



# POLITECHNIKA KOSZALIŃSKA

Raport końcowy z wyników projektu badawczego

## **Odporność sektora przemysłu spotkań w czasach niepewności**

Building resilient event sector in times of uncertainty

Finansowany w ramach Grantu Interwencyjnego Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej



Autorzy:

Dr Dorota Janiszewska

Dr Dariusz Kloskowski

Dr Grzegorz Kwiatkowski

Dr Luiza Ossowska

Koszalin, 2021

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Znaczenie branży eventowej w gospodarce</b> .....	<b>5</b>
1.1. Pojęcie i podstawowy podział eventów .....	5
1.2. Społeczno-ekonomiczne znaczenie eventów .....	6
1.3. Znaczenie eventów w turystyce .....	9
<b>2. Odporność branży eventowej w ujęciu teoretycznym</b> .....	<b>11</b>
2.1. Proces budowania odporności .....	11
2.2. Semantyczny model odporności eventowej .....	12
<b>3. Działalność branży eventowej w trakcie pandemii wywołanej przez COVID-19</b> .....	<b>19</b>
3.1. Pandemia COVID-19 a branża eventowa – przegląd literatury przedmiotu.....	19
3.2. Zalecenia i ograniczenia w związku z pandemią COVID-19 w Polsce .....	20
<b>4. Założenia metodologiczne projektu badawczego</b> .....	<b>26</b>
<b>5. Wyniki badań ankietowych organizatorów eventów w Polsce</b> .....	<b>28</b>
5.1. Charakterystyka respondentów badanych ankietowych .....	28
5.2. Pierwsze reakcje i działania branży eventowej zorientowane na przetrwanie .....	29
5.3. Bezpośredni wpływ pandemii na organizację eventów oraz obroty branży eventowej ....	33
5.4. Działania branży eventowej zorientowane na dostosowanie i zmiany związane z pandemią .....	35
5.5. Odporność branży eventowej .....	38
<b>6. Wyniki studiów pogłębionych organizatorów eventów w Polsce</b> .....	<b>41</b>
6.1. Charakterystyka respondentów studiów pogłębionych.....	41
6.2. Proces budowania odporności .....	42
<b>Wnioski i rekomendacje</b> .....	<b>46</b>
<b>Wykaz literatury</b> .....	<b>48</b>
<b>Spis tabel</b> .....	<b>52</b>
<b>Spis rysunków</b> .....	<b>52</b>

## Wstęp

Dotychczas przeprowadzone badania (Chalkley & Essex, 1999; Kavetsos & Szymanski, 2010; Kwiatkowski, 2016) dowodzą, że organizacja eventów jest skutecznym sposobem przyspieszenia rozwoju społecznego-ekonomicznego obszarów goszczących – miast, regionów, krajów. Istnieje wiele korzyści, które dany obszar może uzyskać w wyniku organizacji eventów. Najczęściej akcentowane są te o charakterze ekonomicznym. Wśród nich wymienia się najczęściej wzrost wydatków (Kwiatkowski, 2016), dochodów podatkowych (Turco, 1995) oraz inwestycji w infrastrukturę (Baumann i Matheson, 2013). W ramach postępu badań nad znaczeniem organizacji eventów zaczęto zwracać także uwagę na inne ich korzyści o charakterze nieekonomicznym, takie jak spójność społeczna (Richards, De Brito & Wilks, 2013), możliwości marketingowe, upodmiotowienie społeczności lokalnych (Kwiatkowski, 2018) czy wsparcie lokalnej przedsiębiorczości i innowacyjności (Hjalager & Kwiatkowski, 2018).

Jednak w 2020 roku wszystko się zmieniło. Powodem zmian jest ciągle trwająca pandemia COVID-19. Pogarszająca się sytuacja związana z rozprzestrzenianiem się wirusa doprowadziła do zablokowania gospodarki. W wyniku wprowadzenia ograniczeń wiele działań o charakterze biznesowym oraz społecznym zostało zawieszonych lub anulowanych. Jednym z sektorów najbardziej dotkniętych skutkami pandemii jest branża eventowa. W roku 2020 odwołano wiele festiwali, wydarzeń i spotkań o charakterze kulturowym, sportowym czy kulinarnym (Kłoskowski i Kwiatkowski, 2021).

Głównym celem podjętych badań jest omówienie wieloaspektowego wpływu Covid-19 na branżę eventową oraz zbadanie i ocena odporności branży na kryzys pandemiczny. Celem raportu jest odpowiedź na następujące pytania:

1. Jak radzą sobie w czasie globalnej pandemii?
2. Jak oceniają działania państwa w walce z globalną pandemią?
3. Jakie korzyści dostrzegają w obecnej sytuacji?
4. Kiedy wrócą do normalnego funkcjonowania?

Zespół naukowców z Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej, realizując projekt pt.: „Building resilient event sector in times of uncertainty” finansowany przez Narodową Agencję Wymiany Akademickiej (NAWA) przeanalizował skutki nagłej i nieprzewidzianej sytuacji jaką jest globalna pandemia wywołana wirusem SARS-CoV-2 na branżę eventową.

Chcąc zrealizować cel badania oraz odpowiedzieć na postawione pytania raport został podzielony na części. W pierwszej części raportu skupiono się na określeniu znaczenia branży eventowej w rozwoju społeczno-gospodarczym. Ponadto omówiono również znaczenie branży w kontekście jej powiązań z innymi branżami, w szczególności turystyką. W drugiej części raportu odniesiono się do odporności branży eventowej w ujęciu teoretycznym. Zaprezentowano dwa podejścia modelowe – proces budowania odporności oraz model semantyczny. Trzecia część odnosi się do charakterystyki funkcjonowania branży eventowej w trakcie pandemii COVID-19. W tej części skupiono się na prześledzeniu wprowadzanych ograniczeń mających na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się wirusa i ich wpływu na funkcjonowanie branży eventowej. W czwartej części przedstawiono aspekty metodologiczne przeprowadzonych badań. Opisano każdy z etapów postępowania badawczego, w tym sposób identyfikacji eventów w Polsce, rodzaje zadawanych pytań, a także sposób zbierania opinii organizatorów eventów. Piąta część raportu obejmuje opis uzyskanych wyników badań ilościowych. Uzyskane wyniki opisano dzieląc je na kilka aspektów, tj. pierwsze reakcje i działania branży eventowej zorientowane na przetrwanie; bezpośredni wpływ pandemii i lockdownów na organizację eventów oraz obroty branży

eventowej; działania branży eventowej zorientowane na dostosowanie i zmiany związane z pandemią; nabytą odporność branży eventowej. Natomiast w szóstej części opisano wyniki badań jakościowych. Całość raportu podsumowana została dyskusją i wnioskami. Do uzupełnienia rekomendacji znacząco przyczynili się również eksperci zagraniczni dr Marianna Strzelecka (Szwecja), dr Christian Dragin-Jensen (Dania) oraz mgr Vilde Hannevik Lien (Norwegia), tworzący zespół badawczy, który zmierzył się z pytaniami o przyszłość branży eventowej.

# 1. Znaczenie branży eventowej w gospodarce

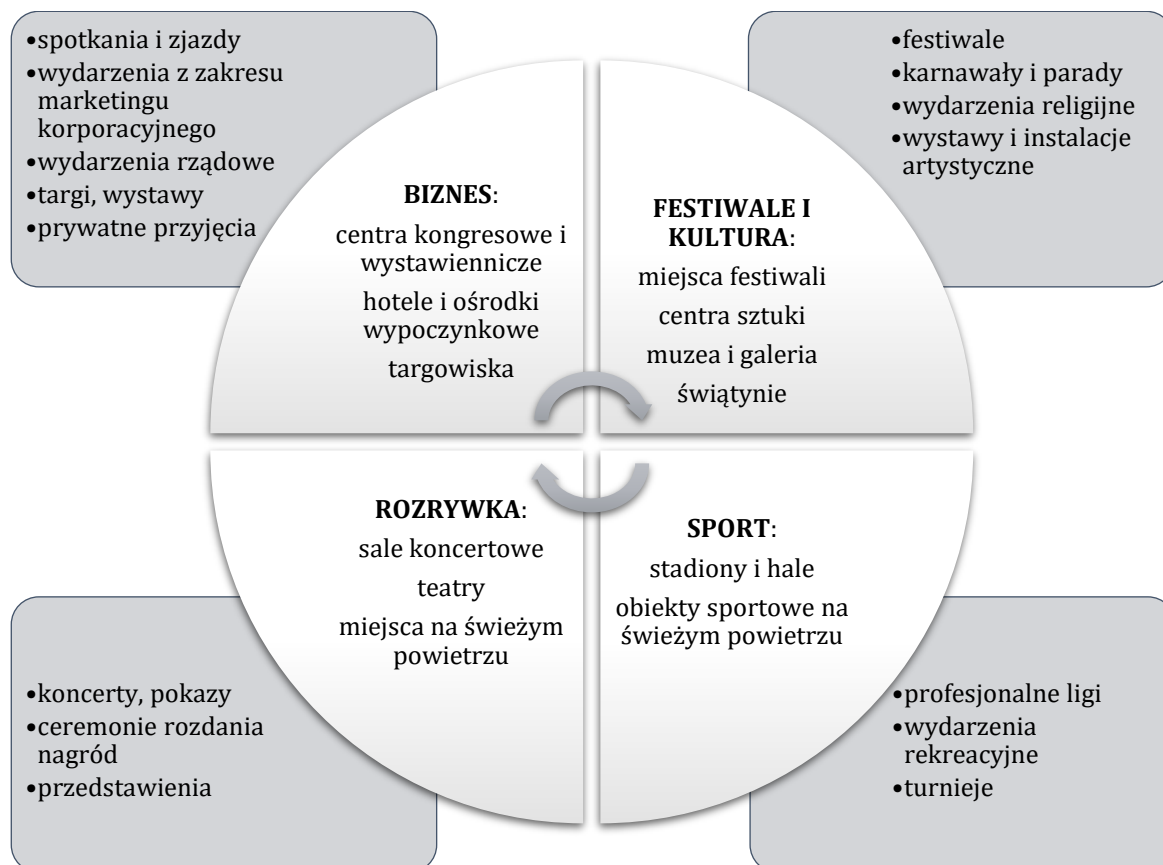
## 1.1. Pojęcie i podstawowy podział eventów

Pierwotnie słowem „event” nazywano wydarzenia szczególne, wyjątkowe i niezapomniane. Obecnie rozszerzono to pojęcie. Event oznacza różnego rodzaju wydarzenia, które są celowe, zorganizowane, ograniczone czasowo, odbywają się w określonym miejscu i bierze w nim udział grupa osób.

Getz (2008) podaje definicje z różnych perspektyw – organizatorów i sponsorów, a także gości. Z pierwszego punktu odniesienia event to jednorazowe lub rzadko występujące wydarzenia odróżniające się od normalnych programów lub działań sponsora lub organizatora. Natomiast dla gości event jest okazją do spędzenia wolnego czasu, spotkań towarzyskich lub kulturalnych poza normalnym zakresem wyboru lub poza codziennym doświadczeniem.

W zakresie definicji eventu zwykle podkreślana jest niecodziennność i wyjątkowość, a także planowy charakter danego wydarzenia. Kolejne ważne cechy to założony budżet oraz zaangażowanie osób organizujących. Event powinien zapewnić emocje i wrażenia, a budżet i osoby zaangażowane pomagają ten cel zrealizować.

Rysunek 1. Typologia planowanych wydarzeń i miejsc: perspektywa eventowo-turystyczna



Źródło: Getz, D. Page, S. 2016. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631.

Tabela 1. Wybrane kryteria podziału eventów

Kryteria podziału eventów	Rodzaje eventów
<b>Odbiorcy</b>	Zewnętrzne Wewnętrzne
<b>Ogólna dostępność</b>	Zamknięte Otwarte
<b>Czas trwania</b>	Jednodniowe Etapowe Wielodniowe
<b>Miejsce organizacji</b>	Stacjonarne Objazdowe
<b>Powtarzalność</b>	Jednorazowe Kilkurazowe Cykliczne
<b>Zasięg</b>	Lokalne Regionalne Krajowe Międzynarodowe Globalne
<b>Dialog z uczestnikami</b>	Czynne Bierne
<b>Forma imprezy</b>	Sportowe Muzyczne Rekreacyjne Filmowe

Źródło: Marczak, M. 2015. Eventy – jako produkty turystyki kulturowej na przykładzie miasta Kołobrzeg. Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych, 19, 103-120.

Eventy można sklasyfikować według różnorodnych kryteriów, takich jak wielkość, lokalizacja, powtarzalność czy zasięg (tabela 1). Na rysunku 1 przedstawiono typologię planowanych wydarzeń z perspektywy eventowo-turystycznej. Wydarzenia podzielono na cztery kategorie: biznes, festiwale i kultura, sport oraz rozrywka. Zatem można wyróżnić kilka rodzajów eventów – m.in. sportowe, kulinarne, muzyczne, kulturalne. W praktyce gospodarczej funkcjonują również typy mieszane, np. kulinarno-muzyczne czy sportowo-kulturalne.

## 1.2. Społeczno-ekonomiczne znaczenie eventów

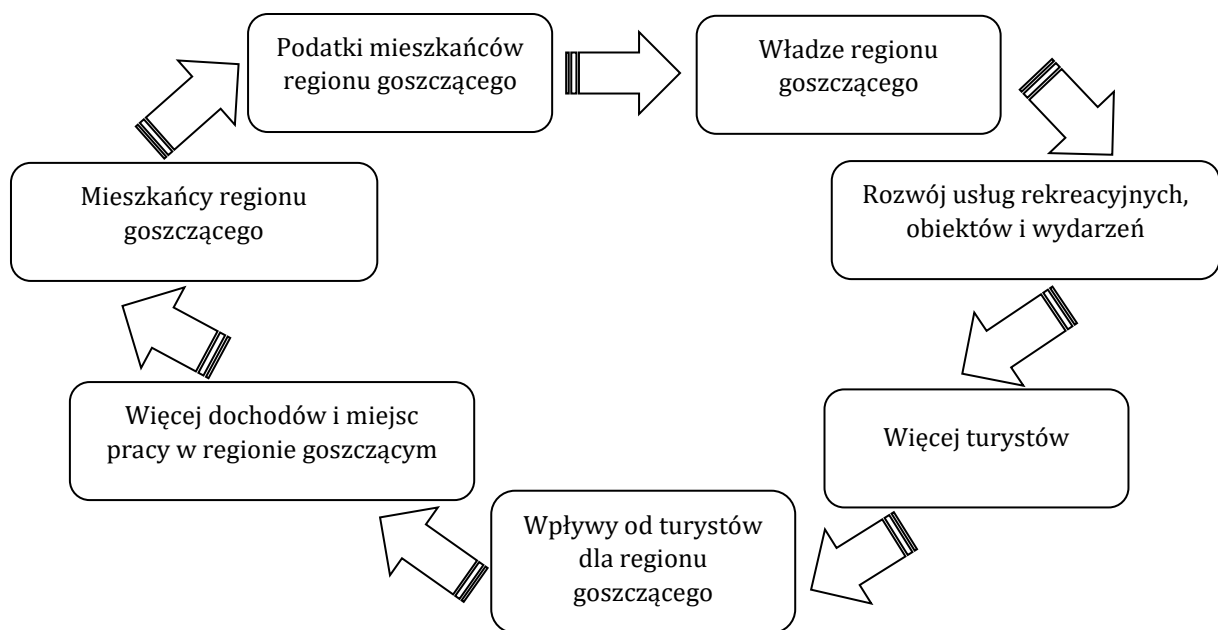
Pojęcie „wpływu ekonomicznego” w sensie ogólnym może mieć różne znaczenia, a także może być interpretowane w różnych aspektach. W kontekście eventów wpływ ekonomiczny jest rozumiany najczęściej jako „zmiana ekonomiczna netto w społeczności gospodarzy, która wynika z wydatków przypisanych wydarzeniu” (Turco i Kelseya, 1992). Zatem wpływ ekonomiczny jest pochodną dodatkowych wydatków, które są związane bezpośrednio z eventem. Analizy wpływu ekonomicznego są sporządzane głównie w celu przekonania interesariuszy, sponsorów, rządów oraz organizatorów wydarzeń, że istnieje konieczność inwestowania, zarówno publicznych, jak i prywatnych środków w ważne wydarzenia (Diedering i Kwiatkowski 2015).

Efekty ekonomiczne eventów można podzielić na trzy kategorie. Pierwszą z nich są efekty pośrednie, odnoszące się do lokalnej gospodarki, która co prawda nie uczestniczy bezpośrednio w organizacji wydarzenia, jednak otrzymuje korzyści w postaci wpływów pochodzących

z wydatków podmiotów, które są związane z wydarzeniem (Kasimati, 2003). Drugą kategorię stanowią efekty bezpośrednie, odnoszące się do gospodarki zaspokajającej potrzeby odwiedzających (turystów) uczestniczących w wydarzeniu regionu goszczącego. Potrzeby te są zaspokajane dzięki np. wydatkom publicznym na infrastrukturę eventu oraz dochodom lokalnych podmiotów. Natomiast trzecia kategorię stanowią efekty indukowane, występujące w wyniku wzrostu przychodów i zatrudnienia, które umożliwiają większe wydatkowanie środków. Możliwość taka pojawia się dzięki zwiększeniu dochodów wszystkich podmiotów (Santo, i Mildner, 2010).

Najprościej podstawowy proces tworzenia wpływu ekonomicznego eventów przez inwestowanie publicznych środków w eventy (lub/i obiekty o celach gospodarczych) można opisać łańcuchem działań przedstawionym na rysunku 2.

Rysunek 2. Podstawowy łańcuch tworzenia wpływu ekonomicznego wydarzeń



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Crompton, J.L., Lee, S.B., Shuster T. 2001. A guide for undertaking economic impact studies: The springfest example, *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.

Płacone przez mieszkańców regionu goszczącego podatki, zasilają budżety władz lokalnych. Władze lokalne przeznaczają część środków na finansowanie rozwoju usług rekreacyjnych, różnych obiektów oraz organizację eventów. Powstałe usługi, obiekty oraz eventy przyciągają większą liczbę odwiedzających, którzy wydają pieniądze w regionie goszczącym, obiektach lub w trakcie eventów. Dopływ nowych środków generuje dochody, a także nowe miejsca pracy dla mieszkańców regionu goszczącego, zamykając cykl. Mieszkańcy przekazując swoje środki władzom lokalnym otrzymują zwrot tej inwestycji w postaci większej liczby miejsc pracy oraz większych dochodów gospodarstwa domowego. Jednak należy mieć na uwadze, że skala uzyskiwanych efektów ekonomicznych w dużej mierze jest uzależniona od czasu, miejsca, a także rangi organizowanego eventu.

Wydarzenia mogą być również katalizatorem rozwoju gospodarczego. Uznaje się, że eventy oferują wiele wymiernych (np. bezpośredni wpływ ekonomiczny, wpływ na zatrudnienie, wpływy z podatków) i niematerialnych (np. duma obywatelska, integracja społeczności) korzyści dla miejsc docelowych, które razem mogą być potencjalnie bogatym źródłem lokalnego dobrobytu (Andersson, Armbrecht i Lundberg, 2012; Atkinson, Mourato, Szymański i Ozdemiroglu, 2008; Kavetsos i Szymański, 2010). Ponadto, ponieważ wiele eventów jest osadzonych w lokalnych

ekosystemach stowarzyszeń sportowych, kulturalnych, biznesowych i innych, często służą one jako lokalna platforma przedsiębiorczości i sposób dostępu do rynku dla lokalnych producentów oraz „bramy” do szerszej bazy konsumentów. Eventy mogą być źródłem innowacji. Mogą wreszcie odegrać ogromną rolę w tworzeniu krótkich łańcuchów dostaw między lokalnymi producentami a konsumentami.

Biorąc pod uwagę społeczne znaczenie, dotychczasowe badania pokazują, że eventy mogą funkcjonować jako potężne akceleratory zmian, szczególnie w odniesieniu do spójności społecznej, integracji i tworzenia tożsamości opartej na miejscu (Atkinson, Mourato, Szymanski i Ozdemiroglu, 2008; Fisker, Kwiatkowski i Hjalager, 2021). W tym ujęciu Kwiatkowski, Oklevik, Hjalager i Maristuen (2020) wskazują, że eventy postrzega się jako ważnych rozjemców i budowniczych mostów, konserwatorów tradycji, a także odpowiednich dostawców spójności, zaangażowania i znaczenia zarówno dla członków społeczności lokalnej, jak i odwiedzających.

Pojęcie wpływu społecznego można w tym kontekście zdefiniować jako „sposób, w jaki turystyka i podróże wpływają na zmiany w zbiorowych i indywidualnych systemach wartości, wzorcach zachowań, strukturach społeczności, stylu i jakości życia” (Baldock, Maes i Buelens 2011). Przez skutki imprezy należy rozumieć wpływ jaki ma dany event na jakość życia lokalnych mieszkańców, a także ich reakcje oraz implikacje dla nich. Wpływ ten uwzględnia zarówno aspekty związane z zaangażowaniem społeczności w planowanie i organizację imprezy, jak również korzyści dla społeczności związane z imprezą (np. korzyści bezpośrednie, nierówności społeczne, relacje między gospodarzem a gościem). Należy podkreślić, że większa świadomość społeczności, szczególnie zamieszkałej w pobliżu miejsca wydarzenia, przekłada się na lepsze relacje między gospodarzami a gośćmi (Ntloko i Swart 2008). Analiza skutków społecznych eventów jest niezwykle ważna, gdyż niezadowolenie społeczności może mieć negatywny wpływ na obecny sukces i długoterminową trwałość wydarzenia. Szczególnie ważną rolę w organizacji wydarzeń odgrywają mieszkańcy w małych społecznościach, gdyż często przyjmują rolę zarówno gospodarza, jak i uczestnika. Społeczność goszcząca nie tylko zapewnia wiele firm, obiektów i innych miejsc publicznych, w których odbywa się event społecznościowy, ale członkowie społeczności goszczącej są zasobem samym w sobie, a wielu z nich pracuje na festiwalu w firmach turystycznych, hotelarskich lub jako wolontariusze (Small, 2007; Dimmock i Tiyce, 2001).

Organizacja wydarzeń może przynieść wiele korzyści o charakterze społeczno-kulturowym dla społeczności zamieszkujących region (miejsce), w którym odbywa się event. Wydarzenia o takim charakterze mogą przyczynić się do stworzenia lub zwiększenia poczucia wspólnoty, przynależności i tożsamości wśród mieszkańców. Ponadto wydarzenia mogą być źródłem stworzenia większego poczucia dobrobytu społeczności poprzez wzmocnienie ich sieci relacji oraz kapitału społecznego (Small, 2007). Wydarzenia są również dobrą okazją do wymiany kulturowej pomiędzy odwiedzającymi a gospodarzami. Ponadto dostarczają rozrywki, a także mogą stanowić ciekawą alternatywę spędzania czasu wolnego, pozwalając na wypoczynek i rekreację zarówno dla mieszkańców, jak i odwiedzających. Inwestowanie dodatkowych środków w miejsca o charakterze rekreacyjnym może zapewnić społeczności lokalnej większą różnorodność możliwości odpoczynku, zabawy i rozrywki kulturowej, co może przynieść pozytywne efekty w postaci poprawy samopoczucia, a także ogólnej jakości życia. Zatem powstałe inwestycje mogą przyczynić się do poprawy życia codziennego mieszkańców, jak również wpłynąć na pozytywny odbiór samego wydarzenia. Miejsce w którym odbywa się wydarzenie i w którym znajduje się wiele różnorodnych atrakcji bardziej motywuje oraz zachęca do odwiedzenia i uczestnictwa w wydarzeniu.

Należy podkreślić, że w przypadku społecznego wpływu wydarzeń oprócz wymienionych korzyści mogą wystąpić również koszty. Koszty społeczne ukazują negatywne aspekty zmian społecznych i kulturowych spowodowanych przez wydarzenia. Wśród najczęściej występujących



kosztów społecznych wymienia się przeciążenie systemu, zakłócanie spokoju mieszkańców, dyskomfort oraz koszty ponoszone przez społeczność (Delamere i Hinch, 1994).

