of the Covid-19 pandemic on the European railway market with special consideration given to Poland*, w: *Innovation management and sustainable economic development in the era of global pandemic. Proceedings of the 38th International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 23–24 November 2021, red. K.S. Solliman, International Business Information Management Association, Seville 2021.
- Kędzior Z., Karcz K., *Modele zachowań gospodarstw domowych i przedsiębiorstw (lata 2000–2010)*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2008.
- Kieźel E., *Konsument i jego zachowania na rynku europejskim*, PWE, Warszawa 2010.
- Koleje pasażerskie w województwach – dynamika zmian*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/12887,Koleje-pasazerskie-w-wojewodztwach-dynamika-zmian.html> (dostęp: 22.07.2022).
- Komfort podróżowania pociągiem – na jakie udogodnienia może liczyć pasażer?*, <https://www.utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18620,Komfort-podrozowania-pociagiem-na-jakie-udogodnienia-moze-liczyc-pasazer.html>. (dostęp: 22.11.2022).

- Kompendium wiedzy o konkurencyjności*, red. M. Gorynia, E. Łązniewska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Konkurencyjność kolei*, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18806,Konkurencyjnosć-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).
- Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
- Kos B., Krawczyk G., Mercik A., Tomanek R., *Mobilność miejska w czasie pandemii COVID-19*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2021.
- Kos B., Krawczyk G., Tomanek R., *Inkluzywna mobilność w metropoliach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2020.
- Kos B., Krawczyk G., Tomanek R., *Modelowanie mobilności w miastach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2018.
- Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., *Marketing 3.0. Dobry produkt? Zadowolony klient? Spełniony człowiek?*, MT Biznes, Warszawa 2016.
- Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., *Marketing 4.0. Era cyfrowa*, MT Biznes, Warszawa 2017.
- Kotler P., Keller K.L., *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2012.
- Kowska M., *Rekord dekady w kolejowych przewozach pasażerskich. Dane za wrzesień 2022*, <https://www.dziennikprawni.pl/pl/a/rekord-dekady-w-kolejowych-przewozach-pasazerskich-dane-za-wrzesien-2022> (dostęp: 22.11.2022).
- Krawiec K., Ćwiek J., *Analiza trendów w kolejowych przewozach pasażerskich*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 53–62.
- Księżyk M., *Ekonomia współczesnej gospodarki rynkowej*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2015.
- Liczba samochodów w Polsce. 747 aut na 1000 mieszkańców*, <https://www.autobaza.pl/page/portal/news/liczba-samochodow-w-polsce-747-aut-na-1000-mieszkancow> (dostęp: 26.07.2022).
- Lagodzenie obostrzeń na wakacje – otwarcie stref gastronomicznych m.in. w kinach, teatrach, na koncertach oraz zwiększenie limitów*, Łukasik M., *Pandemia kształtuje rynek. Kampery biją rekordy popularności*, <https://www.wyborkierowcow.pl/pandemia-ksztaltuje-rynek-kampery-bija-rekordy-popularnosci/2021> (dostęp: 22.07.2022).
- Mamy niemal najwyższy wskaźnik motoryzacji w Europie. Czy to powód do dumy?*, <https://www.moto.egospodarka.pl/165848,Mamy-niemal-najwyzszy-wskaznik-motoryzacji-w-Europie-Czy-to-powod-do-dumy,1,87,1.html>, (dostęp: 22.07.2022).
- Martofel A., *Analiza rządowych i międzynarodowych działań wobec pandemii SARS-CoV-2*, „Almanach” 2020, 15(2).
- Massel A., *Kolejowe przewozy regionalne i aglomeracyjne – ewolucja oferty przewozowej w latach 1990–2017 i jej uwarunkowania infrastrukturalne oraz taborowe*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 75–86.

