

Turizam u doba pandemije koronavirusa: rizici, izazovi i mogućnosti

Krošl, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:049364>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

MARTINA KROŠL

TURIZAM U DOBA PANDEMIJE KORONAVIRUSA:
RIZICI, IZAZOVI I MOGUĆNOSTI

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2021. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

Usmjerenje Menadžment u kulturi

PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD

TURIZAM U DOBA PANDEMIJE KORONAVIRUSA:
RIZICI, IZAZOVI I MOGUĆNOSTI

Mentorica:
mr. sc. Ines Jemrić Ostojić, v. pred.

Naziv kolegija:
SOCIOLOGIJA TURIZMA

Studentica:
Martina Krošl

JMBAG studenta:
I-360/16-MKI

SADRŽAJ

Sažetak.....	1
Abstract.....	2
1. Uvod	3
2. Turizam.....	4
2.1 Povijesni razvoj turističkih kretanja.....	5
2.2 Razvoj turizma u Hrvatskoj	5
2.3. Pokazatelji turističkih kretanja u Hrvatskoj	6
3. Društvo rizika i rizik turizma	9
3.1 Utjecaj globalizacije na turizam i turizam kao jedan od rizika suvremenog društva.....	9
3.2 Pokazatelji utjecaja globalizacije na turizam u svijetu i u Hrvatskoj	10
3.3 Posljedice turizma na lokalnu zajednicu	11
3.4 Posljedice overtourisma	13
3.4.1 Zašto se događa overtourism?	14
3.5 Pandemija kao nova mogućnost za razvoj turizma.....	15
4. Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam.....	16
4.1 Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam na globalnoj razini	20
4.2 Adaptacija na novo normalno	21
5. Zaključak.....	22
6. Izjava	24
7. Popis literature.....	25
7.1 Stručne knjige	25
7.2 Internetski izvori	25
8. Popis slika, tablica i grafikona	27
8.1 Popis slika	27
8.2 Popis grafikona	27
8.3 Popis tablica.....	27
Životopis.....	28

Sažetak

Tema ovog završnog rada je prikazati turizam u doba pandemije korona virusa te istaknuti rizike, izazove i mogućnosti s kojima se turizam susreće.

Posebna pozornost posvećena je povijesnom razvoju turizma i pokazateljima turističkih kretanja s konkretnim brojkama turista u Hrvatskoj, a cilj rada je prikazati značenje turizma, utjecaju pandemije na turizam u Hrvatskoj i gubitak koji je pandemija stvorila.

Kako je turizam jedan od najvećih i najbrže rastućih svjetskih industrija te kako čini oko 10% svjetskog BDP-a, u doba pandemije možemo reći da se njegova putanja promijenila i počela padati jer ga je pandemija istinski ugrozila, što potvrđuje i (UNWTO) Svjetska turistička organizacija prema kojoj je 2020. godina, bila najgora godina u povijesti s padom međunarodnih turističkih dolazaka u odnosu na 2019.

S obzirom da uz ograničenje putovanja i drugih mjera, riječ turist gubi smisao, dolazimo i do spoznaje da kolaps međunarodnih putovanja i gubitak prihoda od turizma (koji je veći nego tijekom globalne ekonomske krize 2009. godine.), predstavlja prepreku u očekivanom brzom oporavku turizma.

Obradom tematike društvo rizika, rizik turizma i utjecaj globalizacije na turizam, naglasak je stavljen na posljedice turizma i prekomjernog turizma na lokalnu zajednicu, a sam ishod rada nova je spoznaja da je upravo pandemija stvorila mogućnost za razvoja turizma i stvaranje novih oblika turizma.

Ključne riječi

Turizam, pandemija, izazovi, rizik, posljedice

Abstract

The theme of this final thesis is to show Tourism, in times of pandemic and highlighting the risks, challenges and opportunities that tourism faces.

Special attention was dedicated to the historical development and indicator of tourist trends with concrete figures in Croatia, and the aim of this thesis is to show the meaning of tourism, the impact of the pandemic on tourism in Croatia and the loss created by the pandemic.

Since, Tourism which is one of the largest and fastest growing industries in the world, accounting for about 10% of the world's GDP, in times of pandemic, we can say that its trajectory has changed and started to fall, as the pandemic has truly threatened tourism, which is confirmed by the World Tourism Organization (UNWTO), that the year 2020 was the worst year in history with a decline in international tourist arrivals compared to 2019.