### 1.3. Znaczenie eventów w turystyce

Wzrost znaczenia branży eventowej nie pozostaje bez wpływu na rynek turystyczny. Branża eventowa, w tym festiwale, spotkania, konferencje, wystawy, sport, a także wiele innych wydarzeń, uważana jest za jedną z najszybciej rozwijających się form turystyki (Janeczko et. al, 2002; Getz 2012; Egresi i Kara 2014; Crompton & McKay 1997). Ponadto eventy stanowią istotną część systemów turystycznych, gdyż funkcjonują jako główne elementy zarówno w punkcie początkowym (zdarzenia jako czynniki popychające do podróży), jak i w punkcie docelowym (zdarzenie jako czynnik przyciągający) w marketingu i rozwoju miejsca (Mohanty, Himanshi, Choudhury, 2020).

Branża eventowa może przynieść branży turystycznej wiele istotnych korzyści, wśród których za najważniejsze uważa się: możliwość poszerzenia oferty produktów turystycznych, wydłużenie sezonu oraz poszerzenie segmentu odbiorców (Ziółkowaka, 2010). Sektor ten jest również głównym źródłem dochodów w wielu miejscach na świecie (Seraphin, 2021). W ostatnich latach coraz więcej dostawców usług turystycznych decyduje się na organizowanie i prowadzenie eventów specjalnych, takich jak targi społeczne i lokalne festiwale, przyciągając lokalne społeczności oraz odwiedzających, dzięki temu przynosząc zarówno społeczne, jak i ekonomiczne korzyści społecznościom lokalnym (Mohanty, Himanshi, Choudhury, 2020; Getz, 2008).

Eventy można podzielić na kategorie w zależności od ich atrakcyjności turystycznej. Mimo, że większość imprez jest nastawiona na turystykę, istnieje znaczna liczba tych, które w niewielkim stopniu lub wcale nie uwzględniają atrakcyjności turystycznej lub potencjału turystycznego. Getz (2008) i Oklobdžija (2015) wyjaśniają, że wynika to albo ze specyficznych celów organizatorów, albo po prostu nie ma związku między konkretnymi eventami a turystyką. Ze względu na atrakcyjność turystyczną eventów można je podzielić na trzy następujące kategorie. Pierwszą z nich są festiwale i imprezy, które są organizowane przede wszystkim dla lokalnych mieszkańców i często z pomocą wolontariuszy. Chociaż w większości przypadków są to niewielkie imprezy o ograniczonej atrakcyjności turystycznej lub jej braku, to jednak mogą one stanowić cenną okazję dla odwiedzających dany obszar. Większość lokalnych imprez nie ma jednak potrzeby nastawienia na turystykę; ich organizatorzy czują się nawet zagrożeni i są dumni z tego, że ich imprezy nie są skomercjalizowane. Biorąc pod uwagę fakt, że są one zorientowane na społeczność i kulturę, a masowa turystyka miałaby potencjalnie negatywny wpływ i prawdopodobnie zniszczyłaby ich autentyczność. Drugą kategorię tworzą imprezy o znaczeniu regionalnym i wojewódzkim, które mogą mieć znaczącą siłę przyciągania turystów. Rzadko są to imprezy, których celem jest osiągnięcie większych rozmiarów. Jednak przy pomocy turystów oraz przyszłych inwestycji można rozwijać ich potencjał. Zazwyczaj eventy z tej grupy posiadają profesjonalną kadrę. Natomiast trzecia kategoria obejmuje eventy o znaczeniu krajowym i międzynarodowym, które są najbardziej atrakcyjne z turystycznego punktu widzenia. Wydarzenia te przyciągają turystów krajowych i międzynarodowych, a także mogą dodatkowo podnieść renomę i atrakcyjność danej destynacji. W przeciwieństwie do imprez lokalnych, ich głównym celem jest maksymalne zwiększenie atrakcyjności turystycznej miejsca, w którym się odbywają.

W literaturze występują także inne podziały skutków eventów. Faulkner (1993) efekty wydarzeń dzieli na trzy grupy, tj. ekonomiczne, turystyczne oraz środowiskowo-przestrzenne. Efekty ekonomiczne obejmują różnego rodzaju wydatki (turystów, władz lokalnych,

organizatorów wydarzeń. Efekty o charakterze ekonomicznym zwykle są odczuwalne w dłuższym okresie, po zakończeniu wydarzenia. Do efektów o charakterze turystycznym zalicza się zmiany w motywacjach turystów, a także udział mediów w promocji miejsca. Są to istotne aspekty, głównie z punktu widzenia informowania innych osób o atrakcyjności miejsca poprzez wydarzenie. W aspekcie efektów środowiskowo-społecznych zwraca się szczególną uwagę na wpływ na środowisko przyrodnicze oraz wpływ społeczno-kulturowy i psychologiczny.

Tabela 2. Wpływ eventów na destynację turystyczną

<b>Aspekty pozytywne</b>	<b>Aspekty negatywne</b>
<b>Efekty społeczne</b>	
Dostępność do wielu atrakcji dla mieszkańców	Obawy co do przyszłego rozwoju turystyki
Zachęta do różnych działań kulturalnych	W mniejszym stopniu są wspierane inne aspekty rozwoju niż turystyka
Interakcje między ludźmi, przyjezdnymi a miejscowymi	Negatywne następstwa mieszkania w regionie typowo turystycznym
<b>Efekty ekonomiczne</b>	
Wzrost inwestycji i wydatków turystów	Wzrost cen
Wzrost zatrudnienia	Z korzyści ekonomicznych korzysta ograniczona grupa mieszkańców
<b>Efekty środowiskowe</b>	
Utrzymanie w dobrym stanie infrastruktury	Zakłócanie ciszy i spokoju mieszkańców

Źródło: Impreza i wydarzenie kulturalne jako efektywne narzędzie przyczyniające się do rozwoju turystycznego regionu, Analiza poszczególnych aspektów strategicznych w kontekście efektywności ruchu turystycznego przy uwzględnieniu specyfiki regionu i potrzeb odbiorców produktów turystycznych, Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczne, Warszawa 2014, s. 42

Należy podkreślić, że wydarzenia mogą nieść za sobą zarówno pozytywne jak i negatywne skutki dla funkcjonowania destynacji turystycznej. Najczęściej skutki wydarzeń wymienia się w trzech aspektach, tj. ekonomicznym, społecznym oraz środowiskowym. Szczegółowy opisy wymienionych efektów przedstawiono w tabeli 2.

Dickinson oraz Shipway (2007) uważają, że organizacja wydarzeń przyczynia się do szeregu zmian, m. in. w zakresie: infrastruktury, środowiska, skutków gospodarczych, wizerunku miejsca, skutków społecznych, skutków kulturowych, politycznych oraz odnowy zabudowy miejskiej. Natomiast Hall (1992) zauważa, że najtrudniejszymi do oszacowania efektami są skutki społeczno-kulturowe, środowiskowe oraz polityczne, ale są one ważniejsze niż skutki ekonomiczne.

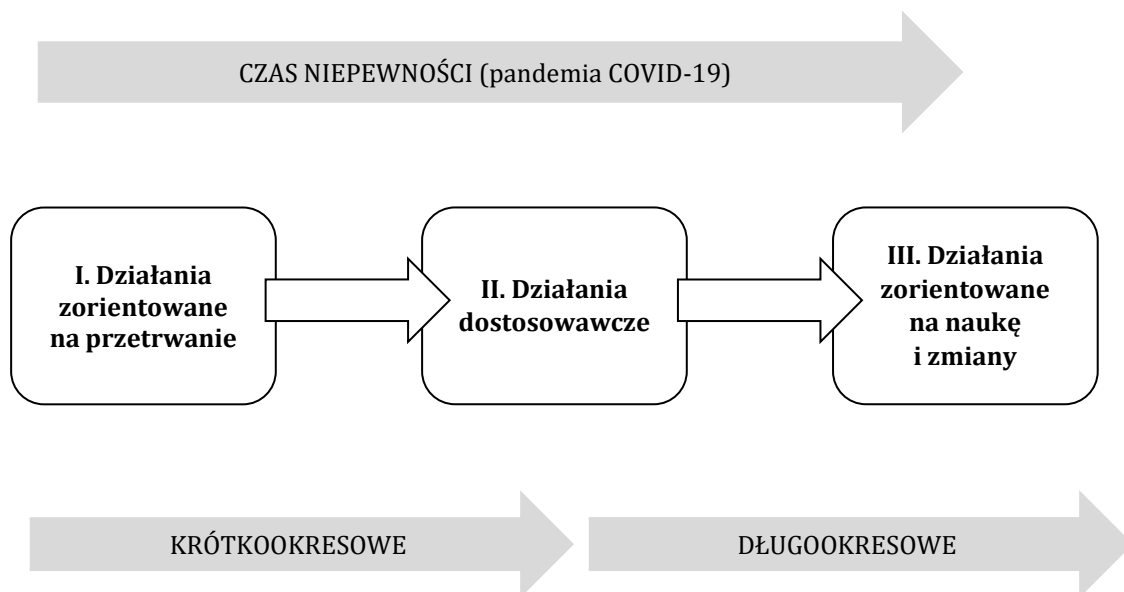
## 2. Odporność branży eventowej w ujęciu teoretycznym

### 2.1. Proces budowania odporności

Odporność w zakresie organizacji eventów może być rozpatrywana w różny sposób. Odporność, określana jako proces adaptacji w sytuacjach zagrożenia, pojawia się w kontekście eventów w odpowiedzi na sytuacje kryzysowe czy katastrofy. Shipway (2018) wskazuje na konieczność prowadzenia badań w tym zakresie z uwagi na coraz liczniejsze zagrożenia (np. ataki terrorystyczne). Takim zagrożeniem jest również pandemia.

Shipway i Miles (2020) podkreślają, że badania dotyczące zarządzania zagrożeniami i ryzykiem w turystyce i rekreacji charakteryzują się podejściem „odgórnym”, co oznacza koncentrację na organizacji, planowaniu i współpracy oraz kwestiach związanych z łagodzeniem, reagowaniem i naprawą. Według autorów przyszłe kierunki badań w tym zakresie powinny przyjąć podejście „oddolne”, koncentrując się na eventach, społecznych aspektach eventów i indywidualnych uczestnikach eventów. Wśród głównych obszarów przyszłych kierunków badań Shipway i Miles (2020) wskazują: koncentrację na zdolnościach, odejście od podejścia „odgórnego” do „oddolnego” oraz przejście od budowania do rozwijania odporności.

Rysunek 3. Etapy budowania odporności branży eventowej w czasie pandemii COVID-19



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Cutter, S.L., Barnes L., Berry M., Burton Ch., Evans E., Tate E., Webb J. 2018. A place-based model for understanding community resilience to natural disasters. *Global Environmental Change*, 18, 598-606.

Inne ujęcie odporności eventowej przedstawiają Mahon i Hyyryläinen (2019). W tym podejściu event jest narzędziem budowania odporności i zaradności lokalnej społeczności. Poprawa czy też budowa odporności następuje w wyniku zaangażowania lokalnej społeczności. Autorzy podkreślają, że jest to podejście ewolucyjne i relacyjne do odporności, coraz bardziej widoczne w lokalnych i społecznościowych badaniach tego zjawiska. Quaranta, Dalia, Salvati i Salvia (2019) w tym kontekście dodają, że przekładanie teoretycznych teorii odporności na bardziej praktyczne myślenie jest prawdopodobnie słabym punktem nauki o odporności, a ważność modeli

interpretacyjnych zorientowanych na bardziej uogólnione myślenie o odporności powinna zostać szczegółowo zbadana w przyszłych badaniach.

Na rysunku 3 zaprezentowano etapy budowania odporności branży eventowej w czasie pandemii COVID-19. W tym zakresie można wyróżnić trzy następujące po sobie fazy prowadzące do wytworzenia się odporności. Po pierwszych reakcjach na pandemię można wyróżnić etap działań zorientowanych na przetrwanie. Działania te cechują się reaktywnością i raczej nieplanowanym charakterem. Następują w stosunkowo krótkim okresie. Kolejny etap obejmuje działania dostosowawcze – mniej chaotyczne od fazy pierwszej, będące wprowadzeniem do kolejnych aktywności. Ostatni etap ma charakter kluczowy, ponieważ odnosi się do działań zorientowanych na naukę nowych rozwiązań i wprowadzanie zmian. Są to działania zazwyczaj zaplanowane, o długoterminowych efektach. Dopiero one prowadzą do wytworzenia się odporności i gotowości na dalsze niewiadome. Choć podkreślić należy, że wszystkie etapy mają swoje znaczenie i wspólnie tworzą łańcuch działań i doświadczeń.

## **2.2. Semantyczny model odporności eventowej**

Na określone zjawisko wpływa wiele innych zjawisk i czynników o charakterze ekonomicznym oraz pozaekonomicznym (Pawłowski, 1978). W wielu przypadkach, w tym także rozpatrując różnego rodzaju eventy, zaobserwować można, iż odpowiednie relacje między zmiennymi nie występują na ogół w postaci czystej, klarownej czy też weryfikowalnej. Można zauważyć, że istnieje wiele czynników ubocznych, często przypadkowych, które na pozór nie powinny wpływać na ogół zjawiska. Jednak obserwując pandemiczny rok 2020 wielokrotnie można zauważyć, że te właśnie przypadkowe zjawiska stają się kluczowe w aspekcie podejmowania decyzji. Przykładem jest chociażby grudniowe podejście społeczności polskiej w Zakopanem, gdzie pomimo trwających obostrzeń skumulowało się tam kilkanaście tysięcy osób a prawdopodobnie następstwem tego zjawiska był skok zakażeń w wielu regionach Polski.

Ukazana w ten sposób swoista natura danych statystycznych, określająca, iż każda badana zależność powinna mieć postać funkcji skokowych, poddana powinna być mechanizmom weryfikacji danych. Co oznacza w ujęciu ekonometrycznym, że należy je przebadać i sprawdzić, czy zachodzi w nich możliwe zjawisko nieciągłości funkcji w określonych punktach, czy momentach czasowych (Welfe, 1998). Jednak rozpatrując fakt, iż sfera zjawisk społeczno-ekonomicznych jest bardzo mocno skomplikowana, na tyle, że rzadko udaje się badaczom w sposób skwantyfikowany ustalić prawo empiryczne, logicznym wydaje się, aby przytoczyć dość powszechnie znaną teorię INUS, z której wynika, iż określony czynnik X może występować względem skutku Y jako konieczny, ale niewystarczający składnik warunku wystarczającego, który nie jest konieczny (insufficient, but not-redundant part of unnecessary but sufficient condition) (Hozer, 1997).

Powyższe można odnieść do aktualnej sytuacji wywołanej koronawirusem, gdzie dynamika zdarzeń jest z jednej strony nieprzewidywalna i trudno podjąć decyzję o budowie jakiegokolwiek modelu, z drugiej zaś strony, dość ugruntowana wiedza na temat rozwoju pandemii daje taką delegację do stworzenia modelu wrażliwości opartego na danych z przeszłości oraz pozytywnych wzorców.

Zakładając, że należy zbudować model przedstawiający zależność odporności eventowej na różnego rodzaju bodźce zewnętrzne, np. związane z pandemią, rozpoczęcie poszukiwań niewątpliwie należy rozpocząć od celowości badania, rodzaju prawidłowości statystycznej oraz określeniu zmiennych endo- i egzogenicznych a także wymaganym byłoby ustalenie horyzontu czasowego i przekroju badania (Hozer, 1993). W tym celu oczywistym jest, aby przedstawić ogólne założenia wynikające z przyjętych zasad ekonometrii opisowej, w której

zmienną określoną jako zmienna endogeniczna oznaczamy przez  $Y$ , która jest jednocześnie funkcją stanowiącą zależność eventowej od pewnych zmiennych egzogenicznych (objaśniających)  $X_1, X_2, \dots, X_k$  określonych dla danego obszaru, np. jednostki organizacyjnej (gminy, regionu, województwa, państwa, czy też ograniczonej liczby ludzi zamieszkującej określony teren). W ogólnej postaci model taki zapisywać będziemy następująco:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_k) + U \quad [1.1]$$

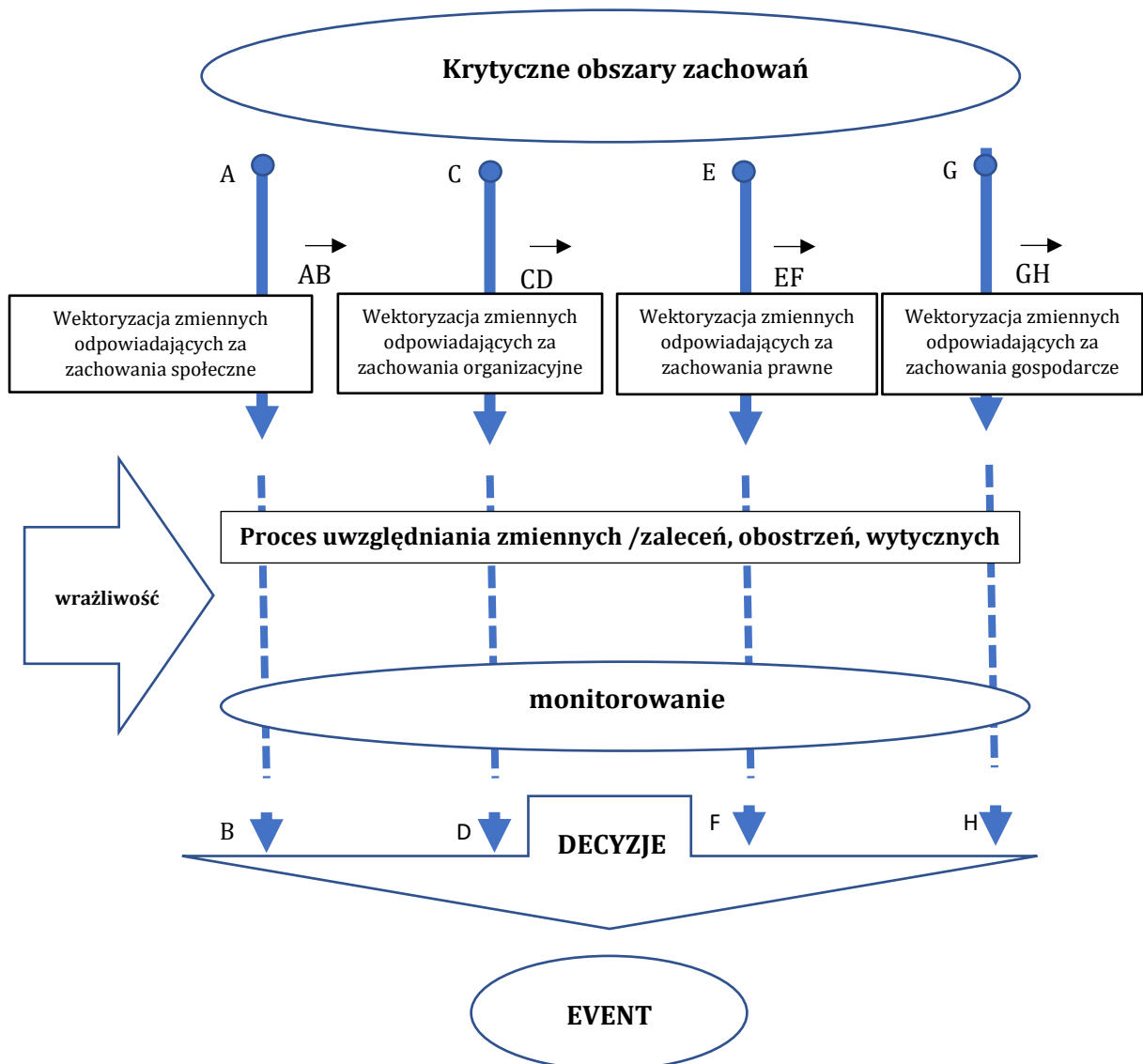
gdzie:

$Y$  – funkcja odporności eventowej w dobie pandemii;

$X_i$  – zmienna egzogeniczna w modelu;

$U$  – zmienna losowa modelu.

Rysunek 4. Krytyczne czynniki sukcesu w projekcie eventowym



Źródło: Opracowanie własne.

Symbol  $f$  oznacza określoną postać analityczną funkcji zmiennych,  $X_1, X_2, \dots, X_k$ , które można potraktować, jako elementy potencjalnych rodzajów zagrożeń, które określone są na dany moment czasowy. Natomiast symbol  $U$  stanowi swoisty składnik losowy modelu, który przedstawia łączny efekt oddziaływania na zmienną endogeniczną  $Y$  wszystkich czynników, które zostały uwzględnione explicite jako zmienne objaśniające w modelu. Element losowy  $U$  w tym przypadku stanowi miarę odchylenia wartości rozkładu empirycznego od rozkładu teoretycznego. W ujęciu semantycznym zaś stanowi realne zagrożenie (pojawiające się zupełnie przypadkowo i niespodziewanie), które w danej sytuacji i czasie wpływa na ogólną postać analizowanej funkcji.

W przypadku rozpatrywania funkcjonowania jakiegokolwiek eventu, w sferze kulinarnej, sportowej, czy też artystyczno-kulturalnej uwypuklone zmienne  $X_1, X_2, \dots, X_k$  należy uznać jako pewien zbiór zachowań: prawnych, organizacyjnych, społecznych, gospodarczych, stanowiących swoiste krytyczne czynniki sukcesu w projekcie eventowym (rysunek 4).

Celem uproszczenia rozważań, powyższy problem można wyjaśnić dla przypadku dwóch elementów wpływających na konkretną działalność eventową (kulinarną, artystyczno-kulturalną, sportową). W tym celu należałoby skorzystać z powszechnie znanej teorii z działu metod ilościowych, zajmującej się problematyką pomiaru wpływu dwóch (i więcej) zmiennych objaśniających na całkowitą zmienność zmiennej objaśnianej, czyli: regresji wielu zmiennych (Jajuga, 1999).

Model regresji dla  $k$  – zmiennych można zapisać za pomocą następującego równania:

$$y_i = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_i X_i + U_i \quad [1.2]$$

gdzie:

$y_i$  – funkcja działalności eventowej (kulinarnej, artystyczno-kulturalnej, sportowej w dobie pandemii);

$\alpha_i$  – parametr ustalonej zmiennej objaśniającej modelu;

$X_i$  – liczba zmiennych objaśniających (zagrożeń wpływających na kształt zmiennej endogenicznej  $Y$ );

$U_i$  – zmienna losowa modelu.

Model regresji w przypadku występowania dwóch i więcej zmiennych objaśniających można przedstawić w następującej postaci:

$$y_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_{1i} + \alpha_2 X_{2i} + \dots + \alpha_i X_{ji} + U_i \quad [1.3]$$

Przy czym ilość i jakość zmiennych dla każdego rodzaju eventu, sportowego, kulinarnego, czy też artystyczno-kulturalnego może być bardzo różna. Wynika ona bowiem z zastosowanych ograniczeń i restrykcji, które niekoniecznie dotyczą każdego rodzaju eventu. Różnice wynikają także w głównej mierze z pewnej specyfiki wyróżniającej eventy. Dla kulinarnych będzie to niewątpliwie obcowanie z żywnością, gdzie aspekty sanitarne będą ważyły w najistotniejszy sposób, ich podanie, zastosowanie odpowiednich procedur związanych z HCCP, czy w końcu lokalizacja samego eventu. Dla działań sportowych będzie to liczba osób i miejsce przeprowadzenia zawodów (boisko, teren otwarty, hala sportowa), ale także catering, z którego można zrezygnować. Natomiast dla działań kulturalno-artystycznych, podobnie jak dla działalności sportowej liczba osób będzie determinantą do podjęcia decyzji kluczowych w kontekście organizacyjnym, która związana będzie także z miejscem (kino, teatr, miejsce w plenerze na świeżym powietrzu). Ustrukturyzowany wykaz zmiennych objaśniających dla każdego rodzaju eventu zawierają tabele 3, 4 i 5.