- Mazurek-Lopacińska K., *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, PWE, Warszawa 2003.
- McLuhan M., *Understanding media – the technological extension of man*, McGraw-Hill, New York 1964.
- Mendyk E., *Ekonomika transportu*, Wyższa Szkoła Logistyki, Poznań 2009.
- Mężyk A., *Regionalizacja kolejowych przewozów pasażerskich. Założenia i realizacja*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 87–95.
- Mowen J.C., *Consumer behavior*, Macmillan, New York–London 1987.
- Mróz B., *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2013.
- Mróz B., *Zachowania konsumentów w czasie pandemii COVID-19*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2021.
- Nadchodzi kolejna fala pandemii koronawirusa. Konieczne podjęcie działań*, <https://www.portalsamorzadowy.pl/ochrona-zdrowia/nadchodzi-kolejna-fala-pandemii-koronawirusa-konieczne-podjecie-dzialan,401664.html> (dostęp: 10.09.2022).
- Nyurenberger L., Luchina N., Sewruikov I., Tikhomirova G., “2GO” *Format Innovative Technologies in Tourism: Augmented Reality E of Travelling*, w: *42nd International Scientific Conference on Economic and Social Development*, red. G. Dukic, J. Clifford, D. Atkinson, Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, London 2019.
- Ostrowska I., Rosa G., Tomaszewicz A., *Customer preferences in passenger railway transport*, w: *Economic and Social Development 44th International Scientific Conference*, red. M. Nadrljanski, J. Grzinić, K.K. Kowalczyk, Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, Split 2019.
- Ostrowska I., *Uwarunkowania zachowań nabywców w procesie zakupu*, w: *Młodzi nabywcy na e-zakupach*, red. L. Gracz, I. Ostrowska, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2014.
- Pandemia COVID-19 w Polsce*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Pandemia_COVID-19_w_Polsce#cite_ (dostęp: 12.10.2022).
- Pluta-Olearnik M., *Marketing przedsiębiorstw usługowych w procesie internalizacji*, PWE, Warszawa 2013.
- Podsumowanie 2021. Przewozy pasażerskie i towarowe*, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18421,Podsumowanie-2021-Przewozy-pasazerskie-i-towarowe.html> (dostęp: 22.07.2022).
- Preferencje konsumenta, Przewozy ładunków i pasażerów w 2021 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/transport-i-lacznosc/transport/przewozy-ladunkow-i-pasazerow-w-2021-roku,11,10.html> (dostęp: 22.10.2022).
- Przewoźnicy*, <https://www.gov.pl/web/infrastruktura/przewoźnicy> (dostęp: 20.10.2022).
- Radziejowska G., *Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2011.

- Rasouli S., Timmermans H., *Applications of theories and models of choice and decision-making under conditions of uncertainty in travel behavior research*, „Travel Behaviour and Society” 2014, 1(3), s. 79–90.
- Rosa G., *Koncepcja zarządzania marketingowego*, w: *Zarządzanie marketingowe*, red. G. Rosa, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- Rosa G., *Konkurencja na rynku usług transportowych*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013.
- Rosa G., *Nowoczesne trendy w zarządzaniu marketingowym*, w: *Zarządzanie marketingowe*, red. G. Rosa, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- Rosa G., *Nowoczesny marketing kolejowych przewozów pasażerskich*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2020.
- Rosa G., *Passenger preferences in rail transport*, „European Journal of Service Management” 2018, 4(28/1), s. 273–280.
- Rosa G., Perenc J., Ostrowska I., *Marketing przyszłości. Od ujęcia tradycyjnego do nowoczesnego*, Warszawa 2016.
- Rozwój regionalny Polski – raport analityczny 2021, <https://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/publikacje-regionalne/opracowania-zbiorcze/rozwoj-regionalny-polski-raport-analityczny-2021,11,2.html> (dostęp: 26.07.2022).
- Rynek przewozów pasażerskich*, red. O. Wyszomirski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1994.
- Shaw R., *Nowe spojrzenie na marketing*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2001.
- Sprawozdanie z funkcjonowania rynku transportu kolejowego w 2016 r.*, <https://utk.gov.pl/pl/aktualnosci/13293,Sprawozdanie-z-funkcjonowania-ryнку-transportu-kolejowego-w-2016-r.html> (dostęp: 21.10.2022).
- Sprawozdanie z funkcjonowania rynku transportu kolejowego w 2018 r.*, <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/15204,Sprawozdanie-z-funkcjonowania-ryнку-transportu-kolejowego-w-2018-r.html> (dostęp: 22.07.2022).
- Stelmach M., *Kolejna fala w pandemii w Europie, na całym świecie wzrasta liczba infekcji, Stress test zaliczony. Mikromobilność w Polsce 2020*, <http://mobilne-miasto.org/stress-test-zaliczony-mikromobilność-w-polsce-2020> (dostęp: 22.07.2022).
- Szałucki K., *Spór o system finansowania rozwoju kolei aglomeracyjnej województwa pomorskiego*, „Problemy Transportu i Logistyki” 2019, 1(45), s. 119–126.
- Sztucki T., *Encyklopedia marketingu*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1998.
- Szymańska A.I., *Preferencje konsumenckie i ich determinanty*, „Zeszyty Naukowe, Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie” 2012, 8, s. 67–86.
- Ślusarczyk B., Ślusarczyk S., *Podstawy mikro- i makroekonomii*, Politechnika Lubelska, Lublin 2011.
- Światowy G., *Zachowania konsumentów*, PWE, Warszawa 2006.

