

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE  
**VPLIV PANDEMIJE COVID-19 NA POSLOVANJE POTOVALNIH  
AGENCIJ**

Ljubljana, september 2020

NINA PAVLIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Nina Pavlič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Vpliv pandemije COVID-19 na poslovanje potovalnih agencij, pripravljene v sodelovanju s svetovalcem 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 \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

## KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 VPLIVI EPIDEMIJ IN PANDEMIJ NA TURIZEM.....</b>	<b>1</b>
1.1 <b>Obrazložitev osnovnih pojmov .....</b>	<b>1</b>
1.2 <b>Vpliv epidemije SARS na turizem.....</b>	<b>4</b>
1.3 <b>Vpliv epidemije Ebola na turizem.....</b>	<b>6</b>
1.4 <b>Vpliv pandemije COVID-19 na turizem.....</b>	<b>9</b>
1.4.1 <b>Negativni vplivi pandemije COVID-19 na turizem .....</b>	<b>9</b>
1.4.2 <b>Pozitivni vplivi pandemije COVID-19 na turizem.....</b>	<b>10</b>
<b>2 VPLIVI EPIDEMIJ IN PANDEMIJ NA POSLOVANJE POTOVALNIH AGENCIJ .....</b>	<b>11</b>
2.1 <b>Prakse kriznega upravljanja v potovalnih agencijah.....</b>	<b>11</b>
2.2 <b>Vpliv epidemije SARS na poslovanje potovalnih agencij .....</b>	<b>13</b>
2.3 <b>Vpliv epidemije Ebola na poslovanje potovalnih agencij.....</b>	<b>13</b>
2.4 <b>Vpliv pandemije COVID-19 na poslovanje potovalnih agencij.....</b>	<b>14</b>
<b>3 RAZISKAVA O VPLIVU PANDEMIJE COVID-19 NA POSLOVANJE POTOVALNIH AGENCIJ .....</b>	<b>15</b>
3.1 <b>Problematika, namen in cilji raziskave.....</b>	<b>15</b>
3.2 <b>Raziskovalna vprašanja .....</b>	<b>15</b>
3.3 <b>Metodologija.....</b>	<b>16</b>
3.4 <b>Analiza rezultatov in diskusija .....</b>	<b>16</b>
3.5 <b>Omejitve in priporočila za nadaljnja raziskovanja .....</b>	<b>21</b>
<b>SKLEP .....</b>	<b>21</b>
<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>22</b>
<b>PRILOGE.....</b>	<b>1</b>

## KAZALO SLIK

Slika 1:Vpliv SARS-a na turistične prihode v Hong Kongu (v milijonih).....	5
Slika 2: Mesečni mednarodnih prihodov turistov na Kitajsko za leti 2002 in 2003 (v milijonih) .....	6
Slika 3:Mednarodni prihodi v Sierr Leone (v tisočih).....	7
Slika 4: Ostale prizadete afriške države po številu mednarodnih prihodov turistov .....	8
Slika 5: Zaposlitev v sektorju turizma na področju zahodne Afrike .....	9

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Vprašanja za strukturirani intervju ..... 1

## **SEZNAM KRATIC**

angl. – angleško

**BDP**; bruto domači proizvod

**SARS** (angl. Severe Acute Respiratory Syndrome); hudi akutni respiratorni sindrom

**USD** (angl. United States dollar); ameriški dolar

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

**SARS-COV-2** (angl. Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2); hudi akutni respiratorni sindrom 2

**COVID-19** (angl. Coronavirus Disease 2019); koronavirusna bolezen 2019

**WTTC** (angl. World Travel & Tourism Council); svetovni svet za potovanja in turizem

## **UVOD**

Tema, o kateri danes govori cel svet, je tema o pandemiji COVID-19. Bolezen se je razširila po vsem svetu in vplivala na vsa področja v našem življenju. Predvsem je močno vplivala na potovanja. Problem se je pojavil z upadom potovanj, kar predstavlja potovalnim agencijam glavni vir prihodka. Svetovni turizem je utrpel posledice COVIDA-19, saj so nekatere države zaprle meje in omejile letalski promet. S tem so 'ohromile' mednarodni turizem. Namen zaključne naloge je raziskati, kako je COVID-19 prizadel poslovanje potovalnih agencij, ter kako so se agencije spopadle s tem spopadle.

Kakšen je torej vpliv COVIDA-19 na poslovanje potovalnih agencij, ki so se morale spopasti z izbruhom bolezni? Iz tega sem povzela 6 najpomembnejših ciljev zaključne naloge, in s tem povezana raziskovalna vprašanja.

C1: Kaj je ključnega pomena za preživetje potovalnih agencij v trenutni situaciji?

C2: Katerih ukrepov se poslužujejo potovalne agencije v času izbruha pandemije COVID-19?

C3: Kako dolgo potovalne agencije menijo, da bodo spremenjene okoliščine trajale?

C4: Ali potovalne agencije lahko vzdržijo brez pomoči države?

C5: Ali se potovalne agencije poslužujejo inoviranja v trenutnih okoliščinah?

C6: Katere ukrepe so sprejeli za spodbujanje povpraševanja in posledično preprečevanja upada prihodkov?

Zaključna naloga je sestavljena iz dveh delov, in sicer teoretičnega in empiričnega dela. V teoretičnem delu naloge bom na podlagi virov in literature ugotovila, kako so virusi SARS, Ebola in COVID-19 vplivali na turizem, ter kako je to vplivalo na potovalne agencije. V empiričnem delu pa bom za metodo zbiranja podatkov uporabila kvalitativno metodo, in sicer strukturiran intervju. S pomočjo intervjujev v različnih potovalnih agencij bom ugotovila, kako COVID-19 vpliva na njihovo poslovanje.

## **1 VPLIVI EPIDEMIJ IN PANDEMIJ NA TURIZEM**

### **1.1 Obrazložitev osnovnih pojmov**

Za lažje razumevanje zaključne naloge, bom predstavila nekaj pojmov, ki nas bodo spremljali skozi celotno zaključno nalogo.

Prva pojma sta epidemija in pandemija:

Epidemija (brez datuma) pomeni nenaden izbruh in hitro širjenje kakšne bolezni. Po navadi izbruhne hitro in jo je težko zaježiti.

Pandemija (brez datuma) pa je podobno kot epidemija, le da ta zajema več pokrajin oziroma držav. Torej pretrse večji del sveta in jo je prav tako težko zaježiti.

Torej pomembna razlika med njima je, da v primeru pandemije zajema več pokrajin oziroma držav, kot pri epidemiji. V nadaljevanju bom pojasnila dva virusa, ki sta bila označena kot epidemija in novi COVID-19, ki je označen kot pandemija.

Naslednja pojma sta potovalne agencije in turizem.

Potovalne agencije/turistične agencije so pravne osebe ali samostojni podjetniki, ki opravljajo dejavnost organiziranja turističnih potovanj (Furtula, 2019). Organizirajo torej namestitve, prevoz do destinacije, vizum in transferje.

Turizem vključuje dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v krajih zunaj njihovega običajnega okolja za manj kot eno leto zapored z namenom preživljanja prostega časa, poslovnih razlogov, izobraževanj, verskih dogodkov in podobno (Airey & Tribe, 2007, str. 124).

V zaključni nalogi so izpostavljeni trije izbruhi virusov, katere bom na kratko opisala in sicer SARS, Ebola in COVID-19.

**SARS** oziroma hud akutni respiratorni sindrom je virusna bolezen dihal, ki jo povzroča koronavirus (SARS-CoV). Prvič je izbruhnila novembra, leta 2002, v majhni provinci Guangdong na jugu Kitajske. Bolezen se je razširila v 26 držav in sicer na območju Azije in Severne Amerike (World Health Organization, brez datuma).

Po poročanju WHO (World Health Organization) naj bi bilo vseh obolelih preko 8000 oseb. Bolezen se je najhujše razširila v Hong Kongu, Torontu, Tajpeju, Singapurju ter v Hanoju (World Health Organization, b.d.). V času okužbe je umrlo 774 ljudi, kar pomeni, da je virus ubil približno eno od desetih okuženih oseb (NHS, brez datuma).

Simptomi virusa SARS so povišana telesna temperatura, glavobol, kašelj, slabo počutje in bolečina v telesu. Pri nekaterih obolelih je bil prisoten tudi suh kašelj, diareja in pljučnica. Bolezen se širi kapljično, kar pomeni, da nastane ob kašljanju ali kihanju okuženega človeka. Velika nevarnost za okužbo nastane ob bližnjem stiku z obolelim človekom ali pa se širi, če se človek dotakne površine, ki je okužena z nalezljivo boleznijo, in jo nato prenese do ust, oči ali nosu (Centers for Disease Control and Prevention, brez datuma).

**Ebola** je bil velik izbruh virusa, ki je prizadel Afriko. Ebola je v primeru, da je ne zdravimo, smrtno nevarna virusna bolezen. Prvič se je pojavila leta 1976 v dveh sočasnih

izbruhih, v Nzari v Južnem Sudanu, drugi pa v Yambukuju v Demokratični Republiki Kongo. Virus je izbruhnil blizu reke Ebola, in tako je dobil tudi ime (World Health Organization, 2020a).

V času največjega izbruha Ebole je bilo okuženih skupno 28.652 ljudi, od tega 11.325 mrtvih. Kar 99 % primerov je izhajalo iz žariščnih držav, torej Gvineje, Liberije in Sierre Leone (World Travel & Tourism Council, 2018).

Simptomi Ebole se kažejo kot vročina, utrujenost, bolečine v mišicah, glavobol ter vneto grlo. Sledi bruhanje in izpuščaji ter simptomi oslabiljenega delovanja ledvic in jeter. V nekaterih primerih se lahko pojavijo notranje ali zunanje krvavitve. Največji znani izbruh Ebole je bil med letoma 2014 in 2016. Začel se je v Gvineji, nato pa se razširil v Sierro Leone in Liberijo. Virus širijo tako okužene živali, kot tudi okuženi ljudje. Največkrat okužene živali virus širijo mrtve in sicer z neposrednim stikom. Okužen človek prenaša bolezen na ostale ljudi z neposrednim stikom sluznice ali ranjene kože. Okužena oseba pa ne more širiti bolezni, dokler ne razvije simptomov (World Health Organization, 2020a).