Tabela 3. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów sportowych ( $X_{is}$ )

Lp.	Kluczowy czynnik sukcesu	Obszary zachowań Społeczne/Prawne Organizacyjne/Gospodarcze			
		S	P	O	G
1.	Oznakowanie obiektu/trasy			+	
2.	Przygotowanie regulaminu eventu			+	
3.	Dostęp do infrastruktury gastronomicznej i sanitarnej				+
4.	Zapewnienie bezpieczeństwa zawodników		+		
5.	Spełnienie wymogów legislacyjnych		+		
6.	Współpraca z mediami (radio, tv, social media)	+			
7.	Jasno określone zadania zespołu organizacyjnego			+	
8.	Doświadczenie prowadzącego/spikera			+	
9.	Współpraca z wolontariuszami	+			
10.	Dopracowany program imprezy			+	
11.	Współpraca z samorządem	+			
12.	Dostępność komunikacyjna miejsca imprezy				+
13.	Atrakcyjność lokalizacyjna (otoczenie)				+
14.	Zastosowanie innowacyjnych rozwiązań			+	
15.	Forma organizacyjna eventu			+	
16.	Jakość świadczonych usług (zasadniczych, dodatkowych)			+	
17.	Płynna realizacja harmonogramu imprezy			+	
18.	Dostosowanie się do potrzeb uczestników (dynamika działania)	+			
19.	Ubezpieczenie imprezy (zawodników, organizatora, sprzętu)		+		
20.	Zrównoważony budżet			+	

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując kluczowe czynniki sukcesu, określone na podstawie badań eksperckich (Turner, 2004), stanowiące potencjalne zmienne objaśniające do modeli branżowych, tj. kulinarnych, sportowych i kulturalno-artystycznych na uwagę zasługuje dość duże zróżnicowanie, ale także podobna charakterystyka. Nie oznacza to jednak, że będą zachowane takie same kryteria stosowalności i przepisy dla każdego rodzaju. Przykładem jest regulamin, który dla eventu sportowego będzie swoistym aktem prawnym, na podstawie którego rozpatrywać będziemy chociażby aspekty rywalizacyjne, dla kulinarnego będzie przyjmował rolę pewnych wytycznych dla organizatorów – wystawców, a dla organizatorów eventów kulturalnych będzie scenariuszem „skrojonym” przez aktora. W każdym przypadku rozpatrywania zmiennej jednostkowej można zastosować wyrażenie, które będzie stanowiło model z jedną zmienną objaśniającą:

$$y_i = \alpha_0 + \alpha^*_1 X_{1i} + U_i \quad [1.4]$$

Oszacowanie parametrów tego modelu nie jest warunkiem wystarczającym do znalezienia nieznanymi parametrów modelu startowego [1.3.]. Czasochłonność postępowania w warunkach niezagrożonych (czyli braku innych zmiennych, typu losowego) jest tutaj bardzo duża, a przy dodatkowej inicjacji sytuacji kryzysowej, gdzie pojawiają się nowe zmienne, niekontrolowane, celowość opracowywania traci sens. Należy w takiej sytuacji ponownie wrócić do początku, zweryfikować dane, oszacować zmienne, ze szczególnym uwzględnieniem zasadności ich ponownego wykorzystania. W konsekwencji oznacza to, że bez dodatkowych informacji, nie jest możliwe wychwycenie wpływu poszczególnych zmiennych na całkowitą zmienność zmiennej objaśnianej. I choć z formalnego punktu widzenia jest to jedno równanie, to w takiej sytuacji (rozcłonkowanie modelu na cząstkowe, uwzględniające tylko jedną cechę) modele ekonometryczne najczęściej nie pozwalają na udzielenie satysfakcjonującej odpowiedzi na pytanie, o siłę wpływu zmiennych objaśniających na zmienną objaśnianą.

Tabela 4. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów kulinarnych ( $X_{ik}$ )

Lp.	Kluczowy czynnik sukcesu	Obszary zachowań Społeczne/Prawne Organizacyjne/Gospodarcze			
		S	P	O	G
1.	Przygotowanie stoisk kulinarnych			+	
2.	Określenie wytycznych dla wystawców eventu			+	
3.	Dostęp do infrastruktury sanitarnej				+
4.	Zapewnienie bezpieczeństwa uczestników		+		
5.	Spełnienie wymogów formalno-prawnych		+		
6.	Współpraca z mediami (radio, tv, socjal media)	+			
7.	Jasno sprecyzowane zadania zespołu organizacyjnego			+	
8.	Doświadczenie organizatora eventu			+	
9.	Współpraca z wolontariuszami	+			
10.	Dopracowany program imprezy kulinarnej			+	
11.	Współpraca z samorządem	+			
12.	Dostępność komunikacyjna miejsca imprezy				+
13.	Atrakcyjność sąsiedztwa				+
14.	Różnorodność wystawców (przekrój branż)			+	
15.	Dodatkowe atrakcje (np. dla dzieci)			+	
16.	Jakość świadczonych usług			+	
17.	Realizacja harmonogramu imprezy			+	
18.	Dostosowanie się do potrzeb uczestników	+			
19.	Ubezpieczenie imprezy (wystawców, organizatora)		+		
20.	Zrównoważony budżet			+	

Źródło: Opracowanie własne.

Rozpatrując powyższe, bardziej precyzyjnym modelem od powyższego, możliwym do zastosowania przy określaniu wrażliwości eventowej w dobie pandemii, przy założeniu oddziaływania wielu zmiennych naraz na zmienną objaśniającą jest model z uwzględnieniem zmiennej czasowej. Wynika to z istniejącej prawidłowości pojawiania się w sposób ciągły czynników przypadkowych. Są to faktycznie te czynniki, które explicite nie zostały uwzględnione w modelu jako zmienne objaśniające. Może się zdarzyć taka sytuacja, że pojawi się zdarzenie, efekt działania jakiegoś czynnika, który silnie wpływa na zmienną endogeniczną modelu, a nie jest uwzględniony z uwagi na brak odpowiednich danych liczbowych. Z taką sytuacją mamy do czynienia bardzo często w kontekście pojawienia się sytuacji kryzysowej. Wówczas zmienne określone w powyższych tabelach stanowią element podstawowy, który należy spełnić w przypadku organizacji konkretnego eventu. Natomiast pojawiające się dodatkowe zmienne, z jednej strony weryfikują merytorykę zmiennych istniejących (przykład aspektów prawnych), z drugiej zaś strony stanowią kryterium nadrzędnym, które weryfikuje inne zmienne bądź zastępuje je nowymi.

Powyższe można przedstawić za pomocą wprowadzenia do zależności [1.1] zmiennej czasowej  $t$ , która charakteryzuje moment wystąpienia sytuacji kryzysowej – w tym przypadku pandemii. Wówczas otrzymujemy jednostkowy model działalności eventowej w dobie pandemii:

$$Y_{1t} = \alpha_{11}X_{1t} + \alpha_{12}X_{2t} + \dots + \alpha_{ij}X_{it} + U_{1t} \quad [1.5]$$



gdzie:

$Y_t$  – zmienna objaśniana czasu  $t$ ,

$X_{it}$  – zmienna egzogeniczna określona w czasie  $t$ ,

$\alpha_{ij}$  – parametr strukturalny modelu,

$U_i$  – składnik losowy, odzwierciedlający określone zagrożenie i stan nierównowagi.

Tabela 5. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów kulturalno-artystycznych ( $X_{ika}$ )

Lp.	Kluczowy czynnik sukcesu	Obszary zachowań Społeczne/Prawne Organizacyjne/Gospodarcze			
		S	P	O	G
1.	Przygotowanie miejsca imprezy			+	
2.	Przygotowanie scenariusza eventu			+	
3.	Dostęp do infrastruktury gastronomicznej i sanitarnej				+
4.	Zapewnienie bezpieczeństwa (sprawdzenie systemów ewakuacji, ppoż.)		+		
5.	Spełnienie wymogów formalno-prawnych		+		
6.	Współpraca z mediami (radio, tv, socjal media)	+			
7.	Sprecyzowane zadania zespołu organizacyjnego			+	
8.	Doświadczenie konferansjera			+	
9.	Współpraca z wolontariuszami	+			
10.	Dopracowany program imprezy			+	
11.	Współpraca z władzami regionalnymi	+			
12.	Dostępność komunikacyjna miejsca imprezy				+
13.	Atrakcyjność sąsiedztwa				+
14.	Zastosowanie rozwiązań technicznych (nagłośnienie, wizja)			+	
15.	Forma organizacyjna			+	
16.	Jakość świadczonych usług			+	
17.	Realizacja harmonogramu imprezy			+	
18.	Dostosowanie się do potrzeb uczestników	+			
19.	Ubezpieczenie imprezy (organizatora, uczestników)		+		
20.	Zrównoważony budżet			+	

Źródło: Opracowanie własne.

Rozpisując równanie z uwzględnieniem opóźnienia czasowego, wynikającego bezpośrednio z faktu późnego wykrycia zagrożenia oraz reakcji działania powyższą zależność możemy zapisać następująco:

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha_{11}X_{1t} + \alpha_{12}X_{2t-1} + U_{1t} \\
 X_{2t-1} &= \alpha_{21}X_{2t} + \alpha_{22}X_{3t-1} + U_{2t} \\
 X_{3t-1} &= \alpha_{31}X_{3t} + \alpha_{32}X_{4t-1} + U_{3t} \\
 &\vdots \\
 &\vdots \\
 X_{it-1} &= \alpha_{ij}X_{it} + \alpha_{ij}X_{it-1} + U_{it}
 \end{aligned}
 \tag{1.6}$$

gdzie:

$Y_t$  – zmienna objaśniana wyrażająca wrażliwość eventową w momencie zaistnienia zagrożenia – w danym momencie, np. wprowadzenia fali, będzie si zmieniać;

$X_{it}$  – zmienna objaśniająca, zarejestrowana w czasie  $t$  (czas  $t$  niekoniecznie ten sam dla wszystkich zmiennych);

$X_{it-1}$  – zmienna objaśniająca z opóźnieniem czasowym, na którą wpływa czas reakcji, wynikający np. ze sprawności systemów wspomagania decyzji;

$\alpha_{ij}$  – parametr strukturalny modelu;

$U_i$  – składnik losowy.

Estymacja parametrów strukturalnych występujących w równaniu modelu zarówno jednostkowego, jak i z uwzględnieniem opóźnienia czasowego polega na nadaniu im wartości liczbowych, przy których model jest z określonym prawdopodobieństwem dopasowany do danych empirycznych. Oszacowania parametrów można dokonać za pomocą metody najmniejszych kwadratów (MNK), które polega na znalezieniu takich ocen  $\alpha_{ij}$  parametrów strukturalnych, przy których suma kwadratów odchyłeń rzeczywiście zarejestrowanych wartości zmiennej endogenicznej  $Y$  od wartości tej zmiennej, wyznaczonej przez model, jest najmniejsza.

W poszczególnych przypadkach wartości tej zmiennej odchyłać się będą od wartości średniej o wielkość składnika losowego  $U$ . Natomiast rząd wielkości tych odchyłeń można określić w drodze obliczenia wariancji wyrażenia:

$$D^2[Y - f(X_{1t}, X_{2t}, \dots, X_{it})] = D^2(U_{1t}) \quad [1.7]$$

Z równania wynika, że wariancja odchyłeń zmiennej endogenicznej  $Y$  od jej nadziei matematycznej jest równa wariancji składnika losowego. Dlatego należy stwierdzić, że szczególnie ważną rolę odgrywa pierwiastek kwadratowy z  $D^2(U)$ , czyli odchylenie standardowe składnika losowego (realnego zagrożenia, które pojawia się przypadkowo i może ważąco wpływać na postać analityczną modelu).

Parametr ten informuje o ile średnio funkcja działalności eventowej w dobie pandemii odchyła się (in plus lub in minus) od występującej w modelu funkcji zmiennych objaśniających, wpływających na ogólną postać analityczną  $Y$ . Oczywiście, im silniejszy jest wpływ czynników nie uwzględnionych explicite w modelu, tym większe jest  $D^2(U)$ . Natomiast mała wartość tego parametru oznacza, że efekt oddziaływania na zmienną  $Y$  różnych czynników przypadkowych jest znikomy.

Biorąc pod uwagę powyższe, w szczególności przedstawione modele [1.5] oraz [1.6] należy uznać, że stanowią one jedynie teoretyczne podejście do opisu zjawisk mających bezpośredni wpływ na model przeprowadzenia eventy w dobie zagrożenia – pandemii. Jednak, z uwagi na dość ubogi postęp w dziedzinie algorytmizacji działania na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowej, istnieje wyraźna potrzeba konstrukcji uniwersalnego modelu, na podstawie którego można byłoby odpowiedzieć na pytanie: jaki wpływ ma określone zagrożenie na możliwość przeprowadzenia eventy w sposób bezpieczny dla lokalnej społeczności. Dodatkowo należy stwierdzić, iż przydatne do budowy modelu narzędzia statystyczne ugruntowałyby wiedzę na temat możliwości wystąpienia danego zjawiska na danym terenie oraz określenia zachodzących prawidłowości rozkładu, związków w przestrzeni, dynamiki wahań oraz związków w czasie.

### **3. Działalność branży eventowej w trakcie pandemii wywołanej przez COVID-19**

#### **3.1. Pandemia COVID-19 a branża eventowa – przegląd literatury przedmiotu**

Pandemia COVID-19 dotknęła wszystkie sfery społeczno-ekonomiczne, w tym również funkcjonowania branży eventowej i jej interesariuszy. Pomimo krótkiego okresu czasu – poza formalnymi raportami – pojawiło się wiele publikacji naukowych w tym zakresie. W publikacjach tych autorzy poruszają różne kwestie – od oczywistego kryzysu ekonomicznego branży, po konsekwencje społeczne zaistniałej sytuacji.

Sytuacja branży eventowej w czasie pandemii COVID-19 jest bezprecedensowa. Należy zgodzić się z opinią Mohanty, Himanshi, Choudhury (2020), że efekty pandemii COVID 19 nie mogły jeszcze zostać dokładnie zbadane, z uwagi na krótki okres czasu i brak zakończenia pandemii. Dokładna identyfikacja strat i tak najprawdopodobniej nie będzie możliwa z uwagi na liczne powiązania branży eventowej z innymi branżami, takimi jak turystyka, transport, zakwaterowanie i gastronomia (Gajjar i Parmar 2020). Badacze wskazują, że powrót branży do sytuacji sprzed pandemii będzie możliwy, ale konieczne będzie wsparcie zarówno ze strony władz centralnych, jak i lokalnych. Wsparcie odgórne jest bardzo ważne, ponieważ pomaga doczekać końca pandemii, a potem pomoże na nowo uruchomić branżę (Madray 2020; Palrão, Rodrigues, Estêvão 2021). Chodzi o wsparcie szeroko rozumiane, nie tylko finansowe, ale wielopłaszczyznowe, pozwalające odtworzyć warunki zbliżone do tych sprzed pandemii, obejmujące m.in. jednoznaczne uregulowania dla branży eventowej. Usługi eventowe powinny być wspierane przez działania rządowe, ale przy zaangażowaniu przedsiębiorców-organizatorów. Oznacza, że obecność obu stron – rządowej i przedsiębiorczej – jest równie ważna w przywracaniu równowagi w biznesie eventowym (Davies 2021). To może tłumaczyć zmiany w podejściu organizatorów do swojej pracy, jakie wywołała pandemia COVID-19. Przed pandemią dla profesjonalnych organizatorów najważniejszymi cechami ich pracy była własna duma. W czasie trwania pandemii ważniejsze okazały się umiejętności związane z panującą sytuacją i koniecznością dostosowania się do niej. Zatem pandemia wywołała przesunięcie z abstrakcyjnego poczucia ku praktycznym umiejętnościom (Pointing 2021).

Pomimo, że obecną pandemię COVID-19 trudno porównać z wcześniejszymi kryzysami, podkreśla się tymczasowy charakter zaistniałej sytuacji, co daje większe nadzieje na powrót do stanu sprzed pandemii. Rowen (2020) natomiast podkreśla, że może stanowić jedynie pewien próg dla koniecznych zmian pojawiających się w branży eventowej. Wśród tych zmian wymienić należy wszelkie technologie wirtualne, pomagające przetrwać branży (Serafin 2021). I choć Madray (2020) uważa, że to tylko sposób na przetrwanie, przewiduje się, że niektóre rozwiązania zostaną w branży na dłużej – nie tylko z powodu konieczności, ale także z powodu korzyści z nich płynących (Jauhainen 2021)

Ograniczenia w zakresie organizowania eventów oraz czasowy brak możliwości brania udziału w eventach paradoksalnie przyczyniły się wzrostu świadomości jak ważne – również ze społecznego punktu widzenia – są eventy (Armbrecht, Lundberg, Andersson, Mykletun 2021). Szczególnie wydarzenia na żywo, stanowiące platformę budowania relacji i zapewniają wrażenia i emocje, które są ważnym aspektem eventów. Olsen (2021) zaobserwował, że pomimo pandemii COVID-19 i licznych ograniczeń – część ludzi nadal gromadzi się na eventach nieformalnych. Z drugiej strony – część osób odczuwa strach związany z masowymi zgromadzeniami i istnieje ryzyko, że uczucie to pozostanie po pandemii, utrudniając branży eventowej powrót do równowagi (Gajjar i Parmar 2020).

### 3.2. Zalecenia i ograniczenia w związku z pandemią COVID-19 w Polsce

Pierwszy przypadek COVID-19 w Polsce odnotowano 4 marca 2020 roku, a pierwszą śmierć w wyniku tej choroby zarejestrowano 12 marca tego samego roku. Nie przypuszczano jednak, że samo dotarcie do Polski wirusa spowoduje zaburzenia niemal w każdej dziedzinie życia zarówno społecznego jak i w sferze szeroko rozumianego rozwoju gospodarczego kraju. Dotyczyło to także zahamowania organizacji wszelkich wydarzeń od masowych, po małe, kameralne imprezy plenerowe.

Polski rząd od samego początku pandemii w zakresie publikacji zakazów i ograniczeń wykorzystywał resort zdrowia. Odnoszono się wówczas głównie do zapisów ustawy z dnia 5 grudnia 2008 roku o zapobieganiu oraz zwalczaniu zakażeń i chorób zakaźnych u ludzi (Dz. U. z 2019 r., poz.1239 i 1495 oraz z 2020 r. poz. 284, 322 i 374), mając nadzieję, iż nie będzie potrzeby wprowadzania stanu epidemii.

Dnia 12 marca 2020 roku polski rząd zamknął wszystkie szkoły i wprowadził nauczanie zdalne do 26 marca, przy 51 osobach zakażonych COVID-19. Zawieszono również zajęcia dydaktyczno-wychowawcze w przedszkolach, placówkach oświatowych (publicznych i niepublicznych) żłobkach i klubach dziecięcych. Dodatkowo, w ramach prowadzonych działań prewencyjnych, przekształcono dziewiętnaście szpitali w placówki zakaźne. Natomiast od 13 marca 2020 roku (Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu zagrożenia epidemicznego, Dz. U. z 2020 r., poz. 433) wprowadzono szereg ograniczeń, między innymi wpływających na branżę eventową, tj.: czasowe ograniczenie określonego sposobu przemieszczania się oraz zakaz organizowania widowisk i innych zgromadzeń ludności. Początkowe ograniczenia zostały skierowane także w branżę handlową i gastronomiczną. Ograniczono funkcjonowanie centrów i galerii handlowych, z zachowaniem funkcjonowania wszystkich sklepów spożywczych, aptek, drogerii i pralni. Natomiast w przypadku restauracji, kawiarni, czy barów można było składać zamówienia na wynos lub z dowozem, jednak bez możliwości konsumpcji w lokalu. Efektem takich decyzji było także zamknięcie siłowni, basenów, klubów tanecznych, klubów fitness, muzeów, bibliotek, kin, a także zakazano organizacji wszelkich wydarzeń sportowych, kulinarnych i kulturalno-artystycznych. Zupełnie nową sytuacją dla Polaków było odbycie 14-dniowej kwarantanny domowej po przybyciu z innego kraju.

Wprowadzone ograniczenia spotykały się z ogólną krytyką rządu, zmianami w samodyscyplinie społecznej, która uwidaczniała się w postaci łamania zakazów. Atmosfera ciągle narastającej niepewności i brak środków zaradczych uwidoczniała bezradność aparatu władzy oraz ukazała słabość polskiej służby zdrowia, czego efektem było wycofanie się ze stanu zagrożenia i wprowadzenie dnia 20 marca 2021 roku stanu epidemii na terenie całego kraju (Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 20 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 491).

W ramach ogłoszenia stanu epidemii w całym kraju zajęcia szkolne i na uczelniach wyższych miały zostać prowadzone w systemie zdalnym. Stan epidemii zdeterminował wprowadzenie kolejnych ograniczeń, które zakładały głównie zakaz w przemieszczaniu się poza celami bytowymi, zdrowotnymi, zawodowymi (ograniczenie do grupy dwóch osób). Zachowanie dystansu społecznego akcentowano w każdej możliwej sytuacji. Komunikacja miejska funkcjonowała, ale z dostępnością połowy miejsc siedzących. Wprowadzono całkowity zakaz zgromadzeń, za wyjątkiem najbliższych osób, ze szczególnym uwzględnieniem zakazu wszelkich zgromadzeń, spotkań, imprez czy zebrań, w tym o charakterze sakralnym. Ograniczenia co do

liczby osób nie dotyczyły zakładów pracy, jednak zalecano zachowanie dystansu oraz dezynfekcję. Wprowadzono nowe zasady dotyczące kwarantanny, w szczególności wprowadzono kary za łamanie ograniczeń, które wynosiły, w zależności od przewinienia, od 5 do nawet 30 tys. zł.

Stosowanie ograniczeń nie przyniosło w pierwszym miesiącu oczekiwanego skutku. Dane o infekowaniu społeczeństwa ukazywały z każdą chwilą narastający trend, który był obserwowany przez wielu naukowców, głównie epidemiologów. Podstawą do ewentualnych zmian decyzyjnych była charakterystyka tzw. „krzywej logistycznej” rozwoju wirusa, która związana była z liczbą osób zainfekowanych oraz potencjalnych zgonów, które także były trudno identyfikowalne. Statystyka oparta o dane Ministerstwa Zdrowia wskazywała na końcu marca liczbę 2311 przypadków zakażeń koronawirusem w Polsce. Był to sygnał ogłoszenia tzw. „pierwszej fali” zakażeń, choć w tamtym czasie były to tylko przypuszczenia i nikt nie mógł określić jednoznacznie jaki będzie kierunek rozwoju wirusa ([www.old.pzh.gov.pl/oldpage/epimeld](http://www.old.pzh.gov.pl/oldpage/epimeld)). Dlatego już 31 marca 2020 roku rząd polski zdecydował o wprowadzeniu kolejnych ograniczeń mających przynieść oczekiwaną zmianę (Ustawa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw, Dz. U. z 2020 r., poz. 568).

W tym celu zarządzono, iż od 1 kwietnia 2020 roku, do odwołania, każda osoba do 18 roku życia z domu wyjdzie tylko pod opieką dorosłego opiekuna, a parki, bulwary, czy plaże będą zamknięte. Za złamanie zakazów groziła kara od 5 do 30 tys. zł. Oprócz tego zmieniono zasady robienia zakupów w sklepach stacjonarnych i punktach usługowych (liczba klientów równa trzykrotności liczby kas) i zawieszono działalność salonów fryzjerskich, kosmetycznych i tatuaży. Ograniczenia dotknęły także działalności targowisk, straganów i bazarków. Z tą różnicą, że liczba osób przebywających na targu nie mogła być większa niż trzykrotność liczby punktów handlowych. Wprowadzono także restrykcyjne ograniczenia funkcjonowania sklepów budowlanych i określono nowe obowiązki dla wszystkich sklepów. Związane to było z zamknięciem w weekendy wielkopowierzchniowych sklepów budowlanych oraz stosowaniem przez wszystkie sklepy większych zasad bezpieczeństwa. W stan restrykcyjnych ograniczeń włączono także stacje benzynowe i apteki, stosując w ich organizacji pracy tzw. „godziny dla seniora”, podobnie jak w aptekach. Zamknięto hotele i inne miejsca noclegowe, zakładając, iż mogą one działać tylko na zasadzie wynajmu krótkoterminowego (z pewnymi odstępstwami np. dla osób w kwarantannie, delegacji, personelu medycznego oraz osób zakwaterowanych przed 31. marca). Dość rygorystyczne zalecenia rządu przewidywały także rozszerzenia listy osób, które podlegały obowiązkowej kwarantannie domowej. Objęci nią byli wszyscy, którzy mieszkali z osobą kierowaną na kwarantannę. Minimalna odległość 2 metry, stała się podstawowym kryterium ochrony przed zarażeniem. I co najważniejsze dotyczyło to także rodzin i bliskich. Ówczesna sytuacja pandemiczna doprowadziła w konsekwencji do tego, że urzędy administracji publicznej przeszły na tryb pracy zdalnej, podobnie jak inne instytucje publiczne. Nielicznymi wyjątkami były jedynie czynności, w których praca zdalna nie gwarantowała możliwości realizacji ich kluczowych obowiązków (przy zachowaniu dystansu 1,5 metra między stanowiskami i stosowaniu dezynfekcji). Całkowite zamarcie życia społecznego można było zaobserwować także w organizacji wydarzeń, takich jak: konferencje, kongresy, targi, wystawy, imprezy wewnętrzne i zewnętrzne, koncerty, spektakle, gale i bankiety, biegi uliczne i przełajowe.

