

Tradycje kulturowe i zachowania żywieniowe turystów płci męskiej w dobie COVID-19

Abramski Tomasz
abramski1720@usmbm.edu.pl
Uczelnia Społeczno-Medyczna w Warszawie

Fabisiak Anna
ORCID: 0000-0003-4725-5679
a.fabisiak@usmbm.edu.pl
Uczelnia Społeczno-Medyczna w Warszawie

Jaworski Mariusz
ORCID: 0000-0002-5207-8323
mjaworski@wum.edu.pl
Warszawski Uniwersytet Medyczny, Zakład Edukacji i Badań w Naukach o Zdrowiu

Abstrakt:

Zaspokajanie potrzeb żywieniowych zależne jest nie tylko od potrzeb społecznych, ale także od kultury czy zaistniałych warunków zewnętrznych, w tym także tych wynikających z odbywania podróży. Praca dotyczy zachowań żywieniowych turystów w dobie COVID-19. Wykazano w niej związek pomiędzy możliwością wyjazdu turysty w czasie pandemii a jego preferencjami żywieniowymi i ich wyborem. Publikacja zawiera wyniki badań empirycznych i stanowi nowe spojrzenie zachowań i wyboru żywności turysty w czasie pandemii.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, zachowania żywieniowe, turysta

Wprowadzenie

Rola i znaczenie zachowań żywieniowych turysty

Turystyka kulinarna stanowi ważny wymiar turystyki kulturowej, który szybko się rozwija. Wybuch pandemii COVID-19 znacząco zahamował możliwości podróży, doświadczania smaków nowych potraw. Co więcej, nie wiele wiadomo było o formach przenoszenia wirusa wywołującego chorobę COVID-19. Obawy dotyczyły aspektów takich jak utrzymywanie się wirusa na powierzchniach różnych przedmiotów, a także na żywności. Obawa związana z potencjalnym zakażeniem się koronawirusem ograniczyła przemieszczanie się ludzi we wszystkich obszarach turystyki, w tym także turystyki kulinarnej. Ograniczenia związane z pandemią COVID-19 w tym izolacja, a także zamknięcie obiektów gastronomicznych znacząco wpłynęły na ofertę turystyki kulinarnej. W związku z tym możliwości poznawania przez turystów nowych smaków i potraw zostało ograniczone.

Zachowania żywieniowe podczas podróżowania turystów stanowią element turystyki kulinarnej. Kulturowanie kulinarnej tradycji wiąże się z konsumpcją żywności wytwarzanej z lokalnych surowców często według dawnych receptur i stanowi niejako chęć poznania i próbowania potraw i napojów podczas podróży. Zachowania żywieniowe rozumiane są jako grupa zachowań symbolicznych i bezpośrednich dotyczą przede wszystkim obszaru wyboru żywności, lokalizacji, zakupu produktów a także miejsc i częstości spożywania. Do czynników warunkujących wzory żywieniowe człowieka należą m.in. czynniki naturalne, społeczne (kultura, klimat) i psychologiczne (poziom rozwoju, wyznanie) a także czynniki biologiczne. Te ostatnie wpływają na stan fizjologiczny na organizm człowieka, jako odczucie sytości i głodu, którego proces regulowany jest przez sygnały. Funkcjonowanie ośrodka sytości i głodu zlokalizowane w podwzgórzu w znacznym stopniu podlega działaniom świadomym organizmu [Makąła, 2018].

Należy zaznaczyć, że istnieje grupa turystów, którzy podczas podróżowania oczekują czegoś nowego, która odnosi się nie tylko do poznania nowych smaków czy potraw ale także do innego odmiennego od kuchni regionalnych sposobu serwowania potraw. Jak podaje E. Czarnecka-Skubina [2017] aż 54% turystów wskazuje wyżywienie jako jeden z głównych czynników wyboru. Z badań przeprowadzonych przez Czarnecką-Skubinę i Pielak [2016] respondenci wybrali kuchnię włoską (78%) badanych i turecką (54%). Jako czynniki decydujące o wyborze lokali ankietowani wyróżnili cenę (55%) i lokalizację (46%). Ponadto oprócz potrzeb fizjologicznych wymienia się potrzeby edukacji, celebrowania ważnych wydarzeń, poznania nowości kulinarnych czy innych kultur oraz potrzeby relaksu, odpoczynku i inne.

Aktualnie nie ma badań, które oceniałyby wpływ pandemii COVID-19 na zachowania turystów praktykujących turystykę kulinarną. Nie jest wiadome czy pandemia wpłynie i w jakim stopniu na postawy turystów wobec turystyki kulinarnej. Co więcej, pandemia COVID-19 jest szeroko rozumianym zapytaniem o „*future processing*” w przyszłość w celu rozwoju innych nowych strategii [Matiza, 2020; Chinazzi i wsp., 2020]. Doniesienia literaturowe dotyczą wyrażenia opinii czy ogólnych stwierdzeń. Wydaje się, iż istotne znaczenie dla rozwoju turystycznego będzie miała także oprócz rozwoju gospodarki także psychika turysty [Kock i wsp., 2020].

