



PERFECTUS

AC



2020/1

Kontakti revije

Poštni naslov

Uredništvo revije Perfectus AC
Svetovanje in izobraževanje, dr. Andrej Raspor, s. p.
Dolga Poljana 57
5271 Vipava
Slovenija

Glavni kontakt

Andrej Raspor
E-pošta: zalozba.perfectus@gmail.com

Glavni urednik
Andrej Raspor, Perfectus Slovenija

Odgovorna urednika

Bojan Macuh
Pedja Ašanin Gole

Uredniški odbor revije

Andrej Raspor, Slovenija
Bojan Macuh, Slovenija
Pedja Ašanin Gole, Slovenija
Sašo Murtič, Slovenija
Darko Lacmanović, Črna gora
Bill Nichols, Velika Britanija
Žaneta Trajkoska, Severna Makedonija
Milica Slijepčević, Srbija
Admir I. Beganović, Bosna in Hercegovina

Jezikovni pregled

Bojan Macuh, slovenski jezik
Darko Lacmanović, bosanski, črnogorski, hrvaški jezik
Pedja Ašanin Gole, srbski jezik
Lejla Kolman Batagelj, slovenski in angleški jezik

Naslovnica

<https://www.hloom.com/resources/templates/cover-pages/creative-design>

Arhiv revij

http://www.andrejaspor.com/perfectus_zalozba
Since 2018 -

Mednarodna standardna serijska številka
(on line) **ISSN 2738-4586**.

Področje in opis revije

Revija Perfectus AC je interdisciplinarna znanstvena revija, ki objavlja prispevke s področja kadrov, turizma, odprtih inovacij, organizacije in menedžmenta v povezavi z industrijo 4.0. Vsebina ni omejena zgolj na navedene tematske sklope, ampak smo za vaše predloge odprti. Še posebej želimo objavljati prispevke, ki obravnavajo nove in aktualne teme in predstavljajo znanstvene dosežke v razvoju ter njihovo uvajanje in uporabo v praksi. Vsled tega objavljamo tudi tematske številke. Zato vas vabimo, da se nam pridružite.

Pogostost izhajanja

Revija Perfectus AC izhaja enkrat letno. Tematske revije pa izhajajo po potrebi.

Politika za prosti dostop

Revija Perfectus AC omogoča odprt dostop do svojih vsebin, ki temelji na načelu odprtih inovacij, po katerem bi prosto dostopni rezultati javnosti omogočile večjo globalno izmenjavo znanja.

Navodila avtorjem

V reviji Perfectus AC objavljamo znanstvene članke, rezultate raziskovalnega dela avtorjev. Prispevki so lahko napisani v slovenskem, angleškem, hrvaškem, bosanskem, srbskem (latinica), črnogorskem jeziku. Objavljamo izključno dela, ki še niso bila objavljena v znanstveni obliki v kakšni drugi reviji ali zborniku. Avtorji so odgovorni za vse morebitne kršitve avtorskih pravic. Prispevki niso honorirani. Objava prispevkov se ne zaračunava.

Besedilo naj bo oblikovano po navodilih (interesenti nam pišite, da vam posredujemo predlogo z bolj podrobnimi navodili). Na začetku prispevka, takoj za naslovom v originalnem in angleškem jeziku naj bo povzetek dolžine do 10 vrstic z do 5 ključnimi besedami. Članek naj obsega do 10 strani brez povzetkov, virov in prilog. Predložite tudi sliko in kratek strokovni življenjepis vsakega od avtorjev (do 10 vrstic). Članki morajo biti pred objavo lektorirani. Avtorji so odgovorni za jezikovno ustreznost. Ne uporabljajte opomb v besedilu. Eventualne opombe, ki naj bodo kratke, navedite na dnu besedila skupaj z literaturo. Seznam citirane literature oblikujte po APA-standardu. Na koncu prispevka so navedeni po abecednem redu. V kolikor je možno navedite DOI številko.

Predložene prispevke pregledata in ocenita najmanj dva neodvisna recenzenta. Na osnovi mnenj in predlogov recenzentov uredniški odbor ali urednik sprejmeta prispevek, zahtevata manjše ali večje popravke in dopolnitve ali ga zavrneta. Če urednik oz. recenzenti predlagajo večje popravke, se dopolnjeni prispevek praviloma pošlje v ponovno recenzijo. Podrobna navodila najdete na:

http://www.andrejaspor.com/perfectus_zalozba

UČINKI PANDEMIJE COVID-19 NA TURISTIČNO PONUDBO

Boštjan Žabar  <https://orcid.org/0000-0002-8591-4519>¹

Povzetek: Priča smo dogodkom, ki radikalno spreminjajo podobo našega vsakdana. COVID-19 se nam je še na začetku leta 2020 zdel kot neka stvar, ki je zelo daleč. Neka gripa, ki je zajela prebivalce Vuhana na Daljnem vzhodu. Že marca smo videli, koliko je ta razdalja bila resnična ovira virusu. Zagotovo tudi sodobni in širše dostopni načini potovanja niso pripomogli k upočasnitvi, kaj šele k zajezitvi te nadloge. Pandemija je prizadela naša življenja, gospodarstvo, šolstvo ... težko bi se našlo področje, ki se ga COVID-19 ni dotaknil. Nedvomno je eden najbolj prizadetih področij delovanja človeške družbe turizem, tako iz gospodarskega kot tudi družbenega pomena, ki ga ima ta dejavnost. Časi za to panogo niso lahki, a v zaupanju, da se bomo iz vsega dogajanja kaj naučili moramo sedaj spremljati in analizirati dogajanja na turističnih trgih. Naš na77men je spoznati vplive te krize na turizem in tako predvideti posledice, z namenom hitrega okrevanja panoge v postkoronskih časih.

Ključne besede: Turizem, COVID-19, pandemija, masovni, sodobni, trajnost, družba, okolje

EFFECTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE TOURIST OFFER

Abstract: We are witnessing events that are dramatically shaping the image of our everyday life. At the beginning of 2020, COVID-19 seemed very far away – a distant reality unlikely to strike close to home. It seemed like an ordinary flu which emerged in the Far East, in the city of Wuhan. By March, we realised the importance of distance. However, modern ways of transportation and global traveling only contributed to the rapid spread of COVID-19. COVID-19 pandemic has impacted every aspect of our lives, economy, education ... There is no area, field or sector that COVID-19 didn't struck, however, tourism is no doubt the sector that was hit the hardest – in terms of economic or social impact that tourism has on society. These are certainly not easy days for tourism. What we need to do next, in order to take something from the crisis and learn something from it, is tourism market analysis and keep track of changes. Our goal is to recognize and identify the ways in which this crisis has impacted tourism, to learn to predict the future events and scenarios, based on our past experiences, and thus gain knowledge on how to effectively cope with the crisis in the next coronavirus outbreak and to recover from it faster.

Keywords: Tourism, COVID-19, pandemic, massive, modern tourism, sustainability, society, environment

DOI: 10.5281/zenodo.7241944

¹ Zalošče 28d, 5294 Dornberk, Slovenija, bostjan.zabar@gmail.com

Uvod

Pandemija COVIDA–19 globoko vpliva na vse segmente našega življenja. Tako na gospodarske kot tudi na negospodarske. Vpliva na javne in tudi na zasebne sfere. Prav tako je pandemija globoko zarezala v segment turizma, v njegov gospodarski, pa tudi negospodarski pomen. Če pomislimo, kam vse smo lahko ne dolgo nazaj potovali brez omejitev, kam lahko gremo danes, predvsem pa, kje bomo lahko dopustovali po končani epidemiji?

Turizem je v zadnjih mesecih zaradi vseh težav, ki jih je povzročila »korona kriza«, pod veliko preizkušnjo. Še pred par meseci je turizem veljal za eno najbolj hitro rastočih gospodarskih dejavnosti v svetu. Tako velikega izziva ni doživel niti z gospodarsko krizo leta 2008, saj je ta dejavnost utrpela bistveno manjše negativne finančne posledice kot ostala področja gospodarstva. To lahko najverjetneje pripisujemo njegovi sposobnosti hitrega prilagajanja in dejstvu, da turizem ni le gospodarska dejavnost, ampak nekaj več. Je tisto, kar nas razvedri, zabava, spočije ... Turizem izzove nov odnos človeka s širšo družbo. V turistu vznikne misel, »Nisem sam! Nisem vkljenjen!« (Žabar, 2020).

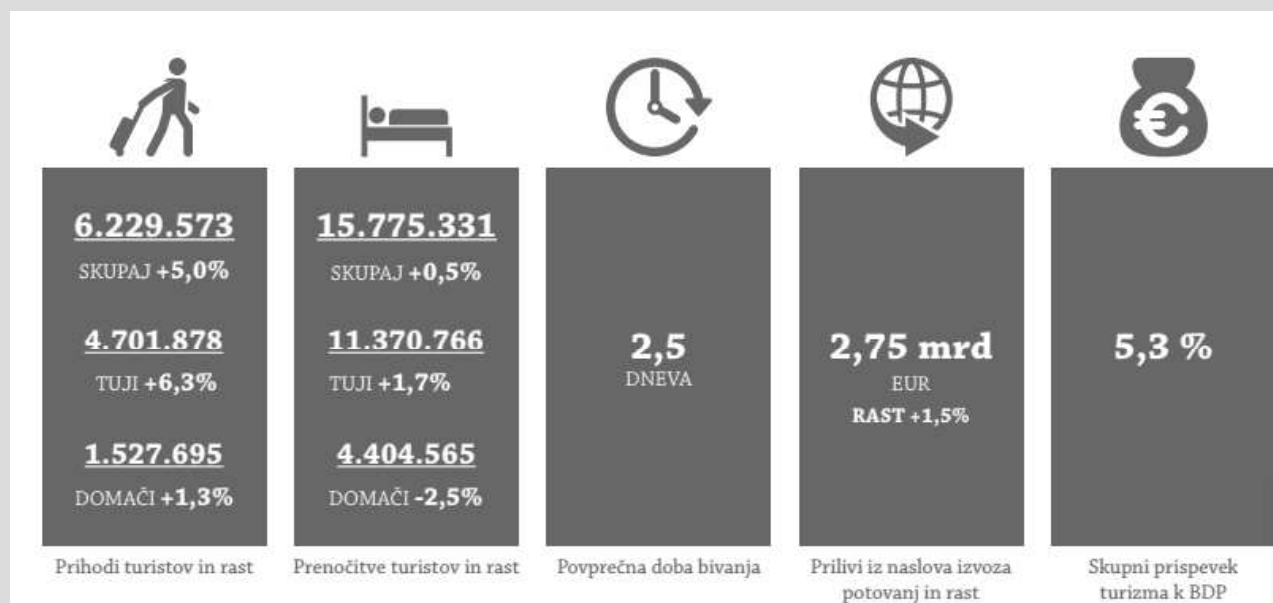
»Turistična potovanja danes predstavljajo sodoben način preživljanja prostega časa, ki ga je omogočilo prav sodobno turistično gospodarstvo in infrastruktura. Turistično gospodarstvo in vse, kar je z njim povezano, je zelo pomemben del turistične ponudbe. Nudi prevoz, namestitve, prehrano in drugo oskrbo, ter rekreacijo in druge dejavnosti, namenjene preživljanju prostega časa. Turistična ponudba niso le lepa in privlačna narava, pokrajina, zgodovina in kultura. So tudi storitve, ki to ponudbo povezujejo v celoto.« (Raspor in Macuh, 2020)