Since word tourist, loses its meaning besides travel restrictions and other measures reduce, we come to the knowledge that collapse of international travel and a loss of tourism revenue (which is a bigger loss than it was during the global economic crisis in year 2009) represents obstacles in expectations of a rapid recovery of tourism.

Processing the topics of the society risk, the risk of tourism and the impact of globalization on tourism, emphasis is placed on the consequences of tourism and over tourism on the local community, with the elaboration and the new outcome, that it was pandemic the one that created the opportunity for the development of tourism and creating new forms of tourism.

Key words

Tourism, pandemic, opportunities, risk, consequences

1. Uvod

Zbog pandemije, turizam kao vrlo osjetljiva gospodarska grana, koja odmah reagira na moguće ugroze, našao se u problematičnoj situaciji neizvjesnog ishoda. U vrlo kratkom roku gotova sva putovanja, privatna ili poslovna su otkazana, što dovodi do velikog pada rezervacija, pada prihoda, gubitka radnih mjesta i egzistencijalnih problema. S obzirom da Republika Hrvatska jako ovisi o turizmu i njegovim ishodima, utjecaj pandemije znatno mijenja ekonomsku sliku Hrvatske koja mora tražiti novu prilagodbu, kako bi se šteta nastala uslijed pandemije što bezbolnije ublažila. Upravo te okolnosti navele su me na pisanje ovog rada.

U radu se posvećuje naglasak na utjecaj globalizacije na turizam, turizam kao jedan od rizika suvremenog društva i posljedice prekomjernog turizma. Svrha istraživanja je prikazati izazove, preobrazbu turizma, nove mogućnosti koje su se razvile zbog pandemije to jest postaviti polazišnu hipotezu „pandemija kao nova mogućnost za razvoj turizma i novog oblika turizma“. Tijekom pisanja rada i istraživanja korišteni su povijesni i statistički podatci, pokazatelji turističkih kretanja stanovnika Hrvatske od 2014. do 2020. godine, metode usporedbe podataka o broju turista u republici Hrvatskoj u 2020. godini u odnosu na 2019., elementi komparacije dosadašnjih teorijskih spoznaja i trenutnog utjecaja pandemije na turizam.

Prema strukturi rada, rad se sastoji od 8 poglavlja. Prvo poglavlje uvodi u kontekst teme, objašnjava strukturu rada. U drugom poglavlju teorijski se definira pojam turizma, opisuje povijesni razvoj turističkih kretanja, spominje se pojava prvih organiziranih kretanja u Hrvatskoj. U trećem poglavlju obrađuju se društvo rizika i rizik turizma, glavni čimbenici utjecaja globalizacije na turizam u svijetu i u Hrvatskoj, turizam kao jedan od rizika suvremenog društva i posljedice prekomjernog turizma. Četvrto poglavlje iskazuje konkretne podatke o padu broja turista, navode se važnosti oporavka turističkog sektora i adaptaciji na novo normalno. Na temelju istraženih i izloženih podataka, peto poglavlje donosi zaključak koji sumira najvažnije dijelove rada. Zadnja tri poglavlja posvećena su izjavi o autorstvu, popisu literature, slikama, tablicama i grafikonima koji su se koristili za izradu rada, a na samom kraju nalazi se životopis diplomanta.

2. Turizam

Turizam u današnje vrijeme, pogođen pandemijom i neizvjesnom budućnosti ne može računati na dugoročna predviđanja i konstantan rast jer veliki broj faktora utječe na turistička kretanja, a otežana putovanja i osjećaj nesigurnosti uvelike narušavaju smisao definicija turizma.