- Varian H.R., *Mikroekonomia. Kurs średni – ujęcie nowoczesne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- W *Dzienniku Ustaw* opublikowano rozporządzenie rządu dot. zamknięcia cmentarzy, <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/1494996,dziennik-ustawa-opublikowano-rozporzadzenie-zamkniecie-cmentarzy.html> (dostęp: 10.09.2022).
- Witek J., *Zachowania konsumentów – wyzwaniem rynku*, w: *Zachowania nabywców*, red. G. Rosa, J. Perenc, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011.
- Witte A. De, Hollevoet J., Dobruskes F., Hubert M., Macharis C., *Linking modal choice to mobility: a comprehensive review*, „Transportation Research” 2013, 49, s. 329–341.
- Wolanin-Jarosz E., *Etnocentryzm konsumencki w środowisku międzynarodowym – studium rynkowe Euroregionu Karpackiego*, Difin, Warszawa 2015.
- Woś J., *Zachowania konsumenckie – teoria i praktyka*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2003.
- Wpływ pandemii COVID-19 na rynek kolejowy w 2020 r., <https://utk.gov.pl/pl/dokumenty-i-formularze/opracowania-urzedu-tran/16878,Wplyw-pandemii-COVID-19-na-rynek-kolejowy-w-2020-r.html> (dostęp: 22.07.2022).
- Wrzosek W., *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa 1998.
- Wykorzystanie i potencjał kolejowych przewozów pasażerskich w Polsce, UTK, 2017, s. 7, <https://dane.utk.gov.pl/sts/analizy-i-opracowania/18806> (dostęp: 26.07.2022).
- Wyszomirski O., *Funkcjonowanie rynku komunikacji miejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1998.
- Wzrósł wskaźnik wykorzystania kolei, <https://utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18608,Wzrosł-wskaźnik-wykorzystania-kolei.html> (dostęp: 26.07.2022).
- Zachowania konsumenta, w: *Encyklopedia zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/Zachowania_konsument%C3%B3w (dostęp: 14.11.2022).
- Zachowania konsumentów. Procesy unowocześniania konsumpcji, red. E. Kieźel, S. Smyczek, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
- Zawadzka G., *Podstawy teorii zachowań konsumenta*, w: *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, red. S. Marciniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- „Zero covid” nie działa? W Chinach coraz więcej zakażeń, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Zero-covid-nie-dziala-W-Chinach-coraz-wiecej-zakazen-8438797.html> (dostęp: 20.11.2022).