»K razvoju turizma pa prispeva tudi širok spekter drugih dejavnosti, ki so na turizem vezane le deloma in segajo od prometa in kmetijstva do trgovine in proizvodnje hrane, od izobraževanja in bančništva do komunale in izdajanja razglednic. V turizmu je vpletenih še nešteto drugih dejavnikov, vendar celovitega turizma brez vseh teh dejavnikov ne bi bilo.« (Raspor in Macuh 2020)

Pomen turizma

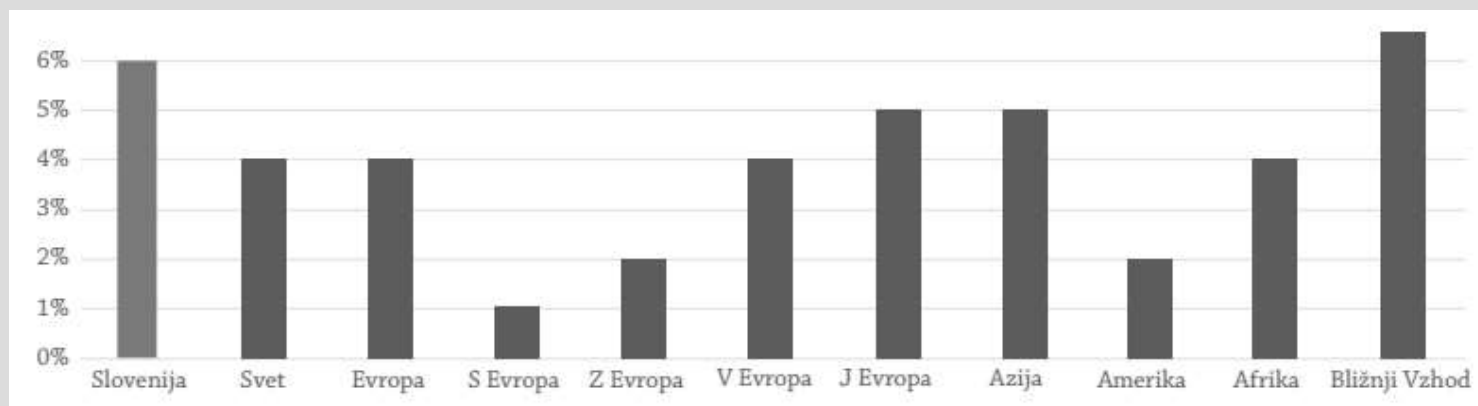
V zadnjih desetletjih je turizem postal ključni dejavnik družbeno-gospodarskega napredka z ustvarjanjem delovnih mest, prihodkov (plačilne bilance) in razvoja infrastrukture za številne države in regije po vsem svetu. Od konca druge svetovne vojne so mednarodni prihodi turistov v svetu iz 25 milijoni prihodov leta 1950 doživljali nenehno rast in tako dosegli 1 milijardo in 239 milijonov v letu 2016. Ti prihodi so istega leta iz turizma ustvarili 1108 milijard evrov mednarodnih prihodkov. Po UNWTO ima Evropa največji delež mednarodnih turističnih prihodov, saj je leta 2016 zabeležila 619 milijonov prihodov ali 50 % vseh svetovnih prihodov (UNWTO 2018, 15).

Glede na projekcije globalne rasti naj bi se mednarodni prihodi turistov po vsem svetu, glede na obdobje od leta 2010 do leta 2030, v povprečju povečali za 3,3 % na leto. Ob predvideni stopnji rasti se pričakuje, da bodo mednarodni turistični prihodi po svetu dosegli 1,8 milijarde do leta 2030 (UNWTO 2018, 63).



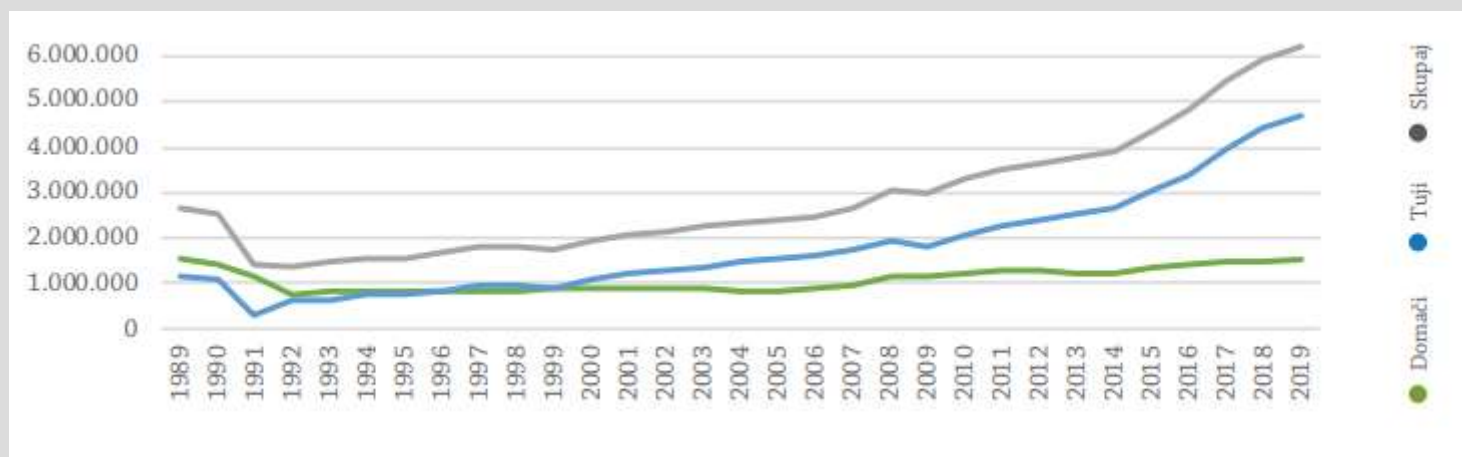
Slika 1. Turizem v Sloveniji leta 2019 (STO, 2020)

V Sloveniji smo leta 2019 zabeležili več kot 6,2 milijona prihodov turistov, skoraj 15,7 milijona prenočitev. V povprečju so turisti bivali 2,5 dneva. Turizem je ustvaril za 2,75 milijard evrov prihodkov in tako je bil njegov prispevek k nacionalnemu BDP-ju 5,3 % (Slika 1).



Slika 2. Primerjava rasti mednarodnih prihodov 2018/2019 (STO, 2020)

Tako Slovenija s 6 % rastjo med letoma 2018 in 2019 v primerjavi z drugimi državami beleži izjemno rast v prihodih turistov (Slika 2). Trend lahko vidimo tudi v dolgoletnem povprečju (Slika 3):



Slika 3. Prihodi turistov – Slovenija: 1989–2019 (STO, 2020)

Turizem v Sloveniji pa predstavlja tudi tisto dejavnost, ki je leta 2019 v povprečju neposredno zaposlovala 58.730 prebivalce ali 6,5 % aktivnega prebivalstva (STO, 2020).

Namen raziskave

Namen naše raziskave je spoznati, v kolikšni meri je pandemija COVID-19 prizadela svetovni turizem in kako ga bo spremenila. Izhajamo iz potrebe analiziranja trenutne situacije, da bi lahko lažje predvideli trende v prihodnosti.

Teoretična izhodišča

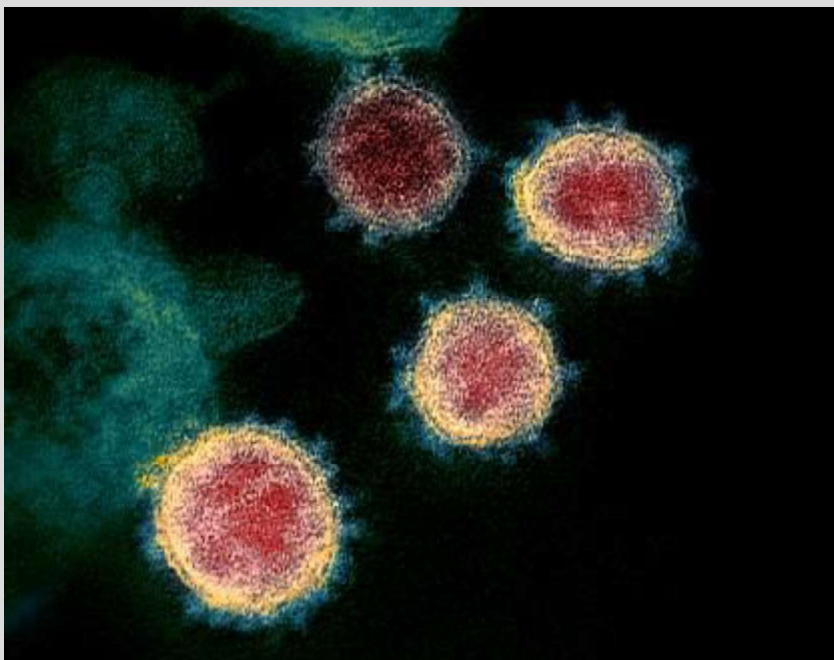
Opredelitev osnovnih pojmov

Turizem in turist kot ga definira UNWTO:

Definicija UNWTO (World Turistic Organisation, ki deluje v okviru OZN) iz leta 1994 presega koncept turizma kot omejenega na počitniške trge, z namenom pokriti celotni svetovni trg potovanj v splošnem okviru mobilnosti prebivalstva. Tako turizem definira kot dejavnosti oseb, ki potujejo in se zadržujejo v krajih zunaj svojega običajnega okolja za ne več kot eno leto zapored, zaradi preživljanja prostega časa ali poslovnih in drugih namenov. Uporaba tega širokega koncepta omogoča prepoznavanje pojavnosti turizma med državami, pa tudi pojavnosti turizma znotraj države (UNWTO, 1994).

COVID-19:

Koronavirusna bolezen (COVID-19) je nalezljiva bolezen, ki jo povzroča novoodkriti koronavirus SARS-CoV-2 (Slika 4). Večina ljudi, okuženih s tem virusom, bo imela blago do zmerno obolenje dihal in bo okrevala brez posebnega zdravljenja. Starejši in tisti z zdravstvenimi težavami, kot so bolezen srca in ožilja, diabetes, kronična bolezen dihal in rak, pogosto razvijejo resno obolenje. Virus se širi predvsem s kapljicami slin ali izcedkom iz nosu, ko okužena oseba kašlja ali kiha (WHO, 2020).



Slika 4. Slika SARS-CoV-2 - transmissijski elektronski mikroskop (TEM) (NIH.gov, 2021)

Ukrepi, ki so potrebni pri preprečevanju širjenja virusa v okolje

Nedvomno je upad turističnega povpraševanja in ponudbe odvisen neposredno od ukrepov, ki jih sprejemajo države za preprečitev širjenja pandemije. Zanimljivo pa ni niti strah pred okužbo prisoten v potencialnih turistih. Zagotovo bo ta strah prisoten še dolgo tudi po končani pandemiji.

Kaj storiti, da zaščitite sebe in druge pred COVID-19?

