

MARKETING SCIENCE & INSPIRATIONS

Marketing and Marketing Management Journal

msijournal.com Printed on February 10, 2022

LETO 2020 A INTENCIA CESTOVAŤ NA DOVOLENKU PO VYPUKNUTÍ PANDÉMIE: ANALÝZA ZISTENÍ VYBRANÝCH VEDECKÝCH ŠTÚDIÍ

MARKETING SCIENCE & INSPIRATIONS

Ňakatová, D. (2021). Leto 2020 a intencia cestovať na dovolenku po vypuknutí pandémie: Analýza zistení vybraných vedeckých štúdií. *Marketing Science & Inspirations*, 16(4), 20–25.
<https://doi.org/10.46286/msi.2021.16.4.3>



Cieľom príspevku bola analýza vedeckých prác, ktoré sa venovali výskumu intencie cestovať na letnú dovolenku v lete 2020 po prvej vlnе pandémie. Na základe prehľadu vybraných publikovaných zistení možno konštatovať: približne jedna pätina až jedna tretina opytovaných prejavila intenciu necestovať v aktuálnom roku, nízku intenciu cestovať vyjadrili staršie osoby a s horším zdravotným stavom a vyššiu muži, zamestnané osoby, osoby s vyšším príjmom a osoby, ktoré sú ochotné viac minúť. Zo psychologických faktorov sa ako negatívny činiteľ intencie cestovať javila cestovná úzkosť, obavy a zhoršená schopnosť vyhnúť sa neistote vyplývajúca zo zdravotnej krízy. Naopak, zistený bol pozitívny efekt intencie cestovať v zmysle, že pozitívne emócie, ktoré prináša cestovanie, môžu u niektorých ľudí prevážiť potenciálne riziko nákazy spojené s cestovaním. Ochota prijať nefarmaceutické opatrenia akými sú nosenie masky a podobne, ktoré môžu oddialiť prepuknutie choroby a znížiť celkový počet infekcií, pozitívne ovplyvňovala intenciu cestovať.

ÚVOD

Od marca 2020, kedy vyhlásila Svetová zdravotnícka organizácia (WHO) globálny pandemický status pre COVID-19, sa podstatne zmenil život vo všetkých oblastiach. Globálny pandemický status znamená, že choroba je rozšírená na celom svete, na celú svetovú populáciu, kdekoľvek môže byť hociktorá krajina infikovaná. Na základe odporúčaní WHO na zníženie šírenia infekcie bola zavedená politika fyzického dištancovania a vyhýbanie sa zhromažďovaniu na jednom mieste. To postihlo všetky oblasti, avšak cestovný ruch, ktorý je veľmi zraniteľné odvetvie, je považovaný za najviac postihnutý. Pretože samotné realizovanie ciest a skutočné počty cestujúcich boli pandemiou ovplyvnené, objektom záujmu výskumníkov v cestovnom ruchu sa stal jeden z významných subjektívnych faktorov ovplyvňujúcich správanie v čase pandémie – intencia (zámer, úmysel) cestovať. A vzhľadom na pretrvávajúce pandémie vo forme „vln“, uskutočnenie výskumu intencie cestovať v čase kulminácie vlny pred letnou sezónou a jej faktorov poskytlo zaujímavé výsledky počas 2 období: výskum intencie cestovať približne 3 mesiace pred sezónou v lete 2020 a podobne o rok neskôr, v lete 2021. V tejto práci uvedieme výsledky analýzy štúdií, ktoré sa týkali intencie cestovať v lete v roku 2020, zisťovanej v marci až júli 2020. Štúdie, ktoré sa týkali výskumu intencie cestovať v lete 2021 zatiaľ neboli publikované v dostatočnom počte, preto ich analýza do tohto príspevku nie je zahrnutá.

Podstatu pojmu intencia, teórie vysvetľujúce vzťah intencie a správania a činitele intencie uskutočniť dovolenkový pobyt v čase pandémie, sme podrobne opísali v našej predchádzajúcej štúdii (Nakatová 2021). Na tomto mieste iba stručne zhrnieme, že pod behaviorálnou intenciou sú chápané pokyny, ktoré si ľudia dávajú, aby sa správali určitým spôsobom (Triandis 1980). Zároveň pripomíname, že intencia nie je totožná so skutočným správaním, predpokladá sa, že vysvetľuje menej ako 30% variácie v skutočnom správaní (Sheeran 2002), a preto intenciu cestovať nemožno považovať za ukazovateľ skutočne realizovaných ciest. Napriek tomu, poznať zámery a úmysly turistov cestovného ruchu cestovať, zvlášť v čase pandémie a identifikovať ich faktory, je treba považovať za užitočné.