Wstępne dane pokazują, że kluczowe znaczenie wydaje się mieć informacja na temat warunków sanitarno-epidemiologicznych. Turyści zanim zdecydują się skorzystać z oferty turystycznej weryfikują te informacje. Omawiana kwestia dotyczy

nie tylko hoteli, ale także restauracji, z których turyści chcą skorzystać [Milwood i Crick 2021]. Powyższa informacja jest kluczowa dla turystów, którzy decydują się na podróże podczas pandemii. Według raportu UNTWO [2020] wynika, że liczba podróży międzynarodowych od stycznia do października bieżącego roku spadła o 72 proc. W wyniku analizy rozwoju sytuacji opracowanego przez UNWTO na lata 2021-2024 raportu wynika, że pierwszych sygnałów powrotu na rynku turystycznym można się spodziewać dopiero w drugiej połowie przyszłego roku. Taki spadek liczby turystów miał wpływ na wszystkie gałęzie turystyki, w tym turystyki kulinarnej.

W kontekście pandemii, zmieniły się także plany turystyczne Polaków. Według danych opracowanych przez Polską Organizację Turystyczną [2020], aż 87% respondentów zadeklarowało chęć wyjazdu krajowego. Natomiast za granicę chcieliby wyjechać 13% badanych. Ponad 80% wyjeżdżających na wyjazdy krajowe i zagraniczne zamierza skorzystać z płatnych noclegów, jedynie 15% badanych planuje nocować w hotelach. W 82%-ach istotne znaczenie dla podróżujących przy planowaniu wyjazdu ma wprowadzenie przez obiekt podwyższonych standardów higienicznych, zakwaterowanie, noclegi i koszt pobytu.

Światowa Organizacja Turystyki [2020] i Komisja Europejska [2020] wydała wytyczne dotyczące odbudowy turystyki po COVID-19. Wśród nich wyróżniono trzy kwestie, które mogą wpłynąć na nowe oblicze turystyki: promowanie turystyki krajowej, zapewnienie turystom bezpieczeństwa zdrowotnego oraz skierowanie oferty turystycznej do osób młodych oraz tych, którzy podróżowali wcześniej [Turnšek, 2020]. W tym kontekście ważne jest poznanie opinii turystów dotyczące ich przyszłych podróży. W kontekście turystyki będącej wymiarem turystyki kulinarnej ważne jest poznanie obaw związanych z spożywaniem potraw podczas planowanych podróży. Poznanie tych opinii może mieć ważne znaczenie w kontekście działań mających na celu odbudowę turystyki po COVID-19. Pozwoli to także na opracowanie odpowiedniej strategii i oferty skierowanej do turystów, która będzie dawała poczucie bezpieczeństwa.

Analizując opinie turystów należy zwrócić uwagę na aspekt płci podróżujących turystów. Z badań przeprowadzonych przez M. Kozak i wsp. [2007] wynika, że zachowania turystyczne kobiet i mężczyzn różnią się znacząco. Różnice te dotyczą podjęcia ryzyka w podejmowaniu decyzji dotyczących wyjazdu. Kobiety, jako cel podróży wybierają miejsca bardziej bezpieczne oraz bezpieczne formy uprawy turystyki. Mężczyźni natomiast podróżują częściej niż kobiety i różnią się ich

preferencje. Dlatego też podjęto badanie mające na celu sprawdzenie tego trendu w czasie pandemii.

Celem pracy było omówienie wyników badań dotyczących poznania opinii wynikających z przyszłych podróży turysty w aspekcie zachowań i preferencji żywieniowych mężczyzn. Skutki i rozwój również turystyki wymagają na pewno dalszych badań dotyczących zachowań, obaw i decyzji nowego turysty także w aspekcie bezpieczeństwa żywności i oferowanych potraw.

Metodologia badań

Grupę osób badanych stanowiło 100 celowo wybranych respondentów mężczyzn w wieku od 20 do 69 lat. Kryteria włączenia do badania obejmowały: 1) bycie mężczyzną deklarującym odbywającym podejmowanie podróży zagranicznych minimum trzy razy w roku (przed wystąpieniem pandemii COVID), 2) Wiek równy lub powyżej 18; 3) świadoma zgoda na udział w badaniu. Należy zaznaczyć, że grupa osób włączonych do badania nie jest grupą reprezentatywną. Uczestnicy badania byli rekrutowani na podstawie kryteriów włączenia metodą kuli śnieżnej. Metoda kuli śnieżnej polega na rekrutowaniu uczestników przez innych uczestników. Osoby nie spełniające tych kryteriów były wyłączone z badania.