Još davne 1942. godine su Walter Hunziker i Kurt Krapf definirali turizam na slijedeći način: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.” u svojem poznatom djelu *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* (Vuković, 2010: 35), te se činilo da je konačno završena znanstvena rasprava o pojmu turizma. Postoji nekoliko definicija turizma koje su nastale povijesnim razvojem turističkih kretanja. Turizam treba shvatiti i kao „aktivnost pomoću koje čovjek ostvaruje i unapređuje ljudske osobine općenito, osobine čovječnosti, humanosti, bilo u pogledima i spoznajama pojedinaca, u njihovu odnosu prema svijetu i prema prirodi“ (Alfier, 1977: 15). Postoje i definicija turizma sa stajališta turističke ponude i potražnje pa bi tako sa stajališta ponude bila: *Turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada koje uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista* (Cooper i sur., 1998: 11). Definicija turizma koju je predložio UNWTO i koja se može ubrojiti u definicije s pozicije turističke potražnje, glasi: *Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga navedenih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju* (*World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism*, Nice, 1999). Koju god definiciju turizma izaberemo kao polazište, nećemo pogriješiti, jer je turizam pojam putovanja iz zadovoljstva, izvan uobičajene sredine a ograničenje kretanja i putovanja u doba pandemije korona virusa pokazuju da je turizam u konstantnoj mijeni i da će sigurno uslijediti nova rasprava o definiciji turizma.

2.1 Povijesni razvoj turističkih kretanja

Prva putovanja uvjetovale su različite nepogode a razvoj robne razmjene dovodi do veće pokretljivosti pojedinih skupina ljudi. Izumom novca u Babilonu te pronalaskom kotača, potaknuta su putovanja u udaljenije krajeve pa se na prostoru Sredozemlja bilježe prva putovanja. Prema zapisima u Luxoru, egipatski faraon Hatshepsut¹ putovala je u zemlju Punt a na postolju jednog spomenika u Tebi nađena su zapisana imena grčkih posjetitelja. Važan poticaj putovanjima bila su sportska natjecanja, kao atletske Olimpijske igre. U srednjem vijeku putovanja postaju učestalija (križarski pohodi i hodočašća), a najposjećenija mjesta bila su Rim, Palestina, Meka i Lhasa. Velikim otkrićima prethodila su putovanja istraživača, najpoznatije ime je Marko Polo, koji je proputovao cijelu Aziju. Nagli gospodarski napredak od sredine 19. stoljeća dovodi do početka organiziranog turizma. Kraj drugog tisućljeća donio je razvoj, između ostalog i do tada nezabilježen broj putovanja, a u novije doba počelo se detaljnije pratiti turistička kretanja stanovništva.

2.2 Razvoj turizma u Hrvatskoj

Prve turističke pojave u Hrvatskoj sežu od vremena Rimljana, koji su posjećivali toplice na sjeveru današnje Hrvatske (današnje Varaždinske toplice) i kuće za odmor (tzv. Villa Rustica). Prvo organizirano putovanje na našem teritoriju bila je Parobrodska izletnička linija Rijeka – Trst a kasnije Rijeka - Senj. Za razvoj organiziranih putovanja važan je datum 29. travanj 1863. tada su zagrebački poduzetnici braća Mihajlović povelili prvo organizirano putovanje iz Zagreba za Beč i Graz. Prema Petrić (2013: 12), počeci intenzivnog razvoja turizma u Hrvatskoj vezuju se uz Opatiju kada je 1844. godine izgrađena Villa Angiolina, koja se danas smatra prvim hrvatskim hotelom i u kojoj je smješteno sjedište Hrvatskog muzeja turizma. 1889. godine Opatija je proglašena lječilištem i postala zimovalište aristokrata. S vremenom su i mnoga druga mjesta dobila status lječilišta i odmarališta: Lovran, Crikvenica, Rab, Lošinj, Kraljevica, Dubrovnik i Hvar. U

¹ Hatshepsut, ženski faraon, *History.com* (Updated: Oct 10, 2019., Original: Dec 16, 2009). <https://www.history.com/topics/ancient-history/hatshepsut> (01.srpnja 2021.)