METODIKA

Za účelom vyhľadania publikovaných výskumov boli analyzované vedecké štúdie evidované v databázach WOS, SCOPUS, Ebsco a Google Scholar. Obmedzenie vyhľadávania sa vzťahovalo na rok 2020 a 2021 a použité boli nasledovné slovné spojenia: „Holiday intentions during a pandemic“, „COVID 19 and holiday intentions“ a „COVID 19 and tourism“. Z nájdených štúdií bolo 36 analyzovaných podrobnejšie tak, aby zohľadňovali realizáciu výskumu približne 4 mesiace pred letnou sezónou 2020. Výsledkom je 13 štúdií, ktorých obsah uvádzame ďalej.

VÝSLEDKY VÝSKUMOV INTENCIE CESTOVAŤ NA DOVOLENKU V LETE 2020

Tri analyzované výskumy intencie cestovať sa týkali počtu osôb vyjadreného ako percento opytovanej vzorky. Autori Kourgiantakis a kol. (2020) uskutočnili výskum na ostrove Kréta v čase od 23. do 27. apríla 2020 s použitím online dotazníka. V čase výskumu bolo na celom ostrove potvrdených iba 15 prípadov COVID-19. Zistenia ukázali, že pandémie spôsobila medzi respondentmi značnú neistotu. Približne tretina (28,7%) uviedla, že svoje plány letných dovolení už zrušila, zatiaľ čo väčšina (44,9%) sa ešte nerozhodla. Iba malá časť (17,5%) tvrdila, že bude pokračovať v plánovaní letnej dovolenky, aj keď s určitými úpravami. Čo sa týkalo intencie cestovať, väčšina respondentov potvrdila svoj zámer vycestovať na dovolenku počas leta (22,6%) a po lete až do vianočného obdobia (19,7%). Významné percento účastníkov plánovalo vycestovať niekedy v priebehu aktuálneho roka (29,1%) a iba menšia časť (28,7%) neprejavila v aktuálnom roku intenciu cestovať na dovolenku vôbec. Zo zistení autorov vyplynulo, že COVID-19 bol najdôležitejším faktorom ovplyvňujúcim rozhodnutia pri plánovaní dovolenky. Dokonca finančná situácia (rozpočet domácnosti) má menší (aj keď stále významný) vplyv na budúce cestovné intencie respondentov.

Zistiť, koľko osôb chce cestovať na dovolenku po pandémii, bolo cieľom výskumu ďalších autorov. Wachyuni a Kusumaningrum (2020) realizovali zber údajov pomocou online dotazníkov prostredníctvom WhatsApp v priebehu marca a apríla 2020. Údaje získané výskumom spracovali jednoduchou kvantitatívnou analýzou. Výsledky naznačujú, že až 78% respondentov vycestuje po skončení pandémie a iba 19% uviedlo, že sa k cestovaniu nevrátia a 3% odpovedali, že nie sú rozhodnutí. Na základe výsledkov štúdie autori konštatovali, že existuje stále vášeň a optimizmus, že cestovný ruch sa obnoví rýchlejšie, pretože väčšina respondentov v tejto štúdii plánovala, kedy a kam budú cestovať, a to bezprostredne (0 – 6) mesiacov po skončení pandémie COVID-19.

Tretia štúdia autorov Li a kol. (2020) bola uskutočnená v Číne a položila dôraz na voľbu dopravy a zistenie percentuálneho zastúpenia jej druhov. Prieskum bol ukončený 9. februára 2020 – posledný deň povinnej národnej karantény. Zistilo sa, že respondenti majú v úmysle urobiť značné zmeny v cestovnom správaní v dôsledku prepuknutia nákazy COVID-19. Napríklad železničná doprava bola najobľúbenejším spôsobom prepravy na domáce cestovanie pred vypuknutím choroby (38,5%), ale po epidémii plánovalo použitie tohto dopravného prostriedku menej respondentov (25,4%). Podobne sa znížil podiel respondentov ochotných cestovať autobusom zo 7,1% na 4,3%. Cestovanie leteckou dopravou preukázalo iba malú úroveň poklesu pravdepodobne v dôsledku spoliehania sa ľudí na leteckú dopravu v krajine veľkej ako Čína. K najvýznamnejšej zmene došlo v cestovaní autom, z 25,4% pred epidémiou na 41,2%

plánovaných ciest autom po epidémii.