Od 16 kwietnia 2020 roku przedłużono co prawda większość restrykcji, jak obowiązek zasłaniania ust i nosa, ograniczenia w przemieszczaniu się, czy limity wiernych w kościołach, to jednak zaczęto po raz pierwszy dokonywać prognoz i podawać je do środków masowego przekazu. Zmniejszanie ograniczeń zostało zapoczątkowane z dniem 20 kwietnia 2020 roku, kiedy to odblokowano możliwość wychodzenia z domów, spędzania czasu na świeżym powietrzu

i organizowania wydarzeń do 50 osób (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 kwietnia 2020 roku w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 697). Dla branży spotkań, w której skumulowanych jest około 22 tysięcy miejsc pracy, co przedkłada się na około 30 tysięcy zarejestrowanych firm, był to moment istotny, ponieważ można było zorganizować event, co prawda w reżimie sanitarnym, ale w większym gronie osób ([www.bteagency.com/post/branza-eventowa-a-koronawirus](http://www.bteagency.com/post/branza-eventowa-a-koronawirus)). Na podstawie dostępnych danych internetowych należy stwierdzić, iż pod koniec marca 2020 roku, czyli w szczycie zamrożenia gospodarki, w wyniku epidemii koronawirusa ponad 70% firm i lokali z branży gastronomicznej i eventowej w Polsce wstrzymało całkowicie funkcjonowanie.

Wprowadzane nowe zasady bezpieczeństwa pozwoliły na nieznaczne swobody, głównie w aspekcie realizacji zakupów w sklepach, gdzie można było już zauważyć więcej osób, jak również odblokowaniu lasów i parków dla celów rekreacyjnych. Dość istotnymi zmianami okazała się możliwość wyjścia z domów bez opieki dorosłej młodzieży powyżej 13 roku życia. Jednak powrót Polaków do tzw. normalności, a także odmrażanie polskiej gospodarki podzielono na cztery etapy – tak, aby zachować maksimum bezpieczeństwa obywateli. Podstawą było przestrzeganie zasad związanych z zachowaniem dystansu (2 metry), zasłanianiem nosa i ust, utrzymywanie pracy i edukacji zdalnej (tam gdzie to możliwe), przestrzeganiem zasad sanitarnych w miejscach gromadzenia się ludzi oraz kwarantanną i izolacją osób zakażonych i potencjalnie zakażonych. W zakresie spotkań i wydarzeń każdy z etapów wiązał się ze zdejmovaniem ograniczeń

W I etapie założono m. in. uaktywnienie życia społecznego – otwarte lasy, rekreacja, starsza młodzież na ulicach bez dorosłych oraz przemieszczanie w celach rekreacyjnych. W II etapie przewidywano m. in.: otwarcie hoteli i innych miejsc noclegowych z ograniczeniami oraz otwarcie niektórych instytucji kultury: bibliotek, muzeów i galerii sztuki. W etapie III zakładano m.in: umożliwienie działalności gastronomicznej stacjonarnej z ograniczeniami oraz realizowanie wydarzeń sportowych do 50 osób (w otwartej przestrzeni, bez udziału publiczności). Natomiast w IV etapie zaplanowano: wznowienie działalności teatrów i kin w nowym reżimie sanitarnym.

Jak wynika z raportu pt. „Covid-19 and How it's Changing the Event Industry” przygotowanego przez Reed Exhibitions” ([www.rxglobal.com/lykeckex/2021/06/COVID-19](http://www.rxglobal.com/lykeckex/2021/06/COVID-19)) moment tzw. pierwszej fali był okresem próby dla branży, ponieważ opracowywano strategie, mające przede wszystkim przynieść pozytywny skutek w walce z pandemią oraz spowodować utrzymanie miejsc pracy i możliwości rozwoju w innej rzeczywistości. Dlatego w dość zdecydowany sposób artykułowano konieczność noszenia maseczek ochronnych, trzymanie się dystansu społecznego i używanie płynów dezynfekujących. Zdecydowany podział branży eventowej na: działalność kulturalno-rozrywkową, sportową oraz kulinarną wymusił z jednej strony wspólne kierunki działań, z drugiej zaś ukazał pewną odmienną, która stała się elementem wyróżniającym. Zdecydowanie pewną spójnością okazało się tzw. przeniesienie działalności do Internetu, czyli wykreowaniu nowego rodzaju wydarzenia: eventu on-line. W stosunku do takich wydarzeń, jak konferencje, szkolenia, czy eventy integracyjne, technologie informacyjne dały nowe możliwości. Znalaziono pewne dobre strony nowej sytuacji, w szczególności obniżenie kosztów wynajęcia sali, bezpieczeństwo uczestników, bezpieczeństwo prelegentów, możliwość konwersacji w czasie rzeczywistym, możliwość odtworzenia sesji itp.

Dość znaczącą optymistyczną zmianą w życiu społecznym było zniesienie w dniu 4 maja 2020 roku istotnych dla handlu ograniczeń. Od tego czasu centra handlowe i sklepy wielkopowierzchniowe działały w ograniczonym wymiarze, z limitem osób i bez spożywania posiłków. Wznowiono działalność hoteli z ograniczeniami (restauracje hotelowe mogły wydawać posiłki gościom hotelowym do pokoju), a także wznowiono działalność rehabilitacyjną,

odblokowano muzea i biblioteki. W konsekwencji doprowadziło to do rozpoczęcia prac w kierunku realizowania działań mających na celu z jednej strony przeciwdziałanie wirusowi, z drugiej zaś strony do stworzenia określonych warunków przywracających tzw. normalność (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia z dnia 24 lipca 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 1292). Jednak pomimo wszystkich starań można było zaobserwować, iż samo skrócenie dystansu społecznego, odblokowanie działalności imprez i uczestnictwa w nich publiczności spowodowało, że wiele imprez przesunięto na okres jesienią. Taką tendencję można było zauważyć w kontekście działań prosportowych. Ograniczenie ruchu i brak aktywności wymusił na decydentach możliwość odblokowania sektora sportowego, ale w przypadku imprez masowych, gdzie odnotowywano wcześniej dużą frekwencję, np. maratony na kilka, czy kilkanaście tysięcy zawodników nie można było zauważyć aktywności organizacyjnej. Natomiast, w przypadku bardziej kameralnych imprez, tzn. do 250 osób, można było zauważyć nieznaczne pobudzenie branży. Warto zauważyć, iż zarówno w eventach kulturalno-rozrywkowych, kulinarnych oraz sportowych nie rozpatrywano zakazów sanitarnych, a raczej w aspekcie epidemiologicznym wypuklano element zaleceń dla organizatorów wydarzeń. Było to głównie zachowywanie odległości, zakrywanie ust i nosa oraz stosowanie płynów dezynfekujących. Dodatkowo wprowadzano ograniczone liczby uczestników na eventy oraz zakaz występowania publiczności w wydarzeniu (Rozporządzenie Rady ministrów z dnia 13 sierpnia 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 1393). Takie zapisy wprowadzały pewien nieład w stosunku do podobnych eventów, ponieważ jeden organizator stosował zabezpieczenie np.: pomiar temperatury, zachowanie odległości, stosowanie maseczek z atestem, składanie oświadczeń o braku kontaktu z chorym na koronawirus i tym, że jest na kwarantannie, stosowaniu bezwzględnie płynów dezynfekujących, przeniesienie wydarzenia w plener, drugi zaś informacyjnie przekazywał uczestnikom co wolno, a czego nie i nie sprawdzał rezultatów.

Brak konkretnych wytycznych, za wyjątkiem osób uczestniczących, przyczynił się do powstawania różnych wzorców, które różnie były postrzegane przez instytucje weryfikujące życie społeczne, jak pracownicy sanepidu, czy funkcjonariusze Policji. Ponadto czas wakacyjny sprzyjał luzowaniu obostrzeń i odblokowywaniu innych branż, które na obostrzenia sugerowane przez rząd różnie reagowały. Wynikiem powyższego było odmrożenie gospodarki i ponowne otwarcie restauracji i przestrzeni eventowych. I choć większość firm deklarowało, że spadły im obroty w porównaniu do okresu sprzed wybuchu pandemii, to niemal 90% przedsiębiorców (według danych serwisu [www.bteagency.com](http://www.bteagency.com)) stwierdziło, że funkcjonowanie z założeniem istniejącego reżimu sanitarnego daje realną szansę na utrzymanie się na rynku. Dlatego widoczna chęć utrzymywania akceptowanego w drugiej połowie roku reżimu dawała szansę na przeciwstawienie się ciągłej tendencji zwolnień pracowników, głównie w małych firmach. Powyższy stan nie trwał jednak długo, ponieważ z końcem okresu urlopowego (sierpień 2020) pojawiły się symptomy wzrostu zachorowalności na COVID-19, który to wzrost, podobnie jak w pierwszym przypadku, stał się determinantą do zaostrzenia sfery pandemicznej.

Dnia 21 października 2020 roku Ministerstwo Zdrowia poinformowało o 10 040 przypadkach zachorowań – w ciągu doby. Z punktu widzenia działania nieformalnych definicji, stanowiących pewne uproszczenia dla decydentów, okres nazwano momentem pojawienia się tzw. drugiej fali pandemii. W Polsce zakażonych było wtedy ponad 200 tys. ludzi a koronawirus zabił 3 851 osób ([www.gov.pl/web/zdrowie/raport-o-zgonach-w-polsce-w-2020-r](http://www.gov.pl/web/zdrowie/raport-o-zgonach-w-polsce-w-2020-r)). Weryfikacja stanu zachorowań wymusiła działania rządu w aspekcie kolejnych obostrzeń, które dla działającej branży eventowej w nowych realiach były powtórką z czasów wykrycia wirusa. W jednej chwili wprowadzono nowe obostrzenia (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 23 października 2020

roku zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 1871), między innymi zawieszono działalność: sanatoriów (z możliwością zakończenia turnusu), lokali gastronomicznych i restauracji z zakazem działalności stacjonarnej (możliwość sprzedaży tylko na wynos i z dowozem), basenów, siłowni i aquaparków, firm i podmiotów organizujących eventy sportowe, hoteli i pensjonatów.

W związku z dynamiczną sytuacją epidemiczną polski rząd od 24 października 2020 roku ustanowił w całym kraju czerwoną strefę. Wśród zmian jakie zostały wprowadzone znalazło się: przejście zajęć na system zdanego nauczania w klasach 4-8 szkół podstawowych, obowiązek przemieszczania się osób poniżej 16 roku życia pod opieką rodzica lub opiekuna, a także ograniczenia w funkcjonowaniu lokali gastronomicznych, sanatoriów oraz organizacji imprez, spotkań i zgromadzeń. Wprowadzono także zakaz zgromadzeń powyżej 5 osób podczas imprez, spotkań i zebrań w przestrzeni publicznej (z wyjątkiem spotkań służbowych). Głównym zaleceniem w walce z koronawirusem w tym okresie było 5 zasad: dystans, dezynfekcja, maseczka, aplikacja STOP COVID – ProteGO Safe, wietrzenie.

Powrót obostrzeń dla niemal całego społeczeństwa polskiego nie był niczym nowym, tym bardziej, że monitorowanie sytuacji odbywało się w sposób ciągły w mediach oraz na stronach rządowych Ministerstwa Zdrowia (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 1 grudnia 2020 roku w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2020 r., poz. 2132). Spodziewano się także, że okres jesienny spowoduje nawrót pandemii, co już umownie przyjęto nazwać pojawieniem się „drugiej fali” inicjującej zakażenia. Dlatego zapobiegawczo ograniczano stopniowo przemieszczanie się ludności z kontrowersyjnym ograniczeniem ferii zimowych dla dzieci i młodzieży, które ten czas mogły spędzić jedynie w miejscu zamieszkania (Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 27 listopada 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczególnych rozwiązań w okresie czasowego ograniczenia funkcjonowania jednostek systemu oświaty w związku z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, Dz. U. z 2020 r., poz. 2111).

Wydawałoby się, że zastosowany lockdown w pierwszych miesiącach 2021 roku niemal w każdej dziedzinie życia, przyczyni się do wyjścia ze stanu kryzysowego. Jak się jednak okazało w drugiej dekadzie lutego można było zauważyć ponad 11 tys. zakażeń. W szpitalach znajdowało się wówczas ponad 14 tys. osób, a pod respiratorami niemal 1,5 tys. pacjentów ([www.koronawirusnas.pl/informacje/lockdown-w-polsce](http://www.koronawirusnas.pl/informacje/lockdown-w-polsce) ). Ten fakt wykreował tzw. trzecią falę pandemii, o której nikt jeszcze z końcem roku 2020 by nie pomyślał.

Statystyka oparta o dane Ministerstwa Zdrowia wykazała, że istnieje obawa o stopniowe dochodzenie do stanu z października 2020 roku o ile nie zachowa się jeszcze bardziej radykalnych kroków zahamowania inkubacji wirusa, które polegałyby głównie na: szczepieniach masowych, zachowaniu dystansu społecznego, przejściu na komunikację on-line tam, gdzie to tylko możliwe. Natomiast dla branży eventowej nastąpił kolejny krytyczny moment, w którym z powrotem zahamowano do odwołania wszystkie działania, w szczególności te, które zostały na próbę przywrócone tj.: działalność kin, teatrów, muzeów. Wprowadzono kolejny raz obostrzenia rozszerzając je na cały kraj, z jednoczesnym zakazem przemieszczania się oraz wykonywania działań w sektorach, gdzie dokonano odmrożeń (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 marca 2021 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2021 r., poz. 512).

Od 20 marca do 9 kwietnia ponownie w całej Polsce zawiesiły swoją działalność: hotele (wyjątkiem były m.in. hotele robotnicze, a także noclegi świadczone w ramach podróży służbowych – dokładny katalog wyjątków wraz z wymaganym potwierdzeniem odbywania



podróży służbowej znajdzie się w rozporządzeniu), galerie handlowe, z wyjątkiem m.in.: sklepów spożywczych, aptek i drogerii, salonów prasowych, księgarni, sklepów zoologicznych i z artykułami budowlanymi, teatry, muzea, galerie sztuki, kina, baseny, sauny, solaria, łaźnie tureckie, kasyna, stoki narciarskie, kluby fitness i siłownie, obiekty sportowe. Trudna sytuacja związana z COVID-19 wymagała ograniczenia aktywności społecznej, także w okresie świątecznym (Wielkanoc). Rząd zalecał ograniczenie kontaktów wyłącznie do grona najbliższej rodziny, a ewentualne spotkania wręcz nakazywał przekładać na inny, bardziej bezpieczny czas. Podkreślano także zachowywanie dystansu społecznego, pamiętaniu o dezynfekcji rąk, noszeniu maseczek ochronnych oraz częstym wietrzeniu pomieszczeń.

Jak można było się spodziewać czas tzw. luzowania nastąpił po 4 maja 2021 roku, czyli po weekendzie majowym, który dla Polaków stanowi okres wyjazdów i wypoczynku poza miejsce zamieszkania. Decyzje co do wszelkich zmian nastąpiły dopiero po 5 maja (Rozporządzenie Rady ministrów z dnia 6 maja 2021 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii, Dz. U. z 2021 r., poz. 861). Na tej podstawie przywracany był ład społeczny, który funkcjonował przed marcem 2020 roku. Podjęto decyzję o otwarciu w całym kraju salonów fryzjerskich i kosmetycznych. Ustanowiono limit w zakresie uprawiania sportu w obiektach sportowych na świeżym powietrzu do 50 osób. Otwarto galerie sztuki i muzea z limitem 1 osoba na 15 m<sup>2</sup>, działając przy tym w ścisłym reżimie sanitarnym. Otwarto sklepy budowlane, meblowe, galerie handlowe z limitem 1 osoby na 15 m<sup>2</sup> a także wznowiono naukę stacjonarną dla klas 1-3 szkoły podstawowej w ścisłym reżimie sanitarnym.

Punktem zwrotnym w sytuacji pandemicznej było zniesienie z dniem 15 maja 2021 roku noszenie maseczek na świeżym powietrzu. Warunkiem podtrzymania takiej decyzji było utrzymanie wskaźnika zakażeń na 100 tys. osób poniżej 15 osób. Jednak zachowano reżim, iż bez zmian pozostanie obowiązek zakrywania nosa i ust za pomocą maseczki w pomieszczeniach zamkniętych. Otwarto gastronomię zewnętrzną (na świeżym powietrzu), a także przywrócono możliwość organizacji imprez okolicznościowych na zewnątrz z limitem do 25 osób, zachowując ścisły reżim sanitarny.

Decyzje o wprowadzaniu odmrożeń wynikały ze statystyki prowadzonych szczepień w Polsce. Świadczą o tym dane Ministerstwa Zdrowia, według których na dzień wprowadzanych zmian, tj. 6 maja 2021 roku wykonano ponad 10,7 mln szczepień, z czego 2,7 mln osób zostało w pełni zaszczepionych przeciw COVID-19 ([www.gov.pl/web/koronawirus](http://www.gov.pl/web/koronawirus)).

## 4. Założenia metodologiczne projektu badawczego

W celu zebrania danych statystycznych zastosowano wieloetapową procedurę badawczą (rysunek 5). W ramach etapu 1 na podstawie dostępnych danych statystycznych, analizy zasobów Internetu, w tym przeglądu portali branżowych, przeglądu portali udostępnianych danych samorządowych oraz danych statystycznych na portalu Głównego Urzędu Statystycznego zidentyfikowano 720 eventy, które następnie zostały scharakteryzowane pod względem m.in. dominującej tematyki (tj. eventy: kulinarne, sportowe, kulturalne), lokalizacji szczegółowej wydarzenia, geolokalizacji, danych kontaktowych organizatorów, w tym udostępnionych stron w mediach społecznościowych.

Rysunek 5. Etapy postępowania badawczego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Etap 2 postępowania badawczego polegał na wysłaniu do każdego zidentyfikowanego organizatora eventu e-maila, informacji-prośby o wypełnienie ankiety. Ankieta została opracowana przez zespół autorski. Następnie przy wykorzystaniu usługi Google Forms – oprogramowania służącego do administrowania ankietami zawartego w bezpłatnym internetowym pakiecie Edytorów Dokumentów Google – została udostępniona dla respondentów. Ankieta obejmowała następujące bloki tematyczne/pytania:

- część podstawowa – dotyczyła podstawowych danych o organizatorze, w tym informacji o doświadczeniu w prowadzeniu eventów oraz aktywności realizowanej w czasie pandemii,
- część zasadnicza – dotyczyła oceny działania instytucji rządowych w aspekcie udzielania pomocy podmiotom, które zajmowały się w czasie pandemii organizacją eventów, w szczególności tych, które posiadały w oświadczeniach CEIDG wiodące PKD związane z organizacją wydarzeń,
- część końcowa – dotyczyła aktualnej oceny sytuacji pandemicznej kraju, ze szczególnym uwzględnieniem własnej pozycji przedsiębiorstwa/fundacji/stowarzyszenia na rynku konsumenckim oraz przypuszczalny czas powrotu do tzw. normalności, czyli czasu, kiedy nie stosowano obostrzenia.

Po rozesłaniu ankiety podjęto próbę kontaktu telefonicznego z każdym z organizatorów wydarzeń z prośbą o wypełnienie ankiety w związku z niewielkim zainteresowaniem potencjalnych respondentów. Dodatkowo, podjęto inne, nowatorskie starania wykorzystując inne kanały komunikacji, tj. Messenger, Facebook. Po uwzględnieniu zebranych informacji z powyższych źródeł, ponowiono działanie polegające na rozesłaniu prośby o wypełnienie ankiety to wszystkich uprzednio zidentyfikowanych podmiotów drogą e-mailową. Efektem końcowym powyższych działań jest uzyskanie 135 ankiet, które w połączeniu z pogłębionymi studiami przypadków dały podstawę do przeprowadzania niezbędnych analiz.

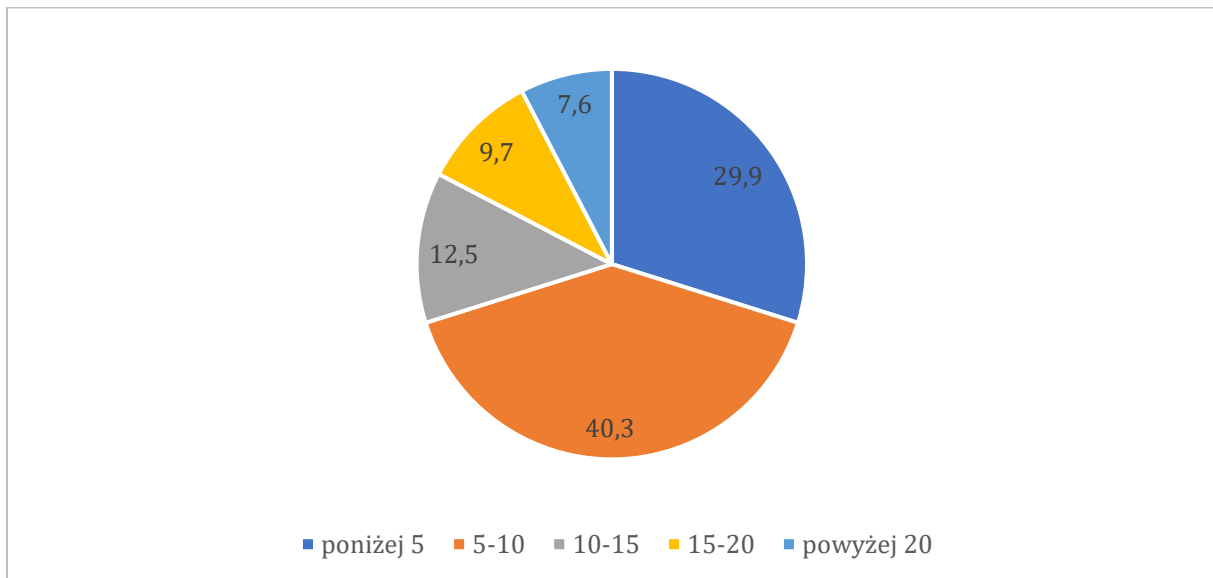
W etapie 3 strategia zbierania danych ilościowych została wzbogacona o inne źródła wiedzy. Przeprowadzono pogłębione studia – na podstawie danych zamieszczonych na stronach internetowych i w mediach społecznościowych, a także na bazie doświadczeń i uczestnictwa w wydarzeniach. Przeprowadzono 50 studiów pogłębionych przypadków, w tym 15 częściowo ustrukturyzowanych wywiadów pogłębionych, których celem było szczegółowa analiza wpływu COVID-19 na branżę eventową, w tym zdobycie wiedzy na temat odporności branży eventowej w dobie kryzysu.

