

Predgovor

Marko Kukanja

UP Fakulteta za turistične študije – Turistica

marko.kukanja@fts.upr.si

Turizem je ena izmed pomembnejših gospodarskih panog na svetu. V letu 2019 je predstavljal dobro desetino svetovnega bruto domačega proizvoda (BDP). Podoben delež predstavlja tudi v evropskem in slovenskem BDP. Do vključno leta 2019 so bile stopnje rasti BDP v turizmu višje kot v celotnem svetovnem gospodarstvu. Poleg gospodarskega pomena turizma pa so pomembni tudi številni neekonomski vplivi, ki se kažejo predvsem v vpetosti turizma v družbeno in kulturno življenje lokalnih skupnosti.

Turizem kot gospodarska dejavnost nudi številne priložnosti za razvoj mikro-, malih in srednje velikih podjetij (MSP). V svetovnem merilu MSP predstavljajo približno 90 % vseh podjetij in zagotavljajo več kot 50 % vseh delovnih mest; v Evropski uniji predstavljajo 99 % vseh poslovnih subjektov in zagotavljajo 85 % delovnih mest. Njihov pomen je še večji v slovenskem gospodarstvu, saj predstavljajo kar 99,80 % vseh poslovnih subjektov. Turistična MSP so tako prepoznavni znak turističnega gospodarstva. Prispevek MSP h gospodarskemu razvoju se odraža predvsem v ustvarjanju novih delovnih mest, v razvoju podjetništva, v prilagodljivosti, konkurenčnosti in inovativnosti ter v zmanjševanju razvojnih razlik med regijami. Turistična MSP predstavljajo celice (jedro) turističnega gospodarstva. Posamično MSP nimajo pomembnega vpliva na gospodarstvo, na agregatni ravni pa predstavljajo temelj turističnega in gospodarskega razvoja. Zaradi njihovega pomena za gospodarski razvoj in blaginjo jih je, v luči predstavljenih specifičnosti, potrebno obravnavati ločeno od velikih podjetij. Slednje velja tudi v primeru kriz in kriznega upravljanja, saj se MSP s kriznimi razmerami spopadajo drugače kot veliki poslovni sistemi.

Posebnosti MSP se odražajo tudi v njihovem odzivu na pandemijo nove koronavirusne bolezni (covid-19), ki je izbruhnila decembra 2019 na Kitajskem in se je v Slovenijo prvič potrjeno razširila marca 2020. Strogi omejitveni ukrepi, s katerimi so vlade različnih držav poizkušale zaježiti širjenje bolezni, so imeli velik negativni vpliv na svetovni turizem. Poročilo Svetovne turistične organizacije (UNWTO) navaja, da je turizem v letu 2020 zabeležil 2,4 milijarde \$ manj prihodka v primerjavi z letom

2019. Trenutno razpoložljivi podatki kažejo na upad turističnih prihodov v letu 2020 v razponu od 50 do 80 %, pri čemer so bile najbolj prizadete države v razvoju. Posledično bi vpliv pandemije na turizem v letu 2021 lahko znašal 4 milijarde \$ izgube. Dokončne, tako neposredne kot posredne vplive pandemije na turizem je težko predvideti, saj bodo ti v veliki meri odvisni od širjenja bolezni, precepljenosti prebivalstva ter sprejetih ukrepov za zaježitev pandemije. Ne glede na razvoj prihodnjih dogodkov pa si je turistična stroka enotna, da turizem po tem dogodku ne bo več enak kot pred njim.

K preučevanju vpliva pandemije na turizem stremijo tudi raziskovalci Katedre za management v turizmu UP FTŠ Turistice, ki se v svojih raziskavah osredotočajo na preučevanje poslovanja, poslovnih funkcij in upravljanja v turističnih podjetjih. Rezultat preteklih raziskav je tudi monografija z naslovom *Turistična podjetja in pandemija covid-19: krizno upravljanje, izzivi in priložnosti*. Pričujoča monografija obravnava nekatere ključne pojave, ki vplivajo na poslovanje turističnih podjetij v času pandemije in po njej. Bralcem ponuja uvide v poslovanje turističnih podjetij v času pandemije z vidika kriznega upravljanja ter predstavlja kompleksnost izzivov in priložnosti v prihodnosti. Temu v splošnem sledi tudi strukturiranost monografije po poglavjih.