Spis rysunków i tabel

Rysunek 2.1.	Potwierdzone przypadki koronawirusa na poszczególnych kontynentach (stan na dzień 1 września 2022 r.)	34
Rysunek 2.2.	Tygodniowa dynamika zmian potwierdzonych przypadków koronawirusa na poszczególnych kontynentach	34
Rysunek 2.3.	Data trzeciego potwierdzonego zgonu spowodowanego przez COVID-19 w Polsce oraz wdrożenie ograniczeń	37
Rysunek 2.4.	Wskaźnik śmiertelności w wyniku COVID-19 w Polsce w czerwcu 2021 roku w zależności od wieku	38
Rysunek 3.1.	Udział przewoźników pasażerskich według liczby pasażerów w 2021 roku	49
Rysunek 3.2.	Udział przewoźników pasażerskich według pracy przewozowej w 2021 roku	50
Rysunek 3.3.	Liczba pasażerów w kolejowych przewozach pasażerskich w latach 2012–2021	51
Rysunek 3.4.	Praca eksploatacyjna w kolejowych przewozach pasażerskich w latach 2012–2021	51
Rysunek 3.5.	Średnia odległość przejazdu jednego pasażera w Polsce w latach 2012–2021	52
Rysunek 4.1.	Praca przewozowa w transporcie pasażerskim w wybranych krajach zrzeszonych w IRG-Rail w I półroczu 2019 i 2020 roku	65
Rysunek 4.2.	Porównanie liczby pasażerów w latach 2019–2021 w poszczególnych miesiącach	69
Rysunek 4.3.	Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według liczby przewiezionych pasażerów w 2020 roku	71
Rysunek 4.4.	Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według liczby przewiezionych pasażerów w ciągu typowego dnia w 2020 roku	71
Rysunek 4.5.	Dynamika zmiany liczby pasażerów w 2021 roku w stosunku do miesiąca poprzedniego	72

Rysunek 5.1.	Wiek uczestników badania	81
Rysunek 5.2.	Wykształcenie uczestników badania	82
Rysunek 5.3.	Status zawodowy uczestników badania	83
Rysunek 5.4.	Wielkość miejsca zamieszkania uczestników badania	84
Rysunek 5.5.	Województwo zamieszkania uczestników badania	85
Rysunek 5.6.	Wybór środków transportu	86
Rysunek 5.7.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim	87
Rysunek 5.8.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie regionalnym	88
Rysunek 5.9.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie ponadregionalnym	89
Rysunek 5.10.	Średnia odległość podróży w prywatnym transporcie indywidualnym	90
Rysunek 5.11.	Ranga ważności cech usług transportowych dla uczestników badania	92
Rysunek 5.12.	Ranga ważności poszczególnych czynników w podróżach na dalekie, średnie i krótkie odległości	94
Rysunek 5.13.	Częstość korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego	96
Rysunek 5.14.	Cele korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego)	97
Rysunek 5.15.	Cele korzystania z transportu regionalnego	98
Rysunek 5.16.	Cele korzystania z transportu ponadregionalnego (międzywojewódzkiego)	98
Rysunek 5.17.	Cele korzystania z transportu indywidualnego	99
Rysunek 5.18.	Korzystanie w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym z nowoczesnych technologii służących zakupowi biletu, sprawdzaniu trasy lub rozkładu jazdy	100
Rysunek 5.19.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym	101
Rysunek 5.20.	Zmiana oczekiwań wobec transportu pasażerskiego w związku z pandemią COVID-19	102
Rysunek 6.1.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na grupy wiekowe	106
Rysunek 6.2.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na miejsce zamieszkania	108
Rysunek 6.3.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim a średnia odległość podróży	110