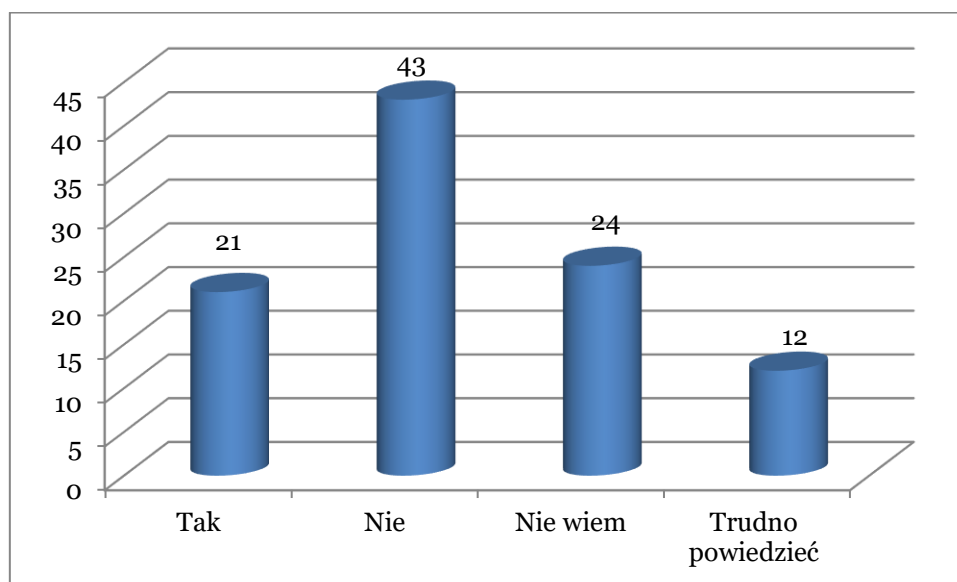
W celu sprawdzenia czynników mogących mieć wpływ na turystykę przyszłego turysty jak i jego zachowania żywieniowe wykorzystano metodologię badań ilościowych. Badania przekrojowe z wykorzystaniem metodyki sondażu diagnostycznego przeprowadzono z zastosowaniem techniki ankietowej. Natomiast jako narzędzie wykorzystano autorski kwestionariusz ankietowy składający się z 9 pytań zamkniętych. Elektroniczną wersję ankiety umieszczono na forach i w grupach mediów społecznościowych. Uzyskano niezbędne zgody na umieszczenie linku do ankiety na tych portalach społecznościowych.

Z zebranych danych przygotowano bazę danych w postaci arkusza kalkulacyjnego Microsoft Excel. Następnie przygotowano statystyki opisowe (np. liczebność, procenty), a także wykorzystano test chi-kwadrat to oceny różnic w udzielonych odpowiedziach między mężczyznami w wieku do 30 roku życia (Grupa 1), a mężczyznami w wieku powyżej 50 roku życia (Grupa 2).

Przeprowadzone badania ankietowe miały na celu sprawdzenie zarówno wpływu postrzegania ryzyka związanego z wyjazdem i wpływu powstałych zagrożeń w czasie i po pandemii w grupie mężczyzn w młodszym i starszym wieku.

Wyniki przeprowadzonych badań

Branża turystyczna jest jedną z pierwszych i najbardziej dotkniętych gałęzi pandemią, to nie tylko całkowite lub częściowe zamknięcie miejsc publicznych i prywatnych, ale także ograniczona swoboda wykonywania usług. Jak podaje raport UNTWO [2020], aż 96% miejsc związanych z turystyką i podróżowaniem jest ograniczona. Według danych w 2020r. przyjazdy turystów zmniejszyły się aż o 30%. Dlatego też dalszy rozwój i przebieg pandemii będzie miał kluczowe znaczenie przede wszystkim w branży turystycznej. W badaniach prowadzonych przez C. Mao i wsp. [2010] wynika, iż bezpieczeństwo turysty w znacznym stopniu uzależnione jest także od zagrożeń zdrowotnych związanych z konsumpcją żywności. Zagrożenia dla zdrowia podczas podróży były też tematem badań podczas ptasiej grypy i SARS.