**SARS-COV-2** je novi virus, s katerim smo se ljudje srečali šele v letu 2020. Sprva so zaznali povečanje pljučnic v Vuhanu, večjem mestu na Kitajskem v mesecu decembru, leta 2019. Zaradi znakov, ki niso bili značilni za pljučnico so naredili raziskave in ugotovili novo vrsto bolezni. Bolezni, ki jo virus SARS-CoV-2 povzroča, ji pravimo COVID-19 (Nacionalni inštitut za javno zdravje, 2020).

V preteklosti so se zgodili številni izbruhi virusov, kot so na primer SARS, Ebola, prašičja gripa, španska gripa in ostali. Noben izmed naštetih pa ni bil podoben sedanjemu izbruhu virusa. Pri COVIDU-19 znanstveniki še niso našli točnih podatkov o tem, kako se virus širi in kaj točno bi ga ozdravilo, saj so se z raziskovanjem soočili šele ob izbruhu virusa. Virus je v tem času povzročil ogromno število smrtnih žrtev po celem svetu. Problem nastalih virusov je v enostavnejšem organizmu, ki se širijo in spreminjajo hitreje kot bakterije (Buhalis, 2020).

Trenutno natančnih podatkov o smrtnosti še ni, saj se podatki iz dneva v dan spreminjajo. Ocena smrtnosti je okvirno med 2 % in 4 %. Umrli so večinoma starejši in so v preteklosti že imeli kronične bolezni srca, pljuč, sladkorno bolezen in podobno (Nacionalni inštitut za javno zdravje, brez datuma).

Bolezen COVID-19 povzroča utrujenost, kašelj, vročino, nahod, slabo počutje in diarejo. Osebe s težjo obliko virusa imajo poleg vseh omenjenih simptomov tudi občutek pomanjkanja zraka, kar spominja na pljučnico. Na osnovi simptomov ne moremo opredeliti ali imamo COVID-19 ali ne, zato je za potrditev potrebno mikrobiološko testiranje, ki se izvede z brisom nosno-žrelnega prostora, z brisom žrela in drugih kužninah (Nacionalni inštitut za javno zdravje brez datuma).

Človek, ki se okuži z virusom SARS-COV-2 lahko le-tega prenaša na druge ljudi. Virus se preko okuženega človeka širi kapljično, kar pomeni skozi nos ali usta. Prav zaradi preprostega prenašanja virusa je zelo pomembna varnostna razdalja med ljudmi, ki mora biti vsaj 1 meter. Velik problem takšnega prenašanja pa povzroča predvsem to, da kapljice, ki jih okuženi človek izloči, pristanejo na različnih površinah in predmetih okoli njega. Če se zdrava oseba dotakne okuženih površin, lahko prav tako zbolijo za virusom, saj si lahko z roko virus prenese na svoje oči, usta ali nos. Vedeti moramo, da je prav zato pomembno, da si roke redno razkužujemo ter umivamo z milom in vodo (World Health Organization, 2020b).

COVID-19 ima daljšo inkubacijsko obdobje kot SARS. V približno 85 % okuženih se kaže z blagimi simptomi, in ravno zaradi tega ga je težko izslediti. Čeprav okužba s COVIDOM-19 ni tako smrtonosna kot SARS, je veliko bolj nalezljiva. Za ozdravitev bolezni COVID-19 je potrebno cepivo, ki bo najverjetneje na voljo šele konec leta 2020 ali celo kasneje. Poleg smrtnosti narašča tudi število ozdravljenih. Ti ljudje imajo imuniteto proti virusu SARS-COV-2 in verjetno ne bodo več zboleli (Strielkowski, 2020).

## **1.2 Vpliv epidemije SARS na turizem**

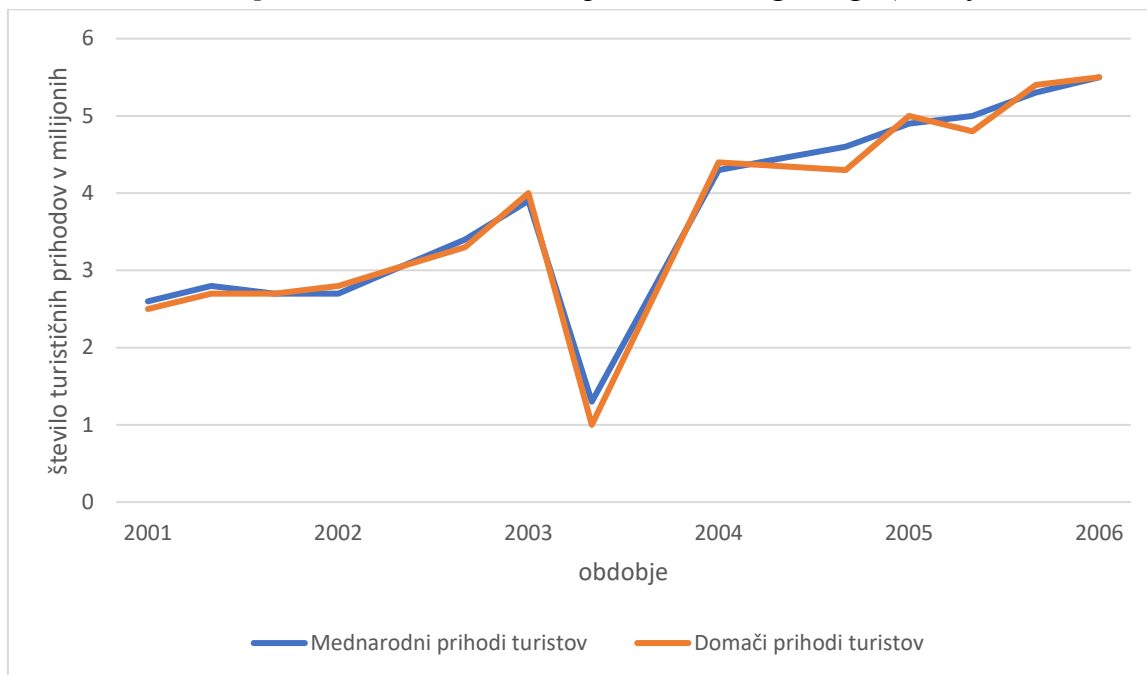
Epicenter žarišča SARS je bila Kitajska. Ocenjuje se, da je Kitajska do konca leta 2003 izgubila 16,8 milijarde USD s področja prihoda tujih turistov, kar bi z multiplikativnim učinkom povzročilo skupno 25,3 milijarde USD izgube za kitajsko gospodarstvo (Hai, Zhao, Wang & Hou, 2006). Letalski prevozniki so imeli v času izbruha virusa SARS izgubo kar 7 milijard dolarjev. Od tega je bilo 6 milijard izgube azijskih letalskih družb, 1 milijardo pa so izgubili severnoameriški letalski prevozniki (Pham, 2020).

Največ škode v kitajskem turizmu sta doživela Hong Kong in posledično Macao. Hong Kong je bil žarišče bolezni. Kljub temu, da je imel mesto Macao le en primer okužbe brez smrtnega izida, pa je bil problem, da ga turisti obiščejo preko enega najpomembnejših letališč v Hong Kongu, in zato je obema mestoma rekordno upadel turizem. Izbruh virusa SARS je bila do tistega časa najhujša epidemija v zgodovini Hong Konga (Sio-Chong U & Yuk-Chow So, 2020).

Iz slike 1 je razvidno, da so mednarodni turistični prihodi, ki so obarvani z modro, upadli za skoraj polovico in dosegli minimum v prvi polovici leta 2003. Istočasno lahko opazimo, da so upadli tudi domači turistični prihodi Kitajcev, ki so na grafu označeni z oranžno.



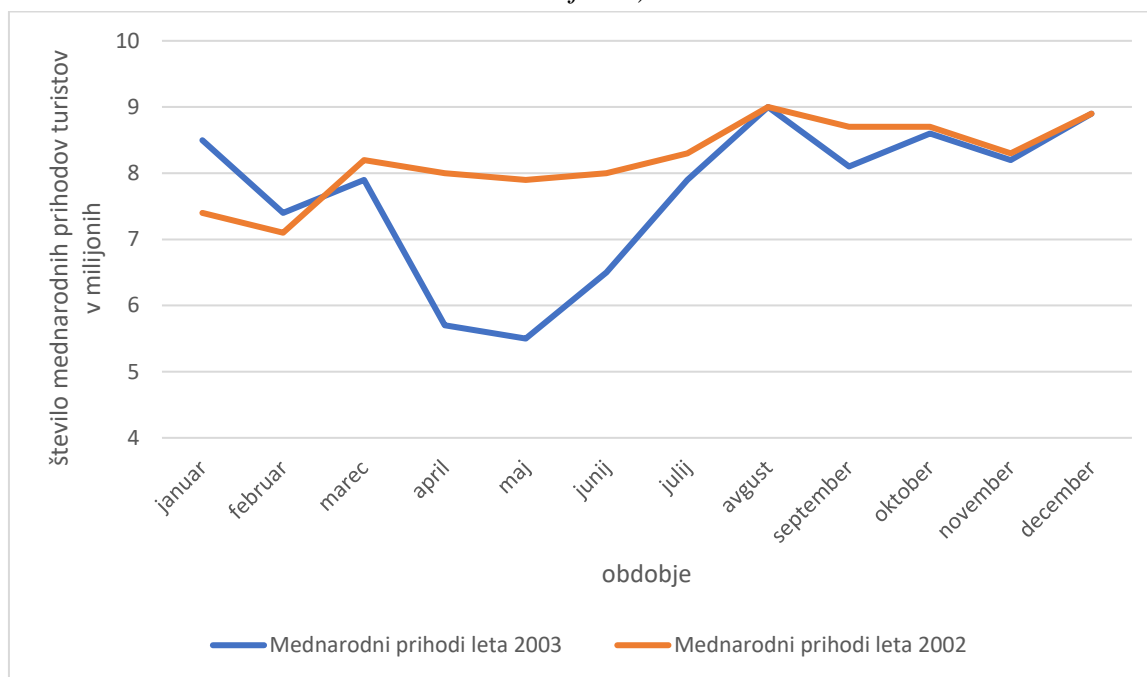
Slika 1: Vpliv SARS-a na turistične prihode v Hong Kongu (v milijonih)



Prirjeno po Sio-Chong U & Yuk-Chow So (2020).