## 5. Wyniki badań ankietowych organizatorów eventów w Polsce

### 5.1. Charakterystyka respondentów badanych ankietowych

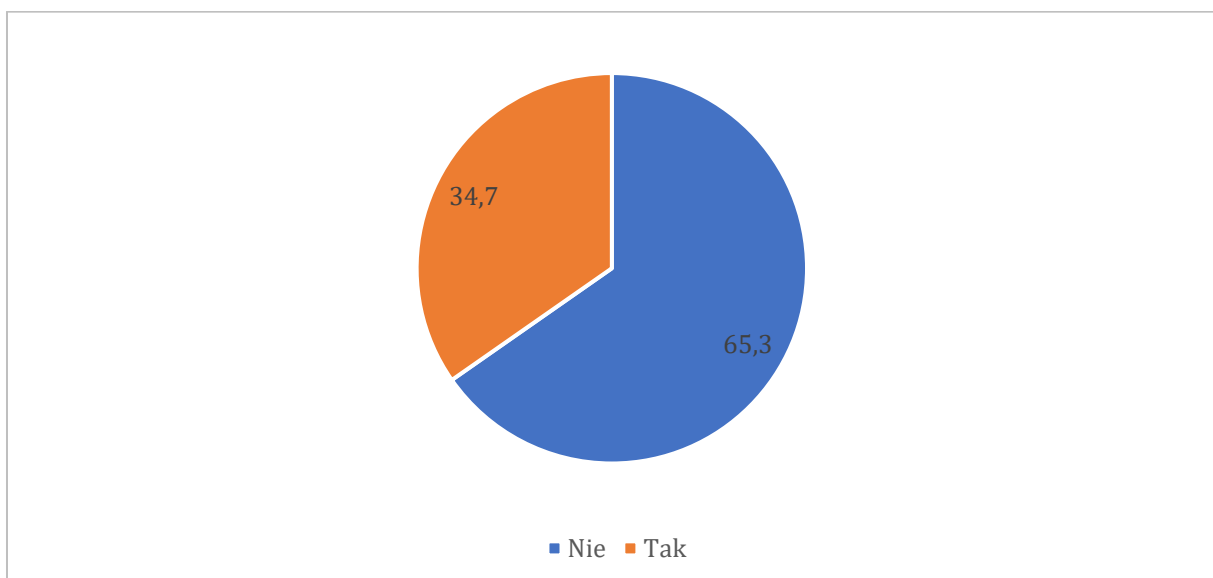
W przeprowadzonym badaniu ankietowym wzięło udział 145 respondentów zajmujących się organizacją eventów. Pierwszym pytaniem skierowanym do respondentów była prośba o wskazanie jak długo zajmują się organizacją eventów (rysunek 6). Na pytanie odpowiedziało 144 respondentów.

Rysunek 6. Długość prowadzenia działalności związanej z organizacją eventów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Rysunek 7. Struktura odpowiedzi na pytanie: *Czy organizacja eventów jest jedyną działalnością, w której prowadzi Pani/Pan swoją aktywność?*



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Badana grupa respondentów prowadzi swoją działalność związaną z organizacją eventów od 1 roku do nawet 95 lat. Średnia prowadzenia działalności związanej z organizacją eventów wśród badanej grupy respondentów wyniosła około 9 lat. Najczęściej występująca długość prowadzenia działalności wyniosła 5 lat (17,8% wszystkich badanych).

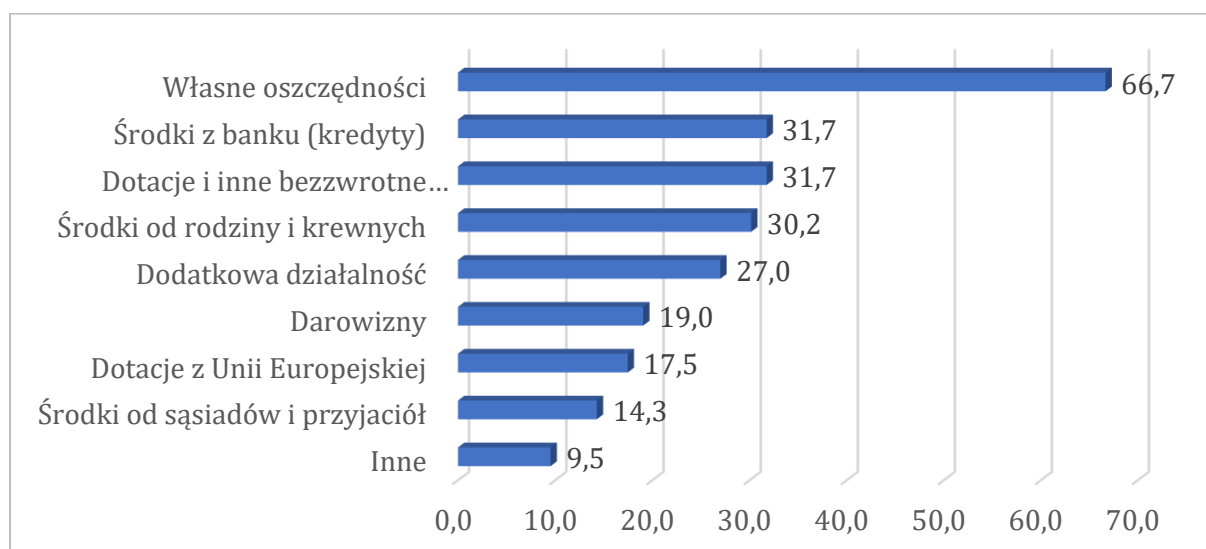
Z uzyskanych odpowiedzi wynika, iż najczęściej respondenci prowadzą swoją aktywność związaną z organizacją eventów od 5 do 10 lat, takiej odpowiedzi udzieliło 40,3% ankietowanych. Kolejna pod względem wielkości grupa respondentów działa nie dłużej niż 5 lat (29,9%). Grupa respondentów, która jest aktywna od 10 do 15 lat stanowiła 12,5% ogółu. Kolejną grupę pod względem liczebności stanowili respondenci prowadzący swoją działalność od 15 do 20 lat. Wśród respondentów znalazła się grupa która prowadzi swoją działalność bardzo długo, powyżej 20 lat, stanowiąc 7,6% wszystkich badanych.

Ponadto respondenci zostali zapytani również czy organizacja eventów jest ich jedyną działalnością, w której prowadzą swoją aktywność. Na to pytanie odpowiedziało 145 ankietowanych. Z odpowiedzi wynika, że tylko dla 34,7% respondentów organizacja eventów jest jedyną działalnością w której prowadzi swoją aktywność. Pozostałe 65,3% ankietowanych jest aktywnych, także w innych rodzajach działalności (rysunek 7).

## 5.2. Pierwsze reakcje i działania branży eventowej zorientowane na przetrwanie

W początkowej części badania ankietowego zapytano respondentów jak poradzili sobie w obliczu napotkanej, nieprzewidzianej sytuacji związanej z pandemią COVID-19. Pytanie dotyczyło źródeł środków finansowych, które pozwoliły im na przetrwanie kryzysu. Respondenci zaznaczali odpowiedzi z zaproponowanej listy i mieli do wyboru, takie możliwości, jak: własne oszczędności, środki z banku (kredyty), dotacje bezzwrotne i inne bezzwrotne dofinansowania krajowe, środki od rodziny i krewnych, dodatkowa działalność, darowizny, dotacje z Unii Europejskiej oraz środki od sąsiadów i przyjaciół. Jeżeli respondenci nie znaleźni na liście wsparcia z którego korzystali mogli wpisać samodzielnie odpowiedź w kategorii inne. Odpowiedzi respondentów przedstawiono na rysunku 8.

Rysunek 8. Źródła kapitału finansowego umożliwiającego przetrwanie kryzysu

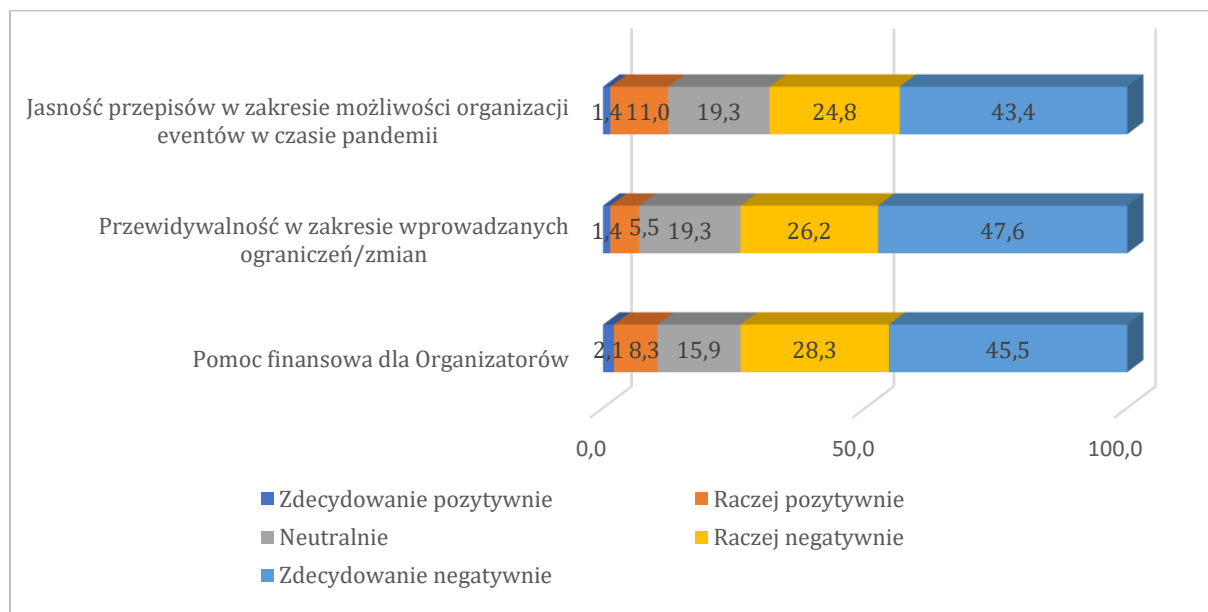


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

W tym pytaniu ankietowani mogli wybrać kilka odpowiedzi. Na pytanie odpowiedziało 63 respondentów, z uwagi, że część z nich organizowała wydarzenia na zasadzie non-profit lub nie odnotowała spadków obrotów w trakcie pandemii. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że respondenci najczęściej, żeby poradzić sobie w ciężkiej dla nich sytuacji korzystali z własnych oszczędności. Taką odpowiedź zaznaczyło aż 66,7% badanych korzystających z wspierających źródeł kapitału. Kolejnymi dwoma źródłami finansowymi, z których korzystali organizatorzy wydarzeń były środki z banku oraz dotacje i inne dofinansowania krajowe. Tego typu środkami wsparło się 31,7% organizatorów korzystających z dodatkowych źródeł kapitału.. Dostyć wysoki udział odpowiedzi odnotowano w zakresie korzystania ze środków od rodziny i krewnych (30,2%). Ponad jedna czwarta korzystających ze wsparcia finansowego (27%), aby przetrwać posiłkowało się środkami pochodzącymi z dodatkowej działalności. Ponadto 19% badanej grupy finansowała swoją działalność z darowizn, 17,5% z uzyskanych dotacji z Unii Europejskiej, a 14,3% ze środków sąsiadów i przyjaciół. Natomiast 9,5% badanych korzystało także z innych źródeł. Uzyskane odpowiedzi wskazują, że organizatorzy korzystali z własnych środków oraz ze źródeł ze swojego najbliższego otoczenia (rodzina, krewni, przyjaciele, sąsiedzi).

W związku z tym, że w trakcie pandemii, aby ograniczyć rozprzestrzenianie się wirusa wprowadzano co pewien czas różne ograniczenia w zakresie organizowania wydarzeń, a także uruchamiano środki finansowe w celu wsparcia przedsiębiorstw w trudnej sytuacji poproszono respondentów by ocenili działania rządu w tym zakresie. Respondenci mieli ocenić działania rządu w trzech aspektach: pomocy finansowej dla organizatorów, przewidywalności w zakresie wprowadzanych ograniczeń/zmian oraz jasności przepisów w zakresie możliwości organizacji wydarzeń w czasie pandemii. Organizatorzy przy każdym z wymienionych aspektów mogli zaznaczyć jedną z pięciu odpowiedzi, tj.: zdecydowanie pozytywnie, raczej pozytywnie, neutralnie, raczej negatywnie i zdecydowanie negatywnie. Chcąc sprawdzić czy opinia organizatorów wydarzeń ulegała zmianie w trakcie trwania pandemii zapytano ich o opinie w tym zakresie w trzech okresach, tj. tzw. pierwszej fali zakażeń (od marca do sierpnia 2020 roku), drugiej fali zakażeń (od września 2020 roku do stycznia 2021 roku) oraz trzeciej fali zakażeń (od lutego 2021 roku do chwili obecnej).

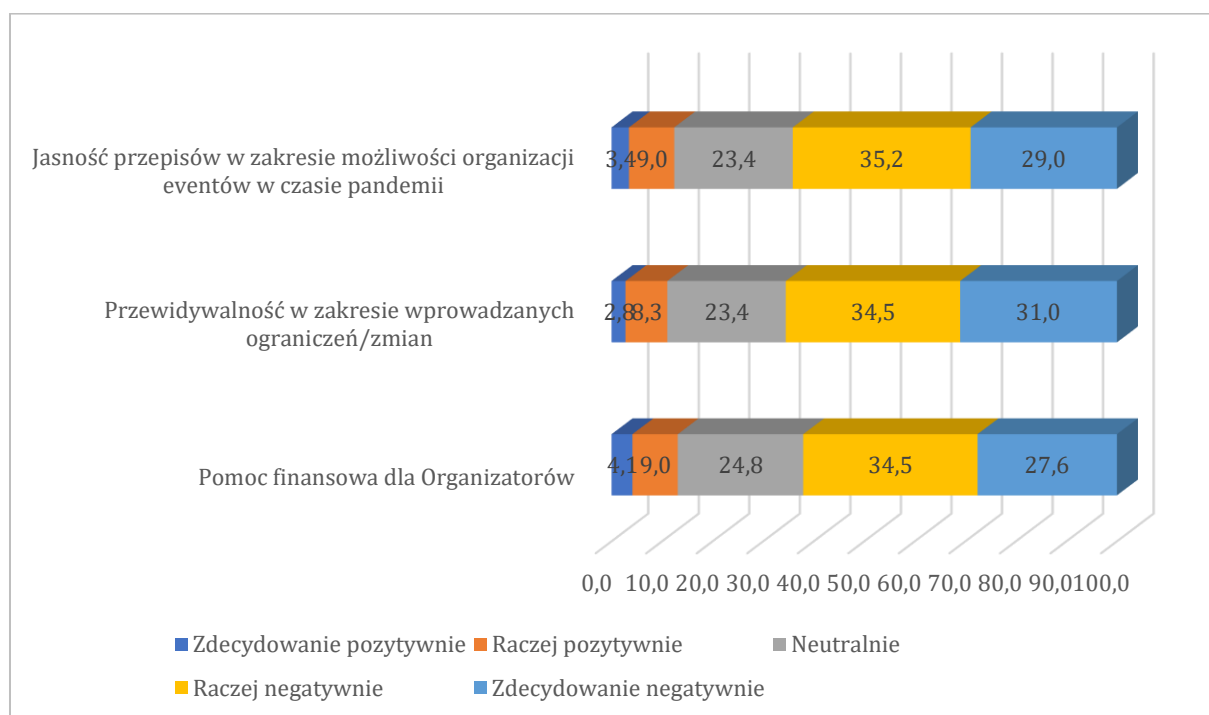
Rysunek 9. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie pierwszej fali zakażeń



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

W trakcie trwania pierwszej fali zakażeń tylko 10,3% badanych oceniło raczej pozytywnie lub zdecydowanie pozytywnie działania rządu w zakresie pomocy finansowej dla organizatorów. Kolejne 15,9% organizatorów oceniło działania neutralnie. Natomiast aż 73,8% badanych osób oceniło pomoc finansową dla organizatorów raczej negatywnie i zdecydowanie negatywnie. Przewidywalność w zakresie wprowadzanych ograniczeń/zmian tylko 6,9% organizatorów oceniało zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie. Kolejne 19,3% organizatorów oceniło ten aspekt neutralnie. Natomiast pozostała część, czyli 73,8% przewidywalność w zakresie wprowadzanych ograniczeń/zmian oceniła raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie (rysunek 9).

Rysunek 10. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie drugiej fali zakażeń



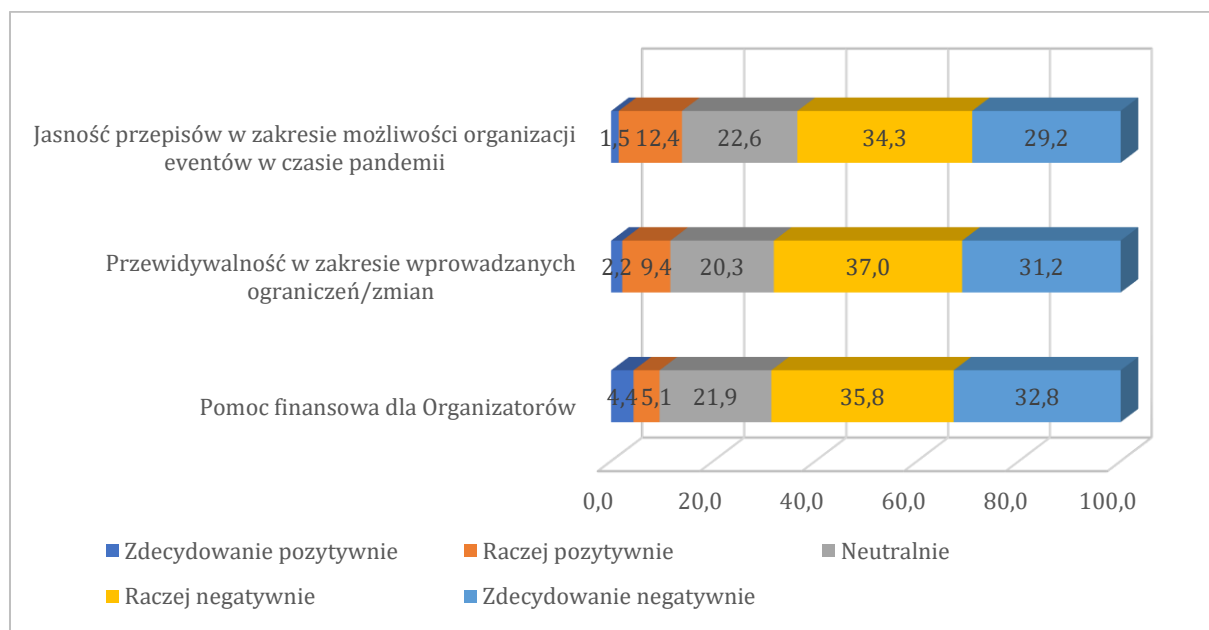
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Nieco lepiej organizatorzy wydarzeń oceniali działania rządu podczas trwania drugiej fali zakażeń, czyli od września 2020 roku do stycznia 2021 roku. Pomoc finansową dla organizatorów 13,1% badanych oceniło zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie. Kolejne 24,8% badanych, działania w tym zakresie oceniło neutralnie. Natomiast 62,1% organizatorów działania te oceniło raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie. Przewidywalność w zakresie wprowadzanych ograniczeń/zmian zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie oceniło 11,0% organizatorów. Kolejne 23,4% organizatorów, działania w tym zakresie oceniło neutralnie. Natomiast pozostałe 65,5% organizatorów działania rządu oceniło raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie. Wśród badanych tylko 12,4% oceniło zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie działania w aspekcie jasności przepisów dotyczących możliwości organizacji wydarzeń w czasie pandemii. Kolejne 23,4% organizatorów działania te oceniło neutralnie. Natomiast pozostałe 64,1% badanych zaznaczyło odpowiedź raczej negatywnie i zdecydowanie negatywnie (rysunek 10).

Podobne odczucia w zakresie badanych aspektów towarzyszyły organizatorom w trakcie trwania trzeciej fali zakażeń, czyli od lutego 2021 roku do chwili obecnej. Pomoc dla organizatorów, zdecydowanie pozytywnie i raczej pozytywnie oceniało jedynie 9,5% badanych.

Kolejne 21,9% organizatorów oceniła to wsparcie neutralnie. Natomiast pozostała część respondentów, tj. 68,6% wsparcie kierowane do organizatorów oceniła raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie. Przewidywalność w zakresie wprowadzonych ograniczeń/zmian została oceniona zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie tylko przez 11,6% organizatorów. Kolejna część respondentów, stanowiąca 20,3% oceniła te działania neutralnie. Natomiast 68,1% organizatorów oceniło ten aspekt raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie. Jasność przepisów w zakresie możliwości organizacji wydarzeń w czasie pandemii była oceniona zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie tylko przez 13,9% organizatorów. Kolejna część badanych, stanowiąca 22,6% badanych oceniła ten aspekt neutralnie. Natomiast 63,5% organizatorów przewidywalność przepisów w zakresie możliwości organizacji wydarzeń oceniło raczej negatywnie lub zdecydowanie negatywnie (rysunek 11).

Rysunek 11. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie trzeciej fali zakażeń



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

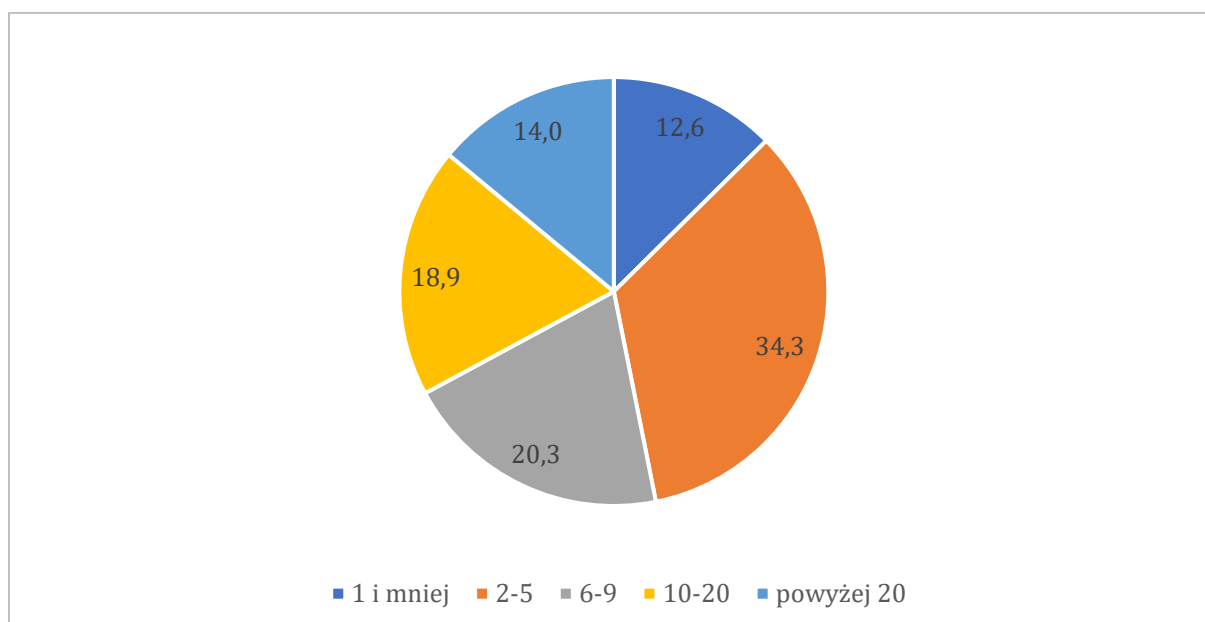
Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że opinie na temat pomocy finansowej, przewidywalności w zakresie wprowadzanych zmian/ograniczeń oraz jasności przepisów w zakresie możliwości organizacji wydarzeń w czasie pandemii były w zdecydowanej większości raczej negatywne lub zdecydowanie negatywne. Wsparcie finansowe było niewystarczające lub był do niego utrudniony dostęp ze względu na konieczność spełnienia wielu warunków. Warunki te czasami dla organizatorów były trudne do zrozumienia, co ograniczało również możliwości ich spełnienia. Niektórzy organizatorzy wskazywali też, że było zbyt mało informacji z jakiego rodzaju wsparcia i kiedy mogą skorzystać. Zmiany w zakresie ograniczeń wprowadzane były zbyt nagle (z dnia na dzień), co utrudniało organizatorom funkcjonowanie, gdyż mieli niewiele czasu by zapoznać się z nowymi ograniczeniami i się do nich szybko przystosować. Ponadto przepisy wprowadzane w zakresie możliwości organizacji wydarzeń były niejasne, często z uwagi na niezrozumienie wprowadzonych uregulowań organizatorzy decydowali się na rezygnację z organizacji danego wydarzenia.