Významný počet publikovaných štúdií sa týkal sociálno-demografických faktorov, ktoré majú vzťah k intencii cestovať. Z nich uvádzame nasledovné štyri. Peluso a Pichierri (2020) skúmali dopad pandémie na reakcie turistov v máji 2020 počas druhej fázy tzv. zdravotnej krízy v Taliansku. Ich výskum sa zameriaval na sériu sociálno-demografických premenných – vek, pohlavie, vzdelanie, príjem, zdravotný stav a počet detí – s cieľom preskúmať ich vplyv na zmysel pre kontrolu nad situáciou, ako schopnosť vyhnúť sa neistote vyplývajúcej zo zdravotnej krízy a na zisťovanie intencie cestovať na dovolenku. Počas druhej fázy sa väčšina podnikov znovu rozbehla a ľudia sa mohli fyzicky stretávať a cestovať v rámci domácich hraníc, pri dodržaní pravidiel sociálnej dištancie a osobnej ochrany. Autori zistili, že starší respondenti a ľudia s horším zdravotným stavom majú pocit, že nedokážu mať veci pod kontrolou, a preto majú tendenciu vyhnúť sa situačnej neistote súvisiacej s pandemiou; tento pocit znižuje ich úmysel cestovať na dovolenku aj bezprostredne po skončení pandémie. Získané výsledky tak odhaľujú reťazec, prostredníctvom ktorého môže vek a zdravotný stav ovplyvňovať intenciu jednotlivcov cestovanie aj po pandémii.

Pappas (2021) publikoval výskum dovolenkovej intencie obyvateľov Grécka, išlo o 385 dospelých respondentov s trvalým pobytom v Aténach. Výskum bol vykonaný od 23. marca do 4. mája 2020, keď celá krajina bola uzatvorená. Výsledky naznačujú, že pri intencii cestovať na dovolenku v čase pandémie zohráva u respondentov úlohu vek: čím sú ľudia starší, tým je vyššie riziko úmrtí na COVID-19, preto sa starší ľudia budú pravdepodobne oveľa viac obávať rizík spojených s cestovaním. Druhým zistením bolo, že intenciu cestovať na dovolenku ovplyvňuje kombinácia podmienok, ktoré okrem veku tvoria príjem, psychologický vplyv COVID-19 a ekonomický vplyv COVID-19. Autori upozorňujú na niekoľko špecifík realizovaného výskumu: Po prvé, je to prvýkrát v modernej ére, čo odvetvie cestovného ruchu čelí takej rozsiahlej a ničivej kríze. Druhé obmedzenie vyplýva z prostredia realizovaného výskumu. Bol vykonaný v čase silného uzatvorenia dôležitej turistickej destinácie, ktorou Atény sú a ktorá je silne závislá od cestovného ruchu a už viac ako desať rokov bojuje aj s hospodárskou krízou.

Boto-García a Leoni (2021) skúmali v mesiaci jún 2020 vplyv COVID-19 na cestovateľské zámery ľudí počas leta na reprezentatívnej vzorke 3873 respondentov. Dáta boli zbierané v Španielsku, jednej z krajín s najvyššou mierou infekcie a úmrtnosti v danej dobe. Zber dát sa uskutočnil v 1416 obciach v 52 španielskych provinciách. Výsledky naznačujú, že väčšiu ochotu ísť na dovolenku v lete 2020 prejavili muži a zamestnaní respondenti. Okrem toho cestovné intencie súvisia s expozíciou COVID-19, ktorú definujú na dvoch úrovniach: 1. zónová expozícia podľa stupňa obmedzení uložených v zóne, kde respondent žije a 2. individuálna podľa toho, či jednotlivec osobne trpel príznakmi COVID-19. Výsledky ukázali väčšiu cestovnú intenciu medzi tými, ktorí boli viac vystavení COVID-19, či už osobne alebo na zónovej úrovni. Zistenia autorov