Slika 2 prikazuje mesečni mednarodni prihod turistov na Kitajsko za leti 2002 in 2003. V prvih dveh mesecih leta 2003 so bili prihod mednarodnih turistov višji za 9,2 % v primerjavi z istim obdobjem predhodnega leta 2002. S tem so se povečali tudi prihodka od turizma, in sicer za 14 %. Po izbruhu virusa SARS se je marca 2003 število mednarodnih prihodov turistov zmanjšalo za 6,5 %, glede na prejšnje leto 2002. V Pekingu so aprila leta 2003 zabeležili upad prihoda mednarodnih turistov za 59,9 %, glede na isto obdobje leta 2002. Kitajska je najnižjo točko prihodov zabeležila maja, in sicer 70 % upad, glede na isto obdobje prejšnjega leta 2002. Stanje se je skoraj umirilo šele v zaključku avgusta, leta 2003, ko so bili turistični prihodi blizu ravni iz leta 2002 (Zeng, Carter & De Lacy, 2005, 311).

Slika 2: Mesečni mednarodnih prihodov turistov na Kitajsko za leti 2002 in 2003 (v milijonih)



Prirejeno po Zeng, Carter & De Lacy (2005, str. 311).

Brezposelnost je v prvi polovici leta 2003 vidno narasla. V drugi polovici se je postopoma izboljševala, saj si je gospodarstvo opomoglo od hudih nazadovanj, ki so bila posledica virusa SARS. Konec leta 2002 je bila brezposelnost 7,2 %, nato se je povišala v začetku leta 2003 na 7,5 % in kar do 8,7 % do sredine leta 2003. Do konca leta 2003 si je gospodarstvo opomoglo do te mere, da je brezposelnost padla na 7,3%. Povprečna stopnja brezposelnosti za leto 2003 je bila 7,9 %, kar je precej višje v primerjavi s povprečno brezposelnostjo 7,3 % leta 2002. Mnogo delavcev je bilo v začetku leta 2003 zaprosena za koriščenje letnega dopusta ali pa so bili začasno izključeni iz dela, kar pojasnjuje dvig brezposelnosti med letom 2003 (Hong Kong 2003, brez datuma).

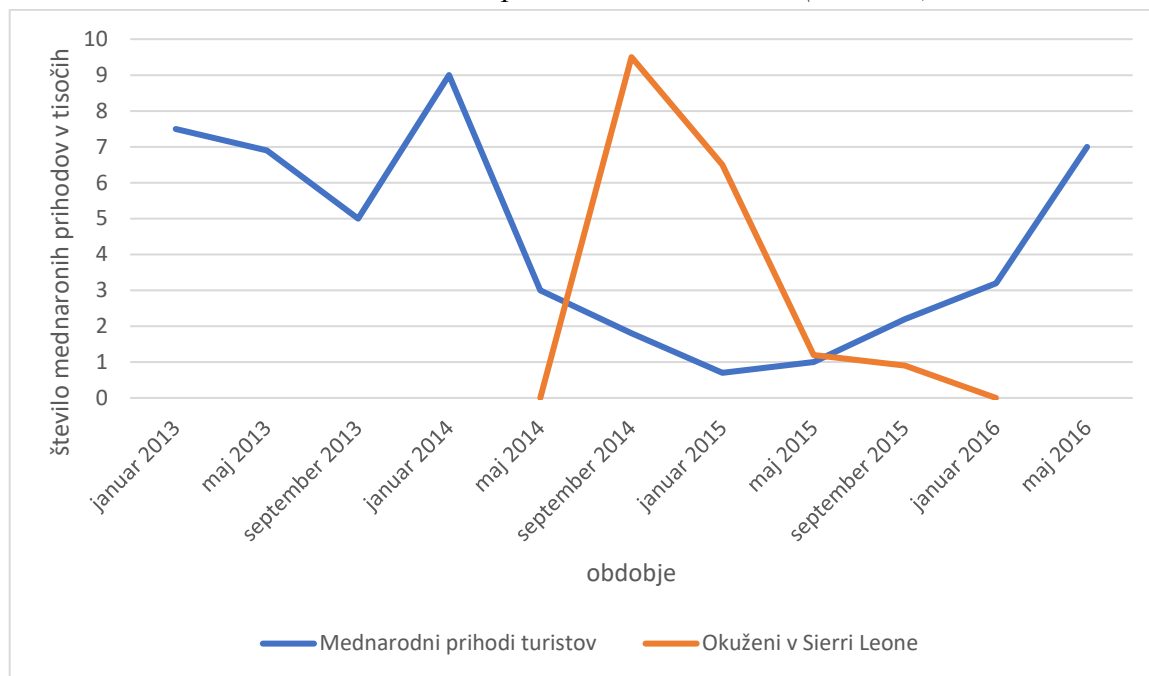
### 1.3 Vpliv epidemije Ebola na turizem

Kongoley je leta 2015 izjavil, da je izbruh Ebole močno in negativno vplival na turistično industrijo, zlasti v Sierr Leone. Posledice tega so bile zaprtje hotelov, letalskih družb, penzionov in restavracij. Ta vpliv pa je prispeval k padcu prihodkov in dobička, ter povečane stopnje brezposelnosti po vsej državi. Večina potnikov, ki naj bi potovali v Afriko, so odpovedali svoja potovanja, čeprav v državah, v katera so bili namenjeni, ni bilo prisotnega virusa. Stopnja zasedenosti hotelov v Nigeriji se je zaradi novic o Eboli razpolovila. V Liberiji so trgovci na debelo in drobno, v trgovskih in turističnih podjetjih zabeležili 50-75 % padca prometa (Maphanga & Henama, 2019).

Kot je razvidno iz slike 3, je ob izbruhu Ebole prihod mednarodnih turistov v Sierro Leone, močno in hitro upadel. V prvih treh mesecih leta 2014 je bil upad prihodov okvirno 70 %.

Maja 2013 je mesto obiskalo približno 6000 turistov, maja 2014, ko je izbruhnil virus Ebola, pa mesto obiskalo okvirno 3000 turistov, kar je polovico manj kot prejšnje leto 2013 (World Travel & Tourism Council, 2018).

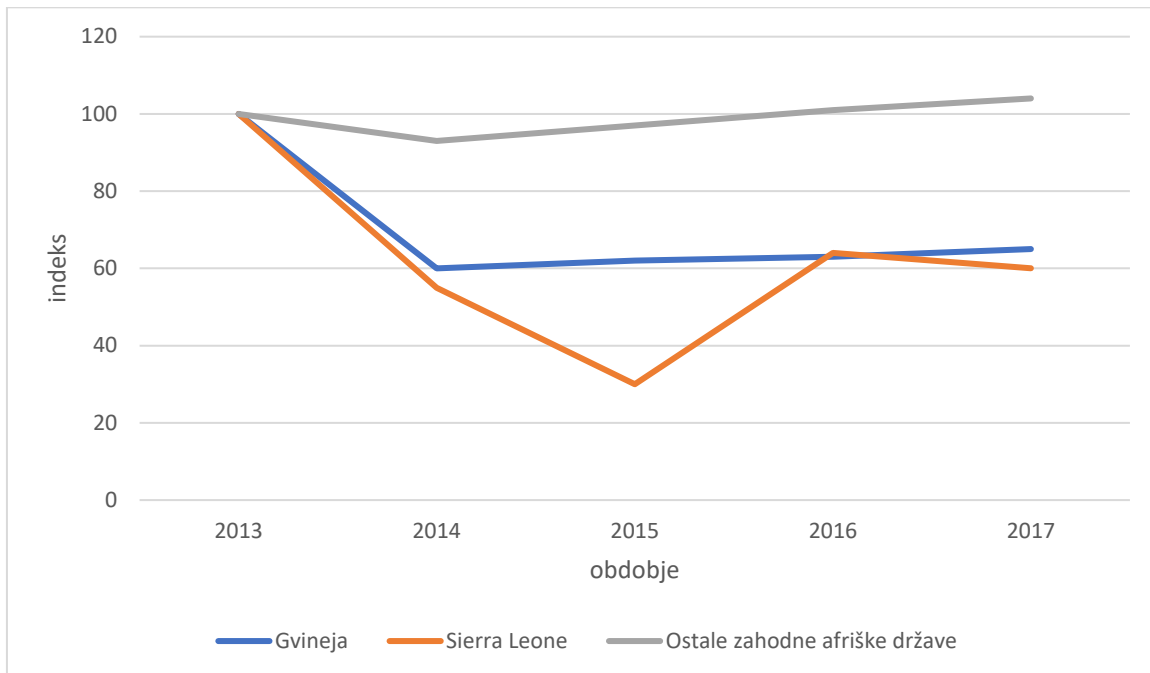
Slika 3: Mednarodni prihodi v Sierro Leone (v tisočih)



Vir: World Travel & Tourism Council (2018).

Iz slike 4 lahko opazimo, da sta največ izgube v prihodih turistov utrpeli Sierra Leone in Gvineja, saj sta bili tudi žarišče virusa. Ostale zahodne afriške države so zabeležile manjši upad prihoda turistov, in sicer so kot celota doživeli 8% upad prihodov mednarodnih turistov. Nigerija je bila edina izjema, saj je zabeležila skok prihodov turistov, zato je tudi izvzeta iz raziskave (World Travel & Tourism Council, 2018).

Slika 4: Ostale prizadete afriške države po številu mednarodnih prihodov turistov<sup>1</sup>

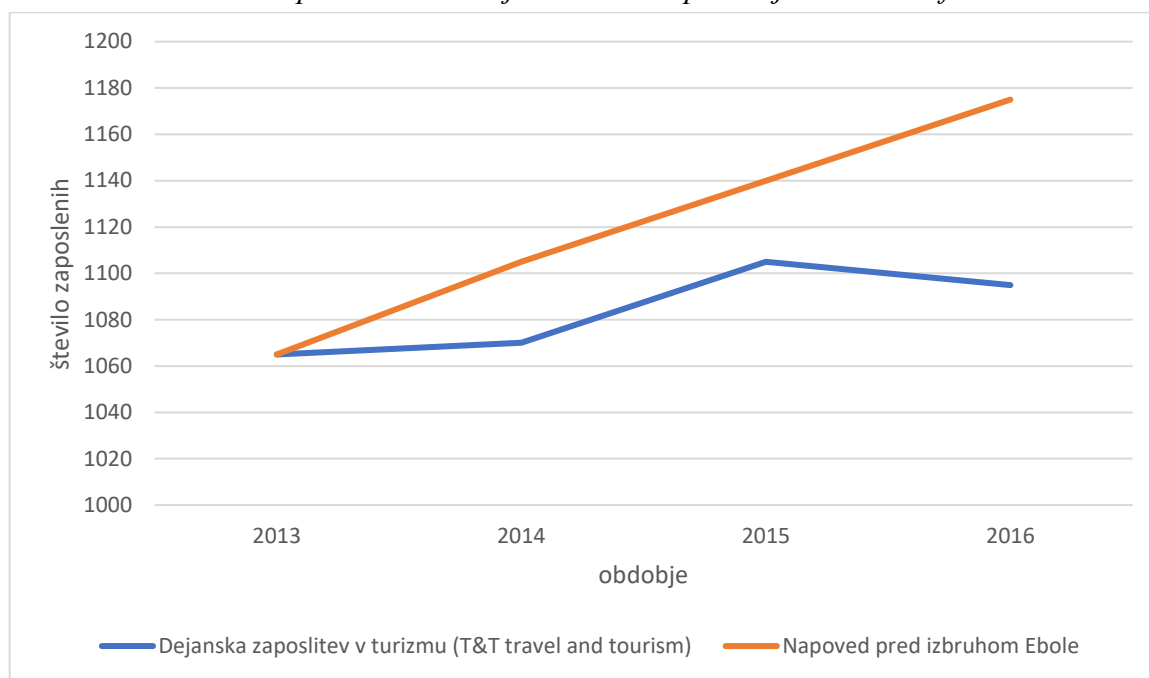


Vir: World Travel & Tourism Council (2018).