### 5.3. Bezpośredni wpływ pandemii na organizację eventów oraz obroty branży eventowej

Dzięki kolejnej części kwestionariusza ankiety uzyskano informacje na temat wpływu pandemii na liczbę organizowanych eventów przez badanych respondentów. W 2019 roku respondenci organizowali od 1 nawet do 356 eventów. Średnio w roku 2019 organizowano 20 wydarzeń. Na rysunku 12 przedstawiono strukturę respondentów w zakresie liczby organizowanych wydarzeń w 2019 roku. Największą grupę w 2019 roku tworzyli respondenci, którzy zorganizowali od 2 do 5 eventów, stanowiąc 34,3% wszystkich badanych. Kolejną grupę tworzyli respondenci, którzy zorganizowali od 6-9 eventów w 2019 roku i stanowili 20,3% wszystkich badanych. Respondenci, którzy zorganizowali od 10 do 20 eventów, stanowili 18,9% wszystkich badanych. Kolejną grupę tworzyli respondenci organizujący powyżej 20 eventów w ciągu roku, stanowiąc 14,0% wszystkich badanych. Najmniejszy udział stanowili respondenci, którzy organizowali 1 i mniej eventów rocznie. – 12,6%.

Rysunek 12. Struktura respondentów w zakresie liczby eventów zorganizowanych w 2019 roku



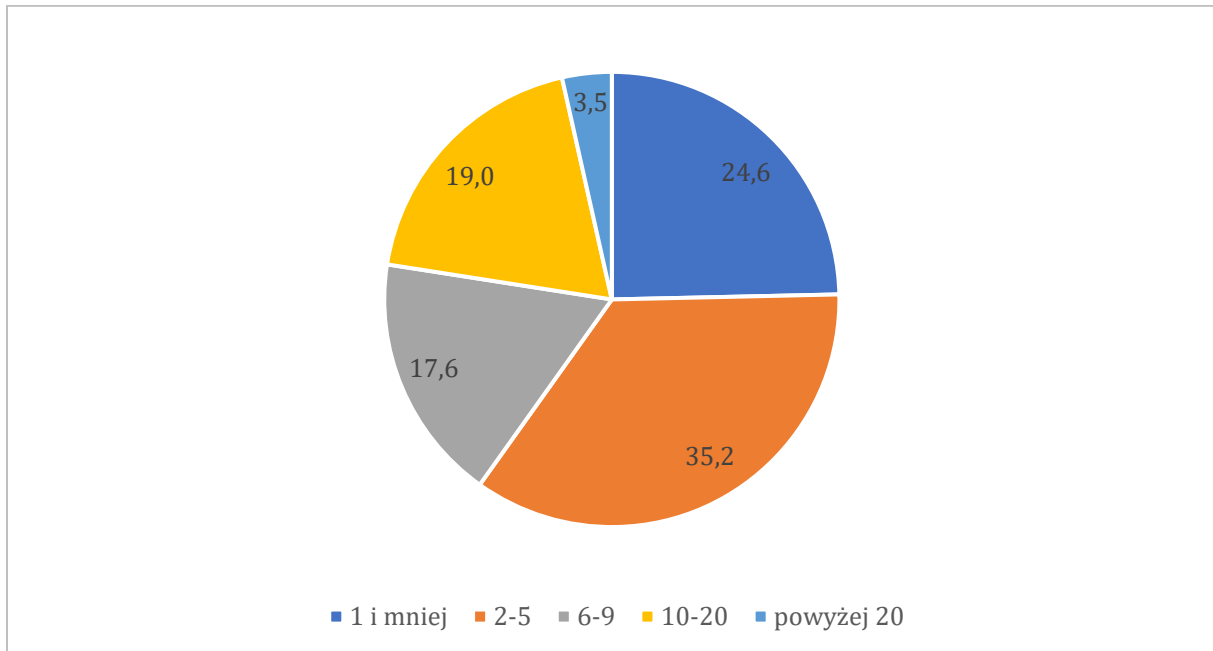
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

W 2020 roku badani respondenci organizowali od 1 do 112 eventów rocznie. Średnio w 2021 roku zorganizowano 8 eventów. Na rysunku 13 przedstawiono strukturę respondentów w zakresie liczby organizowanych eventów w 2020 roku. Największą grupę w 2020 roku, podobnie jak w 2019, tworzyli respondenci, którzy zorganizowali od 2 do 5 eventów, stanowiąc 35,2% wszystkich badanych. Kolejną grupę tworzyli respondenci, którzy zorganizowali 1 lub mniej eventów w 2020 roku i stanowili 24,6% wszystkich badanych. Respondenci, którzy zorganizowali od 10 do 20 eventów, stanowili 19,0% wszystkich badanych. Kolejną grupę tworzyli respondenci organizujący powyżej od 6 do 9 eventów w ciągu roku, stanowiąc 17,6% wszystkich badanych. Natomiast najmniejszy udział stanowili respondenci, którzy organizowali powyżej 20 eventów rocznie, takich organizatorów było wśród badanych tylko 3,5%.

Porównując rok 2019 z 2020 można zauważyć zdecydowany spadek liczby organizowanych eventów przez badanych respondentów. W przypadku 64,8% badanych respondentów nastąpił spadek liczby organizowanych eventów. Średni spadek liczby organizowanych eventów wyniósł 17. Natomiast w przypadku 20,7% badanych organizatorów nastąpił wzrost liczby

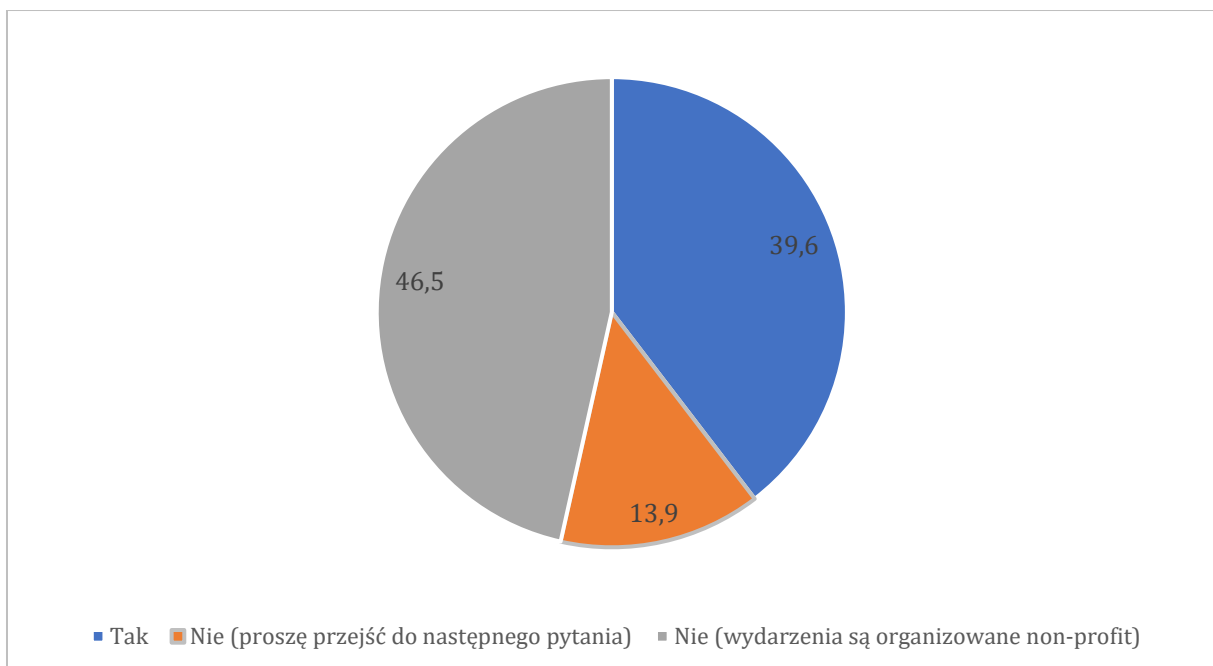
organizowanych eventów – średnio o 2 wydarzenia. Pozostałe 14,5% badanych respondentów zorganizowało taką samą liczbę eventów w roku 2019 i 2020. Warto dodać, że 10,6% badanych zrezygnowało w 2020 roku z organizacji eventów.

Rysunek 13. Struktura respondentów w zakresie liczby eventów zorganizowanych w 2020 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Rysunek 14. Struktura odpowiedzi na pytanie o spadek obrotów wśród badanych respondentów w związku z pandemią

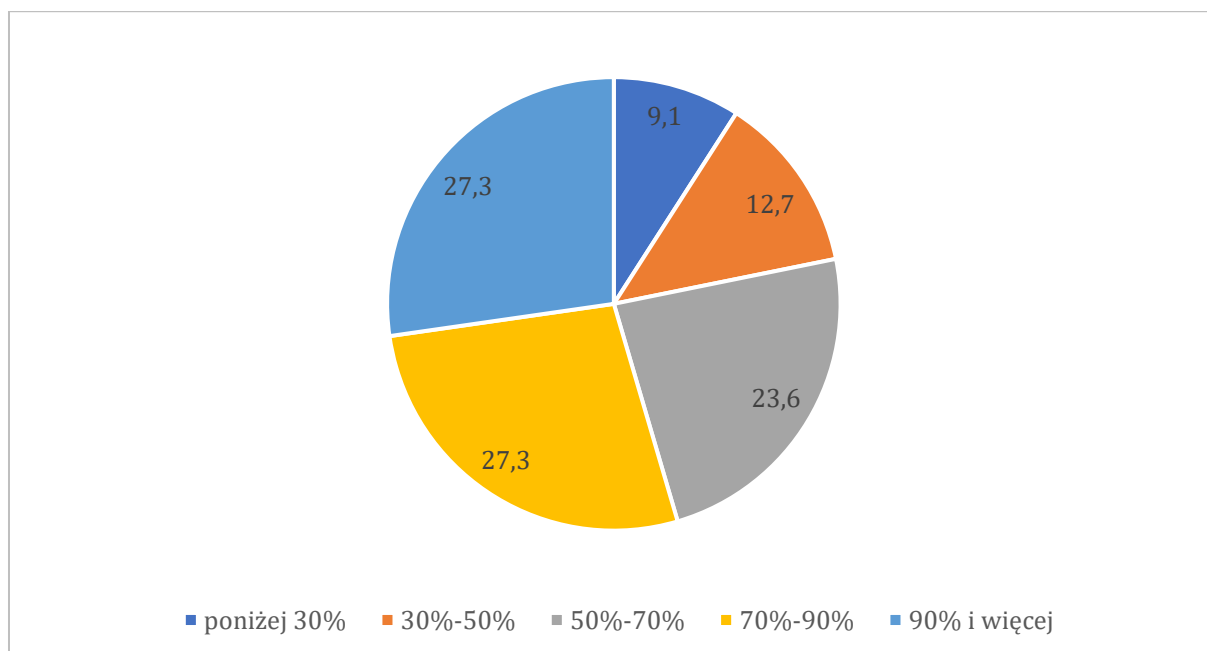


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

W związku ze spodziewanym spadkiem liczby organizowanych eventów zapytano również respondentów o spadek ich obrotów spowodowanych pandemią. Wśród badanej grupy

respondentów 39,6% odnotowało spadek obrotów. Natomiast tylko 13,9% organizatorów nie odnotowało spadku obrotów. Pozostałej części respondentów, tj. 46,5% to pytanie nie dotyczyło, gdyż organizują swoje eventy non-profit.

Rysunek 15. Struktura respondentów z uwagi na wielkość spadku obrotów wśród respondentów w związku z pandemią



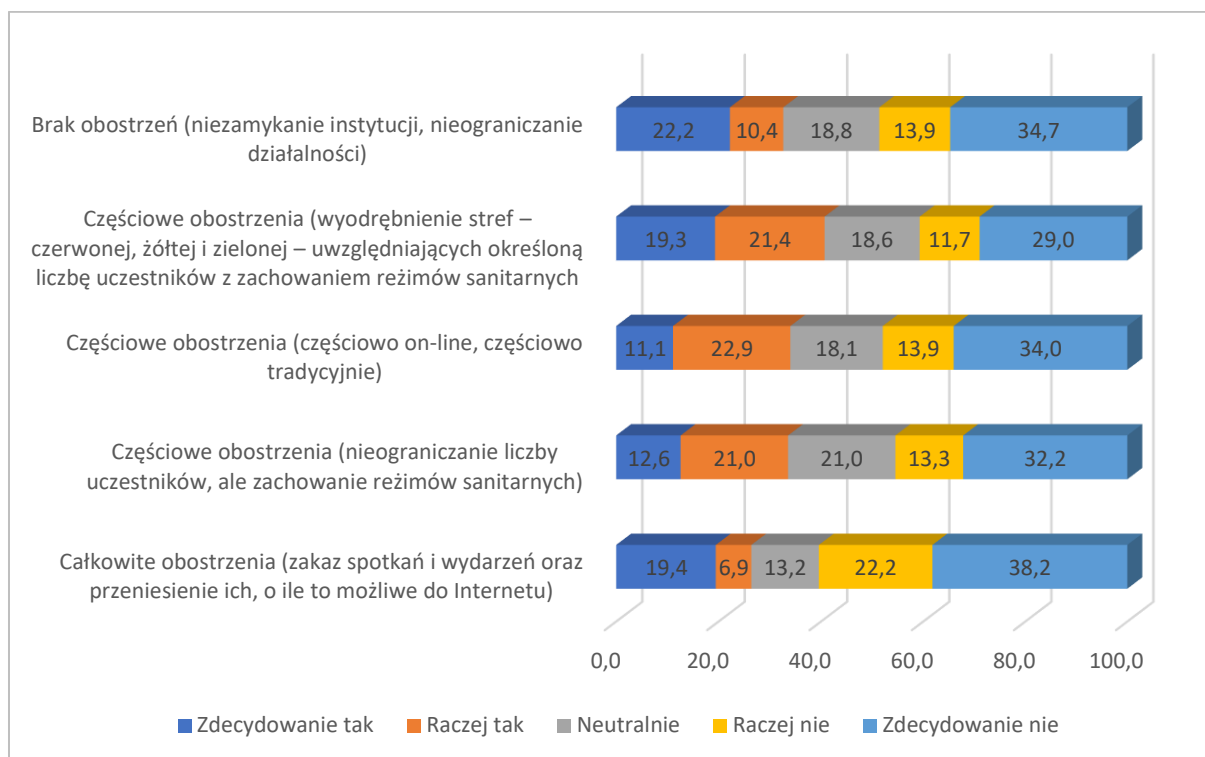
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Respondentów, którzy odnotowali spadki obrotów poproszono również o określenie jego wielkości. Na rysunku 15 przedstawiono strukturę respondentów z uwagi na wielkość odniesionego spadku obrotów. Największą grupę respondentów stanowili organizatorzy, którzy odnotowali spadek obrotów powyżej 90%, stanowiąc 27,3% grupy spadkowej. Taki sam udział stanowili organizatorzy, których obroty spadły od 70% do 90%. Kolejna grupa respondentów odnotowała spadek na poziomie 50%-70% i stanowiła 23,6% grupy, która odnotowała spadek obrotów. Następne 12,7% organizatorów odnotowało spadek na poziomie od 30% do 50%. Najmniej liczną grupę stanowili respondenci, których spadek obrotów wyniósł poniżej 30% - 9,1%.

#### 5.4. Działania branży eventowej zorientowane na dostosowanie i zmiany związane z pandemią

W kwestionariuszu ankiety poproszono respondentów o wyrażenie swojej opinii na temat wytycznych, jaki powinny być stosowane w branży eventowej w sytuacji zagrożenia epidemiologicznego. Respondenci mieli wyrazić swoją opinię czy w sytuacji zagrożenia powinno się wprowadzać całkowite obostrzenia, częściowe obostrzenia (trzy różne warianty), a może nie powinno wprowadzać się żadnych obostrzeń. Organizatorzy przy każdym z wymienionych aspektów mogli zaznaczyć jedną z pięciu odpowiedzi, tj.: zdecydowanie tak, raczej tak, neutralnie, raczej nie i zdecydowanie nie. Odpowiedzi przedstawiono na rysunku 16.

Rysunek 16. Konieczność stosowania wytycznych wobec branży eventowej w sytuacji zagrożenia epidemicznego w opinii respondentów



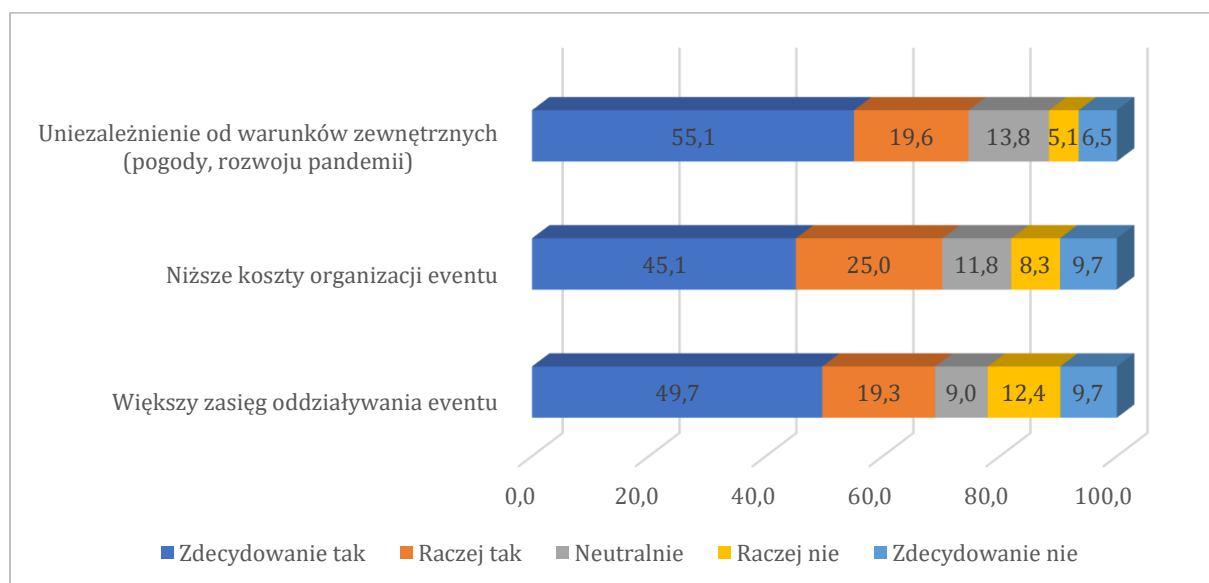
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Na pytanie czy w sytuacji zagrożenia epidemiologicznego wobec branży eventowej powinno się stosować całkowite obostrzenia 60,4% organizatorów zaznaczyło odpowiedź raczej nie lub zdecydowanie nie. Natomiast 26,4% badanych organizatorów odpowiedziało, że zdecydowanie tak i raczej tak. Pozostałe 13,2% respondentów miało neutralny stosunek w tym zakresie. Za częściowymi obostrzeniami (nieograniczanie liczby uczestników, ale zachowanie reżimu sanitarnego) opowiedziało się 33,6% respondentów. Neutralny stosunek w tym zakresie miało 21,0% badanych, natomiast 45,5% organizatorów odpowiedziało raczej nie lub zdecydowanie nie. 34,0% badanych na pytanie czy powinno wprowadzać się częściowe obostrzenia (częściowo on-line, częściowo tradycyjnie) odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Kolejne 18,1% badanych miało neutralne zdanie w tym zakresie. Natomiast 47,9% organizatorów odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Na pytanie czy powinno się wprowadzać częściowe obostrzenia (wyodrębnienie stref – czerwonej, żółtej i zielonej - uwzględniających określoną liczbę uczestników z zachowaniem reżimów sanitarnych) 40,7% badanych odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Taka sama grupa badanych respondentów odpowiedziało na pytanie raczej nie lub zdecydowanie nie. Pozostała część badanych (18,6%) miała neutralne zdanie na ten temat. Brak obostrzeń. Za brakiem obostrzeń opowiedziało się 32,6% badanych organizatorów. Kolejne 18,8% badanych organizatorów miało neutralne zdanie na ten temat. Natomiast 48,6% badanych organizatorów odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie jest za brakiem obostrzeń.

Działania adaptacyjne w znacznej mierze związane były z koniecznością respektowania ograniczeń wprowadzanych przez rząd, a także z możliwością nauki nowych rozwiązań. W odniesieniu do wytycznych trudno jest stworzyć obiektywną listę. Odpowiedzi respondentów wskazują na złożoność problemu. Żadna z przedstawionych opcji nie wzbudziła pozytywnego odbioru ankietowanych. Odpowiedzi oscylowały wokół odpowiedzi neutralnych. Zróżnicowanie

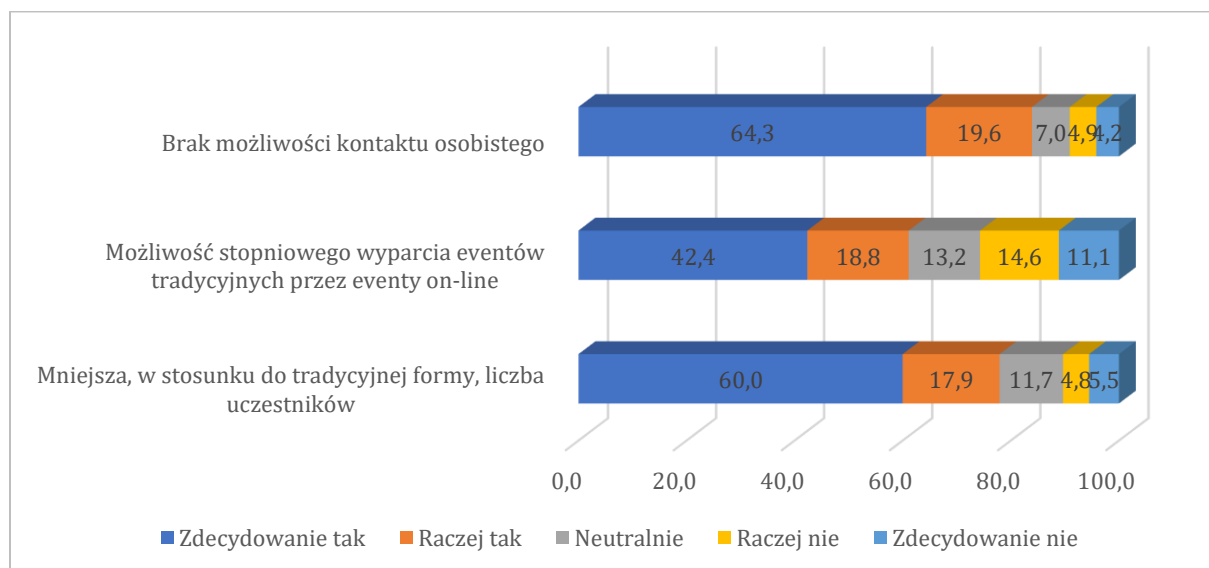
średnich wartości odpowiedzi jest nieznaczne, niezależnie czy chodzi o restrykcyjne obostrzenia, częściowe obostrzenia czy też zupełny ich brak.

Rysunek 17. Korzyści wynikające z organizacji eventów on-line



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Rysunek 18. Zagrożenia wynikające z organizacji eventów on-line



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

W związku z wprowadzonymi ograniczeniami duża część eventów przeniosła się do Internetu, dlatego zapytano organizatorów jakie widzą korzyści i zagrożenia organizowania eventów w ten sposób. W zakresie korzyści organizatorzy mieli do wyboru trzy możliwości: uniezależnienie się od warunków zewnętrznych, niższe koszty organizacji wydarzenia oraz większy zasięg oddziaływania wydarzenia. Natomiast w zakresie zagrożeń organizatorzy mieli do wyboru takie możliwości jak: brak kontaktu osobistego, możliwość stopniowego wyparcia wydarzeń tradycyjnych przez wydarzenia on-line oraz mniejsza w stosunku do tradycyjnej liczba uczestników. Organizatorzy przy każdym z wymienionych aspektów mogli zaznaczyć jedną

z pięciu odpowiedzi, tj.: zdecydowanie tak, raczej tak, neutralnie, raczej nie i zdecydowanie nie. Odpowiedzi przedstawiono na rysunku 17 i 18.

