

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**DRUŽBENO-EKONOMSKA KRIZA: ODNOS TURISTIČNIH
DELAVCEV DO POSLEDIC KORONAVIRUSA V BARCELONI**

Ljubljana, september 2021

PIA TRNOVEC

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Pia Trnovec, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Odnos turističnih delavcev do posledic koronavirusa v Barceloni, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem izr. prof. dr. Gregorjem Pfajfarjem in sosvetovalcem doc. dr. Kirom Kuščerjem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 23. septembra 2021

Podpis študentke:



KAZALO

UVOD.....	1
1 TURIZEM KOT NAJPOMEMBNEJŠA PANOGA V ŠPANIJL.....	3
1.1 Definicija turizma	3
1.2 Vrste turizma.....	3
1.2.1 Glede na izvor turistov.....	3
1.2.2 Glede na intenzivnost turističnega toka	4
1.2.3 Glede na motiv potovanja	5
1.3 Podsektorji turizma	6
1.3.1 Prevoz	6
1.3.2 Nastanitev	7
1.3.3 Hrana in pijača	7
1.3.4 Potovalne storitve.....	8
1.3.5 Rekreacija in zabava	9
1.4 Trg dela turistične panoge.....	9
1.4.1 Trendi na trgu dela	10
1.4.2 Kakovost življenja	11
1.4.3 Odnos turističnih delavcev do turistične panoge in delovnega mesta	12
1.5 Trendi v turistični panogi pred prihodom koronavirusa	13
1.6 Turizem in Barcelona	14
1.6.1 Začetek in razvoj turizma v Barceloni	15
1.6.2 Vpliv na celotno gospodarstvo.....	16
1.6.3 Glavne vrste in sektorji turizma	17
1.6.4 Prepoznavnost Barcelone kot turistične destinacije po svetu	18
1.6.5 Mednarodni turizem in prihodi	18
1.6.6 Trendi pred prihodom koronavirusa	19
2 PRIHOD PANDEMIJE KORONAVIRUSA IN ZAČETEK DRUŽBENO-	
EKONOMSKE KRIZE	20
2.1 Opredelitev pandemije	20
2.1.1 Definicija pandemije.....	21
2.1.2 Dejavniki pandemije	22
2.1.3 Odziv na pandemijo	23
2.1.4 Izbruhi pandemije v preteklosti	24
2.2 Pandemija koronavirusa	26
2.2.1 Kaj je koronavirus (COVID-19)?	26
2.2.2 Začetek pandemije po svetu in v Španiji	27
2.2.3 Odziv na koronavirus.....	28
2.2.4 Pričakovanja za prihodnost.....	29

2.2.5	Koronavirus in turistični sektor	30
2.3	Posledice koronavirusa	31
2.3.1	Ekonomske posledice	31
2.3.2	Družbene posledice	32
2.3.3	Posledice za turistični sektor in delavce	34
3	KVANTITATIVNA RAZISKAVA NA PRIMERU TURISTIČNIH DELAVCEV V BARCELONI	39
3.1	Namen in cilji raziskave	40
3.2	Raziskovalna vprašanja in temeljne hipoteze	40
3.2.1	Raziskovalna vprašanja	40
3.2.2	Temeljne hipoteze (na podlagi vzročnega modela)	43
3.3	Metodologija	46
3.3.1	Metoda raziskave	46
3.3.2	Oblikovanje vprašalnika	48
3.3.3	Vprašalnik in operacionalizacija spremenljivk	48
3.4	Rezultati	49
3.4.1	Opis vzorca in opisna statistika	49
3.4.2	Diskusija rezultatov	51
3.4.3	Bivariatna analiza – primerjava med lokalni prebivalci in priseljenci	58
3.4.4	Faktorska analiza	60
3.4.5	Postavitev SEM modela in preverjanje hipotez	63
3.5	Glavne ugotovitve raziskave	68
3.6	Omejitve in priporočila za nadaljnje raziskave	71
3.7	Priporočila deležnikom	72
SKLEP		73
LITERATURA IN VIRI		74
PRILOGE		90

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Ugotovitve relevantnih raziskav na področju pandemije koronavirusa	37
Tabela 2:	T-test za spremenljivko "Odnos do turizma in potovanj"	59
Tabela 3:	T-test za spremenljivko "Odnos do prihodnosti turizma"	60
Tabela 4:	Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (pred opravljeno faktorsko analizo)	60

Tabela 5: Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (po opravljeni faktorski analizi)	61
Tabela 6: Merjenje "non-response bias" s t-testom za neodvisne vzorce	62
Tabela 7: Rezultati preverjanja hipotez z uporabo multiplih regresij med spremenljivkami ..	67
Tabela 8: Priporočila deležnikom v turizmu.....	72

KAZALO SLIK

Slika 1: Storitvena veriga dobičkov	12
Slika 2: Postavitev teoretičnega vzročnega modela.....	43
Slika 3: Leto rojstva	50
Slika 4: Zadovoljstvo s financami.....	52
Slika 5: Varnost in zadovoljstvo pri delu.....	53
Slika 6: Odnos do vlade	54
Slika 7: Indirektne posledice.....	55
Slika 8: Odnos do turizma in potovanj	56
Slika 9: Čas okrevanja turističnega sektorja po letu 2020	57
Slika 10: Odnos do prihodnosti turizma v Barceloni.....	58
Slika 11: Model strukturne enačbe (SEM).....	64

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vprašalnik (prevedeno v slovenski jezik)	1
Priloga 2: Deskriptivna analiza	7
Priloga 3: RStudio izpis – preverjanje Cronbach Alpha in AVE pri faktorski analizi	18
Priloga 4: RStudio izpis – Harmanov test (»common – method bias«).....	19
Priloga 5: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H1, H2 in H3	20
Priloga 6: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H5.1, H6.1 in H7.1	21
Priloga 7: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H5.2, H6.2 in H7.2	22
Priloga 8: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H9, H10.1 in H10.2	23
Priloga 9: Model fit (prileganje modela)	24

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

BDP – bruto domači proizvod

IATA – (angl. International Air Transport Association); Mednarodno združenje za zračni transport

QOL – (angl. quality of life); kakovost življenja

OTA – (angl. online travel agencies); spletne turistične agencije

SEM – (angl. Structural equation modeling); model strukturne enačbe

WEF – (angl. World Economic Forum); Svetovni ekonomski forum

WHO – (angl. World Health Organization); Svetovna zdravstvena organizacija

WTO – (angl. World Trade Organization); Svetovna trgovinska organizacija

WTTC – (angl. World Travel & Tourism Council), Svetovni potovalni in turistični svet

UVOD

Gospodarska kriza, ki jo je sprožil izbruh koronavirusa, je škodila gospodarstvu ne glede na njihovo raven dohodka. V svetu globalizacije številne države trpijo zaradi posrednih posledic motenj v verigi vrednosti in nižjega mednarodnega povpraševanja po blagu. Obseg in hitrost ekonomskih vplivov pandemije sta bila nepričakovana in neprimerljiva, s hitrim naraščanjem državne porabe in brezposelnosti povsod po svetu (Cantore, Hartwich in Lavopa, 2020). Dolžine sedanje pandemije še ni možno predvideti, prav tako pa tudi ne njenih ekonomskih posledic. Večina preteklih raziskav o ekonomskih vplivih pandemije je namreč trdila, da so ekonomski učinki večinoma kratkoročni, razen zmanjšanja delovne sile zaradi smrtnosti, vendar lahko glede na trenutna opažanja pričakujemo, da bo trenutna pandemija povzročila vsaj srednjeročne učinke, zlasti pri trenutnem načinu obvladovanja izbruha, prav tako pa bo imela druge posredne učinke na posameznike (Eichenbaum, Rebelo, Trabandt, 2020). V magistrskem delu bom raziskala, kakšen vpliv je imela pandemija v letu 2020 na turizem in na turistične delavce na območju Barcelone.

Za dotično panogo sem se odločila, saj je bila zaradi izbruha pandemije v letu 2020 najbolj drastično prizadeta (Sigala, 2020). V zadnjih desetletjih je turizem postal eden izmed najbolj dinamičnih in najhitreje rastočih gospodarskih sektorjev na svetu. Leta 2019 je sektor (neposredno in posredno) predstavljal približno 330 milijonov delovnih mest po vsem svetu, kar ustreza 10,3 odstotka celotne svetovne zaposlenosti in enega od desetih delovnih mest (WTTC, 2020). Potrebni ukrepi za obvladovanje pandemije so močno prizadeli turistični sektor in zdi se malo verjetno, da bi se ta kmalu postavil na noge. Tudi po postopni odpravi ukrepov se bodo preživela podjetja še naprej spopadala z izzivi počasnega okrevanja. Pandemija bi lahko povzročila 305 milijonov izgubljenih delovnih mest, od katerih jih je veliko v turističnem sektorju (ILO, 2020).

Španija je po podatkih Travel & Tourism Competitiveness poročila iz leta 2019 (WEF, 2019) čutila značilen vpliv pandemije kot glavno turistično središče v Evropi, saj je bila po Italiji drugi epicenter pandemije v Evropi glede na število okuženih in mrtvih do 1. junija 2020. Možni razlagalni dejavniki, ki so raznoliki in zapleteni, kažejo na človeško geografijo (velika gostota prebivalstva in intenzivnost tujih povezav ter domača mobilnost, zlasti kar zadeva Barcelono), demografske podatke (staranje) in kulturne navade (družabnost in medgeneracijsko sobivanje), prav tako pa tudi na pomanjkljivosti v javnem zdravstvenem sistemu (Molina, Otero-Iglesias & Martínez, 2020). Posledično je zaradi situacije po podatkih španskega državnega statističnega urada državo julija obiskalo le 2,5 milijona ljudi, kar je 75-odstotni padec glede na lansko leto, ko je bilo skoraj 10 milijonov obiskovalcev. Zaradi izbruha koronavirusa je bila to najslabša turistična sezona za Španijo v zadnjih desetletjih (INE, 2020). Drastična izguba turističnih prihodkov za Španijo bo pomenila velik udarec za gospodarstvo države, saj je več kot 12 % njenega BDP-ja v letih 2018 in 2019 izhajalo iz turizma (Hurst, 2020). Glede na katastrofalne podatke bo treba razviti ustrezno strategijo okrevanja, ki je posebej usmerjena v ta sektor in podjetja v sektorju ter bo čim bolj ublažila negativne učinke, ki jih je povzročila pandemija. V Evropi

je malo izkušenj z obvladovanjem pandemičnih situacij in njihove posledice niso znane, zato so potrebne širše raziskave ob spremljanju trenutnega dogajanja za napoved obetov turističnega sektorja v naslednjih nekaj letih (Rodríguez-Antón & Alonso-Almeida, 2020).

Temeljna teza magistrskega dela glede na raziskano predhodno literaturo in raziskave na tem področju je, da je pandemija koronavirusa imela na splošno negativne posledice za delavce v turističnem sektorju, kar se tiče ekonomskega kot tudi družbenega vidika, saj je bila ta gospodarska panoga najbolj prizadeta, odziv vodstva in vlade pa je bil zaradi nepripravljenosti v očeh delavcev nezadosten in nezadovoljiv. Vendar pa ima večina delavcev še vedno optimističen pogled na prihodnost in bi svoje delovno mesto začasno zamenjali za službo v ne-turističnem sektorju. Pričakujejo se lahko številne novosti v panogi na področju zaposlitve, novih turističnih dejavnosti in nagnjenja k trajnosti.

Namen magistrskega dela je raziskati posledice pandemije po letu 2020 za turistično panogo in analizirati odnos turističnih delavcev do pandemije koronavirusa. Tako ekonomski kot posledično psihološki in družbeni vpliv na prebivalstvo je za daljno prihodnost težko predvidevati, saj lahko pričakujemo, da se bodo vplivi koronavirusa čutili še nekaj let, zato sem v svojem delu osredotočila na občutja izbranega dela populacije po letu 2020, še pred samim množičnim cepljenjem, vendar že z nekajmesečno prisotnostjo pandemije po svetu. Z raziskavo sem želela razširiti znanje o aktualnem stanju v turistični panogi v luči posledic koronavirusa na konkretnem območju Barcelone, ki je bila zaradi odstotka prebivalstva zaposlenega v turistični panogi pod izrednim udarom. Po pregledu preteklih raziskav sem ugotovila, da na tovrstnem področju še ni bilo konkretnjših raziskav, saj so se zgodnejši raziskovalci osredotočali bolj na zdravstvene delavce, kjer se je vpliv lahko zaznal hitreje, zato bo moja raziskava ponudila svež pogled na situacijo. Predstavila bom tudi pogled izbrane populacije na prihodnost turizma (spremembe ali vrnitev v normalno stanje) na območju Barcelone.

V prvem delu magistrskega dela sem teoretično predstavila dva koncepta, ki predstavljata izhodišče za raziskavo. V prvem poglavju sem se osredotočila na panogo turizem, njeno definicijo, vrste in podsektorje. Opredelila sem trg delovne sile in trende na področju zaposlovanja ter predstavila odnos turističnih delavcev do panoge in njihovo kakovostjo življenja, nato pa je sledila predstavitev turizma v Barceloni. V drugem poglavju sem definirala pandemijo, odziv ljudstva in pandemične dejavnike. Nadaljevala sem s predstavitev pandemije koronavirusa na območju Barcelone in predstavila, kakšna so pričakovanja za prihodnost, v samem zaključku poglavja pa je bil poudarek na turističnem sektorju na omenjenem območju. V zadnjem podpoglavju sem navedla ekonomske in družbene posledice, na koncu pa sem predstavila še posledice in pričakovanja za turistični sektor ter za njegove delavce. V drugem delu magistrskega dela sledi empiričen del in prikaz rezultatov analize ter preverjanje domnev, postavljenih na podlagi raziskovalnih vprašanj. Zaključila sem s povzetkom rezultatov raziskave in jih komentirala ter podala priporočila za nadaljnje raziskovanje.

1 TURIZEM KOT NAJPOMEMBNEJŠA PANOGA V ŠPANJI

1.1 Definicija turizma

Kljub potrebi še vedno ne obstaja zedinjena definicija koncepta turizem. Predlagane opredelitve so kritizirane in bi bile lahko izboljšane, kar poudarja problem, da je turizem zapleten pojem, ki se čez čas spreminja in ga je treba spremljati (Tribe, 2009). Leta 1976 je Inštitut za turizem predlagal, da je turizem začasno kratkotrajno gibanje ljudi na cilje zunaj krajev, kjer običajno živijo in delajo, ki vključuje gibanje ljudi za vse namene, vključno z dnevnimi obiski ali izleti (Cooper, 2008). Svetovna trgovinska organizacija (angl. World Trade Organization, v nadaljevanju WTO) turizem opredeljuje kot dejavnosti oseb, ki potujejo v kraje in se tam zadržujejo, zunaj svojega običajnega okolja, največ eno leto zapored za namen prostega časa, za poslovne in druge namene, turist pa je oseba, ki ostane vsaj eno noč v turistični ali zasebni nastanitvi v obiskanem kraju (WTO, 1995).

Przeclawski (1993) je s poudarkom na turistu poudaril psihološki, družbeni in kulturni dejavnik kot dodatne pomembne elemente turizma. Poudarja tudi psihološke vidike v svoji definiciji turizma kot način, s katerim ljudje iščejo psihološke koristi, ki izhajajo iz izkušenj z novimi kraji in novimi položaji začasnega trajanja, hkrati pa brez delovnih omejitev ali običajnih vzorcev vsakdanjega življenja doma. Mathieson in Wall (1982) sta kot definicijo turizma postavila začasno gibanje do ciljev (zunaj običajnega doma in na delovnem mestu) in objektov, ustvarjenih za potrebe turistov ter na dejavnosti, ki se izvajajo med bivanjem. Takšna opredelitev razširja turizem na številne poddejavnosti (npr. potovanja, gostinstvo in rekreacija) in ključno povezuje turista z obstoječo infrastrukturo za podporo turizmu.

1.2 Vrste turizma

1.2.1 Glede na izvor turistov

Glede na referenčno državo je priporočljivo ločiti tri osnovne oblike turizma. Prvi je **domači turizem**, ki zajema dejavnosti rezidenčnega obiskovalca v referenčni državi, kot del potovanja v okviru domačega turizma ali kot del potovanja iz tujine (UNWTO, 2021). Domači turizem je prevladujoč, a velikokrat neviden del celotne turistične dejavnosti, podatki o domačem turizmu, ki so na voljo, pa so večinoma v obliki števila potovanj na destinacije, ki presegajo določeno minimalno razdaljo od običajnega kraja bivanja in vključujejo vsaj eno nočitev (Eijgelaar, Peeters & Piket, 2008). Glede na raziskavo v letu 2019 ustvarja večino svetovnih odhodkov za potovanja in turizem, ki predstavljajo 71,3 odstotka celotne svetovne porabe, in je posledično lahko močno orodje za ustvarjanje zaposlitve in gospodarske rasti ter za zmanjšanje revščine in bo verjetno ključno gonilo v začetnem okrevanju sektorja po pandemiji koronavirusa (WTTC, 2020).

Ključnega pomena pa je tudi mednarodni turizem, ki obsega **vhodni in izhodni turizem**. Vhodni turizem zajema dejavnosti tujega obiskovalca v referenčni državi, medtem ko izhodni turizem zajema dejavnosti rezidenčnega obiskovalca zunaj lastne države, bodisi kot del izletnega turističnega potovanja bodisi kot del domačega turističnega potovanja. Mednarodno potovanje se nanaša na primere, v katerih se država bivanja potnika razlikuje od obiskane države. Tisti, ki se odpravijo na mednarodno potovanje, se štejejo za mednarodne potnike. Potnik se šteje za mednarodnega obiskovalca, če je na turističnem potovanju in je nerezident, ki potuje v državi ali prebivalec, ki potuje zunaj nje (United Nations, 2010).

1.2.2 Glede na intenzivnost turističnega toka

Masovni turizem je rezultat naraščajočega pojava in trenda turizma, razvoja tehnologije in neravnovesja v distribuciji. Tovrstni turizem se zgodi, če destinacijo obišče preveč turistov in je na enem mestu več ljudi, kot dopušča zmogljivost destinacije. To se odraža v izzivih upravljanja turističnih tokov in vplivih turizma na mesta in njihove prebivalce (Duignan, 2019). Množični turizem povzroča negativne posledice, kot so selitve prebivalcev, visoke cene najemnin in skupni življenjski stroški, prednostno nameščanje turistov, težave z mobilnostjo in dostopnostjo množičnega turizma, hrup, onesnaževanje, povečana količina odpadkov, izguba javnih površin in tudi prevelika specializacija (Dodds & Butler, 2019).

V zadnjih letih se je začela pojavljati zaskrbljenost zaradi sprememb in degradacije okolja. Kot rezultat tega priljubljeni ali množični turizem ne velja več za najboljšo prakso in pojavil se je prehod na bolj alternativne pristope. V tem gospodarskem kontekstu je masovni turizem, povezan s socialnimi, kulturnimi in ekološkimi dilemami, odprl možnosti za raziskovanje alternativnega turizma. Obseg prihodkov bo manjši, vendar bi lahko to prineslo izboljšavo neposrednih gospodarskih koristi lokalnim gospodarstvom (Theng, Qiong & Tatar, 2015). Pojem alternativni turizem prvotno izhaja iz alternativnih načinov življenja in gibanj, ki so se pojavila v sedemdesetih letih, značilnosti pa so majhen obseg razvoja z visokimi stopnjami lokalnega lastništva, zmanjšani negativni vplivi na okolje in družbo, povečane povezave z drugimi sektorji lokalnega gospodarstva, kot so kmetijstvo, zmanjšanje odvisnosti od uvoza, zadrževanje večine gospodarskih izdatkov za turizem s strani lokalnih prebivalcev, lokalizirana delitev moči in vključevanje ljudi v postopek odločanja in razvoja, ki ga usmerjajo in nadzorujejo lokalni prebivalci in ne zunanji vplivi (Novelli, 2005).

Paradigma alternativnega turizma se obravnava kot splošni krovni izraz, v katerem se pojavlja raznolikost drugih oblik turizma ali tržnih niš. Ena izmed njih je t. i. »**volonturizem**« (angl. Voluntourism), ki opisuje potovanja, ki združujejo elemente prostovoljnega dela s turizmom. Potovanja pogosto spodbujajo filantropsko zanimanje in razmeroma nedavna rast je pokazatelj, da ljudje želijo vanj vložiti svoj čas in trud ter svoj denar. Obstaja zaskrbljenost, da lahko volonturizem naredi več za vest prostovoljca/turista

kot za sam kraj, ni pa dvoma, da sta turizem in filantropija povezana (Wheeler, 2008). Odgovor masovnemu turizmu je bil tudi pojav **trajnostnega turizma**, ki od poznih osemdesetih let postaja vse bolj priljubljeno področje raziskav in ima glavni poudarek v razpravi o okoljsko integriranem razvoju turizma. Predvideva se, da vodi k upravljanju vseh virov tako, da se lahko izpolnjujejo gospodarske, družbene in estetske potrebe ob ohranjanju kulturne celovitosti, bistvenih ekoloških procesov, biotske raznovrstnosti in sistemov za podporo življenju (Lu & Nepal, 2009). Lahko bi ga opisali kot turizem, ki se na območju razvija in vzdržuje na tak način in v takšnem obsegu, da ostane sposoben preživeti v nedoločenem obdobju, in ne poslabša ali spremeni okolja (človeškega in fizičnega), v katerem obstaja (Butler, 1999, str. 35).

1.2.3 Glede na motiv potovanja

Turiste lahko delimo tudi na dve vrsti: tiste, ki potujejo iz poslovnih razlogov, in druge, ki potujejo iz osebnih motivov. Za prvo skupino je odločitev za potovanje in kam iti večinoma zunaj njihovega nadzora, saj bodo kot poslovni potniki imeli malo pristojnosti pri izbiri svojega prihodnjega cilja ali časa potovanja, medtem ko potniki, ki potujejo v prostem času, lahko prosto izbirajo med različnimi destinacijami in ponudbami. Namen potovanja pri poslovnem potniku na splošno ni uživanje v turističnih zanimivostih in objektih destinacij. Poslovna potovanja so običajno organizirana v kratkem času in za določena in kratka časovna obdobja – trajanje njihove poti je lahko traja tudi le en dan (Swarbrooke & Horner, 2001). Pogosto bodo poslovni potniki manj zaskrbljeni zaradi stroškov potovanja, saj njihove potovalne aranžmaje krije delodajalec (Gustafson, 2012). Poslovni potnik prav tako potuje pogosteje kot potnik z osebnimi motivi. Zaradi tega je ta oseba za turističnega ponudnika zelo dragocena, predvsem za turistične prevoznike. Načeloma je za to vrsto turizma značilno precej bolj neelastično povpraševanje, vendar na poslovna potovanja lahko vplivajo tudi dohodki družbe (Mill, 2010). Veliko poslovnih potovanj je bistvenega pomena, v zadnjem času pa so vedno bolj pogosta virtualna srečanja. Podjetja se lahko obrnejo na telekonference kot način za zmanjšanje potnih računov, kar lahko v povečanem obsegu pričakujemo tudi v prihodnosti.

Po drugi strani pa je potovanje v prostem času zelo elastično za tiste popotnike, ki so cenovno občutljivi. Nižje cene počitnic na določenih destinacijah običajno privedejo do povečanja skupnega števila potnikov, ki so pripravljeni odložiti potovanje ali rezervirati že pred datumom potovanja, če bi to pomenilo znatno zmanjšanje njihovih potnih stroškov (Russo, 2002). Povpraševanje po tej vrsti turizma je odvisno od tega, ali ima potencialni popotnik možnosti za potovanje ali željo po potovanju. Glavna motivacija je želja biti drugje, tudi začasno, zaradi rutinskih omejitev in stresov vsakdanjega življenja (Camilleri, 2018). Prodnik in David (2009, str. 16) sta motive razdelila v 5 značilnih skupin: motivi, ki jih pogojuje človekova duševnost (duševna sprostitev, odklop in svobodna izbira odločitve), motivi, ki jih pogojuje telo (gibanje), motivi, ki se izražajo z željo po komuniciranju, druženju, prijateljevanju (igre z otroki, druženja s partnerjem in s prijatelji),

motivi, ki se izražajo kot želja po raziskovanju, spremembah, pustolovščinah, izobraževanju, nakupovanju, in pa motivi, ki so povezani z naravo in vremenom (doživljanje narave, beg pred slabim vremenom, iskanje krajev z neokrnjeno, čisto naravo, lov, ribolov).

1.3 Podsektorji turizma

Glavna naloga turističnega sektorja je oskrba potnikov. Njen uspeh je odvisen od medsebojne harmonije vseh podsektorjev z upanjem, da bo sinergija med ponudniki turističnih storitev pomenila pozitivno izkušnjo za posameznega turista. Lahko rečemo, da turizem v bistvu obsega štiri glavne podsektorje: prevoz, nastanitev, pomožne storitve, ki jih lahko ločimo na hrano in pijačo ter rekreacijo in zabavo, in potovalne storitve (Camilleri, 2018).

1.3.1 Prevoz

Turizem ne bi obstajal v tolikšni meri kot obstaja danes, če turisti ne bi mogli hitro in učinkovito potovati z enega cilja na drugega, prevoz pa je tisto, kar to omogoča. Turistične potrebe po prevozu lahko razdelimo v tri skupine: prevoz od izhodišča do države gostiteljice (destinacije) in povratek, prevoz med gostiteljskimi destinacijami, kjer turisti potujejo na več destinacij, in prevoz znotraj gostiteljskih destinacij. Na splošno se z letalskimi prevozi dosežejo oddaljene destinacije, za krajše razdalje pa lahko turisti potujejo z avtomobilom, vlakom in včasih z ladjo. V gostujočih destinacijah se običajno uporabljajo različna prevozna sredstva, številne države pa med drugim ponujajo nenavadne oblike prevoza, vključno z žičnicami, tirnimi vzpenjačami, monotirno železnico, vodnim čolnom in raftingom (Camilleri, 2018).

Zračni promet je pomemben generator gospodarske rasti, ki prinaša dostop do izdelkov, kapitala in ljudi (Bowen, 2000). Gospodarska rast še naprej prispeva k razvoju turizma z zagotavljanjem izboljšane infrastrukture in višjega življenjskega standarda. Znano je, da turizem neposredno, posredno ali inducirano prispeva h gospodarstvu, pomembno pa vpliva tudi na razvoj in spodbujanje sprememb v letalstvu, zlasti pa to velja za začetek novih poti ali povečanje konkurence s pojavom novih prevoznikov. Po drugi strani pa je zračni promet pomemben element sedanjih globalizacijskih procesov in je zaradi naraščajočih odvisnosti od internacionalizacije v svetovnem gospodarstvu odprt za nove izzive in se prilagaja potrebam uporabnikov (Zajac, 2016). Pri **vodnem prometu** lahko poudarimo križarjenja, ki so v skoraj 40 letih dinamično zrasla, na začetku zaradi povpraševanja iz Severne Amerike, v zadnjem času pa zaradi vse večjega povpraševanja iz Evrope in preostalega sveta, zlasti Kitajske in Avstralije. Podjetja so povečala število ladij in privezov na trgu ter obogatila ponudbo z uvedbo novejših in večjih ladij, ki lahko nudijo veliko različnih dejavnosti na krovu (Peručić, 2020).

1.3.2 Nastanitev

Nastanitveni podsektor zajema različne oblike, kot so hoteli, nočitev z zajtrkom (B&B), hostli, po drugi strani pa sem štejemo tudi nastanitve, kjer storitev hrane ni vključena, to so kampi, počitniške prikolice in počitniške najemnine za vile, apartmaje in brunarice. V preteklosti je bila nastanitev vzpostavljena vzdolž glavnih prometnih poti, zlasti tam, kjer so križišča, kasneje pa so se razvili hoteli v bližini železnic in letališč. Nastanitev, ki se nahaja v bližini glavnih prometnih poti, je zasnovana tako, da služi tranzitnemu trgu (tj. ljudem, ki so na poti nekam drugam). Po drugi strani pa bodo turisti na počitnicah na splošno želeli ostati čim bližje glavnim središčem turistične dejavnosti (na primer blizu morja ali v neposredni bližini gora, podeželskih krajev, zdravilišč ali večjih mest) (Camilleri, 2018).

Zaradi cenovne dostopnosti prevoza do turistične destinacije in preusmeritve vrednot predvsem mlajše generacije proti nematerialnim dobrinam (Ketter, 2021), so v zadnjih letih vedno bolj priljubljeni hostli in spletna platforma Airbnb. Hostli so bili najprej ustvarjeni kot kraji za bivanje študentov na izobraževalnih potovanjih (Wilson & Richards, 2008), vendar pa se trg nenehno povečuje in diverzificira svoje storitve. Če so bili hostli dolgo časa znani po nizki ceni najema in nizki kakovosti storitev, se danes ta scenarij spreminja s t. i. elegantnimi, oblikovalskimi hostli in ekohostli, ki so nekateri primeri, kako pustiti za sabo nizkokakovostno stigmo (Verissimo & Costa, 2018). Po drugi strani pa nekoliko več zasebnosti med potovanjem ponudi rezervacija s pomočjo spletne platforme Airbnb, ki je v bistvu spletna tržnica, ki vključuje najem nepremičnin s strani potnikov, nedavno pa so začeli ponujati tudi izkušnje. Cene določijo lastniki nepremičnin, denarna sredstva pa se zbirajo prek aplikacije (Andreu, Bigne, Amaro & Palomo, 2020).

1.3.3 Hrana in pijača

Podsektor hrane in pijače, znan tudi po okrajšavi F&B (angl. food & beverage), vključuje obrate, ki se ukvarjajo s pripravo obrokov, prigrizkov in pijač po naročilu strank za takojšnjo porabo v prostorih in zunaj njih (Davis, Lockwood, Pantelidis & Alcott, 2013). Sem štejemo obiske proizvajalcev hrane, gastronomske festivale, sejme in prireditve, restavracije, bare, trge kmetov, kuharske oddaje in demonstracije ter posebna mesta, povezana s hrano, pa tudi degustacijske ogleda – dejavnosti, ki posebej nudijo kulinarična doživetja (Hall & Mitchell, 2000). Eden najpomembnejših elementov razmerja med hrano, turizmom in lokalnim razvojem je podsektor restavracij. Uporaba lokalne hrane v restavracijah povečuje raven lokalne pridelave, restavracije pa imajo bistven vpliv na razvoj turizma, saj turistom ne ponujajo samo hrane, temveč tudi izkušnje (Dhora & Dionizi, 2014). Večina restavracij verjame v kakovost storitve in njen vpliv na zadovoljstvo strank in zato izberejo specializirano in usposobljeno osebje v smislu kakovostne storitve. Številne na različne načine poudarjajo lokalno naravo hrane, pri čemer omenjajo poudarke lokalnih jedi na jedilniku ali predstavitev različnih predjed. Restavracije se lahko

osredotočijo na to strategijo privabljanja turistov, ker s kraji, ki so povezani s posebno zgodovino, privabijo več obiskovalcev in postanejo pomemben element trženja destinacije (Tellström, Gustafsson & Mossberg, 2006).

1.3.4 Potovalne storitve

Podsektor potovalnih storitev je sestavljen iz zapletenega spleta odnosov med različnimi potovanj in potovalnimi agenti. Potovalne agencije strankam nudijo strokovno znanje in napotke pri rezervaciji kakršnega koli potovanja. Lahko so majhna, neodvisna podjetja ali velike verige po vsej državi. V zameno za svoje storitve prejmejo provizije od dobaviteljev, ki običajno plačajo po uspešnem zaključku potovanja (Morello, 2012). Povezava med turističnimi ponudniki in kupci, ki jo predstavljajo agencije, je znana kot distribucijski sistem. Namen sistema distribucije je dvojen: potencialnim popotnikom dati informacije, ki jih potrebujejo za izbiro počitnic, in jim obenem omogočiti, da opravijo potrebne rezervacije, ko se odločijo o svoji izbiri (Mill, 2010).

Internet oz. svetovni splet ostaja en izmed najbolj aktualnih problemov za potovalne agencije. Nekateri analitiki napovedujejo, da potovalnih agentov v prihodnosti ne bomo več potrebovali, saj se potrošniki raje obrnejo na internet in se preko spletnih omrežij dogovorijo za potovanja. Med prednostmi, ki jih internet ponuja potrošnikom, so tudi priročen in takojšen dostop do poizvedb o razpoložljivosti in rezervacij v času, ko potrošniki želijo raziskati in kupiti potovanja, možnost enostavnega dostopa do informacij, stroškovna prednost pri nakupu potovanj preko spleta zaradi povečanja konkurenčnosti trga, pa tudi sposobnost potrošnikov, da izkoristijo znatne spletne popuste, ki jih ni mogoče dobiti po nobeni drugi tradicionalni distribucijski poti, in posledično možne stroškovne prednosti za potrošnike zaradi zmanjšanja stroškov distribucije in izogibanja pristojbinam in stroškom potovalnih agencij (Lang, 2000).

Različni spletni posredniški modeli, kot so spletne turistične agencije (angl. online travel agencies, v nadaljevanju OTA), ki so specializirane za razdeljevanje zalog v zadnjem trenutku in predstavljajo spletna mesta s hitro prodajo, so se nedavno pojavili kot še ena pot za nakup turističnih izdelkov in storitev (Law, Leung, Lo, Leung in Fong, 2015). Nedavno sporočilo za javnost s strani TravelClick poudarja velik premik v rezervacijskem vedenju in prevlado na spletnem trgu. V njihovem poročilu o rezervacijah potovanj za četrto četrtletje 2014 je spletna prodaja potovanj iz hotelov in tretjih oseb OTA predstavljala več kot 47 odstotkov vseh rezerviranih potovanj (TravelClick, 2015). Kljub rasti in povpraševanju po OTA, pa popotniki še vedno povprašujejo po turističnih agencijah. Vrednost se ustvari kot rezultat personaliziranih storitev, strokovnega znanja agentov (izkušnje, znanje in veščine), vzpostavljenih povezav, dostopa do poslov in ugodnosti, ki niso na voljo javnosti, pa tudi njihove sposobnosti pogajanja o boljših cenah. Poleg tega lahko agencije med potovanji zagotovijo varnostno mrežo, ki ni na voljo ob lastni rezervaciji potnikov. Vrhunski agenti lahko poleg tega v imenu potnikov pridobijo

ugodnosti, kot so nadgrajene hotelske storitve in sobe, težko dostopne rezervacije v restavracijah, specializirani turistični vodiči in dostop do sicer ekskluzivnih dogodkov in destinacij. Raziskave odnosov med organizatorji potovanj in hoteli kažejo, da so dobri odnosi z organizatorji potovanj ključnega pomena za uspeh (Van Rensburg, 2014). dobavitelji, turističnimi proizvodi, organizacijami za trženje destinacij, organizatorji

1.3.5 Rekreativna in zabava

Zadnji podsektor, v katerega uvrščamo atrakcije, zabavljaki turizem in rekreacijo, ponujajo različne zaposlitvene možnosti zaposlitve, in je leta 2018 predstavljal 24 odstotkov delovnih mest v turizmu in 24 odstotkov predvidenih novih delovnih mest. Ključna komponenta turističnega sektorja so atrakcije, ki obiskovalcem omogočajo raziskovanje znamenitosti, objektov in čudes njihove destinacije. Znamenitosti na splošno vključujejo zgodovinske kraje, domove dediščine, muzeje, dvorane slavnih, umetniške galerije, botanične vrtove, smučišča, akvarije, živalske vrtove, vodne parke, zabavišne parke, igralnice in kulturne znamenitosti. Sektor rekreacije in zabave vključuje nešteto dejavnosti, od opazovanja ptic in ribolova lososa do jahanja, raftinga, igranja golfa, pohodništva po divjini in izobraževalnih obiskov do zabavnih postajališč. Ne glede na velikost ta prizorišča potrebujejo ljudi, ki delajo v trgovinah s spominki in v restavracijah, pomagajo pa tudi pri vzdrževanju prostorov, upravljanju dejavnosti in promociji znamenitosti (go2HR, 2018)

V številnih zahodnih razvitih državah ljudje živijo v družbi kapitalizma, zato je njihov prosti čas vse bolj dragocen. Potreba po pobegu od dolgoletne delovne kulture je spodbudila povpraševanje po novih oblikah zabave in rekreacije. Ljudje se ukvarjajo z več prostočasnimi dejavnostmi kot kdajkoli prej, vendar so te običajno krajše. Ustvarjen je bil način življenja v prostem času, kjer je čas nedosleden, bogastvo pa narašča. Novi potrošniki prostega časa so bolj zainteresirani za izlete kot za bivanje in opaziti je naraščanje števila počitnic v sodobnem preživljanju prostega časa, izkušnje in spomini pa pomenijo sodobnim potrošnikom več kot izdelki (Ford, 2006).

1.4 Trg dela turistične panoge

Gospodarski vplivi turizma so za skupnost najbolj cenjeni, saj tako ali drugače dosežejo skoraj vsakega v določeni regiji. Močna gospodarska uspešnost v turističnem sektorju ustvarja nova delovna mesta, podjetja in naložbene priložnosti v destinaciji: od nastanitve in prevoza do hrane in pijače, maloprodaje, kulture in športa (Gursoy & Nunkoo, 2019). Kot omenjeno, je turizem izredno delovno intenziven in pomemben vir zaposlitve. Je eden največjih ustvarjalcev delovnih mest različnih stopenj spretnosti na svetu in omogoča hiter vstop v delovno silo za mladino, ženske in delavce migrante. Razpoložljivost usposobljene delovne sile je ključni element uspeha katerega koli načrta ali programa za razvoj turizma.

Omejitve zaposlovanja v turističnem sektorju pa predstavljajo nestabilna zaposlitev, nizek status zaposlitve, dolg delovni čas in nizko plačilo. Neposredne in najbolj očitne posledice takšnih razmer so težave pri zaposlovanju ustreznega osebja in velika fluktuacija osebja, ki je za sektor draga (Aynalem, Birhanu & Tesefay, 2016).

1.4.1 Trendi na trgu dela

Turizem je ena največjih in najhitreje rastočih panog na svetu (UNWTO, 2020a). V zadnjih dveh desetletjih so se turistični tokovi v Evropski uniji, merjeni s številom prihodov v turistične nastanitvene zmogljivosti, več kot podvojili. Razvoj nizkocenovnih prevoznikov v Evropi od devetdesetih let prejšnjega stoletja je po zaslugi politike liberalizacije letalstva, cenejših letalskih vozovnic in več povezav do destinacij močno prispeval k vzvodu turističnih tokov po vsem svetu (Santos & Cincera, 2018). Širitev turističnih dejavnosti naj bi okrepila gospodarsko rast in spodbudila ustvarjanje novih delovnih mest, ne samo zaradi neposrednega učinka na gospodarstvo, temveč tudi zaradi multiplikacijskega učinka na druge sektorje. Poleg tega je večina dejavnosti, vključenih v turizem, tudi zelo delovno intenzivnih, zaradi česar je značilna močna absorpcija delovne sile (Diakonidze, 2019).

Številni primeri poslovanja v turističnem sektorju danes tako v razvitih kot v manj razvitih državah še vedno vključujejo delo, ki ostaja izkoriščevalsko, delavci so slabo plačani in jim primanjkuje socialnega spoštovanja in vrednosti. Gostinstvo je splošno znano kot diskriminatorno pri obravnavanju žensk, manjšin in invalidov, pogosto s strukturirano poklicno segmentacijo (Baum, 2019). Posledica teh negativnih značilnosti dela je visoka stopnja fluktuacije delovne sile. WTTC (2020) razkriva, da turistični sektor zaposluje višji delež mladinskih delavcev kot celotno gospodarstvo, zdi pa se, da je panoga neučinkovita pri spopadanju z generacijo, ki je zrela, odporna, se hitro uči, je tehnološko podkovana, podjetna in praktična, a po drugi strani tudi potrebuje nove izzive (Cairncross & Buultjens, 2007).

Turizem pa je vseeno lahko priložnost za gospodarsko, socialno in politično krepitev vloge žensk, saj predstavljajo večino turistične delovne sile na svet – 54 odstotkov zaposlenih v turizmu je žensk, medtem ko jih je v širšem gospodarstvu 39 odstotkov (UNWTO, 2019). Po trditvah Ong (2009) je turizem mogoče uporabiti kot orodje za ustvarjanje enakih možnosti za ženske in jim ustvariti možnosti za zaposlitev in ustvarjanje dohodka. Sánchez-Ollero, Campos-Soria in García-Pozo (2014) pa so dokazali, da še vedno obstaja značilna razlika med spoloma v turističnem sektorju. Večji del razlik v plačah med spoloma je pripisan diskriminaciji, saj obstaja nesorazmerna koncentracija žensk na nižjih ravneh odgovornosti. Podatki kažejo, da ženske niso nagrajene s posebnim izobraževanjem v turizmu, obstajajo ovire pri napredovanju na višjo raven odgovornosti in nesorazmerna koncentracija žensk na najslabše plačanih funkcionalnih področjih.

Znano je, da nove tehnološke in družbene sile začenjajo korenito spreminjati naš način dela in postavljajo pod vprašaj tradicionalne pristope k zasnovi samega dela, vendar si lahko to razlagamo na dva načina: pesimističen in optimističen. Pesimistična perspektiva meni, da bodo sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije uničile več delovnih mest, kot jih bodo ustvarile, optimistično stališče pa sicer priznava, da bodo sodobne tehnologije izpodrinile delavce, vendar v bistveno manjši meri, hkrati pa bodo ustvarjale nova in dodatna delovna mesta, ki bodo nadomestila tista, ki jih nadomešča tehnologija (David, 2015). Turistična podjetja so tradicionalno kadrovske intenzivna, vendar je kljub temu na podjetja v tej panogi vplival tehnološki napredek, ki je bil priznan kot ena največjih sil sprememb v turističnem sektorju, zaradi sistemov za spletno prijavo in odjavo, samopostrežne tehnologije, spletnih rezervacij, robotov, ki kuhajo itd. Vendar pa sama avtomatizacija do sedaj še ni bila povsem izvedena in tehnologija še ni kritično vplivala na zaposlovanje (Melián-González & Bulchand-Gidumal, 2020).