Ryc. 1. Możliwość wyjazdu w czasie lub po pandemii

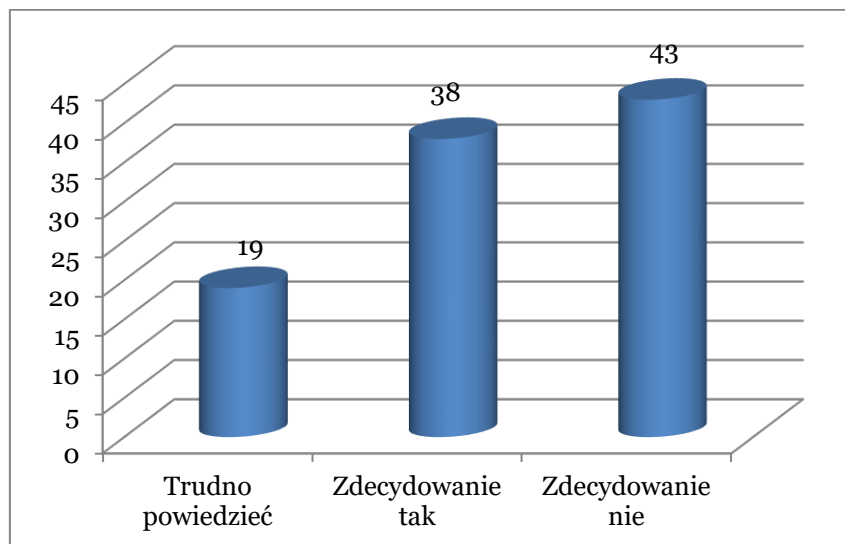
Źródło: opracowanie własne

Z przeprowadzonych badań wynika, iż w przypadku możliwości wyjazdu w czasie lub po pandemii aż 43% mężczyzn nie zdecydowałoby się na podjęcie decyzji podróży. Według danych przedstawionych na ryc. 1 wynika też, iż respondenci nie byli przekonani jaką decyzję by podjęli, gdyż procent odpowiedzi pozywanych jak i „nie wiem” był zbliżony i wynosił odpowiednio 21 i 24%. Prawdopodobną przyczyną różnych odpowiedzi respondentów są obawy, niepewność w obliczu zagrożeń zdrowotnych i warunków podróży. Według ankietowanych 78% nie podejmie ryzyka związanego z wyjazdem, przez co najmniej rok Turnšek i wsp. [2020].

Jak podaje A. Chebi i F. Said [2020] 82% badanych ograniczyło podróże w czasie pandemii. Jak podają autorzy dla osób badanych istotne znaczenie podczas podróży mają warunki bezpieczeństwa (30%), dostępność środków ochrony (środki dezynfekujące)-30%. Kolejnym ważnym czynnikiem wśród badanych był przekaz informacji (55%). Natomiast decyzja podróżowania w miejsca zatłoczone (poza sezonem) była istotna dla 47% ankietowanych. Wyniki tych danych potwierdzają także badania prowadzone przez M. Turnšek i wsp. [2020], według, których 63% badanych podczas podróży unikało transportu publicznego. Prawdopodobnie jak podaje autor turyści będą decydować się na podróże we własnym kraju (57%). Na pytanie dotyczące czy będą podróżować po pandemii, aby odwiedzić wybrane miejsca i zrealizować plany podróży twierdząco odpowiedziało tylko 26% badanych.

Z badań przeprowadzonych przez M. Kozak i wsp. [2007] wynika, że starsi mężczyźni byli bardziej skłonni do podjęcia ryzyka związanego z podróżą w obliczu zagrożenia zdrowotnego, potencjalnego terroryzmu niż osoby młode.

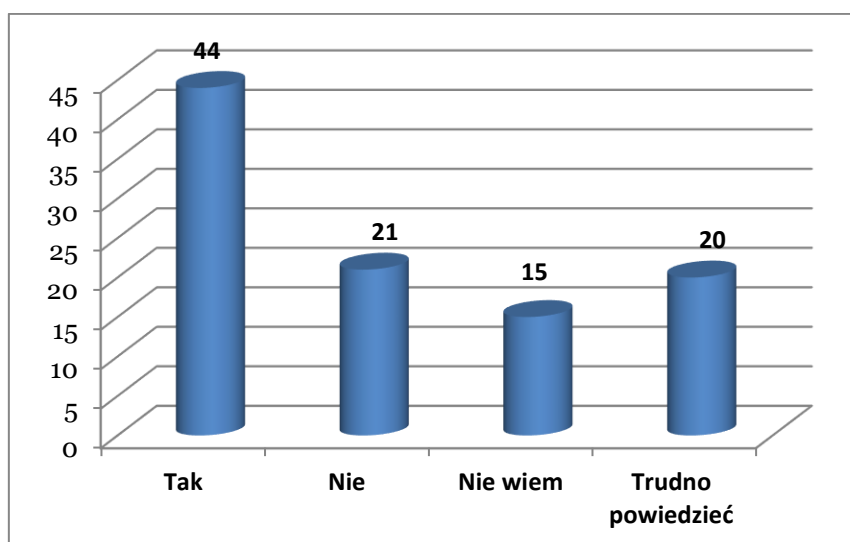
Uzyskane wyniki badań ankietowanych poddano analizie statystycznej (dane niepublikowane), w której grupę badaną podzielono na mężczyzn do 50 roku życia i grupę na powyżej 50 roku życia. Analiza statystyczna wykazała istotne różnice (test $\chi^2 = 3,876$, $p < 0,05$) pomiędzy grupami dotyczące podjęcia decyzji odbycia podróży w czasie lub po pandemii. Grupa mężczyzn powyżej 50 roku życia zadeklarowała chęć wyjazdu w czasie lub po pandemii. Prawdopodobną przyczyną takich decyzji może być fakt, iż w grupie respondentów znajdują się osoby, które są bardziej doświadczone w odbywaniu podróży i postrzegają inaczej ryzyko związane z wyjazdem. Otrzymane wyniki potwierdzają badania prowadzone przez H. Hajibaba i wsp. [2005], z których wynika, że skłonność do wyjazdu związana jest z wiekiem. Według J. Byrnes i wsp. [1999] to właśnie mężczyźni są bardziej podatni na ryzyko niż kobiety, w tym także ryzyko związane z podróżowaniem.