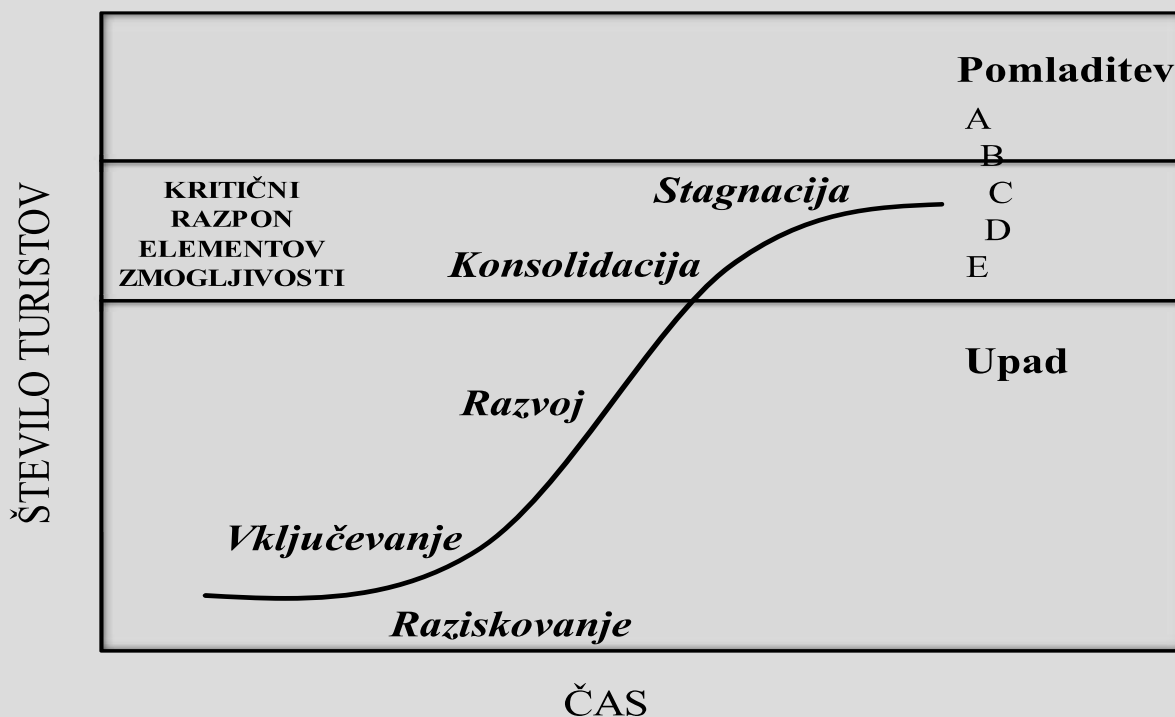
Ohranite vsaj 1-metrsko razdaljo med seboj in drugimi, da zmanjšate tveganje za okužbo, kadar kašljajo, kihajo ali govorijo. Ohranite še večjo razdaljo med seboj in drugimi, ko ste v zaprtih prostorih. Čim dlje stran, tem bolje. Naj bo nošenje maske običajni del obnašanja do drugih ljudi (WHO, 2020).

Kako narediti svoje okolje varnejše?

Izogibajte se 3C (Closed, Crowded, involve Close contact) prostorom, ki so zaprti, prenatrpani ali zahtevajo tesne stike. Poroča se o izbruhih virusa v restavracijah, zborovskih vajah, fitnessih, nočnih klubih, pisarnah in cerkvah, kjer se ljudje zbirajo, pogosto v prenatrpanih in zaprtih prostorih, kjer se glasno govori, kriči, težko diha ali poje. Tveganja za prenos virusa COVID-19 so večja v prenatrpanih in neustrezno prezračevanih prostorih, kjer okuženi ljudje preživijo dolga obdobja skupaj v neposredni bližini. V teh okoljih se zdi, da se virus učinkoviteje širi z dihalnimi kapljicami ali aerosoli, zato je previdnost še bolj pomembna (WHO, 2020).

Življenjski cikel turistične destinacije

S krizo COVID-19 ali brez nje ima vsaka turistična destinacija (turistični produkt) svoj življenjski cikel. Butlerjev model (Slika 5) iz leta 1980, teoretizira hipotetični življenjski cikel turistične destinacije, bolje poznan kot TALC (Tourism Area Life Cycle) (Butler, 2011).



Slika 5. Življenjski cikel turistične destinacije (Prirejeno po Butler, 2011)

Pandemija bo zagotovo vplivala na ta proces. V večini primerov, bo nekatere procese pospešila, zlasti upad v masovnem turizmu in pospešeni razvoj sodobnega trajnostnega turizma. Spremembe v turizmu lahko rečemo, da so se začele že pred krizo COVID-19.

Že v prejšnjih letih je turist začel preferirati alternativne (manjše) nastanitvene modele, ki bodo tudi zaradi virusne krize prihodnost sodobnega turističnega produkta. Naravnosti družbe v trajnostni razvoj daje prednosti obratom in dejavnostim, ki v bistveno manjši meri negativno vplivajo na okolje, kjer se nahajajo. Ravno ta majhnost pa je ključ do dveh glavnih konkurenčnih prednosti – prilagodljivost in varnost (Žabar, 2020).

Globalni (ne COVID-19) dejavniki, kot vzrok za spremembe

Na prehod iz starega (množičnega) v novega (trajnostnega) turista so vplivali predvsem globalni dejavniki, kot so nove tehnologije, nov način dela, nove menedžerske tehnike in novi pogoji poslovanja. Danes je turist izkušen, ima drugačne vrednote in način življenja, je prilagodljiv, neodvisen, individualen. Pozna okoljske omejitve, ki so bile še nedolgo nazaj pojmovane kot neomejena možnost izkoriščenja naravnih in družbenih virov (Vodeb, 2014).

Poonova globalne dejavnike opredeljuje kot (Poon 1993, povzeto v Vodeb 2014):

- Okoljske omejitve: narava je najdragocenejši in najbolj ranljiv segment okolja (destinacije); potrebne so omejitve razvoja (rasti) okolja (destinacije). Zaščita okolja je odgovornost in dolžnost vseh deležnikov.
- Evolucija mikroelektronike: to področje vpliva prav na vsako področje našega življenja. Nove tehnologije ne vplivajo samo na način življenja, ampak tudi na potrošnjo, zabavo in prosti čas.
- Nova paradigma: paradigma je idealna teorija, kako kaj deluje v določenem času. Skozi čas so le-te drugačne, se spreminjajo. Od masovne produkcije do kakovosti proizvoda. Množični turizem je bil logična posledica dogodkov in razmer svojega časa. Napočil je čas za novo paradigmo. Pravilno je uvidela, da je čas za nov turizem (Poon 1993, povzeto v Vodeb 2014).

Vedenjski model povojnega turista se je tako razvijal od koncepta »somewhere to go« preko koncepta »something to do« do koncepta »something to experience« (Vodeb, 2014).

Sodobni turizem ali »mehki turizem«:

»Sodobni turist se razlikuje od množičnega turista iz sedemdesetih in osemdesetih let 20. st. Razlika je vidna predvsem v potrošnikovem vedenju, nakupovalnih navadah, pričakovanjih in zahtevah ter odnosu do gostiteljske kulture. S časom se spreminjajo tudi vedenjski vzorci, glede preživljanja prostega časa in vrste (tudi izbire) pristočasnih dejavnosti. Sodobni turist si vse bolj želi individualen pristop in

obravnava, individualno in ne paketno turistično storitev itn. Vse manj čuti potrebo po organiziranih oblikah turističnega potovanja (posredovanje potovalnih agencij) in se pri načrtovanju potovanja (zlasti z razvojem interneta) opira na lastne izkušnje.« (Vodeb, 2014)

Nove motivacije in stereotipi turistične atrakcije:

Črtanje posameznika v masi nima več pomena, saj je masa tista, ki je izgubila vrednost in simbolno učinkovitost. Za posameznika zlitje se z množico nima več smisla, nasprotno – prevzema poti in izkušnje, ki ga razlikujejo od drugih. Turistično vedenje izgublja homogenost, stereotipi o počitnicah padajo. Znova se osmišlja odnose z ostalimi turisti in odnose z avtohtonim prebivalstvom (Savelli, 2012).

Leta 1950 je 25 milijonov ljudi opravilo mednarodne počitnice; do leta 2030 bo predvidevamo 1,9 milijarde ljudi trošilo na mednarodnih počitnicah. Kako se bo svet spremenil v tem obdobju, ne vemo. Vemo pa, da so izkušnje počitnic v osnovi enake. Počitnice so lahko dogodivščine, lahko pa so turistični kraji; drugače povedano, počitnice so lahko jahanje na Divjem zahodu ali smučanje po gori v Afganistanu. Mesta se lahko spremenijo, vendar bodo izkušnje v osnovi ostale enake. Vedno več bo turistov iz različnih držav, ki želijo uživati. Edina razlika med letoma 2005 in 2030 je, da bodo potovanja bolj dostopna (Yeoman, 2008).

Protislovja in nove priložnosti za lokalne operaterje v turizmu:

Oprelitev turistične destinacije kot vrhunske, začenja dobivati negativne predznake. Kriza ne izhaja iz števila turistov na potovanju, ki se konstantno večja, temveč iz odnosa z ozemljem in trgom. Simptomi tega so krajši postanki in kriza rezervacij. Trend je v izogibanju preoblikovanim mestom. Za dopust ni več pomembno, kam greste, ampak, kaj počnete, kako in s kom (Savelli, 2012).

Tako kot druge gospodarske dejavnosti je tudi turizem podvržen političnim, gospodarskim in varnostnim dogajanjem. Zaradi svetovnega dogajanja je bila večja stagnacija v panogi v letih 2000–2003 kot posledica recesije pred tem (Smeral, 2010; povzeto v Raspor in Macuh 2020). Naslednji večji padec števila turistov se je pojavil med letoma 2007 in 2009 kot posledica svetovne gospodarske krize (Kaar, 2009; Raspor in Macuh, 2020). Turizem pa si je po vsaki krizi zelo hitro opomogel. Trenutno smo v fazi pojava krize COVID - 19. Pričakovati je, da bo prisotnost tega virusa začasno umirila želje po potovanju. Prav gotovo bo na drugi strani tudi prisotna bojazen, da bi turisti lahko širili virus. A kot vse dosedanje krize, bo tudi ta le prehodnega značaja. Zelo hitro se bodo turistični trendi vrnili v ustaljene tire. Pričakovati je, da bo tudi ta, tako kot prejšnje krize, pripomogla k oblikovanju novih storitev tudi na področju turizma (Raspor in Macuh, 2020).

Napovedovanje prihodnosti je vedno bilo nevhvaležno in velikokrat zmotno. Nihče od nas ne more z gotovostjo napovedati, kaj bo čez eno uro ali jutri. Kaj šele, kaj bo čez leto ali deset let. Nič ne moremo napovedati, lahko pa predvidevamo in z določeno verjetnostjo načrtujemo. Ta predvidevanja pa so lahko toliko bolj natančna kolikor bolj poznamo preteklost in razumemo sedanost.