1.4.2 Kakovost življenja

Kakovost življenja (angl. quality of life, v nadaljevanju QOL) opredeljuje posameznikovo dožemanje njihovega življenjskega položaja v kontekstu kulture, vrednotnih sistemov, pričakovanj in skrbi, v kateri živi. Poleg tega QOL preučuje zadovoljstvo posameznikovih ciljev in potreb z aktualizacijo njegovega življenjskega sloga ali sposobnosti (Uysal, Sirgy, Woo & Kim, 2016). Lahko rečemo, da obstaja precejšnje soglasje glede glavnih delov QOL. Sem spadajo osnovne fiziološke potrebe, vključno s hrano in vodo, dobrim zdravjem in fizično zaščito pred škodo, varnost, pripadnost, priložnosti za sodelovanje v družbenih, kulturnih in političnih dejavnostih, samozavest ter sposobnost in svoboda ustvarjanja izbire (Malkina-Pykh & Pykh, 2008).

Pomembno je omeniti, da so koncepti dobrega počutja in kakovosti življenja vgrajeni v samo definicijo turizma. Splošno sprejeto je, da so trajnost, turistične dejavnosti in kakovost življenja med seboj povezane. To pomeni, da turizem vpliva na dobro počutje vseh v destinacijskih skupnostih, ne samo tistih, ki so del proizvodnje in potrošnje turističnih dobrin in storitev. S tem v mislih bi lahko tudi trdili, da imamo na primer s turizmom na voljo več zelenih površin za uživanja, izboljšana infrastruktura lahko koristi ne samo turistom, ampak tudi domačinom, srečni zaposleni pa lahko nudijo bolj kakovostne storitve (Uysal, Sirgy, Woo & Kim, 2016).

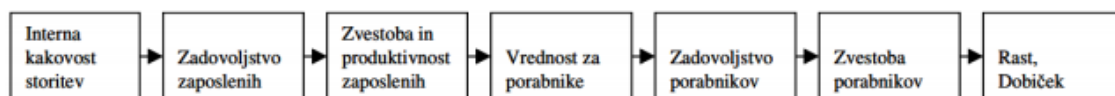
Vendar so raziskave kakovosti življenja zaposlenih v turističnem sektorju še vedno omejene (Kim, Uysal & Sirgy, 2013). Tako si moramo bolj prizadevati za opredelitev tako oprijemljivih kot nematerialnih koristi turizma in te učinke raziskati z vidika turistov, prebivalcev skupnosti in zaposlenih v turističnih obratih. Moscardo (2009) opozarja na pomen družbene zastopanosti v študijah vplivov in trdi, da lahko bolj eksplicitno upoštevanje kakovosti življenja v zvezi z blaginjo različnih deležnikov pomaga pri razvoju boljšega okvira za kritično analizo vpliva turizma na tako turiste kot zaposlene v turizmu.

Z naraščanjem turizma naj ne bi bilo pomembno le izboljšanje trajnosti in razvoja, temveč tudi poskušanje izboljšanja kakovosti življenja turistov in prebivalcev skupnosti. Dolgoročni uspeh ter trajnost in konkurenčnost turizma bodo zagotovo odvisni od sposobnosti turizma, da prispeva k izboljšanju kakovosti življenja vseh zainteresiranih strani. Kot del popolnoma delujočega turističnega sistema je treba poudariti, da turistična podjetja prispevajo k izboljšanju kakovosti življenja ne samo turistov, temveč tudi prebivalcev v gostiteljskih skupnostih in zaposlenih v turističnih storitvah.

1.4.3 Odnos turističnih delavcev do turistične panoge in delovnega mesta

Turizem je storitvena dejavnost, večino storitev pa opravljajo zaposleni. Kadar so zaposleni zadovoljni na delovnem mestu, strankam običajno ponudijo visokokakovostne storitve. Zadovoljni zaposleni so navadno bolj produktivni, pozitivni in ustvarjalni kot tisti, ki izražajo višjo stopnjo nezadovoljstva. Nezadovoljni zaposleni kažejo odstopajoče vedenje na delovnem mestu in načrtovanje izstopa, kar posledično zmanjšuje kakovost storitev in uspešnost dela (Jang & George, 2012). Zadovoljstvo pa je povezano še z nizom drugih odločitev (o osebju, produktivnosti, posredovani vrednosti ipd.). Slika 1 prikazuje storitveno verigo dobičkov, ki zadovoljstvo postavlja v središče poslovne strategije, saj je s poslovnimi odločitvami podjetja povezano v verigo vzrokov in posledic, ki se vidijo v rasti in dobičku (Makovec-Brenčič in drugi, 2007).

Slika 1: Storitvena veriga dobičkov



Vir: Makovec Brenčič in drugi (2007).

Zadovoljstvo z delom je čustveno stanje, ki izhaja iz vrednotenja ali ocenjevanja delovnih izkušenj (Locke, 1976), negotovost pri zaposlitvi pa je neposredno povezana z nižjim zadovoljstvom pri delu (Ashford, Lee & Bobko, 1989). Kot omenjeno, je v turistični panogi značilna velika fluktuacija osebja. V kadrovskem smislu fluktuacija zaposlenih ali fluktuacija delovne sile pomeni gibanje delavcev iz organizacije oz. stopnjo, s katero delodajalec dodaja in izgublja osebje. Poudariti je treba, da predstavlja gibanje ljudi v organizacijo in iz nje resnično breme glede pristopa podjetja do človeških virov, vključno s prizadevanji za zaposlovanje ali pobudami. Visoka fluktuacija lahko škoduje produktivnosti podjetja, če kvalificirani delavci pogosto odhajajo in populacija delavcev vsebuje visok odstotek delavcev začetnikov ter predstavlja hude tako neposredne kot posredne stroške. Neposredni stroški se nanašajo na odhodne stroške, nadomestitvene stroške in stroške prehoda (Chikwe, 2009).

Negotovost zaposlitve prav tako predstavlja posreden problem za turistične organizacije. Notranja percepcija zaposlenih je tista, ki je povezana z organizacijskimi rezultati, ko zaposleni opravljajo svoje delo in se spopadajo z negotovostjo glede ohranjanja delovnega mesta. Dodatno breme zaposlitve povzroča tesnobo pri zaposlenih, zmanjšuje zadovoljstvo pri delu in predstavlja moteč dejavnik, ki lahko negativno vpliva na uspešnost in organizacijsko produktivnost (Greenhalgh & Rosenblatt, 1984). Kot pravi Ivančević (2003), se zaposleni, ki se dojemajo kot neučinkoviti, nezaželeni ali nepotrebni, lahko na te občutke odzovejo z odhodom oziroma s prekinitvijo delovnega razmerja.

Kot že rečeno, je ključni dejavnik za konkurenčnost turističnega sektorja človeška komponenta, saj večina turističnih dejavnosti zahteva intenzivno uporabo delovne sile, ki jo je težko nadomestiti s tehnologijo. Trg dela v turističnem in gostinskem sektorju kaže tudi posebne značilnosti in s tem oblikuje njegovo sposobnost privabljanja in vključevanja strokovnjakov. Med temi značilnostmi je na eni strani poudarek na visoki sezonskosti, ki ustvarja negotovost in postavlja temelje za poslabšanje in prekarizacijo delovnih pogojev, po drugi strani pa je uporaba podizvajalcev, ki podrejajo in omejujejo smisel pripadnosti podjetju. Upravljanje s človeškimi viri v turizmu je pomembno zaradi prispevka zaposlenih k ravni kakovosti, ki jo zaznajo stranke. Zaradi velikega menjavanja zaposlenih sočasna uporaba proaktivnih politik pri upravljanju s človeškimi viri otežuje poklicno kariero najboljšim zaposlenim. Zanesljiva, strokovna in neomajna delovna sila je eden ključnih dejavnikov za uspeh, vendar je ohranjanje izkušenih delavcev eden največjih izzivov v gostinstvu, počasno napredovanje ter nezadovoljstvo pa zaposlene pogosto sili k iskanju drugih delovnih mest (Ariza-Montes, Arjona-Fuentes, Han & Law, 2018).

1.5 Trendi v turistični panogi pred prihodom koronavirusa

Razvoj turizma je bil na splošno kritiziran iz več razlogov – načrtovanje brez podpore gostiteljske populacije, višji življenjski stroški, napihnjene vrednosti nepremičnin in najemnin, nizke plače, neakovostna delovna mesta in visoka sezonskost, izkoreninjenje tradicionalne družbe in uničenje naravnih virov, kar pripelje do negativnega vedenja do turistov. Negativne vplive turizma so v preteklosti predstavljali zastoji, strnjenost javnih objektov in virov, izguba miru in hrup na turističnih območjih, pa tudi povečanje družbenih težav, kot so kriminal, trgovina z mamili in prostitucija, v zadnjem času pa so se povečale psihološke napetosti, negativni vpliv turizma na tradicionalne družinske vrednote in negotovost turizma kot učinkovitega razvojnega orodja za zmanjšanje lokalne revščine (Zerva, Palou, Blasco & Donaire, 2019). Sektor potovanj in turizma se je v zadnjih desetletjih znatno povečal, število letalskih potnikov pa se je po podatkih Mednarodnega združenja za zračni transport (angl. International Air Transport Association, v nadaljevanju IATA) povečalo z 2,4 milijarde v letu 2009 na 4,4 milijarde v letu 2018. Ta rast je povzročila obremenitev infrastrukture, procesov in sistemov, ki kljub izvajanju trenutnih načrtov in izboljšavam ne zadoščajo napovedanemu povpraševanju (WTTO, 2020).

Milenijska generacija, znana tudi kot generacija Y, je skupina potrošnikov, ki je odrasčala v obdobju hitrih sprememb. Potovanja so za milenijce zelo pomembna, potujejo več kot katera koli druga generacija in verjetno bodo potovali še več, ko bodo njihovi prihodki in finančni položaj rasli (Nielsen, 2017). Milenijci so prva generacija, ki je v neposrednem stiku z digitalizacijo, tehnologija ima ključno vlogo v njihovem življenju, predvsem družbena omrežja pri odločitvah o morebitnem nakupu. Dodatna ključna značilnost je njihova naklonjenost izkušnjam pred posestmi, pogosto se namreč odločijo, da bodo denar porabili za izkušnje, kot so potovanja, njihova poraba za izkušnje pa naj bi se samo povečala. Za milenijce je smiselno in srečno življenje ustvarjanje spominov s pomočjo spektra izkušenj, željni so raziskovanja, interakcije in doživljanja sveta (Cavagnaro, Staffieri & Postma, 2018). So aktivno občinstvo, ki v primerjavi s preteklimi generacijami več potuje samostojno in je odprto za nove turistične izdelke in izkušnje. Te značilnosti vodijo trend kreativnega turizma – potovalno vedenje, ki vključuje proaktivno načrtovanje in izvajanje edinstvenih osebnih izkušenj, prilagojenih edinstvenim interesom, osebnosti in življenjskemu slogu turista (Ketter, 2021).

Povečuje se tudi število t. i. »samskega življenja«, pri čemer je življenje samotarja opredeljeno kot ključni svetovni potrošniški trend v prihodnjem desetletju (Euromonitor, 2019). Razlogi za samsko življenje se med posamezniki in kulturami, pa tudi po svetu, zelo razlikujejo in lahko vključujejo nižje stopnje porok, višje stopnje ločitev in večje gibanje zaposlitve. Nenehna rast samskega življenja pa vpliva tudi na trende v turizmu. Medtem ko je bil posameznik v preteklosti zaskrbljen zaradi negativnega ocenjevanja samostojnega uživanja dejavnosti, bo bodoči samostojni turist precej manj pozornosti namenil pogledu javnosti, kar bo pomembno vplivalo na njihovo odločanje in vedenje, posledično pa tudi na potrošništvo (Leith, 2020). Pomembno gonilo nedavne rasti samostojnega turizma je bila vseprisotna uporaba spletne komunikacije, zaradi katere je možnost množičnega turizma za mnoge zaradi velike količine nasvetov, pregledov in drugih oblik digitalne podpore manj zastrašujoča.

1.6 Turizem in Barcelona

Pomen turističnega sektorja za špansko gospodarstvo je neizpodbiten. Španija je začela povečevati svojo priljubljenost kot turistična destinacija v šestdesetih letih in od takrat je, z redkimi izjemami, turizem pozitivno prispeval k nacionalnemu gospodarstvu ter postal pomemben vir zaposlitve (Sánchez-Ollero, Campos-Soria & García-Pozo, 2014). Razcvet turističnega sektorja se je začel zaradi privlačne ponudbe, ki temelji na toplih, sončnih plažah in nizkih cenah. Mednarodno povpraševanje je bilo eden glavnih dejavnikov njegove visoke rasti, ki je bila ključnega pomena za razvoj nekaterih španskih regij (Gonzalez & Moral, 1995).

Danes lahko rečemo, da je Barcelona raznoliko in svetovljansko mesto, ki uživa status neizpodbitne ikone sodobnega urbanega turizma s trdno uveljavljeno podobo. Z vstopom

v 21. stoletje je turizem med glavnimi mestnimi viri dohodka in prinaša številne koristi ter tudi vpliva na samo kulturo mesta – nove geografske lokacije, nova potrošniška območja in na novo ustvarjeni odnosi, ki imajo za posledico nove izzive in zahteve (Ajuntament de Barcelona, 2014a). Mesto si nenehno prizadeva zagotoviti, da je turizem trajnostno naravnano glede okolja, kulturne raznolikosti in družbene odgovornosti. Največ poudarka je na preobrazbi turističnih dejavnosti v bolj trajnostne, povečati njihov pozitivni vpliv na mesto in obvladati morebitne negativne učinke ter olajšati vključevanje obiskovalcev s spodbujanjem potrebnega sobivanja s prebivalci in ohranjanjem vrednot identitete in družbene harmonije (Goodwin, 2016).

1.6.1 Začetek in razvoj turizma v Barceloni

Razvoj turizma v Španiji je bil v zadnjih desetletjih precej nestabilen. Po začetku turizma v šestdesetih je bilo zlasti mednarodno povpraševanje eden glavnih dejavnikov spektakularne rasti, ki je bila ključnega pomena za razvoj nekaterih španskih regij. Po nepravilnem obnašanju je sektor kot celota prišel v obdobje širitve v osemdesetih letih, čeprav je trpel zaradi kvantitativnih in kvalitativnih sprememb tako na strani povpraševanja kot ponudbe (Gonzalez & Moral, 1996). Če izpostavimo Barcelono, njen turizem za razliko od glavnih evropskih mest v zadnjem stoletju ni bil rezultat počasne rasti. Čeprav začetki turizma v mestu resnično segajo v daljno preteklost, se je turizem, kot ga poznamo, razvil po olimpijskih igrah leta 1992. Uresničile so se sanje Barcelone, da bi gostila olimpijske igre in mesto samo je doživelo impresivno urbano preobrazbo. Igre v Barceloni so bile v organizacijskem in športnem smislu popoln uspeh, urbana preobrazba, ki so jo povzročile igre, pa je imela daljnosežne gospodarske in družbene učinke (Brunet, 1995).

Kot omenjeno, pa se je sam turizem začel razvijati že pred igrami. Konec devetnajstega stoletja je bila Barcelona sredozemsko mesto, ki se je skušalo potisniti v središče priljubljenih evropskih mest. Modernizacijo Barcelone od Francove smrti leta 1975 in demokratičnih lokalnih volitev leta 1979 so oblikovale tri značilne faze: urbana preobrazba, nespremenljiv model upravljanja in spreminjajoča se teža vpliva zasebnega sektorja na politične odločitve (Degen & García, 2012). World Exposition skupaj s prihodom lokalnih buržoazij na oblast pa sta bila zaslužna za prvi pravi začetek turizma. Takratni župan Barcelone je bil tisti, ki je rodil idejo o svetovnem sejmu in jo je nameraval uporabiti »kot orodje za državljansko spodbujanje in mednarodno promocijo mesta« (Casellas, 2009). Leta 1901 je Regionalistična stranka, ki je zbrala predstavnike katalonskega meščanstva, na občinskih volitvah dosegla prvi volilni uspeh. Zmaga mladih strokovnjakov, ki izvirajo iz katalonskega nacionalizma, je povzročila politični projekt, ki je temeljil na prepričanju, da sta inovativnost in posodobitev družbe pravi odziv na močno krizo v tistem času. Cilj je bilo mesto prilagoditi njegovi industrijski funkciji in novi mednarodni vlogi s krepitvijo njegove komercialne dejavnosti in dedovanjem nekaterih javnih prostorov, spomenikov in državljskih vrednot (Cocola-Gant & Palou-Rubio, 2015).

Za pravi razcvet turizma pa so bile zaslužne olimpijske igre 1992. Bile so spodbuda za splošen postopek analize mesta in zlasti njegove vloge kot turističnega središča. Ta postopek se je začel leto po nominaciji Barcelone za olimpijsko gostiteljico in naj bi dal vrsto rezultatov, med drugim ustanovitev Turisme de Barcelona leta 1993, organa, ki je odgovoren za promocijo mestnega turizma. Brezposelnost je dramatično padla, stanovanjski trg je spet zaživel in gradbeni sektor je posledično doživel razcvet (Brunet, 1995). Postopek je vključeval tudi pregled prejšnje turistične politike mesta in razmislek o njeni obliki v prihodnosti. Posodobila se je vsa mestna turistična infrastruktura, tako količinsko kot tudi kakovostno. Posledice zaključka iger niso prinesle ustavljanja prizadevanja za opremljanje mesta, Barcelona je namreč še naprej izboljševala obseg in kakovost svoje turistične infrastrukture (Duran, 1992).

1.6.2 Vpliv na celotno gospodarstvo

Turizem je ekonomski pojav, saj je usmerjen na gospodarske cilje. Vpliva na ustvarjanje narodnega dohodka, pripisujejo pa mu številne ekonomske funkcije, tako multiplikacijsko, konverzijsko, zaposlitveno, razvojno, devizno in integracijsko funkcijo (Prodnik & David, 2009, str. 13). V nekaterih mestih je turizem glavna gospodarska dejavnost in edini trenutni vir lokalnega gospodarskega razvoja.

Turizem v Barceloni ostaja ena glavnih gonilnih sil gospodarstva, saj ustvarja skoraj 14 odstotkov premoženja mesta in 65.000 delovnih mest. Posledica rasti turizma sta gospodarska rast in povečano zaposlovanje v Barceloni, saj se je ta po desetletjih revščine po drugi svetovni vojni spremenila v mednarodno turistično destinacijo. Turizem razvija nova podjetja in naložbene priložnosti, zato so tam na splošno najbolj cenjeni ekonomski učinki turizma. Privlačnost turizma povzroča tudi izboljšave na področju infrastrukture in storitev, ki pripomorejo k bolj udobnemu urbanemu življenju tako prebivalcev kot obiskovalcev. Privabljanje talentov, ustvarjalnosti in inovativnosti je hkrati rezultat in vzrok zanimanja turistov za Barcelono. Poleg tega turizem ustvarja tudi veliko kulturnih dejavnosti, kar poudarja vrednost velike raznolikosti lokalnih virov in dediščine (Ajuntament de Barcelona, 2014a).

V raziskavi ECM (2010) je Barcelona zasedla peto mesto na lestvici »Najboljša mesta za iskanje podjetij v Evropi«, medtem ko sta Cushman in Wakefield (2011) Barcelono uvrstila na 6. mesto v Evropi glede na razcvet podjetij, na 1. mesto po najboljši kakovosti življenja za 1,6 milijona prebivalcev in na 2. mesto za poslovna središča. Poslovne pobude vključujejo projekt Barcelona Growth, ki naj bi s politikami in ukrepi za spodbujanje gospodarskega razvoja pomagal ustvariti podjetjem prijazno okolje. Nekatere pobude vključujejo oblikovanje podpornih storitev za podjetja, pomoč pri ustanavljanju podjetij in ustvarjanje mreže podpore med podjetniki, lokalnimi oblastmi in drugimi zainteresiranimi stranmi (Marvell, 2013).

Ko pogledamo porazdelitev BDP po panogah gospodarske dejavnosti, je v primeru industrije Katalonija višje od katere koli druge avtonomne regije v Španiji (23,6 odstotka), po storitvah pa zaseda drugo mesto (Ajuntament de Barcelona, 2014b). Goodwin (2016) preučuje, kako celotni turistični sektor ustvari 12 odstotkov BDP Katalonije in približno 400.000 delovnih mest, kar je 9 odstotkov mestnih delovnih mest. V zvezi z raziskavami Barcelona Active (2016) je bilo ugotovljeno, da je bilo konec leta 2019 sklenjenih več kot 35.000 pogodb pri storitvah hrane in pijače, 22.000 pri nastanitvenih storitvah in 5.000 pri potovalnih agencijah in organizatorjih potovanj.

1.6.3 Glavne vrste in sektorji turizma

Barcelona je eno najpomembnejših turističnih mest v Evropi in njena obalna lega daje določene prednosti: enostaven prevoz blaga, možnosti za prosti čas, prijetno podnebje ter arhitekturna in zgodovinska dediščina. Najpomembnejši dejavniki, ki pojasnjujejo razvoj turističnih znamenitosti in objektov na sredozemskem območju, so fizični. Porast **množičnega** turizma v Evropi je razložen z dejstvom, da na severu Evrope obstajajo velika urbana območja, ki doživljajo hladno in oblačno vreme, na jugu, kjer je bolj toplo in sončno vreme pa prebiva razmeroma malo prebivalstva. Posledično si v poletnih mesecih predvsem Nemci privoščijo oddih v Španiji in Italiji, da bi na plaži uživali na zajamčenem soncu (Mill, 2010).

Pojav **mestnega** turizma v Barceloni je poudaril pomen uskladitve turističnih dejavnosti z dinamiko samega mesta. Turizem in mesto sta z vidika promocije in upravljanja dva neločljiva elementa, upravljanje mestnega turizma pa je integrirano v splošno upravljanje mesta. Mestni turizem regionalno in lokalno velja za inkubator inovacij in tehnologije ter za ključni dejavnik urbanega gospodarstva in razvoja mesta: ustvarja delovna mesta, s prihodki in davki spodbuja devize in spodbuja naložbe v infrastrukturo in zagotavljanje javnih storitev (WTO, 2012). Glede na to je mestni svet Barcelone vzpostavil programski okvir in nova orodja za upravljanje turizma, da bi zagotovil boljše povezovanje interesov in potreb tako turizma kot mesta (Ajuntament de Barcelona, 2014a).

Barcelona pa je tudi eno najpomembnejših mest na svetu za prireditve in je postala eno prepoznavnejših evropskih mest za **kongresni** turizem. Po podatkih Mednarodnega združenja za kongrese in konvencije, ki uvrščajo Barcelono na četrto mesto na svetu, Barcelona letno privabi okoli 160 mednarodnih kongresov z več kot 50 ljudmi. Nekateri mednarodno priznani dogodki v Barceloni so Mobile World Congress, Smart City Expo in ITMA. Po zadnjih podatkih Barcelonskega kongresnega urada (BCB) je gospodarski vpliv turizma MICE dosegel rekordno raven, saj je mesto leta 2019 ustvarilo 1,9 milijarde evra in podprlo povečanje zasedenosti hotelov (Horwath HTL, 2020). Po drugi strani pa ima mesto že več kot 2000 let dolgo **kulturno in umetniško dediščino**, kar posledično pripelje tudi kulturne navdušence. Glavna gledališča so Gran Teatre del Liceu, Palau de la Música Catalana in Auditori, dom Barcelonskega simfoničnega in katalonskega nacionalnega

orkestra (OBC) ter Museu de la Música. Skozi vse leto se odvije več kot 140 festivalov, med njimi tudi zelo znana SÓNAR in Primavera Sound. Poudariti pa je treba tudi gledališče, ki igra pomembno vlogo na mestnikulturni sceni. La Ciutat del Teatre, Barcelona Teatre Musical, Teatre Nacional de Catalunya in Grec Festival de Barcelona, ki se odvijajo poleti, so pomagali povečati ponudbo gledališča v Barceloni skozi vse leto (Ajuntament de Barcelona, 2014b).

1.6.4 Prepoznavnost Barcelone kot turistične destinacije po svetu

Mnoga mesta in regije poskušajo predstaviti svoje primerjalne prednosti in doseči prepoznavnost s svojo blagovno znamko. Že uveljavljeni kraji, mesta in regije so pod velikim pritiskom privabljanja prebivalcev, turistov in investitorjev. To bodo dosegli z različnimi oblikami trženja, ki bodo ustvarile dobro podobo mesta in odlično osnovo za ustvarjanje znane blagovne znamke mest, regije, držav. Zelo pomembno vlogo pri ustvarjanju imajo naslednji vidiki: razvoj infrastrukture (cestni, železniški, vodni in zračni promet), naravno okolje, bogata zgodovinska dediščina, kulturni in športni objekti, izobraževanje, urbana infrastruktura in naravna okolica mesta (Majhosev & Koteski, 2020).

Barcelona je gospodarska, kulturna in upravna prestolnica Katalonije, ki vodi nastajajoče področje gospodarske dejavnosti na jugu Evrope s 17 milijoni prebivalcev in z več kot 800.000 podjetji. Ta sredozemska regija, ki vključuje Balearske otoke, Valencijo, Aragonijo in jugovzhodno Francijo, je še posebej osredotočena na nove strateške sektorje, ki so konkurenčni in mednarodno usmerjeni. V tujini se je Barcelona utrdila kot ena glavnih metropol v Evropi, saj ima z dolgoletno industrijsko tradicijo in dobro uveljavljenim poslovnim sektorjem zelo raznoliko gospodarsko strukturo. Bolj tradicionalni sektorji živijo vzporedno z novimi nastajajočimi in ustvarjajo nove grozde znanja, ki dajejo prednost specializaciji in konkurenčnosti. Osredotočeni so na internacionalizacijo in prispevajo k dinamičnemu in inovativnemu gospodarstvu mesta, ki vodi strateško vodstvo Barcelone na teh področjih (Ajuntament de Barcelona, 2014b). Kot že omenjeno, se je večja prepoznavnost turizma in glavne znamke »Barcelona« začela po olimpijskih igrah leta 1992 v Barceloni. Turistični uspeh mesta je povezan z gradnjo kakovostnih prostorov, odprtjem mesta do morja, vlogo kulture, javnimi naložbami in vlogo pri privabljanju mednarodnih naložb (Capel, 2010).

1.6.5 Mednarodni turizem in prihodi

Glavni vir turizma za Barcelono prihaja iz tujine. Leta 2019 je tuji turizem predstavljal 83 odstotkov celotnega, nacionalni pa 17 odstotkov. Ozaveščenost o blagovni znamki »Barcelona« se je v zadnjih letih povečala na mednarodni ravni (Horwath HTL, 2020). Okoljske, geografske, ekonomske, politične in kulturne lastnosti Barcelone so imele pomembno pozitivno vlogo pri okrepitvi mesta kot turistične atrakcije, čeprav je treba opozoriti, da so komunikacijske in promocijske strategije, ki so se izvajale v preteklih letih,

prav tako odločilno prispevale k internacionalizaciji te destinacije (Ajuntament de Barcelona, 2014a). V zadnjih letih je Španija po prihodkih od mednarodnega turizma na drugem mestu, takoj za ZDA, in na tretjem mestu po mednarodnih prihodih, za Francijo in ZDA ter pred Kitajsko (WTO, 2013). Državljanstvo turistov, ki obiščejo Barcelono, je zelo raznoliko, vendar izstopajo turisti iz Španije, ZDA, Združenega kraljestva, Francije, Italije in Nemčije (Turisme de Barcelona, 2014).

V letu 2020 se je prihod turistov po podatkih INE (2020) močno znižal, predvsem mednarodnih. Medtem ko marca, aprila in maja zaradi državne zapore turistov sploh ni bilo, je bil padec poleti prav tako izrazit. Junija je bil glede na leto 2019 prisoten padec za 97 odstotkov, julija za 86,9 odstotka in avgusta za 86 odstotkov. V prvih treh tednih junija 2020 je bilo odprtih le 35,4 odstotka hotelov in ponujenih 17,6 odstotka ležišč v primerjavi z letom 2019. V tem okviru naj bi prihodek padel za 50 odstotkov za hotele, 70 odstotkov za organizatorje potovanj in 90 odstotkov za letalske družbe, kar je turistični sektor postavilo pod izreden pritisk, saj je povzročilo znatno zmanjšanje prihodkov in ustvarilo likvidnostna vprašanja za vse operaterje (De Rosa, Lanzilotta, Perazzo & Vigorito, 2020).

1.6.6 Trendi pred prihodom koronavirusa

Turizem ustvarja številne koristi in vplive v Barceloni, ki imajo pomemben učinek – ustvarjajo se nove zemljepisne lokacije, nova potrošniška območja in novi odnosi, kar ima za posledico nove izzive in zahteve. V skladu s tem nekateri prednostni ukrepi v novi lokalni turistični politiki vključujejo zavezanost k trajnostnemu turizmu, cilj izboljšanja odnosov med turizmom in mestom ter vzpostavitev novega sistema financiranja in prerazporeditve turistične dejavnosti na celotnem ozemlju. Turistična dejavnost ustvarja tudi precejšnjo **kulturno dinamiko**, saj pomaga pri promociji najrazličnejših lokalnih virov, tako materialnih kot nematerialnih. Poleg tega turistične atrakcije Barcelone še naprej spodbujajo razvoj prometne infrastrukture in izboljšave storitev, ki prebivalcem in obiskovalcem olajšajo življenje v mestu. Privabljanje talentov, ustvarjalnosti in inovacij je rezultat in vzrok zanimanja turistov za obisk Barcelone. Tu je zrelost sedanjega turističnega modela v Barceloni – pri vzpostavljanju nove paradigme za upravljanje turizma, okvira za vzpostavitev različnih orodij in ukrepov, katerih namen je pomnožiti pozitivne učinke turizma, hkrati pa zmanjšati njegove negativne učinke (Ajuntament de Barcelona, 2014a).

Jasno je, da sposobnost privabljanja obiskovalcev pomembno vpliva na gospodarstvo turističnih mest, vendar je zaželenost turizma morda manj očitna prebivalcem mesta ali celo oblikovalcem ekonomskih politik. Pomemben del prebivalstva, ki živi v turističnih mestih, namreč obiskovalce vidi kot nadlogo (Murillo, Vayà, Romaní & Suriñach, 2013). V zadnjih letih je pretirana rast turizma povzročila napetosti v več soseskah v Barceloni in sprožila proces **družbenih sprememb**. Posledica so bili številni negativni odzivi prebivalcev, izpostavimo lahko proteste proti presežku turizma poleti 2014. Število nezakonitih najemov stanovanj, čezmerno število turistov poleti in nenehna gneča na ozkih

stanovanjskih ulicah v središču mesta so bili glavni motivi za takšne demonstracije (Baquero, 2014).

Od začetka poteka protestov se je mesto poskušalo odmakniti od turizma zabave in uživanja alkohola. Turisme de Barcelona, entiteta za upravljanje turizma, je zainteresirana za privabljanje novih izvornih trgov, vključno s **Kitajsko in Rusijo**. Kitajski turizem izstopa po naraščajočem številu in potrošniški moči teh obiskovalcev in turisti pridejo ali samostojno in samoorganizirano (v primeru pustolovskih turistov, študentov in poslovnih potnikov) ali pa kot del tradicionalne turistične skupine, organizirane prek potovalnih agencij. Barcelona je mesto, ki ga kitajski turist v Španiji najbolj ceni in je glavno okno vstopa in izstopa (Turisme de Barcelona, 2014). Ko Kitajci najamejo turistični paket s potovanjem po španskih mestih, skoraj izključno vsi prečkajo Barcelono in v tem mestu preživijo več časa kot na drugih destinacijah. Najbolj cenjeni elementi mesta so arhitekturna dediščina, kulturni elementi in nakupovanje (Lojo & Cànoves, 2015).

Kot velik šok v zadnjih letih za turizem v Španiji, posledično tudi v Barceloni, lahko izpostavimo **Brexit** (odcepitev Velike Britanije od Evropske unije). Izstop Velike Britanije bi lahko vplival, predvsem negativno, na pretoke britanskih turistov proti Španiji v večji meri kot turistični tokovi iz drugih držav. Nevarnost je še pomembnejša, ker je danes Velika Britanija glavni trg turističnih virov za Španijo. V letu 2016 so ocenili, da je Španijo obiskalo več kot 17 milijonov britanskih turistov, kar predstavlja 23 odstotkov vseh mednarodnih turistov te države in več kot 16 milijard evrov prihodkov (20,80 odstotka celotne mednarodne turistične porabe) (INE, 2017). Zaradi Brexita bi gospodarstvo lahko izgubilo do milijarde evrov izgubljenega izvoza in imelo nešteto neprijetnih posledic za 800.000 Britancev, ki živijo v Španiji, in 300.000 Špancev, ki živijo v Veliki Britaniji (Chislett, 2017).

2 PRIHOD PANDEMIJE KORONAVIRUSA IN ZAČETEK DRUŽBENO-EKONOMSKE KRIZE

2.1 Opredelitev pandemije

Besedo pandemijo lahko opišemo kot hitro širjenje nalezljive bolezni v številne države v različnih regijah, medtem ko so določena območja bolj prizadeta kot druga – niso vsi ljudje okuženi hkrati in ni nujno, da so prizadete vse države, tu pa je še veliko drugih dejavnikov, vključno s številom in odstotkom ljudi, ki zbolijo ali umrejo, ranljivost prebivalstva glede bolezni na podlagi predhodnih stopenj okužbe ter kakovost zdravstvenih ustanov in sistemov za spremljanje bolezni (Altman, 2009).

Pandemija, epidemija in izbruh imajo različne pomene. Izbruh je, kadar se bolezen zgodi v nepričakovano veliki obsežnosti. Lahko ostane na enem območju ali se razširi širše ter traja

dneve ali leta. Strokovnjaki menijo, da je včasih lahko en sam primer nalezljive bolezni izbruh. To drži, če gre za neznano bolezen, če je za skupnost nova ali če je populacija že dolgo odsotna. Epidemija se razglasi, ko se nalezljiva bolezen hitreje razširi na več ljudi, kot bi strokovnjaki lahko pričakovali. Običajno prizadene večje območje kot izbruh (WebMD, 2020). Pandemija pa je izbruh bolezni, ki se razširi po državah ali celinah s širjenjem okužbe med ljudmi. Prizadene več ljudi in vzame več življenj kot epidemija. V zgodovini je bilo zabeleženih veliko pomembnih izbruhov bolezni in pandemij, vključno s špansko gripo, hongkonško gripo, SARS, H7N9, ebolo in drugimi (Maurice, 2016).

2.1.1 Definicija pandemije

Beseda pandemija izvira iz grških besed pan, kar pomeni »vsi«, in demos, kar pomeni »ljudje«. Ta beseda se navadno nanaša na razširjeno epidemijo nalezljivih bolezni po celotni državi ali na enem ali več celinah hkrati. Standardna opredelitev Svetovne zdravstvene organizacije (angl. World Health Organization, v nadaljevanju WHO) se nanaša na situacijo, v kateri se nov in visoko patogen virusni podtip, na katerega nihče (ali le malo posameznikov) v človeški populaciji nima imunske odpornosti in je zlahka prenosljiv med ljudmi, utrdi v človeški populaciji in se nato hitro začne širiti po vsem svetu (WHO, 2011).

Mednarodno sprejeta opredelitev pandemije, kot se pojavlja v slovarju epidemiologije, je neposredna in znana: »epidemija, ki se pojavlja po vsem svetu ali na zelo širokem območju, prečka mednarodne meje in običajno prizadene veliko število ljudi« (Antunes, 2009). Klasična opredelitev pa ne vključuje ničesar o populacijski imunosti, virologiji ali resnosti bolezni. Na podlagi te slovarske opredelitve lahko rečemo, da se pandemije pojavljajo vsako leto, saj je opredelitev izraza tako široka, vendar pa v praksi lahko vidimo, da sezonske epidemije prestopajo mednarodne meje in prizadenejo veliko število ljudi, kljub temu pa niso razglašene kot pandemije. Sodobne opredelitve vključujejo »obširno epidemijo«, na zelo širokem območju, ki običajno prizadene velik del prebivalstva, v celotni regiji, državi, celini ali po vsem svetu (Morens, Folkers & Fauci, 2009).

WHO (2005) ima šestfazni program za ugotavljanje morebitnih pandemij:

- Faza 1: Nobena lokalna zdravstvena oblast ni poročala, da virus gripe, ki kroži med živalmi, lahko povzroči bolezen pri ljudeh.
- Faza 2: Živalski virus gripe, ki kroži pri udomačenih ali divjih živalih, je povzročil okužbo pri ljudeh. WHO meni, da je to potencialna grožnja pandemije.
- Faza 3: Živalski ali človeški virus je povzročil bolezen v majhnih skupinah ljudi, vendar pa ni prišlo do prenosa s človeka na človeka, ki bi bil dovolj hiter za preživetje izbruhov na ravni skupnosti.
- Faza 4: WHO preveri, ali prenos virusa od živali do človeka na človeka zdaj lahko prenese izbruhe na ravni skupnosti.

- Faza 5: Isti virus je povzročil trajne izbruhe na ravni skupnosti v dveh ali več državah znotraj ene same regije.
- Faza 6: Poleg meril faze 5 je isti virus povzročil trajne izbruhe na ravni skupnosti v vsaj še eni državi v drugi regiji (obdobje po vrhuncu in obdobje po pandemiji).

2.1.2 Dejavniki pandemije

Morens, Folkers in Fauci (2009) so opredelili dejavnike, ki so skupni do sedaj t. i. pandemičnim izbruhom oz. ključne značilnosti, po katerih jih lahko prepoznamo:

- **Široka geografska razširitev in gibanje bolezni:** Skoraj vse uporabe izraza pandemija se nanašajo na bolezni, ki se raztezajo na velikih geografskih območjih (npr. kuga oz. črna smrt, kolera, gripa in virus humane imunske pomanjkljivosti (HIV)). Pandemija pomeni tudi gibanje ali širjenje bolezni s prenosom, ki ga je mogoče izslediti od kraja do kraja. Primeri gibanja bolezni vključujejo razširjeno medosebno širjenje bolezni, ki ga povzročajo respiratorni virusi, kot sta gripa in SARS, ali enterični organizmi, kot je *Vibrio cholerae*.
- **Visoke stopnje okužb in eksplozivnost:** Bolezni z indolentnimi stopnjami prenosa ali nizkimi stopnjami simptomatskih bolezni so redko razvrščene kot pandemije, tudi če se širijo po večjem območju. Zloglasne pandemije pa ne kažejo le visoke stopnje okužb, temveč tudi »eksplozivno« širjenje, to je veliko število primerov, ki se pojavijo v kratkem času. Ta epidemiološka značilnost je značilna za zelo nalezljive bolezni v kratkih inkubacijskih obdobjih (npr. kuga iz 14. stoletja, kolera v letu 1831, gripa).
- **Minimalna populacijska imunost:** Čeprav so bile pandemije pogosto opisane pri delno imunskih populacijah, je očitno, da je pri omejevanju mikrobne okužbe in prenosa imunost prebivalstva lahko močna antipandemična sila. Vendar pa je imuniteta sorazmeren koncept, ki ne pomeni nujno popolne zaščite pred okužbami, kot smo lahko ugotovili tudi pri izbruhu pandemije koronavirusa.
- **Novost:** Izraz pandemija je najpogosteje uporabljen za opis bolezni, ki so nove ali vsaj povezane z novimi različicami obstoječih organizmov. Novost pa je relativen koncept, saj uporaba jasno narekuje, da kadar se pandemije pojavijo in nato za daljši čas izginejo, še vedno ostanejo pandemije, tudi ko se vrnejo. Dejansko lahko rečemo, da je pandemija značilnost nekaterih ponavljajočih se bolezni, kot sta kolera in gripa.
- **Nalezljivost:** Pandemične bolezni so nalezljive in se prenašajo z ene osebe na drugo. Ta prenos je lahko neposreden (od osebe do osebe) ali posreden (od osebe do vektorja ter nato do osebe). Večina nalezljivih bolezni, ki se štejejo za pandemije, so nalezljive za posameznika (primer gripa). Druge bolezni imajo več načinov prenosa, vključno s tistimi, ki so občasno nalezljive, vendar se pogosteje prenašajo z različnimi mehanizmi, kot sta kuga (bolhe) in kolera (voda).
- **Resnost:** Čeprav resnost bolezni ni bilo običajno merilo pandemije, je bil izraz pandemija uporabljen pri hudih ali smrtnih boleznih (npr. Črna smrt, HIV/AIDS in SARS) veliko pogosteje kot pri blagih boleznih.

2.1.3 Odziv na pandemijo

Kljub stalnim izboljšavam na področju razvoja cepiv, zdravstvene oskrbe na splošno ter orodij in metod javnega zdravja, se nastajajoče nalezljive bolezni še naprej širijo po svetu. Potencialni izid so znatne izgube življenj, gospodarske in socialne razseljenosti ter spodkopane politične institucije in stabilnost. Čeprav ostaja mednarodno sodelovanje ključnega pomena za učinkovito pripravljenost na pandemijo, neizogiben prihod izbruha znotraj meja države zahteva, da države pripravijo domače načrte za obvladovanje nastale situacije. (Schwartz & Yen, 2017). Nacionalna **vlada** je naravni vodja za komunikacijo in splošna prizadevanja za vzpostavitev potrebne zakonodaje, politik in virov za pripravljenost na pandemijo, razvoj zmogljivosti in predvidene odzive v vseh sektorjih, zdravstveni sektor (vključno z javnim zdravstvom in zdravstvenimi službami) pa zagotavlja kritične epidemiološke, klinične in virološke informacije, ki nato sporočajo ukrepe za zmanjšanje širjenja pandemičnega virusa in s tem povezane obolevnosti in umrljivosti. Raznolik nabor nezdravstvenih sektorjev mora med pandemijo zagotavljati bistvene dejavnosti in storitve za ublažitev zdravstvenih, ekonomskih in socialnih vplivov. Organizacije civilne družbe skrbijo za ozaveščanje, sporočanje natančnih informacij, nasprotovanje govoricam, zagotavljanje potrebnih storitev in povezovanje z vlado v nujnih primerih (WHO, 2009).