Kot je razvidno iz slik, je izbruh Ebole močno vplival na turizem v Afriki. Iz slike 5 lahko vidimo, da je dejanska zaposlitev močno pod krivuljo napovedi. V letu 2016 je bila torej napoved zaposlitve okvirno 1175 ljudi v sektorju turizma, vendar je bila dejanska zaposlitev okvirno 1095 ljudi. Iz tega je razvidno, da je dejanska zaposlitev skoraj 7% nižja od pričakovane (World Travel & Tourism Council, 2018).

<sup>1</sup> Indeks = 100

Slika 5: Zaposlitev v sektorju turizma na področju zahodne Afrike<sup>2</sup>



Vir: World Travel & Tourism Council (2018).

Turisti so bili pozvani k izogibanju držav, kjer je bila nevarnost okužbe z Ebolo. To opozorilo je bilo izdano za Gvinejo, Sierro Leone in Liberijo. Po poročanju Reuters (2014), so turistični ponudniki govorili o strahu turistov glede potovanja po Afriki. Strah je izviral iz napačnega prepričanja, da je Ebola razširjena po celotni celini (World Travel & Tourism Council, 2018).

Poročilo Ekonomske komisije Združenih narodov za Afriko (2015) prikazuje rezultate opravljene raziskave Safari Bookings. Ta raziskava je pokazala, da je polovica organizatorjev potovanj utrpela izgubo 20-70 % njihovega afriškega safarija zaradi strahu pred Ebolo (World Travel & Tourism Council, 2018).

#### 1.4 Vpliv pandemije COVID-19 na turizem

Znano je, da je izbruh COVIDA-19 med drugim najbolj prizadel turistično panogo, za to bom v nadaljevanju pisala o pozitivnih in negativnih vplivih pandemije COVIDA-19 na turizem.

##### 1.4.1 Negativni vplivi pandemije COVID-19 na turizem

Zaradi izbruha COVIDA-19 je bila v začetku leta 2020 uvedena karantena. Nekje so bili posamezniki zaprti v svojih stanovanjih, nekje pa so bile zaprte le meje med državami. Edina obramba pred širjenjem virusa je bila torej izolacija ljudi. S tem smo si nekako

<sup>2</sup> Izvzeta Nigerija.

pridobili čas, da raziščemo virus in najdemo način da ga pozdravimo (Buhalis, 2020). Posledica karantene je po podatkih UNWTO močno vplivala na turizem in sicer je bil v maju upad turizma za 98% v primerjavi z letom 2019 (UNWTO, 2020).

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj je 24. marca 2020 izpostavila, da so posledice COVIDA-19 večji gospodarski šok, kot finančna kriza leta 2008 in 2009. Po izbruhu bo veliko ljudi ostalo brez zaposlitve, torej bo zdravstveni krizi sledila še finančna (Lipov list, 2020).

Turizem je med najbolj prizadetimi panogami izbruha pandemije COVID-19. Izolacija ljudi in omejitve potovanj, so za ponudnike nastanitvenih kapacitet ter turistične ponudnike predstavljali močno zmanjšanje prihodkov. Izgubljenih potovanj pa žal v prihodnosti ne bomo morali nadoknaditi, saj večini predstavlja problem prosti čas in prihodki (Lipov list, 2020).

Turizem gospodarstvu predstavlja velik delež BDP-ja. 10,3 % svetovnega BDP-ja predstavlja turizem, kar pomeni 8,9 trilijonov USD. Na svetovni ravni je glede na leto 2019 vsaka 10. služba odvisna od turizma, kar predstavlja 330 milijonov delovnih mest po vsem svetu. Kot napoveduje WTTC, imamo lahko v letu 2020 v najboljšem primeru zaradi posledic COVIDA-19, 30 % upad BDP-ja, kar je 2.686 bilijonov USD, ter 30 % upad zaposlenih, kar je 98,2 milijonov delovnih mest glede na leto 2019. V najslabšem primeru lahko izgubimo 62 % BDP-ja, kar je 5.543 bilijonov USD in 60 % delovnih mest, kar je 197,5 milijonov delovnih mest na področju turizma v primerjavi z letom 2019 (World Travel & Tourism Council, 2020).

Turizem se bo počasi obnavljal, vendar šele, ko bodo države odobrile prosto gibanje, odprle meje in letališča. Ne smemo pa zanemariti dejstva, da veliko vlogo pri tem igra tudi, kako hitro bodo ljudje spet pripravljeni potovati. Kdaj se bo vse skupaj začelo dogajati, ne more vedeti nihče, lahko pa le grobo sklepamo, da si ljudje še vedno želijo potovati in svoje želje le odlagajo na čas, ko se bo situacija umirila. Potovalne agencije morajo biti pripravljene na val povpraševanja, če se bo ta nepričakovano zgodil (Buhalis, 2020).

V prihodnjih letih lahko pričakujemo drugačno življenje, saj se v času COVIDA-19 povečujejo virtualna srečanja in delo. Posledica tega so dvomi o poslovnih potovanjih. Upokojenci, ki bodo želeli potovati po svetu, bodo verjetno morali biti bolj pazljivi. Pazljivost pa ne bo odveč tudi pri mladih »backpackerjih«, ki si želijo čim prej na pot, saj bodo morali počakati toliko dolgo dokler ne odkrijejo cepiva, ki bo dostopno množici (Khan, 2020).

#### 1.4.2 Pozitivni vplivi pandemije COVID-19 na turizem

Kljub mnogim negativnim vplivom COVIDA-19, pa se lahko osredotočimo tudi na nekatere pozitivne vplive na turizem. Zaprtje lokalov in restavracij morda za nekatere

pomeni šok in nelagodje. Vendar se lahko ob izbruhu COVIDA-19 osredotočijo na razširitev načina ponudbe, in sicer lahko ponujajo hrano z dostavo na dom in tako uvedejo nov, sodobnejši način poslovanja (Buhalis, 2020).

V zadnjih letih se veliko govori o prekomernem turizmu, saj preveliko število turistov vpliva na negativno počutje domačinov. Vpliv na okolje pa postaja negativen predvsem v smislu onesnaženosti. Zaradi COVIDA-19 so ljudje začasno nehali potovati, zato so določene destinacije prešle v drugo skrajnost, in sicer v pomanjkanje turizma. Domačini so se pričeli zavedati pomena turistov. Turisti predstavljajo večji del prihodkov, ampak če teh ni, ima to blagodejen vpliv na okolje. Narava se je vidno pričela obnavljati, zrak je postal čistejši, voda postaja jasnejša, vračajo se morske živali. Lep primer so Benetke, kjer se vračajo labodi. Kako bodo domačini na priljubljenih destinacijah nadaljevali in uredili svojo strategijo poslovanja, pa je odvisno od njih samih. Imajo novo priložnost zaščititi naravo in nazaj pridobiti turiste (Destination Stewardship Center, 2020).

## **2 VPLIVI EPIDEMIJ IN PANDEMIJ NA POSLOVANJE POTOVALNIH AGENCIJ**

### **2.1 Prakse kriznega upravljanja v potovalnih agencijah**

Odločitve upravljanja poslovanja potovalnih agencij so odvisne od odločitve managerjev. Managerji v kriznem času storijo, kar menijo, da je v tistem trenutku najboljše. Ko je kriza zunanje vpliv na podjetja, managerji iščejo rešitve izven podjetja, morda pri nekaterih, ki so odgovorni za krizo, ali pa pri nekomu, ki ima moč pomagati v kriznih razmerah. V primeru epidemij in pandemij, odgovornega za krizo po navadi ni. Pomoč v takih primerih zato nudi država. Kriza močno prizadene poslovanje podjetja, zato je v takih primerih pomembno znižanje stroškov. Pomembni so stroški dela, vzdrževanja in trženja (Perl & Israeli, 2011).

Izbruh virusa je kot tretja svetovna vojna z nevidnim nasprotnikom, ki uničuje ekonomijo, brez uničevanja infrastrukture. Po tej "vojni" imamo efektivno možnost prestrukturiranja različnih organizacij. Na primer, ob zaprtju podjetij in upadu povpraševanja za turizem, so zaposleni v turističnih podjetjih ostali doma. V kolikor je bilo potrebno kaj urediti, so uporabili tehnologijo. Izkusili so, da lahko vse potrebno opravijo od doma. V primeru, da ne bi bilo izbruha virusa, podjetja verjetno ne bi izkusila te možnosti v praksi. To je odlična priložnost za uvedbo novega načina dela ob ponovni vzpostavitvi turizma. Z delom od doma bi zmanjšali promet, posledica katerega je onesnažen zrak in gneča na cesti (Buhalis, 2020).

Potovalne agencije se v času krize trudijo ostati inovativne. V času krize leta 2009 so prilagajale ponudbe, da bi zadovoljile potrebe potnikov. Na Kitajskem so potovalne agencije pričele prilagajati ponudbo tako, da so si izbrale nekaj turističnih točk, kot so

Hong Kong, Macao, Japonska, Južna Koreja in podobno, ter nato ponujale enodnevne izlete z jutranjim odhodom in večernim prihodom. Ponudbe so prilagodili tudi tako, da ogledi niso bili le "panoramski", temveč so organizirali poglobljene ture, kot na primer vinske ture, kjer si lahko doživel tujo kulturo (Arlt, 2010, str. 104-106).