Ryc. 2. Częstość poróżowania w czasie pandemii

Źródło: opracowanie własne

Na ryc. 2 przedstawiono wyniki badań dotyczące częstości podróżowania mężczyzn w czasie pandemii. Jak wynika z przedstawionych badań 43% badanych nie podróżowało częściej w czasie pandemii. 19% ankietowanych nie potrafiło jednoznacznie określić częstości przebytych podróży. Prawdopodobną przyczyną ograniczenia podróżowania w czasie pandemii jest chęć ograniczenia kontaktu z innymi osobami w czasie podróży. Podobne wyniki otrzymano w badaniach empirycznych przedstawionych przez A. Chebi i F. Said [2020] według, których 84% badanych nie podjęło decyzji odbycia podróży w uwagi na chęć unikania kontaktu.

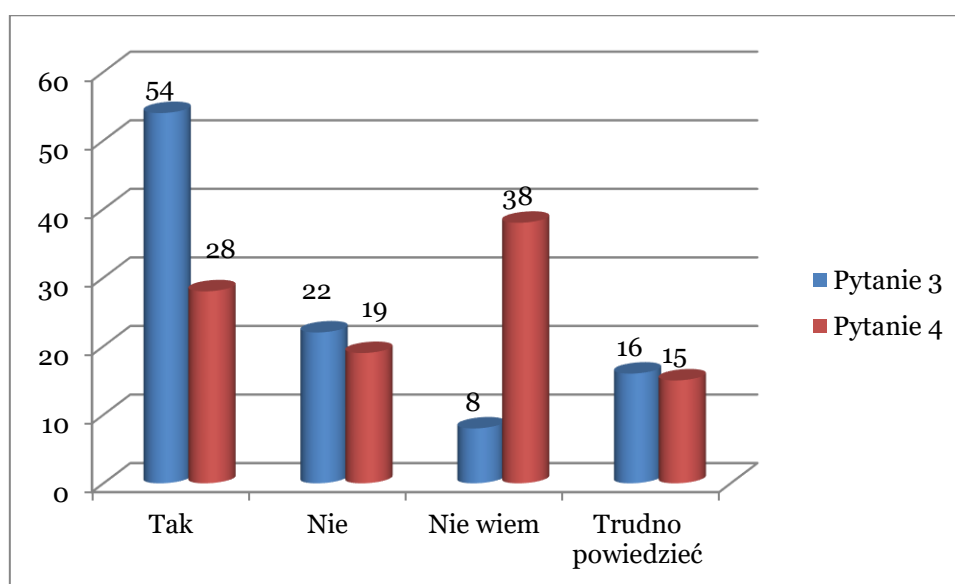


Ryc. 3. Konsumpcja żywności lokalnej podczas wyjazdu w czasie lub po pandemii

Źródło: opracowanie własne

Dane przedstawione na ryc. 3 dotyczą wyboru konsumpcji żywności lokalnej podczas wyjazdu w czasie lub po pandemii. 44% mężczyzn zdecydowałoby się na konsumpcję żywności lokalnej podczas wyjazdu. Natomiast 21% nie skorzystałoby z takiej możliwości. Podobny procent osób badanych (20%) nie była zdecydowana, co do konsumpcji żywności lokalnej w czasie podróży.

Zachowania żywieniowe podczas podróży przedstawiono w badaniach A. Chebi i F. Said [2020]. Na pytania dotyczące nie spożywania żywności poza domem podczas wyjazdu zadeklarowało 57% badanych.