Odziv teh sektorjev je značilno pomemben, saj splošna omejitev gibanja, svetovalni ukrepi glede omejitev potovanja in dovoljeni ukrepi za zmanjšanje prenosa, kot so zaprtje šole in dela, lahko povzročijo osamljenost, zmedo, jezo, frustracije, dolgočasje in nenehen občutek neprimernosti informacij. Čeprav so ti ukrepi upravičeni za zaščito največjih koristi družbe, posameznikom nalagajo veliko breme in posredno kršijo temeljne človekove pravice do prostega gibanja. Poročila kažejo na povečano nasilje v družini in celo zlorabo alkohola med t. i. karanteno (Khoo & Lantos, 2020). Sprva je bilo sicer opaženo, da se splošna javnost na katastrofe običajno odzove z **zanikanjem**. To je vedenje, ki se včasih lahko zgodi pri posamezniku ali skupini in se o njem pogosto govori kot o psihološki strategiji, ki se pojavlja pri ljudeh, ki se soočajo s težkimi okoliščinami ali dogodki – zaradi neizprosne in neizogibne nevarnosti. Uporaba zanikanja, bodisi kot namerna izbira bodisi kako drugače, deluje kot metoda, s katero se izognemo spopadanju z nevarnostjo ali soočanju z njo; s tem se nevarnost odstrani iz zavedanja. Široko uporabljamo zaviranje kognicije, da se izognemo obdelavi silnih čustev in misli, ki spremljajo aktualno težavo (Goldbeck, 1997).

Kot enega osrednjih čustvenih odzivov na pandemijo lahko izpostavimo tudi **strah**. Ljudje imamo tako kot druge živali nabor obrambnih sistemov za boj proti ekološkim grožnjam (Mobbs, Hagan, Dalgleish, Silston & Prévost, 2015). Metaanaliza je pokazala, da je lahko usmerjanje strahov v nekaterih situacijah koristno, v drugih pa ne – privabljanje strahu vodi ljudi, da spremenijo svoje vedenje, če se počutijo sposobne spoprijeti z grožnjo, po drugi

strani pa tudi v obrambne reakcije, ko se počutijo nemočne. Rezultati kažejo, da močni odzivi na strah povzročajo največjo spremembo vedenja šele takrat, ko ljudje začutijo občutek učinkovitosti, medtem ko močni strahovi s sporočili z nizko učinkovitostjo povzročajo največjo stopnjo obrambnih odzivov (Van Bavel in drugi, 2020).

Izkušnje strahu in groženj imajo posledice ne samo za to, kako ljudje mislijo o sebi, ampak tudi za to, kako se počutijo in se odzivajo na druge – zlasti na zunanje skupine. Na primer, nevarnost bolezni je pogosto povezana z višjo stopnjo **nestrpnosti**. Poudarjanje skupinskih meja lahko spodkopava empatijo do tistih, ki so socialno oddaljeni, in poveča dehumanizacijo ali kaznovanje (Van Bavel in drugi, 2020). Čeprav vsaka pandemija ne vodi do nasilja, lahko nevarnost bolezni vseeno povzroči diskriminacijo in nasilje nad stigmatiziranimi skupinami (Jackson in drugi, 2019). Med aktualno pandemijo poročajo o fizičnih napadih na etnično azijske prebivalce v pretežno belih državah, nekateri vladni uradniki pa napačno označujejo koronavirus kot »kitajski virus«. Nasprotno pa lahko svetovna pandemija ustvari tudi možnosti za zmanjšanje verskih in etničnih predsodkov. Usklajena prizadevanja posameznikov, skupnosti in vlad za boj proti širjenju bolezni lahko pošljejo močne signale o sodelovanju in skupnih vrednotah, kar bi lahko olajšalo reorganizacijo prej obravnavanih skupin v eno skupnost s skupno usodo (Van Bavel in drugi, 2020).

Obstaja tudi stališče, da je splošno prebivalstvo vse bolj odporno na javno politiko glede globalnih groženj, vključno s podnebnimi spremembami in nastajajočimi nalezljivimi boleznimi. Raziskave o komuniciranju s tveganji so pokazale, da (napačno) **zaupanje v medije** vpliva na to, kako se splošna javnost odziva na sporočila o pandemijah (Abraham, 2011). Kvalitativne raziskave ponujajo stališče, da čeprav splošna javnost podpira vladne nasvete, v okoliščinah pandemije verjetno ne bo ravnala na način, ki ga svetujejo vlade (Holland & Blood, 2013). Zdi se, da ljudstvo kritično premišljuje o sporočilih o tveganju in prilagaja strategije zmanjševanja tveganja svojim osebnim okoliščinam. Učinkovita komunikacija s splošno javnostjo in razumevanje njihovega odzivanja imata osrednjo vlogo pri obvladovanju pandemij, zlasti na področju nastajajočih nalezljivih bolezni (Davis, Flowers, Lohm, Waller & Stephenson, 2016).

2.1.4 Izbruhi pandemije v preteklosti

V zadnjih 1800 letih se je v človeški zgodovini zgodilo več kot dva ducata večjih pandemij, saj so se ljudje začeli seliti po vsem svetu, vendar pa vsak izbruh ni dosegel ravni, ki jo je koronavirus. Zaradi zdravstvenega znanja in tehnološkega napredka se namreč gradi tudi sposobnost lažjega obvladovanja bolezni. V nadaljevanju so našteje pandemije, ki so v preteklosti najbolj prizadele človeštvo (Lockett, 2020):

- **Bubonska kuga (1346–1353):** Ena izmed najbolj znanih pandemij v človeški zgodovini je bila Črna smrt, globalni izbruh bubonske kuge med leti 1346 in 1353.

Bolezen je povzročila bakterija *Yersinia pestis*, umrlo pa je med 30 in 60 odstotkov prebivalstva Evrope sredi 14. stoletja, čeprav strokovnjaki menijo, da bolezen izvira iz Srednje Azije desetletja prej.

- **1918 pandemija gripe – virus H1N1 (1918–1920):** Ena najsmrtonosnejših pandemij je bila A/H1N1, znana kot Španska gripa, ki se je zgodila leta 1918/19 in povzročila resne bolezni in veliko število smrtnih žrtev – od 20 do 40 milijonov po vsem svetu. Povzročil jo je virus H1N1, ki se je razširil s ptic na ljudi. Pretirana gneča na območjih zdravljenja, slabe sanitarne prakse in prehranske pomanjkljivosti naj bi prispevale k visoki stopnji smrtnosti.
- **Pandemija gripe iz leta 1957 – virus H2N2 (1957–1958):** Pandemija gripe iz leta 1957 je povzročila smrt 1,1 milijona ljudi po vsem svetu. T. i. »azijsko gripo« je povzročil virus H2N2, ki se je s ptic razširil tudi na ljudi. Ta sev gripe je prizadel celotno prebivalstvo, pri čemer se je večina primerov pojavila pri mlajših otrocih in najstnikih.
- **1968 pandemija gripe – virus H3N2 (1968–1969):** Leta 1968 se je pojavil virus H3N2, včasih imenovan tudi hongkonška gripa, druga pandemija gripe, ki je vzela življenja približno milijonu ljudi po vsem svetu. To gripo je povzročil virus H3N2, ki je mutiral virus H2N2 iz leta 1957. Za razliko od prejšnjih pandemij gripe je ta pandemija prizadela predvsem starejše ljudi, ki so imeli najvišjo stopnjo umrljivosti.
- **SARS-CoV (2002–2003):** Izbruh koronavirusa SARS leta 2002 je bila epidemija virusne pljučnice, njegov izbruh pa je povzročil nov koronavirus z neznanim virom prenosa. Večina okužb med izbruhom se je začela na Kitajskem, sčasoma pa se je razširila v Hongkong in druge države po svetu.
- **Praščja gripa – virus H1N1pdm09 (2009):** Izbruh praščje gripe leta 2009 je bila naslednja pandemija gripe, ki naj bi povzročila smrt več kot 500.000 ljudi. Praščjo gripo je povzročila druga različica virusa H1N1, ki je izvirala iz prašičev in se sčasoma razširila s človeškim stikom. Ugotovljeno je bilo, da je del ljudi, starih 60 let in več, že imel protitelesa proti virusu zaradi prejšnjih izbruhov gripe. To je povzročilo večji odstotek okužbe pri otrocih in mlajših odraslih.
- **MERS-CoV (2012–2013):** Koronavirus MERS je povzročil bolezen, za katero so značilne hude bolezni dihal, ki je imela 34-odstotno stopnjo umrljivosti, umrlo pa je 858 ljudi, predvsem na Arabskem polotoku. Izbruh MERS je povzročil koronavirus, ki se je iz neznanega živalskega vira razširil na ljudi, stopnja smrtnosti zaradi izbruha MERS pa je bila precej višja kot pri prejšnjem izbruhu koronavirusa.
- **Ebola (2014–2016):** Izbruh ebole leta 2014 je vključeval epidemijo hemoragične mrzlice, ki je vzela življenja 11.300 ljudi, predvsem v Zahodni Afriki. Izbruh ebole je povzročil virus ebole, za katerega se domneva, da je bil prvotno prenesen z netopirjev na ljudi. Čeprav se je izbruh začel v zahodni Afriki, se je v celoti razširil na osem držav.

2.2 Pandemija koronavirusa

2.2.1 Kaj je koronavirus (COVID-19)?

Koronavirus (COVID-19) je bolezen dihal, ki se lahko širi od osebe do osebe. Povzročil ga je virus SARS-CoV-2 in spada v isto družino koronavirusov, ki so leta 2003 povzročili izbruh hudega akutnega dihalnega sindroma (SARS) in izbruh bližnjevzhodnega dihalnega sindroma (MERS) leta 2012. Ta pandemija se je začela v začetku januarja 2020 v mestu Wuhan v provinci Hubej, Kitajska. Čeprav se je koronavirus pojavil med živalskimi gostitelji, se še naprej širi po vsem svetu s stiki med ljudmi (Feyisa, 2020).

Sam virus vstopi skozi nos, usta ali oči in se pritrdi na celice v dihalnem traktu, ki proizvajajo beljakovino, imenovano ACE2. Vsaka okužena celica lahko sprosti milijone kopij virusa preden umre, vpliva na zgornja dihalna (dihalne poti od nosu do glasilk) in se lahko se razširi tudi na pljuča. V resnih primerih lahko imunski sistem pretirano reagira in napade pljučne celice; v nekaterih primerih okužba povzroči akutni sindrom respiratorne stiske ali celo smrt. Virus lahko konča tudi v kapljicah, ki skozi kašelj ali kihanje uidejo v pljuča, kar vodi do okužbe neposredno na druge ljudi ali posredno preko onesnaženih površin (Surico & Galeotti, 2020).

Določitev inkubacijske dobe okužbe s koronavirusom je ključnega pomena za določanje trajanja karantene, za oceno učinkovitosti vstopnega pregleda in sledenja stikom. Na podlagi Weibullove porazdelitve je bilo ocenjeno, da je povprečno inkubacijsko obdobje 6,4 dneva, v razponu od 2,1 do 11,1 dneva (Backer, Klinkenberg & Wallinga, 2020). V študiji avtorjev Lauer in drugih (2020) pa so ugotovili, da je bila mediana inkubacijske dobe 5,1 dneva in da bi 97,5 odstotka okuženih posameznikov razvilo simptome v 11 dneh po okužbi. Zato lahko rečemo, da je 14-dnevno obdobje aktivnega spremljanja, ki ga priporočajo zdravstveni organi, podkrepljeno z dokazi. V nekaterih primerih se lahko zahteva daljše spremljanje, saj je bilo ocenjeno, da lahko 101 od 10.000 primerov razvije simptome po 14 dneh aktivnega spremljanja ali karantene.

V času pisanja magistrskega dela (5. februarja 2021) je bilo po vsem svetu skupno potrjenih 104.996.000 primerov z več kot 2.285.000 smrtnimi primeri in 58.349.000 okrevanji. Združene države Amerike, Indija in Brazilija ostajajo države z najvišjim številom potrjenih primerov po vsem svetu, pri čemer je Združeno kraljestvo ohranilo položaj četrte najhuje prizadete države. Začetni rezultati programa cepljenja se zdijo obetavni, saj se je od 715.325 oseb, ki so bile cepljene v celoti, pojavilo le 317 okužb. Vzorci krvi, zbrani pri več kot 20.000 prebivalcih Združenega kraljestva med junijem in novembrom 2020, so pokazali, da je 99 odstotkov tistih, ki so bili pozitivno testirani, imelo protitelesa vsaj tri mesece, 88 odstotkov pa jih je imelo polnih šest mesecev (Pharmaceutical Technology, 2020).

2.2.2 Začetek pandemije po svetu in v Španiji

Izbruh pandemije, ki jo je povzročil novi koronavirus (COVID-19), imenovan tudi koronavirus 2 (SARS-CoV-2), je bil prvič odkrit konec decembra 2019 v Wuhanu na Kitajskem (Ayres, 2020). 23. januarja 2020 je bila ukazana 3-tedenska zapora celotni provinci Hubej, skupaj z nekaterimi večjimi mesti, kot sta Peking in Šanghaj, aktivnosti na prostem pa so bile omejene, vsi prevozi v in iz mesta so bili prepovedani. Lokacija podatkov o mobilnem telefonu kitajskega internetnega velikana Baidu je bila uporabljena za sledenje ljudi, pa tudi stikov med osebami (Tanne in drugi, 2020). O prvih primerih zunaj Kitajske so poročali januarja 2020, WHO pa je 11. marca 2020 z več kot 118.000 primeri v 114 državah in z več kot 4000 smrtnimi primeri razglasila pandemijo (Zhu in drugi, 2020).

Španija je bila ena izmed držav, ki je v prvi polovici leta 2020 zabeležila največji vpliv koronavirusa, tako glede okužb kot smrtnih primerov. O prvem potrjenem primeru so poročali 31. januarja 2020. Šlo je za uvožen primer nemškega turista, ki je obiskal otok La Gomera (Kanarski otoki). Po enem mesecu se je število potrjenih primerov povečalo na 100 (Henríquez, Gonzalo-Almorox, Garcia-Goñi & Paolucci, 2020). Možni razlagalni dejavniki za hiter porast okužb kažejo na človeško geografijo (velika gostota prebivalstva in intenzivnost tujih povezav ter domača mobilnost, zlasti kar zadeva Madrid in Barcelono), demografske podatke (staranje) in kulturne navade (družabnost in medgeneracijsko sožitje), pa tudi do pomanjkljivosti v sistemu javnega zdravja. Med njimi so med drugim pomanjkanje priprav in izkušenj v zvezi s pandemijami v primarnem zdravstvenem varstvu, bolnišnične pomanjkljivosti, zlorabe v mnogih domovih ostarelih, slabo usklajevanje med upravami in zamude pri uvajanju ukrepov za socialno distanciranje (Molina, Otero-Iglesias & Pablo-Martínez, 2020).

Šele 14. marca 2020, ko je bilo zabeleženih 7.658 primerov in 285 prijavljenih smrtnih primerov, je Španija razglasila državni alarm in omejila gibanje vseh ljudi. Kljub temu se je nadaljeval naraščajoč trend in 29. marca 2020 je bila ukazana zaostritev, kjer so se vse nebitvene dejavnosti ustavile, sledila je popolna zapora države in omejitev gibanja. Država je dovolila uvedbo glob – Ministrstvo za notranje zadeve je obvestilo, da je bilo do 25. aprila 2020 izdanih 741.407 glob. Poleg tega so policijske sile uporabljale brezpilotne zrakoplove za spremljanje uvedenih ukrepov in obveščanje posameznikov v javnosti o higienskih ukrepih (Henríquez, Gonzalo-Almorox, Garcia-Goñi & Paolucci, 2020).

Med drugim je bil 12. marca 2020 sprejet odlok za ublažitev gospodarskega vpliva pandemije. S paketom so bila dodeljena sredstva za okrepitev zdravstvenega sistema, za podporo družinam in podjetjem, sprejeti pa so bili ukrepi za turistični sektor. Poleg tega je bila za ranljive uporabnike zagotovljena oskrba z vodo in energijo, pa tudi prožnost pri odplačevanju hipoteke. Odlok 18/2020 je razširil ukrepe, povezane z brezposelnostjo, uredbo o začasni zaposlitvi, imenovano ERTE, za zaščito zaposlitve, in sicer od razširitve

tega ukrepa zaradi večjih okoliščin do dovoljenja tistim, ki so vključeni v ERTE, da ne prispevajo k davku za socialno varnost (Henríquez, Gonzalo-Almorox, Garcia-Goñi & Paolucci, 2020).

2.2.3 Odziv na koronavirus

Globalni odziv na pandemijo koronavirusa bo kritična študija primera v prihodnjih učnih načrtih za javno zdravje. Nekatere države so se hitro odzvale in sprejemale skrajne ukrepe, medtem kot so bile druge počasnejše z ohlapnejšimi ukrepi. Zdravstvena kriza, ki jo je sprožila pandemija koronavirusa, je v središču pozornosti postavila številne že obstoječe težave. Ta kritična vprašanja zdravstvenega sistema so se okrepila s hitrim širjenjem virusa. V začetnih fazah epidemije v Italiji je pomanjkanje strateških načrtov za obvladovanje izrednih razmer povzročilo pomanjkanje zaščitne opreme in diagnostičnih reagentov, ki jih je bilo treba uvažati iz tujine. Številne druge kritike, na katere opozarja pandemija koronavirusa, vključujejo zanemarjeno lokalno medicinsko oskrbo, nesprejemljivo skrajšanje števila zdravstvenih delavcev ter pomanjkanje ustrezne infrastrukture in tehnologije. Te negotove razmere je poslabšal tudi kratek stik med centralno vlado in regijami pri upravljanju izrednih zdravstvenih razmer (Nkengasong in drugi, 2020).

Odziv vlade in vladnih organizacij je vsekakor ključen pri reševanju škode, ki jo je povzročil koronavirus. Od sredine marca 2020 je večina evropskih vlad mobilizirala svoje razvojne banke, da olajšajo financiranje in likvidnostne omejitve podjetij. Španska vlada je prek nacionalne razvojne banke (špan. Instituto de Crédito Oficial) sprejela sveženj gospodarskih ukrepov, med katerimi je najpomembnejši sistem jamstva za posojila v višini 100 milijard evrov za podporo podjetjem, ki jih je prizadela kriza kot posledica pandemije koronavirusa (Mertens, Rubio & Thiemann., 2020). Številne vlade so uvedle **omejitve gibanja** v celotni skupnosti, ali drugače rečeno karanteno, kot posredovanje za zaustavitev prenosa koronavirusa s človeka na človeka z omejevanjem individualne mobilnosti in neposredne interakcije. Ti omejevalni ukrepi so segali od svetovanja za delo od doma do obveznega zaprtja šol po vsej državi, nebistvenih podjetij in teritorialnih meja (Wilder-Smith & Freedman, 2020). Do junija 2020 je približno 4,4 milijarde ljudi doživelo zaprtje meja v več kot 100 državah po vsem svetu. V primerjavi z istim obdobjem leta 2019 se je svetovni obseg letalskih potnikov zmanjšal za 63 odstotkov, medtem ko se je pretok cestnega prometa globalno zmanjšal za polovico in aprila 2020 strmo padel za 90 odstotkov (International Energy Agency, 2020).

Velika večina vpisanih študentov je med pandemijo koronavirusa doživela začasno zaprtje šole, z namenom spodbude socialnega distanciranja in upočasnitve prenosa virusa. Da bi institucijam pomagala premagati to nepričakovano krizo, organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo sodeluje z ministrstvi za izobraževanje med državami, da bi zagotovili nadaljnje učenje študentov po različnih alternativnih kanalih in jih na različne načine podpirali s tehnično pomočjo, izbiro digitalnih učnih orodij, prirejanjem

spletnih seminarjev in oblikovanjem nacionalnega učenja (UNESCO, 2020). Številne izobraževalne ustanove, vladne organizacije in tehnološko vodena zagonska podjetja so uvedli spletne tečaje (od katerih so številni brezplačni, nekateri pa imajo minimalno plačilo), kar študentom in učiteljem pomaga, da se začasno spopadejo s stresom, ki se razvija zaradi zapiranja in zaustavitve vseh delovnih prostorov (Li & Lalani, 2020).

Kot odziv na pandemijo koronavirusa so se zgodile tako prostovoljne spremembe vedenja, kar se tiče mobilnosti, kot tudi same administrativne omejitve s strani vlade. Ti ukrepi naj bi zmanjšali hitrost koronavirusa. Za merjenje mobilnosti sta Warren in Skillman (2020) uporabila anonimizirane in/ali neidentificirane lokacije mobilnih naprav, ki predstavljajo razdaljo, ki jo tipični član določene populacije naredi v enem dnevu. Rezultati so pokazali, da se je mobilnost po svetu močno zmanjšala, kar je povezano z nastopom grožnje koronavirusa in posebnimi vladnimi smernicami. Kot enega izmed prvih odzivov ljudstva na prihod pandemije lahko izpostavimo tudi **nakupovanje v ogromnih količinah** – zaloge suhe ali konzervirane hrane, rezancev, mineralne vode ali jedilnega olja. Presenetljivo pa je, da je mnogim trgovinam po vsem svetu zmanjkalo toaletnega papirja. Za to vedenje je na voljo veliko razlag, ljudje se lahko prestrašijo, ko opazujejo, kako drugi kupujejo določene izdelke, saj množični strah okuži posameznika do posameznika in nihče ne želi, da bi ostal lastnik enega nebitnega predmeta, za katerega se zdi, da ga lahko zmanjka. Panični nakup je skladen z modelom, ki ga je predlagal Mawson (2005), kjer če ni jasnih avtoritetnih navodil, se izbira vedenja običajno premika k poznavanju; torej v tem scenariju ljudstvo meni, da je nakup toaletnega papirja v velikem obsegu primerno vedenje. Toaletni papir je tudi predmet, ki ga posameznik zlahka vzame in shrani dlje časa. Fizično shranjevanje lahko deluje kot izbira vedenja, ki ga posameznik lahko sprejme, da oblaži anksioznost, olajša pa tudi posameznikov strah in tesnobo zaradi simptomov koronavirusa (Yau in drugi, 2020).

Pandemija koronavirusa pa je prinesla tudi izredno število in povečano hitrost inovativnih odzivov na krizo. Ko bo prišlo do umiritve, se lahko pričakujejo spremembe v svetu akademske medicine in vsaj nekatere od teh novosti bodo postale del vsakdanjega kliničnega in izobraževalnega delovanja, kot so npr. virtualna oskrba, bolnišnica doma, napredek pri diagnostiki in terapiji, virtualno učenje in virtualno klinično učenje (za regulatorje, akademske zdravstvene centre, fakultete in študente) (Woolliscroft, 2020).

2.2.4 Pričakovanja za prihodnost

Pandemijo koronavirusa opisujejo kot eksistencialno grožnjo našemu načinu življenja. Globina, širina in hitrost, s katero je virus prizadel družbo, je povzročila nepredstavljivo izgubo javnega življenja, množično brezposelnost in neprimerljive državne naložbe, ki bodo prinesle ogromen javni dolg (Amis & Jans, 2020). V skladu s temi negativnimi rezultati na individualni ravni so makroekonomska pričakovanja gospodinjstev postala veliko bolj pesimistična, predvsem med gospodinjstvi v nižjem dohodkovnem razredu.

Hanspal, Weber in Wohlfart (2020) so v nedavni raziskavi med 8.000 ameriškimi gospodinjstvi ugotovili, da so bili šoki na neto dohodke gospodinjstev koncentrirani med tistimi na dnu dohodkovnih razredov in te člani gospodinjstev so posledično imeli tudi manj pozitivna pričakovanja za prihodnost kar se tiče letnega dohodka in povečanega dolga.

Coibion, Gorodnichenko in Weber (2020) so opazovali tudi dramatičen upad zaposlovanja in potrošniške potrošnje ter slabe obete za naslednjih nekaj let. Povprečna percepcija trenutne stopnje brezposelnosti se je povečala za 11 odstotnih točk s podobnimi velikostmi za pričakovanja brezposelnosti v enem letu. Tudi pričakovanja brezposelnosti v naslednjih treh do petih letih so se v povprečju povečala za 1,2 odstotne točke, kar kaže pričakovanje, da bo upad vztrajno negativno vplival na trg dela. Skladno s tem stališčem so se inflacijska pričakovanja v naslednjih dvanajstih mesecih v povprečju zmanjšala za 0,5 odstotne točke, negotovost pa se je povečala za 0,3 odstotne točke. Trenutna dojemanja hipotekarnih obrestnih mer in pričakovanja za konec leta 2020 in 2021 so se v povprečju znižala za približno 0,4 odstotne točke, še večji padec povprečnih pričakovanj pa je v naslednjih petih do desetih letih. Povečana negotovost na ravni gospodinjstev in velik padec načrtovane porabe kažeta na potencialno vlogo nekaterih oblik likvidnostnega zavarovanja, da bi omejila željo po previdnostni porabi in spodbudila povpraševanje, ko se odpravijo lokalne omejitve (D'Acunto, Rauter, Scheuch & Weber, 2020).

2.2.5 Koronavirus in turistični sektor

Turistični sektor, ki predstavlja 10 odstotkov svetovnega BDP, 30 odstotkov izvoza storitev in 1 od 10 delovnih mest na svetu, je bila ena najbolj prizadetih sektorjev glede prihodkov in zaposlovanja, saj namreč vsaka omejitev gibanja ljudi znotraj in med državami lahko negativno vpliva (WTTC, 2020). Za razliko od večine drugih gospodarskih sektorjev ima turistični sektor težave z ohranjanjem dejavnosti v času omejitve gibanja. Kmetijski in maloprodajni sektor hrane sta ostala odprta, nakupi so se v praksi celo povečali. Neživilski maloprodajni sektor lahko posluje na spletu, nekatere neživilske predelovalne industrije, kot so oblačila ali stroji, pa so se (zaradi potrebe trga) odločile tudi za razvoj druge dejavnosti npr. proizvodnje kirurških mask. Tudi delo na daljavo je bilo omogočeno nekaterim podjetjem, predvsem v nestoritvenih sektorjih (Marques-Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020).

Španija je ena redkih držav na svetu, v kateri se zgodi dvojna situacija: turizem je osnovni sektor gospodarstva države, hkrati pa je država vodilna destinacija svetovnega turizma. Ta dvojna okoliščina pomeni, da je na Španijo pandemija, ki jo povzroča koronavirus, vplivala zelo negativno, zato je potrebno razviti ustrezno strategijo okrevanja, ki je posebej usmerjena v ta sektor in njegova podjetja (Rodríguez-Antón in Alonso-Almeida, 2020). Med izbruhom pandemije koronavirusa je španska vlada mnogim podjetjem dovolila začasno prekinitev delovnega razmerja (ERTE), kar pomeni, da delavec preneha zagotavljati delo delodajalcu in delodajalec preneha plačevati zaposlenemu (Conde-Ruiz

in drugi, 2020). Zaradi višje sile v stanju alarma je subvencija pokrila do 70 odstotkov stroškov izplačil, največ do 1.098 € na zaposlenega. Poleg tega lahko podjetja z več kot 50 zaposlenimi dosežejo 75-odstotno znižanje prispevka za socialno varnost in 100-odstotno, če delovna sila ne preseže tega praga (González-Torres, Rodríguez-Sánchez & Pelechano-Barahona, 2020). Glede na svetovni turistični barometer UNWTO se je število mednarodnih prihodov turistov (obiskovalcev čez noč) v enakem obdobju lani v obdobju januar-oktober 2020 zmanjšalo za 72 odstotkov zaradi počasnega zadrževanja virusov, nizkega zaupanja potnikov in omejitev potovanja zaradi pandemije koronavirusa. Zmanjšanje v prvih desetih mesecih leta predstavlja 900 milijonov manj prihodov mednarodnih turistov v primerjavi z enakim obdobjem leta 2019 in pomeni izgubo 935 milijard ameriških dolarjev prihodkov od izvoza iz mednarodnega turizma, kar je 10-krat več kot leta 2009 pod vplivom svetovne gospodarske krize. V prihodnosti naj bi uvedba cepiva postopoma povečala zaupanje potrošnikov in prispevala k olajšanju potovalnih omejitev. Razširjeni scenariji Svetovne turistične organizacije (angl. The World Tourism Organization) za obdobje 2021–2024 kažejo na ponovni razvoj mednarodnega turizma do druge polovice 2021, kljub temu pa lahko vrnitev na ravni 2019 glede mednarodnih prihodov traja od 2,5 do 4 leta (UNWTO, 2020b).

Pandemija koronavirusa je brez primere imela izreden vpliv na naša življenja in svetovno gospodarstvo ter predstavlja pobudo, da začnemo razmišljati o prihodnosti. V tem okviru strokovnjaki in okoljevarstveniki razmišljajo, kako ustvariti občutek nujnosti okoli podnebne krize, da bi spodbudili učinkovite in hitre ukrepe in se v prihodnosti izognili podobni trajnostni krizi. Sektor potovanj in turizma lahko in mora biti sila dobrega pri trajnosti, saj je trajnost jedro vse rasti. Ko gledamo v prihodnost, se moramo spoprijeti s podnebnimi spremembami ter se usmeriti v krožno ali regenerativno gospodarstvo, potrebno je imeti pogum in vodstvo, ki stremlji k namenu in dolgoročnosti ter razumeti moč partnerstva in empatije za vodenje pomembnih podnebnih ukrepov (WTTC, 2020).

2.3 Posledice koronavirusa

2.3.1 Ekonomske posledice

Gospodarska kriza je običajno povezana s krčenjem povpraševanja. Podjetja, ki beležijo upad povpraševanja po njihovem blagu ali storitvah, se navadno odzivajo s prilagajanjem proizvodnih dejavnikov, in sicer z manjšim vlaganjem in zmanjšanjem ravni delovne sile. Zadnja gospodarska kriza 2008/2009 nam kaže, da opaženemu krčenju BDP ni ustrezal enakovreden padec zaposlenosti, trendi namreč kažejo, da se trg dela odziva z enoletno zamudo, tako v smislu krčenja kot okrevanja. Po eni strani skušajo podjetja v času gospodarske krize čim bolj zaščititi svoj človeški kapital in se izogibati odpuščanju zaposlenih (Hijman, 2009), po drugi strani pa se je treba zavzemati za povrnitev zaupanja med podjetniki. Zato so morda spremembe, opažene na trgu dela, vidne šele, ko trg kaže večjo stabilnost rasti (Marques-Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020).

Po oceni OECD (2020) se države, prizadete zaradi koronavirusa, soočajo z visokimi težavami z inflacijo in brezposelnostjo. Pandemija predstavlja resno grožnjo ne samo prebivalstvu sveta, temveč tudi njegovemu gospodarstvu in vpliv gospodarske izgube lahko povzroči nestabilnost gospodarstva. Vpliv so neposredni in posredni stroški ter dolgoročno breme, ki se kaže kot izguba zaslužka umrlih. McKibbin in Sidorenko (2006) sta ocenila, da se gospodarski stroški pandemije gibljejo od 374 milijard ameriških dolarjev za blago pandemijo in do 7,3 bilijona ameriških dolarjev za hudo pandemijo. Tudi posredni stroški so lahko zelo visoki, ti vključujejo vse, kar prispeva k zmanjšanju BDP. Tako imajo pandemije tako takojšnje kot dolgoročne učinke, ki lahko še vrsto let škodijo gospodarstvu države (Prager, Wei & Rode, 2016). Ljudje po vsem svetu ne morejo delati, ker se od njih zahteva, da se izolirajo, prav tako so zaradi zapor v času pandemije podjetja povečala odpuščanje ter zmanjšala plače, posledično je številne zaposlene prizadela izguba dohodka. Koronavirus je povzročil motnjo gospodarstev številnih držav z zmanjšanjem gospodarskih dejavnosti v več sektorjih, kar je vodilo do zmanjšanja zaposlenosti in tokov prihodkov za več podjetij (Verma & Gustafsson, 2020). Tudi poklicno življenje se je korenito spremenilo, saj številni voditelji organizacij zdaj usklajujejo razporejeno delovno silo, hkrati pa skušajo zagotoviti, da imajo tisti, ki morajo delati v neposredni bližini drugih, ustrezno osebno zaščitno opremo. Pandemija pa je povzročila tudi ponovno oceno narave dela. Na daljavo so lahko delali večinoma dobro plačani uslužbenci s prilagodljivostjo, ki ustreza njihovim novim razmeram. Nasprotno pa so bili tisti, ki so bili odpuščeni ali pa so morali delati na kraju samem, pogosto tudi brez potrebne osebne zaščitne opreme, to so bili pretežno revnejši člani družbe in etnične manjšine, ki so bili posledično tudi bolj dovzetni za okužbo s koronavirusom (Amis & Jans, 2020).

Podjetja se morajo med drugim spopadati s stroški, povezanimi z zaprtjem prostorov, vzdrževanjem dezinfekcije delovnega okolja in odhodom zaposlenih, da preprečijo morebitno širjenje virusa ali odpoved rezervacij. Poleg tega so nekatera podjetja zagotovila infrastrukturo in celo sredstva za pomoč vladi pri reševanju pandemije (Ataguba, 2020). Predvsem letalski sektor je bil zaradi pandemije koronavirusa močno prizadet, glavne mednarodne letalske družbe so odložile letalske prevoze, vse letalske družbe pa v tej negotovi situaciji zmanjšujejo število letov. Prepoved potovanja je letalskemu in turističnemu sektorju povzročila milijonske izgube, kar je povzročilo tudi pomanjkanje zdravil, kmetijskih proizvodov, preskrbe s hrano in drugih surovin v prizadetih državah (Ali & Alharbi, 2020).

2.3.2 Družbene posledice

Ker večina dejavnosti v naši družbi vključuje lokalna, regionalna in mednarodna potovanja, lahko omejitve gibanja povzročijo daljnosežne družbene posledice. Množična karantena bi lahko bila dvorezen meč: čeprav je bilo dokazano, da zadrževanje v celotni skupnosti

učinkovito upočasnjuje epidemijo, ima močan vpliv na to, kako posamezniki živijo, potujejo in ohranjajo svoje počutje (Chu, Alam, Larson & Lin, 2020).

Številne države so se odločile, da bodo šole zaprle, da bi upočasnile prenos in olajšale breme za zdravstvene sisteme. Ta zaprtja šol vplivajo na izobraževanje do 80 odstotkov otrok po vsem svetu. Čeprav znanstvena razprava o učinkovitosti **zapiranja šol** glede prenosa virusov še poteka, bi lahko dejstvo, da so šole dalj časa zaprte, imelo škodljive socialne in zdravstvene posledice za otroke, ki živijo v revščini, in bi lahko poslabšalo obstoječe neenakosti (Van Lancker & Parolin, 2020). Razlika v matematičnih spretnostih in stopnjo pismenosti med otroki iz nižjih in višjih družbeno-ekonomskih okolij se v času šolskih počitnic pogosto poveča (Alexander, Entwisle & Olson, 2007), poletne počitnice pa so povezane tudi z nazadovanjem duševnega zdravja in dobrega počutja otrok in mladostnikov iz socialno šibkejših slojev (Morgan in drugi, 2019).

Trdimo lahko, da bo imela pandemija koronavirusa pomembne posledice, ne samo na fizično, temveč tudi na **duševno zdravje** prebivalstva (Pfefferbaum & North, 2020). Zdi se, da izpostavljenost pandemičnemu stresu in socialna izolacija povečujeta težave z duševnim zdravjem, posamezniki so bolj ranljivi za negativne občutke (npr. tesnobo in strah) in iracionalne ideje, ki jih lahko okrepijo poročila o povečanju števila primerov in smrtnih primerov. Te kratkoročne in dolgoročne posledice bodo verjetno povečale razširjenost depresije, tesnobe, utrujenosti, nespečnosti in posttravmatskega stresa. Upoštevati je treba ne samo trenutne razmere posameznikov, temveč tudi njihovo prihodnost (Lima in drugi, 2020).

Možnost večjih življenjskih kriz pa ne zamaje ljudi samo psihološko, socialno in fizično, temveč tudi **versko in duhovno**. Pojavijo se t. i. verski boji, opredeljeni kot napetosti in konflikti okoli svetih zadev, ki imajo lahko različne oblike: občutke jeze, zapuščenosti ali kaznovanosti od Boga, skrbi, da bi travma lahko odražala delo hudiča, dvomi o resničnosti svoje vere, vprašanja o smislu oz. namenu življenja in konflikti z drugimi o verskih vprašanjih (Exline, Pargament, Grubbs & Yali, 2014). Lahko pričakujemo, da bo pandemija koronavirusa sprožila številna od teh globokih verskih in eksistencialnih vprašanj, saj se ljudje spopadajo z načini, kako uskladiti svoja prepričanja v Boga s trpljenjem, ki ga povzroča pandemija (Dein, Loewenthal, Lewis & Pargament, 2020).

Čeprav med pandemijo obstajajo pomembne vzporednice med državami, se nekateri povzročitelji stresa, odzivi in prioritete razlikujejo med državami z visoko in nizko razvitostjo ter med **kulturami in regijami**. Medtem ko ima pandemija koronavirusa potencial, da vpliva na vse posameznike v družbi, bodo ti vplivi različni. To pomeni, da moramo na način, kako se pripravljamo, zaščitimo, zdravimo in zmanjšujemo prenos, gledati z vidika zdravstvene nepristranskosti. Čeprav za samo raziskavo družbenih posledic še ni dovolj podatkov, saj pandemija še poteka, lahko trdimo, da pandemije ključno vplivajo na ranljivejšo populacijo, kot so: starejši, invalidi, ljudje v zaporih, različne

marginalne skupnosti, ljudje s kroničnimi boleznimi, ljudje z nizkim socialnoekonomskim ozadjem, tisti, ki delajo v naključnih delovnih časih, in številne etnične manjšine, ki verjetno ne bodo imeli potrebnih finančnih sredstev za samostojno distanciranje in samozadostnost. Dostop do zdravstvenih storitev v nekaterih državah, vključno z osnovno zdravstveno oskrbo, je odvisen od zavarovanja in sistemov, ki jih uporabniki plačujejo, zaradi česar so nedostopni za najbolj ogrožene ljudi. Tu se pokaže moč privilegiranosti v pandemiji, kar pomeni, da bodo najbolj prizadeti najbolj ranljivi (Smith & Judd, 2020),

Razmere pandemije pa so ustvarile pozitivne vplive na **okolje** zaradi ohranjanja socialne distance, zmanjšanja onesnaževanja in omejene uporabe naravnih virov. Prihodnji razvoj turizma bi moral upoštevati različne okoljske vidike, kot so onesnaževanje, ekosistem in biotska raznovrstnost, uporabo naravnih virov, rekreacijske dejavnosti in ravnanje z odpadki (Bhuiyan, Hassan, Darda & Habib, 2020). Kriza, ki jo je povzročila pandemija koronavirusa, je zagotovo imela širok spekter okoljskih, gospodarskih in socialnih posledic in je močno vplivala na trajnostni razvoj, hkrati pa je pokazala, da je treba razširiti obseg le-tega. Tu je pojavi vprašanje vloge trajnostnega razvoja pri preprečevanju prihodnjih pandemij, saj takšni dogodki, na srečo razmeroma redki, niso bili vključeni v tradicionalne pristope k trajnosti (Jones & Comfort, 2020).

2.3.3 Posledice za turistični sektor in delavce

Turistični sektor je bolj izpostavljen pandemiji koronavirusa in gospodarskim pritiskom kot kateri koli drugi gospodarski sektor, saj je ranljiv in občutljiv na kakršnokoli tveganje, ki ga povzročajo zunanji dejavniki, ne glede na to, ali gre za naravno nesrečo, gospodarsko krizo, mednarodni konflikt, terorizem ali izbruh pandemije (Jiang, Ritchie & Benckendorff, 2019). Lahko trdimo, da je eden izmed najbolj prizadetih sektorjev zaradi izbruha koronavirusa, kar vpliva tako na ponudbo kot na povpraševanje (Feyisa, 2020). Po obetih po letu 2020 naj bi se mednarodni prihodi okrepili leta 2021 na podlagi predpostavke o postopnem preobratu pandemije, uvedbi cepiva, pomembnem izboljššanju zaupanja potnikov in večji odpravi omejitev potovanj. Pričakuje se, da se bo izboljšanje nadaljevalo leta 2022, ko se bodo potovalne razmere normalizirale in bo pandemija globalno omejena. Vendar pa lahko za mednarodni turizem še vedno traja od 2 do 4 leta, da se vrne na takšno raven, kot je bil pred letom 2020 (UNWTO, 2020b). Pandemija koronavirusa je tako drugačna od preteklih pandemij in okrevanje turističnega sektorja po vsem svetu bo trajalo dlje kot povprečno pričakovano obdobje okrevanja 10 mesecev (Škare, Soriano & Porada-Rochoń, 2021).

Prepričanje potrošnikov je pomemben dejavnik, ki pomaga turističnemu sektorju, da si opomore od šoka, ki ga je povzročila pandemija koronavirusa. Njen vpliv na turizem se ne odraža le v nižjih prihodkih na strani ponudbe, temveč tudi v zaznavanju tveganj posameznikov na strani povpraševanja. Pomisleki glede varnosti so ključni dejavnik pripravljenosti turistov na potovanje in močno vplivajo na turistično povpraševanje (Li,

Zhang, Liu, Kozak & Wen, 2020). Za napovedovanje namenov obiskovalcev imajo ključno vlogo nekateri dejavniki, kot so želja, zaznani nadzor nad vedenjem, pravilnost prejšnjega vedenja, nefarmacevtsko posredovanje (Foroudi, Tabaghdehi & Marvi, 2020) in tveganje – visoko zaznano tveganje za zdravje bo stranke posledično privedlo do **nižjega nakupnega vedenja** (Falahuddin, Tergu, Brollo & Nanda, 2020). V primeru Kitajske, ki je prva država, ki je prešla različne faze pandemije koronavirusa, so Craven, Liu, Mysore in Wilson (2020) ugotovili, da si potrošniki počasi vračajo zaupanje. Izbruh SARS leta 2003 to dobro ponazarja kot rast turizma v Aziji, ki se je zelo hitro pobral, ko se je zaznana grožnja zmanjšala (McKercher & Chon, 2004).