Kriza je torej odlična priložnost za inovacije v upravljanju podjetja. Managerji se morajo osredotočiti na inovacije, kar pomeni novi turistični proizvodi, turistične storitve ali celo spremeniti način poslovanja (Farsani, Coelho & Costa, 2012).

Med krizo bi morale organizacije ukrepati s spremembo svoje poslovne strategije. Literatura o krizah v turistični industriji je razvila dve perspektivi in sicer:

- Pristop, usmerjen k upravljanju podjetja in
- Potrošniško usmerjen pristop (Tuclea, Vasile, & Schiopu, 2014).

Prvi pristop, ki je usmerjen k upravljanju podjetja, vodi k razumevanju kriz, tako da vodstvo lahko razvije strategije za zaustavitev ali zmanjšanje vpliva in prilagajanje svoje organizacije na spremembo okolja. Na ta način podjetje lahko obvladuje tveganje in predvideva vpliv krize na podjetje. Drugi pristop raziskuje posamezno turistično vedenje kot odziv na krizo. Prvi potrošniški odziv na krizo je zmanjšanje svojih stroškov (Tuclea, Vasile & Schiopu, 2014).

Organizacije se morajo odzvati takoj in primerno situaciji, hkrati pa morajo biti pozorni na cilj doseganja konkurenčnosti. To lahko dosežejo z zmanjševanjem stroškov, izboljšavo učinkovitosti poslovanja, odpuščanjem, ustavitv novega zaposlovanja in zmanjšanje usposabljanja (Tuclea, Vasile & Schiopu, 2014).

Med finančno krizo leta 2009 so menedžerji organizacij prilagajali lastno ponudbo, tudi če je to vključevalo večje tveganje za agencijo. Potovalne agencije so iskale vire za zniževanje cen, ne da bi izgubili preveč dobička. Oblikovane so bile posebne ponudbe, naslovljene na različne družbene skupine kot so študentje, upokojenci ali poslovneži. Osredotočili so se na skupinska potovanja, saj je splošno znano dejstvo, če se rezervira za večje število ljudi, se zniža cena na posameznika. Tako so bile cene za potrošnike dostopnejše, kot če so potovali v lastni režiji. Negativni vidik zniževanja cen v kriznem času je, da negativno vpliva na dobiček in prihodnji razvoj poslovanja (Tuclea, Vasile & Schiopu, 2014).

V času pred krizo se menedžerji osredotočajo na makroekonomske kazalnike, kot so na primer inflacija in devizni tečaj, z namenom višanja dobička. Ko nastopi kriza, se strategija preusmeri v vse tržne segmente, da bi zadostila vsem potrebam strank in s tem ohranijo odnos ter zaupanje, ki je potrebno za preživetje podjetja (Tuclea, Vasile & Schiopu, 2014).



Potovanje je postalo del življenjskega sloga in ga ni mogoče več pustiti ob strani. Kriza povzroči, da so ljudje bolj pozorni na ceno in kakovost ponudbe (Tuclea, Vasile & Schiopu, 2014). Kljub previdnosti bodo še vedno potovali, vendar je v primeru COVIDA-19 vprašanje časa, kdaj bo okolica dovolj varna za potovanje.

## **2.2 Vpliv epidemije SARS na poslovanje potovalnih agencij**

Leta 2003 sta Office of Beijing Youth Press v sodelovanju z Research Department of Public Opinion of Shaohai Marketing Research Company, preučila učinke SARS na turistično dejavnost v Pekingu, Šanghaju in Guangzhouu. Za vzorec so intervjuvali 612 oseb. Raziskava je pokazala, da je bilo v obdobju od januarja do junija odpovedanih 46,2% potovanj. To pa je na potovalne agencije močno vplivalo. Za pregled so uporabili 11 podjetij, ki so povezana s turizmom in so v letu 2002 poslovala z dobičkom. Vpliv na poslovanje se je čutil šele v drugem četrtletju leta 2003, kjer je povprečni primanjkljaj znašal 15,02 milijona USD (United States Dollar), kar je za 13,40 milijona USD več, kot primanjkljaj v prvem četrtletju leta 2003 (Zeng, Carter & De Lacy, 2005, 312,313).

Upravna komisija za turizem v Šanghaju je konec aprila leta 2003 sporočila, da so lokalne potovalne agencije vrnila denar 75.182 vhodnim turistom in 8.901 odhodnim turistom. Le ti so imeli rezervirana potovanja, katere so ob izbruhu virusa SARS odpovedali. Po mnenju upravne Šanghajske komisije, so potovalne agencije, ki ponujajo tako domače kot čezmorske turistične pakete, doživele upad prihodkov za 78 % glede na prejšnje leto 2002. Med drugim so sporočili, da so agencije, ki se ukvarjajo z domačimi potovanji, v primerjavi s prejšnjim letom 2002 doživele upad prihodkov za 20 % (Lee & Warner, 2006).

Državni svet na Kitajskem je določil, da bodo pomagali sektorjem, ki jih je SARS močno prizadel in med njimi so bile tudi potovalne agencije. Finančno so agencijam pomagali tako, da so oprostili ali znižali upravne takse, zagotovili cenejša posojila, oprostili davke na obratovanje in začasno vrnilo zavarovalne depozite, ki so obvezni za poslovanje potovalnih agencij (Breda, 2004).

V Pekingu je občinski urad za turizem postopoma sprejel ukrepe za oživitev turizma. Spodbudili so povabila čezmorskih potovalnih agencij in tuje novinarje za ogled mesta in s tem pritegnili nekaj obiskovalcev. Kasneje so uvedli znižane cene vozovnic, nekateri kraji pa so uvedli med sezonske cene in znižanje cen za turistične skupine (Breda, 2004).

## **2.3 Vpliv epidemije Ebola na poslovanje potovalnih agencij**

Ko potujemo, si želimo doživeti lokalne izkušnje, ki jih velikokrat organizirajo potovalne agencije. Ko prispemo na cilj, obiščemo agencijo, ki nam organizira na primer rečno križarjenje, igro golfa, treking po džungli in podobno. Pred izbruhom virusa Ebola, so v

Sierra Leone veliko pozornosti posvetili doživetjem, saj so prinašala izboljšanje infrastrukture mesta. Goste so z dejavnostmi obdržali tudi dlje časa in s tem prinesli več denarja državi. V Sierra Leone je turizem tako narasel, da se je povpraševanje po taksi prevozi in avtobusih tako povečalo, da so se povečale tudi turistične agencije in turistične pisarne (Kongoley, 2015).

Ob izbruhu Ebole se je turizem zmanjšal v takšnem obsegu, da so ostali brez dela in nekatere agencije zaprli. Turistični agenti in vodiči so bili odpuščeni brez odpravnine in plače. Stroški najemnine pa so še vedno ostali lastnikom (Kongoley, 2015).

V raziskavi, ki jo je izvedel Philip Samuel Kongoley leta 2015, je razvidno, da v celotnem turističnem sektorju v Sierra Leone, predstavljajo 5% potovalne agencije in tour operaterji. Negativni vplivi izbruha Ebole, ki so jih zajeli v raziskavi so: zaprtje nekaterih sektorjev, brezposelnost, nižji prihodki, nižja stopnja prihodov turistov in začasna prekinitev nekaterih letalskih linij. 50 % anketirancev je navedlo, da je izbruh Ebole povzročil zaprtje nekaterih turističnih podjetij, 20 % jih je navedlo, da je povzročilo brezposelnost, 15 % pa, da je povzročilo upad stopnje prihoda turistov. 10% anketirancev pravi, da so začasno prekinili nekatere letalske linije, bodisi zaradi varnosti ali spoštovanja WHO in 5 % padeč prihodkov iz turističnih dejavnosti. Torej iz raziskave je razvidno, da je epidemija v turističnem sektorju povzročila 50% zaprtja turističnih podjetij, veliko pa jih je tudi ostalo brezposelnih (Kongoley, 2015).

#### **2.4 Vpliv pandemije COVID-19 na poslovanje potovalnih agencij**

Po izbruhu bolezni COVID-19 in pred zapiranjem mej so imeli potovalni agenti več dela kot običajno. Delo je zajemalo spremembe datumov potovanj, zagotavljanje najnovejših informacij strankam in urejanje odpovedi potovanj. Marca 2020 je v raziskavi 53% anketirancev v potovalnih agencijah navedlo, da so opazili upad zanimanja za potovanja za leto 2021 (Travelpulse, 2020).

Raziskava, ki je potekala od 1. junija do 10. junija leta 2020 v ZDA in Kanadi, je pokazala, da so potovalne agencije doživele pomemben premik pri povpraševanju strank. Močno je upadlo povpraševanje po mednarodnih destinacijah, istočasno pa se je povpraševanje po domačih destinacijah v ZDA in Kanadi podvojilo. Raziskava je pokazala, da devet od desetih potovalnih agentov pričakuje 50 % upad poslovanja (Travelmarketreport, 2020).

V namen ohranitve potovalnih agencij, je država uvedla vrednotnice namesto povračila denarja zaradi COVIDA-19. Vrednotnico lahko potrošnik unovči v 24 mesecih od izdaje. V nasprotnem primeru lahko po preteku vrednotnice v 14 dneh zahteva povračilo denarja (Tržni inšpektorat Republike Slovenije, 2020).

### **3 RAZISKAVA O VPLIVU PANDEMIJE COVID-19 NA POSLOVANJE POTOVALNIH AGENCIJ**

#### **3.1 Problematika, namen in cilji raziskave**

Problematika v zaključni nalogi je vpliv pandemije COVID-19 na poslovanje potovalnih agencij. Velik problem potovalnim agencijam predstavlja sprejemanje pravih in pravočasnih ukrepov, saj lahko le tako preživijo v nastali situaciji.

S strukturiranim intervjujem bom dosegla namen zaključne naloge, ki je raziskati, kako je COVID-19 prizadel poslovanje potovalnih agencij, ter kako so se potovalne agencije spopadle z izbruhom COVIDA-19.

Kot omenjeno v uvodu, sem si zastavila 6 ciljev, ki jih želim doseči z raziskavo.

C1: Kaj je ključnega pomena za preživetje potovalnih agencij v trenutni situaciji?

C2: Katerih ukrepov se poslužujejo potovalne agencije v času izbruha pandemije COVID-19?