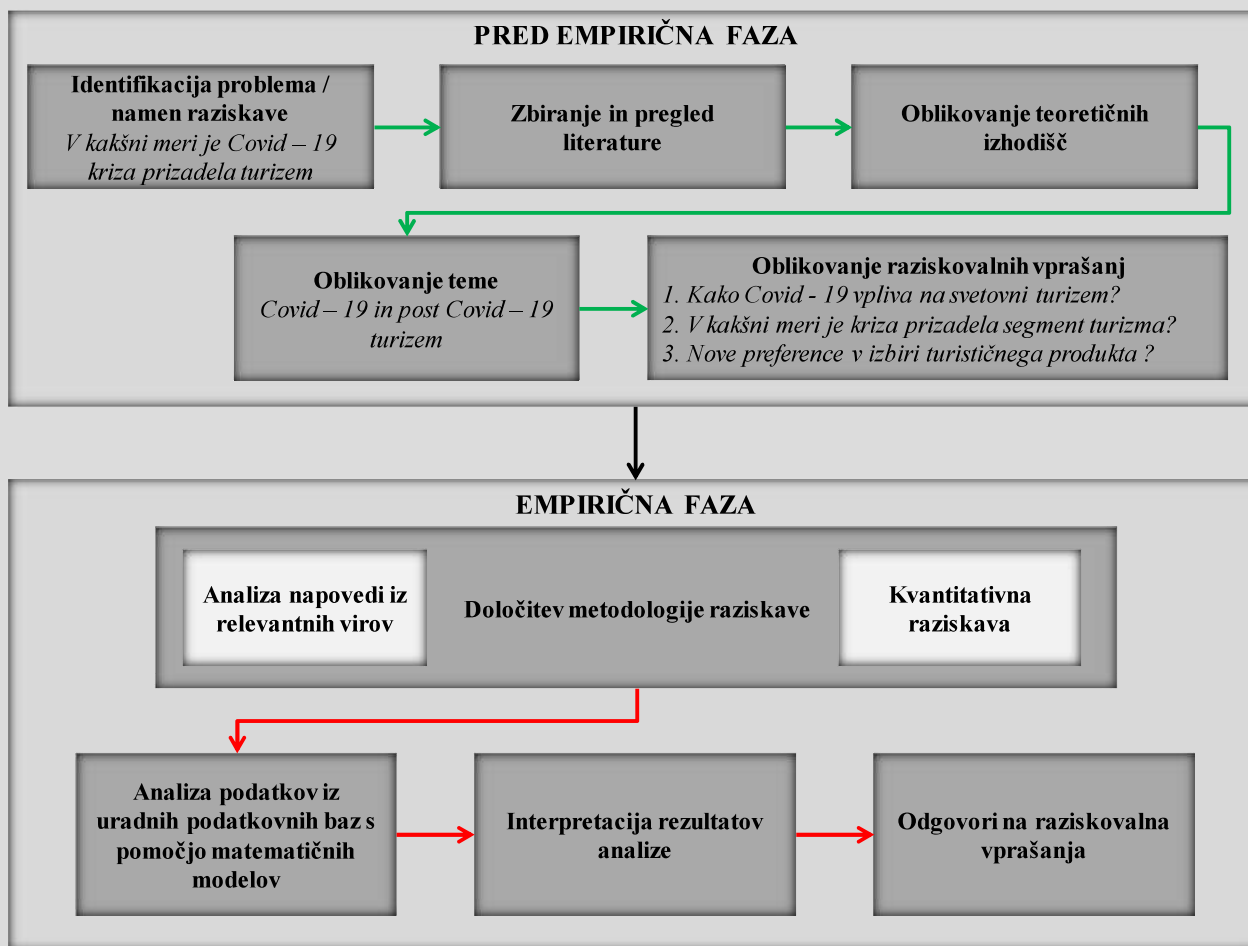
Raziskovalno vprašanje

Glede na namen naše raziskave in ugotovitve v teoretičnih izhodiščih smo si zastavili tri raziskovalna vprašanja:

1. Kako COVID-19 vpliva na svetovni turizem?
2. V kakšni meri je COVID-19 kriza prizadela segment globalnega turizma?
3. Kako bo COVID-19 spremenil naše preference v izbiri turističnega produkta/destinacije?

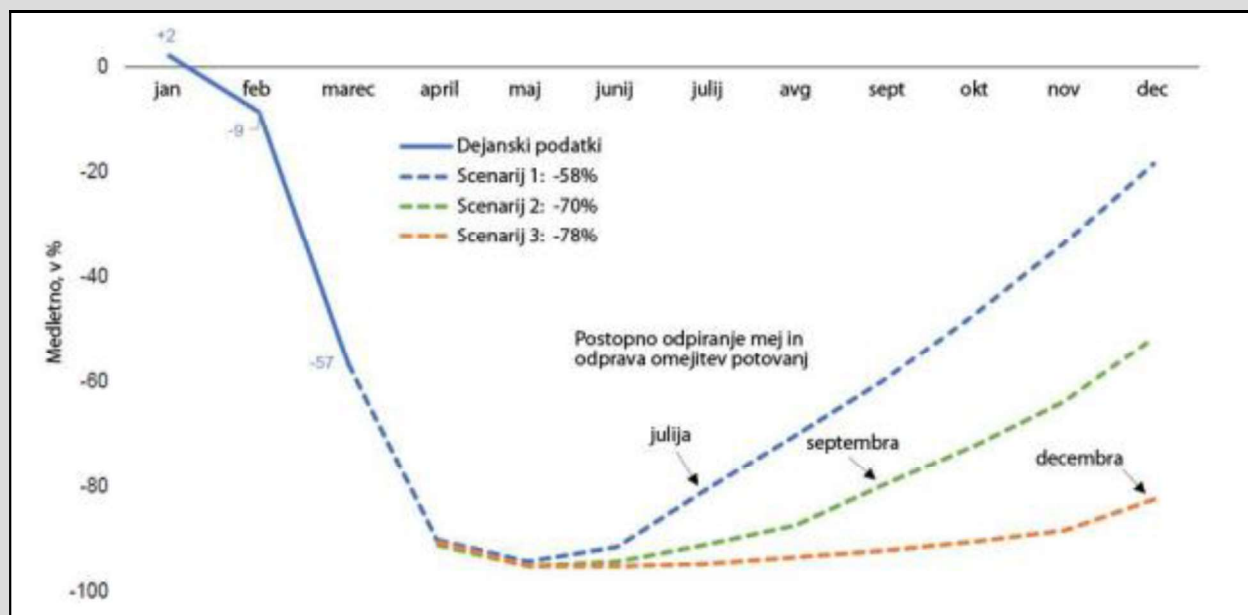
Opis metode

V pred-empirični fazi (Slika 6) smo pregledali relevantno literaturo in opredelili teoretična izhodišča za potrebe oblikovanja raziskovalnih vprašanj in kasnejše raziskave. V empirični fazi pa smo analizirali podatke iz uradnih virov in s pomočjo makroekonomskih kazalnikov ter statističnih podatkov odgovorili na naša raziskovalna vprašanja.



Slika 6. Potek raziskave Žabar (lastna raziskava, 2021)

Glede na to, da je izbruh epidemije relativno časovno bližnji pojav, smo morali našo raziskavo v večji meri bazirati na primarne podatke (statistike, napovedi ...) saj relevantne (strokovne) literature na to problematiko ni in če že je, se naslanja na prvi val izbruha, spomladi 2020, kjer so bile napovedi o poteku dogodkov precej bolj optimistične (Slika 7).



Slika 7. Napoved UNWTO o prihodih turistov v letu 2020 (UMAR, 2020)

Na grafu (Slika 7) lahko vidimo, kako je še marca meseca UNWTO predvideval tri scenarije razvoja dogodkov. Omenjeno analizo je povzegal tudi UMAR julija 2020 v svoji analizi (UMAR 2020). V raziskavi bomo videli, kako izgleda graf glede na dejanske podatke v oktobru 2020.

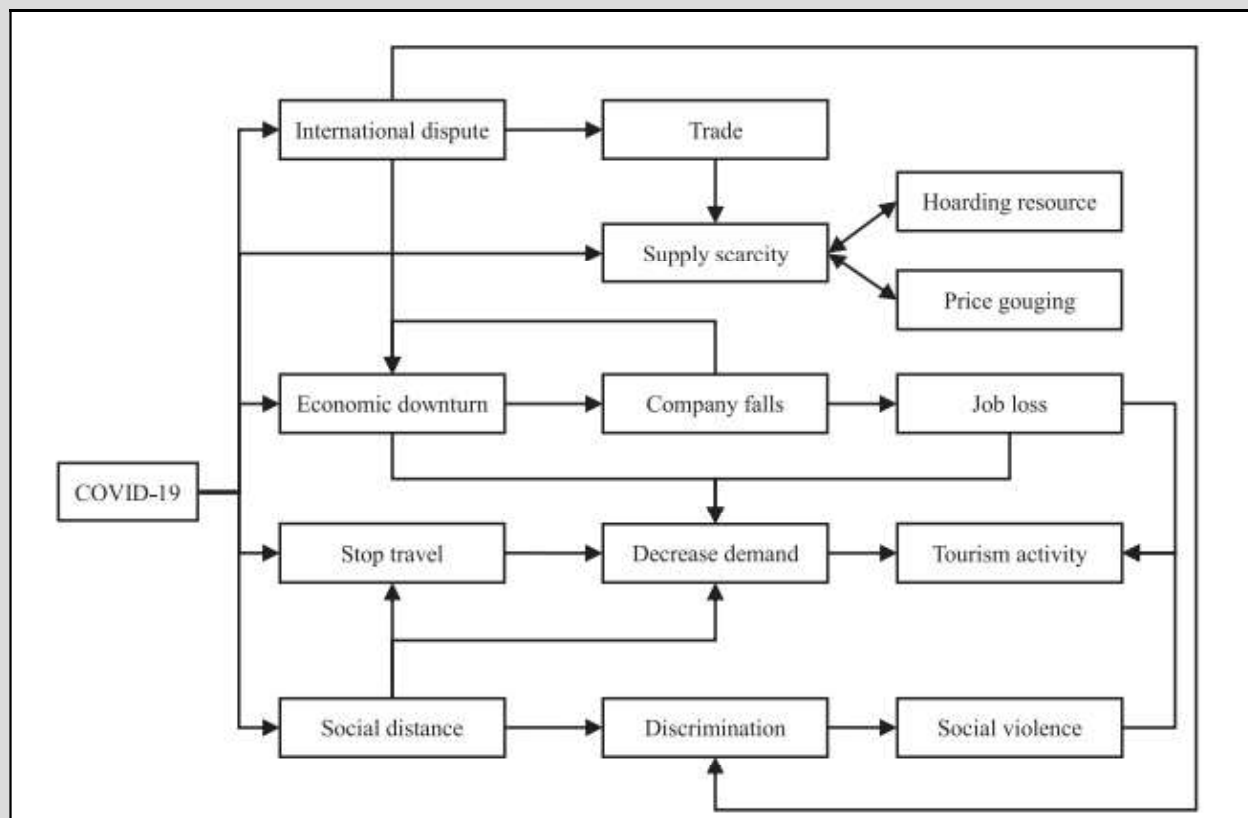
Z analizo primarnih virov smo tako pridobili najnovejše podatke o stanju v tej panogi. Podatke smo pridobili iz uradnih virov, in sicer: UNWTO, The World Bank, Eurostat, SURS, UMAR ...

Raziskava – turizem in epidemija

Pojav pandemije COVID-19 in njeno hitro širjenje je močno vplivalo na obseg globalnega turističnega gospodarstva. Dobre turistične napovedi iz začetka leta 2020 je zamenjal pesimizem v napovedih o rasti v tej panogi. Sprva so napovedi vključevale le napovedi o zmanjšani rasti v azijsko-pacifiških regijah, a kaj kmalu so napovedi zajele cel svet. UNWTO je na začetku marca ocenil (glede na prvotne izbruhe koronavirusa), da se bodo mednarodni turistični prihodi zmanjšali le za 1 % do 3 %, januarska je predvidevala 3 % do 4 % rast. Z nadaljnjo razširitvijo koronavirusa, zaprtjem hotelov, restavracij, itd. in mej med državami ter zaustavitvijo turističnih prevozov po vsem svetu so se napovedi že v drugi polovici marca močno spremenile. Konec marca je tako UNWTO objavil, da se pričakuje upad prihodkov na svetovni ravni v višini 20-30 %, na začetku maja pa, da bo upad mednarodnih potovanj 58 %, ob predpostavki, da bodo strogi ukrepi trajali le do julija. V primeru, da bo okrevanje odloženo do jeseni, bo ta upad lahko 70 % ali celo 78 %, če se okrevanje začne šele ob koncu leta. Tudi OECD je ocenjeval, da bo upad mednarodnih potovanj 60 %, ob predpostavki, da bodo strogi ukrepi trajali do julija 2020, v primeru, da bo okrevanje odloženo do decembra, pa 80 % (UMAR, 2020).