Študije, povezane s turizmom in krizo, so potrdile, da so bili učinki pretekle pandemije SARS na turizem praviloma takojšnji in skrajni, a precej časovno omejeni (Li, 2009). Ta pojav bi lahko razložili s **psihološko distanco**: ko se časovna in prostorska razdalja zaznata kot dovolj oddaljeni in je hipotetičnost dogodka majhna, bo pandemija videti obvladljiva za turiste. Obenem pa turisti, ki doživijo psihološko tesen dogodek, na podlagi konstruktivne ravni psihološke oddaljenosti na splošno dokazujejo večje zaznavanje tveganja (Trope & Liberman, 2010). Destinacije se morajo zato osredotočiti na zmanjšanje občutenega **zdravstvenega in psihološkega tveganja** posameznikov. Kar zadeva nastanitve in na podlagi socialne distance, bi si morale majhne nastanitvene enote poskušati ustvariti zaupanje – turisti morajo imeti možnost rezervirati preko spleta, preverjanje se lahko izvaja preko zdravstvene kode turistov, ki potrdi, da so obiskovalci zunaj 14-dnevne karantene, med samim čakanjem pred izvajanjem turistične aktivnosti pa mora biti zagotovljena prostorska razdalja (Li, Zhang, Liu, Kozak & Wen, 2020).

Poudariti je potrebno tudi vlogo **zaposlenih v turističnih podjetjih** v času koronavirusa, ki so bili pod velikim psihološkim pritiskom zaradi dejavnikov, kot so nevarnost za življenje in zdravje, negotovi dohodki, omejeno bivalno okolje ter spremembe urnikov in načinov dela. Da bodo zaposleni delali in ustvarjali koristi za podjetja, morajo podjetja vzdrževati mirna in zdrava psihološka stanja, graditi zaupanje zaposlenih, jim dajati več prepričanja v njihove zmožnosti in jih motivirati (Mao, He, Morrison & Andres Coca-Stefaniak, 2020). Raziskave kažejo, da večje dožemanje negotovosti zaposlitve pri zaposlenih povzroča manjšo produktivnost in posledično negativno stanje duha (Jung, Jung & Yoon, 2021). Poleg tega bi morala podjetja prevzeti pobudo za iskanje rešitev za težave v takšnih stiskah, poiskati varnejše prihodnje razvojne poti ter kopičiti znanje in izkušnje za dolgoročni razvoj posameznikov in samega podjetja. Okrepiti morajo optimizem zaposlenih in sporočiti, da ima turistična panoga svetlo prihodnost, saj bodo tako zmanjšali negativni psihološki davek od pandemije in s tem povečali sposobnosti zaposlenih (Mao, He, Morrison & Andres Coca-Stefaniak, 2020).

Danes je eden najpomembnejših izzivov na svetu, kako se spoprijeti s škodo, ki jo je povzročilo prekomerno izkoriščanje naravnih in človeških virov (Galvani, Lew & Perez, 2020). V razpravah in raziskavah o turizmu v povezavi s pandemijo koronavirusa je bilo

soglasno pozvano, da vidimo in uporabimo pandemijo kot preobrazbeno priložnost za daljnosežne strukturne spremembe v turističnem sektorju, začeniši z razmislekom o njegovi **trajnosti** (Abbas, Mubeen, Iorember, Raza & Mamirkulova, 2021). Pogosto se trdi, da ima turistični sektor visoko odpornost in se je sposoben prilagoditi katastrofalnim ali nepričakovanim pojavom in okrevali po njih, tokrat pa bo sektor moral opraviti zelo hud stresni test. Namesto da se čim prej vrnemo k prejšnjemu operativnemu modelu, nas pandemija poziva k razmišljanju o nevzdržnosti potovalnega in turističnega sektorja pred krizo in k potencialnemu razvoju trajnostnega turizma za pomoč pri vzdrževanju sektorja (Palacios-Florencio, Santos-Roldán, Berbel-Pineda & Castillo-Canalejo, 2021). To povezuje še eno razpravo, ki se je začela nekaj let prej in je poudarila, da je treba zaježiti nekontrolirano (in zato nevzdržno) rast mednarodnih turističnih potovanj in se raje odločiti za strategije rasti, zlasti v prezasičenih destinacijah, ki trpijo zaradi »pretiranega turizma« (Higgins-Desbiolles, Carnicelli, Krolkowski, Wijesinghe & Boluk, 2019). Kratkoročno bomo verjetno začeli opazovati pozitiven trend k **regionalizaciji turizma**, saj se bo večina odločila za potovanje z lastnim avtomobilom, stran od velikih mest, turisti pa bodo začeli razmišljati in delovati lokalno, po drugi strani pa Kreiner in Ram (2020) v svoji študiji o vplivu pandemije na turistični sektor in izvajanje politike na svetovni ravni trdita, da je vseeno potrebna reaktivacija mednarodnega povpraševanja za ponoven vzpon sektorja.

Navsezadnje pa je potrebno omeniti tudi posledičen razcvet **e-turizma**, ki zajema analizo, oblikovanje, izvajanje in uporabo rešitev informacijske tehnologije v turističnem sektorju ter analizo vpliva tehničnih in gospodarskih procesov ter tržnih struktur (Neidhardt & Werthner, 2018). Kriza nadaljnje spodbuja k razmišljanju o razširljivosti, dinamičnih sistemih in informacijah v realnem času, da se prilagodijo hitrim spremembam povpraševanja in ponudbe v pričakovanju različnih učinkov po vsem svetu in verjetnosti prihodnjih blokad. Poleg tega mora tehnologija predvideti premike v vedenju potrošnikov (npr. zaznavanje tveganja, rezervacije v zadnjem trenutku, želje po predhodnih rezervacijah v novih okoliščinah, potreba po prilagojenih paketih) in verjetne spremembe v načinu interakcije (Gretzel in drugi, 2020). Pandemija koronavirusa bi lahko spodbudila tudi razvoj **umetne inteligence** v turizmu, ki je trenutno še vedno v začetni fazi (npr. Chatboti, servisni roboti, prepoznavanje obrazov). Po eni strani lahko vedno večja uporaba umetne inteligence v turizmu okrni izkušnjo, saj zmanjša socialne stike, po drugi strani pa bi lahko izboljšala življenje posameznikov in turistično izkušnjo pred potovanjem, med njim in po njem. Umetna inteligenca bi lahko pomagala z ustvarjanjem individualiziranih ponudb, ki ustrezajo željam in potrebam turistov, zagotavljanjem hiperpersonaliziranih informacij v določenem kontekstu in v realnem času, nadaljnjim razvojem obstoječih tehnologij in povezovanjem ter ustvarjanjem integriranega omrežja tehnologij z umetno inteligenco (npr. z navidezno resničnostjo) (Grundner & Neuhofer, 2020).

V spodnji tabeli 1 prikazujem dosedanje ugotovitve raziskovalcev na področju pandemije koronavirusa, ki so analizirali trenutno stanje in morebitne posledice za turistični sektor.

Tabela 1: Ugotovitve relevantnih raziskav na področju pandemije koronavirusa

Avtor	Predmet raziskave	Pomembna odkritja	Način preučevanja
Abbas, Mubeen, Iorember, Raza & Mamirkulova, (2021)	Posledice po pandemiji koronavirusa in politične pobude za ponastavitev trajnosti turističnega sektorja	Podjetja v turistični panogi se bodo morala osredotočiti na trajnostne predloge, če je to finančno mogoče.	Raziskovalna študija posledic pandemije koronavirusa in neposrednih vplivov na turizem, odnosov in praks za doseganje razcveta in okrevanja sektorja
Aburumman (2020)	Preučevanje vpliva koronavirusa na svetovni trg MICE industrije (angl. meetings, incentives, conferences, exhibitions) in določitev konkurenčne strategije preživetja turističnih podjetij	Kakovost poslovnega turizma bo ključna za okrevanje turistične industrije.	Multiplikativna analiza za oceno donosnosti industrije MICE in vpliva obratovalnih stroškov na konkurenčnost podjetij MICE
Falahuddin, Tergu, Brollo & Nanda (2020)	Razmerje med zaznavanjem tveganja in namero potovanja, kadar raven stresa zaradi koronavirusa deluje kot moderatorski dejavnik	Zaznavanje tveganja bo bistvenega pomena za odločanje o potovanju, ki turistom omogoča, da odložijo nakupne odločitve oz. jih opustijo.	Kvantitativni pristop, v katerega je bilo vključenih 409 anketirancev po vsem svetu, podatki zbrani preko spletnih vprašalnikov
Foroudi, Tabaghdehi & Marvi (2020)	Zaznavanje globalnega izbruha koronavirusa na potrošnikovo prepričanje, čustva in željo do turističnih storitev	Potrošniška poraba za turizem bo znatno oslABLJENA.	Raziskava (instrument), razdeljena med posamezniki, ki so bili pred pandemijo redni kupci različnih restavracij v Londonu (Velika Britanija)

se nadaljuje

Tabela 1: Ugotovitve relevantnih raziskav na področju pandemije koronavirusa (nad.)

Gretzel in drugi (2020)	Predstavitev šestih stebrov, ki bodo usmerjali k prizadevanjem za preoblikovanje e-turizma, vključno z zgodovinskostjo, reflektivnostjo, pravičnostjo, preglednostjo, pluralnostjo in ustvarjalnostjo	Pandemija koronavirusa bo pospešila tehnološke inovacije v turističnem sektorju.	Transformativna raziskava e-turizma z uporabo 6 stebrov, ki kritično analizira in izrecno dvomi o zasnovah, posledičnih ugodnostih in verjetnih posledicah tehnologij ter predstavitev alternative
Kreiner & Ram (2020)	Vpliv pandemije ne le na turistični sektor, temveč tudi na izvajanje politike na svetovni ravni	Ponovno aktiviranje mednarodnega povpraševanja bo ključnega pomena za preživetje krize sektorja zaradi pandemije koronavirusa.	Sedem anketiranih držav, izbranih na podlagi geografske razpršenosti, faz pandemije, velikosti, preteklih zgodovinskih kriz in statusa meje), analiziranih v skladu s strategijami in taktikami UNWTO
Li, Zhang, Liu, Kozak & Wen (2020)	Strategije za zmanjšanje zaznavanja tveganja, spodbujanje določenih vrst turizma, uravnavanje neetične potrošnje ter analize okrevanja po krizah	Varnostni in zdravstveni ukrepi bodo ključno vplivali na pripravljenost turistov na potovanje in na splošno turistično povpraševanje na posamezni destinaciji.	Teoretični pregled psihološke oddaljenosti in teorije konstruktivne ravni ter razmerja med psihološko distanco in zaznamim tveganjem
Mao, He, Morrison & Andres Coca-Stefaniak (2020)	Ponazoriti, kako so podjetja prispevala k psihološkemu kapitalu zaposlenih v turizmu med krizo zaradi pandemije koronavirusa, ki temelji na teoriji ohranjanja virov	Podjetja morajo vzdrževati in graditi zaupanje zaposlenih, jim dajati več prepričanja v njihove zmožnosti in jih motivirati za uspešen obstoj na trgu po pandemiji.	Na podlagi raziskave med 430 zaposlenimi v turističnih podjetjih, vključno s turističnimi agencijami, spletnimi potovalnimi agencijami (OTA) z uporabo konceptualnega modela raziskave

se nadaljuje

Tabela 1: Ugotovitve relevantnih raziskav na področju pandemije koronavirusa (nad.)

Palacios-Florencio, Santos-Roldán, Berbel-Pineda & Castillo-Canalejo (2021)	Zaznavanje turistov o trajnostnem turizmu in ugotavljanje dejavnikov, ki prispevajo k njegovemu razvoju	Popandemične razmere bodo zahtevale trajnostni razvoj turizma na podlagi vedenja turistov, izbire destinacije ter načrtovanja in strategij turizma.	Uporaba strukturnih enačbenih modelov v raziskavi med 308 turisti za preučevanje dejavnikov, ki so povezani z odnosom turistov, motivacijo in zaznanimi koristmi, ki jih prinaša razvoj trajnostnega turizma
Škare, Soriano & Porada-Rochón (2021)	Merjenje potencialnih učinkov pandemije koronavirusa na turistični sektor	Negativni šoki bodo veliki, ne le kratkoročno, ampak tudi dolgoročno, turistični sektor pa bo potreboval nekaj let, da si opomore.	Uporaba PSVAR na podatkih od 1995 do 2019 in sistemsko dinamično modeliranje (podatkovni parametri v realnem času, povezani s pandemijo)

Vir: lastno delo.

Stanje pandemije koronavirusa je močno vplivalo na turistični sektor in celotno gospodarstvo države. Prihodnji razvoj turizma bo temeljil na oceni različnih deležnikov – lokalnih skupnosti, organizatorjev potovanj, lastnikov nastanitev, poslovnežev v prehranbenem sektorju, turističnih vodnikov in ponudnikov prevoza. Poleg tega bo v bližnji prihodnosti poudarek na vplivu na makro ravni – vpliv podnebnih sprememb na turizem, vpliv na BDP, obdavčitev in gospodarsko blaginjo. Tudi popandemične razmere bodo zahtevale trajnostni razvoj turizma na podlagi vedenja turistov, izbire destinacije ter načrtovanja in strategij turizma v luči novih posledicah (Bhuiyan, Hassan, Darda & Habib, 2020).

3 KVANTITATIVNA RAZISKAVA NA PRIMERU TURISTIČNIH DELAVCEV V BARCELONI

Po pregledu literature in različnih raziskav na področju turizma v povezavi s preteklimi in z aktualno pandemijo sem se odločila, da bom izvedla kvantitativno raziskavo, ki bo povezovala pridobljeno znanje in ključne ugotovitve na raziskovanem področju. Sprva bom opredelila namen in cilje ter postavila raziskovalna vprašanja, na podlagi le-teh oblikovala vzročni model in temeljne hipoteze ter opredelila metodologijo dela. Sledila bo analiza rezultatov raziskave, bivariatna analiza med dvema skupinama udeležencev in ključne ugotovitve z napotki za morebitne nadaljnje raziskave.

3.1 Namen in cilji raziskave

Namen magistrskega dela je raziskati odnos turističnih delavcev do pandemije koronavirusa ter jim pomagati razumeti aktualno stanje v turistični panogi v luči posledic pandemije na območju Barcelone, hkrati pa ugotoviti, kaj lahko pričakujemo v bližnji in daljni prihodnosti na področju turizma v Barceloni.

Cilj magistrskega dela je ugotoviti, kakšne posledice (tako ekonomske kot psihološke) je imela dosedanja pandemija koronavirusa na turistične delavce v Barceloni in kako je to vplivalo na njihova pričakovanja za prihodnost turistične panoge s pomočjo analize le-te in raziskave stanja na trgu dela. Skozi raziskavo sem želela dokazati korelacijo med različnimi vplivnimi dejavniki in ugotoviti, ali obstajajo odstopanja glede na do sedaj opravljene raziskave. Prav tako je bila preverjena razlika med lokalnimi prebivalci in priseljenci glede njihovega odnosa do turizma in prihodnosti turističnega sektorja.

3.2 Raziskovalna vprašanja in temeljne hipoteze

3.2.1 Raziskovalna vprašanja

Na podlagi podatkov, ki sem jih pridobila med pisanjem teoretičnega dela, predvsem s poudarkom na interpretaciji preteklih raziskav, sem oblikovala začetna raziskovalna vprašanja in strukturni vzročni model ter postavila temeljne hipoteze. S prvimi 4 vprašanji želim preveriti, kakšne posledice je pandemija koronavirusa pustila v letu 2020 na posameznega turističnega delavca (spremenjeno finančno stanje, težnja po zamenjavi delovnega mesta in indirektne posledice) in kakšna je bila njihova percepcija na odziv vodstva (to sta vlada in podjetje, v katerem so ali so bili zaposleni). S petim raziskovalnim vprašanjem sem želela raziskati, kakšen odnos imajo delavci do turizma in potovanj v luči pandemije, zadnje raziskovalno vprašanje pa se nanaša na same posledice pandemije na turistični sektor, predvsem kako se bo razvijal v prihodnjih mesecih in letih ter kaj si turistični delavci obetajo v prihodnosti.

1. Kako se je ekonomsko (finančno) stanje turističnega delavca spremenilo kot posledica izbruha koronavirusa?

Pandemija ima še posebej močan vpliv na tiste panoge, kjer potrošnja zahteva večjo družbeno bližino. V okviru raziskave finančnega položaja delavcev, ki so najbolj prizadeti v času pandemije v Španiji, je prišlo do ugotovitve, da se je ekonomsko stanje najbolj poslabšalo tistim delavcem, ki niso bili zmožni opravljati svojega dela od doma in ki so bili zaposleni v prehranbnem in hotelskem sektorju (Alvargonzález, Pidkuyko & Villanueva, 2020). V marcu 2020 je bil sprejet odlok za ublažitev gospodarskega vpliva koronavirusa, ki se je nanašal tudi na turistični sektor, odlok 18/2020 pa je še razširil ukrepe in uvedel

uredbo o začasni zaposlitvi, imenovano ERTE, za zaščito zaposlitve (Henríquez, Gonzalo-Almorox, Garcia-Goñi & Paolucci, 2020). Vseeno lahko trdimo, da se je ekonomski status povprečnega turističnega delavca poslabšal zaradi manjše finančne nadomestitve, vendar pa so poleg brezposelnosti tu še drugi dejavniki, ki jih je vredno raziskati, kot so prihranki pri luksuznih dobrinah (to so potovanja, obiski restavracij, športnih in kulturnih dejavnosti ipd.).

2. Ali so turistični delavci zadovoljni s trenutnim stanjem zaposlitve oz. ali bi zamenjali svoje delovno mesto za službo v ne-turističnem sektorju?

V okviru raziskovalnega vprašanja bodo preverjena nagnjenja delavcev v turističnem sektorju k zamenjavi delovnega mesta oziroma poklica glede na različne dejavnike na območju Barcelone, kjer je turizem v letu 2019 generiral 8,6 odstotka delovnih mest (Orti & Pont, 2019). Zaznana negotovost zaposlitve je eden najbolj stresnih trenutkov v karieri vsakega zaposlenega (Reisel, Probst, Chia, Maloles & Konig, 2010), kar so občutili mnogi turistični delavci med pandemijo koronavirusa. Brynjolfsson in drugi (2020) so z ad-hoc anketami zagotovili dokaze o velikem prehodu na delo na domu v prvih mesecih pandemije. Ker turizem v večji meri ne ponuja dela od doma, bo tako posledično prišlo do zmanjšanja privlačnosti turističnih poklicev. Posledice krize lahko pripeljejo do želje posameznikov, da zapustijo delovno mesto, kar je vidno na primeru politične krize v Egiptu leta 2011, ko je večina delavcev v turističnem sektorju izrazila, da so izgubili vero v organizacijo, so bili manj motivirani za delo in njihova želja, da zapustijo organizacijo, se je povečala (Elshaer & Saad, 2017). Raziskava na področju Barcelone bo ponudila nov pogled na posledice, ki se ključno razlikujejo od preteklih kriz in posledične fluktuacije delovne sile.

3. Kakšna je njihova splošna percepcija o odzivu vodstva na pandemijo?

Vlada in podjetja so bili soočeni z nikoli prej videno situacijo ob prihodu pandemije koronavirusa. Vsepovsod po svetu so bili implementirane različne stopnje zaprtosti držav, ki pogosto žrtvujejo državljanske svoboščine in globoko spreminjajo že obstoječe razmerje moči, ki goji strah pred avtoritarnim obratom. V zvezi s tem lahko kriza, ki jo je povzročila pandemija, daje priložnost za centraliziranje in kopičenje moči ter povečanje nadzora, saj državljani morda želijo zamenjati državljanske svoboščine in zastopanje preferenc v zameno za zaščito in učinkovitost pri odzivu. Dokazi iz Španije kažejo, da posamezniki, ki osebno doživljajo koronavirus – torej bodisi sami bodisi tesen prijatelj ali družinski član – izražajo nižje ravni političnega zaupanja (Amat, Arenas, Falcó-Gimeno & Muñoz, 2020).

4. Katere so bile najbolj pogoste indirektne posledice prvega vala koronavirusa?

Poleg zdravstvenih in ekonomskih posledic lahko razsežnost pandemije in posledičnega začetka krize čutimo tudi na drugih področjih. Kithiia, Wanyonyi, Maina, Jefwa in Gamoyo

(2020) so na primeru mesta Mombasa, Kenya ugotovili, da je prebivalce poleg finančne izgube najbolj prizadelo omejitev gibanja, stres, omejitve cerkvenih dejavnosti in izgube na področju šolstva in izobrazbe. Že zgodnje študije na Kitajskem so pokazale tudi pomemben vpliv izbruha na duševno zdravje s povečanjem tesnobe, depresije, napadov panike in nespečnosti, posledično pa tudi veliko tveganje za samomor (Yao, Chen & Xhu, 2020). Predvsem zaposleni v turističnih podjetjih so bili v času pandemije pod velikim psihološkim pritiskom zaradi različnih dejavnikov (npr. negotovo ekonomsko stanje, nevarnosti na delovnem mestu, spremembe urnikov in načinov dela med drugim) (Mao, He, Morrison & Andres Coca-Stefaniak, 2020). V okviru raziskovalnega vprašanja bodo preučeni različni posredni učinki glede na stopnjo prizadetosti med turističnimi delavci Barcelone, raziskava pa bo tako ponudila edinstven pogled na občutja izbranega dela populacije.

5. Kakšen je odnos turističnih delavcev do turizma in potovanj v luči pandemije koronavirusa?

Turistična panoga lahko cveti le, če sektor zaposli ustrezno kakovostno osebje s pozitivnim odnosom do turizma. Wachyuni in Kusumaningrum (2020) trdita, da obstajata strast in optimizem, da bo turizem hitro okreval, saj sta na podlagi raziskave ugotovila, da bodo ljudje načrtovali kdaj in kam potovati takoj po koncu pandemije koronavirusa, poleg tega pa študija podaja stališče, da bo potovanje človeška potreba v tistem trenutku. Raziskave v letu 2020 so pokazale, da so pri izbiri počitniške destinacije glavni atributi nizka turistična gostota in ustrezni sanitarni pogoji, ki jih mora imeti destinacija. Da bi se izognili prenatrpanim krajem, turisti pokažejo prednost destinacijam z dejavnostmi na prostem in s stikom z naravo (Marques-Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020). Pričakujemo pa lahko, da bodo predvsem posamezniki, ki imajo zaradi zaposlitve neposredno koristi od turizma, izkazali večjo podporo panogi.

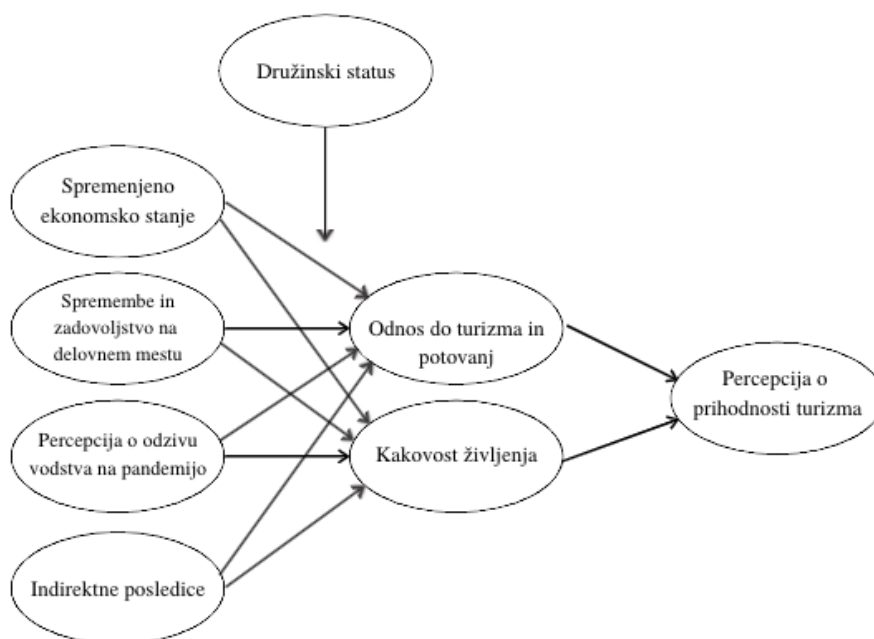
6. Kako vidijo turistični delavci na območju Barcelone prihodnost turističnega sektorja?

V okviru zadnjega raziskovalnega vprašanja bom ocenjevala, kako turistični delavci vidijo prihodnost sektorja in kaj si obetajo na področju Barcelone z vidika rasti turizma in delovnih mest. Četudi se prihodnosti turizma zaradi nepredvidljivosti pandemije ne da predvideti, so bile v zadnjem letu narejene številne raziskave, kako bi panoga lahko bila videti v prihodnjih nekaj letih in kakšne spremembe si lahko obetamo na tem področju. Barcelona se je v preteklosti spopadala z vedno večjo prisotnostjo masovnega turizma, kar je bilo videno negativno s strani lokalnega prebivalstva, posledično so v zadnjih letih že začeli s strateškim načrtom za oblikovanje bolj trajnostnih oblik turizma (Ajuntament de Barcelona, 2017). Kljub negotovosti je ena najverjetnejših posledic krize krepitev bližnjega turizma (turizem in potovanje v bližini doma), saj se bodo turisti po krizi verjetno odločili za potovanje na cilje, bližje kraju bivanja (Galvani, Lew & Perez, 2020).

3.2.2 Temeljne hipoteze (na podlagi vzročnega modela)

Analizo sem opravila s pomočjo postavitve t. i. teoretičnega vzročnega modela, ki je diagram razmerij med neodvisnimi, nadzornimi in odvisnimi spremenljivkami, njegova analiza pa se lahko izvede na dva osnovna načina. Prednostna metoda je zgraditi model pred začetkom študije na podlagi teoretičnih pričakovanj. Pri tej metodi raziskovalec upošteva razmerje med neodvisnimi in odvisnimi spremenljivkami, ki nas zanimajo, nato pa se modelu dodajo spremenljivke, ki bi lahko vplivale na neodvisno ali odvisno spremenljivko ali na razmerje med njimi, ter se določi smer njihovih učinkov. Vsaka povezava mora biti podprta s pričakovanji drugih teorij (teoretični dokazi), rezultati raziskav (empirični dokazi) ali izkustvenim znanjem (Youngblut, 1994). Slika 2 prikazuje začetno postavitev teoretično-vzročnega modela.

Slika 2: Postavitev teoretičnega vzročnega modela



Vir: lastno delo.

Kot vidno na zgornji sliki, sem na podlagi pridobljenega teoretičnega znanja in opažanj sestavila vzročni model iz treh stopenj: 1. stopnja vključuje neodvisne spremenljivke »Spremenjeno ekonomsko stanje«, »Spremembe in zadovoljstvo na delovnem mestu«, »Percepcija o odzivu vodstva na pandemijo« in »Indirektne posledice«, ki predstavljajo prva štiri raziskovalna vprašanja in so bila preverjena neodvisno od ostalih spremenljivk. V 2. stopnji sta uporabljeni odvisni spremenljivki »Odnos do turizma in potovanj« in »Kakovost življenja«, ki sta bili prav tako preverjeni neodvisno, vendar obstaja povezava med spremenljivkami 1. in 2. stopnje ter neposredno tudi povezava med njima. Kot moderator med 1. in 2. stopnjo je bila sprva uporabljena spremenljivka »Družinski status«, ki bi lahko značilno vplivala na razmerje med spremenljivkami, vendar je bila kasneje

izpuščena. V zadnji, 3. stopnji pa se nahaja spremenljivka »Percepcija o prihodnosti turizma«, ki je za raziskavo najpomembnejša in je pod (ne)posrednim vplivom vseh prej naštetih spremenljivk. Imena spremenljivk sem kasneje ustrezno spremenila in oblikovala hipoteze, ki so povezave med omenjenimi spremenljivkami. Te so ključne za mojo raziskavo, saj bodo pokazale edinstven pogled na percepcijo o prihodnosti turizma glede na posredne in neposredne vplive različnih spremenljivk. Kot omenjeno zgoraj, sem glede na oblikovan vzročni model oblikovala temeljne hipoteze, potrebne za empirično raziskavo:

H1: Negativno zadovoljstvo s financami ima negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj

Hipoteza se nanaša na ugotovitve raziskovalcev Haralambopoulos in Pizam (1996), ki sta preučevala povezavo med pozitivnim odnosom do turizma in večjimi dohodki. Premožnejši prebivalci z bolj pozitivnim odnosom do turizma naj bi bolj podpirali turistični razvoj, prebivalci z nizkimi dohodki pa manj.

H2: Pozitivna stopnja varnosti in zadovoljstva pri delu ima pozitiven vpliv na odnos do turizma in potovanj

Glede na raziskavo Kim (2018) je bila fluktuacija na delu močno negativno povezana z samim odnosom do turizma. Raziskava je pokazala, da nameni fluktuacije niso bili tako izraziti med zaposlenimi, ki so bili motivirani za svoje delo in so svoje delo v turistični panogi prepoznali kot vir učenja in napredka. Iz tega lahko izpeljemo, da bodo posamezniki, ki niso zadovoljni z zaposlitvijo v turističnem sektorju, imeli tudi negativnejši odnos do turizma in potovanj. Sapta, Muafi in Setini (2021) so ugotovili, da organizacijska kultura in zadovoljstvo pri delu pozitivno vplivajo na motivacijo zaposlenega, kar bo posledično vodilo k pozitivnejšem pogledu na sam sektor in pomenilo pozitivnejše rezultate za podjetje v obliki večjega dobička.

H3: Pozitiven odnos do vlade ima pozitiven vpliv na odnos do turizma in potovanj

Po krizi, ki jo je povzročila pandemija, bodo vlade in vodstva podjetij ključnega pomena za ublažitev negativnih gospodarskih vplivov, povezanih s pandemijo. Španska vlada je ustvarila načrt za oživitev turizma, ki si prizadeva za razvoj, izvajanje in uveljavitev socialno-sanitarnih specifikacij, da bi zagotovili, da so turistične destinacije varne, poleg tega pa si prizadeva razviti in izvajati nove v zdravje usmerjene modele znanja ter po potrebi aktivirati turistično povpraševanje (OECD, 2020), saj bi politična nestabilnost lahko imela negativen vpliv na turizem, kot že dokazano v preteklih raziskavah (Ingram, Tabari & Watthanakhomprathip 2013; Ivanov, Gavrilina, Webster & Ralko, 2017).

H4: Večji vpliv indirektnih posledic ima negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj – ni vključena v preverjeni model

Mnogi avtorji so se v preteklem letu osredotočili na raziskave možnih posledic pandemije (npr. nezmožnost potovanja, socialno distanciranje, vpliv na duševno zdravje, spremenjene prehranjevalne navade, nasilje v družini, vzgojni, verski in ekološki vpliv ter politična nestabilnost). Predvidevam lahko, da bodo imele negativen vpliv na posameznikov odnos do turizma in ponovnih potovanj, saj imajo v večini negativno konotacijo.

H5: Negativno zadovoljstvo s financami ima negativen vpliv na kakovost življenja

Keyvanara, Khasti, Zadeh in Modaber (2015) so ugotovili, da ima višji finančni in socialni status pozitivno korelacijo s kakovostjo življenja, predvsem na področju telesnega in duševnega zdravja, socialne dejavnosti, javnega dostopa do zdravstvenih storitev in vitalnosti. Havasi (2013) je kasneje pritrdil, da so bogatejši ljudje srečnejši v primerjavi z revnejšimi znotraj držav, ljudje bogatejših držav pa na splošno srečnejši.

H6: Pozitivna stopnja varnosti in zadovoljstva na delovnem mestu ima pozitiven vpliv na kakovost življenja

Raziskava avtorjev Drobnič, Beham in Präg (2010) kaže, da je vprašanje varnosti, kot je varnost zaposlitve in plačila, ki zagotavlja ekonomsko varnost, ključni element, ki na neposreden način vpliva na kakovost življenja ljudi. Drugi delovni pogoji, kot so avtonomija pri delu, dobre poklicne možnosti in zanimiva zaposlitev, predstavljajo veliko zadovoljstvo z delom, kar pa posredno povečuje zadovoljstvo z življenjem. Unanue, Gómez, Cortez, Oyanedel in Mendiburo-Seguel (2017) so v svoji raziskavi preučevali povezavo med zadovoljstvom z delom in zadovoljstvom z vsakodnevnim življenjem in na vzorcu populacije dokazali, da pomoč delavcem, da se lahko odločijo, kaj bodo počeli, pa tudi njihovo dobro počutje na delovnem mestu, ključno vplivata na zadovoljevanje njihovih psiholoških potreb, zaradi česar so bolj zadovoljni ne samo s službo, ampak tudi z življenjem.

H7: Pozitiven odnos do vlade ima pozitiven vpliv na kakovost življenja

Khan, Kamruzzaman, Rahman, Mahmood in Uddin (2021) so v svoji študiji odkrili, da so imeli vladni posegi značilen vpliv na psihološki stres in stisko, ti dve spremenljivki pa neposreden vpliv na kakovost življenja. Posamezniki, ki so se negativno odzvali na vladne ukrepe, so tako posledično imeli bolj negativno zaznavanje o kakovosti življenja.

H8: Večji vpliv indirektnih posledic ima negativen vpliv na kakovost življenja – ni vključena v preverjeni model

Khan, Kamruzzaman, Rahman, Mahmood in Uddin (2021) so s pomočjo strukturnega modela prav tako dokazali, da je socialno distanciranje negativno povezano s psihološko stisko, psihološka stiska pa negativno vpliva na kakovost življenja. Predhodno so Laupacis, Muirhead, Keown in Wong (1992) ter Robinson-Smith, Johnston in Allen (2000) v neodvisnih raziskavah dokazali, da nezmožnost potovanja in na splošno gibanja negativno vpliva na stopnjo posameznikove kakovosti življenja.

H9: Pozitiven odnos do turizma in potovanj ima pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma

H10: Pozitivna stopnja kakovost življenja ima pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma

Posebej skrb vzbujajoči za prihodnost svetovnega turističnega sektorja so učinki pandemije na potovanja in turizem v obliki zaznanega tveganja, povezanega s potovanjem in turizmom v obdobju po pandemiji (Matiza, 2020). Predvidevamo lahko, da bodo posamezniki s pozitivnejšim odnosom do turizma in višjo kakovostjo življenja imeli pozitivnejšo percepcijo o prihodnosti turizma, hkrati pa se bodo osredotočili na turizem manjše razsežnosti, domača potovanja, posamezne turistične izkušnje in bodo bolj zadržani pri turistični porabi (Bratić in drugi, 2021).

H11: Družinski status ima značilen vpliv na razmerje med spremenljivkami »Zadovoljstvo s financami«, »Varnost in zadovoljstvo pri delu, »Odnos do vlade« in »Indirektne posledice« ter spremenljivkama »Odnos do turizma in potovanj« in »Kakovost življenja« (odvisni spremenljivki) – ni vključena v preverjeni model

V pretekli raziskavi o turizmu in kakovosti življenja prebivalcev so vezani prebivalci v primerjavi z nevezanimi prebivalci pokazali bolj pozitiven odnos do splošnih vplivov turizma na njihovo kakovost življenja (Matatolu, 2019), zato lahko predvidevam, da bo imela družinski status značilno vlogo moderatorske spremenljivke. Hipoteza 11 ni bila preverjena, saj moderatorska spremenljivka ni bila vključena v model zaradi nereprezentativnosti in premajhnega vzorca.

3.3 Metodologija

3.3.1 Metoda raziskave

Empirični del bo temeljil na primarnem zbiranju podatkov, ki bodo pridobljeni s pomočjo ankete. Anketiranje je najpogostejše uporabljena metoda zbiranja primarnih podatkov, kjer anketiranci odgovarjajo na enaka vprašanja po vnaprej določenem vrstnem redu (Saunders, Lewis & Thornhill, 2003, str. 280). Poteka lahko na štiri osnovne načine, in sicer:

telefonsko, osebno (srečanje z anketarjem), preko pošte in elektronsko (elektronska pošta ali vprašalnik, objavljen na svetovnem spletu) (Malhotra & Birks, 2007, str. 267).

Z namenom pridobivanja čim večjega vzorca sem se odločila za metodo spletne ankete, ki je bila izvedena s pomočjo spletne strani 1KA in je bila na spletu dostopna od dne 17. 12. 2020 do dne 27. 2. 2021. S pomočjo spletnega vprašalnika je bila izvedena raziskava, v katero so bili vključeni turistični delavci na območju Barcelone, starejši od 18 let. Naredila sem neverjetnostno priložnostno vzorčenje, anketa je bila namreč posredovana le turističnim delavcem, ki delajo ali so delali v času pandemije na območju Barcelone.

Razlog za izbiro spletnega vprašalnika je preprostost izvedbe in možnost pridobitve večjega števila odgovorov brez geografske omejenosti in posledično možnost pridobitve podatkov širših demografskih skupin. Po ugotovitvah Koundinya, Klink, Deming, Meyers in Erb (2016, str. 54), spletne ankete prinašajo bistveno višji odziv kot fizični vprašalniki in imajo dostop do širše skupine anketirancev, kar omogoča tudi večje število odgovorov v krajšem času. Ponudniki spletnih anket izvajalcu ponujajo tudi beleženje in obdelavo podatkov. S tem se izognemo zamudnemu ročnemu vnašanju in možnosti napak. Ena izmed glavnih prednosti je tudi preverjanje skladnosti odgovorov in pravilnost vnosa podatkov, prav tako pa je primeren za raziskovanje občutljivejših tem, saj omogoča anonimnost (Bregar, Ograjenšek & Bavdaž, 2005), kar je za raziskovanje tematike, ki sem si jo izbrala, vsekakor primerno.

Spletni vprašalnik kot način zbiranja podatkov pa ima tudi svoje slabosti, ki se kažejo v potencialni majhni stopnji odzivnosti, neosebnosti in primeru nejasnih navodil, ki lahko vodijo v delno rešljivo anketo, ki pa je za raziskavo neuporabna (Evans & Mathur, 2005, str. 201–202). Pri izvedbi lahko nastopijo tudi določene tehnične težave, saj je delovanje spletnega vprašalnika lahko odvisno od nameščene programske opreme posameznika (Malhotra & Birks, 2007, str. 275). Ker gre pri spletnem anketiranju za samoizbiro anketirancev, težavo predstavlja tudi reprezentativnost vzorca, saj lažje dosežemo del populacije, ki je bolj večč na področju interneta, kar lahko posledično pripelje do posploševanja na celotno populacijo (Saunders, Lewis & Thornhill, 2003, str. 312).

Pred javno objavo ankete sem anketo testirala na vzorcu petih respondentov različnih starosti in izobrazbe ter jih prosila, da si med anketiranjem zapisujejo opažanja. Kasneje sem z njimi imela telefonski klic, kjer so mi komentirali svoja opažanja glede jasnosti zastavljenih vprašanj in vnaprej postavljenih trditev ter na podlagi pridobljenih odgovorov ustrezno spremenila anketni vprašalnik. Zaradi delitve ankete na Facebook skupinah s po več tisočimi člani, ki so del turističnega sektorja v Barceloni, in samih osebnih poznanstev zaradi lastnih izkušenj v tem sektorju, sem posledično prišla do želenega števila odgovorov, vendar je bila več kot 75 odstotkov anket rešenih nepopolno kljub uporabi lažjega besedišča v navodilih (v jeziku angleščina), kar naj bi anketirancu olajšalo samo reševanje vprašalnika.

3.3.2 Oblikovanje vprašalnika

Anketni vprašalnik, ki sem ga uporabila pri empirični raziskavi, je sestavljen iz treh sklopov in skupaj 19 vprašanj. Prvi sklop zajemajo 3 vprašanja, začne se z vprašanjem, ki dodatno preveri, ali je anketiranec resnično turistični delavec na območju Barcelone, sledita pa vprašanji o družinskem statusu in nacionalnosti (lokalni prebivalci ali priseljenci). Za celoten sklop sem uporabila imensko oz. nominalno mersko lestvico.

V drugem sklopu anketnega vprašalnika (4.-16. vprašanje) sem preverjala odziv na določene spremenljivke, razvite na podlagi postavljenih raziskovalnih vprašanj ob pregledu znanstvene literature, in posredno odnos med njimi. Temeljijo na preteklih razvitih lestvicah in relevantnih raziskavah. Pri 4. in 14. vprašanju sem vnaprej podala odgovore, 4. je bilo polzaprto in je anketiranec lahko izbral več odgovorov, medtem ko je bilo 13. vprašanje zaprto z možnostjo izbire le enega odgovora. Pri ostalih vprašanjih pa sem uporabila Likertovo petstopenjsko lestvico (od 1 do 5) za preverjanje trditev v okviru posameznega vprašanja, kar mi bo omogočilo več možnosti pri sami zaključni analizi podatkov in interpretaciji rezultatov. Likertova lestvica je psihometrična lestvica, ki ima več kategorij, kjer anketiranci izrazijo svoja mnenja, stališča ali občutke o določeni problematiki. Nekatere prednosti vprašalnikov na Likertovi lestvici so, da je podatke mogoče hitro zbrati pri velikem številu anketirancev, da lahko zagotovijo zelo zanesljive ocene sposobnosti oseb. Veljavnost interpretacij iz podatkov, ki jih zagotavlja, je mogoče določiti z različnimi sredstvi, podatke, ki jih posredujejo, pa lahko primerjamo in kombiniramo s kakovostnimi tehnikami zbiranja podatkov, kot so odprta vprašanja, opazovanje udeležencev in intervjuji (Nemoto & Beglar, 2014).