naznačujú, že cestovanie môže pôsobiť ako prostriedok na uvoľnenie stresu, ktorý pomáha ľuďom zotaviť sa zo zlých udalostí, že pozitívne emócie hľadanie vzrušenia, ktoré prináša cestovný ruch, môžu u niektorých ľudí prevážiť potenciálne riziko nákazy spojené s cestovaním. To či budú mať klienti po pandémii intenciu cestovať na dovolenkové pobyty, zisťovali Ivanová a kol. (2020) u bulharských turistov v postpandemickom období. Údaje zhromažďovali od 7. apríla do 7. mája 2020. Výskumom bolo zistených viacero charakteristík postpandemického cestovného správania Bulharov: väčšina respondentov je pripravená na opätovné začatie cestovania do 2 mesiacov po povolení cestovať, pri svojej prvej ceste plánujú cestovať po krajine autom a so svojimi rodinami, ľudia s nižším príjmom budú cestovať hlavne autobusom alebo lietadlom na pobyty organizované cestovnými kanceláriami, ak sú tieto povolené a dostupné. Bulhari si vyberú destinácie podľa úrovne hygieny a bezpečnosti a respondenti viac oceňujú destinácie s najspoľahlivejším zdravotným systémom a spoľahlivými dezinfekčnými systémami v ubytovacích zariadeniach cieľového miesta.

Ďalšie tri štúdie sa týkali psychologických faktorov, ktoré majú vzťah k intencii cestovať v čase pandémie. To, ako ovplyvňuje vnímanie rizika vypuknutie nového koronavírusu a s tým spojené vyhlásenie pandémie COVID-19 správanie sa turistov, skúmali Neuburger a Egger (2020). Výskum uskutočnili v regióne DACH (Nemecko, Rakúsko a Švajčiarsko) ako dôležitého trhu cestovného ruchu a po Taliansku druhého regiónu, ktorý bol výrazne zasiahnutý COVID-19. Výskum bol vykonaný v dvoch časových úsekoch v marci 2020, hneď po vypuknutí pandémie od 1. do 4. marca, vzorka pozostávala z 1158 respondentov a od 15. do 19. marca, vzorku tvorilo 212 respondentov. Aj keď výskum bol uskutočnený v dvoch termínoch relatívne krátkeho časového rozsahu, výsledky ukázali, že aj za tak krátky časový úsek sa môže zmeniť vnímanie rizika spojeného s pandemiou a dokonca môže viesť až k cestovnej úzkosti, ktorá intenciu cestovania do destinácie významným spôsobom ovplyvní.

Perič a kol. (2021) skúmali vplyv vnímania rizika srbských turistov na ich intenciu cestovať počas pandémie COVID-19. Výskum bol realizovaný v období od 18. mája do 24. mája 2020 na vzorke 348 respondentov prostredníctvom online dotazníka. Identifikovali päť kategórií vnímaného rizika ovplyvňujúceho cestovateľské intencie počas pandémie COVID-19: zdravotné riziko, psychologické riziko, finančné riziko, riziko destinácie a cestovné riziko. Logistická regresia bola použitá na preskúmanie spôsobu, akým vnímanie rizika ovplyvňuje intenciu a ciele cestovania počas pandémie COVID-19. Zistenia výskumu naznačujú, že vnímanie rizík (zdravotné, psychologické, finančné a destinačné riziká) medzi srbskými turistami negatívne ovplyvňuje ich cestovateľské intencie počas pandémie COVID-19.

Golets a kol. (2021) uskutočnili štúdiu na začiatku pandémie v Brazílii a ich cieľom bolo preskúmať úlohu vnímania zdravotných rizík a neznášania neistoty v súvislosti s cestovnými intenciami na roky 2020 a 2021. Online prieskum na 1150 brazílskych účastníkoch bol vykonaný

v čase od 5. apríla do 5. mája 2020. Štúdia odhalila, že vnímaná závažnosť ochorenia COVID-19, pravdepodobnosť infikovania sa a predpokladané trvanie pandémie boli najvplyvnejšími faktormi intencie cestovať na roky 2020 a 2021. Cestovateľské skúsenosti a príjmy sa javia byť relevantné aj v období, ktoré účastníci vnímajú ako pokrízové (rok 2021).