Kako COVID-19 vpliva na turistično industrijo

COVID-19 ne vpliva samo na to, da ne moremo prosto potovati in s tem koristiti počitnic ali našega prostega časa v nam ljubih krajih. To je samo del nevesečnosti. S tem, ko je pretrgana neka ekonomska veriga, se pretrga tudi socialna veriga in tako stopimo v nek začaran krog, kjer en pogoj izključuje drugega. Zlasti v mednarodni trgovini, kjer so stiki nujni tudi za razumevanje različnih si kultur.

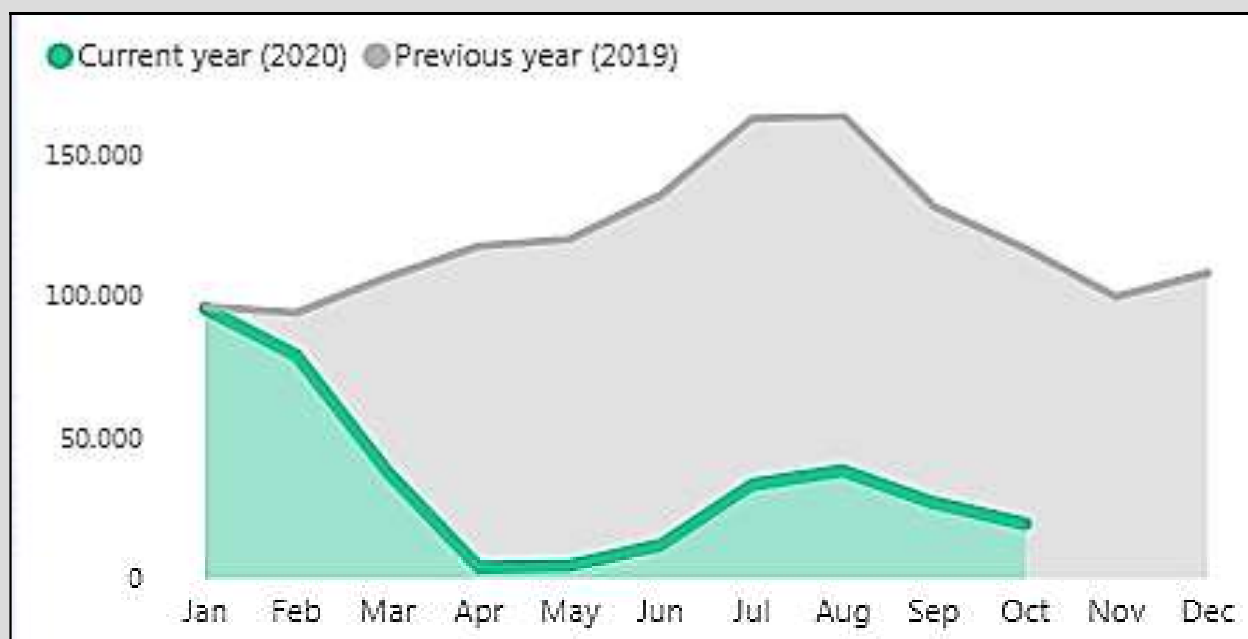


Slika 8. Vzročna shema vpliva COVID-19 na turistično industrijo (Shih-Shuo Yeh, 2020)

Rezultati raziskave (Slika 8), ki jo je opravil Shih-Shuo Yeh kažejo, da izbruh bolezni COVID-19 vodi tudi do nekaterih sporov med različnimi državami. Izvor virusa je namreč zelo sporen. To še poslabšuje že tako napete trgovinske in ostale situacije med nekaterimi državami, ki jim lahko sledijo dolgoročne, nepredvidljive posledice. Tak spor lahko vodi tudi do diskriminacije, ki se pogosto konča z nasiljem. Drugi sklop vplivov je ekonomskega značaja. Trpijo podjetja, zlasti turistična. To je privedlo do stagnacije, izvajanja neplačanih počitnic in številnih neposrednih zmanjšanj. Kot primer je slavniti televizijski zvezdniški kuhar Gordon Ramsay, ki je zaradi pandemije odpustil 500 zaposlenih. Propad podjetij in brezposelnost še poslabšujeta šibko gospodarstvo z niževanjem turističnega povpraševanja, kar vodi v začaran krog. Poleg tega je politika, ki ureja socialno distanciranje, nujna, vendar ustvarja nezaupanje med ljudmi in lahko vodi v diskriminacijo in nasilje. Družabni dogodki, množične prireditve in druga zborovanja so prepovedana. Tudi dejavnosti, ki so namenjene promociji turizma doživljajo svoje omejitve. Problem je še hujši v državah z veliko populacijo priseljencev. Nekateri se težko vrnejo v domovino ali gredo v službo, ki bi jim omogočala lažje preživetje (Shih-Shuo Yeh, 2020).

Obseg turizma med pandemijo

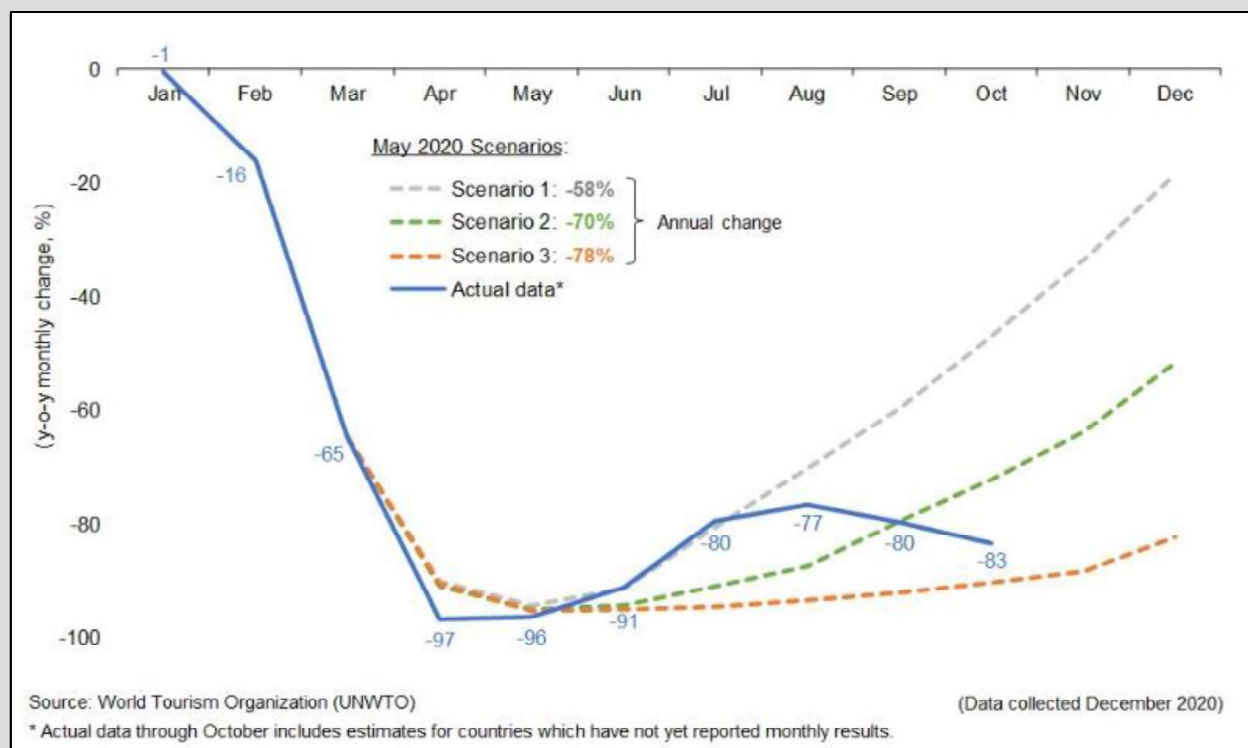
Za zbiranje in analiziranje podatkov s področja turizma je najbolj zanesljiv vir svetovna turistična organizacija (UNWTO). Poslužili se bomo njihovi bazi podatkov, kjer bomo videli stanje in ga primerjali s stanji v pred krizo COVID-19.



Slika 9. Mednarodni turistični prihodi (v 1000) (UNWTO tourism dashboard, 2021)

Na grafu (Slika 9) lahko vidimo, kako so prihodi turistov (v svetovnem merilu) začeli upadati že januarja 2020 glede na referenčni mesec leto poprej. Strm padec se je beležil nekje do aprila, ko so prihodi turistov dosegli skoraj zanemarljive vrednosti. Po koncu prvega vala in glede na dobre obeti poletja so se trendi začeli popravljati, tudi zaradi poletne turistične sezone. A že nekje proti koncu avgusta, ko so nas začele presenečati novice o ponovnih žariščih epidemije, se je krivulja ponovno začela spuščati.

Zmanjšanje v prvih desetih mesecih leta 2020 predstavlja 900 milijonov manj prihodov mednarodnih turistov v primerjavi z enakim obdobjem leta 2019 in pomeni izgubo 935 milijard ameriških dolarjev prihodkov iz naslova mednarodnega turizma, kar je več kot desetkratnik izgube leta 2009 pod vplivom svetovne gospodarske krize (UNWTO, 2021).



Slika 10. Mednarodni turistični prihodi leta 2020 (YTD) – rezultati in prognoze (UNWTO tourism dashboard, 2021)

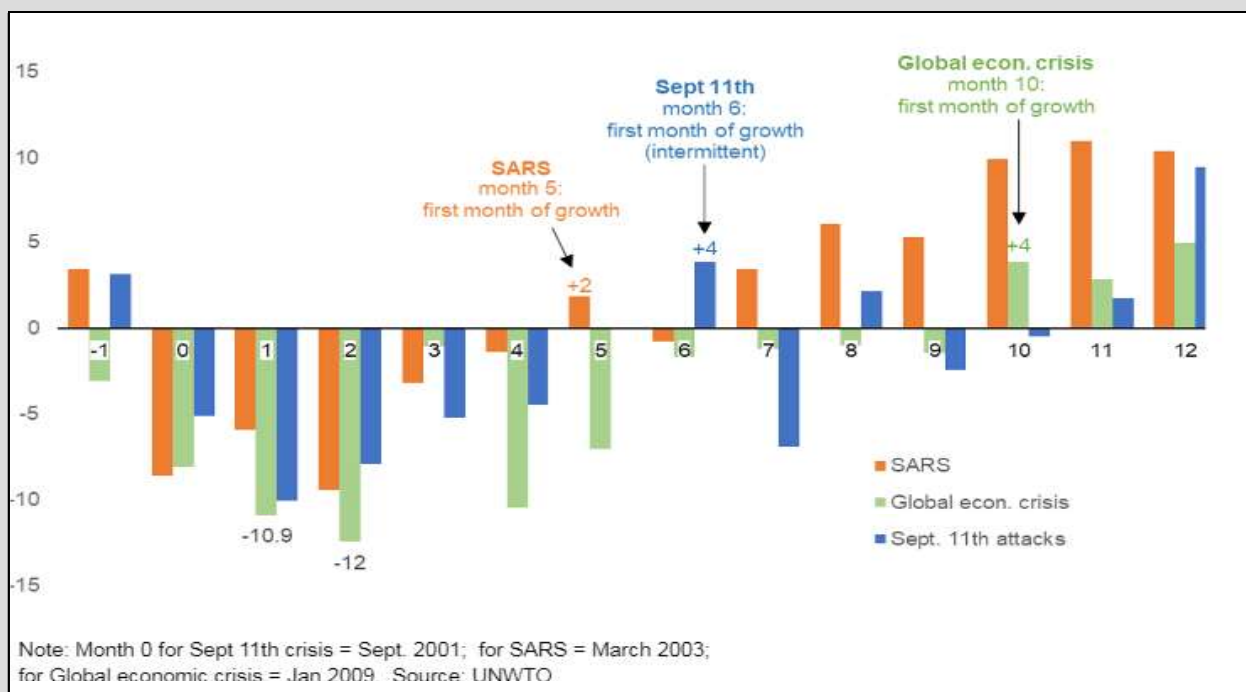
Scenarij 1: (-58 %) na podlagi postopnega odpiranja mednarodnih meja in olajšanja omejitev potovanja v začetku julija 2020