Vprašalnik sem zaključila s tretjim sklopom, ki ga predstavljajo demografski podatki – spol, kjer je bila uporabljena nominalna lestvica, letnica rojstva, kjer je bila uporabljena ordinalna lestvica, in vprašanje o legalnosti zaposlitve. Slednja vprašanja lahko predstavljajo bolj občutljive podatke za udeleženca ankete, zato sem jih postavila na sam konec ankete. Zadnje vprašanje, ki vpraša anketiranca o lastništvu papirjev za zaposlitev v Barceloni, je edino vprašanje v anketi, na katero ni bilo treba odgovoriti.

3.3.3 Vprašalnik in operacionalizacija spremenljivk

Določena vprašanja v anketnem vprašalniku predstavljajo spremenljivke v vnaprej postavljenem teoretičnem vzročnem modelu, predstavljenem predhodno. Trditve temeljijo na relevantnih preteklih raziskavah in lestvicah ter raziskani teoriji in so ustrezno prilagojena glede na tematiko magistrske naloge. V nadaljevanju bom predstavila določene sklope vprašalnika in jih ustrezno podkrepila z dosedanjimi ugotovitvami avtorjev.

Prva spremenljivka, ki sem jo vključila v model, je »Zadovoljstvo s financami«, ki sem ga preverjala s sklopoma Q7 in Q8 v Prilogi 1. V sklopu Q7 sem preverjala različne postavke

ekonomskega stanja, pri čemer sem uporabila McKinsey Financial Insights Pulse lestvico avtorjev Euart in drugih (2020), ki so preverjali finančno stanje posameznikov v 30 državah v aprilu in maju 2020. V sklopu Q8 sem zadovoljstvo s trenutnim finančnim stanjem preverjala s prilagojeno lestvico IFDFW (finančno blagostanje) avtorjev Prawitz in drugih (2006). Druga spremenljivka se nanaša na zadovoljstvo in varnost na delovnem mestu, preverjena v sklopu Q6. Trditve so bile prilagojene glede na lestvico za nagnjenost k fluktuaciji (Bothma & Roodt, 2013) in lestvico, uporabljeno za ugotovitev učinkov negotovosti zaposlitve na zaposlitev in fluktuacijo (Jung, Jung & Yoon, 2021). Dodatno je bil odnos do odziva delodajalcev preverjen v sklopu Q12, kjer so bile trditve prilagojene glede na Weber Shandwick and KRC (2020) o percepciji koronavirusa in odzivu delodajalca. Spremenljivka »Odnos do vlade« je bila prilagojena glede na lestvico COVID-SCORE: Globalna raziskava za oceno javnega dožemanja vladnih odzivov na koronavirus (Lazarus in drugi, 2020). Zadnja spremenljivka prve stopnje pa se nanaša na indirektno posledice – trditve so bile postavljene glede na predhodno raziskano dostopno literaturo in objavljene članke in raziskave, ki sem jih predhodno opisala v poglavju 2.3.

Prva spremenljivka na 2. stopnji »Odnos do turizma in potovanj« je bila preverjena v sklopu Q13. Trditve so bile prilagojene glede na anketo v okviru raziskave vedenjskih sprememb v turizmu v času pandemije koronavirusa (Marques-Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020) in anketo v okviru raziskave IATA (2020) o potnikovem dožemanju turističnega sektorja v času pandemije. Druga spremenljivka, preverjena v sklopu Q9, se nanaša na kakovost vsakodnevnega življenja turističnih delavcev. Trditve so bile prilagojene glede na lestvico QOLS o kakovosti življenja (Burkhardt in Anderson, 2003). Zadnja spremenljivka modela pa se nanaša na odnos do prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni (preverjena v sklopih Q14, Q15 in Q16. Sklop Q15 je preverjal občutja do turizma na kratek in dolgi rok, kar je bilo predhodno preverjeno v anketi o percepciji turističnega sektorja med voditelji večjih hotelov, letovišč, vil in poslovnih hotelov na Mauritiusu (Deloitte, 2020), v sklopu 16 pa so bile preverjene trditve, ki predstavljajo povzetek preučenih nedavnih raziskav na področju turističnega sektorja v luči koronavirusa in so širše razdelane v poglavju 2.3.3 in pripadajoči tabeli.

3.4 Rezultati

3.4.1 Opis vzorca in opisna statistika

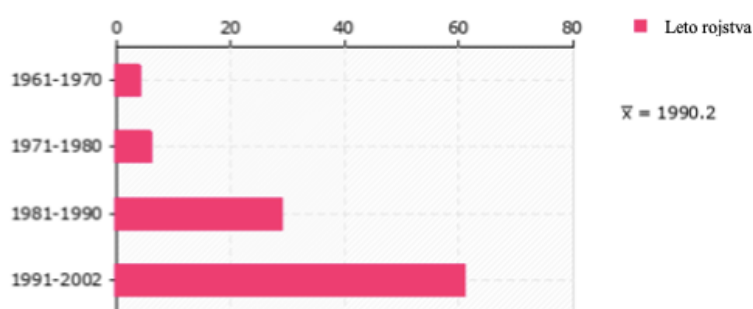
V raziskavi so sodelovali turistični delavci na območju Barcelone, moški in ženski predstavniki, ki so bili v času reševanja vprašalnika aktivno vključeni na trgu dela. Po zadnjih podatkih Ajuntament de Barcelona (2017), turizem v Barceloni ponuja okoli 150.000 posrednih in neposrednih delovnih mest. Anketa je bila v večini poslana potencialnim udeležencem (preko socialnih omrežij in ostalih komunikacijskih kanalov) s prošnjo, da povezavo posredujejo svojim sodelavcem in znancem, ki delajo na področju

turizma v Barceloni. Ostale odgovore sem pridobila s pomočjo Facebookovih skupin, namenjenim prebivalcem v Barceloni. Da bi pridobila resnično le relevantne podatke, rešene s strani skupine, ki jo preučujem, je bilo že na samem začetku postavljeno vprašanje, ali so na začetku pandemije delali v turizmu oz. ali trenutno delajo v tem sektorju. Tako sem lahko v obzir vzela le rešene ankete s pritrdilnim odgovorom.

Ocenila bi, da je anketa dosegla od 600 do 800 posameznikov, skupaj je bilo pridobljeno 441 odgovorov, med katerimi je bilo 100 ustreznih rešenih vprašalnikov (okoli 23 odstotkov od posameznikov, ki so odprli vprašalnik), zato bom v nadaljnjo analizo vključila samo slednje. Za tak odstotek neustreznosti lahko krivim po večini prvo vprašanje, angleški jezik, ki je za nekatere težje razumljiv, ter dolžino ankete, saj vprašalnik obsega 19 vprašanj. Vseeno je število ustreznih odgovorov zadostilo kvoto postavljeno na začetku. V nadaljevanju bom na kratko predstavila vzorec in ustrezno opisno statistiko (podrobnejša deskriptivna analiza je predstavljena v Prilogi 2).

Anketo je rešilo 58 odstotkov žensk in 42 odstotkov moških s starostjo med 21 in 58 let. Največ udeležencev je bilo rojeno med 1990 in 1999, povprečna starost udeleženca je bila 30 let (standardni odklon 7,1). Odločila sem se, da raziskave ne bom naredila glede na starostne skupine, saj sem zajela predvsem predstavnike stare med 20 in 30 let, kot je vidno na Sliki 3, iz njihove strani sem namreč najlažje pridobila odgovore (lastna poznanstva in prisotnost na socialnih omrežjih). Po drugi strani pa je anketo rešilo 46 lokalnih delavcev in 54 priseljencev, ki sem jih še dodatno raziskala med samo analizo rezultatov.

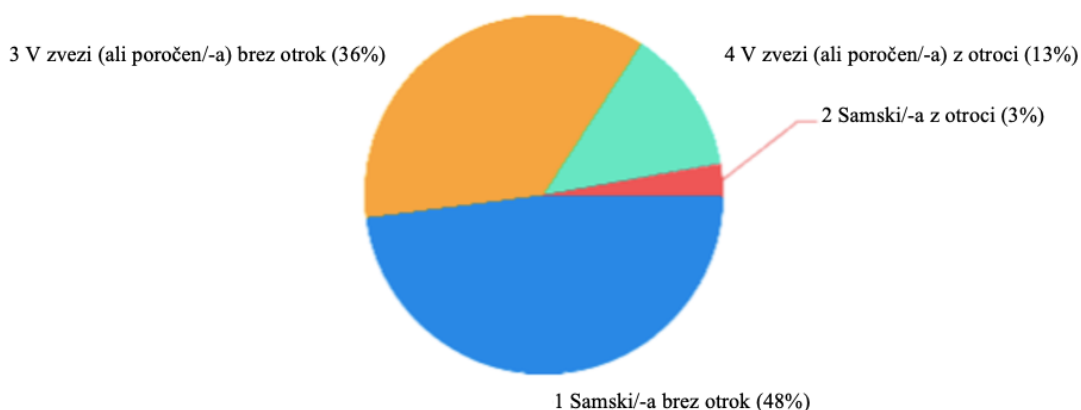
Slika 3: Leto rojstva



Vir: lastno delo.

Glede na družinski status je bilo največ anketirancev samskih in v zvezi brez otrok, kot prikazano na Sliki 4, kar ne preseneča, glede na to, da so bili udeleženci raziskave po večini stari do 30 let. V zvezi z otroki je bilo 13 posameznikov, samskih z otroki pa le 3.

Slika 4: Družinski status



Vir: lastno delo.

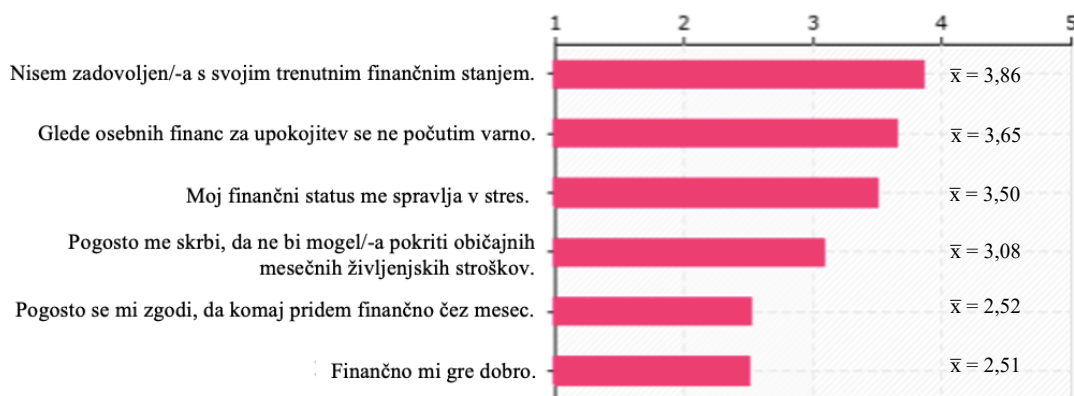
3.4.2 Diskusija rezultatov

V nadaljevanju bom predstavila rezultate, ki sem jih podrobneje opisala v Prilogi 2 (Deskriptivna analiza) in se nanašajo na vnaprej postavljena raziskovalna vprašanja. Ugotovitve bom podkrepila z odkritji dosedanjih raziskav in pregledane literature, saj so se lestvice in trditve, ki sem jih uporabila, naslanjale na ugotovitve avtorjev, ki so raziskovali relevantno tematiko. Uporabila bom tudi določene grafe, ki bodo omogočili lažjo predstavbo pisno predstavljenih rezultatov.

1. Kako se je ekonomsko (finančno) stanje turističnega delavca spremenilo kot posledica izbruha koronavirusa?

Kot grafično prikazano na Sliki 4, se je na vzorcu pokazalo, da so bili delavci najbolj nezadovoljni s trenutnim finančnim stanjem, kar potrjuje rezultate študije finančnega položaja delavcev v Španiji, kjer so bili delavci, ki niso bili zmožni opravljati dela od doma, izpostavljeni kot najbolj prizadeti na finančnem področju (Alvargonzález, Pidkuyko & Villanueva, 2020). Če primerjam z rezultati raziskave, ki jih je izvedlo podjetje McKinsey and Company (2020), da bi ocenilo takojšnje učinke pandemije koronavirusa na finančno razpoloženje, vedenje, potrebe in pričakovanja v gospodinjstvih po vsem svetu, lahko potrdim, da se je poleg prihodkov in prihrankov zmanjšala tudi sama poraba, kar je bila posledica zaprtja ekonomskih dejavnosti in karantene, ki je ljudem onemogočala udejstvovanja v nenujnih dejavnostih.

Slika 4: Zadovoljstvo s financami



Legenda: 1 - sploh se ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - popolnoma se strinjam

Vir: lastno delo

Kar zadeva finančni položaj zaposlenih v sektorjih, ki jih je pandemija najbolj prizadela, lahko merjenje finančnega premoženja, ki ga imajo v lasti, dobimo s primerjavo finančnih prihrankov gospodinjstva (tekoči računi, naložbeni skladi, delnice, pokojninski skladi) z njihovimi dohodki. Gospodinjstvo s finančnimi prihranki, ki znašajo manj kot enomesečni dohodek, bi imelo omejena sredstva, da bi lahko zdržalo nenaden padec dohodka. Leta 2017 je 28 odstotkov zaposlenih v turističnem sektorju živel v gospodinjstvih, katerih finančna sredstva so znašala manj kot enomesečni dohodek, polovica pa v gospodinjstvih, katerih finančna sredstva so znašala manj kot tretjino njihovega letnega dohodka (Alvargonzález, Pidkuyko & Villanueva, 2020). To lahko potrdim z rezultati sklopa ankete o finančnem položaju anketirancem, kjer se je na vzorcu pokazalo, da delavca v turističnem sektorju finančni položaj v času karantene povprečno spravlja v stres in se ne počuti varno glede osebnih financ za upokožitev.

Po drugi strani pa se je na vzorcu pokazalo, da v povprečju anketiranci še vseeno lahko finančno pridejo čez mesec, kar lahko podkrepim z dejstvom, da je bilo izmed anketiranih posameznikov 47 odstotkov na čakanju oz. vključenih v ERTE, ki predstavlja finančni paket za pomoč delavcem, ki začasno niso zmožni opravljati svojega dela na področju turizma in ostalih prizadetih panog, in nudi podporo prizadetim podjetjem z zagotovitvijo denarnega toka v času pandemije. Ti ukrepi, sprejeti za zmanjšanje socialnega in ekonomskega vpliva koronavirusa, so med drugim zagotovili tudi zaščito delovnih mest (zlasti stalnih zaposlenih, ki so začasno na čakanju) (Găitan, 2020).

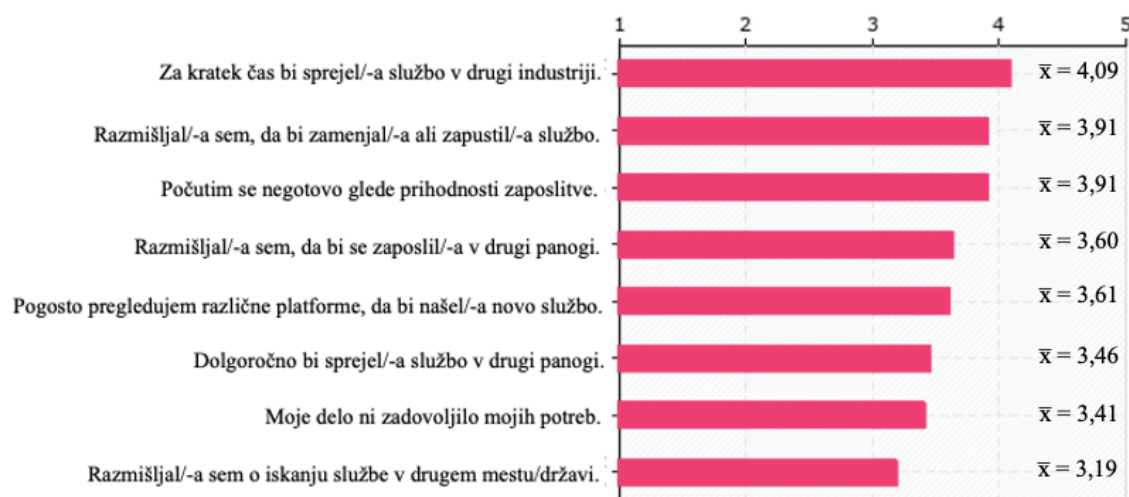
2. Ali so turistični delavci zadovoljni s trenutnim stanjem zaposlitve oz. ali bi zamenjali svoje delovno mesto za službo v ne-turističnem sektorju?

Pojav pandemije koronavirusa v letu 2020 je imel velike posledice na trgu dela, tako glede števila primerov med delovno aktivnim prebivalstvom kot tudi zaradi ogromnih sprememb,

s katerimi se je bilo potrebno spoprijeti. Na vzorcu se je pokazalo, da se v povprečju turistični delavci počutijo negotovo glede prihodnosti na trenutnem delovnem mestu, kar lahko podkrepim z raziskavo Jung, Jung & Yoon (2021) o učinkih pandemije na negotovost zaposlitve in nagnjenostjo k zamenjavi delovnega mesta, kjer avtorji trdijo, da je nezanesljivost zaposlitve v hotelskem sektorju še posebej velika zaradi delovnega časa in sezonskosti, pandemija koronavirusa pa je še povečala stopnjo negotovosti na delovnem trgu.

Lee in Jeong (2017) sta tudi trdila, da ima negotovost zaposlitve jasno povezavo z nagnjenostjo k zamenjavi delovnega mesta, kar se je pokazalo tudi na vzorcu. Turistični delavci bi vsaj za kratek čas sprejeli službo v drugem sektorju in so v preteklosti že razmišljali, da bi zamenjali oz. zapustili trenutno službo. Prav tako je na Sliki 5 vidno, da v povprečju pogosto pregledujejo različne platforme, da bi našli novo službo, kar kaže na veliko nagnjenost k fluktuaciji v turističnem sektorju v času pandemije. Nagnjenost k menjavi delovnega mesta pa se kaže tudi v povezavi z nezaupanjem v organizacijo, kar je vidno na primeru politične krize v Egiptu, kjer so turistični delavci po omenjenem dogodku pokazali nezaupanje in posledično željo po zamenjavi delovnega mesta (Elshaer & Saad, 2017). Na vzorcu v okviru magistrskega dela se je pokazalo, da anketiranci v povprečju menijo, da delodajalec ni ustrezno podpiral dobrega počutja delavcev in da niso bile dostopne vse informacije o nadaljnji poslovni strategiji.

Slika 5: Varnost in zadovoljstvo pri delu



Legenda: 1 - sploh se ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - popolnoma se strinjam

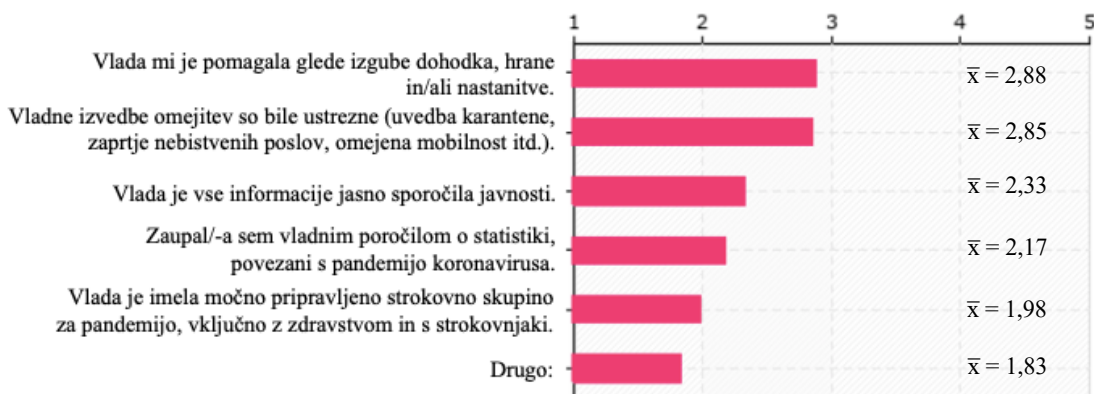
Vir: lastno delo.

3. Kakšna je njihova splošna percepcija o odzivu vodstva na pandemijo?

Pričakovati je, da bo globalna pandemija, ki velikemu deležu prebivalstva predstavlja grožnjo za zdravje in finančno varnost, imela globoke politične posledice. Kot vidno na

Sliki 6, se je na vzorcu pokazala povprečno negativna percepcija odločitev španske vlade s strani turističnih delavcev, še najbolj pozitivna naravnanost se je pokazala pri pomoči pri izgubi dohodka, kar lahko povežemo s prejšnjim vprašanjem (državna pomoč ERTE).

Slika 6: Odnos do vlade



Legenda: 1 - sploh se ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - popolnoma se strinjam

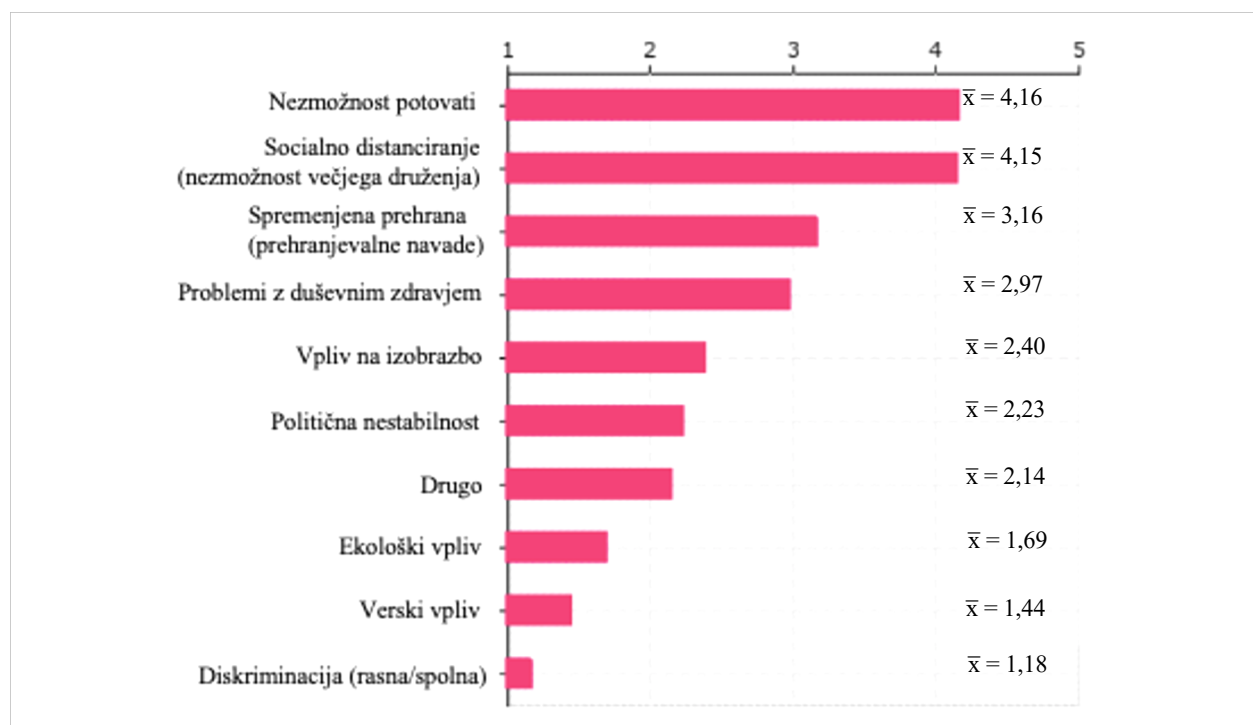
Vir: lastno delo.

V povprečju pa so turistični delavci imeli negativno mnenje o pripravljenosti vlade na pandemijo in nezaupanje vladnim poročilom glede pandemije, kar so v svoji raziskavi ugotovili tudi Amat, Arenas, Falcó-Gimeno in Muñoz (2020), ki so raziskovali zaupanje v špansko vlado v povezavi s pandemijo koronavirusa, kjer so anketiranci prav tako pokazali manjše zaupanje, predvsem tisti z nižjo stopnjo izobrazbe, med katerimi je tudi veliko turističnih delavcev. Nezaupanje pa je mogoče pripisati tudi poročanju medijev, kar je v svoji raziskavi predhodno že ugotovil Abraham (2011), saj so javnosti dostopni le določeni podatki, ki jih vlada želi komunicirati javnosti.

4. Katere so bile najbolj pogoste indirektne posledice prvega vala koronavirusa?

V svoji raziskavi sem želela raziskati tudi posredne posledice pandemije na turistične delavce v Barceloni. Slika 7 prikazuje graf, kjer se je vidno pokazalo, da jih je najbolj prizadela nezmožnost potovanja in na splošno socialno distanciranje, ki je bilo vzpostavljeno kot ukrep za počasnejšo širitev virusa. Obe posledici lahko jemljemo vzajemno, saj so bila s t. i. »karanteno« onemogočena potovanja izven kraja bivanja, v Španiji pa je bila na začetku pandemije vzpostavljena popolna zapora, ki je posameznikom dovolila le opravljanje najbolj nujnih dejavnosti izven svojega stalnega bivališča (De Vos, 2020).

Slika 7: Indirektne posledice



Legenda: 1 - ni vplivalo, 2 - malo vplivalo, 3 - vplivalo, 4 - močno vplivalo, 5 - zelo močno vplivalo

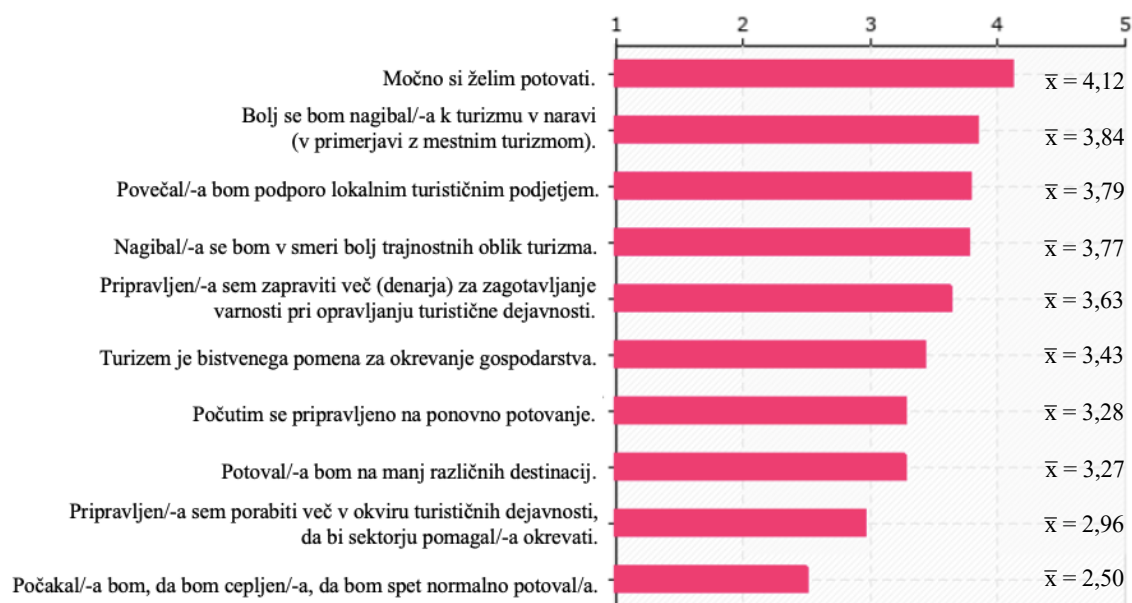
Vir: lastno delo.

V okviru raziskave se je pokazalo tudi, da je pandemija v povprečju vplivala na prehranjevanje turističnih delavcev, kar je potrdilo ugotovitve raziskave avtorjev Sánchez-Sánchez in drugi (2020), ki so med drugim ugotovili, da se je poraba alkoholnih pijač, slaščic, oreškov, domačih sladice in prigrizkov med zaprtjem povečala. Za razliko od preteklih raziskav avtorjev Kithiia, Wanyonyi, Maina, Jefwa in Gamoyo (2020) ter Mao, He, Morrison in Andres Coca-Stefaniak, (2020), se na vzorcu v povprečju niso pokazala večja nagnjenja k povečanju tesnobe, depresije in na splošno problemov z duševnim zdravjem, kar lahko pripišem k relativno neopredeljenemu konceptu, medtem ko so omenjeni avtorji posledice raziskovali podrobneje z večjim poudarkom na različnih pogledih na dotično posredno posledico pandemije. Prav tako se na vzorcu ni pokazalo, da bi turistični delavci čutili posledice v povezavi z izobraževanjem, kar sta v pretekli raziskavi trdila Van Lancker in Parolin (2020), to pa lahko pripišem dejstvu, da je imela večina anketirancev že zaključeno šolanje in niso bili neposredno prizadeti. Presenetljiv pa je majhen vpliv diskriminacije kot posledica pandemije, saj naj bi po trditvah avtorjev Moreno-Luna, Robina-Ramírez, Sánchez in Castro-Serrano (2021) pandemija krepila že obstoječe neenakosti v Španiji.

5. Kakšen je odnos turističnih delavcev do turizma in potovanj v luči pandemije koronavirusa?

Kot vidno na Sliki 8, se je na vzorcu pokazalo, da imajo turistični delavci v povprečju pozitiven odnos do potovanja in kažejo močno željo po ponovnem turističnem udejstvovanju. To se je pokazalo tudi v pretekli raziskavi avtorjev Wachyuni in Kusumaningrum (2020), ki sta na vzorcu indonezijskih turistov ugotovila, da si anketiranci močno želijo potovati in potovanja po pandemiji povezujejo s pozitivno izkušnjo, večina pa jih je odgovorilo, da ne občutijo večjega strahu pred potovanjem.

Slika 8: Odnos do turizma in potovanj



Legenda: 1 - sploh se ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - popolnoma se strinjam

Vir: lastno delo.

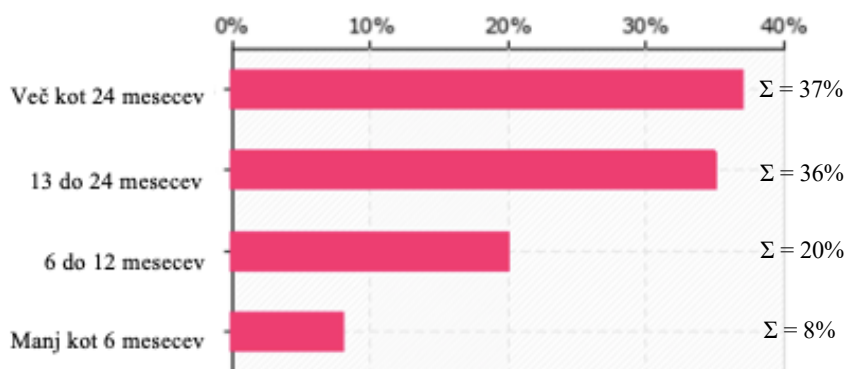
Turistični delavci se bodo v povprečju bolj nagibali k turizmu v naravi s poudarkom na trajnosti, saj s tovrstnimi oblikami turističnega udejstvovanja zmanjšujejo možnosti potencialne okužbe z virusom. Raziskave so pokazale, da so pri izbiri počitniške destinacije glavni atributi nizka turistična gostota in sanitarni pogoji, ki jih mora imeti destinacija. Da bi se izognili prenatrpanim krajem, turisti kažejo prednost destinaciji z dejavnostmi na prostem in s stikom z naravo (Marques-Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020). Kot so v pretekli raziskavi že ugotovili Van Bavel in drugi (2020), ljudje v povprečju neradi potujejo v stresnih situacijah, zato bi bili posledično pripravljeni zapraviti več denarja za svojo lastno varnost, vendar pa je bilo v okviru le-te raziskave prav tako odkrito, da se turisti načeloma obnašajo sebično, zato ni presenetljivo, da se je pokazalo manjše strinjanje s trditvijo, da bi zapravili več denarja za pomoč sektorju na splošno. Na vzorcu pa se je med drugim tudi pokazalo, da v povprečju turistični delavci ne bi čakali na možnost cepljenja, kar lahko pripišem dejstvu, da je bila raziskava opravljena v začetku leta 2021,

ko še ni bilo dostopno cepljenje splošni javnosti in je bilo nejasno, kdaj bi populacija lahko bila množično precepljena.

6. Kako vidijo turistični delavci na območju Barcelone prihodnost turističnega sektorja?

Z zadnjim raziskovalnim vprašanjem sem preverjala strinjanje z različnimi trditvami, ki se nanašajo na prihodnost turističnega sektorja v Barceloni. Graf na Sliki 9 kaže, da turistični delavci menijo, da bo čas okrevanja daljši od 24 mesecev, torej bo posledice možno občutiti še daleč v prihodnosti, kar se sklada z ugotovitvami raziskave avtorjev Škare, Soriano in Porada-Rochó (2021), ki so ugotovili, da bodo negativni šoki veliki, ne le kratkoročno, ampak tudi dolgoročno, sektor pa bo potreboval nekaj let, da si opomore.

Slika 9: Čas okrevanja turističnega sektorja po letu 2020

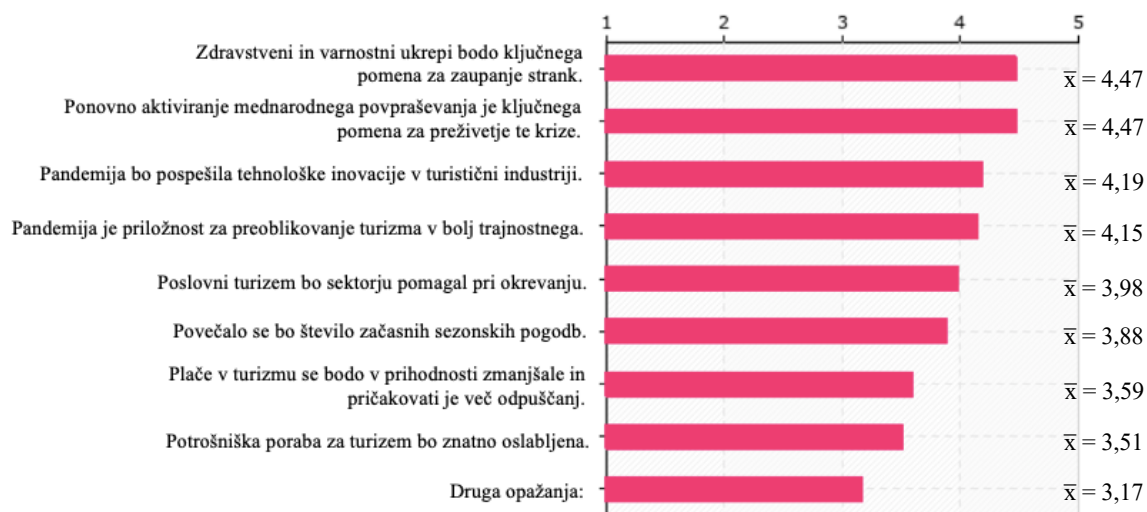


Legenda: Σ .. kolikšen odstotek vzorca je izbral določen odgovor

Vir: lastno delo.

Graf na Sliki 10 pa prikazuje odnos do prihodnosti turizma, ki se je pokazal na vzorcu. Viden je velik poudarek na zdravstvenih in varnostnih ukrepih pri opravljanju turistične dejavnosti, kar so v pretekli raziskavi o zaznanem tveganju in psihološki distanci trdili tudi Li, Zhang, Liu, Kozak in Wen (2020), Falahuddin, Tergu, Brollo in Nanda (2020) pa so na podlagi svetovne raziskave ugotovili, da je zaznano tveganje turista ključnega pomena pri nakupni odločitvi. Prav tako so turistični delavci mnenja, da je pandemija lahko priložnost za preoblikovanje sektorja v bolj trajnostnega. Palacios-Florencio, Santos-Roldán, Berbel-Pineda in Castillo-Canalejo (2021) so v raziskavi, ki je preučevala odnos turistov do zaznanih koristi trajnosti, ugotovili, da bo slednja ključnega pomena tudi pri izbiri potencialne turistične destinacije.

Slika 10: Odnos do prihodnosti turizma v Barceloni



Legenda: 1 - Sploh se ne strinjam, 2 - Ne strinjam se, 3 - Niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - Strinjam se, 5 - Popolnoma se strinjam

Vir: lastno delo.

Na grafu, prikazanem na Sliki 10, je vidno tudi strinjanje s trditvijo, da je mednarodno povpraševanje še vseeno značilno pomembno za okrevanje sektorja, kar potrjuje ugotovitve avtorjev Kriener in Ram (2020), ki sta preučevala 7 izbranih držav, analiziranih v skladu s taktikami in strategijami UNWTO. Prav tako turistični delavci pričakujejo razvoj tehnologije kot posledico pandemije. Kot že omenjeno v teoretičnem delu magistrskega dela, so bili mnogi sektorji (poleg turističnega) primorani svoje delovanje preoblikovati tako, da je omogočalo socialno distanciranje, ki je lažje dosegljivo z virtualnimi rešitvami. Čeprav je turizem na tem področju načeloma omejen, saj temelji na resničnih doživetjih, je lahko pričakovati razcvet e-turizma in tehnoloških inovacij pri izvedbi turističnih dejavnosti (Gretzel in drugi, 2020).

3.4.3 Bivariatna analiza – primerjava med lokalni prebivalci in priseljenci

Kot prikazano v opisni statistiki, je anketo rešilo 46 odstotkov lokalnih prebivalcev in 54 odstotkov priseljencev (angl. expats). Dodatno sem izvedla bivariatno analizo s pomočjo neodvisnega t-testa, da bi preverila, ali obstajajo značilne razlike med obema skupinama. Preverjala sem za raziskavo najpomembnejši spremenljivki – »Odnos do turizma in potovanj« in »Odnos do prihodnosti turizma v Barceloni«. Zaradi aktualnosti tematike (predhodnih raziskav na tem področju še ni bilo objavljenih), sem predvidevala korelacijo med lokalnimi prebivalci in priseljenci pri obeh spremenljivkah (ničelne domneve).

3.4.3.1 Primerjava med lokalnimi prebivalci in priseljenci glede odnosa do turizma in potovanj

Sprva sem primerjala razliko med omenjenima skupinama glede spremenljivke »Odnos do turizma in potovanj«. Na podlagi neodvisnega t-testa sem v programu Rstudio naredila analizo, kjer sem vključila dobljene vrednosti glede na odgovore na Q13 (»Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami v zvezi z odnosom do turizma in potovanj po pandemiji koronavirusa, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).«), kjer so bile vključene 4 merjene spremenljivke v obliki trditev (med katerimi je bila predhodno dokazana korelacija).

Moja ničelna domneva se glasi: »Skupini lokalni prebivalci in priseljenci imata enak odnos do turizma in potovanj.«, alternativna pa: »Skupini lokalni prebivalci in priseljenci imata različen odnos do turizma in potovanj.« V Tabeli 2 so prikazani rezultati neodvisnega t-testa obeh skupin.

Tabela 2: T-test za spremenljivko "Odnos do turizma in potovanj"

Ničelna hipoteza	Skupina	Povprečje	Standardni odklon	t-statistika	p-vrednost	Statistična značilnost
H12	lokalni prebivalci	3,46	1,00	-0,52	0,61	neznačilno
	priseljenci	3,56	0,94			

Vir: lastno delo.

Glede na t-test za dva neodvisna vzorca ne moremo zavrniti ničelne hipoteze, da imata obe skupini enak odnos do turizma in potovanj. Ni statistično značilne razlike v odnosu do turizma in potovanj med lokalnimi prebivalci in priseljenci (p-vrednost = 0,61).

3.4.3.2 Primerjava med lokalnimi prebivalci in priseljenci glede odnosa do prihodnosti turizma

Narejena je bila tudi bivariatna analiza s pomočjo neodvisnega t-testa za primerjavo obeh skupin in njihovega odnosa do prihodnosti turizma v Barceloni. Dobljene vrednosti se nanašajo na spremenljivko »Odnos do prihodnosti turizma«, merjeno s sklopom Q16 (»Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).«), iz katerega so bile izbrane štiri merjene spremenljivke, ki so predhodno pokazale medsebojno korelacijo.

Moja ničelna domneva se glasi: »Skupini lokalni prebivalci in priseljenci imata enak odnos do prihodnosti turizma v Barceloni«, alternativna pa: »Skupini lokalni prebivalci in

priseljenci imata različen odnos do prihodnosti turizma v Barceloni«. V Tabeli 3 so prikazani rezultati neodvisnega t-testa obeh skupin.

Tabela 3: T-test za spremenljivko "Odnos do prihodnosti turizma"

Ničelna hipoteza	Skupina	Povprečje	Standardni odklon	t-statistika	p-vrednost	Statistična značilnost
H13	lokalni prebivalci	4,18	0,91	-1,41	0,16	neznačilno
	priseljenci	4,41	0,69			

Vir: lastno delo.

Glede na t-test za dva neodvisna vzorca ne moremo zavrniti ničelne hipoteze, da imata obe skupini enak odnos do prihodnosti turizma. Ni statistično značilne razlike v odnosu do prihodnosti turizma med lokalnimi prebivalci in priseljenci (p-vrednost = 0,16).

3.4.4 Faktorska analiza

Za analizo temeljnih hipotez sem se odločila opraviti faktorsko analizo, s katero preverimo odnose med trditvami (manifestnimi spremenljivkami) in konstrukti (latentnimi spremenljivkami), saj se je pokazala nizka koreliranost med vsemi merjenimi spremenljivkami v konstrukt, kot je prikazano v Tabeli 4. Spremenljivko »Indirektne posledice« sem še pred nadaljnjo analizo izločila, saj se je izkazala prenizka zanesljivost (merjena s Cronbach alfa).

Tabela 4: Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (pred opravljeno faktorsko analizo)

Sklop trditev	Trditve	Število trditev	Cronbach alfa	AVE (average variance extracted)	Zanesljivost in veljavnost
ZADOVOLJSTVO S FINANCIAMI	Q8a-Q8f	6	0,901	0,612	Zanesljivo, veljavno
VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU	Q6a-Q6h	8	0,706	0,346	Zanesljivo, neveljavno
INDIREKTNE POSLEDICE	Q10a-Q10i	9	0,596	/	Nezanesljivo
KAKOVOST ŽIVLJENJA	Q9a-Q9j	10	0,809	0,297	Zanesljivo, neveljavno
ODNOS DO VLADE	Q11a-Q11e	5	0,792	0,466	Zanesljivo, mejno veljavno

se nadaljuje

Tabela 4: Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (pred opravljeno faktorsko analizo) (nad.)

ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	Q13a-Q13j	10	0,763	0,297	Zanesljivo, neveljavno
POZITIVEN ODNOS DO TURIZMA	Q14a-Q14d	4	0,764	0,487	Zanesljivo, mejno veljavno
ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	Q16a-Q16h	8	0,818	0,364	Zanesljivo, neveljavno

Vir: lastno delo.

Kot vidno v Tabeli 5, sem izbrala od 3 do 4 spremenljivk za vsak konstrukt, glede na to, kako se spremenljivke (trditve) med seboj povezujejo, določene spremenljivke so bile torej izločene, sledila pa je faktorska analiza. Zanesljivost sem preverila s Cronbach alfo, kjer je bila pri vseh konstruktih vrednost nad 0,7, kar pomeni dobro zanesljivost oz. notranjo doslednost (Nunnally, 1978), veljavnost pa z mero AVE, kjer je sprejemljiva mera nad 0,5, pri vseh konstruktih je bila vrednost nad ali zelo blizu meji. Če je AVE manjša od 0,5, vendar je sestavljena zanesljivost večja od 0,6, je konvergentna veljavnost konstrukta še vedno ustrezna (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2009).

Tabela 5: Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (po opravljeni faktorski analizi)

Konstrukt	Trditve	»outer loading«	Število trditev	Cronbach alfa	AVE (average variance extracted)	Zanesljivost in veljavnost
ZADOVOLJSTVO S FINANCAMI	Q8a	0,762	4	0,897	0,689	Zanesljivo, veljavno
	Q8b	0,926				
	Q8c	0,975				
	Q8d	0,908				
VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU	Q6a	0,730	4	0,784	0,482	Zanesljivo, mejno veljavno
	Q6b	0,873				
	Q6e	0,892				
	Q6h	1,052				
ODNOS DO VLADE	Q11b	0.789	3	0.777	0.557	Zanesljivo, veljavno
	Q11c	0.543				
	Q11d	0.872				
KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi	Q9c	0,835	3	0,734	0,478	Zanesljivo, mejno veljavno
	Q9d	0,665				
	Q9e	0,792				

se nadaljuje

Tabela 5: Preverjanje zanesljivosti in veljavnosti latentnih spremenljivk (po opravljeni faktorski analizi) (nad.)

KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas	Q9g	0,881	3	0,734	0,482	Zanesljivo, mejno veljavno
	Q9h	0,849				
	Q9i	0,742				
ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	Q13c	0.978	4	0.754	0.439	Zanesljivo, mejno veljavno
	Q13d	0.737				
	Q13f	0.838				
	Q13g	0.799				
ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	Q16a	0.743	4	0.832	0.551	Zanesljivo, veljavno
	Q16e	0.664				
	Q16f	0.719				
	Q16g	0.791				

Vir: lastno delo.

Opravljen je bil tudi t-test za neodvisne vzorce za merjenje pristranskosti neodziva (angl. non-response bias). To pomeni, da pri odgovorih na anketo oz. v vzorcu med anketiranimi obstajajo razlike v konstrukti med tistimi, ki zgodaj odgovarjajo na anketo, ter tistimi, ki pozno odgovarjajo. Anketirane sem tako »naključno« razvrstila v dve skupini. Preverjala sem razlike med skupinama v izbranih konstrukti (zadovoljstvo s financami, varnost in zadovoljstvo pri delu, odnos do vlade, kakovost življenja – odnosi, kakovost življenja – prosti čas, odnos do turizma in potovanja ter odnos do prihodnosti turizma), rezultati pa so prikazani v Tabeli 6.

Tabela 6: Merjenje "non-response bias" s t-testom za neodvisne vzorce

		t-statistika	p-vrednost	Statistična značilnost
1	ZADOVOLJSTVO S FINANCAMI	1,1531	0,2517	Neznačilno
2	VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU	-0,025104	0,98	Neznačilno
3	ODNOS DO VLADE	-0,88996	0,3757	Neznačilno
4	KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi	-0,9392	0,35	Neznačilno
5	KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas	-1,4406	0,153	Neznačilno
6	ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	0,10398	0,9174	Neznačilno
7	ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	0,37603	0,7077	Neznačilno

Vir: lastno delo.

Pri nobenem od izbranih konstrukto ni bilo razlik med prvo in drugo skupino, torej lahko sklepam, da ni bilo pristranskosti. Dodatno sem preverila še, ali je prisotna pristranskost običajne metode (angl. common method bias), kar pomeni, da sklepi, ki jih naredimo iz podatkov, ne izhajajo zares iz lastnosti anketirancev, ampak iz instrumenta merjenja. Kot

vidno v Prilogi 4, sem uporabila Harmanov test z enim faktorjem, iz izpisa pa me je zanimal Proportion Var (to je delež pojasnjene variabilnosti), ki mora biti pod 0,50. Pri tej metodi prisilimo, da se iz vseh merjenih spremenljivk naredi samo en faktor. Če tvorijo vse skupaj dober faktor, ki pojasni veliko variance, je to slabo in je prisoten »common-method bias«. V tem primeru je vrednost Proportion Var 0,22, kar pomeni, da ni pristranskosti v raziskavi.

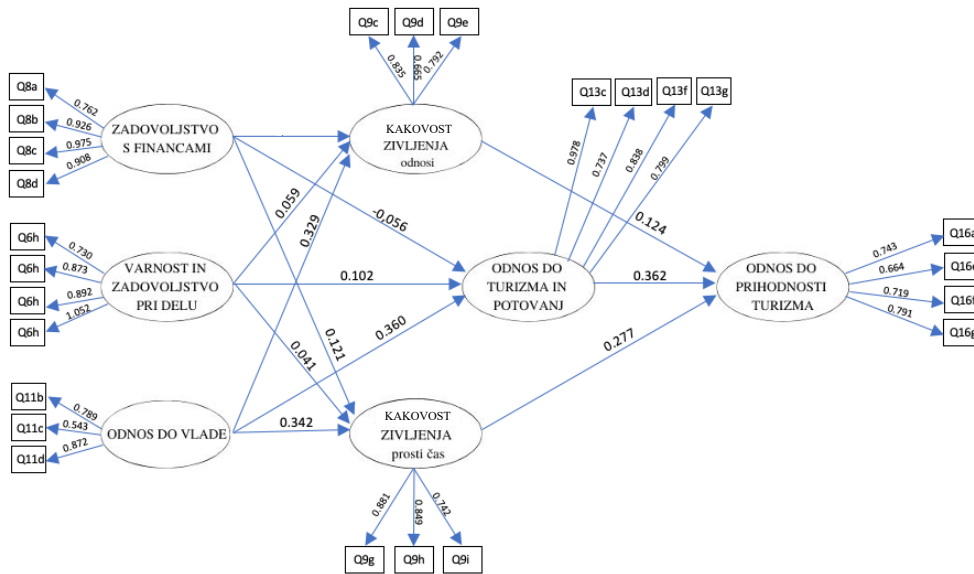
3.4.5 Postavitev SEM modela in preverjanje hipotez

Kot omenjeno, sem na podlagi rezultatov faktorske analize preoblikovala začetni model. Izločila sem spremenljivko »Indirektne posledice«, spremenljivka »Kakovost življenja« pa se je razbila na dve latentni spremenljivki – »Kakovost življenja – odnosi« in »Kakovost življenja – prosti čas«. Pri modeliranju predpostavljam, da je sklop spremenljivk porazdeljen multivariatno normalno, kar pomeni, da mora biti vsaka izmed spremenljivk porazdeljena univariatno normalno. Oceniti želim model strukturne enačbe (angl. Structural equation modeling, v nadaljevanju SEM), ki bo vseboval: manifestne spremenljivke, 7 latentnih spremenljivk, učinek latentnih spremenljivk zadovoljstvo s financami, varnost in zadovoljstvo pri delu in odnos do vlade na latentno spremenljivko odnos do turizma in potovanj, učinek latentnih spremenljivk zadovoljstvo s financami, varnost in zadovoljstvo pri delu in odnos do vlade na latentno spremenljivko kakovost življenja – odnosi, učinek latentnih spremenljivk zadovoljstvo s financami, varnost in zadovoljstvo pri delu in odnos do vlade na latentno spremenljivko kakovost življenja – prosti čas, posredni učinek naštetih latentnih spremenljivk preko kakovosti življenja na odnos o prihodnosti turizma in posredni učinek naštetih latentnih spremenljivk preko odnosa do turizma na odnos o prihodnosti turizma.

Opravljenе so bile vsebinsko smiselne multiple regresije, ki so preverjale učinek določene spremenljivke na drugo spremenljivko (glede na postavljeni model). Vključene so bile vse relevantne spremenljivke, izključene nerelevantne spremenljivke in uporabljena je bila pravilna funkcijska zveza med spremenljivkami. Model fit je bil dosežen, kot je vidno v Prilogi 9. Hi-kvadrat test, ki testira, ali se predpostavljena linearna struktura drži na populaciji, je večji od 0,05, RMSEA (Root Mean Squared Error of Aproximation), ki oceni, v kakšni meri se model razmeroma dobro prilega dejanskim vrednostim na populaciji, je manjši od 0,05 in CFI, ki primerja ocenjeni model glede na nulti model, kjer so spremenljivke neodvisne (vse korelacije 0), je sprejemljiv, saj je CIF več kot 0,95.

V nadaljevanju so predstavljeni rezultati preizkušanja temeljnih hipotez, ki sem jih za potrebe raziskave predhodno oblikovala glede na teoretični vzročni model (pred oblikovanjem končne verzije SEM modela). Hipoteze bom sprejela ali ovrgla, pri določenih pa sama analiza zaradi nekorelacije merjenih spremenljivk ni bila opravljena. Povezave so grafično prikazane v modelu strukturne enačbe, kot vidno na Sliki 11, rezultati obdelave podatkov, opravljeni v Rstudiju, pa so priloženi v Prilogah od 5 do 9.

Slika 11: Model strukturne enačbe (SEM)



Vir: lastno delo.

H1: Negativno zadovoljstvo s financami ima negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj

Glede na opravljeno multiplo regresijo, prikazano v Prilogi 5, se pokaže negativen vpliv spremenljivke »Zadovoljstvo s financami« na »Odnos do turizma in potovanj« (koeficient je -0,065), vendar ni statistično značilnega vpliva (p-vrednost nad 0,05). H1 posledično ni sprejeta.

H2: Pozitivna stopnja varnosti in zadovoljstva pri delu ima pozitiven vpliv na odnos do turizma in potovanj

Glede na opravljeno multiplo regresijo, prikazano v Prilogi 5, se pokaže pozitivna korelacija med spremenljivkama (koeficient je 0,098), vendar ni statistično značilne povezave med »Varnost in zadovoljstvo pri delu« in »Odnos do turizma in potovanj« (p-vrednost nad 0,05). H2 posledično ni sprejeta.

H3: Pozitiven odnos do vlade ima pozitiven vpliv na odnos do turizma in potovanj

Glede na opravljeno multiplo regresijo, prikazano v Prilogi 5, se pokaže pozitivna korelacija med spremenljivkama (koeficient je 0,325), kar pomeni, da ima pozitivna percepcija spremenljivke »Odnos do vlade« pozitiven vpliv na spremenljivko »Odnos do turizma in potovanj« (p-vrednost pod 0,05). H3 je sprejeta.

H4: Večji vpliv indirektnih posledic ima negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj – ni vključena v preverjeni model

Hipoteze H4 po preverjanju korelacij med spremenljivkami v sklopu Q10 nisem vključila v strukturni model, saj se je pokazala prenizka zanesljivost in koreliranost med spremenljivkami. To lahko pripišem na še nedostopni literaturi na tem področju, kar je privedlo do nezanesljivosti uporabe latentne spremenljivke v modelu. H4 posledično ne morem niti zavrniti niti potrditi, saj ni bila preverjena. Spremenljivko »Indirektne posledice« sem preverjala v okviru diskusije odgovorov na raziskovalna vprašanja.

H5: Negativno zadovoljstvo s financami ima negativen vpliv na kakovost življenja

Po opravljeni faktorski analizi se je spremenljivka »Kakovost življenja« razbila na dve latentni spremenljivki – »Kakovost življenja – odnosi« in »Kakovost življenja – prosti čas«. Glede na opravljeni multipli regresiji, prikazani v Prilogah 6 in 7, se pokaže negativna korelacija med spremenljivkama »Zadovoljstvo s financami« in »Kakovost življenja – odnosi« (koeficient je -0,141), med »Zadovoljstvo s financami« in »Kakovost življenja – prosti čas« pa pozitivna (koeficient je 0,131), vendar pri obeh povezavah ne moremo potrditi statistično značilnosti (p-vrednost v obeh primerih nad 0,05). H5 ni sprejeta.

H6: Pozitivna stopnja varnosti in zadovoljstva na delovnem mestu ima pozitiven vpliv na kakovost življenja

Kot omenjeno, se je po opravljeni faktorski analizi spremenljivka »Kakovost življenja« razbila na dve latentni spremenljivki – »Kakovost življenja – odnosi« in »Kakovost življenja – prosti čas«. Glede na opravljeni multipli regresiji, prikazani v Prilogah 6 in 7, se pokaže pozitiven vpliv spremenljivke »Varnost in zadovoljstvo pri delu« na »Kakovost življenja – odnosi« (koeficient je 0,052), prav tako tudi spremenljivke »Varnost in zadovoljstvo pri delu« na »Kakovost življenja – prosti čas« (koeficient je 0,046), vendar pri obeh povezavah ne morem potrditi statistično značilnosti (p-vrednost v obeh primerih nad 0,05). H6 posledično ni sprejeta.

H7: Pozitiven odnos do vlade ima pozitiven vpliv na kakovost življenja

Opravljeni sta bili dve multipli regresiji, prikazani v Prilogah 6 in 7, za preverjanje H7 – vpliv spremenljivke »Odnos do vlade« na »Kakovost življenja – odnosi«, kjer je bila dokazana statistično značilna pozitivna korelacija (koeficient 0,271, p manjši od 0,05), prav tako kot tudi pri vplivu spremenljivke »Odnos do vlade« na »Kakovost življenja – prosti čas« (koeficient 0,362, p je manj kot 0,05). H7 je posledično sprejeta.

H8: Večji vpliv indirektnih posledic ima negativen vpliv na kakovost življenja – ni vključena v preverjeni model

Hipoteze H8 po preverjanju korelacij med spremenljivkami v sklopu Q10 nisem vključila v strukturni model, vendar sem spremenljivko »Indirektne posledice« preverjala v okviru diskusije odgovorov na raziskovalna vprašanja. H8 posledično ne morem niti zavrniti niti potrditi, saj ni bila preverjena.

H9: Pozitiven odnos do turizma in potovanj ima pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma

Glede na opravljeno multiplo regresijo, prikazano v Prilogi 8, se pokaže pozitivna korelacija med spremenljivkama (koeficient je 0,362), kar pomeni, da ima pozitivna percepcija spremenljivke »Odnos do turizma in potovanj« pozitiven vpliv na spremenljivko »Odnos do prihodnosti turizma« (p-vrednost pod 0,05). H9 je posledično sprejeta.

H10: Pozitivna stopnja kakovost življenja ima pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma

Glede na opravljeno multiplo regresijo, prikazano v Prilogi 8, se kaže pozitiven vpliv spremenljivke »Kakovost življenja – odnosi« na »Odnos do prihodnosti turizma« (koeficient 0,124), vendar pa povezava ni statistično značilna (p je 0,094), medtem ko je med spremenljivkama »Kakovost življenja – prosti čas« in »Odnos do prihodnosti turizma« prav tako pozitivna korelacija (koeficient je 0,277), povezava pa je bila statistično značilna. Posledično H10 lahko torej delno potrdim, saj obstaja značilen pozitiven vpliv kakovosti življenja, ki se nanaša na prosti čas, na odnos do prihodnosti turizma.

H11: Družinski status ima značilen vpliv na razmerje med spremenljivkami »Zadovoljstvo s financami«, »Varnost in zadovoljstvo pri delu, »Odnos do vlade« in »Indirektne posledice« ter spremenljivkama »Odnos do turizma in potovanj« in »Kakovost življenja« (odvisni spremenljivki) – ni vključena v preverjeni model

Po opravljeni standardizaciji spremenljivke »Družinski status« so se pokazali neznačilni vplivi spremenljivke na povezave med latentnimi spremenljivkami med 1. in 2. stopnjo, kar lahko pripišem nereprezentativnosti skupin v vzorcu. H11 ne morem sprejeti, saj spremenljivka Družinski status ni bila uporabljena v modelu zaradi njene nezanesljivosti.

V Tabeli 7 so tabelarično prikazani zgornji rezultati, ki sem jih pridobila z uporabo multiplih regresij med spremenljivkami.

Tabela 7: Rezultati preverjanja hipotez z uporabo multiplih regresij med spremenljivkami

		koeficient	t-statistika	p-vrednost	Statistična značilnost
H1	ZADOVOLJSTVO S FINANCAMI -> ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	-0,065	-0,483	0,630	Neznačilno
H2	VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU -> ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	0,098	0,767	0,445	Neznačilno
H3	ODNOS DO VLADE -> ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ	0,325	2,831	0,005	Značilno
H5.1	ZADOVOLJSTVO S FINANCAMI -> KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi	-0,141	-1,124	0,264	Neznačilno
H5.2	ZADOVOLJSTVO S FINANCAMI -> KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas	0,131	1,001	0,320	Neznačilno
H6.1	VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU -> KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi	0,052	0,440	0,661	Neznačilno
H6.2	VARNOST IN ZADOVOLJSTVO PRI DELU -> KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas	0,046	0,337	0,710	Neznačilno
H7.1	ODNOS DO VLADE -> KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi	0,271	2,531	0,013	Značilno
H7.2	ODZIV VLADE-> KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas	0,379	3,404	0,001	Značilno
H9	ODNOS DO TURIZMA IN POTOVANJ -> ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	0,362	5,500	<0,001	Značilno
H10.1	KAKOVOST ŽIVLJENJA – odnosi -> ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	0,124	1,690	0,094	Neznačilno
H10.1	KAKOVOST ŽIVLJENJA – prosti čas-> ODNOS DO PRIHODNOSTI TURIZMA	0,277	3,923	0,0002	Značilno

Vir: lastno delo.

3.5 Glavne ugotovitve raziskave

V nadaljevanju sledi povzetek in diskusija glavnih ugotovitev, do katerih sem prišla z analizo rezultatov izvedene kvantitativne raziskave s pomočjo vnaprej postavljenih raziskovalnih vprašanj in temeljnih hipotez. Ker je bil vzorec zaradi omejitev pri raziskovanju razmeroma majhen, je rezultate težko posploševati na celotno populacijo, vendar kažejo dober okvir za preučevanje odnosa turističnih delavcev do posledic pandemije za turistični sektor v Barceloni.

Glede na raziskovalna vprašanja in nastavljen teoretično-vzročni model sem postavila tudi enajst hipotez, ki sem jih preverila z opravljeno faktorsko analizo in s pomočjo Rstudia opravljenih multiplih regresij ter ugotovila slednje:

- H1: Ni bilo ugotovljene statistično značilne povezave, tako da ne morem trditi, da ima negativno zadovoljstvo s financami negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj. Kot že omenjeno v teoretičnem delu, sta Wachyuni in Kusumaningrum (2020) odkrila, da obstaja velika želja po ponovnih potovanjih, kar potrjuje tudi nepotrjena hipoteza v tem primeru.
- H2: Ni bilo ugotovljene statistično značilne povezave, tako da ne morem trditi, da ima negativna stopnja varnosti in zadovoljstva pri delu negativen vpliv na odnos do turizma in potovanj. Tu se lahko zopet sklicujem na ugotovitve Wachyuni in Kusumaningrum (2020), saj spremenljivka ni imela dovolj velikega vpliva na željo posameznikov.
- H3: Ugotovljena je bila statistično značilna povezava med spremenljivkama s pozitivnim koeficientom, kar pomeni, da lahko trdim, da ima pozitiven odnos do vlade pozitiven vpliv na odnos do turizma in potovanj, kar še dodatno potrjuje raziskava Ingram, Tabari in Watthanakhomprathip (2013), ki so na podlagi raziskave o vedenju potrošnikov v turizmu ugotovili, da morajo upravljavci destinacij sodelovati z vladami, da bi zagotovili politično stabilnost in zaupanje, saj to lahko vodi do nadaljnjih prihodkov od turizma.
- H5.1 in H5.2: Ni bilo ugotovljene statistično značilne povezave, tako da ne morem trditi, da ima negativno zadovoljstvo s financami negativen vpliv na kakovost življenja, tako kar se tiče odnosov, kot tudi prostega časa (spremenljivka se je zaradi faktorske analize razbila na dve latentni spremenljivki). Kljub temu da ni bilo statistično značilne povezave, je koeficient pokazal pozitivno povezavo, kar pomeni, da bi bilo IFDFW lestvico (2006), ki je bila prilagojena glede na pandemično situacijo, potrebno dodatno izpopolniti.
- H6.1 in H6.2: Ni bilo ugotovljene statistično značilne povezave, tako da ne morem trditi, da ima pozitivna stopnja varnosti in zadovoljstva pri delu pozitiven vpliv na kakovost življenja, tako kar se tiče odnosov kot tudi prostega časa. Statistično nezanesljivost lahko prav tako pripišem še ne dovolj dovršeno adaptirani lestvici, ki je bila oblikovana glede na »Turnover intention scale« (Bothma & Roodt, 2013) in

lestvico, uporabljeno za ugotovitev učinkov negotovosti zaposlitve na zaposlitev in fluktuacijo (Jung, Jung & Yoon, 2021).

- H7.1 in H7.2: Ugotovljen je bil statistično pozitiven vpliv spremenljivke »Odnos do vlade« na »Kakovost življenja – odnosi«, prav tako kot tudi pozitiven vpliv spremenljivke »Odnos do vlade« na »Kakovost življenja – prosti čas« kar pomeni, da lahko trdim, da ima pozitivna percepcija o odzivu vlade na pandemijo pozitiven vpliv na kakovost življenja, kar potrjuje raziskava avtorjev Khan, Kamruzzaman, Rahman, Mahmood in Uddin (2021), ki so odkrili značilen vpliv vladnih posegov na kakovost življenja z vmesno spremenljivko, ki jo predstavlja psihološka stiska.
- H9: Ugotovljen je bil statistično značilen pozitiven vpliv med spremenljivkama, kar pomeni, da lahko trdim, da ima pozitiven odnos do turizma in potovanja pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma. Pretekle povezave med omenjenima spremenljivkama so omejene, izpostavim lahko raziskavo avtorjev Bratić in drugih (2021), ki so ugotavljali, kako koronavirus vpliva na dožemanje potnikov o tveganju in kako to vpliva na načrtovano počitniško vedenje. Raziskava je pokazala, da turisti kažejo željo po ponovnih potovanjih, vendar se bodo osredotočili na domača potovanja, posamezne turistične izkušnje in bodo bolj zadržani pri turistični porabi. Pričujoča študija kaže, da se bodo ljudje zaradi pandemije in splošne tesnobe odločali za manj tvegane počitnice, ki bodo bolj trajnostne.
- H10.1 in H10.2: Ugotovljen je bil statistično pozitiven vpliv spremenljivke »Kakovost življenja – prosti čas« na »Odnos do prihodnosti turizma«, medtem ko vpliv spremenljivke »Kakovost življenja – odnosi« na »Odnos do prihodnosti turizma« kljub pozitivnemu koeficientu ni bil statistično značilen, kar pomeni, da lahko trdim, da ima pozitivna stopnja kakovost življenja v povezavi s prostim časom pozitiven vpliv na odnos do prihodnosti turizma, vendar tega ne morem trditi za odnos med »Kakovost življenja – odnosi« in »Odnos do prihodnosti turizma«. To lahko pripišem dejstvu, da je potreba po prostem času glede na hierarhijo potreb po Maslowu (1943) uvrščena precej višje kot so odnosi in je v neposredni povezavi s samim turističnim udejstvovanjem (kognitivne potrebe in potrebe po samoaktualizaciji).
- H4, H8 in H11: Spremenljivki »Indirektne posledice« in »Družinski status« niso bile vključene v model strukturne enačbe, kar pomeni, da niso bile preverjene in jih ne moremo ne sprejeti ne zavrniti.

Na podlagi pridobljenih rezultatov lahko povzamem, da so bili turistični delavci v povprečju vidneje prizadeti na finančnem področju. Skoraj polovica je dobivala finančno pomoč za čakanje, manjši odstotek pa je tudi izgubil službo v času pandemije. Prihodki so se v povprečju zmanjšali, pojavila se je zaskrbljenost in nezadovoljstvo z osebnimi financami, obenem pa se je zmanjšala tudi splošna poraba kljub prej omenjenemu nadomestilu za čakanje. Rezultati so pokazali, da je le peščica anketiranih napredovala na delovnem mestu, kar je posledično tudi pokazalo nezadovoljstvo in nagnjenost k želji po zamenjavi delovnega mesta. Španci namreč kažejo izredno visoko mero izogibanja negotovosti glede na Hofstedove dimenzije, saj si želijo stabilno zaposlitev in prihodek.

Prav tako se je na vzorcu pokazalo nezaupanje v špansko vlado kar se tiče poročil glede trenutnega stanja pandemije, medtem ko so bili anketiranci glede vladnih ukrepov v povprečju indiferentni, enako kot tudi glede pomoči, ki jim jo je nudila vlada v tej krizni situaciji.

Kar se tiče same kakovosti življenja, so rezultati ankete pokazali, da so bili anketiranci najbolj zadovoljni z možnostjo ustvarjalnega izražanja in drugih pristočasnih dejavnosti kot so branje, poslušanje glasbe in podobno, ki jih je omogočala socialna izoliranost, prav tako je v povprečju lahko videti pozitivno percepcijo odnosov z njihovimi najbližjimi (družino, prijatelji in partnerji) in materialnega udobja (dom, hrana), vendar je glede na rezultate ankete vidno, da jih je socialno distanciranje močno prizadelo v povprečju, kar potrjuje ugotovitve raziskave avtorjev Khan, Kamruzzaman, Rahman, Mahmood in Uddin (2021). Prav tako so anketiranci izrazitejši občutili posledice, kot so nezmožnost potovanja in spremenjene prehrane. Učinki drugih indirektnih posledic se na vzorcu niso očitneje pokazali, kar lahko pripisujem relativno hitremu spreminjanju toka pandemije, ki vsakodnevno spreminja tudi percepcijo populacije.

V zvezi z odnosom do turizma in potovanj je bilo v povprečju videti možno željo po ponovnih potovanjih ter malo manj izrazitejšo pripravljenost na samo potovanje, predvsem je vidno nagnjenje k bolj lokalnemu turizmu s poudarkom na trajnosti. Za svojo varnost so v povprečju pripravljeni plačati več in pomagati turističnemu sektorju, da si opomore. Povzamem lahko, da imajo na splošno anketiranci pozitiven odnos do turizma z željo po dodatnih preoblikovanjih pri opravljanju turistične dejavnosti. Presenetljivo se med analizo ni pokazala pozitivna korelacija med zadovoljstvom s finančnim stanjem in odnosom do potovanja, kar potrjuje Hofstede (2001), ki Španijo uvršča med individualistične narode, ki cenijo svobodo in hedonizem ter finančno varnost postavljajo na drugo mesto.

Z zadnjim sklopom trditve v anketnem vprašalniku pa so bile preučevane različne trditve, ki se nanašajo na prihodnost turizma v Barceloni, kar je ključen del raziskave v mojem magistrskem delu. V povprečju anketiranci prihodnost turizma in zaposlitve na trgu vidijo pozitivnejše na daljši rok (po koncu leta 2021), saj menijo, da bi motnje v turističnem sektorju lahko trajale tudi dlje kot 24 mesecev (od časa izvedbe ankete, tj. konec leta 2020), kar potrjuje tudi predvidevanja UNWTO (2020b). Ključnega pomena za uspeh turističnega sektorja in posameznih podjetij bodo zdravstveni in varnostni ukrepi ter prihod mednarodnih turistov, ki Barceloni kot turistični prestolnici prinašajo bistven denarni priliv. Prepričanje potrošnikov je namreč izredno pomemben dejavnik za opolmočenje turističnega sektorja, kot so dokazali že Li, Zhang, Liu, Kozak in Wen (2020). Anketiranci pričakujejo tudi tehnološke inovacije v sektorju ter priložnost za preoblikovanje turizma v bolj trajnostnega. Manjše strinjanje je bilo s trditvijo glede oslabitve potrošniške porabe za turizem, kar lahko neposredno povežem z njihovim na splošno pozitivnim odnosom do turizma in potovanja. V okviru analize je bila opravljena tudi bivariatna analiza, ki ni pokazala značilnih razlik med lokalnimi prebivalci in priseljenci glede njihovega odnosa

do turizma in potovanj ter percepcije o prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni, kar lahko pripišem manjši velikosti vzorca in še neraziskovanem področju, saj bi lahko z dodatnimi raziskavami določili, kje se dotični skupini v večji meri razlikujeta glede preučevanih spremenljivk.

3.6 Omejitve in priporočila za nadaljnje raziskave

Opravljen raziskava ima določene omejitve, na katere je treba opozoriti. Rezultatov ni moč posploševati na celotno populacijo (turistični delavci na območju Barcelone), vzorec je namreč relativno majhen ($n=100$), saj je bila raziskava opravljena v celoti z moje strani, z lastnimi sredstvi, kar je posledično pomenilo manjši doseg do želene populacije. V raziskavo so bili vključeni po večini mlajši posamezniki, ki še nimajo družine. Velik del vzorca predstavljajo priseljenci zaradi lastnih poznanstev in osebnih izkušenj. Omejitve izhajajo tudi iz metode zbiranja podatkov, ki je bilo spletno anketiranje, in načina deljenja ankete (preko socialnih omrežij, elektronskih sporočil), saj niso vsi turistični delavci tako vešči interneta, predvsem se to nanaša na starejše posameznike.

Ključno omejitev predstavlja relativno slabo raziskovana in aktualna tematika, ki je pandemija koronavirusa, ter njen vpliv na turistični sektor. Večina raziskav je bila namreč opravljenih na širši populaciji in ne izključno na turističnih delavcih, na samem območju Barcelone pa relevantnih raziskav skoraj ni bilo v času pisanja magistrskega dela. Podatki so bili zato prilagojeni, prav tako lestvice, ki sem jih uporabila pri anketnem vprašalniku. To je posledično pripeljalo do neznačilnih povezav med spremenljivkami v strukturnem modelu in številnih mejnih koreliranosti med merjenimi spremenljivkami, ki so bile preverjene s faktorsko analizo. Za čas pandemije so značilne tudi številne vsakodnevne spremembe, sam vprašalnik pa je bil dostopen dva meseca, zato so se odgovori lahko bistveno razlikovali med seboj. Posamezen turistični delavec je lahko dnevno spreminjal svoja občutja, predvsem kar se tiče odnosa do turizma in potovanj ter percepcije prihodnosti turizma v Barceloni. V času anketiranja prav tako še ni bilo prisotnega cepiva in sama prihodnost panoge je bila nejasna.

Kljub omenjenim omejitvam pa preučevana tematika odpira možnosti za nadaljnja raziskovanja. Predlagam raziskavo na večjem vzorcu (n je več kot 500), kjer bodo bolj reprezentativno predstavljene določene skupine, predvsem zanimiva bi bila primerjava med lokalnimi prebivalci in priseljenci. Z nadaljnjimi raziskavami bi se lahko bolj konkretno osredotočili na odnos med določenimi spremenljivkami na podlagi predstavljenega modela z uporabo več relevantnih lestvic, ki bi ponudile boljšo predstavo o občutjih preučevane populacije. Predlagam uporabo krajšega vprašalnika, ki bo pritegnil večje število anketirancev in dostopnost v dveh jezikih – angleščini in španščini (potencialno tudi v katalonščini, ki je uradni jezik v Barceloni). Kljub temu da številni lokalni turistični delavci govorijo angleško, bi lahko bilo besedišče, uporabljeno v vprašalniku, prezahtevno in jih je posledično odvrnilo od reševanja. Pridobitev višjega vzorca lahko značilno vpliva na

zanesljivost opravljene raziskave, saj tako lahko odgovore lažje posplošujemo na celotno populacijo. Za zaključek pa bi predlagala ustrezno prilagojeno raziskavo, ki bi bila opravljena po končani pandemiji, to pomeni, ko po svetu ne bi bilo več nobenega primera koronavirusa. Takrat bi bili sami podatki precej bolj zanesljivi, populacija pa bi imela že izoblikovano mnenje o preučevani tematiki.

Kljub temu pa moje magistrsko delo predstavlja dobro oporo avtorjem, ki bi obravnavano tematiko raziskovali širše z možnostjo pridobitve večjega števila virov, saj je sinteza številnih avtorjev z nadgradnjo, ki jo predstavlja empirična raziskava. V okviru raziskave so bile razvite lestvice, prirejene glede na tematiko dela, razvit pa je bil tudi model strukturne enačbe, ki je pokazal veliko mero zanesljivosti, kljub temu da ni bilo mogoče dokazati statistične povezave pri vseh postavljenih hipotezah.

3.7 Priporočila deležnikom

Kot že omenjeno, je glavni namen mojega magistrskega dela raziskati odnos turističnih delavcev do pandemije ter jim pomagati razumeti aktualno stanje v turistični panogi v luči posledic koronavirusa na območju Barcelone. V Tabeli 8 so podana ključna priporočila deležnikom turistične panoge glede na opravljeno teoretično in empirično raziskavo.

Tabela 8: Priporočila deležnikom v turizmu

Deležniki v turizmu	Priporočila
Zaposleni	- Kar se tiče okrevanja turističnega sektorja, je pričakovati počasno izboljšanje, kar posledično pomeni tudi boljšo situacijo na trgu dela. - Pričakovati je tehnološke spremembe in preoblikovanje sektorja, zato je potrebno hitro prilagajanje. - Pojavijo se lahko večje spremembe glede sezonskosti dela in plač, zato je potrebna dobra komunikacija z delodajalcem ob sklenitvi pogodbe delovnega razmerja.
Delodajalci (manjša podjetja, hoteli, restavracije ipd.)	- Predvsem se je treba osredotočiti na varnost in sanitarne pogoje, ki bodo ključnega pomena za obisk določenega hotela/restavracije/turistične atrakcije. - Pričakovati je lahko povpraševanje po novih, tehnološko naprednejših in bolj trajnostnih oblikah turizma, na kar se je treba pripraviti s prilagojeno strategijo poslovanja. - Med raziskavo je bilo ugotovljeno, da zadovoljstvo delavcev močno vpliva na njihovo delo in fluktuacijo zaposlitve, zato je treba vzpostaviti dober odnos z delovno silo, ki bo posledično pripeljala tudi do večjega zadovoljstva strank.

se nadaljuje

Tabela 8: Priporočila deležnikom v turizmu (nad.)

Lokalni prebivalci	- Pandemija je pokazala pomembno vlogo, ki jo igra turizem v Barceloni, zato je ključno, da prebivalci Barcelone sprejmejo turiste, saj posredno in neposredno vplivajo na celotno ekonomsko situacijo. - Treba je sprejeti sanitarne ukrepe vlade, ki bodo pomagali pri obvladovanju pandemije in počasnem okrevanju turizma.
Turisti	- Tako kot prebivalci morajo turisti upoštevati sanitarne ukrepe, da ne bi prišlo do ponovne zaustavitve turizma. - Namesto masovnega turizma je priporočljivo udejstvovanje v trajnostno prijaznejših in varnejših oblikah turizma, ki prav tako lahko pripeljejo do zadovoljitve potrebe po turizmu in potovanjih.
Vlada	- Denarna pomoč in jasno poročanje o najnovejših podatkih glede pandemije in stanja turističnega sektorja ima izreden pomen za okrevanje turizma, kar se je pokazalo tudi med raziskavo.
Turistične organizacije	- Turističnim podjetjem in zaposlenih je potrebno ponuditi podporo in zagotoviti ugled destinacije v očeh javnosti.

Vir: lastno delo.

SKLEP

Turizem je bil še nedavno eden izmed najhitreje rastočih sektorjev, ne samo v Španiji, temveč po celem svetu. Pandemija koronavirusa je pokazala nepripravljenost sektorja na nepričakovane šoke in posledično pripeljala do izgube številnih delovnih mest in zaprtja turističnih dejavnosti. Medtem ko so drugi sektorji svoje delovanje preoblikovali tako, da je bilo omogočeno socialno distanciranje, turizem ponuja majhne možnosti, da bi se lahko prilagodil pandemični situaciji. Pričakuje se lahko počasno okrevanje sektorja in želja potrošnikov po novih izkušnjah, vendar je težko predvidevati, kakšne posledice čakajo zaposlene in podjetja, vključena v sektor.

V svojem magistrskem delu sem raziskovala odnos do pandemije koronavirusa in do posledic, ki jih je prinesla. Kot že omenjeno, je bila Španija ena izmed bolj prizadetih držav na svetu, saj je močno odvisna od turizma, obenem pa je druženje del vsakdana in prepoved zapuščanja domov je imela za Špance velik vpliv. Osredotočila sem se na turistične delavce, saj je kot omenjeno sektor doživel popolno zaustavitev v letu 2020, kar je posledično pripeljala do izgube številnih delovnih mest, preoblikovanja dela in negotovosti na strani deležnikov. S svojim magistrskim delom sem želela pomagati razumeti aktualno stanje v turistični panogi v luči posledic koronavirusa v Barceloni (Španija), ki slovi kot ena najbolj priljubljenih evropskih turističnih destinacij. V času začetka raziskovanja še ni bilo dostopno obširnejše gradivo, saj so se spremembe dogajale iz dneva v dan in je bilo težko predvidevati, kakšne posledice bo imela pandemija na turizem, dolgotrajno in

kratkotrajno, zato sem se odločila za metodo raziskave, ki omogoča nadgradnjo ob prisotnosti novih informacij in sprememb, ki pomembno vplivajo na stanje sektorja.

Po opravljeni teoretični raziskavi sem na podlagi raziskovalnih vprašanj, ki sem jih želela analizirati, in rezultatov spletnega vprašalnika razvila teoretični vzročni model, sestavljen iz spremenljivk, ki predstavljajo predmet zanimanja za raziskavo, in njihovih vzročnih povezav, ki predstavljajo hipoteze magistrskega dela. Ugotovila sem, da so bili turistični delavci v povprečju nezadovoljni s svojim finančnim stanjem in zaposlitvijo, vendar to ni značilno vplivalo na njihovo kakovost življenja in na odnos do potovanj, posledično pa tudi ne na njihov odnos do prihodnosti turizma. V nasprotju pa se je pokazala značilna pozitivna povezava med odnosom do vlade in med odnosom do potovanj ter kakovostjo življenja. To kaže, kako veliko vlogo igra zaupanje v vlado in njeno delovanje na samo stališče do prihodnosti turističnega sektorja. Sam odnos do delovanja vlade v času pandemije je bil v povprečju negativen, medtem ko so turistični delavci do vladnih ukrepov, kot so uvedba karantene in socialnega distanciranja ter denarne pomoči, pokazali bolj pozitivno naravnost. Prav tako pa so bile neodvisno preverjene indirektne posledice (naknadno izključene iz modela), kjer se je pokazal velik vpliv onemogočenja potovanj in socialnega distanciranja. Odnos do potovanj je igral tudi veliko vlogo do same percepcije o prihodnosti turizma, medtem ko je kakovost življenja pokazala le delno statistično značilen pozitiven vpliv (na področju prostega časa).

Pandemija koronavirusa se v času pisanja magistrskega dela še ni končala, prav tako pa nimamo točnih podatkov, kdaj naj bi se to zgodilo, zato ni presenetljivo, da mi večjega števila hipotez ni uspelo potrditi. Potreben je dodaten razvoj lestvic, ki so bile uporabljene, z adaptacijo za primere pandemične situacije ob pomembnih novih odkritjih na tem področju. Kljub temu pa moje delo prinaša dober vpogled v trenutno situacijo turizma na območju Barcelone, tako za deležnike kot tudi za sleherne bralce, ki niso poznavalci turističnega sektorja.

LITERATURA IN VIRI

1. Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S. & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 100033.
2. Abraham, T. (2011). Lessons from the pandemic: the need for new tools for risk and outbreak communication. *Emerging Health Threats Journal*, 4(1), 7160.
3. Aburumman, A. A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1–11.

4. Ajuntament de Barcelona. (2014a). *Barcelona's tourism activity: development and management*. Girona: INSETUR Higher Institute for Tourism Research University of Girona.
5. Ajuntament de Barcelona. (2014b). *The tourism sector in Barcelona*. Barcelona: Barcelona Activa.
6. Ajuntament de Barcelona (2017). *Barcelona Tourism for 2020 A collective strategy for sustainable tourism*. Barcelona: Barcelona Activa.
7. Alexander, K. L., Entwisle, D. R. & Olson, L. S. (2007). Lasting consequences of the summer learning gap. *American sociological review*, 72(2), 167–180.
8. Alvargonzález, P., Pidkuyko, M. & Villanueva, E. (2020). The Financial Position of the Workers Most Affected by the Pandemic: An Analysis Drawing on the Spanish Survey of Household Finances. *Boletín Económico*, (3), 1–15.
9. Ali, I. & Alharbi, O. M. (2020). COVID-19: Disease, management, treatment, and social impact. *Science of the total Environment*, 728, 138861.
10. Altman, L.K. (2009, 9. junij). *Is this a pandemic? Define 'pandemic'*. Pridobljeno 2. februarja 2021 iz <http://www.nytimes.com/2009/06/09/health/09docs.html>.
11. Amat, F., Arenas, A., Falcó-Gimeno, A. & Muñoz, J. (2020). *Pandemics meet democracy. Experimental evidence from the COVID-19 crisis in Spain*. Pridobljeno 13. februarja iz <https://osf.io/preprints/socarxiv/dkusw/>
12. Amis, J. M. & Janz, B. D. (2020). Leading change in response to COVID-19. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 56(3), 272–278.
13. Andreu, L., Bigne, E., Amaro, S. & Palomo, J. (2020). Airbnb research: an analysis in tourism and hospitality journals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14, 2–20.
14. Antunes, J. L. F. (2009). A dictionary of epidemiology. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 63(5).
15. Ariza-Montes, A., Arjona-Fuentes, J. M., Han, H. & Law, R. (2018). Work environment and well-being of different occupational groups in hospitality: Job Demand–Control–Support model. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 1–11.
16. Ashford, S. J., Lee, C. & Bobko, P. (1989). Content, cause, and consequences of job insecurity: A theory-based measure and substantive test. *Academy of Management journal*, 32(4), 803–829.
17. Ataguba, J. E. (2020). COVID-19 Pandemic, a War to be Won: Understanding its Economic Implications for Africa. *Appl Health Econ. Health Policy* 2020, 18, 325–328.
18. Aynalem, S., Birhanu, K. & Tesefay, S. (2016). Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(6), 1–5.
19. Ayres, J. S. (2020). A metabolic handbook for the COVID-19 pandemic. *Nature metabolism*, 2(7), 572–585.