Na pytanie czy dzięki eventom w formie on-line korzyścią jest większy zasięg oddziaływania wydarzenia 69,0% badanych organizatorów odpowiedziało raczej tak lub zdecydowanie tak. Neutralne zdanie na ten temat miało 9,0% badanych organizatorów. Natomiast 21,1% organizatorów odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Na pytanie czy korzyścią są niższe koszty organizacji eventu 70,1% badanych organizatorów odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Natomiast 18,1% badanych odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Pozostałe 11,8% respondentów miało neutralne zdanie na ten temat. Na pytanie czy korzyścią z organizacji eventów w formie on-line jest uniezależnienie się od warunków zewnętrznych 74,6% organizatorów odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Natomiast 11,6% respondentów odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Natomiast 13,8% badanych miało neutralne zdanie w tym zakresie.

Na pytanie czy zagrożeniem organizacji eventów w formie on-line 77,9% badanych organizatorów odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Natomiast 10,3% respondentów odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Neutralne zdanie na ten temat miało 11,7% ankietowanych. Na pytanie czy zagrożeniem organizacji eventów w formie on-line jest możliwość stopniowego wyparcia wydarzeń tradycyjnych 61,1% organizatorów odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Natomiast 25,7% badanych odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Neutralne zdanie na ten temat miało 13,2% organizatorów. Na pytanie czy zagrożeniem organizacji eventów w formie on-line jest brak możliwości kontaktu osobistego, aż 83,9% respondentów odpowiedziało, że raczej tak lub zdecydowanie tak. Natomiast 9,1% badanych odpowiedziało, że raczej nie lub zdecydowanie nie. Natomiast 7,0% organizatorów miało neutralne zdanie w tym zakresie.

## 5.5. Odporność branży eventowej

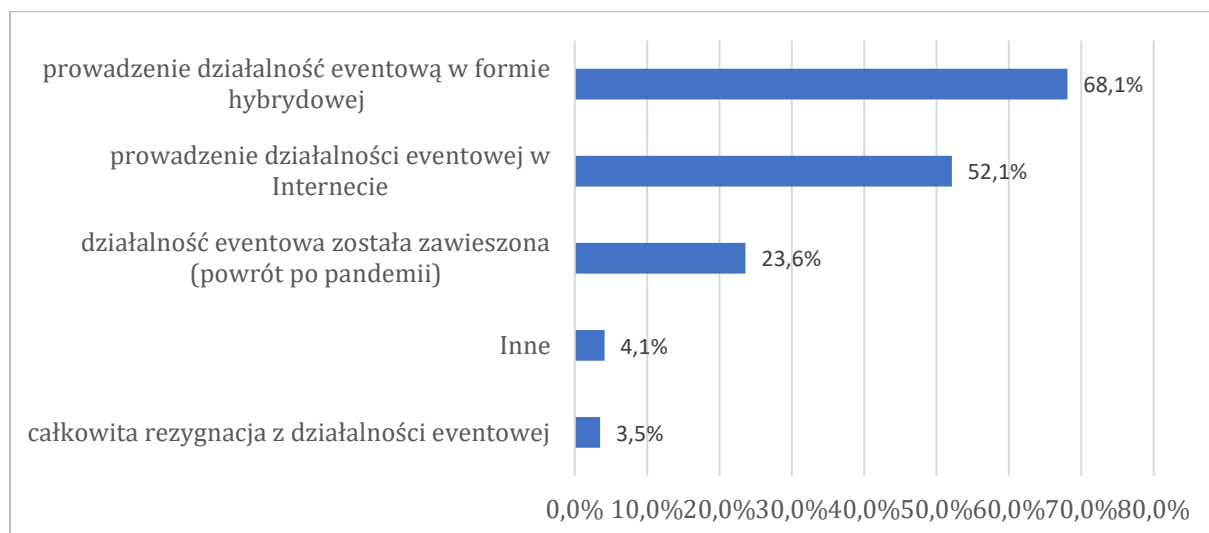
W końcowej części badania ankietowego poproszono respondentów, by określili swoją obecną sytuację w zakresie organizacji wydarzeń. Respondenci w tym pytaniu mieli możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi. Organizatorzy zaznaczali odpowiedzi z przygotowanej listy. Do wyboru były takie możliwości jak: prowadzenie działalności eventową w formie hybrydowej; prowadzenie działalności eventowej w Internecie; działalność eventowa została zawieszona (powrót do pandemii); całkowita rezygnacja z działalności eventowej. Respondenci mieli możliwość wpisania własnej odpowiedzi. Wyniki w zakresie odpowiedzi na to pytanie przedstawiono na rysunku 19.

Największy odsetek organizatorów (68,1%) odpowiedziało, że obecnie prowadzi swoją działalność eventową w formie hybrydowej. Kolejna grupa respondentów, stanowiąca 52,1% odpowiedziało, że działalność eventową prowadzi w Internecie. Część respondentów zawiesiła swoją działalność eventową, grupa ta stanowiła 23,6% badanych organizatorów. Całkowicie zrezygnowało z działalności 3,5% badanych organizatorów. Natomiast inne odpowiedzi udzieliło 4,1% respondentów.

Ostatnim zagadnieniem w kwestionariuszu było pytanie o przyszłość. Poproszono organizatorów o wyrażenie swojej opinii na temat kiedy ich zdaniem branża eventowa wróci do poziomu funkcjonowania z 2019 roku. Największa część respondentów, stanowiąca 38,6% wszystkich badanych twierdzi, że do funkcjonowania z 2019 roku branża wróci w 2022 roku. Kolejna grupa respondentów była mniej optymistyczna. Według 35,9% wszystkich badanych, branża wróci do funkcjonowania z 2019 w 2023 roku. Kolejna co do wielkości grupa

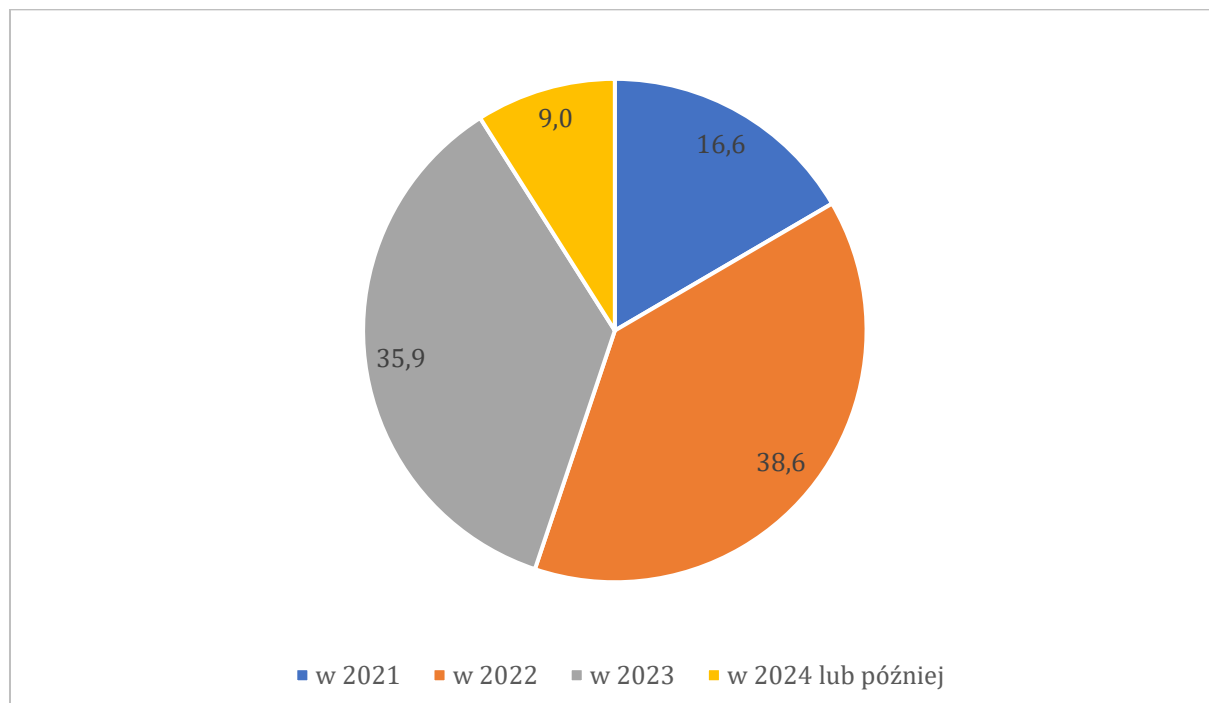
respondentów stwierdziła, że branża będzie funkcjonowała tak jak w 2019 roku już w 2021 roku. Natomiast najmniej respondentów twierdzi, że sektor wróci do normalnego funkcjonowania dopiero w 2024 lub później (rysunek 20).

Rysunek 19. Pytanie do badanych respondentów o określenie swojej sytuacji w zakresie działalności eventowej w 2021 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Rysunek 20. Pytanie kiedy zdaniem badanych organizatorów branża eventowa wróci do poziomu funkcjonowania z 2019 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników ankietowych.

Respondenci nabyli już pewnej odporności, o czym świadczy fakt, że większość z nich przewidziała działania eventowe już na 2021 rok, pomimo, że pandemia jeszcze się nie skończyła. Część respondentów uznało, że branża eventowa wróci do sytuacji sprzed pandemii jeszcze

w 2021 roku. Większość badanych opowiedziało się za 2022 lub 2023 rokiem. Oznacza to, że badani organizatorzy widzą pozytywnie niedaleką przyszłość. Po przeżytych doświadczeniach i nabyciu nowych umiejętności badani w większości są gotowi do dalszego funkcjonowania.



## 6. Wyniki studiów pogłębionych organizatorów eventów w Polsce

### 6.1. Charakterystyka respondentów studiów pogłębionych

W ramach badań jakościowych przeprowadzono 50 studiów pogłębionych, w tym 15 wywiadów pogłębionych. Na prośbę respondentów wyniki są anonimowe. Do badań wybrano osoby organizujące różne eventy, zachowując proporcje między typami wydarzeń (tabela 6). Wybrano odpowiednio po 13 eventów – sportowych, kulturalnych i kulinarnych oraz 11 innych, w tym o mieszanym charakterze. Należy podkreślić, że działalność eventowa to nie jedyny rodzaj działalności, jakim zajmują się organizatorzy. Zazwyczaj w ramach swojej organizacji, przedsiębiorstwa realizują jeszcze inne aktywności związane m.in. z działalnością handlową, wypożyczaniem sprzętu, wynajmowaniem pomieszczeń itp.

Tabela 6. Charakterystyka respondentów studiów pogłębionych

Wyszczególnienie	Liczba	Odsetek
<b>Forma prowadzenia działalności przez organizatora</b>		
Publiczny	20	40,0
Prywatny	10	20,0
Non-profit	20	40,0
<b>Typ eventu</b>		
Kulturalne	13	26,0
Kulinarne	13	26,0
Sportowe	13	26,0
Inne, w tym mieszane	11	22,0
<b>W tym sektor publiczny</b>		
Kulturalne	7	14,0
Kulinarne	5	10,0
Sportowe	0	0,0
Inne, w tym mieszane	8	16,0
<b>W tym sektor prywatny</b>		
Kulturalne	1	2,0
Kulinarne	7	14,0
Sportowe	2	4,0
Inne, w tym mieszane	0	0,0
<b>W tym sektor non-profit</b>		
Kulturalne	5	10,0
Kulinarne	1	2,0
Sportowe	11	22,0
Inne, w tym mieszane	3	6,0

Źródło: Opracowanie własne.

Warto też zwrócić uwagę na formę prowadzenia działalności. Dominują organizacje non-profit oraz z sektora publicznego. Przewaga tych sektorów w działalności eventowej w Polsce wynika z kilku przyczyn. Wśród najważniejszych należy wymienić chęć dzielenia się pasją z innymi ludźmi, a także możliwość uzyskania licznych dofinansowań na organizację imprez. W zakresie

eventów kulturalnych dominuje sektor publiczny. Jak tłumaczyli respondenci tzw. „wysoka” kultura nie jest dochodowa i wymaga wsparcia. Mimo, że nie ma szerokiego grona odbiorców – warto ją promować. Jednak trudno na jej bazie prowadzić działalność zarobkową. Działalność ta jest charakterystyczna dla sektora prywatnego, którego przedstawiciele również brali udział w badaniach, jednak grupa ta okazała się mniej liczna. Są to dwie zasadnicze grupy przedsiębiorców – pierwszą tworzą agencje eventowe, dla których działalność ta jest podstawą funkcjonowania. Drugą grupę tworzą przedsiębiorcy, którzy zajmują się innym rodzajem działalności gospodarczej, np. handlem, usługami gastronomicznymi. Eventy organizują po to, by podtrzymać zainteresowanie własną firmą. Zatem w ich przypadku organizowanie eventów jest działalnością dodatkową.

## 6.2. Proces budowania odporności

W tabeli 7 zamieszczono poruszane podczas wywiadów tematy oraz najczęściej pojawiające się odpowiedzi. Badanych zapytano o ich pierwsze reakcje na wieść o pandemii koronawirusa związanych z nim obostrzeniami. Odpowiedzi były emocjonalne. Dominowały zaskoczenie i niepewność, co jest zrozumiałe w zaistniałej sytuacji. Badani nie wiedzieli co będzie dalej, czego można się spodziewać, a tym samym nie mieli wizji na przyszłość. Poza strachem o własne zdrowie pojawiła się niepewność dotycząca prowadzonej działalności eventowej. Sytuację z 2020 roku badani uznali za bezprecedensową, na którą zupełnie nie byli przygotowani. Najczęściej towarzyszące badanym emocje wynikały z poczucia bezsilności i ograniczenia.

Pierwsze podjęte przez badanych działania wiązały się z wolą przetrwania zaistniałej sytuacji. W miarę czasowego luzowania obostrzeń i zmieniającej się sytuacji pandemicznej podejmowali próby organizowania eventów wprowadzając konieczne zmiany. W większości przypadków podjęto również – z różnym skutkiem – próby pozyskania funduszy zewnętrznych na przetrwanie pandemii i utrzymanie działalności. W ostateczności zawieszano lub przekładano działalność eventową. Wszyscy badani podkreślali, że próbowali dostosować się do panujących warunków pandemicznych i możliwości. Skutkiem czego była większa kreatywność. Pracownicy i pracodawcy wspólnie próbowali znaleźć sposób na przetrwanie. Pojawiło się poczucie wspólnoty i wspólnej odpowiedzialności za jednostkę w czasie kryzysu. W trosce o pracowników niektóre jednostki dokonały ich tymczasowego przebranżowienia, żeby nadal pracować. Pracownicy dobrowolnie poddali się temu procesowi – najczęściej zamiast organizować eventy dokonywali drobnych remontów i prac naprawczych w siedzibie organizacji. Mieli poczucie, że jednak nie tracą pozornie straconego czasu.

Działania podjęte przez rząd badani ocenili dość surowo w opisie zaistniałej sytuacji. Najczęściej powtarzaną odpowiedzią był chaos, niezależnie czy chodziło o pomoc finansową, przewidywalność wprowadzanych ograniczeń i zmian, czy jasność przepisów. Badani podkreślali, że zasady przyznawania pomocy finansowej były niejasne, przepisy często były wprowadzane zbyt późno, a ich interpretacja nie była jednoznaczna. Skutkowało to różnymi konsekwencjami – m.in. trudnościami w uzyskaniu pomocy finansowej.

W zakresie działań dostosowawczych ankietowani podjęli dodatkową aktywność na rzecz podtrzymania zainteresowania eventem. Głównym kanałem komunikacji z uczestnikami okazały się media społecznościowe, a konkretnie Facebook. Badani podkreślali, że wcześniej też korzystali z Facebooka, ale nie w takim zakresie i z taką intensywnością. Podtrzymanie zainteresowania eventem wymaga regularnej aktywności, a w miarę możliwości również kontaktu, reakcji z uczestnikami. Większość respondentów przyznała, że w kontaktach i reakcjach social media są znacznie skuteczniejsze niż poczta e-mailowa, która traci na znaczeniu. Co ciekawe – większość

badanych wskazała, że dotychczas prowadzona przez nich strona internetowa jest znacznie mniej popularna niż social media. Dlatego badani w tym zakresie rozwijali głównie umiejętności obsługi mediów społecznościowych. Poza Facebookiem wśród odpowiedzi pojawił się także Instagram oraz Tik-Tok – jako narzędzie najszybciej pozwalające dotrzeć do młodych odbiorców. Część ankietowanych wskazywała na równoczesną aktywność w różnych mediach społecznościowych, po to by dotrzeć do różnych grup odbiorców.

Tabela 7. Proces budowania odporności – wyniki studiów pogłębionych

Blok tematyczny	Temat	Wyniki
<b>Pierwsze reakcje i działania zorientowane na przetrwanie</b>	Pierwsze reakcje na pandemię	Zaskoczenie, Niepewność
	Pierwsze działania	Zmiany w organizacji imprez, Troska o pracowników, Próba pozyskania funduszy na przetrwanie, Zawieszona działalność eventowa,
	Działania rządu	Chaos, Niejasne zasady przyznawania pomocy, Niejasna interpretacja przepisów
<b>Działania dostosowawcze</b>	Działania na rzecz podtrzymania zainteresowania eventem	Aktywność w social-mediach (Facebook),
	Współpraca	Współpraca z firmami z branży, Brak eventów – brak współpracy,
	Czynniki mobilizujące	Strach, Pasja, Biznes,
<b>Działania zorientowane na naukę i zmiany</b>	Nowe rozwiązania wdrażane w ramach festiwalu	Filmy w Internecie, Zajęcia online, Eventy i koncerty online
	Nowe umiejętności	Organizacja imprez z obostrzeniami, Nagrywanie i montowanie filmów, Obsługa social-mediów
	Sposoby uczenia się nowych rozwiązań	Samodzielnie, Od znajomych, Z internetu
<b>Odporność</b>	Sytuacja w zakresie własnej działalności eventowej w 2021 roku	Organizacja eventów w miarę możliwości i znoszenia obostrzeń
	Powrót branży eventowej do sytuacji z 2019 roku	Możliwy w przyszłym lub kolejnym roku
	Gotowość na kolejne wyzwania i nieprzewidziane wydarzenia	W pewnym stopniu, Zdobyte doświadczenia wzmacniają odporność

Źródło: Opracowanie własne.

W zakresie działań dostosowawczych część badanych organizatorów podjęła współpracę z firmami z branży. Jednak większość podkreślała, że brak możliwości organizacji eventów przełożył się na zawieszenie dotychczas prowadzonej współpracy. Część organizatorów przyznała, że sponsorzy wycofywali się z dotychczasowej współpracy, z uwagi na fakt, że sami borykali się z problemami na rynku wywołanymi pandemią. Następowołao tzw. przerywanie

łańcucha współpracy. Istnieją przesłanki świadczące o tym, iż być może uda się odbudować ten łańcuch po pandemii, wiadomo już jednak, że nie w każdym przypadku.

Respondentów zapytano o to co ich mobilizuje do działania w czasie pandemii. Wśród odpowiedzi dominowała triada elementów: biznes, pasja i strach. Część ankietowanych chciało i nadal chce utrzymać działalność w sensie biznesowym, bo to daje im dochody niezbędne do funkcjonowania i utrzymania rodziny. Część badanych podkreślała, że działalność eventowa jest ich pasją i sposobem na życie. Niektórzy respondenci wskazywali obie odpowiedzi – i biznes i pasję, podkreślając, że te dwie sfery się nie wykluczają i wspólnie mogą oddziaływać silnie. Okazało się, że równie mobilizująco działa strach przed pandemią i nieznaną przyszłością. Pojawiały się też odpowiedzi, że mobilizują uczestnicy eventów, którzy nadal chcą brać udział w wydarzeniach. Odpowiednie czynniki mobilizujące potrafią wyzwolić potrzebne do przetrwania siły.

Niecodzienna sytuacja związana z pandemią koronawirusa spowodowała, że badani uczyli się i wdrażali nowe rozwiązania. Wśród najczęściej wymienianych nowych rozwiązań pojawiły się oczywiście wydarzenia, zajęcia i koncerty online. Rozwiązania te były znane ankietowanym już wcześniej, ale w czasie pandemii większość z nich miała okazję przetestować je osobiście. Najczęściej wydarzenia prezentowane w Internecie były wcześniej nagrywane i odtwarzane. Mnie popularne okazały się transmisje na żywo, z uwagi na ograniczenia techniczne (zarówno sprzęt, jak i łącza).

W zakresie nowych umiejętności ankietowani wymieniali najczęściej organizację imprez z obostrzeniami, nagrywanie i montaż filmów, a także obsługę social-mediów. W odniesieniu do nowych umiejętności i rozwiązań szczególnie interesujące okazały się dwa przypadki cyklicznych festiwali muzycznych. Oba wydarzenia odbyły się w 2020 roku, ale zorganizowano je zupełnie inaczej niż zazwyczaj. Jeden z nich co roku organizowany był w pomieszczeniach wraz z biletowaniem i możliwością rezerwacji miejsc. W 2020 roku sposób organizacji uległ zupełnej zmianie. Zdecydowano, że koncerty odbędą się na świeżym powietrzu, bez biletów. To pozwoliło uniknąć problemów z rezerwacjami i rezygnacjami z biletów, a także stanowiło kreatywny sposób obejścia ograniczeń pandemicznych. Profilaktycznie zachowano wszelkie procedury związane z organizacją imprez masowych, choć we wcześniejszych latach festiwal nie wymagał takiego poziomu zabezpieczenia. Drugi z analizowanych festiwali muzycznych co roku odbywał się w formule otwartej, bez biletów, ogrodzeń, w otwartej przestrzeni. W 2020 roku zorganizowano festiwal, ale z ograniczoną liczbą uczestników, z użyciem biletów, ogrodzeń i bramek. Z tych dwóch przypadków wyraźnie widać, że chęć organizatorów do realizacji swoich imprez była na tyle silna, że całkowicie przebudowali model organizacji wydarzenia. Obostrzenia pandemiczne przyczyniły się jednak do specyficznej sytuacji – organizatorzy byli przekonani, że muszą wprowadzić jakieś zmiany, jednak nie było odgórných wytycznych jakie rodzaju decyzje podjąć. Spowodowało to podjęcie działań przekraczających wymagania, asekuracyjnych.

Eventy organizowane lub transmitowane online wzbudziły kontrowersje wśród ankietowanych. Uznali oni, że takie rozwiązania to konieczność w czasach pandemii, jednak to nie zastąpi eventów tradycyjnych. Z jednej strony dostrzegli korzyści w postaci większego zasięgu oddziaływania czy niższych kosztów organizacji i niezależnienia od pogody. Z drugiej jednak strony większość respondentów podkreślała, że taki event nie zastąpi wydarzenia na żywo, ponieważ jedną z podstawowych cech eventów jest kontakt z innymi osobami i interakcje. Należy podkreślić, że respondenci nie obawiają się wyparcia eventów tradycyjnych przez eventy online, ponieważ potrzeby społeczne należą do ważnych potrzeb ludzkich. Ludzie potrzebują spotkań z innymi ludźmi, wymiany poglądów i emocji, a to zapewnia event w formie tradycyjnej. Ludzie oczekują współtworzenia i doświadczeń eventowych.

Należy dodać, że forma online nie sprawdziła się w organizacji eventów kulinarnych, a także jarmarków – z uwagi na ich specyfikę (sprzedaż bezpośrednia, degustacje). Natomiast w mniejszym lub większym stopniu rozwiązania takie były wprowadzane w zakresie eventów kulturalnych, a nawet sportowych. W opinii respondentów w pierwszej fazie pandemii wydarzenia online wzbudzały większe zainteresowanie widzów i uczestników. Potem wyczekiwano powrotu do sytuacji sprzed pandemii.

Ankietowani przyznali, że z uwagi na dynamicznie zmieniającą się sytuację w zasadzie nie było czasu na korzystanie ze szkoleń i webinarów. W związku z tym uczyli się nowych umiejętności samodzielnie – metodą prób i błędów lub korzystając z poradników internetowych. Korzystali również z pomocy znajomych, często ucząc się nawzajem. Badani organizatorzy wykazali się kreatywnością.