Dubrovniku je 1854. godine otvoreno prvo uređeno svratište (ugostiteljski objekt koji je nudio i usluge smještaja). U Hvaru od 1868. djeluje Higijeničko društvo za razvoj turizma. U Opatiji je 1884. otvoren još jedan hotel, Kvarner, 1894. u Crikvenici je otvoren hotel Therapia, a u Dubrovniku prvi hotel Imperial otvoren je 1914. godine. Kontinentalni turizam javlja se 1861. kada je na Plitvicama otvorena „Carska kuća“, a Krapinske toplice su dobile hotel sa 128 soba. (*Boris Vukonić: Povijest hrvatskog turizma, 2005.*). Najveći problem razvoja turizma na našim prostorima bila je politička situacija, rascjepkanost i slaba prometna povezanost. Hrvatska je u to vrijeme bila podijeljena između Austrije i Ugarske i tek nakon povezivanja Beča željezničkim prugama, prvo s Istrom, a potom sa Zagrebom i Siskom i od 1862. godine nestaju prepreke za turistički rast zemlje. U to vrijeme počinje se razvijati i aktivni turizam za kontinentalni razvoj, 1913. je održan skijaški tečaj u Mrkoplju što se smatra početkom razvoja turizma Gorskoga Kotara. U 20. stoljeću, pojavom plaćenog godišnjeg odmora, što putovanja čini dostupnima svima, bilježi se masovnija pojava turističkih kretanja. 1953. je ustanovljen Turistički savez Hrvatske².

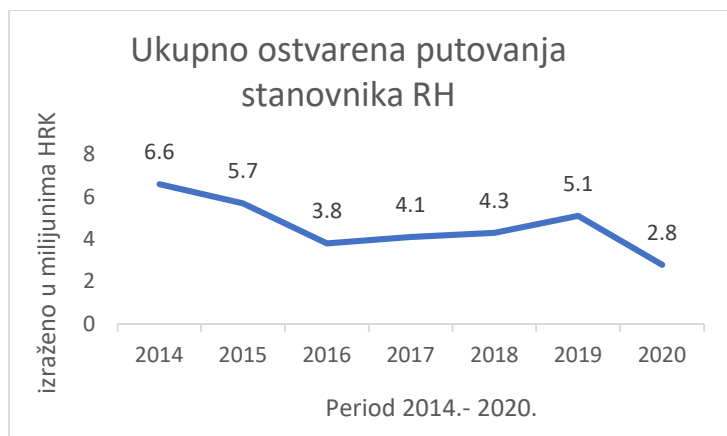
2.3. Pokazatelji turističkih kretanja u Hrvatskoj

Prema kontinuiranim istraživanjima kojim se prikupljaju informacije o turističkim putovanjima stanovnika Hrvatske (putem telefonskog intervjua CATI³ s izabranim ispitanicima), prikazana su turistička kretanja (turistička aktivnost stanovništva). Za analizu su istraženi podaci o ukupno ostvarenim putovanjima stanovnika RH iz priopćenja Ministarstva Republike Hrvatske, *Turistička aktivnost stanovništva republike Hrvatske, 2014-2020, Priopćenja (2014. - 2020.)*⁴.

² Izvor: Povijest turizma Hrvatske, <https://www.cimerfraj.hr/povijest-turizma/povijest-turizma-hrvatska>

³ CATI (computer aided telephone interview), kvantitativno istraživanje provedeno putem telefonskog intervjua uz podršku računala.

⁴ Izvor: Ministarstvo Republike Hrvatske, Priopćenje, *Turistička aktivnost stanovništva republike Hrvatske u 2014.-2020.*, Zagreb, 26.11.2015. Broj: 4.3.7.- 4.3.9. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/151126_DZS_turist-aktiv_014.pdf