Scenarij 2: (-70 %) na podlagi postopnega odpiranja mednarodnih meja in olajšanja omejitev potovanja v začetku septembra 2020

Scenarij 3: (-78 %), ki temelji na postopnem odpiranju mednarodnih meja in omilitvi omejitev potovanja šele v začetku decembra 2020

Na grafu (Slika 10) vidimo zadnje revidirane podatke, ki vključujejo dejansko število prihodov turistov do oktobra 2020. Kljub temu, da je na začetku kar dobro kazalo trendom, ki so sledili napovedim o sproščanju ukrepov za zajezitev pandemije meseca maja, je krivulja že avgusta dobila negativni koeficient in tako začela padati in že meseca oktobra skoraj dosegla najbolj črn scenarij.

Kot smo že omenili, je turistični sektor trenutno eden najbolj prizadetih zaradi izbruha virusa COVID-19, kar vpliva na ponudbo in povpraševanje na potovanjih. To predstavlja dodatno negativno tveganje v kontekstu šibkejšega svetovnega gospodarstva, geopolitičnih, socialnih in trgovinskih napetosti ter neenakomerne uspešnosti med glavnimi turističnimi trgi. Glede na spreminjajočo se naravo razmer je prezgodaj za oceno celotnega vpliva pandemije COVID-19 na mednarodni turizem. UNWTO za prvo oceno, kot merilo upošteva scenarij SARS iz leta 2003, ki upošteva velikost in dinamiko svetovnih potovanj in trenutne motnje, geografsko razširjenost virusa COVID-19 in njegov potencialni gospodarski vpliv. UNWTO poudarja, da je treba vsako oceno obravnavati previdno zaradi nestanovitnega in negotovega razvoja pandemije (UNWTO, 2020).

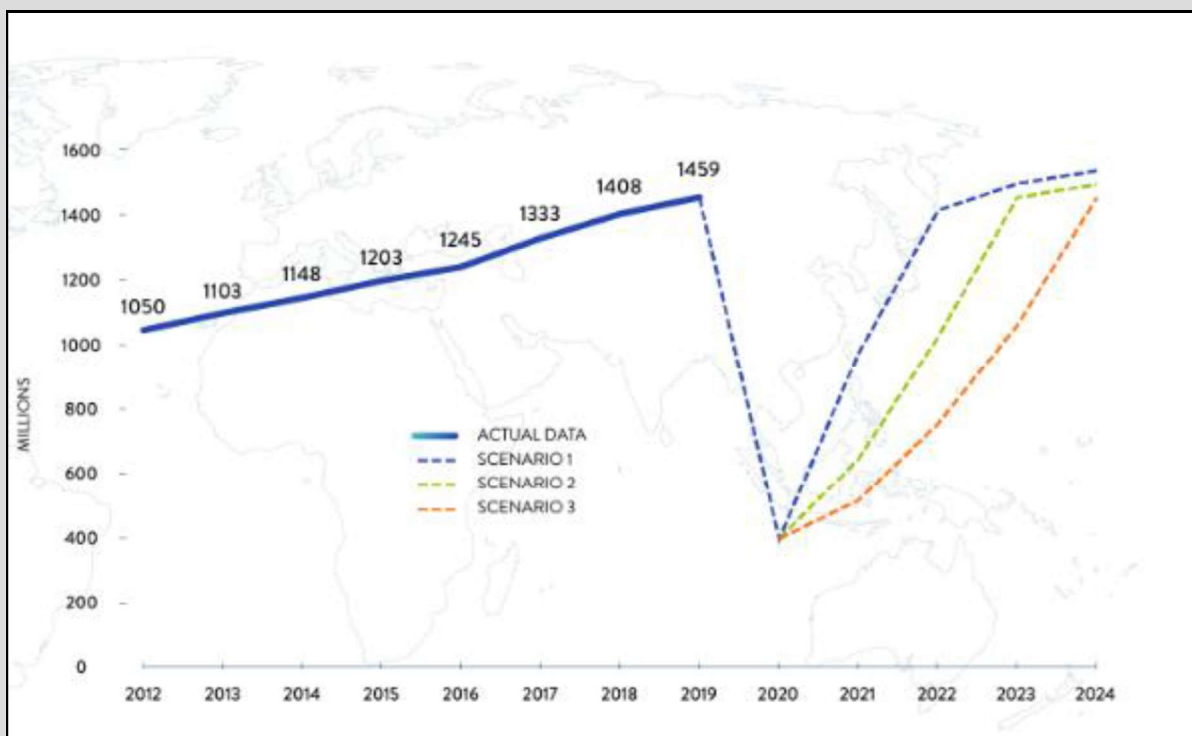


Slika 11. Vpliv predhodnih kriz na mednarodni turizem (primerjava v prihodih) (UNWTO tourism dashboard, 2021)

Na grafu (**Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**) lahko vidimo, da je bil turizem zelo vzdržljiv v bivših krizah in je pokazal zelo hitro stopnjo okrevanja. Najhitreje se je turizem na svetovni ravni opomogli po SARS krizi leta 2013, in sicer že po petih mesecih se je zabeležila rast v prihodih. Podatek nas zagotovo navdaja z optimizmom.

Obeti za svetovni turizem

Prej ali slej bo tudi te krize konec in turistični sektor bo ponovno okrevaj, začel rasti in se povrnil močnejši kot pred krizo.



Slika 12. Napovedi 2021 – 2024 (UNWTO, 2021)

Scenarij 1: (-58 %) na podlagi postopnega odpiranja mednarodnih meja in olajšanja omejitev potovanja v začetku julija 2020
 Scenarij 2: (-70 %) na podlagi postopnega odpiranja mednarodnih meja in olajšanja omejitev potovanja v začetku septembra 2020
 Scenarij 3: (-78 %), ki temelji na postopnem odpiranju mednarodnih meja in omilitvi omejitev potovanja šele v začetku decembra 2020

Najnovejši podatki kažejo, da se bo leto 2020 končalo s splošnim upadom števila mednarodnih prihodov turistov za 70 % do 75 %, tako da bodo rezultati med scenarijema 2 in 3. V grafu (Slika 12) vidimo, da glede na scenarije bomo potrebovali nekje od 2,5 do 4 let, da se obseg svetovnih prihodov v turizmu povrne na raven iz leta 2019.

Obeti za Slovenijo kot posebna turistična destinacija

Slovenija je primer turistične destinacije, ki ima zelo dobro geografsko pozicijo v smislu t.i. »drive in destinacije«. To je med in po krizi COVID-19 velika prednost, saj predstavlja manjše tveganje za obiskovalca. Večja varnost in manjši občutek strahu za tistega, ki preživlja svoj čas proč od doma. Opazovali bomo za nas tri najbolj pomembne trge: Italijo, Nemčijo in Avstrijo.

V kakšni meri bo oslABLJENO finančno stanje (posameznika ali skupnosti) vplivalo na to, da nekdo nameni del svojega denarja in časa dopustovanju?

V spodnjih tabelah (Tabela 8 in Tabela 2) imamo podatke o BDP-ju in prenočitvah turistov. Poiskali smo korelacijo med njimi.

Tabela 8
 BDP po izbranih državah v milijonih ameriških dolarjev (The World Bank (2010 do 2018) in Countryeconomy.com (2019))

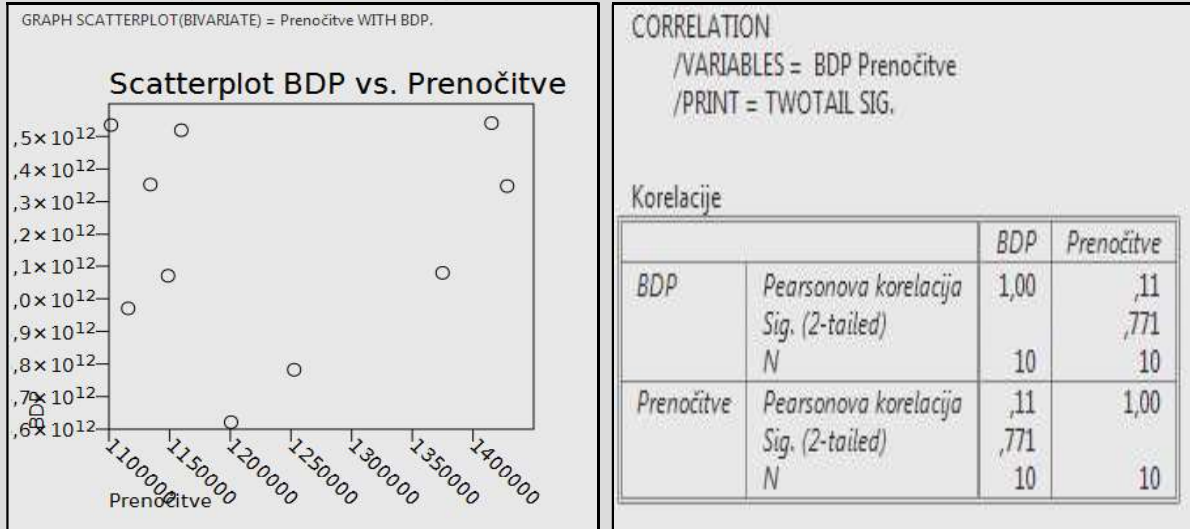
Leto Država	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Avstrija	391.893	431.120	409.425	430.069	441.996	381.818	395.228	417.283	455.286	446.145
Italija	2.134.018	2.291.991	2.087.077	2.141.315	2.159.134	1.835.899	1.875.580	1.956.961	2.083.864	2.001.290
Nemčija	3.396.354	3.744.409	3.527.345	3.732.743	3.883.920	3.360.550	3.466.790	3.656.749	3.947.620	3.846.591
Skupaj (Au,It,De)	5.922.265	6.467.520	6.023.847	6.304.127	6.485.050	5.578.267	5.737.598	6.030.993	6.486.770	6.294.026
Slovenija	48.161	51.516	46.580	48.402	49.931	43.090	44.652	48.442	54.008	53.743
SKUPAJ:	5.970.426	6.519.036	6.070.428	6.352.529	6.534.981	5.621.357	5.782.249	6.079.435	6.540.778	6.347.769