W 2021 roku większość ankietowanych organizatorów planuje przeprowadzenie eventów – oczywiście w miarę możliwości i znoszenia obostrzeń. Niestety nie wszyscy ankietowani przetrwali pandemię – niektórzy zrezygnowali z działalności lub drastycznie ograniczyli działalność, w tym zatrudnienie. Szczególnie dotyczy to inicjatyw sektora prywatnego, gdzie organizacja eventów oznacza wpływy, a brak możliwości organizacji – straty. Organizatorzy z sektora publicznego są pod tym względem w korzystniejszej sytuacji – przetrwali bez zwolnień i ograniczeń. Natomiast sektor non-profit częściowo ograniczył swoją działalność (żeby nie mnożyć strat) lub też zrekompensował straty inną prowadzoną działalnością. Należy podkreślić, że większość organizatorów z sektora non-profit chce już 2021 roku wrócić do organizowania eventów.

Ankietowani okazali się pozytywnie nastawieni do możliwości powrotu branży do normalności, wskazując, że może to być 2022 lub kolejny rok. Podkreślali jednak, że pewne zmiany w branży mogą utrzymać się dłużej – np. obawy przed dużymi zgrupowaniami ludzi. Warto podkreślić, że w opinii respondentów wytworzyła się już swego rodzaju odporność na sytuacje nieprzewidziane. Badani podkreślali, że w pewnym stopniu czują się przygotowani na kolejne sytuacje kryzysowe i nieprzewidziane zdarzenia, a zdobyte w czasie pandemii doświadczenia wzmacniają odporność. Ankietowani wskazywali jednak, że z jednej strony zostały wypracowane pewne schematy postępowania, które pozostaną w branży na dłużej. Z drugiej jednak strony pandemia uzmysłowiła, że każdy event jest inny i nie ma jednego standardu postępowania. Zatem, pomimo pewnego stopnia wytworzonej odporności, pozostaje wiele niepewności i niewiadomych, ponieważ trudno jest przewidzieć co jeszcze czeka branżę eventową i świat w przyszłości. Jednak badani przyznają, że obecna pandemia zmusiła do refleksji, że w krótkim czasie wszystko może się zmienić i trzeba być na to przygotowanym. Zatem nabyta odporność wynika z przeżytych doświadczeń oraz z nauki nowych rozwiązań. Z przeprowadzonych wywiadów wynika, że odporność ma zarówno zewnętrzne, jak i wewnętrzne źródła. Wśród uwarunkowań zewnętrznych należy wymienić działania władz, a także ogólną sytuację w branży eventowej i nastawienie potencjalnych uczestników. Do warunków wewnętrznych należy zaliczyć własny potencjał kreatywny organizatorów, ich umiejętności i doświadczenia.

Należy podkreślić, że nie odnotowano znaczących różnic w procesie budowania odporności z uwagi na typ eventu. Niezależnie czy był to event sportowy, kulinarny, kulturowy czy mieszany – organizatorzy podejmowali różne decyzje – od zawieszenia działalności aż po wprowadzanie zupełnie nowych rozwiązań. Towarzyszyło im poczucie, że muszą wprowadzać zmiany – i choć zmiany te niejednokrotnie były wprowadzane na wyrost – przyczyniły się do budowania odporności poprzez nowe doświadczenia i umiejętności.

## Wnioski i rekomendacje

Konieczność wprowadzenia ograniczeń wynika z chęci ochrony zdrowia ludności. W sytuacji zagrożenia zdrowia i życia problemy funkcjonowania gospodarki i jej sektorów schodzą na dalszy plan. Chociaż pandemia dotknęła wszystkie sfery społeczno-gospodarcze, wyraźnie ucierpiała branża eventowa jako szczególnie wrażliwa, co potwierdzają nie tylko przeprowadzone na potrzeby projektu badania, ale także analizy innych autorów (Gajjar and Parmar 2020; Madray 2020; Mohanty, Himanshi, Choudhury 2020; Palrão, Rodrigues, Estêvão 2021). Ta nadwrażliwość branży eventowej w sytuacji pandemii wynika z masowości wydarzeń i bezpośrednich relacji między ludźmi, na co wskazują również Mohanty, Himanshi, Choudhury (2020). Jednocześnie należy podkreślić, że branża eventowa zaspokaja ważne potrzeby społeczne ludności (Armbrecht, Lundberg, Andersson, Mykletun, 2021), które nie muszą być w pierwszej kolejności zaspokajane. Ograniczenia negatywnie wpłynęły na funkcjonowanie branży eventowej. Blokady spowodowały upadek branży na niespotykaną dotąd skalę.

Zgodnie z wynikami, nakładanie kolejnych ograniczeń było związane z ówczesną sytuacją, determinowaną poziomem zachorowalności i umieralności w wyniku COVID-19, a także nastrojami społecznymi. W Polsce działania rządu narażone były na dużą krytykę społeczną. Wynikało to zarówno ze stosunku do władz, jak i ze stosunku władz do społeczeństwa. Z perspektywy czasu, pierwsze dość restrykcyjne środki dotyczące COVID-19 – zaproponowane z naprawdę niskim wskaźnikiem zachorowalności – były wprowadzane na wyrost, co wynikało z obaw o przyszłość. O znaczeniu intuicji w planowaniu i wdrażaniu ograniczeń świadczą ich katastrofalne skutki dla wskaźników ekonomicznych, zwłaszcza w szczególnie wrażliwych branżach, takich jak branża eventowa. Potwierdzają to wyniki badań pojawiające się już w literaturze. Ponadto wyniki raportu potwierdzają wnioski badaczy podkreślających, że ostateczne efekty wywołane pandemią są trudne do jednoznacznego oszacowania ze względu na krótki czas (Mohanty, Himanshi, Choudhury 2020; Gajjar i Parmar 2020). Zapewne będzie to kierunek badań, które będą często podejmowane w najbliższej przyszłości. Istotne wydaje się również poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, co można było zrobić inaczej, czy też potrzebny był paraliz branży eventowej.

Jednocześnie podkreśla się istotną rolę działań rządu w wychodzeniu z pandemii. Wskazuje się nie tylko na potrzebę wsparcia finansowego, ale także pozafinansowego (Madray 2020; Palrão, Rodrigues, Estêvão 2021). Ze względu na złożoność i masowość branży eventowej trudno jest wypracować jeden obowiązkowy model postępowania, ale zbyt skomplikowane przepisy i zasady ich wdrażania mają również negatywny wpływ na branżę. Ważna jest współpraca pomiędzy stroną przedsiębiorstw a władzami, mająca na celu wzajemne zrozumienie i wypracowanie kompromisu (Davies 2021). Tak nie było podczas obecnej pandemii. Może to być jednak ważna lekcja na przyszłość.

Uzyskana przez sektor odporność jest uwarunkowana zarówno wewnątrznie, jak i zewnątrznie. Warunki zewnętrzne obejmują działania rządowe, nastroje społeczne i ogólną sytuację w branży. Warunki wewnętrzne wynikają z umiejętności i doświadczeń pracowników branży eventowej, a także z ich potencjału kreatywnego.

Z uwagi na fakt, że pandemia COVID-19 jeszcze się nie skończyła, a także uwzględniając, że w przyszłości sytuacja taka może nie być już precedensem, warto już obecnie wypracować sposoby postępowania branży eventowej w czasach zagrożenia pandemicznego. Zdobyte już doświadczenia wskazują na konieczność opracowania procedur postępowania, które pomogą w przyszłości uniknąć chaosu i dezinformacji. Algorytmy takie powinny zawierać jasne

i zrozumiałe przepisy obowiązujące uczestników eventów, co ułatwiłoby organizatorom możliwości prowadzenia działalności. Wypracowanie procedur pozwoliłoby również wprowadzanie ograniczeń i obostrzeń na czas (np. obligatoryjnie uzależniając poziom obostrzeń od wyznaczonego poziomu zachorowań/ śmiertelności) i możliwość wcześniejszego przygotowania się organizatorów. Przewidywalność i jasność przepisów powinna być czynnikiem kluczowym, zmniejszającym dezorganizację pracy branży. Z uwagi na złożoność branży eventowej różne typy wydarzeń wymagają opracowania odmiennych procedur. Podziału branży należałoby dokonać ze względu na liczbę uczestników (co już niejako się dzieje – w zakresie przepisów o imprezach masowych), czas trwania (większym poziomem zagrożenia charakteryzują się imprezy kilkudniowe od kilkugodzinnych) czy możliwość zachowania odległości pomiędzy uczestnikami (szczególnie trudne jest to na eventach kulinarnych czy kiermaszach, gdzie prowadzona jest sprzedaż bezpośrednia).

Ważnym krokiem w budowaniu odpornej branży eventowej powinna być szeroko rozumiana współpraca – nie tylko pomiędzy podmiotami z branży, ale także pomiędzy organizatorami a władzą centralną i samorządową. Współpraca skraca dystans i pomaga wypracować niezbędne rozwiązania – zadowolające obie strony. Dzięki niej powinna wzrosnąć świadomość władz w zakresie problemów funkcjonowania branży. Pomoże to również uniknąć problemów proceduralnych w przyszłości. Współpraca pomiędzy podmiotami w branży powinna być podstawą zdrowej konkurencji. W ramach kooperacji łatwiej będzie funkcjonować na rynku również w warunkach kryzysowych. Łatwiej będzie wspierać się i wymieniać doświadczeniami.

Na bazie wielostronnej współpracy, a także zdobytych już doświadczeń powinna zostać opracowana i opublikowana lista dobrych praktyk dla branży eventowej – uwzględniająca warunki pandemiczne. To pomogłoby wymienić doświadczenia w zakresie stosowanych skutecznych rozwiązań. Lista taka ułatwiłaby organizatorom wybór odpowiedniego gotowego rozwiązania, bez konieczności eksperymentowania co sprawdzi się lepiej.

Kolejnym ważnym elementem wspierania odporności jest możliwość nauki nowych rozwiązań. Jak pokazują doświadczenia – w okresie trwania sytuacji kryzysowej nie ma czasu na naukę, potrzebne są rozwiązania. Zatem warto doszkalać się – w miarę możliwości – z wyprzedzeniem. System szkoleń (webinariów) dla podmiotów branży eventowej powinien obejmować zarówno przepisy i procedury, jak i nowe praktyczne rozwiązania (np. event online, system hybrydowy). Nieodpłatna forma powinna zachęcać do udziału. Szczególnie ważne informacje warto przekazywać w formie obligatoryjnej. Takie działania powinny uchronić branżę przed dezinformacją.

## Wykaz literatury

1. Andersson, T.D., Armbrecht, J., Lundberg, E. 2012. Estimating use and non-use values of a music festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12 (3), 215-231.
2. Armbrecht, J., Lundberg, E., Andersson, T. D., Mykletun, R. J. 2021. 20 years of Nordic event and festival research: a review and future research agenda, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21 (1), 49-59, DOI: 10.1080/15022250.2020.1823245
3. Atkinson, G., Mourato, S., Szymanski, S., Ozdemiroglu, E. 2008. Are We Willing to Pay Enough to Back the Bid'? Valuing the Intangible Impacts of London's Bid to Host the 2012 Summer Olympic Games. *Urban studies*, 45 (2), 419-444.
4. Bączek, J.B. 2011. *Psychologia Eventów*, Wydawnictwo Stageman Polska, Warszawa, 13.
5. Balduck, A.-L., Maes, M., Buelens, M. 2011. The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions, *European Sport Management Quarterly*, 11, 91-113.
6. Baumann, R., Matheson, V. 2013. Infrastructure investments and mega-sports events: comparing the experience of developing and industrialized countries. *College Of The Holy Cross, Department Of Economics Faculty Research Series, Paper No. 13-05*.
7. Chalkley, B., Essex, S. 1999. Urban development through hosting international events: a history of the Olympic Games. *Planning perspectives*, 14 (4), 369-394.
8. Crompton, J. L., McKay, S. L. 1997. Motives of visitors attending festival events, *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 425-439.
9. Crompton, J.L., Lee, S.B., Shuster, T. 2001. A guide for undertaking economic impact studies: The springfest example, *Journal of Travel Research*, 40 (1), 79-87.
10. Cutter, S.L., Barnes L., Berry M., Burton Ch., Evans E., Tate E., Webb J. 2018. A place-based model for understanding community resilience to natural disasters. *Global Environmental Change*, 18, 598-606.
11. Davies K. 2021. Festivals Post Covid-19, *Leisure Sciences*, 43 1-2, 184-189, DOI: 10.1080/01490400.2020.1774000
12. Delamere, T., Hinch, T. 1994. Community festivals: Celebration or sellout? *Recreation Canada*, 52, 26-29, (za:) Yürük P., Akyol, A., Gölbaşı ŞimŞek, G. 2017. Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty, *Tourism Management*, 60, 367-378.
13. Dickinson J., Shipway R., 2007. *Resource Guide to The Impact of Events*, Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network.
14. Diederling, M., Kwiatkowski, G. 2015. Economic impact of events and festivals on host regions – methods in practice and potential sources of bias, *Polish Journal of Sport and Tourism*, 22, 247-252.
15. Dimmock, K., Tiyce, M. 2001. Festivals and events: celebrating special interest tourism. In N. Douglas, N. Douglas & R. Derrett (Eds.), *Special interest tourism* (pp. 355-383). Milton, Queensland: John Wiley and Sons Australia
16. Egresi, I., Kara F. 2014. Motives of tourists attending small-scale events: The case of three local festivals and events in Istanbul, Turkey, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 14 (2), 93-110.
17. Faulkner B., 1993. Evaluating the Tourism Impact of Hallmark Events, Occasional Paper no. 16, Bureau of Tourism Research, Canberra, s. 3.
18. Gajjar, A., Parmar, B. 2020. The Impact of COVID-19 on Event Management Industry in India, *Global Journal of Management and Business Research*, 20 (2), 37-43.
19. Getz, D. 2008. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research, *Tourism Management*, 29 (3), 403-428.
20. Getz, D. 2012. *Event studies. Theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
21. Getz, D. Page, S. 2016. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631.



22. Hall C.M., 1992. *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*, Belhaven Press, London.
23. Hozer, J. 1997. *Econometrics*, Pub. Department of Econometry and Statistics University of Szczecin, 19-23.
24. Janeczko, B., Mules, T., Ritchie, B., 2002. *Estimating the economic of festivals and events: A research guide*, Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, ISBN 1 876685 35 2.
25. Jauhiainen, J.S. 2021. *Entrepreneurship and Innovation Events during the COVID-19 Pandemic: The User Preferences of VirBELA Virtual 3D Platform at the SHIFT Event Organized in Finland*. *Sustainability*, 13, 3802. <https://doi.org/10.3390/su13073802>
26. Kasimati, E. 2003. *Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research*, *International Journal of Tourism Research*, 5, 435.
27. Kavetsos, G., Szymanski, S. 2010. *National well-being and international sports events*. *Journal of economic psychology*, 31 (2), 158-171.
28. Kloskowski D., Kwiatkowski G., 2021. *Events and Festivals in Times of Uncertainty*, *European Research Studies Journal*, 24(2B), 469-487, DOI: 10.35808/ersj/2246
29. Kwiatkowski, G. (2016). *Economic impact of event attendees' spending on a host region: A review of the research*. *Event Management*, 20 (4), 501-515.
30. Kwiatkowski, G., Oklevik, O., Hjalager, A.M., Maristuen, H. 2020. *The assemblers of rural festivals: organizers, visitors and locals*. *European Planning Studies*, 28 (2), 255-272.
31. Madray, J. S. 2020. *The Impact Of Covid-19 On Event Management Industry*, *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, 5 (3), 533-535.
32. Mahon, M. & Hyyryläinen, T. (2019). *Rural Arts Festivals as Contributors to Rural Development and Resilience*. *Sociologia Ruralis*. 59. 10.1111/soru.12231.
33. Mohanty, P., Himanshi, Choudhury, R. 2020. *Events Tourism in the Eye of the COVID-19 Storm: Impacts and Implications*. In S. Arora & A. Sharma (Eds.), *Event Tourism in Asian Countries: Challenges and Prospects (1st ed.)*: Apple Academic Pres
34. Ntloko, N. J., Swart, K. 2008. *Sport tourism event impacts on the host community-a case study of Red Bull Big Wave Africa*, *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30, 79-93.
35. Oklobdžija, S. 2015. *The role of events in tourism development*, *BizInfo Journal*, 6 (2), 83-97.
36. Olson, E. D. 2021. *Examining unauthorized events & gatherings in the COVID-19 pandemic*. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22:2, 177-183, DOI: 10.1080/15470148.2020.1864694
37. Palrão T., Rodrigues R. I., Estêvão J. V. 2021. *The role of the public sector in the aftermath of the COVID-19 pandemic crisis: The case of Portuguese events' industry*, *Journal of Convention & Event Tourism*, DOI: 10.1080/15470148.2021.1904077
38. Panasiuk, A. 2013. *Marketing w turystyce i rekreacji*, PWN, Warszawa, 238.
39. Pawłowski, Z. 1978. *Econometrics*. *State Scientific Journal*, 37-40.
40. Ponting, S. S.-A. 2021. "I am not a party planner!": setting a baseline for event planners' professional identity construction before and during COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2020-0164>.
41. Quaranta, G., Dalia, C., Salvati, L., Salvia, R. 2019. *Building Resilience: An Art-Food Hub to Connect Local Communities*. *Sustainability*. 11. 7169. 10.3390/su11247169.
42. Richards, G. de Brito, M. Wilks L. (Eds.). 2013. *Exploring the Social Impacts of Events*, Edited Routledge, New York, NY. Hardback, ISBN: 978-0-415-53961-6
43. Rowen I. 2020. *The transformational festival as a subversive toolbox for a transformed tourism: lessons from Burning Man for a COVID-19 world*. *Tourism Geographies*, 22:3, 695-702, DOI: 10.1080/14616688.2020.1759132
44. Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 27 listopada 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczególnych rozwiązań w okresie czasowego ograniczenia

- funkcjonowania jednostek systemu oświaty w związku z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19 (Dz. U. z 2020 r., poz. 2111).
45. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu zagrożenia epidemicznego (Dz. U. z 2020 r., poz. 433).
  46. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 20 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 491).
  47. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 1 grudnia 2020 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 2132).
  48. Rozporządzenie Rady ministrów z dnia 13 sierpnia 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 1393).
  49. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 kwietnia 2020 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 697).
  50. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 marca 2021 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2021 r., poz. 512).
  51. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 23 października 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 1871).
  52. Rozporządzenie Rady ministrów z dnia 6 maja 2021 r. w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2021 r., poz. 861).
  53. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia z dnia 24 lipca 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii (Dz. U. z 2020 r., poz. 1292).
  54. Santo, Ch., Mildner, G. 2010. Sport and Public policy: Social, political and economic perspectives, Human Kinetics, Champaign, Illinois, s. 54.
  55. Seraphin, H. 2021. COVID-19: an opportunity to review existing grounded theories in event studies, *Journal of Convention & Event Tourism*, 22 (1), 3-35, DOI: 10.1080/15470148.2020.1776657.
  56. Shipway R. 2018. Building resilience and managing crises and disasters in sport tourism, *Journal of Sport & Tourism*, 22 (3), 265-270, DOI: 10.1080/14775085.2018.1498152
  57. Shipway, R., Miles, L. 2020. Bouncing back and jumping forward: scoping the resilience landscape of international sports events and implications for events and festivals, *Event Management*, 24, 185–196.
  58. Small K. E. 2007. Understanding the social impacts of festivals on communities, Doctoral thesis.
  59. Turco D.M., Kelsey C.W. 1992. Conducting economic impact studies of recreation and parks special events. Washington, USA: National Recreation and Park Association.
  60. Turco, D. M. 1995. Measuring the tax impacts of an international festival: Justification for government sponsorship. *Festival Management and Event Tourism*, 2 (3-4), 191-195.
  61. Ustawa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2020 r., poz. 568).
  62. Ustawa z dnia 5 grudnia 2008 r. o zapobieganiu oraz zwalczaniu zakażeń i chorób zakaźnych u ludzi (Dz. U. z 2019 r., poz.1239 i 1495 oraz z 2020 r. poz. 284, 322 i 374).
  63. Welfe, A. 1998. *Econometrics. Methods and their application*, Pub. PWE, 25-26
  64. [www.bteagency.com](http://www.bteagency.com)
  65. [www.bteagency.com/post/branza-eventowa-a-koronawirus](http://www.bteagency.com/post/branza-eventowa-a-koronawirus)

66. [www.gov.pl/web/zdrowie/raport-o-zgonach-w-polsce-w-2020-r](http://www.gov.pl/web/zdrowie/raport-o-zgonach-w-polsce-w-2020-r)
67. [www.koronawirusunas.pl/informacje/lockdown-w-polsce](http://www.koronawirusunas.pl/informacje/lockdown-w-polsce)
68. [www.old.pzh.gov.pl/oldpage/epimeld](http://www.old.pzh.gov.pl/oldpage/epimeld)
69. [www.rxglobal.com/lykeckex/2021/06/COVID-19](http://www.rxglobal.com/lykeckex/2021/06/COVID-19)
70. Ziółkowska J. 2010. Festiwale jako sposób na tworzenie potencjału turystycznego miasta, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 591 Ekonomiczne Problemy Usług, Nr 53, 305-314.

## Spis tabel

Tabela 1. Wybrane kryteria podziału eventów .....	6
Tabela 2. Wpływ eventów na destynację turystyczną.....	10
Tabela 3. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów sportowych ( $X_{is}$ ) .....	15
Tabela 4. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów kulinarnych ( $X_{ik}$ ).....	16
Tabela 5. Charakterystyka kluczowych czynników sukcesu eventów kulturalno-artystycznych ( $X_{ika}$ ) .....	17
Tabela 6. Charakterystyka respondentów studiów pogłębionych.....	41
Tabela 7. Proces budowania odporności – wyniki studiów pogłębionych .....	43

## Spis rysunków

Rysunek 1. Typologia planowanych wydarzeń i miejsc: perspektywa eventowo-turystyczna .....	5
Rysunek 2. Podstawowy łańcuch tworzenia wpływu ekonomicznego wydarzeń.....	7
Rysunek 3. Etapy budowania odporności branży eventowej w czasie pandemii COVID-19 .....	11
Rysunek 4. Krytyczne czynniki sukcesu w projekcie eventowym.....	13
Rysunek 5. Etapy postępowania badawczego.....	26
Rysunek 6. Długość prowadzenia działalności związanej z organizacją eventów.....	28
Rysunek 7. Struktura odpowiedzi na pytanie: <i>Czy organizacja eventów jest jedyną działalnością, w której prowadzi Pani/Pan swoją aktywność?</i> .....	28
Rysunek 8. Źródła kapitału finansowego umożliwiającego przetrwanie kryzysu .....	29
Rysunek 9. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie pierwszej fali zakażeń	30
Rysunek 10. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie drugiej fali zakażeń..	31
Rysunek 11. Ocena działań rządu w zakresie walki z pandemią w okresie trzeciej fali zakażeń..	32
Rysunek 12. Struktura respondentów w zakresie liczby eventów zorganizowanych w 2019 roku .....	33
Rysunek 13. Struktura respondentów w zakresie liczby eventów zorganizowanych w 2020 roku .....	34
Rysunek 14. Struktura odpowiedzi na pytanie o spadek obrotów wśród badanych respondentów w związku z pandemią.....	34
Rysunek 15. Struktura respondentów z uwagi na wielkość spadku obrotów wśród respondentów w związku z pandemią.....	35
Rysunek 16. Konieczność stosowania wytycznych wobec branży eventowej w sytuacji zagrożenia epidemicznego w opinii respondentów .....	36
Rysunek 17. Korzyści wynikające z organizacji eventów on-line.....	37
Rysunek 18. Zagrożenia wynikające z organizacji eventów on-line.....	37
Rysunek 19. Pytanie do badanych respondentów o określenie swojej sytuacji w zakresie działalności eventowej w 2021 roku .....	39
Rysunek 20. Pytanie kiedy zdaniem badanych organizatorów branża eventowa wróci do poziomu funkcjonowania z 2019 roku.....	39