C3: Kako dolgo potovalne agencije menijo, da bodo spremenjene okoliščine trajale?

C4: Ali potovalne agencije lahko vzdržijo brez pomoči države?

C5: Ali se potovalne agencije poslužujejo inoviranja v trenutnih okoliščinah?

C6: Katere ukrepe so sprejeli za spodbujanje povpraševanja in posledično preprečevanja upada prihodkov?

#### **3.2 Raziskovalna vprašanja**

Zastavila sem 6 raziskovalnih vprašanj, s pomočjo katerih želim doseči svoje cilje zaključne naloge:

1. Kaj je ključno za preživetje potovalnih agencij v trenutni situaciji?
2. Katerega ukrepa in v kolikšni meri se poslužujete (nižanje stroškov/odpuščanje/reorganizacija)?
3. Kako dolgo bodo spremenjene okoliščine trajale?
4. Ali lahko vzdržite brez pomoči države? Kaj bo to potegnilo za sabo?
5. Ste se poslužili inoviranja v trenutnih okoliščinah?
6. Katere ukrepe ste sprejeli kot orožje za spodbujanje povpraševanja oziroma preprečevanje upada prihodkov?

### 3.3 Metodologija

Kot sem omenila v uvodu, sem za metodo zbiranja podatkov uporabila kvalitativno metodo in sicer strukturirani intervju. Po pregledu literature sem sestavila vprašalnik. Vprašalnik sem poslala različnim potovalnim agencijam po elektronski pošti, saj mi COVID-19 onemogoča osebni pristop do intervjuvancev. Dobila sem različne odgovore, katere sem kasneje primerjala.

Strukturirani intervju je pogovor, pri katerem anketar v standardiziranem vrstnem redu zastavlja vprašanja sogovorniku. Kasneje zastavljanje istih vprašanj pomaga anketarju pri zbiranju podobnih informacij. Strukturirani intervju vsebuje kar nekaj pozitivnih lastnosti in sicer: izkušnja z razgovori je bolj dosledna in manj nagnjena k napakam, je učinkovitejša, saj se vprašanja oblikujejo v naprej za zbiranje najpomembnejših informacij in intervjuje je mnogo lažje primerjati (Indeed, 2020).

Za strukturirani intervju sem se odločila, saj so vprašanja zastavljena v naprej in je odličen način za primerjanje odgovorov med agencijami. S tem sem dobila koristne informacije o vplivu COVIDA-19 na poslovanje potovalnih agencij.

### 3.4 Analiza rezultatov in diskusija

Kot sem že opisala v metodi dela, sem za raziskovalni del izvedla intervju. Izbrala sem 6 naključno izbranih potovalnih agencij. Med njimi so: agencija V Svet d. o. o., Tuintam d. o. o., Impulse Travel d. o. o., Partner d. o. o. in 2 agenciji, ki sta želeli ostati anonimni.

Delo potovalnih agencij je zelo razgibano. V primeru spremenjenih okoliščin se prilagodijo povpraševanju trga, kar jih v kriznih situacijah rešuje. Turizem v času Ebole je v Liberiji upadel za približno 50 %, v času izbruha virusa SARS je na Kitajskem upadel turizem za 70 %, glede na ista obdobja prejšnjega leta, kar je glede na letošnji izbruh COVIDA-19 veliko manj. Potovalne agencije so zabeležile v obdobju od januarja do maja povprečno 90 % upada prometa. Ko so bile meje zaprte, so seveda poslovali skoraj ničelno, saj si domači gosti večino domačih potovanj rezervirajo sami direktno pri ponudnikih.

V nadaljevanju sem s pomočjo odgovorov na intervju odgovorila na vsako raziskovalno vprašanje posebej. Pod vsakim raziskovalnim vprašanjem sem povzela bistvo in na koncu navedla le nekaj relevantnih odgovorov.

**Raziskovalno vprašanje 1:** Kaj je ključno za preživetje potovalnih agencij v trenutni situaciji?

Kar polovica intervjuvanih agencij meni, da je za preživetje potovalnih agencij v trenutni situaciji ključnega pomena lansiranje cepiva oziroma zdravila proti COVIDU-19. Z iznajdbo cepiva bi preprečili širjenje virusa, oziroma bi lahko obolele pozdravili.

Posledično bi potniki izgubili strah pred potovanjem in bi se poslovanje potovalnih agencij zopet obnovilo.

"Trenutno, čimprejšnje lansiranje cepiva."

"Ni veliko odvisno od nas, upamo na cepivo proti COVIDU-19."

Druga polovica intervjuvancev je navedla drugačne odgovore, in sicer: dobra organizacija, premišljeno poslovanje, pravočasno uvajanje ukrepov in likvidnost. Velik problem predstavljajo obveznosti do dobaviteljev in stroški, katere je treba natančno spremljati, kar lahko dosežejo z dobro organizacijo, premišljenim poslovanjem in uvajanjem ukrepov. Menim, da bi iznajdba cepiva rešila problem turizma, hkrati pa je ob izbruhu pandemije za preživetje agencije zelo pomembno uvajanje ukrepov.

"Dobra organizacija in premišljeno poslovanje."

"Pravočasno odzivanje z ukrepi, kot so na primer zaposleni na čakanju in nižanje stroškov."

"Dovolj likvidnosti, da podjetje v tem času lahko kljub upadu prihodkov uspešno servisira obveznosti. S tem se ohrani pri življenju, ohrani zaupanje dobaviteljev, torej dobro podlago za ponovni zagon, ko bo COVID-19 pod kontrolo."

**Raziskovalno vprašanje 2:** Katerega ukrepa in v kolikšni meri se poslužujete (nižanje stroškov/odpuščanje/ reorganizacija)?

V času kriznega obdobja, kot so SARS, Ebola in COVID-19, so zelo pomembni ukrepi, ki jih potovalna agencija sprejme. Ukrepi so ključni za preživetje. Kar v dveh potovalnih agencijah so se odločili ukrepati z maksimalnim nižanjem stroškov.

"Kljub situaciji, ne pričakujemo odpuščanj, saj smo se raje posvetili znižanju stroškov."

"Stroške poslovanja smo znižali na minimum, z nekaterimi dobavitelji smo se dogovorili za odlog plačila, z banko smo se dogovorili za moratorij kredita, zaposleni so na čakanju, pričakujemo, da odpuščanje ne bo potrebno."

COVID-19 predstavlja problem majhnim podjetjem, kot so s. p.-ji in mikro podjetja; na primer v odgovorih, kjer sta obe zaposleni tudi lastnici podjetja. V primeru s. p.-ja je do sedaj že 20 % sodelujočih s podjetjem zaprlo svoje podjetje.

"V podjetju sodelujemo kot s. p.-ji, torej bo vsak odločal zase. Lahko le rečem, da je izmed vseh sodelujočih z našim podjetjem približno 20 % že zaprlo svoje podjetje."

"Ker sva obe zaposleni tudi lastnici turistične agencije, se zaenkrat ne bova odpustile. Obe sva začasno na čakanju. Za prihodnje mesece pa težko rečem."

Ostali dve potovalni agenciji sta odločeni, da odpuščali ne bosta.

"Odpuščali ne bomo. Zaposleni so na polovičnem delovnem času, drugih ukrepov ne načrtujemo."

"Štirje zaposleni smo na čakanju, edino ena s pogodbo za določen čas, je odšla na zavod za zaposlovanje."

Potovalne agencije želijo storiti vse, kar je v njihovih močeh, da preživijo in ohranijo svoje zaposlene in optimistično upajo na izboljšanje situacije. Le ena potovalna agencija je do sedaj odpustila delavko, ki je imela pogodbo za določen čas. Menim, da je za realno oceno o odpuščanju še prezgodaj za oceniti, saj je priskočila na pomoč država, ki je svojo pomoč tudi podaljšala. Realno oceno o odpuščanju bomo dobili, ko se bo turizem pričel vračati in bodo agencije lahko preračunale svoje dejanske prihodke in odhodke po pandemiji.

### **Raziskovalno vprašanje 3: Kako dolgo bodo spremenjene okoliščine trajale?**

Intervjuvanci v potovalnih agencijah menijo, da se turizem vsaj še eno leto zagotovo ne bo opomogel. Seveda vsi upajo, da se bo situacija čim prej umirila in da bodo potovanja čim prej ponovno zaživela. Dve potovalni agenciji računata, da se bo turizem okrepil in ponovno pričel razvijati jeseni oziroma konec leta. Kratkoročno se bodo verjetno potniki izogibali državam, ki so bila žarišča pandemije, kot so Kitajska, Italija in Španija, ampak se bo po mnenju potovalnih agencij stanje hitro normaliziralo. Verjetno bo najdlje za obnovitev turizma trajalo na Kitajskem, kjer je virus prvič izbruhnil. Glavna razlika, ki sem jo opazila med virusi SARS, Ebola, in COVID-19 je, da je bilo le v primeru COVIDA-19 potovanje v nekem obdobju skoraj ničelno, zaradi zaprtih mej. Kar so pa potovali domači turisti, so si sami rezervirali namestitve direktno pri ponudniku. V primerih SARS in Ebola, sta imela največji upad turizma v prvi četrtini leta, enako kot COVID-19 in oba sta si opomogla v turizmu do konca leta izbruha, tako da upamo da se bo enako zgodilo v trenutnem izbruhu pandemije.

"Turizem si še vsaj eno leto zagotovo ne bo opomogel. Potniki se bodo v bližnji prihodnosti zagotovo izogibali državam, ki so bila žarišča pandemije."

"Upamo, da se bo situacija čimprej umirila, vendar mislimo, da bo težka situacija trajala še nekje do oktobra, potem pa se bo počasi začelo življenje vračati v normalne tire."

"Težko rečem, kdaj si bo turizem opomogel in bo vse spet vsaj približno steklo po starih tirnicah, a upajmo, da čim prej. Ostajamo optimistični in računamo na jesen ali vsaj konec leta. Sama osebno menim, da Italija in Španija ne bosta problem in bodo potniki tja potovali. Bi pa znala Kitajska dlje časa čakati na turiste."

Zelo zanimiva ugotovitev je, da je od šestih intervjuvanih podjetij, le eno zaskrbljeno za obstanek. Pričakovala sem, da bo več agencij zaskrbljenih za svoj obstanek, ampak so

agencije zelo optimistične, da se bo situacija s pandemijo COVID-19 v roku enega leta umirila in da bodo uspešno poslovali naprej. Agencije pričakujejo, da potovanj potniki ne bodo mogli nadoknaditi, saj večini prosti čas tega ne omogoča, upajo pa na povečanje povpraševanja potnikov, ki bi drugače povpraševali pri agencijah, ki so žal že zaprli.