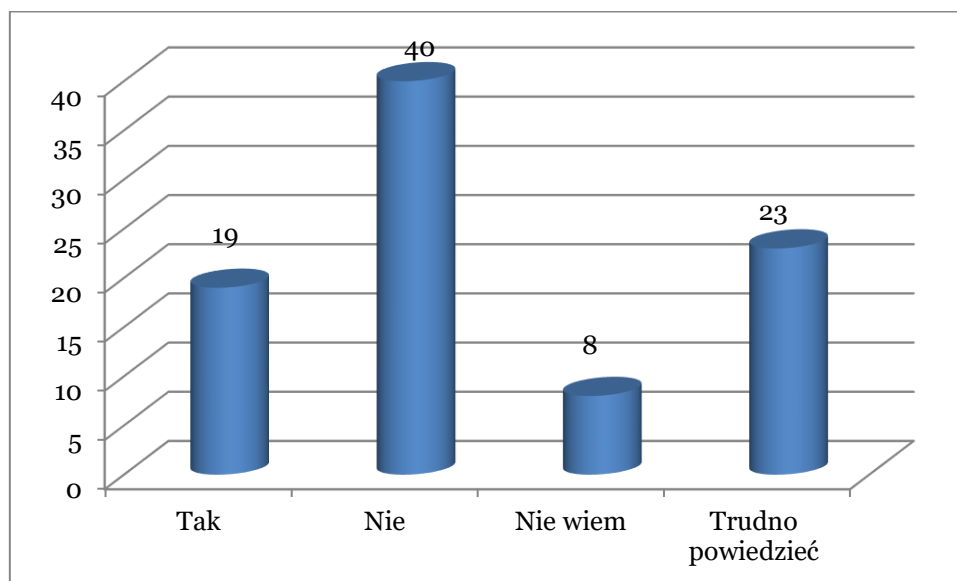


Ryc. 4. Zakup potraw regionalnych (pytanie 3) i zakup żywności na targowiskach (pytanie 4) podczas wyjazdu w czasie lub po pandemii
Źródło: opracowanie własne

Na ryc. 4 przedstawiono odpowiedzi respondentów na zadane pytania czy podczas wyjazdu w czasie lub po pandemii zdecydowałoby się na zakup potraw regionalnych i żywności na targowiskach. Według ankietowanych 54% zdecydowałoby się na potrawy regionalne, natomiast decyzji takiej nie podjęłoby 22% badanych. Brak zdecydowania wykazało 8% badanych. Zupełnie inny odsetek odpowiedzi odnotowano, gdy pytanie dotyczyło decyzji zakupu żywności podczas wyjazdu na targowiskach. Z otrzymanych danych wynika, że brak zdecydowania dotyczyło 38% badanych. 28% respondentów dokonałoby zakupu tego typu żywności, natomiast zdecydowanie nie zadeklarowało 19 osób.

Powstały brak zdecydowania w odpowiedzi ankietowanych może wynikać wewnętrznych motywów turysty poprzez postrzeganie ryzyka związanego z podróżą. Często jest to wynikiem stanu psychologicznego, który występuje, jako wynik

niespójności związanych z pozytywnymi i negatywnymi spostrzeżeniami dotyczącymi zachowań i podjęcia decyzji i skutków konsumpcji i zakupu żywności [Chebli i Said, 2020].



Ryc. 5. Spożywanie żywności w czasie pandemii

Źródło: opracowanie własne

Okres kwarantanny i czas trwającej pandemii był dla społeczeństwa jest nadal sytuacją niespodziewaną i związaną ze stresem. Zmiana trybu życia i warunków wpłynęła na zmiany nawyków żywieniowych. Większa ilość czasu spędzonego w domu mogła być powodem większej ilości konsumpcji żywności. Ponadto w osób, które wykazują tendencję do „zjadania stresu” czas pandemii sprzyja nadmiernemu spożywaniu żywności. Najczęściej efekt „podjadania” dotyczy konsumpcji węglowodanów prostych, które zwiększają ryzyko chorób takich jak: otyłość czy cukrzyca typu 2. W przypadku rozluźnienia zwyczajowej równowagi pomiędzy rozróżnianiem uczucia głodu od apetytu istotne znaczenie ma fakt regularnego konsumowania posiłków i unikania przekąsek. Jak wynika z badań przyzwyczajenie do nowych nawyków żywieniowych potrzeba 30 dni, a stany lękowe i stres związany z pandemią znacznie wpływa na decyzję społeczeństwa dotyczącą zakupu i wyboru żywności [Özlem i Mehmet, 2020]. Jak podają autorzy wpływ stresu może mieć efekt decyzji wynikających z nadmiernej konsumpcji żywności lub zaniechania spożycia produktów spożywczych i potraw jako odpowiedź na powstały stres.