Prvo poglavje o izzivih delovne sile v novi realnosti je pripravila Helena Nemec Rudež. Pandemija je močno zarezala v trg delovne sile v turizmu. Začetni prekinitev poslovanja turističnih podjetij je sledil odhod delovne sile iz dejavnosti; obenem pa je pandemija sprožila intenzivnejše prilagajanje turističnih ponudnikov ter digitalizacijo poslovanja v turizmu. V sestavku so orisane težave turističnih ponudnikov, ki so nastale zaradi pomanjkanja delovne sile pri ustvarjanju turističnega proizvoda, pri čemer so predstavljeni načini, s katerimi so se ponudniki soočili z reševanjem nastalih težav. V zaključku je avtorica identificirala šest ključnih področij, ki odražajo problematiko delovne sile v turizmu tekom pandemije.

Drugo poglavje o socialnem turizmu in njegovi vlogi pri zagotavljanju večje trajnosti v turističnem sektorju v času pandemije je pripravila Janja Gabruč. Avtorica ugotavlja, da lahko turistične bone glede na njihove značilnosti (zagotovljena javnofinančna sredstva in številne družbeno-ekonomske koristi, ki jih mehanizem prinaša za vključene deležnike) umestimo v presečišče programov inkluzivnega in stimulativnega modela socialnega turizma, s pomembnim prispevkom k socialni in ekonomski trajnosti slovenskega turizma.

V tretjem poglavju sta se Marko Kukanja in Tanja Planinc v sodelova-

nju s češkim kolegom posvetila analizi kriznega upravljanja v turističnih MSP v Republiki Sloveniji in Češki republiki. Avtorji ugotavljajo, da so se v obeh državah menedžerji turističnih MSP primarno poslužili kriznih praks s področja človeških virov, sledijo pa jim prakse s področij trženja in oglaševanja. Raziskava je pokazala, da do značilnih razlik med državama prihaja pri večini identificiranih praks kriznega upravljanja, prav tako pa razlike obstajajo med različnimi vrstami turističnih MSP.

V četrtem poglavju sta Gorazd Sedmak in Eva Podovšovnik raziskala, kako gostje gostinskih obratov percipirajo ukrepe in aktivnosti vodstev obratov za zagotavljanje prijetne ter varne izkušnje ob obisku v času pandemije. Rezultati raziskave, ki je bila izvedena v petih evropskih državah, so pokazali, da gosti ukrepom vodstev pripisujejo relativno velik pomen. Kot najpomembnejši dejavniki vpliva na zaznano kakovost izkušnje so se pokazali razkuževanje, čistoča in zdravje zaposlenih ter dobro organizirani procesi, ki zmanjšujejo možnost okužbe. Iz rezultatov prav tako izhaja, da so med posameznimi ukrepi in različnimi segmenti gostov značilne razlike.

V zadnjem, petem poglavju sta Marko Kukanja in Saša Planinc preučila kakovost v prehrabnih gostinskih obratih z vidika trženjskega pristopa (7P), pri čemer sta posebno pozornost namenila identifikaciji trženjskih dimenzij kakovosti po pandemiji, razlikam v pričakovanjih gostov pred ter po pandemiji ter analizi razlik med pričakovanji gostov in percepcijo menedžmenta o pričakovanjih gostov. Avtorja sta ugotovila, da bodo po pandemiji najpomembnejše dimenzije za zagotavljanje kakovosti ponudbe v prehrabnem gostinstvu sledeče trženjske dimenzije kakovosti (glede na pomen): fizični dokazi, hrana, procesi, ljudje, tržne poti, cena in tržno komuniciranje.

Na podlagi preučitve različnih vplivov pandemije na turistično gospodarstvo pričujoča monografija prinaša nova spoznanja s področja kriznega upravljanja v turizmu, s čimer se zapolnjuje vrzel v znanstveni obravnavi preučevanega področja ter nudi izhodišče za nadaljnje raziskave. Izpostaviti velja, da so bile raziskave izvedene v zahtevnih (kriznih) okoliščinah. V tem pogledu kriza predstavlja tudi številne raziskovalne izzive, ki naj bodo usmerjeni v prihodnost – v izgradnjo odpornosti turističnih podjetij pred novimi kriznimi razmerami ter preučitev turističnih trendov v novi, t. i. postkorona realnosti.