**Raziskovalno vprašanje 4:** Ali lahko vzdržite brez pomoči države? Kaj bo to potegnilo za sabo?

Država je v veliki meri priskočila na pomoč s tem, da je omogočila subvencionirane delavce na čakanju. V času pandemije nudi pod določenimi pogoji neko nadomestilo za plače delavcem. Večina potovalnih agencij bi brez omenjene pomoči zelo težko preživela, oziroma ohranila zaposlene. Kljub rezervam, ki si jih agencije ustvarijo, je bila pandemija hud finančni udarec. Le ena agencija omenja, da bi lahko obstala brez pomoči države. Velika večina bi torej morala zapreti svoja podjetja, saj finančno nebi bila sposobna kriti vseh stroškov. Ena izmed agencij je bila deležna pomoči odloga plačila obrokov kredita s strani banke, kar pravi, da jim je med drugim omogočilo obstanek. Če se situacija v bližnji prihodnosti ne umiri, je velika nevarnost, da bo moralo kar nekaj podjetij zaključiti s poslovanjem. Menim, da je za realno oceno o obstoju agencij še prezgodaj za oceniti, saj je priskočila na pomoč država, ki je svojo pomoč tudi podaljšala. Realno oceno bomo dobili, ko se bo turizem pričel vračati. Če se situacija ne bo umirila, lahko to pomeni odpuščanje, saj bo tudi država morala enkrat prenehati s pomočjo, ki jo nudi sedaj.

"Brez pomoči države bi težko preživeli, saj nam stroški plač zaposlenih predstavljajo kar velik strošek glede na to, da se je obseg dela zelo zmanjšal."

"Država nam je pomagala s financiranjem čakanja na delo in z odlokom, da nam je banka odobrila moratorij za kredit. Brez pomoči bi naša agencija težko obstala, saj bi bila finančna situacija zelo težka, predvsem zaradi obrokov kredita."

"Država je pomagala s »čakanjem na delo« zaposlenih. To je edini ukrep ki smo ga koristili. Brez omenjene pomoči bi predvidoma tudi preživeli/obstali."

"V našem primeru smo pridobili pomoč z s. p.-jem. Če pomoči ne bi dobili, bi nas velika večina že zaprlo svoj s. p. Kasneje, če se stvari ne normalizirajo, jih bo tudi veliko zaprlo."

**Raziskovalno vprašanje 5:** Ste se poslužili inoviranja v trenutnih okoliščinah?

Podjetja, kot so potovalne agencije, so močno spremenile svoje poslovanje že v preteklosti, saj so morale iti 'v koraku s časom', če so želele preživeti. Že v preteklosti so namesto katalogov digitalizirali svoje poslovanje in s tem prihranili ogromno časa sebi ter svojim strankam. Potovalne agencije, ki so prilagajale ponudbe, glede na želje posameznikov, v dani situaciji nimajo problemov, saj so že v preteklosti delale mnogo raznovrstnih ponudb. Med drugim je ena izmed agencij navedla, da organizirajo razne dogodke, kar jih v času COVIDA-19 rešuje. Agencije se torej ne bodo poslužile inoviranja, poskusile pa bodo

ponuditi najboljše, kar se v danih razmerah da. Kratkoročno so vse agencije spremenile svojo ponudbo, ki je omejena le na evropske države, oziroma ožje, na Slovenijo. Kot navaja zadnji odgovor, bo COVID-19 v njihovem primeru zavrl določene investicije in izboljšave, ki so jih imeli v načrtih, saj so prihodki od prodaje bistveno nižji od planiranih.

"Inoviranja se nismo poslužili, je pa naše delo zelo raznoliko, tako da nas nekatere stvari rešujejo. Organiziramo tudi dogodke za zaključene skupine. Smo edina turistična agencija, ki izdaja pomorske karte, kar je trenutno naš glavni vir dohodka."

"Našega poslovanja v prihodnosti ne mislimo spreminjati, saj je že do sedaj večinoma potekalo preko elektronske pošte in telefona, stranke se v naši poslovalnici oglasijo izjemoma. Večinski delež našega poslovanja prinaša poslovni turizem, tako da imamo v planu, da bo to tudi v prihodnosti naša glavna prioriteta. Naše ponudbe temeljijo izključno na povpraševanju vsakega posameznika."

"Način dela bo ostal bolj ali manj enak – že do sedaj je bilo večina kontaktov s strankami na daljavo. Še naprej je naše jedro poslovni turizem, kratkoročno sicer omejen na EU države. Menim, da COVID-19 ne bo življenjsko ogrozil našega podjetja. Bo pa na žalost zavrl določene investicije in izboljšave, ki smo jih imeli v načrtu za letošnje in prihodnje leto, ker je prihodek bistveno zmanjšan."

**Raziskovalno vprašanje 6:** Katere ukrepe ste sprejeli kot orožje za spodbujanje povpraševanja oziroma preprečevanje upada prihodkov?

Potovalne agencije se zavedajo, da je določeno obdobje žal izgubljeno. Zaradi zaprtja mej je bilo potovanja nemogoče izvesti. Zavedajo se, da morajo počakati, da se situacija umiri, saj bodo le tako lahko zopet zaživel. Za odpovedana potovanja zato izdajajo vrednotnice, ki jih bodo potniki kasneje lahko izkoristili. S tem ohranijo nekaj denarja in ljudje bodo želeli čim prej svoje vrednotnice tudi koristiti. Storili so, kar je bilo v njihovi moči, znižali stroške, delavce dali na čakanje in prilagodili svojo ponudbo trenutni situaciji. Druge ukrepe je iz njihove strani težko sprejeti, saj je vse odvisno od situacije, ki se iz dneva v dan spreminja.

"Trudimo se, da strankam prodamo potovanja, vendar je to v tem trenutku zelo težko, saj večina ne želi potovati v tujino, poleg tega pa so tudi letalske povezave zelo slabe."

"Potniki so že sedaj mnogo bolj zadržani. Namesto povračila denarja uporabljamo vrednotnice, katere bodo potniki izkoristili kasneje."

"Vsekakor uporabljamo vrednotnice, katere lahko uporabimo samo pri vračilu vplačil za potovanja. Te vrednotnice pokrivajo tudi akontacije, ki smo jih mi dali dobaviteljem in ti vračajo vplačane zneske v obliki voucherjev ali vrednotnic. Težko je najti ukrep, ki bi rešil dano situacijo."



"Potniki, ki imajo potovanja že vplačana in so jim v rokah ostale vrednotnice, bodo le-te želeli čimprej unovčiti. Polletno obdobje zaprtih mej je težko nadoknaditi, ker potniki večinoma nimajo dovolj dopusta oziroma prostih dni, da bi po pandemiji lahko podvojili število potovanj. Določeno obdobje je pač izgubljeno."

### **3.5 Omejitve in priporočila za nadaljnja raziskovanja**

V zaključni nalogi sem predstavila vpliv pandemije COVID-19 na poslovanje potovalnih agencij. Zaradi COVIDA-19 sem morala v empiričnem delu prilagoditi raziskavo, saj sem morala izvesti raziskavo na daljavo. Večina agencij je začasno zaprla svoja vrata, kar pomeni, da so delali od doma, drugi pa so bili na čakanju. To pomeni daljšo odzivnost intervjuvancev in nepripravljenost k sodelovanju, saj je pri neosebni komunikaciji veliko lažje zavrniti intervju, kot v živo. Če bi raziskavo opravljala še enkrat, bi izvedla intervjuje kar preko telefona in prosila intervjuvance, če lahko pogovor snemam. Tako bi se izognila dolgemu čakanju odgovorov.

Raziskave sem se lotila takoj, ko je izbruhnil virus, saj se mi je zdela tema aktualna. Ker bodo natančnejši podatki vidni šele v prihodnosti, bi bilo zanimivo izvesti še eno raziskavo o vplivu COVIDA-19 na poslovanje potovalnih agencij in ugotoviti, ali so zares vsi intervjuvanci, ki so odgovorili, da bodo ohranili svoje zaposlene, resnično tudi vse ohranili, ter če bi vedeli, kako se bo situacija razpletla, kako bi ukrepali v takem primeru. Zelo zanimivo bi bilo izvesti tudi raziskavo o številu zaprtih potovalnih agencij zaradi bolezni COVID-19.

## **SKLEP**

Z izbruhom pandemije COVIDA-19 se je pojavil problem upada potovanj. V teoretičnem delu sem s pregledom virov in literature najprej ugotovila upad turizma glede na prejšnje izbruhe virusov SARS in Ebola in nato opisala vpliv virusov na potovalne agencije. V vseh treh primerih, so izbruhi virusov zaznamovali poslovanje potovalnih agencij, saj je turizem močno upadel. Zaradi morebitne okužbe se ljudje ne odločijo potovati, kar pa močno vpliva na glavni vir prihodkov potovalnih agencij. Ob izbruhih novih virusov je za agencije pomembno, da sprejmejo prave ukrepe ob pravem času.

Z izvedbo intervjuja v empiričnem delu sem dosegla svoje cilje zaključne naloge in pridobila odgovore na raziskovalna vprašanja. Glavne ugotovitve so, da večina meni, da je ključnega pomena za preživetje lansiranje cepiva. Večina potovalnih agencij sprejema ukrepe zniževanja stroškov, saj želijo ohraniti zaposlene. Podjetja optimistično upajo na povečanje povpraševanja vsaj konec leta 2020 ali pa v letu 2021. Potovalne agencije so se poslužile pomoči države, brez katere bi večina težko preživele. Agencije se zaradi upada prihodkov niso poslužile inoviranja. Preživeti poskušajo s prilagoditvijo ponudbe in z izdajo vrednotnic namesto povračila denarja.

Vpliv COVIDA-19 je bil na turizmu veliko močnejši kot SARS in Ebola. Kdaj se bo situacija z virusom umirila in končala žal ne ve nihče, lahko pa le upamo, da se bo čim prej umirila in da bodo agencije lahko normalno poslovale naprej. V prihodnosti bi izvedla še eno raziskavo, in sicer če so ohranili vse svoje zaposlene, ter kako bi ukrepali, če bi vedeli kako se je situacija z virusom razpletla.