Druga część badań dotyczyła zachowań żywieniowych turystów w czasie pandemii. Pytanie dotyczyło udzielenia odpowiedzi czy podczas pandemii spożywane były większe ilości żywności (Ryc. 5). Z badań ankietowanych wynika, iż znaczny

procent mężczyzn (40%) nie zwiększyło konsumpcji żywności w czasie pandemii. Około 20% badanych zadeklarowało większe spożycie żywności, natomiast podobny odsetek mężczyzn nie było w stanie jednoznacznie określić jak zmienił się ich sposób odżywiania w czasie pandemii (23%).

Szczegółowe odpowiedzi na pytania dotyczące zachowań żywieniowych w czasie pandemii przedstawiono w tab. 1.

Tab. 1. Zachowania żywieniowe w czasie pandemii

Pytanie	Trudno powiedzieć	Zdecydowanie tak	Zdecydowanie nie
Czy podczas pandemii spożywa Pan większą ilość mięsa	21	19	60
Czy w czasie pandemii zmienił Pan sposób odżywiania się	17	44	39
Czy często kupuje Pan w czasie trwania pandemii żywność „na wynos”	19	38	43

Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli 1 44% badanych zmieniło sposób odżywiania w czasie pandemii. 60% mężczyzn zadeklarowało, iż nie spożywało w czasie COVID-19 większych ilości mięsa. Na pytanie czy często kupuje Pan żywność „na wynos” większość respondentów odpowiedziała negatywnie, jednak procent odpowiedzi bardzo podobny do odpowiedzi osób, które korzystały z żywności gotowej. Natomiast większy odsetek odpowiedzi uzyskano w badaniach prowadzonych przez A. Chebi i F. Said [2020]. Respondenci w 82% zadeklarowali, że nie spożywają w czasie pandemii posiłków poza domem.

Zakończenie

Na początku pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 wiele zaleceń i obostrzeń było opartych na opiniach ekspertów, bazujących na założeniach teoretycznych i doświadczeniach z poprzednich epidemii. Wprowadzone obostrzenia (np. częste mycie rąk, zachowanie dystansu, izolacja społeczna), skutecznie zmniejszyły transmisję zakażeń SARS-CoV-2, ale jednocześnie spowodowały pojawienie

się depresji czy lęku, gniewu i stresu, co wpłynęło nie tylko na konsumpcję żywności, ale także na nawyki żywieniowe.

Zmiany i powstałe obostrzenia w znacznym stopniu dotyczą także sektora turystyki. Istnieje potrzeba opracowania nowych strategii, które wpłyną na dalsze funkcjonowanie branży turystycznej, tak, aby jak najszybciej wzmocnić działalność w czasie i po pandemii. Z przeprowadzonych badań wstępnych wynika, iż jednym z elementów będzie analiza potrzeb i oczekiwań przyszłych turystów a także zapewnienie bezpieczeństwa zarówno w czasie podróży jak i pobytu w wybranym miejscu. Ponadto szczególną uwagę należy zwrócić też na zakres oferowanych usług gastronomicznych, nie tylko pod względem menu, ale także z zachowaniem bezpiecznego ich przygotowywania.

Uzyskane dane wskazują, że mężczyźni biorący udział w badaniu ograniczyli podróżowanie podczas pandemii COVID-19. Mimo to, deklarowali, że spożywanie posiłków w restauracjach i próbowanie lokalnej żywności i potraw jest dla nich ważne. Te obserwacje mają ważny wymiar praktyczny, ponieważ wskazują obszar, któremu należy poświęcić najwięcej uwagi podczas odbudowywania turystyki kulinarnej po pandemii. Szczególnie ważne jest danie poczucia bezpieczeństwa turystom, że miejsce, w którym próbują lokalnej potrawy jest związane z niskim ryzykiem zarażenia się koronawirusem. W związku z tym ważne jest nie tylko ustawienie informacji o płynię do dezynfekcji rąk w widocznym dla klientów miejscu, ale także przestrzeganie reżimu sanitarno-epidemiologicznego np. odpowiedniej odległości między stolikami.

Jak wynika z raportu przeprowadzonego przez Polską Organizację Turystyczną [2020], aż 30% Polaków planuje krótki wyjazd w okresie urlopowym pod warunkiem zapewnienia podwyższonego standardu higienicznego (82%). Istotne znaczenie będzie miała również możliwość konsumpcji potraw regionalnych (64%).