Tabela 2
 Prenočitve turistov v mesecu AVGUSTU po izbranih državah (SURS 2020)

Leto Država	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Avstrija	81.426	92.876	93.333	99.052	104.764	104.006	118.290	123.399	127.899	130.856
Italija	241.849	238.651	237.789	234.906	231.256	252.051	274.737	286.216	308.120	291.205
Nemčija	138.640	159.837	178.311	186.928	197.104	214.799	220.007	290.314	320.183	364.880
Skupaj (AU,IT,DE)	461.915	491.364	509.433	520.886	533.124	570.856	613.034	699.929	756.202	786.941
Slovenija	653.962	668.285	639.296	613.291	568.606	629.802	639.611	675.024	659.099	641.224
SKUPAJ:	1.115.877	1.159.649	1.148.729	1.134.177	1.101.730	1.200.658	1.252.645	1.374.953	1.415.301	1.428.165

Tabela 9

Korelacija: BDP/prenočitve v mesecu avgustu (Žabar, lastna raziskava, 2020)

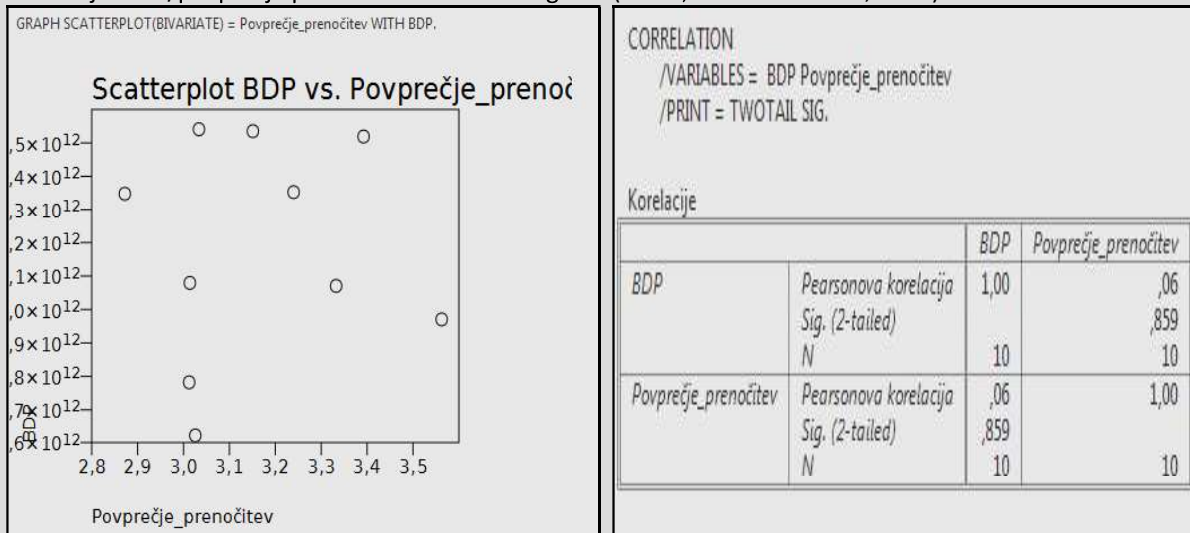


Če poskušamo iskati korelacijo med prenočitvami v mesecu avgustu in BDP-jem v izbranih državah, ugotovimo, da je p vrednost večja od 0,05, v našem primeru 0,771. Ker je $p > 0,05$ razlike v povprečnih vrednostih vzorcev niso statistično značilne oz. so nesignifikantne. Tako hipotezo, da sta BDP in prenočitve med seboj zagotovo nepovezane, ne moremo ne potrditi in hkrati ne zavreči. Sicer pa nam že pogled na diagram (Tabela 9) in Pearsonova korelacija, ki je manjša od 0,3 (v našem izračunu 0,11), nakazujeta, da finančno stanje turista ali skupnosti na prenočitve v Sloveniji ni vplivala in z veliko verjetnostjo ne bo vplivala, vsaj kar se tiče naših opazovanih držav.

Podobno, v nadaljevanju iščemo povezavo med povprečjem prenočitev v mesecu avgustu in BDP-jem v izbranih državah (Tabela 10). Ugotovimo, da so rezultati tudi v tem primeru podobni prejšnjemu izračunu iz Tabela 9.

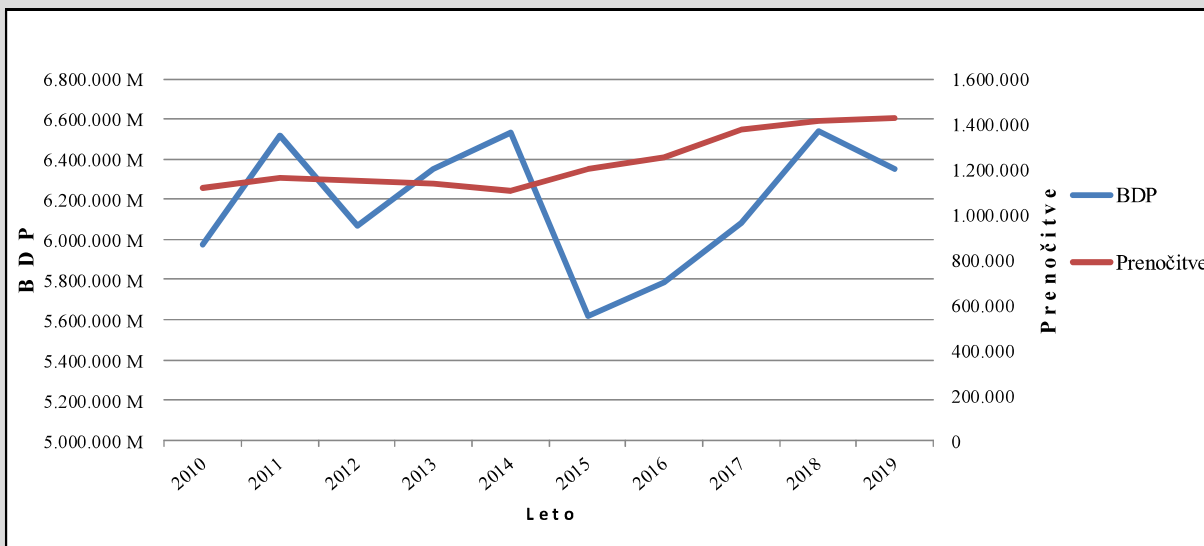
Tabela 10

Korelacija: BDP/povprečje prenočitev v mesecu avgustu (Žabar, lastna raziskava, 2020)



Tudi tokrat zaradi p vrednosti (0,859), ki je večja od 0,05, razlike v povprečnih vrednostih vzorcev niso statistično značilne oz. so nesignifikantne. Tako hipotezo, da sta BDP in povprečje prenočitev med seboj zagotovo nepovezane ne moremo ne potrditi in hkrati ne ovreči. Sicer pa tudi tokrat lahko v desetletnem povprečju opazujemo prej nepovezanost kot povezanost (Tabela 10).

Skupni BDP naših analiziranih držav ima na vse naše spremenljivke zelo nizek vpliv; lahko trdimo, da ga sploh nima. Ne glede na dosedanjo stopnjo nihanja BDP-ja je Slovenija beležila konstantno rast prenočitev turistov (Slika 13).



Slika 13. Gibanje BDP-ja (v USD) in število prenočitev v Sloveniji po izbranih državah (Žabar, lastna raziskava, 2020)

Dodatni izračun, ki potrjuje Slovenijo kot specifično turistično destinacijo:

Ujemanje analiziranih podatkov smo v nadaljevanju iz mikro ravni (turisti iz izbranih držav v Sloveniji meseca avgusta) preverili še na makro ravni (prenočitve vseh turistov v EU skozi celo leto). Tabela 11 nam prikazuje rast na dolgi rok, tako števila prenočitev kot tudi BDP-ja na prebivalca. Prikazuje pa tudi nihanja v obeh kategorijah.

Tabela 11

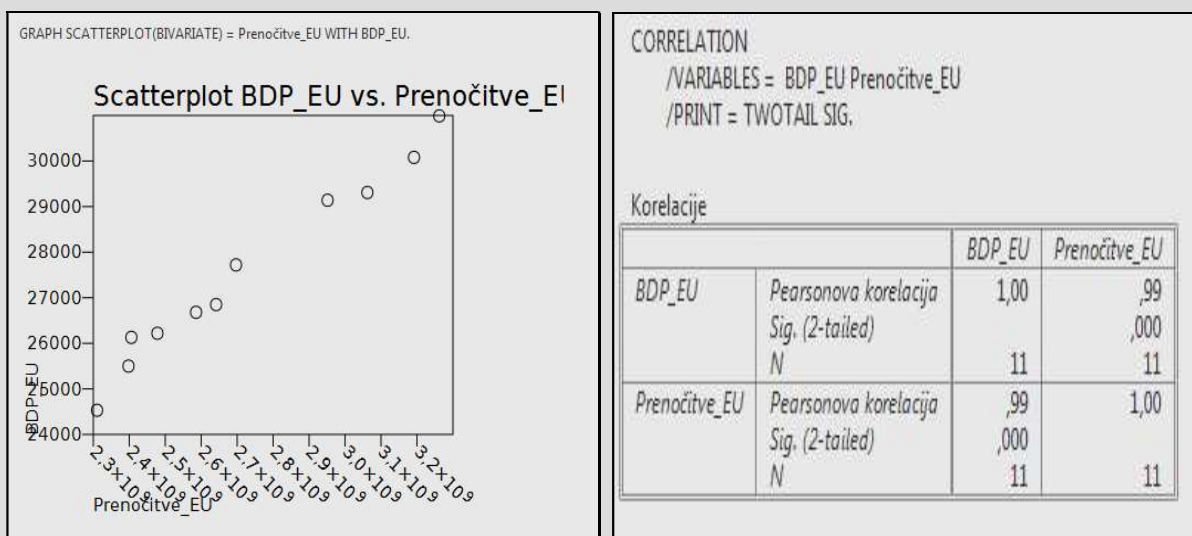
Prenočitve turistov v EU in BDP v EU (Eurostat, 2020)

Leto / Država	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prenočitev v milijon.	2.406	2.310	2.398	2.478	2.586	2.642	2.697	2.951	3.062	3.192	3.262
BDP (trenutne cene, evrov na prebivalca)	26.130	24.530	25.500	26.220	26.680	26.850	27.720	29.140	29.310	30.080	30.990

V tabeli (Tabela 12) vidimo, da sta tokrat (na makro ravni) spremenljivki močno povezani.