Rysunek 6.4.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	111
Rysunek 6.5.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	113
Rysunek 6.6.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na grupy wiekowe	115
Rysunek 6.7.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na miejsce zamieszkania	117
Rysunek 6.8.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym a średnia odległość podróży	118
Rysunek 6.9.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	120
Rysunek 6.10.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	122
Rysunek 6.11.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu regionalnego a średnia odległość podróży	123
Rysunek 6.12.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na grupy wiekowe	125
Rysunek 6.13.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na miejsce zamieszkania	127
Rysunek 6.14.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym a średnia odległość podróży	128
Rysunek 6.15.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	130
Rysunek 6.16.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	132
Rysunek 6.17.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec ponadregionalnego transportu publicznego a średnia odległość podróży	133
Rysunek 6.18.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	135
Rysunek 6.19.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	136
Rysunek 6.20.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego w podziale na województwo zamieszkania	137
Rysunek 6.21.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego a średnia odległość podróży	139

Tabela 3.1.	Przewoźnicy osób w transporcie kolejowym	48
Tabela 3.2.	Analiza możliwości podróży różnymi środkami transportu	56
Tabela 3.3.	Zmiany wskaźnika motoryzacji dla samochodów osobowych w latach 2010–2018 w wybranych krajach Europy	58
Tabela 4.1.	Dziesięć najpopularniejszych relacji podróży koleją według łącznej liczby pasażerów w 2020 roku	70
Tabela 4.2.	Decyzje o przyznaniu otwartego dostępu w relacjach krajowych (ważne w rocznym rozkładzie jazdy pociągów 2019–2020 oraz 2020–2021)	73
Tabela 5.1.	Wiek uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	81
Tabela 5.2.	Wykształcenie uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	82
Tabela 5.3.	Status zawodowy uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną	82
Tabela 5.4.	Wielkość miejsca zamieszkania uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	84
Tabela 5.5.	Województwo zamieszkania uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną	85
Tabela 5.6.	Wybór środków transportu – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną	86
Tabela 5.7.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	87
Tabela 5.8.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie regionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	88
Tabela 5.9.	Średnia odległość podróży w publicznym transporcie ponadregionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	89
Tabela 5.10.	Średnia odległość podróży w prywatnym transporcie indywidualnym – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalną	90
Tabela 5.11.	Ranga ważności cech usług transportowych dla uczestników badania – liczby i odsetki wskazań wraz z modalną	91
Tabela 5.12.	Średnie, odchylenia standardowe, mediany i modalne oraz wyniki testu Kołmogorowa-Smirnowa dla oceny stwierdzeń dotyczących transportu	93

Tabela 5.13.	Ranga ważności poszczególnych czynników w podróżach na dalekie, średnie i krótkie odległości – liczby i odsetki wskazań wraz z wynikami testów chi kwadrat	94
Tabela 5.14.	Częstość korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego – liczby i odsetki wskazań wraz z medianą i modalnymi	95
Tabela 5.15.	Cele korzystania z transportu miejskiego (aglomeracyjnego), regionalnego, ponadregionalnego (międzywojewódzkiego) i indywidualnego – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi	97
Tabela 5.16.	Korzystanie w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym z nowoczesnych technologii służących zakupowi biletu, sprawdzaniu trasy lub rozkładu jazdy – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi	99
Tabela 5.17.	Sposób, w jaki pandemia COVID-19 wpłynęła na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim (aglomeracyjnym), regionalnym i ponadregionalnym – liczby i odsetki wskazań wraz z modalnymi	101
Tabela 5.18.	Zmiana oczekiwań wobec transportu pasażerskiego w związku z pandemią COVID-19 – liczby i odsetki wskazań	102
Tabela 5.19.	Współczynniki korelacji pomiędzy poziomem zgody z tezą a wiekiem	103
Tabela 6.1.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na grupy wiekowe	106
Tabela 6.2.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim w podziale na miejsce zamieszkania	107
Tabela 6.3.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie miejskim a średnia odległość podróży	109
Tabela 6.4.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	111
Tabela 6.5.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu miejskiego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	112
Tabela 6.6.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na grupy wiekowe	114
Tabela 6.7.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym w podziale na miejsce zamieszkania	116
Tabela 6.8.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie regionalnym a średnia odległość podróży	118