ANEKS z kwestionariuszem

1. Jeśli byłaby możliwość wyjazdu w czasie lub po pandemii czy zdecydowałby się Pan na wyjazd?
 - tak
 - nie
 - nie wiem
 - trudno powiedzieć
2. Czy podczas wyjazdu zdecydowałby się Pan na próbowanie lokalnej żywności?
 - tak
 - nie
 - nie wiem
 - trudno powiedzieć
3. Czy podczas wyjazdu zdecydowałby się Pan na zakup potraw regionalnych, krajowych?
 - tak

- nie
 - nie wiem
 - trudno powiedzieć
4. Czy podczas pandemii spożywa Pan mniejsze porcje jedzenia?
- tak
 - nie
 - nie wiem
 - trudno powiedzieć
5. Czy podczas pandemii spożywa Pan większą ilość mięsa?
- trudno powiedzieć
 - zdecydowanie tak
 - zdecydowanie nie
6. Czy w czasie pandemii zmienił Pan sposób odżywiania się?
- trudno powiedzieć
 - zdecydowanie tak
 - zdecydowanie nie
7. Czy często kupuje Pan w czasie trwania pandemii żywność „na wynos”?
- trudno powiedzieć
 - zdecydowanie tak
 - zdecydowanie nie

Bibliografia

- Andrades, L., Dimanche, F., Ilkevich, S., 2015, *Tourist behaviour and trends* [w:] L. Andrades, F. Dimanche (red.). *Tourism in Russia: A management handbook*, United Kingdom, s. 101-130
- Byrnes, J. P., Miller, D. C., Schafer, W. D., 1999, *Gender differences in risk taking: A meta-analysis*, „Psychological Bulletin”, nr 125(3), s. 367–383
- Chebli A., Said F.B., 2020, *The impact of COVID-19 on tourist consumption behaviour: A perspective article*, „Journal of Tourism Management Research”, nr 7(2), s. 196-207
- Chinazzi M. et al., 2020, *The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak*, „Science”, nr 368(24), s. 395-400
- Czarnecka-Skubina E., Pielak M., 2016, *Kulinarne preferencje polskich konsumentów w zakresie kuchni etnicznych*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja”, nr 2(8), s. 5-15
- Czarnecka-Skubina E., 2017, *Innowacje w sektorze turystycznym w zakresie żywienia*, „Nauki Inżynierskie i Technologie”, nr 2 (25), s. 20-34
- GUS. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka/sport/turystyka/wykorzystanie-turystycznej-bazy-noclegowej-w-polsce-w-lipcu-i-sierpniu-2020-r-,6,21.html> [dostęp 13.03.2021]
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F., Dolnicar, S., 2015, *Crisis-resistant tourists*, „Annals of Tourism Research”, nr 53, s. 46–60, available at: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.04.001> [dostęp 13.03.2021]
- Kock F., Norfelt A., Josiassen A., Assaf A.G., Tsionas M.G., 2020, *Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm*, „Annals of Tourism Research”, nr 85, s. 1-14

- Kozak, M., Crotts, J. C., Law, R., 2007, *The impact of the perception of risk on international travellers*, „International Journal of Tourism Research”, nr. 9(4), s. 233–242
- Makala H., 2018, *Znaczenie żywności funkcjonalnej w turystyce*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja”, nr 2(22), s. 54-66
- Mao, C.-K., Ding, C. G., & Lee, H.-Y., 2010, *Post-sars tourist arrival recovery patterns: An analysis based on a catastrophe theory*, „Tourism Management”, nr 31(6), s. 855–861
- Matiza T., 2020, *Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk*, Journal of Tourism Futures, [<https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/?lang=en&q=au:%22Matiza,%20T.%22>] [dostęp 13.03.2021]
- Özlem A., Mehmet N., 2020, *Eating habits changes during COVID-19 pandemic lockdown*, „Halk Sağlığı Dergisi”, nr 5, s. 188-196
- Polska Organizacja Turystyczna, 2020, *Plany wyjazdowe Polaków-kwiecień 2020* www.pot.gov.pl/pl/dane-i-wiedza/dane-i-wiedza/badania-i-analizy [dostęp 13.03.2021]
- Turnšek M. at all., 2020, *Perceived threat of COVID-19 and future travel avoidance: Results from an early convenient sample in Slovenia*, „Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal”, nr 13(1), s. 1-19
- UNTWO, 2020, *Covid-19 response: 96 of global destinations impose travel restrictions*, unwto reports. unwto. www.unwto.org/news/covid-19-response-travel-restrictions [dostęp 13.03.2021]
- Yousaf, A., Amin, I., Santos, J. A., 2018, *Tourist's motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature*, „Tourism and Hospitality Management”, nr 24(1), str. 1–15. available at: <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>. [dostęp 13.03.2021]

Cultural traditions and nutritional behavior of male tourists in the COVID-19 era

Abstract

Satisfying nutritional needs depends not only on social needs, but also on culture or external conditions, including those resulting from traveling. The work concerns the nutritional behavior of tourists in the COVID-19 era. It showed a relationship between the possibility of a tourist leaving during a pandemic and his food preferences and choice. The publication contains the results of empirical research and provides a new look at tourist behavior and food choices during a pandemic.

Keywords: culinary tourism, eating behavior, tourist