20. Backer, J. A., Klinkenberg, D. & Wallinga, J. (2020). Incubation period of 2019 novel coronavirus (2019-nCoV) infections among travellers from Wuhan, China, 20–28 January 2020. *Eurosurveillance*, 25(5).
21. Baquero, C. (2014). *Barcelona busca modelo turístico*. Pridobljeno 19. januarja 2021 iz https://elpais.com/ccaa/2014/08/23/catalunya/1408745462_921913.html
22. Baum, T. (2019). Hospitality employment 2033: A backcasting perspective (invited paper for 'luminaries' special issue of international journal of hospitality management). *International Journal of Hospitality Management*, 76, 45–52.
23. Bhuiyan, M. A. H., Hassan, S., Darda, M. A. & Habib, M. W. (2020). *Aspects of Sustainable Tourism Development and COVID-19 Pandemic*. Pridobljeno 3. februarja 2021 iz <https://www.preprints.org/manuscript/202008.0418/v1>
24. Bothma, C.F.C. & Roodt, G. (2013). The validation of the turnover intention scale. *SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur*, 11(1).
25. Bowen, J. (2000). Airline hubs in Southeast Asia: national economic development and nodal accessibility. *Journal of Transport Geography* 8, 25–41.
26. Bratić, M., Radivojević, A., Stojiljković, N., Simović, O., Juvan, E., Lesjak, M., & Podovšovnik, E. (2021). Should I Stay or Should I Go? Tourists' COVID-19 Risk Perception and Vacation Behavior Shift. *Sustainability*, 13(6), 3573.
27. Bregar, L., Ograjenšek, I. & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
28. Brunet, F. (1995). An economic analysis of the Barcelona'92 Olympic Games: resources, financing and impact. *The Keys of success: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona*, 92, 250–285.
29. Brynjolfsson, E., Horton, J. J., Ozimek, A., Rock, D., Sharma, G. & TuYe, H.-Y. (2020). *COVID19 and Remote Work: An Early Look at US Data*. Pridobljeno 13. februarja 2021 iz https://www.nber.org/system/files/working_papers/w27344/w27344.pdf
30. Burkhardt, C. S. & Anderson, K. L. (2003). The Quality of Life Scale (QOLS): reliability, validity and utilization. *Health and Quality of Life Outcomes*, 1(1).
31. Butler, R.W. (1999) Sustainable tourism: A state-of-the art review. *Tourism Geographies* 1(1), 7–25.
32. Cairncross, G. & Buultjens, J. (2007). *Generation Y and work in the tourism and hospitality industry: Problem? What problem?*. Tweed Heads, Australia: Centre for Enterprise Development and Research.
33. Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: V *An Overview. Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (str. 3–27). Cham: Springer Nature.
34. United Nations Industrial Development Organization. (2020). *Coronavirus: the Economic Impact—10 July 2020*. Pridobljeno 16. januarja 2021 iz <https://www.unido.org/stories/coronavirus-economic-impact-10-july-2020>
35. Capel, H. (2010). En qué ha fallado Barcelona. *Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia*, 45 (90), 173–204.

36. Casellas, A. (2009). Barcelona's urban landscape: The historical making of a tourist product. *Journal of Urban History*, 35(6), 815–832.
37. Cavagnaro, E., Staffieri, S. & Postma, A. (2018). Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism. *Journal of Tourism Futures*, 4(1).
38. Chikwe, A. C. (2009). The impact of employee turnover: the case of leisure, tourism and hospitality industry. *Consortium Journal of Hospitality & Tourism*, 14(1).
39. Chislett, W. (2017). Why Spain would like a 'soft' Brexit for the UK. *Real Instituto Elcano, ARI*, 27.
40. Chu, I. Y. H., Alam, P., Larson, H. J. & Lin, L. (2020). Social consequences of mass quarantine during epidemics: a systematic review with implications for the COVID-19 response. *Journal of travel medicine*, 27(7).
41. Cocola-Gant, A. & Palou-Rubio, S. (2015). Tourism promotion and urban space in Barcelona: historic perspective and critical review, 1900-1936. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3), 461–482.
42. Coibion, O., Gorodnichenko, Y. & Weber, M. (2020). The cost of the covid-19 crisis: Lockdowns, macroeconomic expectations, and consumer spending. Pridobljeno 2. februarja 2021 iz https://www.nber.org/system/files/working_papers/w27141/w27141.pdf
43. Conde-Ruiz, J. I., Ayala, L., Cantó, O., de la Rica, S., Fernández, M., Gorjón, L., Latorre, N., López-Laborda, J., Muñoz- Lombardía, A., Onrubia, J., Muñoz-Rodríguez, M. & Torres, R. (2020). *Informe sobre las medidas de protección a los colectivos vulnerables durante la crisis del Covid-19*. Pridobljeno 7. marca 2021 iz <https://ideas.repec.org/p/fda/fdapop/2020-13.html>
44. Craven, M., Liu, L., Mysore, M. & Wilson, M. (2020). COVID-19: Implications for business. *McKinsey & Company*, 1–8.
45. Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. London: Pearson Education.
46. Cushman & Wakefield. (2010). *European Cities Monitor 2010*. London: European Research Group, Cushman and Wakefield.
47. D'Acunto, F., Rauter, T., Scheuch, C. K. & Weber, M. (2020). *Perceived precautionary savings motives: Evidence from fintech*. Pridobljeno 7. marca 2021 iz <https://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/26817.html>
48. David, H. (2015). Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. *Journal of economic perspectives*, 29(3), 3–30.
49. Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I. & Alcott, P. (2013). *Food and beverage management*. London: Routledge.
50. Davis, M., Flowers, P., Lohm, D., Waller, E. & Stephenson, N. (2016). Immunity, biopolitics and pandemics: Public and individual responses to the threat to life. *Body & Society*, 22(4), 130–154.
51. De Rosa, M., Lanzilotta, B., Perazzo, I. & Vigorito, A. (2020). Las políticas económicas y sociales frente a la expansión de la pandemia de COVID-19: aportes para el debate. Aportes y análisis en tiempos de coronavirus. *Instituto de Economía de la Universidad de la Republica (IECON)*.

52. De Vos, J. (2020). The effect of COVID-19 and subsequent social distancing on travel behavior. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5, 100121.
53. Degen, M. & García, M. (2012). The transformation of the 'Barcelona model': an analysis of culture, urban regeneration and governance. *International journal of urban and regional research*, 36(5), 1022–1038.
54. Dein, S., Loewenthal, K., Lewis, C. A., & Pargament, K. I. (2020). COVID-19, mental health and religion: An agenda for future research. *Mental Health, Religion and Culture*, 23(1), 1–9.
55. Deloitte. (2020). *Re-opening and arriving at the new normal. Hospitality sentiment survey (COVID-19)*. Pridobljeno 1. decembra 2020 iz <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mu/Documents/life-sciences-health-care/mu-hc-mauritius-hospitality-survey-noexp.pdf>
56. Dhora, R. & Dionizi, B. (2014). The Role of the Restaurant Sector in Promoting the Local Cuisine. The Case of Shkodra City. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 327.
57. Diakonidze, M. (2019). Development of tourism services and employment perspectives: a casestudy. *European Research Studies Journal*, 22(3), 132–148.
58. Dodds, R. & Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions (Vol. 1)*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
59. Drobnič, S., Beham, B. & Präg, P. (2010). Good job, good life? Working conditions and quality of life in Europe. *Social indicators research*, 99(2), 205–225.
60. Duignan, M. (2019). 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions: Cambridge Case Study: Strategies and Tactics to Tackle Overtourism. V 'Overtourism'? *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions: Case Studies* (str. 34–39). Madrid: UNWTO.
61. Duran, P. (1992). *The impact of the Olympic Games on tourism. Barcelona: the legacy of the Games, 2002, 1992-2002*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB
62. European Cities Marketing — ECM. (2010). *European cities marketing benchmarking report 2010*. Dijon: ECM.
63. Eichenbaum, M. S., Rebelo, S., & Trabandt, M. (2020). The macroeconomics of testing and quarantining (No. w27104). Pridobljeno 3. februarja 2021 iz https://www.nber.org/system/files/working_papers/w26882/w26882.pdf
64. Eijgelaar, E., Peeters, P. & Piket, P. (2008). *Domestic and International Tourism in a Globalized World*. Pridobljeno 3. marca 2021 iz http://www.tourism-master.com/theses/Domestic_and_International_Tourism_in_a_Globalized_World.PDF
65. Elshaer, I. A. & Saad K.S. (2017). Political instability and tourism in Egypt: exploring survivors' attitudes after downsizing. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(1), 3–22.
66. Euart, J., Ferreira, N., Gordon, J., Gupta, A., Hilal, A. & White, O. (2020, 23. julij). *Financial life during the COVID-19 pandemic—an update*. Pridobljeno 13. decembra 2020 iz <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-global-view-of-financial-life-during-covid-19#>

67. Euromonitor. (2019). *International Top 10 Global Consumer Trends*. London: Euromonitor International.
68. Evans, J.R. & Mathur, A. (2005). The value of online surveys. *Internet Research*, 15(2), 201–202.
69. Exline, J. J., Pargament, K. I., Grubbs, J. B. & Yali, A. M. (2014). The Religious and Spiritual Struggles Scale: Development and initial validation. *Psychology of Religion and Spirituality*, 6(3), 208–222.
70. Falahuddin, A. F., Tergu, C. T., Brollo, R. & Nanda, R. O. (2020). Post COVID-19 Pandemic International Travel: Does Risk Perception and Stress-Level Affect Future Travel Intention?. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(1), 1–14.
71. Feyisa, H. L. (2020). The World Economy at COVID-19 quarantine: contemporary review. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, 8(2), 63
72. Ford, F. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. London: Routledge.
73. Foroudi, P., Tabaghdehi, S. A. H. & Marvi, R. (2020). The gloom of the COVID-19 shock in the hospitality industry: A study of consumer risk perception and adaptive belief in the dark cloud of a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102717.
74. Găitan, I. D. (2020). Managing the Coronavirus pandemic impact on tourism in Spain, Italy, Romania and Poland. *SEA–Practical Application of Science*, 8(23), 227–233.
75. Galvani, A., Lew, A. A. & Perez, M. S. (2020). COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 567–576.
76. go2HR. (2014). *Recreation and Entertainment*. Pridobljeno 5. februarja 2021 iz <https://www.go2hr.ca/getting-know-bcs-tourism-industry/what-is-tourism/recreation-and-entertainment-2>
77. Goldbeck, R. (1997). Denial in physical illness. *Journal of psychosomatic research*, 43(6), 575–593.
78. Gonzalez, P. & Moral, P. (1995). An analysis of the international tourism demand in Spain. *International Journal of forecasting*, 11(2), 233–251.
79. Gonzalez, P., & Moral, P. (1996). Analysis of tourism trends in Spain. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 739–754.
80. González-Torres, T., Rodríguez-Sánchez, J. L. & Pelechano-Barahona, E. (2020). Managing relationships in the Tourism Supply Chain to overcome epidemic outbreaks: The case of COVID-19 and the hospitality industry in Spain. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102733.
81. Goodwin, H. (2016). Managing tourism in Barcelona. *Responsible Tourism Partnership*. 20, 24.
82. Greenhalgh, L. & Rosenblatt, Z. (1984). Job insecurity: Toward conceptual clarity. *Academy of Management review*, 9(3), 438–448.

83. Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M. & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22, 187–203.
84. Grundner, L. & Neuhofer, B. (2020). The bright and dark sides of artificial intelligence: A futures perspective on tourist destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100511
85. Gursoy, D. & Nunkoo, R. (2019). *The Routledge handbook of tourism impacts: Theoretical and applied perspectives*. London: Routledge.
86. Gustafson, P. (2012). Managing business travel: Developments and dilemmas in corporate travel management. *Tourism management*, 33(2), 276–284.
87. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2009). *Multivariate Data Analysis* (7. izd.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Limited.
88. Hall, C. M. & Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445–465.
89. Hanspal, T., Weber, A. & Wohlfart, J. (2020). *Income and wealth shocks and expectations during the COVID-19 pandemic*. Pridobljeno 13. marca 2021 iz <https://www.econstor.eu/handle/10419/216640>.
90. Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23, 503–526.
91. Havasi, V. (2013). Financial situation and its consequences on the quality of life in the EU countries. *Social Indicators Research*, 113(1), 17–35.
92. Henríquez, J., Gonzalo-Almorox, E., Garcia-Goñi, M. & Paolucci, F. (2020). The first months of the COVID-19 pandemic in Spain. *Health Policy and Technology*, 9(4), 560–574.
93. Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G. & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926–1944.
94. Hijman, R. (2009). The impact of the crisis on employment. *EUROSTAT, Statistics in focus*, 79.
95. Hofstede, G. (2001). Culture's recent consequences: Using dimension scores in theory and research. *International Journal of cross cultural management*, 1(1), 11–17.
96. Holland, K. & Blood, R. W. (2013). Public responses and reflexivity during the Swine flu pandemic in Australia. *Journalism Studies*, 14(4), 523–538.
97. Horwath HTL. (2020). *Barcelona Market Update, Market Report*. Amsterdam: Horwath HTL.
98. International Air Transport Association — IATA. (2020). *Passenger insights in the times of a pandemic*. Pridobljeno 14. decembra 2020 iz <https://www.iata.org/en/publications/store/covid-passenger-survey/>

99. ILO Monitor. (2020). *COVID-19 causes devastating losses in working hours and employment*. Pridobljeno 4. februarja 2021 iz https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_740893/lang--en/index.htm
100. Ingram, H., Tabari, S. & Watthanakhomprathip, W. (2013). *The impact of political instability on tourism: case of Thailand*. Pridobljeno 3. marca 2021 iz https://www.researchgate.net/publication/262850260_The_impact_of_political_instability_on_tourism_Case_of_Thailand/citations
101. Instituto Nacional de Estadística — INE. (2017). *FRONTUR Movimientos Turísticos en Fronteras*. Pridobljeno 8. februarja 2021 iz <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur0717.pdf>
102. Instituto Nacional de Estadística — INE. (2020). *Total expenditure survey. November 2020*. Pridobljeno 8. februarja 2021 iz https://www.ine.es/en/daco/daco42/egatur/egatur1120_en.pdf
103. International Energy Agency. (2020). *Changes in Transport Behaviour During the COVID-19 Crisis*. Paris: IEA.
104. International Labour Organization — ILO. (2020). *COVID-19 and the World of Work: Country Policy Responses*. Pridobljeno 19. januarja 2021 iz <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/regional-country/country-responses/lang--en/index.htm>
105. Ivančević, J. M. (2003). *Human Resource Management* (9. izd.). New York, New York: McGraw Hill.
106. Ivanov, S., Gavrilina, M., Webster, C. & Ralko, V. (2017). Impacts of political instability on the tourism industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(1), 100–127.
107. Jackson, J. C., Van Egmond, M., Choi, V. K., Ember, C. R., Halberstadt, J., Balanovic, J., Basker, I. N., Boehnke, K., Buki, N., Fischer, R., Fulop, M., Fulmer, A., Homan, A. C., Van Kleef, G. A., Kreemers, L., Schei, V., Szabo, E., Ward, C. & Gelfand, M. J. (2019). Ecological and cultural factors underlying the global distribution of prejudice. *PLoS One*, 14(9).
108. Jang, J. & George, R. T. (2012). Understanding the influence of polychronicity on job satisfaction and turnover intention: A study of non-supervisory hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 588–595.
109. Jiang, Y., Ritchie, B. W. & Benckendorff, P. (2019). Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1925–1957.
110. Jones, P. & Comfort, D. (2020). The COVID-19 crisis, tourism and sustainable development. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 75–86.
111. Jung, H. S., Jung, Y. S. & Yoon, H. H. (2021). COVID-19: The effects of job insecurity on the job engagement and turnover intent of deluxe hotel employees and the moderating role of generational characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102703.

112. Ketter, E. (2021). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 192–196.
113. Keyvanara, M., Khasti, B. Y., Zadeh, M. R. & Modaber, F. (2015). Study of the relationship between quality of life and socioeconomic status in Isfahan at 2011. *Journal of education and health promotion*, 4.
114. Khan, A. G., Kamruzzaman, M., Rahman, M. N., Mahmood, M. & Uddin, M. A. (2021). Quality of life in the COVID-19 outbreak: influence of psychological distress, government strategies, social distancing, and emotional recovery. *Heliyon*, 7(3), e06407.
115. Khoo, E. J. & Lantos, J. D. (2020). Lessons learned from the COVID-19 pandemic. *Acta Paediatrica*, 109(7), 1323–1325.
116. Kim, J. (2018). The contrary effects of intrinsic and extrinsic motivations on burnout and turnover intention in the public sector. *International journal of manpower*, 39(3), 486–500.
117. Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism management*, 36, 527–540.
118. Kithia, J., Wanyonyi, I., Maina, J., Jefwa, T. & Gamoyo, M. (2020). The socio-economic impacts of Covid-19 restrictions: Data from the coastal city of Mombasa, Kenya. *Data in Brief*, 33, 106317.
119. Koundinya, V., Klink, J., Deming, P., Meyers, A. & Erb, K. (2016). How do mode and timing of follow-up surveys affect evaluation success?. *Journal of Extension*, 54(1).
120. Kreiner, N. C., & Ram, Y. (2020). *National tourism strategies during the Covid-19 pandemic*. Pridobljeno 27. februarja 2021 iz <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7572067/>
121. Lang, T. C. (2000). The effect of the Internet on travel consumer purchasing behaviour and implications for travel agencies. *Journal of vacation marketing*, 6(4), 368–385.
122. Lauer, S. A., Grantz, K. H., Bi, Q., Jones, F. K., Zheng, Q., Meredith, H. R., Azman, A., Reich, N.G. & Lessler, J. (2020). The incubation period of coronavirus disease 2019 (COVID-19) from publicly reported confirmed cases: estimation and application. *Annals of internal medicine*, 172(9), 577–582.
123. Laupacis, A., Muirhead, N., Keown, P. & Wong, C. (1992). A disease-specific questionnaire for assessing quality of life in patients on hemodialysis. *Nephron*, 60(3), 302–306.
124. Law, R., Leung, R., Lo, A., Leung, D. & Fong, L. H. N. (2015). Distribution channel in hospitality and tourism: Revisiting disintermediation from the perspectives of hotels and travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 431–452
125. Lazarus, J. V., Ratzan, S., Palayew, A., Billari, F. C., Binagwaho, A., Kimball, S., Larson, H. J., Melegaro, A., Rabin, K., White, T. M. & El-Mohandes, A. (2020). COVID-SCORE: A global survey to assess public perceptions of government responses to COVID-19 (COVID-SCORE-10). *PloS one*, 15(10), e0240011.

126. Lee, S. H., & Jeong, D. Y. (2017). Job insecurity and turnover intention: Organizational commitment as mediator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(4), 529-536.
127. Leith, C. (2020). Tourism trends: lifestyle developments and the links to solo tourism. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 251-255.
128. Li, F. (2009). A Comparative Study on the Effect of Tourism Crisis Events with Different Nature Based on Background Line – A Case Study of Four Tourism Crisis Events in China. *Tourism Tribune*, 24, 73-78.
129. Li, Z., Zhang, S., Liu, X., Kozak, M. & Wen, J. (2020). Seeing the invisible hand: Underlying effects of COVID-19 on tourists' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100502.
130. Li, C. & Lalani, F. (2020, April). The COVID-19 pandemic has changed education forever. This is how. V *World economic forum (Vol. 29)*. Geneva: WEF.
131. Lima, C. K. T., de Medeiros Carvalho, P. M., Lima, I. D. A. A. S., de Oliveira Nunes, J. V. A., Saraiva, J. S., de Souza, R. I. & Neto, M. L. R. (2020). The emotional impact of Coronavirus 2019-nCoV (new Coronavirus disease). *Psychiatry research*, 287, 112915.
132. Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. V *MD dunnette, Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (str. 1300). London: Sage.
133. Lockett, E. (2020). *What Is a Pandemic?* Pridobljeno 14. januarja 2020 iz <https://www.healthline.com/health/what-is-a-pandemic>
134. Lojo, A. & Cànoves, G. (2015). *New tourism trends in Barcelona. Chinese tourist experiences and local perceptions*. Pridobljeno 19. februarja 2021 iz <https://core.ac.uk/download/pdf/189880962.pdf>
135. Lu, J. & Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of sustainable Tourism*, 17(1), 5-16.
136. Majhosev, D. & Koteski, C. (2020). Cities branding as tourist destination: case Barcelona. *SocioBrains*, (78), 370-375.
137. Makovec-Brenčič, M., Dmitrović, T., Knežević-Cvelbar, L., Kolar, T., Konečnik Ruzzier, M., Mihalič, T., Ograjenšek, I., Rojšek, I., Vida, I., Žabkar, V., Gabrijan, V., Milfelner, B., Mumel, D., Ogorelc, A., Pisnik Korda, A. & Snoj, B. (2007). *Metodologija za stalno spremljanje zadovoljstva turistov: priročnik*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
138. Malhotra, N. K. & Birks D. F. (2007). *Marketing research: An applied approach* (3. izd.). Harlow: Pearson Education Limited.
139. Malkina-Pykh, I. G. & Pykh, Y. A. (2008). Quality of-life indicators at different scales: Theoretical background. *Ecological Indicators*, 8, 854-862.
140. Mao, Y., He, J., Morrison, A. M. & Andres Coca-Stefaniak, J. (2020). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 1-19.

141. Marques-Santos, A., Madrid, C., Haegeman, K. & Rainoldi, A. (2020). *Behavioural changes in tourism in times of Covid-19*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
142. Marvell, A. (2013). The growth of business tourism in Barcelona. *Geography Matters*, 20.
143. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
144. Matatolu, I. (2019). Tourism and residents quality of life: a critical examination. *Journal of Pacific Studies*, 39(1), 128–164.
145. Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. London: Longman.
146. Matiza, T. (2020). *Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk*. Pridobljeno 3. marca 2021 iz <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-857777>
147. Maurice, J. (2016). Cost of protection against pandemics is small. *The Lancet*, 387(10016), 12.
148. Mawson, A. R. (2005). Understanding mass panic and other collective responses to threat and disaster. *Psychiatry: Interpersonal and biological processes*, 68(2), 95–113.
149. McKibbin, W. J. & Sidorenko, A. (2006). *Global macroeconomic consequences of pandemic influenza*. Sydney: Lowy Institute for International Policy.
150. McKinsey and Company. (2020). *Global surveys of consumer sentiment during the coronavirus crisis*. Pridobljeno 16. januarja 2021 iz <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/global-surveys-of-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>
151. McKercher, B. & Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716–719.
152. Melián-González, S. & Bulchand-Gidumal, J. (2020). Employment in tourism: The jaws of the snake in the hotel industry. *Tourism Management*, 80, 104123.
153. Mertens, D., Rubio, E. & Thiemann, M. (2020). COVID-19 and the Mobilisation of Public Development Banks in the EU. *India Policy Forum*, 252, 1–9.
154. Mill, R. C. (2010). *Tourism: The international business*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
155. Mobbs, D., Hagan, C. C., Dalgleish, T., Silston, B. & Prévost, C. (2015). The ecology of human fear: survival optimization and the nervous system. *Frontiers in neuroscience*, 9, 55.
156. Molina, I., Otero-Iglesias, M. & Pablo-Martínez, J. (2020). *Has Spain's management of COVID- 19 been a failure? Errors, lessons and recommendations*. Pridobljeno 8. marca 2021 iz http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/riecano_en/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_in/zonas_in/spanishforeignpolicy/wp-16-2020-otero-molina-martinez-has-spains-management-of-covid-19-been-a-failure

157. Morens, D. M., Folkers, G. K. & Fauci, A. S. (2009). What is a pandemic?. *The Journal of Infectious Diseases*, 200(7), 1018–1021.
158. Morello, R. (2012). *How Do Travel Agency Fees Work?* Pridobljeno 5. januarja 2021 iz: <https://smallbusiness.chron.com/travel-agency-fees-work-56374.html>
159. Moreno-Luna, L., Robina-Ramírez, R., Sánchez, M. S. O. & Castro-Serrano, J. (2021). Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1859.
160. Morgan, K., Melendez-Torres, G. J., Bond, A., Hawkins, J., Hewitt, G., Murphy, S. & Moore, G. (2019). Socio-economic inequalities in adolescent summer holiday experiences, and mental wellbeing on return to school: analysis of the school health research network/health behaviour in school-aged children survey in Wales. *International journal of environmental research and public health*, 16(7), 1107.
161. Moscardo, G. (2009). Tourism and quality of life: Towards a more critical approach. *Tourism and hospitality research*, 9(2), 159–170.
162. Murillo, J., Vayà, E., Romani, J. & Suriñach, J. (2013). How important to a city are tourists and day-trippers? The economic impact of tourism on the city of Barcelona. *Tourism Economics*, 19(4), 897–917.
163. Neidhardt, J. & Werthner, H. (2018). IT and tourism: still a hot topic, but do not forget IT. *Information Technology & Tourism*, 20(1-4), 1–7.
164. Nemoto, T. & Beglar, D. (2014). Developing Likert-scale questionnaires. V Sonda, N. & A. Krause (ur.), *JALT2013 Conference Proceedings*. Tokyo: JALT.
165. Nielsen. (2017). *Young and ready to travel: A look at millennial travelers*. Pridobljeno 6. januarja 2021 iz www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-millennial-traveler-study-jan-2017.pdf
166. Nkengasong, J., Iwasaki, A., Victora, C., Oh, J., Gao, G. F., Agrawal, A., Drosten, C., Söderberg-Naucler, C., López-Collazo, E., Pollock, A. M., Viola A. & Baker, M. (2020). The Global Response to the COVID-19 Pandemic. *Med*, 1(1), 3–8.
167. Novelli, M. (2005). *Niche tourism: contemporary issues, trends and cases*. London: Routledge.
168. Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2. izd.). New York: McGraw-Hill.
169. OECD. (2020). *Coronavirus: The world economy at risk*. Pridobljeno 6. januarja 2021 iz www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/
170. Ong, S. T. (2009). Women empowerment through tourism—From social entrepreneurship perspective. Pridobljeno 2. februarja 2021 na <http://edepot.wur.nl/11305>
171. Orti, A. & Pont, M. (2019). *Barcelona in numbers: Tourism, between wealth and residents' complaints*. Barcelona: Barcelona City Council.
172. Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., Berbel-Pineda, J. M. & Castillo-Canalejo, A. M. (2021). Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Social Indicators Research*, 1-21.

173. Peručić, D. (2020). Analysis of the world cruise industry. *V DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* (str. 89–100). Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.
174. Pfefferbaum, B. & North C. S. (2020). Mental health and the covid-19 pandemic. *New England Journal of Medicine*, 383(6), 510–512.
175. Pharmaceutical Technology. (2020). *Coronavirus: A timeline of how the deadly outbreak is evolving*. Pridobljeno 5. februarja 2021 iz <https://www.pharmaceutical-technology.com/news/coronavirus-a-timeline-of-how-the-deadly-outbreak-evolved/>
176. Prager, F., Wei, D. & Rose, A. (2017). Total economic consequences of an influenza outbreak in the United States. *Risk Analysis*, 37(1), 4–19.
177. Prawitz, A., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., & Drentea, P. (2006). InCharge financial distress/financial well-being scale: Development, administration, and score interpretation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 17(1).
178. Prodnik, J. & David, K. (2009). *Poslovanje v turizmu*. Ljubljana: Poslovno-komercialna šola.
179. Przeclawski, K. (1993). *Tourism as the subject of interdisciplinary research*. V D. Pearce & R. Butler, *Tourism research: Critiques and challenges* (str. 9). London: Routledge.
180. Reisel, W. D., Probst, T. M., Chia, S. L., Maloles, C. M., & König, C. J. (2010). The effects of job insecurity on job satisfaction, organizational citizenship behavior, deviant behavior, and negative emotions of employees. *International Studies of Management & Organization*, 40(1), 74-91.
181. Robinson-Smith, G., Johnston, M. V. & Allen, J. (2000). Self-care self-efficacy, quality of life, and depression after stroke. *Archives of physical medicine and rehabilitation*, 81(4), 460–464.
182. Rodríguez-Antón, J. M. & Alonso-Almeida, M. D. M. (2020). COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*, 12(20), 8599.
183. Russo, A. P. (2002). The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165–182.
184. Sánchez-Ollero, J. L., Campos-Soria, J. A. & García-Pozo, A. (2014). The labor market in the Spanish hospitality industry: An overview from a gender perspective. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21, 7–8.
185. Sánchez-Sánchez, E., Ramírez-Vargas, G., Avellaneda-López, Y., Orellana-Pecino, J. I., García-Marín, E. & Díaz-Jimenez, J. (2020). Eating habits and physical activity of the Spanish population during the COVID-19 pandemic period. *Nutrients*, 12(9), 2826.
186. Santos, A. & Cincera, M. (2018). Tourism demand, low cost carriers and European institutions: *The case of Brussels*. *Journal of transport geography*, 73, 163–171.
187. Sapta, I., Muafi, M. & Setini, N. M. (2021). The role of technology, organizational culture, and job satisfaction in improving employee performance during the Covid-19 pandemic. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(1), 495–505.
188. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research Methods for Business Students*. (3. izd.). Harlow: Prentice Hall.

189. Schwartz, J. & Yen, M. Y. (2017). Toward a collaborative model of pandemic preparedness and response: Taiwan's changing approach to pandemics. *Journal of Microbiology, Immunology and Infection*, 50(2), 125–132.
190. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
191. Smith, J. A. & Judd, J. (2020). COVID-19: vulnerability and the power of privilege in a pandemic. *Health Promotion Journal of Australia*, 31(2), 158.
192. Surico, P. & Galeotti, A. (2020). *The economics of a pandemic: the case of Covid-19*. London: London Business School.
193. Swarbrooke, J., & Horner, S. (2001). *Business travel and tourism*. London: Routledge.
194. Škare, M., Soriano, D. R. & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469
195. Tanne, J. H., Hayasaki, E., Zastrow, M., Pulla, P., Smith, P. & Rada, A. G. (2020). Covid-19: how doctors and healthcare systems are tackling coronavirus worldwide. *Bmj*, 368.
196. Tellström, R., Gustafsson, I. B. & Mossberg, L. (2006). Consuming heritage: The use of local food culture in branding. *Place branding*, 2(2), 130–143.
197. Theng, S., Qiong, X. & Tatar, C. (2015). Mass tourism vs alternative tourism? challenges and new positionings. *Études caribéennes*, 31–32.
198. TravelClick. (2015). *Hoteliers continue to see growth in bookings via online channels*. Pridobljeno 19. januarja 2021 iz <https://www.hospitalitynet.org/news/4069129.html>
199. Tribe, J. (2009). Philosophical issues in tourism. V J. Tribe (ur.), *Philosophical issues in tourism* (str. 3–25). Bristol: Channel View.
200. Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440–463.
201. Turisme de Barcelona. (2014). *Estadístiques de turisme a Barcelona 2013*. Barcelona: Barcelona Turisme, Diputació de Barcelona.
202. Unanue, W., Gómez, M. E., Cortez, D., Oyanedel, J. C. & Mendiburo-Seguel, A. (2017). Revisiting the link between job satisfaction and life satisfaction: The role of basic psychological needs. *Frontiers in psychology*, 8, 680.
203. UNESCO. (2020). *COVID-19 Educational Disruption and Response*. Geneva: UNESCO.
204. United Nations. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. Pridobljeno 3. marca 2021 iz https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf
205. Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E. & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261.
206. Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., ... & Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature human behaviour*, 4(5), 460–471.

207. Van Lancker, W. & Parolin, Z. (2020). COVID-19, school closures, and child poverty: a social crisis in the making. *The Lancet Public Health*, 5(5), 243–244.
208. Van Rensburg, M.J. (2014). Relevance of travel agencies in the digital age. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 3(2), 1–9.
209. Verma, S. & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of Business Research*, 118, 253–261.
210. Veríssimo, M. & Costa, C. (2018). Do hostels play a role in pleasing Millennial travellers? The Portuguese case. *Journal of Tourism Futures*, 4(2), 57–68.
211. Wachyuni, S. S. & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior?. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 67–76.
212. Warren, M. S. & Skillman, S. W. (2020). *Mobility changes in response to COVID-19*. Pridobljeno 3. marca 2021 iz <https://arxiv.org/pdf/2003.14228.pdf>
213. Weber Shandwick and KRC. (2020). *Perceptions About COVID-19 and the Employer Response*. Pridobljeno 11. decembra 2020 iz <https://www.webershandwick.com/news/employee-perceptions-employer-covid-19-responses/>
214. WebMD. (2020). *Pandemics*. Pridobljeno 17. januarja 2021 iz <https://www.webmd.com/cold-and-flu/what-are-epidemics-pandemics-outbreaks#1>
215. Wheeler, T. (2008). Future destinations. V *Trends and issues in global tourism 2008* (str. 199–214). Berlin: Springer.
216. Wilder-Smith, A. & Freedman, D. O. (2020). Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. *Journal of travel medicine*, 27(2).
217. Wilson, J. & Richards, G. (2008). Suspending reality: An exploration of enclaves and the backpacker experience. *Current Issues in Tourism*, 11(2), 187–202.
218. Woolliscroft, J. O. (2020). Innovation in response to the COVID-19 pandemic crisis. *Academic Medicine*, 95(8), 1140–1142.
219. World Economic Forum — WEF. (2019). *Travel and Tourism at a Tipping Point*. Pridobljeno 22. januarja 2021 iz <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
220. World Health Organization — WHO. (2005). *WHO global influenza preparedness plan: the role of WHO and recommendations for national measures before and during pandemics*. Geneva: World Health Organization.
221. World Health Organization — WHO. (2009). *Pandemic influenza preparedness and response: a WHO guidance document*. Geneva: World Health Organization.
222. World Health Organization — WHO. (2011). *Comparative Analysis of National Pandemic Influenza Preparedness Plans*. Geneva: World Health Organization.
223. World Tourism Organization. — UNWTO. (1995). *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics*. Madrid: UNWTO.

224. World Tourism Organization — UNWTO. (2012). *Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project*. UNWTO, Madrid.
225. World Tourism Organization — UNWTO. (2013). *Panorama OMT del Turismo Internacional 2013*. Madrid: UNWTO.
226. World Tourism Organization — UNWTO. (2019). *Tourism leading other global sectors in advancing gender equality, new report shows*. Pridobljeno 19. januarja 2021 iz <https://www.unwto.org/tourism-leading-other-global-sectors-in-advancing-gender-equality>
227. World Tourism Organization — UNWTO. (2020a). *Tourism- an economic and social phenomenon*. Pridobljeno 15.1.2021 iz <https://www.unwto.org/why-tourism>.
228. World Tourism Organization — UNWTO. (2020b). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism- Madrid: WTO*. Pridobljeno 21. novembra 2020 iz <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
229. World Tourism Organization — UNWTO. (2021). *Glossary of tourism terms*. Pridobljeno 5.2.2021 na <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
230. World Travel & Tourism Council — WTTC. (2020). *Global economic impact & trends 2020*. London: World Travel and Tourism Council.
231. Yao, H., Chen, J.-H. & Xu, Y.-F. (2020). Patients with mental health disorders in the COVID-19 epidemic. *The Lancet Psychiatry*, 7(4), 21.
232. Yau, E. K. B., Ping, N. P. T., Shoesmith, W. D., James, S., Hadi, N. M. N. & Loo, J. L. (2020). The behaviour changes in response to COVID-19 pandemic within Malaysia. *The Malaysian Journal of Medical Sciences: MJMS*, 27(2), 45.
233. Youngblut, J. M. (1994). A consumer's guide to causal modeling: Part I. *Journal of pediatric nursing*, 9(4), 268.
234. Zajac, G. (2016). The role of air transport in the development of international tourism. *Journal of International Trade, Logistics and Law*, 2(1), 1–8.
235. Zerva, K., Palou, S., Blasco, D. & Donaire, J. A. B. (2019). Tourism-philía versus tourism-phobia: residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*, 21(2), 306–329.
236. Zhu, N., Zhang, D., Wang, W., Li, X., Yang, B., Song, J., ... & Tan, W. (2020). China Novel Coronavirus Investigating and Research Team. A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *N Engl J Med*, 382(8), 727–733.

PRILOGE

Priloga 1: Vprašalnik (prevedeno v slovenski jezik)

Pozdravljeni, moje ime je Pia Trnovec in sem študentka magistrskega študija na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani.

V okviru svojega magistrskega dela izvajam raziskavo na temo "Družbeno-ekonomska kriza: odnos turističnih delavcev do posledic koronavirusa v Barceloni".

Vprašalnik vam ne bo vzel več kot 10 minut in je popolnoma prostovoljen. Prosim, vzemite si trenutek za razmislek pred vsakim vprašanjem in poskusite biti čim bolj iskreni. Vaša pomoč bo zelo cenjena.

Vaši odgovori na anketo so strogo zaupni, vaši podatki pa kodirani. Če imate kakršnakoli vprašanja o anketi ali postopkih, me lahko kontaktirate po e-pošti (pia.trnovec@gmail.com).

Hvala za sodelovanje!

Q1 - Ali ste na začetku pandemije delali v turizmu ali/in trenutno delate v tem sektorju?

- Da
- Ne

Q2 - Kakšen je vaš trenutni družinski status?

- Samski/-a brez otrok
- Samski/-a z otroci
- V zvezi (ali poročen/-a) brez otrok
- V zvezi (ali poročen/-a) z otroci
- Drugo:

Q3 - Lokalni prebivalec ali priseljenec?

- Lokalni prebivalec
- Priseljenec

Q4 - Kakšen je vaš trenutni zaposlitveni status?

- Zaposlen/-a, delal/-a normalno (ostal/-a na istem delovnem mestu kot na začetku pandemije)
- Zaposlen/-a, normalno delal/-a (zaposlen/-a po začetku pandemije)
- Zaposlen/-a na čakanju (v celoti ali delno na »ERTE«)
- Brezposeln/-a (izgubil/-a službo/zapr/-a podjetje med pandemijo)
- Drugo: _____

Q5 - Kakšne spremembe ste doživeli med pandemijo na področju dela/delovnega mesta?

* Možno je več odgovorov. Izberite vsa dejanja, ki so se zgodila v določenem času med pandemijo.

- Izgubil/-a ali pustil/-a sem službo.
- Bil/-a sem na čakanju (ERTE).
- Delal/-a sem s krajšim delovnim časom.
- Delal/-a sem na daljavo (od doma).
- V službi sem napredoval/-a.
- Moje naloge so bile spremenjene (nove, drugačne odgovornosti).
- Postal sem bolj samostojen/-a pri opravljanju vsakodnevnih delovnih nalog.
- Drugo:

Q6 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi izjavami glede varnosti in zadovoljstva pri delu od začetka pandemije na vašem trenutnem oz. zadnjem delovnem mestu, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q6a - Moje delo ni zadovoljilo mojih potreb.	1	2	3	4	5
Q6b - Počutil/-a sem se negotovo glede prihodnosti zaposlitve.	1	2	3	4	5
Q6c - Razmišljal/-a sem, da bi zamenjal/-a ali zapustil/-a službo.	1	2	3	4	5
Q6d - Razmišljal/-a sem o iskanju službe v drugem mestu/državi.	1	2	3	4	5
Q6e - Razmišljal/-a sem, da bi se zaposlil/-a v drugi panogi.	1	2	3	4	5
Q6f - Dolgoročno bi sprejel/-a službo v drugi panogi.	1	2	3	4	5
Q6g - Za kratek čas bi sprejel/-a službo v drugem sektorju.	1	2	3	4	5
Q6h - Pogosto pregledujem različne platforme, da bi našel/-a novo službo.	1	2	3	4	5

Q7 - Navedite, kako je pandemija koronavirusa vplivala na določene dele vaših osebnih financ, tako da izberete številko od 1 (močno zmanjšano) do 5 (močno povečano).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q7a - Prihodki	1	2	3	4	5
Q7b - Prihranki	1	2	3	4	5
Q7c - Poraba	1	2	3	4	5
Q7d - Investicije	1	2	3	4	5
Q7e - Dolg	1	2	3	4	5
**Q7f - Drugo:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q8 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi izjavami glede finančnega stanja in njegovih sprememb zaradi pandemije, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q8a - Nisem zadovoljen/-a s svojim trenutnim finančnim stanjem.	1	2	3	4	5
Q8b - Finančno mi gre dobro.	1	2	3	4	5
Q8c - Pogosto me skrbi, da ne bi mogel/-a pokriti običajnih mesečnih življenjskih stroškov.	1	2	3	4	5
Q8d - Moje osebne finance me spravljajo v stres.	1	2	3	4	5
Q8e - Pogosto se mi zgodi, da komaj pridem finančno čez mesec.	1	2	3	4	5
Q8f - Glede osebnih financ za upokojitev se ne počutim varno.	1	2	3	4	5

Q9 - Navedite, kako močno ste zadovoljni z vsemi naslednjimi postavkami glede kakovosti vašega vsakdanjega življenja po začetku pandemije, tako da izberete številko od 1 (zelo nezadovoljen/-a) do 5 (zelo zadovoljen/-a).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q9a - Materialno udobje – dom, hrana, udobje, finančna varnost	1	2	3	4	5
Q9b - Zdravje (biti fizično pripravljen)	1	2	3	4	5
Q9c - Odnosi z družino – komuniciranje, obisk, pomoč	1	2	3	4	5
Q9d - Razmerje z zakoncem/partnerjem	1	2	3	4	5
Q9e - Prijateljstvo	1	2	3	4	5
Q9f - Delo	1	2	3	4	5
Q9g - Kreativno izražanje	1	2	3	4	5
Q9h - Druženje	1	2	3	4	5
Q9i - Branje, poslušanje glasbe in druga zabava	1	2	3	4	5
Q9j - Neodvisnost – svoboda, biti brez nadzora	1	2	3	4	5
**Q9k - Drugo:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q10 - Navedite, kako močno so spodaj navedene posredne posledice pandemije vplivale na vas, tako da izberete številko od 1 (ni vplivalo) do 5 (močno vplivalo).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q10a - Nezmožnost potovati	1	2	3	4	5
Q10b - Socialno distanciranje (nezmožnost druženja)	1	2	3	4	5

Q10c - Problemi z duševnim zdravjem	1	2	3	4	5
Q10d - Spremenjena prehrana (prehranjevalne navade)	1	2	3	4	5
Q10e - Diskriminacija (rasna ali spolna)	1	2	3	4	5
Q10f - Vpliv na izobrazbo	1	2	3	4	5
Q10g - Verski vpliv	1	2	3	4	5
Q10h - Ekološki vpliv	1	2	3	4	5
Q10i - Politična nestabilnost	1	2	3	4	5
**Q10j - Drugo:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q11 - Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemljanja vladnih odzivov na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q11a - Vlada mi je pomagala glede izgube dohodka, hrane in/ali nastanitve.	1	2	3	4	5
Q11b - Vlada je vse informacije jasno sporočila javnosti.	1	2	3	4	5
Q11c - Zaupal/-a sem vladnim poročilom o statistiki, povezani s pandemijo koronavirusa.	1	2	3	4	5
Q11d - Vladne izvedbe omejitev so bile ustrezne (uvedba karantene, zaprtje nebitvenih poslov, omejena mobilnost itd.).	1	2	3	4	5
Q11e - Vlada je imela močno pripravljeno strokovno skupino za pandemijo, vključno z zdravstvom in s strokovnjaki.	1	2	3	4	5
**Q11f - Drugo:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q12 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemljanja odziva delodajalcev na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

*Vsi odgovori so popolnoma anonimni in bodo uporabljeni izključno za raziskovalne namene.