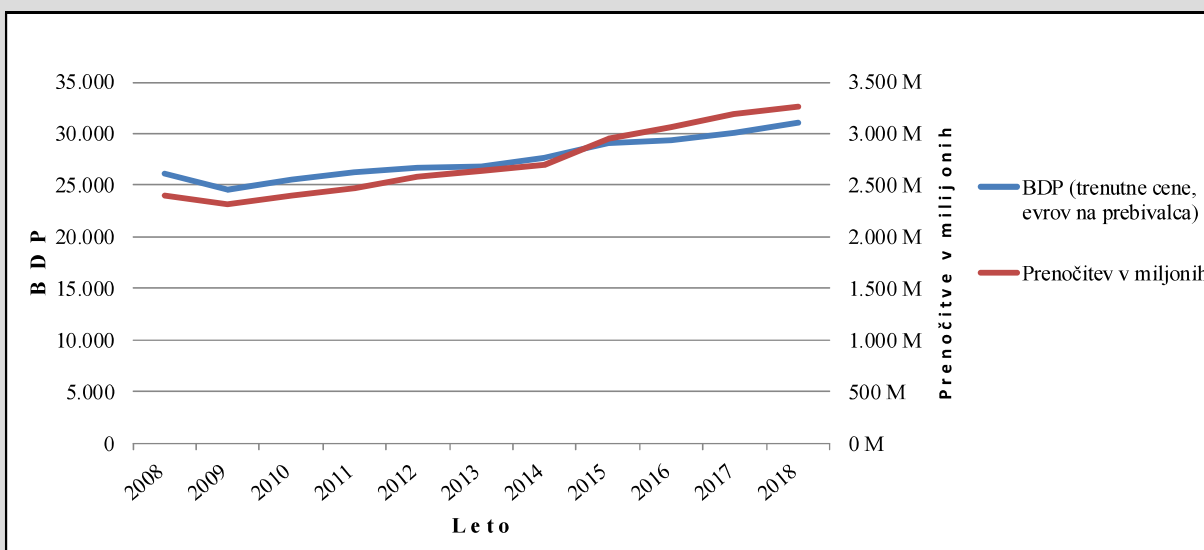
Tabela 12

Korelacija: BDP EU/prenočitve turistov v EU (Žabar, lastna raziskava, 2020)



Spremenljivki sta statistično značilno povezani ($p < 0,05$). Pearsonov korelacijski koeficient je +0,99, kar pomeni, da gre za zelo močno, skoraj popolno povezanost v pozitivni smeri.

Tudi na sliki (Slika 14) lahko jasno vidimo tesno povezanost in konstantno rast tako števila prenočitev kot tudi zneska DBP-ja na prebivalca.



Slika 14. Prenočitve turistov v EU in BDP (na prebivalca) v EU (Prirejeno po Eurostat. Žabar, lastna raziskava, 2020)

Na makro ravni vidimo drugačno sliko. In sicer, da sta BDP in prenočitve močno povezani. Logično je, da so prenočitve bistveno bolj odvisne od BDP-ja in ne obratno. Ugotavljamo, da so turistične destinacije (kot Slovenija) (drive-in destinacije) bistveno manj podvržene zunanjim vplivom, zlasti ekonomskim. Če povzamemo, lahko trdimo, da upravičeno pričakujemo upad turizma na ravni EU, a smo hkrati lahko optimistični glede pričakovanih trendov rasti v Sloveniji (Žabar, 2020).

Naša raziskava nam je pokazala, da lahko z veliko mero verjetnosti trdimo, da zmanjšan BDP v naslednjih letih ne bo vplival na to, da bomo dopustovali in trošili kot turisti. Naj poudarimo, da smo raziskovali le vpliv BDP-ja in ne tudi drugih faktorjev, ki bodo lahko v naslednjih letih bolj relevantni (varnost, prepovedi, strah ...). A kar se tiče sektorja turizma, bo ta kljub krajšim krizam zagotovo imel v Sloveniji konstantno rast. Težave bodo nedvoumno prizadele operaterja v turistični dejavnosti. Kriza bo privedla do likvidnostnih in solventnostnih težav, menjali se bodo lastniki in uprave, pojavili se bodo novi ponudniki storitev, itd. Obseg panoge pa bo konstantno rasel (Žabar, 2020).

Ne kdaj se bo turizem povrnil, ampak kako se bo povrnil

Do sedaj analizirani podatki kažejo, kako je virus COVID-19 imel in še vedno ima zelo močan vpliv na turizem po vsem svetu. Podjetja v tem sektorju so krizo do sedaj premagovala s prilagajanjem svojega poslovnega modela, reorganizacijo delovne sile in ponujenih izdelkov, predvsem pa so še vedno močno odvisna od državne pomoči, brez katere se pričakovana vzdržnost zagotovo zmanjša (Qualitytravel.it, 2020).

Obstajajo pa nekateri trendi, ki so že v teh fazah omejitve potovanj namenjeni spreminjanju prihodnjega turizma. Gre predvsem za ponovno odkrivanje domačega in lokalnega turizma, zaradi česar sta domači gost in destinacija ponovno v središču pozornosti. Tako se od operaterjev zahteva, da raziščejo in oblikujejo nove izdelke, ki podpirajo nove potrebe popotnikov. Drug trend je, da je stranka naklonjena destinacijam, ki s ciljno usmerjenimi politikami in sposobnostjo obvladovanja izrednih razmer dajejo večja jamstva za varnost (Qualitytravel.it, 2020).

Priča smo tudi raztezanju potovanj izven tradicionalnih obdobj in pomembni rasti samostojnih potovanj ter manjših grup, ki so boljša formula, kot so recimo križarjenja ali skupinska potovanja. V tej perspektivi so torej trendi, opredeljeni v zavezanosti iskanju novih destinacij in izdelkov, da bi v fazi ponovnega zagona turisti dobili ponudbo, ki bo v koraku z novimi potrebami potrošnikov po pandemiji (Qualitytravel.it, 2020).

»Turizem po koronavirusu ne bo enak, kot smo ga poznali pred krizo, lahko pa Slovenija izkoristi novo priložnost kot zelena, varna in trajnostna destinacija. Slovenska turistična organizacija opozarja, da se bodo nakupno vedenje turistov in njihove vrednote po epidemiji spremenili. Vsaj na začetku naj bi turisti več potovali doma ali v bližnje destinacije, prednost pa dajali individualnim doživetjem. Slovenija si je v zadnjih letih prizadevala, da bi se uveljavila kot varna, zelena in trajnostna destinacija za individualna doživetja. Še pomembneje kot do sedaj pa bo zagotavljanje varnosti in zdravja na potovanjih, čemur je Slovenija dajala velik pomen že pred epidemijo in tako na tem področju dosega visoke zdravstvene in higienske protokole, ki potrošnikom omogočajo varno potovanje. To potrjuje tudi znak Safe Travels (varna potovanja) Svetovnega potovalnega in turističnega sveta, ki ga je Slovenija letos pridobila med prvimi državami na svetu, kar dodatno povečuje možnost, da bo Slovenija med turističnimi destinacijami, ki si bodo relativno hitro povrnila zaupanje potrošnikov oz. turistov.« (UMAR, 2020)

Ugotovitve

Odgovori na raziskovalna vprašanja

1. Kako virus COVID-19 vpliva na svetovni turizem?

Virus COVID-19 kljub temu, da je trenutno turizem skoraj neobstoječ, ga kriza temeljito spreminja ali bolje rečeno pospešuje že pred krizo nakazane trende v t. i. trajnostni turizem. Pospešuje spremembe v željah in zahtevah potrošnika, spreminja ponudbo in spreminja (pospešuje) našo **zavest o lokalnem v globalnem svetu**.

2. V kakšni meri je kriza COVID-19 prizadela segment globalnega turizma?

Kriza COVID-19 je na globalni ravni apokaliptično vplivala na turizem z zabeleženim upadom več kot 80 % na letnih prihodih turistov. Z upadom več kot 900 milijard ameriških dolarjev v prvih desetih mesecih leta 2020. To je **več kot desetkratnik izgub, ki jih je turizem doživel v zadnji gospodarski krizi iz leta 2008**.

3. Kako bo virus COVID-19 spremenil naše preference v izbiri turističnega produkta/destinacije?

Virus COVID-19 bo zagotovo vplival na našo izbiro v turističnih aranžmajih v post kriznih časih. Zagotovo bodo imele prednost **varnejše destinacije, ki bodo znale ponuditi vse tisto, kar smo že v časih pred krizo COVID-19 označevali kot trajnostno**. Glede na trende, ki smo jih izpostavili, sklepamo, da bi lahko »korona kriza« (kriza povzročena zaradi bolezni COVID-19) še bolj pospešila in povečala **trende umika iz masovnega turizma in usmeritve k trajnostnemu turizmu**.

Oslabitev gospodarstva ne bo vplivala na število prihodov ali prenočitev turistov v Slovenijo. Glede na statistične podatke v segmentu turizma v gospodarstvu po gospodarski krizi leta 2008 do leta 2020 predpostavljamo, da slovenski turizem ne bo zaradi zmanjšane kupne moči potrošnika utrpel na srednji/dolgi rok zmanjšanja obsega prihodov ali prenočitev turistov, tako domačih kot tujih. Zagotovo ima v vseh točkah Slovenija kot turistična država velikansko prednost s svojim geografskim položajem, naravnimi danostmi in kulturo, s čimer bo ob smotni turistični politiki znala ponuditi tisto, kar smo, in ne tisto, kar bi radi kopirali.

Zaključek – izhodišča za naprej

Raziskava je zagotovo omejena z vidika dostopnosti podatkov v teh časih, predvsem tistih podatkov, ki še niso javno dostopni. Zaradi tega so nekatere naše prognoze nastale iz nekoliko starejših virov. Verjamemo pa, da smo se glede na opazovano situacijo lahko z veliko mero verjetnosti približali realnim prognozam.

Raziskava je nastala kot podlaga, ki nam bo služila pri analizi tako kvantitativnih kot tudi kvalitativnih podatkov v analizi preferenc turista, za katere verjamemo, da so se začele že pred več leti in da jih bo kriza COVID-19 samo še pospešila.

Viri:

1. Butler, Richard W. 2011. »Tourism Area Life Cycle.« Contemporary Tourism Reviews. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd. https://www.ibtbl.co.uk/web_documents/tourism_area_life_cycle_original.pdf. Dostopno: 8. januar 2021
2. NIH (National Institutes of Health). Novel coronavirus structure reveals targets for vaccines and treatments. <https://www.nih.gov/news-events/nih-research-matters/novel-coronavirus-structure-reveals-targets-vaccines-treatments>. Dostopno: 7. januar 2021
3. Qualitytravel.it. 2020. *L'impatto del covid-19 sul turismo: nuova ricerca AIGO*. <https://www.qualitytravel.it/limpatto-del-covid-19-sul-turismo-nuova-ricerca-aigo/88691>. Dostopno: 5. januar 2021
4. Raspor, Andrej in Bojan Macuh. 2020. Trajnostno naravnani dostopni turizem. Dolga poljana: Založba Perfectus
5. Shih-Shuo, Yeh. 2020. *Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic*. Tourism Recreation Research. DOI: 10.1080/02508281.2020.1805933
6. UMAR - Koprivnikar Šušteršič, Mojca. 2020. *Vpliv epidemije COVID-19 na turistično dejavnost*. Ljubljana: UMAR. https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/kratke_analize/Vpliv_epidemije_COVID-19_na_turisticno_dejavnost_MKoprivnikar/Vpliv_epidemije_COVID-19_na_turisticno_dejavnost.pdf. Dostopno: 5. januar 2021
7. UNWTO tourism dashboard. 2021. International tourism and covid-19. Tourism results. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. Dostopno: 5. januar 2021
8. UNWTO. 2021. Impact assessment of the covid-19 outbreak on international tourism. <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>. Dostopno: 8. januar 2021
9. UNWTO. 2021. *Tourism and covid-19*. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_NewDS_.pdf. Dostopno: 7. januar 2021
10. WHO (World Health Organization). 2020. Coronavirus. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1. Dostopno: 5. januar 2021
11. WHO (World Health Organization). 2020. Coronavirus. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>. Dostopno: 5. januar 2021
12. Yeoman, Ian. 2008. *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*. Oxford: Elsevier. doi:<https://doi.org/10.4324/9780080878904>
13. Žabar, Boštjan. 2020. *Diplomska naloga: Segmenti uspešnega turističnega produkta*. Nova Gorica: FUDŠ