Grafikon 1. Ukupno ostvarena putovanja stanovnika RH

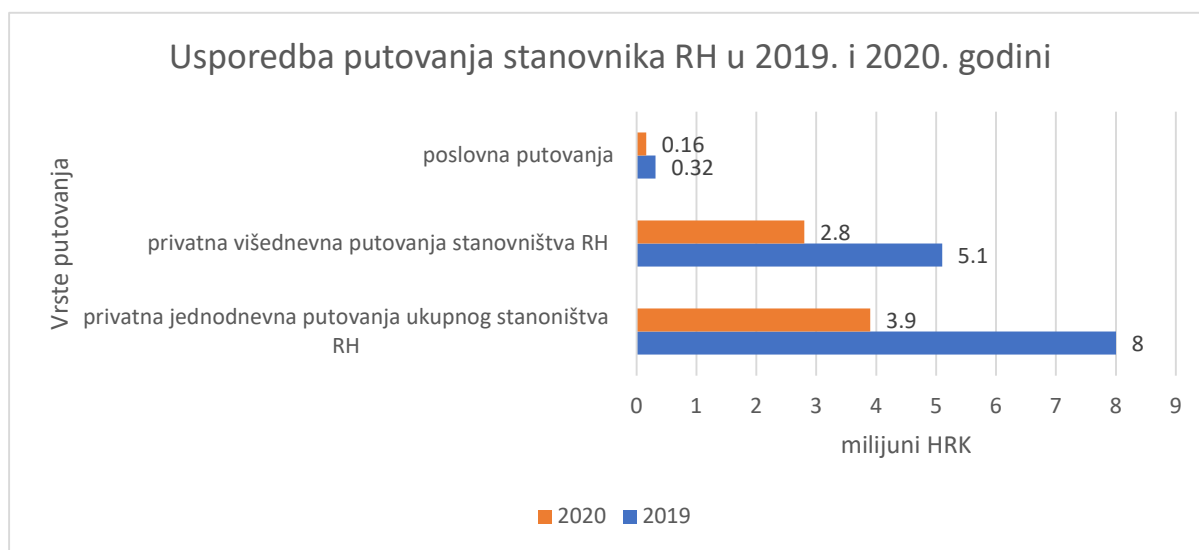
Izvor: izračun autora prema podacima DZS

Evidentno je, iz grafikona 1. da je 2014 godina bila godina s najvećim brojem ostvarenih putovanja (6.6 milijuna HRK) od kad se bilježe podaci u RH, nakon 2014. bilježi se lagani pad do 2016. godine (3.8 milijuna HRK), nakon čega slijedi oporavak putovanja stanovnika RH do 2019. godine, a uslijed pandemije Covid -19 u 2020. godini nastupa nagli pad na (2.8 milijuna HRK) i dolazi do kolapsa turističkih kretanja.

U 2020. zbog pandemije prouzročene korona virusom stanovnici Hrvatske odlazili su manje na putovanja nego u 2019. i to najčešće zbog sigurnosnih razloga⁵. Ograničenja u putovanju, zatvaranje granica i karantene, negativno su utjecali na turističku aktivnost stanovništva Republike Hrvatske što je uvelike promijenilo sliku turističkih kretanja i aktivnosti stanovništva.

⁵ Izvor: Ministarstvo Republike Hrvatske, Priopćenje, Turistička aktivnost stanovništva republike Hrvatske u 2020. Godini, Zagreb, 02.06.2021. Broj: 4.3.7. https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_dokumenti//4-3-7_Turisticka%20aktivnost%20stanovnistva%20RH%20u%202020.pdf

Usporedbom putovanja stanovnika RH u 2019. u odnosu na 2020. godinu vidljivu na grafikonu 2. dolazimo do podataka da je u 2019. na poslovnim putovanjima bilo (0,32 milijuna) stanovnika dok je u 2020. bilo duplo manje (0,16 milijuna). U 2019. ostvareno je (5,1 milijun) privatnih višednevnih putovanja stanovništva RH dok je u 2020. ostvareno samo (2,8 milijuna). U odnosu na 2019. kada je bilo (8 milijuna) privatnih jednodnevnih putovanja ukupnog stanovništva RH u 2020. ostvareno je manje, samo (3,9 milijuna).



Grafikon 2. Usporedba putovanja stanovnika RH 2019./2020.

Izvor: izračun autora prema podacima DZS

3. Društvo rizika i rizik turizma

Nove promjene otvaraju nove rizike vezane za razvoj i sigurnost suvremenih društava koja su dinamična i rizična. Rizična moderna društva doprinose nesigurnosti što je u jednu ruku prilika za više jednakosti i slobode a s druge strane društvo treba biti u skladu s vremenom jer rizici se mogu predvidjeti i njima se može upravljati. Sociologija rizika jedna je od novijih sociologija i kreće od stajališta da je suvremeno društvo dinamično i rizično, odnosno "društvo rizika". Rizično društvo rezultat je evolucije i uključivanja u industrijski sistem, a iz ove oblasti, svoje osnove teorijske doprinose dali su suvremeni teoretičari sociologije (Anthoni Giddens i Urlich Beck) pišući o fenomenu rizika i njegovom utjecaju na modeliranje društva. Rizici nisu nova pojava i imaju veliko društveno-povijesno značenje, još davno kada je moreplovac Christopher Columbus krenuo istraživati i otkrivati nove kontinente, bio je svjestan da cijela ekspedicija može biti rizična i nesigurna ali upravo taj rizik dao mu je vjetar u leđa da otkrije nešto novo. S obzirom da se suvremena društva brzo mijenjaju, a promjene zadiru u cjelokupno društvo i sve njegove dijelove tako i proces globalizacije utječe na društvo. Globalizacija pokreće niz društvenih i političkih pitanja, upliće se u programiranje nacionalnih ekonomija, pozicionira ih u svjetskom gospodarstvu i ima snažan utjecaj na funkcioniranje socijalnih pitanja⁶.