Ďalšie dve štúdie sa týkali nefarmaceutických opatrení v súvislosti s COVID-19. Das a Tiwari (2020) zisťovali rozdiely vo vnímaní závažnosti COVID-19 a ochoty turistov prijať osobné nefarmaceutické opatrenia. Išlo o opatrenia odlišné od takých, ako sú vakcíny alebo lieky: nosenie masky, hygiena rúk, hygiena dýchania, izolácia a sociálne distancovanie, ktoré môžu oddialiť prepuknutie choroby a znížiť celkový počet infekcií. Cieľovou populáciou boli Indovia s intenciou cestovať počas COVID-19 po zrušení cestovných obmedzení a zber dát sa konal po celej Indii počas druhého a tretieho májového týždňa 2020. Tento konkrétny časový rámec na zber údajov autori vybrali zámerne, pretože v tomto období existovali predpoklady týkajúce sa zmiernenia cestných, železničných a leteckých obmedzení. Výsledky výskumu ukázali, že vnímaná závažnosť COVID-19 nepriamo ovplyvňovala intenciu cestovať prostredníctvom ochoty prijať nefarmaceutické opatrenia. Štúdia odhaľuje, že domáci aj medzinárodní turisti vnímajú riziko spojené s cestovaním odlišne a majú aj odlišné intencie a správanie, ktoré je umocnené mediálnym pokrytím a verejne prezentovanými názormi odborníkov na závažnosť ochorenia. Z výskumu vyplynulo, že intencia vycestovať počas pandémie COVID-19 je odolná, pretože cestujúci, ktorí majú v úmysle vycestovať do zahraničia alebo v rámci krajiny, považujú nefarmaceutické opatrenia (PNPI) za možné preventívne správanie, ktoré môže znížiť riziko nákazy počas cestovania.

Aj nasledujúca štúdia Liu a kol. (2021) u čínskych turistov skúmala faktory, ktoré ovplyvňujú postpandemické intencie cestovať v súvislosti s nefarmaceutickými intervenciami. Výskum bol uskutočnený v čase od 20. júna do 10. júla 2020 na vzorke 508 respondentov. Výsledky ukázali, že hoci COVID-19 priamo a negatívne ovplyvňuje cestovateľské zámery do zahraničia, má aj nepriamy vplyv na cestovné zámery prostredníctvom účinku nefarmaceutických intervencií. Prínosom tejto štúdie je, že vyvinula rozšírený model TPB pridaním ďalších konštruktov do modelu TPB.

Na záver chceme uviesť štúdiu Štracha (2021), ktorá síce priamo nepracuje s konštruktom „intencia cestovať“ v čase pandémie, ale prispieva k pochopeniu správania sa turistov cestovného ruchu tým, že opisuje, ako sa mení správanie spotrebiteľov a identifikuje nové segmenty a kritériá segmentácie. Podľa autora, globálna mapa marketingu, marketingovej komunikácie a spotrebiteľského správania sa rýchlo a na neurčito zmenila. Objavili sa nové segmenty a ich veľkosti sa menia pomerne rýchlo, keď prichádzajú a odchádzajú vlny pandémie. Uvádza tri alternatívy tvorby segmentov spotrebiteľov a za zaujímavú považujeme prvú, ktorú autor charakterizoval ako štruktúru, ktorú budú tvoriť nasledovné segmenty, ktoré majú vplyv na

spotrebiteľské výdavky. Segment "Hybernácia a výdavky" je znepokojený vplyvom. Nakupujú však rovnako ako predtým a značky sú pre nich stále dôležité. Spotrebiteľia "Cut Deep" sú väčšinou starší (45 rokov plus) a hrozí im, že prídu o prácu. Veľká väčšina z nich nakupuje menej často a nakupuje len základné zásoby. Značky sú pre nich menej dôležité. Segment s označením "Ušetríte a skladujete" znižuje výdavky na voľný čas a oblečenie, idú na nákup potravín a zabezpečujú sa tak, aby mali dostatok základných vecí na nasledujúci rok. „Hromadenie škrečkov“ je segment znepokojených svojimi rodinami a dlhodobými účinkami pandémie. Segment "Zostaňte pokojní, pokračujte" sa snaží uplatňovať normálne spotrebiteľské správanie a viesť svoj život nezmenený. Ak sa tento segment obáva o čokoľvek, potom je to hromadenie a nezvyčajné správanie ostatných. Na základe pochopenia týchto segmentov možno formulovať hypotézy o intenciách podmienených odlišným typom osôb, ktoré k uvedeným segmentom patria. A ostáva na budúci výskum formuláciu týchto hypotéz konkretizovať a výskumne testovať.