Tabela 6.9.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	120
Tabela 6.10.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu regionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	121
Tabela 6.11.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu regionalnego a średnia odległość podróży	123
Tabela 6.12.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na grupy wiekowe	124
Tabela 6.13.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym w podziale na miejsce zamieszkania	126
Tabela 6.14.	Wpływ pandemii COVID-19 na potrzeby komunikacyjne w transporcie ponadregionalnym a średnia odległość podróży	128
Tabela 6.15.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	129
Tabela 6.16.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu ponadregionalnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	131
Tabela 6.17.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu ponadregionalnego a średnia odległość podróży w publicznym transporcie miejskim	133
Tabela 6.18.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na grupy wiekowe	134
Tabela 6.19.	Zmiana oczekiwań respondentów wobec transportu indywidualnego pod wpływem pandemii COVID-19 w podziale na miejsce zamieszkania	136
Tabela 6.20.	Wpływ pandemii COVID-19 na oczekiwania wobec transportu indywidualnego a średnia odległość podróży	138
Tabela 7.1.	Cele wykorzystania poszczególnych rodzajów transportu pasażerskiego – hierarchia	142

Summary

The Impact of COVID-19 pandemic on the passenger preferences in rail transport

A particular period of change for many market trends is characterised by the years 2019–2022, in which the world has been battling the growing COVID-19 pandemic. In this context, a systemic approach to transport is needed to capture the processes taking place in transport as a coherent, comprehensive and integrated whole. The passenger transport market is very dynamic and undergoes constant transformation, mainly due to changes in the transport environment.

The research objectives of the considerations are:

- firstly: to investigate what impact the COVID-19 pandemic has had and is having on the decisions of service recipients in passenger transport,
- second: to answer the question of whether, and if so to what extent, the COVID-19 pandemic has affected the needs, preferences and expectations of travelers in public and individual transport,
- thirdly: to answer the question whether the COVID-19 pandemic has affected the needs, preferences and expectations of travelers in short, medium and long-distance rail passenger transport – agglomeration, regional and supra-regional.

The application objective is to outline the directions of research into the preferences of consumers of passenger transport services and to indicate the possibilities of shaping the offer in rail passenger transport in the new environmental conditions. The premise of the considerations is to investigate whether and, if so, how the travelers' preferences in public and individual transport (including passenger rail transport) have changed in the context of contemporary conditions of the COVID-19 pandemic, how contemporary consumers (travelers) behave, and what in passenger transport service is a priority for them.

In order to achieve the stated objectives:

- the transformations of consumer behaviours in the modern world are presented,
- basic research problems relating to passenger behavior in public and private transport (including rail passenger transport) during the COVID-19 pandemic have been realized both theoretically and empirically,

- presented the results of primary research covering both the preferences, travel behaviour and needs of travellers on public and individual transport (including rail passenger transport) during the COVID-19 pandemic,
- the possibilities of influencing traveller preferences after the COVID 19 pandemic in rail passenger transport are indicated.

The concept of the monograph covers theoretical issues related to both consumer behaviour and preferences as well as embedding them in transport economic theory. Separate attention is given to the development of the COVID 19 pandemic, which has redefined consumer behaviour in many markets. In order to provide a clear and fair presentation of the topic undertaken, the monograph is divided into seven chapters, in which individual issues are discussed.

In order to discuss the assumed issues in relation to collective public transport (including passenger rail transport) and individual transport, the monograph includes the results of primary research conducted by the author for the purposes of this monograph. The research was conducted in January 2022 using the CAWI method on a representative sample of $N = 1129$ adult Polish residents. The sample was controlled for socio-demographic variables: gender, age, size of place of residence. Random-quota sampling related to the specificity of research using the CAWI method applied to the on line survey. In order to identify the issue of traveler preferences, the survey covered public passenger transport (rail and road). This made it possible to identify the key elements that make up traveler preferences and a proposal for their implementation in the offer of rail passenger transport.