Q12a - Odziv delodajalcev na pandemijo in okoliške razmere je bil ustrezen.	1	2	3	4	5
Q12b - Prejel/-a sem vse informacije o nadaljnji poslovni strategiji in razlagi novih politik in ukrepov.	1	2	3	4	5
Q12c - Delodajalec je postavil varnost pred dobiček.	1	2	3	4	5
Q12d - Delodajalec je ustrezno podpiral dobro počutje delavcev.	1	2	3	4	5
**Q12e - Drugo:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q13 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami v zvezi z odnosom do turizma in potovanj po pandemiji koronavirusa, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q13a - Počakal/-a bom, da bom cepljen/-a, da bom spet normalno potoval/a.	1	2	3	4	5
Q13b - Močno si želim potovati.	1	2	3	4	5
Q13c - Počutim se pripravljeno na ponovno potovanje.	1	2	3	4	5
Q13d - Turizem je bistvenega pomena za okrevanje gospodarstva.	1	2	3	4	5
Q13e - Pripravljen/-a sem porabiti več v okviru turističnih dejavnosti, da bi sektorju pomagal/-a okrevati.	1	2	3	4	5
Q13f - Pripravljen/-a sem zapraviti več (denarja) za zagotavljanje varnosti pri opravljanju turistične dejavnosti.	1	2	3	4	5
Q13g - Povečal/-a bom podporo lokalnim turističnim podjetjem.	1	2	3	4	5
Q13h - Bolj se bom nagibal/-a k turizmu v naravi (v primerjavi z mestnim turizmom).	1	2	3	4	5
Q13i - Nagibal/-a se bom v smeri bolj trajnostnih oblik turizma.	1	2	3	4	5
Q13j - Potoval/-a bom na manj različnih destinacij.	1	2	3	4	5

Q14 - Koliko časa še pričakujete, da bodo trajale motnje v turističnem sektorju?

- Več kot 24 mesecev
- 13 do 24 mesecev
- 6 do 12 mesecev
- Manj kot 6 mesecev

Q15 - Navedite, kako dojemate prihodnost turističnega sektorja v Barceloni in zaposlovanja v turističnem sektorju, tako da izberete številko od 1 (zelo negativno) do 5 (zelo pozitivno).

Q15a - Prihodnost turističnega sektorja na krajši rok (v naslednjih 12 mesecih)	1	2	3	4	5
Q15b - Prihodnost turističnega sektorja na dolgi rok	1	2	3	4	5
Q15c - Zaposlitev v turizmu na krajši rok (v naslednjih 12 mesecih)	1	2	3	4	5
Q15d - Zaposlitev v turizmu na dolgi rok	1	2	3	4	5

Q16 - Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni (v luči pandemije koronavirusa), tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q16a - Zdravstveni in varnostni ukrepi bodo ključnega pomena za zaupanje strank.	1	2	3	4	5
Q16b - Plače v turizmu se bodo v prihodnosti zmanjšale in pričakovati je več odpuščanj.	1	2	3	4	5
Q16c - Povečalo se bo število začasnih sezonskih pogodb.	1	2	3	4	5
Q16d - Poslovni turizem bo sektorju pomagal pri okrevanju.	1	2	3	4	5
Q16e - Pandemija bo pospešila tehnološke inovacije v turističnem sektorju.	1	2	3	4	5
Q16f - Ponovno aktiviranje mednarodnega povpraševanja je ključnega pomena za preživetje te krize.	1	2	3	4	5
Q16g - Pandemija je priložnost za preoblikovanje turizma v bolj trajnostnega.	1	2	3	4	5
Q16h - Potrošniška poraba za turizem bo znatno oslABLjena.	1	2	3	4	5
Q16i - **Druga opažanja:	1	2	3	4	5

**neobvezno

Q17 - Spol

- Ženski
- Moški
- Drugo

Q18 - Leto rojstva: _____

Q19 - **Ali imate delovno dovoljenje za delo v Španiji?

- Da
- Ne

**neobvezno

Odgovorili ste na vsa vprašanja v tem vprašalniku. Cenim, da ste si vzeli čas in mi pomagali pri raziskavi.

Priloga 2: Deskriptivna analiza

Q1 - Ali ste na začetku pandemije delali v turizmu ali/in trenutno delate v tem sektorju?

Ali ste na začetku pandemije delali v turizmu ali/in trenutno delate v tem sektorju?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 (Da)	100	100 %
2 (Ne)	0	0 %
Skupaj	100	100 %

Ker je bila anketa posredovana le turističnim delavcem v Barceloni, prav tako pa je bilo že v samem nagovoru dodatno jasno izraženo, da je anketa namenjena le njim, so po pričakovanjih vsi odgovorili z DA. Ostali odgovori so bili iz analize izključeni, saj niso bili relevantni.

Q2 - Kakšen je vaš trenutni družinski status?

Kakšen je vaš trenutni družinski status?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Samski/-a brez otrok	48	48 %
2 Samski/-a z otroci	3	3 %
3 V zvezi (ali poročen/-a) brez otrok	36	36 %
4 V zvezi (ali poročen/-a) z otroci	13	13 %
5 Drugo:	0	0 %
Skupaj	100	100 %

Največ anketirancev je bilo samskih brez otrok (48 odstotkov) ali v zvezi brez otrok (36 odstotkov). V zvezi z otroci je bilo 13 posameznikov, samskih z otroci pa le 3. Drugih odgovorov ni bilo podanih.

Q3 - Lokalni prebivalec ali priseljenec?

Sem:		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Lokalni prebivalec	46	46%
2 Priseljenec	54	54%
Skupaj	100	100%

Delež med lokalnim prebivalstvom in priseljenci se je izkazal za dokaj sorazmeren, saj je bilo priseljencev 46 oziroma 46 odstotkov, lokalnih prebivalcev pa 54 oziroma 54 odstotkov.

Q4 - Kakšen je vaš trenutni zaposlitveni status?

Kakšen je vaš trenutni zaposlitveni status?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Zaposlen/-a, delal/-a normalno (ostal/-a na istem delovnem mestu kot na začetku pandemije)	18	18%
2 Zaposlen/-a, normalno delal/-a (zaposlen/-a po začetku pandemije)	17	17%
3 Zaposlen/-a na čakanju (v celoti ali delno na »ERTE«)	47	47%

4 Brezposeln/-a (izgubil/-a službo ali zaprl/-a podjetje med pandemijo)	18	18%
5 Drugo:	0	0%
Skupaj	100	100%

Največ turističnih delavcev je bilo v času izvajanja ankete še vedno na čakanju (v Španiji program ERTE), kar 47 odstotkov, medtem ko je normalno delalo na istem delovnem mestu kot pred pandemijo 18 anketirancev, 17 pa se jih je v trenutni službi zaposlilo po začetku pandemije. 18 anketirancev je izgubilo službo oz. so morali zapreti svoje podjetje.

Q5 - Kakšne spremembe ste doživeli med pandemijo na področju dela/delovnega mesta?

Q5	Kakšne spremembe ste doživeli med pandemijo na področju dela/delovnega mesta?	Frekvenca	Odstotek
	Odgovori		
	1 Izgubil/-a ali pustil/-a sem službo.	31	31%
	2 Bil/-a sem na čakanju (ERTE).	61	61%
	3 Delal/-a sem s krajšim delovnim časom.	27	27%
	4 Delal/-a sem na daljavo (od doma).	21	21%
	5 V službi sem napredoval/-a.	3	3%
	6 Moje naloge so bile spremenjene (nove, drugačne odgovornosti).	27	27%
	7 Postal/-a sem bolj samostojen/-a pri opravljanju vsakodnevnih delovnih nalog.	13	13%
	8 Drugo: pustil sem službo, se preselil v Španijo in dobil novo službo.	1	1%
	9 Drugo: skoraj nič sprememb glede moje službe.	1	1%
	Skupaj	100	100%

Na vzorcu se je pokazalo, da je največ anketirancev (61 odstotkov) doživelo spremembo na delovnem mestu tako, da so bili na čakanju oz. so dobivali dodatek za čakanje (ERTE). 31 odstotkov je izgubilo službo, 27 odstotkov jih je delalo polovični delovni čas, isto število pa je izbralo odgovor, da so bile njihove naloge spremenjene (nove ali drugačne). Najmanj jih je napredovalo (3 odstotkov).

Q6 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi izjavami glede varnosti in zadovoljstva pri delu od začetka pandemije na vašem trenutnem oz. zadnjem delovnem mestu, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q6	Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi izjavami glede varnosti in zadovoljstva pri delu od začetka pandemije na vašem trenutnem oz. zadnjem delovnem mestu, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
	Podvprašanja	1	2	3	4	5	Skupaj		
Q6a	Moje delo ni zadovoljilo mojih potreb.	5 (5%)	17 (17%)	28 (28%)	32 (32%)	18 (18%)	100 (100%)	3,41	1,12

Q6b	Počutim se negotovo glede prihodnosti zaposlitve.	6 (6%)	7 (7%)	18 (18%)	28 (28%)	41 (41%)	100 (100%)	3,91	1,19
Q6c	Razmišljal/-a sem, da bi zamenjal/-a ali zapustil/-a službo.	11 (11%)	3 (3%)	16 (16%)	24 (24%)	46 (46%)	100 (100%)	3,91	1,32
Q6d	Razmišljal/-a sem o iskanju službe v drugem mestu/državi.	26 (26%)	8 (8 %)	16 (16 %)	21 (21%)	29 (29%)	100 (100%)	3,19	1,57
Q6e	Razmišljal/-a sem, da bi se zaposlil/-a v drugi panogi.	16 (16%)	4 (4%)	16 (16%)	27 (27%)	36 (36%)	99 (100%)	3,60	1,42
Q6f	Dolgoročno bi sprejel/-a službo v drugi panogi.	10 (10%)	8 (8 %)	33 (33 %)	24 (24 %)	25 (25%)	100 (100%)	3,46	1,23
Q6g	Za kratek čas bi sprejel/-a službo v drugem sektorju.	7 (7%)	4 (4%)	15 (15%)	21 (21%)	53 (53%)	100 (100%)	4,09	1,22
Q6h	Pogosto pregledujem različne platforme, da bi našel/-a novo službo.	12 (12%)	9 (9%)	22 (22%)	20 (20%)	37 (37%)	100 (100%)	3,61	1,38

Na vzorcu se je pokazalo, da so bili anketiranci v povprečju bolj nezadovoljni kot zadovoljni, saj je bil povprečen odgovor pri vseh vprašanjih nad 3 točke na Likertovi lestvici. Največje strinjanje je bilo pri trditvi »Za kratek čas bi sprejel/-a službo v drugem sektorju« s povprečjem 4,1 na Likertovi lestvici, sledili sta trditvi »Počutim se negotovo glede prihodnosti moje službe.« in »Razmišljal/-a sem, da bi zamenjal/-a ali zapustil/-a službo.«. Najmanjše je bilo strinjanje s trditvijo »Razmišljal/-a sem o iskanju službe v drugem mestu/državi.« (povprečje 3,2 na Likertovi lestvici).

Q7 - Navedite, kako je pandemija koronavirusa vplivala na določene dele vaših osebnih financ, tako da izberete številko od 1 (močno zmanjšano) do 5 (močno povečano).

Q7	Navedite, kako je pandemija koronavirusa vplivala na določene dele vaših osebnih financ, tako da izberete številko od 1 (močno zmanjšan) do 5 (močno povečano).								
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
Q7a	Prihodki	1 26 (26%)	2 42 (42%)	3 25 (25%)	4 4 (4%)	5 3 (3%)	Skupaj 100 (100%)	2,16	0.96
Q7b	Prihranki	21 (21%)	33 (33%)	35 (35%)	6 (6%)	5 (5%)	100 (100%)	2,41	1,05
Q7c	Poraba	14 (14%)	44 (44%)	31 (31%)	8 (8%)	3 (3%)	100 (100%)	2,42	0,93
Q7d	Investicije	23 (23%)	30 (30%)	41 (41%)	3 (3%)	3 (3%)	100 (100%)	2,33	0.96
Q7e	Dolg	8 (8%)	5 (5%)	70 (70%)	14 (14%)	3 (3%)	100 (100%)	2,99	0,80

Q7f	Drugo:	3 (30%)	0 (0%)	6 (60%)	1 (10%)	0 (0%)	10 (100%)	2,50	1,08
-----	--------	------------	-----------	------------	------------	-----------	--------------	------	------

V povprečju lahko vidimo, da so se vse postavke zmanjšale, najbolj pa so se zmanjšali posameznikovi prihodki s povprečjem 2,2 na Likertovi lestvici. Najmanjša razlika je bila pri postavki »Dolg«, kjer so anketiranci v povprečju odgovarjali, da se ni bistveno spremenila (povprečje 3 na Likertovi lestvici).

Q8 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi izjavami glede finančnega stanja in njegovih sprememb zaradi pandemije, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q8 Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi izjavami glede finančnega stanja in njegovih sprememb zaradi pandemije, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).									
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
		1 0 (0%)	2 13 (13%)	3 17 (17%)	4 41 (41%)	5 29 (29%)	Skupaj 100 (100%)		
Q8a	Nisem zadovoljen/-a s svojim trenutnim finančnim stanjem.							3,86	0,98
Q8b	Finančno mi gre dobro.	20 (20%)	32 (32%)	28 (28%)	17 (17%)	3 (3%)	100 (100%)	2,51	1,09
Q8c	Pogosto me skrbi, da ne bi mogel/-a pokriti običajnih mesečnih življenjskih stroškov.	11 (11%)	21 (21%)	27 (26%)	31 (31%)	10 (10%)	100 (100%)	3,08	1,18
Q8d	Moj finančni status me spravlja v stres.	6 (6%)	12 (12%)	22 (22%)	46 (46%)	14 (14%)	100 (100%)	3,50	1,07
Q8e	Pogosto se mi zgodi, da komaj pridem finančno čez mesec.	25 (25%)	27 (27%)	26 (26%)	15 (15%)	7 (7%)	100 (100%)	2,52	1,22
Q8f	Glede osebnih financ za upokojitev se ne počutim varno.	2 (2%)	4 (4%)	45 (45%)	25 (25%)	24 (24%)	100 (100%)	3,65	0,96

Trdimo lahko, da so glede na rezultate anketiranci svoje finančno stanje doživljali negativno, saj so v povprečju vse trditve pokazale vrednosti več od 3. Največje strinjanje je bilo s trditvijo »Nisem zadovoljen/-a s trenutno finančno situacijo« (povprečje 3,9 na Likertovi lestvici), ki kaže na nezadovoljstvo s spremembo finančnega statusa v času pandemije, prav tako se ne čutijo finančne varnosti glede upokojitve (Q8f; 3,7 povprečje na Likertovi lestvici).

Q9 - Navedite, kako močno ste zadovoljni z vsemi naslednjimi postavkami glede kakovosti vašega vsakdanjega življenja po začetku pandemije, tako da izberete številko od 1 (zelo nezadovoljen/-a) do 5 (zelo zadovoljen/-a).

Q9 Navedite, kako močno ste zadovoljni z vsemi naslednjimi postavkami glede kakovosti vašega vsakdanjega življenja po začetku pandemije, tako da izberete številko od 1 (zelo nezadovoljen/-a) do 5 (zelo zadovoljen/-a).									
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
		1	2	3	4	5	Skupaj		
Q9a	Materialno udobje – dom, hrana, udobje, finančna varnost	2 (11%)	11 (11%)	39 (39%)	28 (28%)	20 (20%)	100 (100%)	3,53	1,0
Q9b	Zdravje (biti fizično pripravljen)	5 (5%)	15 (15%)	22 (22%)	40 (40%)	18 (18%)	100 (100%)	3,51	1,11
Q9c	Odnosi z družino – komuniciranje, obisk, pomoč	7 (7%)	8 (8%)	26 (26%)	42 (42%)	17 (17%)	99 (100%)	3,54	1,09
Q9d	Razmerje z zakoncem/partnerjem	11 (11%)	7 (7%)	33 (33%)	31 (31%)	18 (18%)	100 (100%)	3,38	1,19
Q9e	Prijateljstvo	6 (6%)	6 (6%)	32 (32%)	41 (41%)	15 (15%)	100 (100%)	3,53	1,02
Q9f	Delo	33 (33%)	27 (27%)	20 (20%)	15 (15%)	5 (5%)	100 (100%)	2,32	1,22
Q9g	Kreativno izražanje	7 (7%)	6 (6%)	21 (21%)	31 (31%)	35 (35%)	100 (100%)	3,81	1,19
Q9h	Druženje	24 (24%)	18 (18%)	21 (21%)	31 (31%)	6 (6%)	100 (100%)	2,77	1,29
Q9i	Branje, poslušanje glasbe in druga zabava	4 (4%)	5 (5%)	13 (13%)	28 (28%)	50 (50%)	100 (100%)	4,15	1,09
Q9j	Neodvisnost – svoboda, biti brez nadzora	13 (25%)	13 (25%)	37 (25%)	18 (25%)	19 (25%)	100 (100%)	3,17	1,26
Q9k	Drugo:	3 (38%)	1 (13%)	4 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (100%)	2,13	0,99

Glede na rezultate anketnega vprašalnika so bili anketiranci najbolj zadovoljni s kreativnim izražanjem s povprečjem 3,8 na Likertovi lestvici in zabavo v prostem času s povprečjem 4,2. Najmanj pa so bili v povprečju zadovoljni z delom (povprečje 2,3) in možnostmi socializacije (povprečje 2,8). Ostale spremenljivke so kazale srednje vrednosti, kar kaže na srednje vrednosti zadovoljstva do dotičnih postavk kakovosti življenja v času pandemije.

Q10 - Navedite, kako močno so spodaj navedene posredne posledice pandemije vplivale na vas, tako da izberete številko od 1 (ni vplivalo) do 5 (močno vplivalo).

Q10	Navedite, kako močno so spodaj navedene posredne posledice pandemije vplivale na vas, tako da izberete številko od 1 (ni vplivalo) do 5 (močno vplivalo).
-----	--

	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
Q10a	Nezmožnost potovati	1 4 (4 %)	2 6 (6 %)	3 13 (13 %)	4 24 (24 %)	5 53 (53 %)	Skupaj 100 (100%)	4,16	1,12
Q10b	Socialno distanciranje (nezmožnost druženja)	2 (2%)	4 (4%)	17 (17%)	31 (31%)	46 (46%)	100 (100%)	4,15	0,98
Q10c	Problemi z duševnim zdravjem	20 (20%)	15 (15%)	25 (25%)	28 (28%)	12 (12%)	100 (100%)	2,97	1,31
Q10d	Spremenjena prehrana (prehranjevalne navade)	19 (19%)	9 (9%)	23 (23%)	35 (35%)	14 (14%)	100 (100%)	3,16	1,32
Q10e	Diskriminacija (rasna ali spolna)	92 (92%)	3 (3%)	2 (2%)	3 (3%)	0 (0%)	100 (100%)	1,18	0,6
Q10f	Vpliv na izobrazbo	45 (45%)	7 (7%)	20 (20%)	21 (21%)	7 (7%)	100 (100%)	2,40	1,41
Q10g	Verski vpliv	80 (80%)	4 (4%)	8 (8%)	8 (8%)	0 (0%)	100 (100%)	1,44	0,95
Q10h	Ekološki vpliv	67 (67%)	8 (8%)	17 (17%)	5 (5%)	3 (3%)	100 (100%)	1,69	1,11
Q10i	Politična nestabilnost	48 (48%)	10 (10%)	21 (21%)	13 (13%)	8 (8%)	100 (100%)	2,23	1,38
Q10j	Drugo:	2 (29%)	2 (29%)	3 (43%)	0 (0%)	0 (0%)	7 (100%)	2,14	0,9

Na vzorcu se je pokazalo, da so turistični delavci najbolj čutili indirektne posledice, povezane z nezmožnostjo potovati in s socialnim distanciranjem (povprečje 4,2 na Likertovi lestvici), najmanj pa na področju diskriminacije (rasne in spolne), religije in ekološkega vpliva (vsa povprečja pod 2 na Likertovi lestvici).

Q11 - Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemanja vladnih odzivov na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q11	Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemanja vladnih odzivov na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).								
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
Q11a	Vlada mi je pomagala glede izgube dohodka, hrane in/ali nastanitve.	1 17 (17%)	2 16 (16%)	3 36 (36%)	4 24 (24%)	5 7 (7%)	Skupaj 100 (100%)	2,88	1,17
Q11b	Vlada je vse informacije jasno sporočila javnosti.	23 (23%)	31 (31%)	37 (37%)	8 (8%)	1 (1%)	100 (100%)	2,33	0,95

Q11c	Zaupal/-a sem vladnim poročilom o statistiki, povezani s pandemijo koronavirusa.	29 (29%)	34 (34%)	29 (29%)	7 (7%)	1 (1%)	100 (100%)	2,17	0,96
Q11d	Vladne izvedbe omejitev so bile ustrezne (uvedba karantene, zaprtje nebistvenih poslov, omejena mobilnost itd.).	13 (13%)	20 (20%)	41 (41%)	21 (21%)	5 (5%)	100 (100%)	2,85	1,06
Q11e	Vlada je imela močno pripravljeno strokovno skupino za pandemijo, vključno z zdravstvom in s strokovnjaki.	38 (38%)	30 (30%)	28 (28%)	4 (4%)	0 (0%)	100 (100%)	1,98	0,91
Q11f	Drugo:	3 (50%)	1 (17%)	2 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (100%)	1,83	0,98

Na vzorcu se je pokazalo, da turistični delavci v povprečju niso imeli pozitivne percepcije do odziva vlade na pandemijo (vsa povprečja trditve pod 3 na Likertovi lestvici). Največje strinjanje je bilo pri trditvah »Vlada mi je pomagala glede izgube dohodka, hrane in/ali nastanitve.« in »Vladne izvedbe omejitev so bile ustrezne.« (2,9 v povprečju na Likertovi lestvici), najmanjše pa s trditvijo »Vlada je imela močno pripravljeno strokovno skupino za pandemijo, vključno z zdravstvom in s strokovnjaki.« (2,2 v povprečju na Likertovi lestvici).

Q12 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemanja odziva delodajalcev na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q12 Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede vašega dojemanja odziva delodajalcev na pandemijo, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).									
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
		1	2	3	4	5	Skupaj		
Q12a	Odziv delodajalcev na pandemijo in okoliške razmere je bil ustrezen.	10 (10%)	21 (21%)	27 (27%)	32 (32%)	10 (10%)	100 (100%)	3,11	1,15
Q12b	Prejel/-a sem vse informacije o nadaljnji poslovni strategiji in razlagi novih politik in ukrepov.	18 (18%)	26 (26%)	21 (21%)	20 (20%)	15 (15%)	100 (100%)	2,88	1,34
Q12c	Delodajalec je postavil varnost pred dobiček.	11 (11%)	10 (10%)	24 (24%)	29 (29%)	26 (26%)	100 (100%)	3,49	1,28
Q12d	Delodajalec je ustrezno podpiral dobro počutje delavcev.	30 (30%)	17 (17%)	32 (32%)	14 (14%)	7 (7%)	100 (100%)	2,51	1,25

Na vzorcu se je pokazalo, da je delodajalec sicer postavil varnost pred dobiček (Q12c; 3,5 povprečje na Likertovi lestvici), vendar je bilo pomanjkanje ustrezne podpore, ki bi pripomogla k boljšemu počutju delavcev (Q12d; 2,5 povprečje na Likertovi lestvici). Standardni odklon

pri trditvah kaže večjo razpršenost, zato lahko trdim, da so imeli anketiranci med seboj razlikujoča se mnenja.

Q13 - Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami v zvezi z odnosom do turizma in potovanj po pandemiji koronavirusa, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q13 Navedite, kako močno se strinjate ali ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami v zvezi z odnosom do turizma in potovanj po pandemiji koronavirusa, tako da izberete številko od 1 (se popolnoma ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).									
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
		1	2	3	4	5	Skupaj		
Q13a	Počakal/-a bom, da bom cepljen/-a, da bom spet normalno potoval/a.	31 (31%)	18 (18%)	30 (30%)	12 (12%)	9 (9%)	100 (100%)	2,50	1,29
Q13b	Močno si želim potovati.	3 (3%)	3 (3%)	20 (20%)	27 (27%)	47 (47%)	100 (100%)	4,12	1,03
Q12c	Počutim se pripravljeno na ponovno potovanje.	19 (19%)	12 (12%)	18 (18%)	25 (25%)	26 (26%)	100 (100%)	3,27	1,46
Q13d	Turizem je bistvenega pomena za okrevanje gospodarstva.	13 (13%)	10 (10%)	26 (26%)	23 (23%)	28 (28%)	100 (100%)	3,43	1,34
Q13e	Pripravljen/-a sem porabiti več v okviru turističnih dejavnosti, da bi sektorju pomagal/-a okrevati.	12 (12%)	27 (27%)	30 (30%)	15 (15%)	16 (16%)	100 (100%)	2,96	1,25
Q13f	Pripravljen/-a sem zapraviti več (denarja) za zagotavljanje varnosti pri opravljanju turistične dejavnosti.	4 (4%)	13 (13%)	31 (31%)	20 (20%)	32 (32%)	100 (100%)	3,63	1,18
Q13g	Povečal/-a bom podporo lokalnim turističnim podjetjem.	3 (3%)	11 (11%)	20 (20%)	36 (36%)	30 (30%)	100 (100%)	3,79	1,09
Q13h	Bolj se bom nagibal/-a k turizmu v naravi (v primerjavi z mestnim turizmom).	3 (3%)	6 (6%)	31 (31%)	24 (24%)	36 (36%)	100 (100%)	3,84	1,08
Q13i	Nagibal/-a se bom v smeri bolj trajnostnih oblik turizma.	8 (8%)	1 (1%)	32 (32%)	24 (24%)	35 (35%)	100 (100%)	3,77	1,18
Q13j	Potoval/-a bom na manj različnih destinacij.	12 (12%)	14 (14%)	29 (29%)	24 (24%)	21 (21%)	100 (100%)	3,28	1,28

Na vzorcu se je pokazalo največje strinjanje s trditvijo »Močno si želim potovati.« (povprečje 4,2 na Likertovi lestvici). Največja razpršenost je pri trditvi »Počutim se pripravljeno na ponovno potovanje.« (povprečje 3,3 s standardnim odklonom 1,5), najmanj pa so se anketiranci strinjali s trditvijo »Počakal/-a bom, da bom cepljen/-a, da bom spet normalno potoval/a.« (povprečje 2,5).

Q14 - Koliko časa še pričakujete, da bodo trajale motnje v turističnem sektorju?

Q14 Koliko časa še pričakujete, da bodo trajale motnje v turističnem sektorju?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Več kot 24 mesecev	37	37%
2 13 do 24 mesecev	35	35%
3 6 do 12 mesecev	20	20%
4 Manj kot 6 mesecev	8	8%
Skupaj	100	100%

Anketiranci so v povprečju največkrat izbrali odgovor »več kot 24 mesecev«, sledila sta odgovora »13 do 24 mesecev« (35 odstotkov) in »6 do 12 mesecev« (20 odstotkov), najmanj pa se jih je odločilo za odgovor »manj kot 6 mesecev« (8 odstotkov).

Q15 - Navedite, kako dojemate prihodnost turističnega sektorja v Barceloni in zaposlovanja v turističnem sektorju, tako da izberete številko od 1 (zelo negativno) do 5 (zelo pozitivno).

Q15 Navedite, kako dojemate prihodnost turističnega sektorja v Barceloni in zaposlovanja v turističnem sektorju, tako da izberete številko od 1 (zelo negativno) do 5 (zelo pozitivno).									
	Podvprašanja	Odgovori						Povprečje	Std. Odklon
		1	2	3	4	5	Skupaj		
Q15a	Prihodnost turističnega sektorja na krajši rok (v naslednjih 12 mesecih)	21 (21%)	42 (42%)	32 (32%)	3 (3%)	2 (2%)	100 (100%)	2,23	0,89
Q15b	Prihodnost turističnega sektorja na dolgi rok	2 (2%)	9 (9%)	30 (30%)	41 (41%)	18 (18%)	100 (100%)	3,64	0,95
Q15c	Zaposlitev v turizmu na krajši rok (v naslednjih 12 mesecih)	31 (31%)	43 (43%)	22 (22%)	3 (3%)	1 (1%)	100 (100%)	2,00	0,86
Q15d	Zaposlitev v turizmu na dolgi rok	3 (3%)	11 (11%)	36 (36%)	39 (39%)	11 (11%)	100 (100%)	3,44	0,94

Na vzorcu se je pokazalo, da je kratkoročna prihodnost turizma zaznana povprečno negativno glede na vrednost na Likertovi lestvici (2,2), prav tako tudi zaposlitev v panogi v krajšem obdobju (2 na Likertovi lestvici). Gledano dolgoročno pa je opaziti pozitivnejše dojetanje – vrednost na Likertovi lestvici glede prihodnosti turističnega sektorja je bila v povprečju 3,6, glede zaposlitve pa 3,4.

Q16 - Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni (v luči pandemije koronavirusa), tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).

Q16	Navedite, kako močno se strinjate/ne strinjate z vsemi naslednjimi trditvami glede prihodnosti turističnega sektorja v Barceloni, tako da izberete številko od 1 (se močno ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam).			
	Podvprašanja	Odgovori	Povprečje	Std. Odklon

Q16a	Zdravstveni in varnostni ukrepi bodo ključnega pomena za zaupanje strank.	1 3 (3%)	2 1 (1%)	3 10 (10%)	4 18 (18%)	5 68 (68%)	Skupaj 100 (100%)	4,47	0,94
Q16b	Plače v turizmu se bodo v prihodnosti zmanjšale in pričakovati je več odpuščaj.	6 (6%)	13 (13%)	24 (24%)	30 (30%)	27 (27%)	100 (100%)	3,59	1,19
Q16c	Povečalo se bo število začasnih sezonskih pogodb.	3 (3%)	5 (5%)	25 (25%)	35 (35%)	32 (32%)	100 (100%)	3,88	1,02
Q16d	Poslovni turizem bo sektorju pomagal pri okrevanju.	3 (3%)	5 (5%)	26 (26%)	23 (23%)	43 (43%)	100 (100%)	3,98	1,08
Q16e	Pandemija bo pospešila tehnološke inovacije v turističnem sektorju.	3 (3%)	3 (3%)	22 (22%)	20 (20%)	52 (52%)	100 (100%)	4,15	1,06
Q16f	Ponovno aktiviranje mednarodnega povpraševanja je ključnega pomena za preživetje te krize.	2 (2%)	3 (3%)	8 (8%)	20 (20%)	67 (67%)	100 (100%)	4,47	0,92
Q16g	Pandemija je priložnost za preoblikovanje turizma v bolj trajnostnega.	3 (3%)	2 (2%)	18 (18%)	27 (27%)	50 (50%)	100 (100%)	4,19	1,00
Q16h	Potrošniška poraba za turizem bo znatno oslABLJENA.	3 (3%)	6 (6%)	44 (44%)	31 (31%)	16 (16%)	100 (100%)	3,51	0,94
Q16i	Druga opažanja:	2 (17%)	1 (8%)	4 (33%)	3 (25%)	2 (17%)	12 (100%)	3,17	1,34

Na vzorcu se je pokazalo večinsko strinjanje s podanimi trditvami (povprečen odgovor na Likertovi lestvici večji od 3). Največje povprečno strinjanje je bilo s trditvama »Novi zdravstveni in varnostni ukrepi bodo ključnega pomena za zaupanje strank v prihodnosti.« in »Ponovno aktiviranje mednarodnega povpraševanja je ključnega pomena za preživetje te krize.« (povprečje 4,5), najmanjše pa z »Plače v turizmu se bodo v prihodnosti zmanjšale in pričakovati je več odpuščaj.« (povprečje 3,6) in »Potrošniška poraba za turizem bo znatno oslABLJENA.« (povprečje 3,5).

Q17 - Spol

Spol		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Ženski	58	58%
2 Moški	42	42%
3 Drugo	0	0%
Skupaj	100	100%

V vzorcu je bilo zajetih 58 odstotkov udeležencev ženskega spola in 42 odstotkov moškega, nihče pa se ni odločil za drugačen odgovor (brez opredelitve spola).

Q18 - Leto rojstva

Leto rojstva		
Starostni rang	Frekvenca	Odstotek
1961-1970	4	4%
1971-1980	5	5%
1981-1990	29	29%
1991-2002	62	62%
Skupaj	100	100%

	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon	Minimum	Maksimum
	100	1.990,2	7,11	1963	1999

Iz tabele je razvidno, da je bilo največ anketirancev rojenih med letoma 1991 in 2002, najmanj pa med letoma 1961 in 1970. Najstarejši anketiranec je bil rojen v letu 1963, najmlajši pa v 2002. Povprečna starost je bila 30 let (1990.2 povprečno leto rojstva).

Q19 - Delovno dovoljenje

Ali imate delovno dovoljenje za delo v Španiji?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
1 Da	87	87%
2 Ne	11	11%
Skupaj	98	98%

Zadnje vprašanje je bilo izbirno (ni bilo potrebno odgovoriti). Od 98 anketirancev, ki je odgovorilo na vprašanje, je bilo 87 odstotkov z delovnim dovoljenjem v Španiji, 11 odstotkov pa brez.

Priloga 3: RStudio izpis – preverjanje Cronbach Alpha in AVE pri faktorski analizi

```
##          zadovoljstvo  finance kvalitetazivljenja_odnosi
## alpha      0.7843755 0.8972368                0.7336878
## omega      0.7872748 0.8983800                0.7316978
## omega2     0.7872748 0.8983800                0.7316978
## omega3     0.7852084 0.8958723                0.7267217
## avevar     0.4846799 0.6901718                0.4783895
##          kvalitetazivljenja_prostias odnosdovlade odnosdoturizma odnosprihodnost
## alpha              0.7343563    0.7768817    0.7543707    0.8315289
## omega              0.7339690    0.7861317    0.7550030    0.8301741
## omega2            0.7339690    0.7861317    0.7550030    0.8301741
## omega3            0.7317815    0.7808083    0.7521899    0.8261525
## avevar            0.4803632    0.5593663    0.4378818    0.5509447
```

Priloga 4: RStudio izpis – Harmanov test (»common – method bias«)

```
Factor Analysis using method = ml
Call: fa(r = subsetcommon, nfactors = 1, rotate = "none", fm = "ml")
Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix

          ML1
SS loadings  5.55
Proportion Var 0.22

Mean item complexity = 1
Test of the hypothesis that 1 factor is sufficient.

The degrees of freedom for the null model are 300 and the objective function was 13.76 with Chi Square of 1208.4
The degrees of freedom for the model are 275 and the objective function was 9.01

The root mean square of the residuals (RMSR) is 0.18
The df corrected root mean square of the residuals is 0.19

The harmonic number of observations is 98 with the empirical chi square 1935.83 with prob < 4.4e-247
The total number of observations was 98 with Likelihood Chi Square = 785.62 with prob < 1.2e-50

Tucker Lewis Index of factoring reliability = 0.381
RMSEA index = 0.137 and the 90 % confidence intervals are 0.127 0.15
BIC = -475.25
Fit based upon off diagonal values = 0.59
Measures of factor score adequacy

          ML1
Correlation of (regression) scores with factors 0.95
Multiple R square of scores with factors        0.90
Minimum correlation of possible factor scores    0.81
```

Priloga 5: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H1, H2 in H3

```
## Call:
## lm(formula = LIK_odosdoturizma ~ LIK_zadovoljstvo + LIK_finance +
##   LIK_odosdovlade, data = pia_data2)
##
## Residuals:
##   Min     1Q   Median     3Q      Max
## -2.08494 -0.60447 -0.07082  0.72176  1.74709
##
```

##	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
## (Intercept)	2.58916	0.48556	5.332	6.65e-07 ***
## LIK_zadovoljstvo	0.09760	0.12720	0.767	0.44482
## LIK_finance	- 0.06514	0.13494	-0.483	0.63038
## LIK_odosdovlade	0.32516	0.11488	2.831	0.00568 **

```
## ---
## Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
##
## Residual standard error: 0.9403 on 94 degrees of freedom
## Multiple R-squared:  0.08283,   Adjusted R-squared:  0.05355
## F-statistic: 2.83 on 3 and 94 DF, p-value: 0.04263
```

Priloga 6: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H5.1, H6.1 in H7.1

```
## Call:
## lm(formula = LIK_kvalitetazivljenja_odnosi ~ LIK_zadovoljstvo +
##   LIK_finance + LIK_odnosdovlade, data = pia_data2)
##
```

```
## Residuals:
##   Min     1Q   Median     3Q      Max
## -2.2979 -0.5424  0.1110  0.4919  1.4797
##
```

```
## Coefficients:
```

##	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
## (Intercept)	3.13681	0.45171	6.944	4.88e-10 ***
## LIK_zadovoljstvo	0.05203	0.11833	0.440	0.661
## LIK_finance	-0.14107	0.12553	-1.124	0.264
## LIK_odnosdovlade	0.27051	0.10687	2.531	0.013*

```
## ---
```

```
## Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
##
```

```
## Residual standard error: 0.8747 on 94 degrees of freedom
```

```
## Multiple R-squared:  0.07584,   Adjusted R-squared:  0.04634
```

```
## F-statistic: 2.571 on 3 and 94 DF, p-value: 0.05879
```

```
##
```

Priloga 7: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H5.2, H6.2 in H7.2

```
## Call:
## lm(formula = LIK_kvalitetazivljenja_prostias ~ LIK_zadovoljstvo +
##   LIK_finance + LIK_odnosdovlade, data = pia_data2)
##
```

```
## Residuals:
##   Min     1Q   Median     3Q      Max
## -2.6493 -0.6436  0.1697  0.7170  2.0359
##
```

```
## Coefficients:
```

##	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
## (Intercept)	2.03218	0.47037	4.320	3.86e-05 ***
## LIK_zadovoljstvo	0.04594	0.12322	0.373	0.710105
## LIK_finance	0.13079	0.13072	1.001	0.319630
## LIK_odnosdovlade	0.37877	0.11128	3.404	0.000979 ***

```
## Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
##
## Residual standard error: 0.9109 on 94 degrees of freedom
## Multiple R-squared:  0.1341, Adjusted R-squared:  0.1064
## F-statistic: 4.852 on 3 and 94 DF, p-value: 0.003498
##
```

Priloga 8: RStudio izpis – Preverjanje hipotez H9, H10.1 in H10.2

```
## Call:
## lm(formula = LIK_odnosprihodnost ~ LIK_odnosdoturizma + LIK_kvalitetazivljenja_odnosi +
##   LIK_kvalitetazivljenja_prosticas, data = pia_data2)
##
## Residuals:
##   Min     1Q   Median     3Q      Max
## -1.37218 -0.35579  0.03843  0.36525  1.15569
##
## Coefficients:
##
```

##	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
## (Intercept)	1.60879	0.28227	5.699	1.38e-07 ***
## LIK_odnosdoturizma	0.36194	0.06581	5.500	3.26e-07 ***
## LIK_kvalitetazivljenja_odnosi	0.12446	0.07363	1.690	0.094273
## LIK_kvalitetazivljenja_prosticas	0.27700	0.07061	3.923	0.013*

```
## ---
## Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
##
## Residual standard error: 0.563 on 94 degrees of freedom
## Multiple R-squared:  0.5228, Adjusted R-squared:  0.5076
## F-statistic: 34.33 on 3 and 94 DF, p-value: 4.5e-15
```

Priloga 9: Model fit (prileganje modela)

##	srmr	rmsea	tli	cfi	chisq	pvalue
##	0.055	0.000	1.100	1.000	20.284	1.000