## VIRI IN LITERATURA

1. Airey, D. & Tribe, J. (2007). *Developments in Tourism Research. Advances in Tourism Research Series*. Routledge: Elsevier.
2. Arlt, W. (2010). *Annual Report of China Outbound Tourism Development 2009/2010*. Kitajska: COTRI China Outbound.
3. Breda, Z. (2004), The Impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on China's Tourism Sector. *Tourism Research Journal*, 1(2), 5-14.
4. Buhalis, D. (2020, 24 marec). Bournemouth University Coronavirus and Tourism panel discussion [Video]. Pridobljeno 27. marca 2020 iz <https://www.youtube.com/watch?v=p6sfYyLMsL0&feature=youtu.be>
5. Centers for Disease Control and Prevention. (brez datuma). *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*. Pridobljeno 11. marca 2020 iz <https://www.cdc.gov/sars/about/fs-sars.html>
6. Destination Stewardship Center. (2020). *Corona-crisis: A Destination Management Opportunity*. Pridobljeno 29. marca 2020 iz <https://destinationcenter.org/2020/03/corona-crisis-a-destination-management-opportunity/>
7. Epidemija. (brez datuma). V Slovar slovenskega knjižnega jezika. Pridobljeno 22. marca 2020 iz <https://fran.si/iskanje?FilteredDictionaryIds=130&View=1&Query=EPIDEMIJA>
8. Farsani, N., Coelho, C. O. A. & Costa, C. (2012). Tourism Crisis Management in Geoparks through Geotourism Development. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17/18. 1627-1638.
9. Furtula, B. (2019). Republika Slovenija statistični urad. *Metodološko pojasnilo slovenske potovalne agencije*. Pridobljeno iz <https://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/8191>
10. Hai, W., Zhao, Z., Wang, J. & Hou, Z. (2004). The Short-Term Impact of SARS on the Chinese Economy. *Asian Economic Papers*, 3(1), 57-61.
11. Hong Kong 2003. (brez datuma). *The Economy in 2003, Chapter 3*. Pridobljeno 4. septembra 2020 iz [https://www.yearbook.gov.hk/2003/english/chapter03/03\\_02.html](https://www.yearbook.gov.hk/2003/english/chapter03/03_02.html)
12. Indeed. (2020). *Structured Interviews: What are They and Structured Interview Questions*. Pridobljeno 7. septembra 2020 iz <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/structured-interviews>
13. Khan, S. (2020). Vox. *The era of peak travel is over*. Pridobljeno 4. maja 2020 iz <https://www.vox.com/the-highlight/2020/4/16/21216676/coronavirus-covid-19-travel-vacation-tourism-overtourism>

14. Kongoley, P. S. (2015). The Impact of Ebola on the Tourism and Hospitality Industry in Sierra Leone. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(12), 542-550.
15. Lee, G. & Warner, M. (2006). The impact of SARS on China's human resources: implications for the labour market and level of unemployment in the service sector in Beijing, Guangzhou and Shanghai. *The International Journal of Human Resource Management*, 17(5), 860-880.
16. Lipov list. (2020). *Koronavirus za turizem prinesel večjo negotovost kot katerakoli kriza do sedaj*. Pridobljeno 25. aprila 2020 iz <https://www.turisticnazveza.si/lipovlist/koronavirus-za-turizem-prinesel-vecjo-negotovost-kot-katerakoli-kriza-do-sedaj/>
17. Maphanga, M. P. & Henama, S. U. (2019). The Tourism Impact of Ebola in Africa: Lessons on Crisis Management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-13.
18. Nacionalni inštitut za javno zdravje. (2020). *Koronavirus (SARS-CoV-2) – ključne informacije*. Pridobljeno 29. marca 2020 iz <https://www.nijz.si/sl/koronavirus-2019-ncov>
19. Nacionalni inštitut za javno zdravje. (brez datuma). *Odgovori na pogosta vprašanja: Kako poteka bolezen, kakšni so simptomi in znaki?*. Pridobljeno 10. marca 2020 iz <https://www.nijz.si/sl/koronavirus-pogosta-vprasanja-in-odgovori>
20. NHS. (brez datuma). *SARS (severe acute respiratory syndrome)*. Pridobljeno 21. marca 2020 iz <https://www.nhs.uk/conditions/sars/>
21. Pandemija. (brez datuma). V *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. Pridobljeno 22. marca 2020 iz <https://fran.si/iskanje?FilteredDictionaryIds=130&View=1&Query=pandemija>
22. Perl, Y. & Israeli, A. A. (2011). Crisis management in the travel agency sector: A case study. *Journal of Vacation Marketing*, 17(2), 115-125.
23. Pham, S. (2020). CNN BUSINESS. *SARS cost global airlines \$7 billion. The coronavirus outbreak will likely be much worse*. Pridobljeno 20. marca 2020 iz <https://edition.cnn.com/2020/02/05/business/coronavirus-airline-cost/index.html>
24. Seladi-Schulman, J. (2020). COVID-19 vs. SARS: How Do They Differ? *Healthline*. Pridobljeno 23. aprila 2020 iz <https://www.healthline.com/health/coronavirus-vs-sars>
25. Sio-Chong U, T. & Yuk-Chow So, J. (2020). The impacts of financial and non-financial crises on tourism: Evidence from Macao and Hong Kong. *Tourism Management Perspectives*, 33.
26. Strielkowski, W. (2020). *COVID-19 recovery strategy for tourism industry*. Pridobljeno 28. marca 2020 iz [https://www.researchgate.net/publication/340167122\\_COVID-19\\_recovery\\_strategy\\_for\\_tourism\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/340167122_COVID-19_recovery_strategy_for_tourism_industry)
27. Travelmarketreport. (2020). *How Is COVID-19 Continuing to Impact the Travel Agency Business?*. Pridobljeno 5. septembra 2020 iz <https://www.travelmarketreport.com/articles/How-Is-COVID-19-Continuing-to-Impact-the-Travel-Agency-Business>
28. Travepulse. (2020). *How Travel Agents Are Coping With COVID-19, Preparing for Recovery*. Pridobljeno 7. septembra 2020 iz <https://www.travepulse.com/news/travel-agents/how-travel-agents-are-coping-with-covid-19-preparing-for-recovery.html>

29. Tržni inšpektorat Republike Slovenije. (2020). *Odpoved turističnih aranžmajev zaradi epidemije COVID-19 – vrednotnice*. Pridobljeno 8. septembra 2020 iz <https://www.gov.si/novice/2020-05-04-odpoved-turisticnih-aranzmajev-zaradi-epidemije-covid-19-vrednotnice/>
30. Tuclea, C., Vasile, D. C. & Schiopu, A. (2014). Facets of economic and financial crisis impact on strategic planning of travel agencies. *Amfiteatru Economic*, 14(8), 1222-1237.
31. UNWTO. (2020). *Impact of covid-19 on global tourism made clear as UNWTO counts the cost of standstill*. Pridobljeno 5. septembra 2020 iz <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill>
32. World Health Organization. (2020a). *Ebola virus disease*. Pridobljeno 12. marca 2020 iz <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ebola-virus-disease>
33. World Health Organization. (2020b). *Q&A on coronaviruses (COVID-19)*. How does COVID-19 spread? Pridobljeno 24. aprila 2020 iz <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/q-a-coronaviruses>
34. World Health Organization. (brez datuma). *SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome)*. Pridobljeno 21. marca 2020 iz <https://www.who.int/ith/diseases/sars/en/>
35. World Travel & Tourism Council. (2018). *Impact of the Ebola epidemic on travel & tourism*.
36. World Travel & Tourism Council. (2020). *Recovery scenarios 2020 & economic impact from covid-19*. WTTC and Oxford Economics.
37. Zeng, B., Carter, R. W. & De Lacy, T. (2005). Short-term Perturbations and Tourism Effects: The Case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 306-322. Pridobljeno 21. marca 2020 iz <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500508668220>



## **PRILOGE**

## **Priloga 1: Vprašanja za strukturirani intervju**

1. Naziv agencije/ želim ostati anonimen
2. Približno koliko ste imeli upada prihodkov (procentualno) v obdobju od vključno januarja do vključno maja 2020 glede na leto 2019? Menite, da boste v prihodnosti še vedno uspešno poslovali kljub upadu prihodkov?
3. Boste morda morali zaradi izbruha pandemije COVID-19 nekatere zaposlene odpustiti?
4. Če je odgovor da, kolikšen odstotek zaposlenih pričakujete, da boste oziroma ste jih že odpustili zaradi upada poslovanja? Ali morda za vas to pomeni reorganizacijo poslovanja (drugačna delitev dela, zmanjšanje delovnih prostorov in podobno)
5. Kako skušate zniževati stroške (na primer: stroški najemnine, stroški dela in podobno)? Ali namesto povračila denarja uporabljate vrednotnice? Ali ste s pomočjo vrednotnic lažje pokrili stroške? Koliko okvirno (procentualno) je bilo odpovedanih potovanj zaradi pandemije COVID-19?
6. Na kakšen način vam je ob izbruhu pandemije pomagala država in kako bo to vplivalo na vašo agencijo (delavci na čakanju, ugodnejši krediti in podobno)? Bi brez pomoči države lahko vaša potovalna agencija obstala?
7. Kakšno bo vaše poslovanje v prihodnosti? Boste morda spremenili način dela, na primer delo od doma, digitalizacija, virtualni sestanki? Na katere trge se boste predvsem osredotočali v bližnji prihodnosti (domači, mladinski, izletniški, počitniški, tranzitni ali poslovni turizem)? Boste morda prilagodili svojo ponudbo za povečanje povpraševanja in kako?
8. Kdaj menite, da se bo turizem opomogel do te mere, da bodo potniki lahko prosto potovali? In kdaj menite, da bo turizem prišel do takega obsega, kot je bil pred izbruhom pandemije? Ali menite, da se bodo potniki v prihodnosti izogibali državam, ki so bila žarišča pandemije (npr. Kitajska, Italija, Španija ipd.)?
9. Koliko povpraševanja pričakujete v prihodnosti (menite, da bodo želeli potniki nadoknaditi potovanja, katera letos niso mogli doživeti, ali bodo ljudje bolj zadržani in ne bodo želeli potovati)?
10. Ali je situacija z izbruhom pandemije COVID-19 nevarna za obstanek podjetja? Menite, da se boste uspešno spopadli z izbruhom pandemije in uspešno poslovali naprej?
11. Kaj menite, da je ključno za preživetje v trenutni situaciji izbruha pandemije COVID-19?