POZNÁMKY/NOTES

Táto štúdia bola podporená Agentúrou na podporu výskumu a vývoja v rámci projektu APVV-17-0166: „Ekonomické a psychologické faktory výdavkov turistov v cestovnom ruchu: mikroekonometrické modelovanie“

LITERATÚRA/LIST OF REFERENCES

- Boto-García, D. and Leoni, V., 2021. Exposure to COVID-19 and travel intentions: Evidence from Spain. In: *Tourism Economics*. 2021, 27, 1-21. ISSN 2044-0375.
- Das, S. S. and Tiwari, A. K., 2020. Understanding international and domestic travel intention of Indian travellers during COVID-19 using a Bayesian approach. In: *Tourism Recreation Research*. 2020, 46(2), 228-244. ISSN 0250-8281.
- Golets, A., Farias, J., Pilati, R. and Costa, H., 2021. COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. In: *Current Psychology*. 2021, 1-14. ISSN 1046-1310.
- Ivanova, M., Krasimirov, I., Ivanov, S., 2020. Travel behaviour after the pandemic: The case of Bulgaria. In: *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 2020, 32(1), 1-11. ISSN 1303-2917.
- Kourgiantakis, M., Apostolakis, A. and Dimou, I., 2020. COVID-19 and holiday intentions: the case of Crete, Greece. In: *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 2020, 32(1), 148-151. ISSN 1303-2917.
- Li, J., Nguyen, T. H. H., and Coca-Stefaniak, J. A., 2021. Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviours. In: *Annals of Tourism Research*. 2021, 86(C), ISSN 0160-7383.

- Liu, Y., Shi, H., Li, Y. and Amin, A., 2021. Factors influencing Chinese residents' post- pandemic outbound travel intentions: An extended theory of planned behavior model based on the perception of COVID-19. In: *Tourism Review*. 2021, 76(4), 871- 891. ISSN 1660-5373.
- Neuburger, L. and Egger, R., 2020. Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. In: *Current Issues in Tourism*. 2020, 24(7), 1003-1016. ISSN 1368-3500.
- Ňakatová, D., 2021. Intencia uskutočniť dovolenkový pobyt v čase pandémie – teoretická štúdia. In: *Marketing Science & Inspirations*. 2021, 16(1), 11-18. ISSN 1338-7944.
- Pappas, N., 2021. COVID19: Holiday intentions during a pandemic. In: *Tourism Management*. 2021, 84(7). ISSN 0261-5177.
- Peluso, A. M. and Pichierri, M., 2020. Effects of socio-demographics, sense of control, and uncertainty avoidability on post-COVID-19 vacation intention. In: *Current Issues in Tourism*. 2020, 24(19), 2755-2767. ISSN 1368-3500.
- Perič, G., Dramičanin, S. and Conič, M., 2021. The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. In: *European Journal of Tourism Research*. 2021, 27(1), 1-22. ISSN 1314-0817.
- Sheeran, P., 2002. Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review. In: *European Review of Social Psychology*. 2002, 12, 1-36. ISSN 1046-3283.
- Štrach, P., 2021. On Pre-Emptive Customer Satisfaction Management: Setting and Adjusting Aspirational Customer Expectations. In: *Marketing Science & Inspirations*. 2021, 16(1), 55-56. ISSN 1338-7944.
- Triandis, H. C., 1980. Values, attitudes and interpersonal behavior. In: H. Howe and M. Page (eds) *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln, NB: University of Nebraska Press. 1980, 27, 195-259. ISBN 9780803223134.
- Wachyuni, S. S., and Kusumaningrum, D. A., 2020. The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior? In: *Journal of Education, Society and Behavioural Science*. 2020, 33(4), 67-76. ISSN 2456-981X.

KLÚČOVÉ SLOVÁ/KEY WORDS

intencia, cestovné správanie, vnímanie rizika, pandémia
intention, travel behavior, risk perception, pandemic

JEL KLASIFIKÁCIA/JEL CLASSIFICATION

M31

RÉSUMÉ

Summer 2020 and intention to travel on holiday after the pandemic outbreak: Analysis of findings of selected scientific studies

The aim of the paper was to analyze the scientific works that focused on the research of intention to travel on summer holiday in the summer of 2020 after the first wave of pandemic. Based on an overview of selected published findings, it can be stated: approximately one-fifth to one-third of respondents expressed an intention not to travel in the current year, low intention to travel was expressed by older people with poorer health and higher intention by men, employed people, people with higher income and people who are willing to spend more. From the psychological factors, travel anxiety, worries and a worsened ability to avoid the uncertainty resulting from the health crisis appeared to be a negative factor in the intention to travel. On the contrary, a positive effect of intention to travel has been found in the sense that the positive emotions that travel brings may outweigh the potential risk of travel-related infection in some people. The willingness to accept non-pharmaceutical measures, such as wearing a mask and the like, which can delay the onset of the disease and reduce the total number of infections, has had a positive effect on travel.

RECENZOVANÉ/REVIEWED

4. December 2021 / 8. December 2021