3.1 Utjecaj globalizacije na turizam i turizam kao jedan od rizika suvremenog društva

Globalizacija utječe na turizam svojim pozitivnim i negativnim djelovanjem. U kratkom periodu turizam je postao najmasovnija svjetska pojava a globalizacija u turizmu novija je pojava poznata kao trend suvremenog turističkog tržišta. Utjecaj globalizacije na turizam snažno se očituje u poljima: tehnologije, gospodarstva i kulturi. Napredak na području tehnologije u turizmu, doveo je razvoja globalni rezervacijskih sustava koji uz pomoć IT mreža, dovode do mogućnosti kupoprodaja bez fizičkog kontakta. Uloga interneta u turizmu je višestruka, pomoću njega informacija postaje globalno lako dostupna kao na primjer virtualne ture. Gospodarski gledano, globalizacija u turizmu dovodi do integracije turističkih poduzeća, što dovodi do sužavanja

⁶ Milardović, 2004, str. 166, https://hr.wikipedia.org/wiki/Globalizacija#cite_note-2

prostora i ispadanje iz utrke manjih gospodarskih subjekata. Turistička tržišta postaju globalna bez obzira na udaljenost. Kulturološki utjecaj globalizacije u turizmu ogleda se u ujednačavanju ponašanja putnika, suvremeni turist svjestan je normi ponašanja i kulture zemlje u koju putuje. Turizam doživljava velike kvantitativne i kvalitativne promjene koje se manifestiraju u globalizaciji turističkog tržišta, stvaranju novih i fleksibilnijih turističkih proizvoda i potrošnje u vezi s turističkim kretanjima. Ekonomska sloboda, stimulatívne mjere, pojednostavljenje i reduciranje djela državne administracije, povoljno su utjecali na privredni rast turizma, a istovremeno se zbog globalnog utjecaja sve veća pažnja pridaje zdravstvenim efektima nad onim ekološkim, socijalnim, etičkim i kulturnim efektima turističke ponude. Upravo zato kompleksnost turističkog fenomena omogućilo je upravljanje turizmom na stabilnim i održivim osnovama uz bilo koji oblik rizika suvremenog društva, kao na primjer miješanje stanovništva koje može potaknuti širenje novih pandemija.

3.2 Pokazatelji utjecaja globalizacije na turizam u svijetu i u Hrvatskoj

S obzirom na globalni ekonomski utjecaj turizma, prema analizi i navodima Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTCO): „turizam u svijetu je u 2018. ostvario stabilne pokazatelje rasta doprinosa turizma BDP-u (stopa rasta od 3,9 posto), koja je već osmu godinu za redom viša od stope rasta globalnog BDP-a. Istodobno, turizam je povećao svoj udio na 78,5 posto ukupne potrošnje za slobodno vrijeme. Turizam kroz sve pokazatelje potvrđuje svoju ulogu značajnog pokretača gospodarskog rasta, stvaranja radnih mjesta i investiranja“⁷.

Prema Turističkom satelitskom računu Hrvatske (Satelitski račun turizma služi procjenjivanju izravnoga ekonomskog doprinosa turizma nacionalnom gospodarstvu) citirano: „potvrđen je izrazito visoki značaj turizma za ukupno nacionalno gospodarstvo Hrvatske. Turizam Hrvatske

⁷ HUT Hrvatska udruga turizma, Q1 2019, Turistički impuls, *Travel & Tourism Economic impact 2018 World*, World Travel & Tourism Council, veljača 2019.
https://www.udrugaturizma.hr/media/1085/hut_tursticki_impuls_q1_2019.pdf

ukupno generira 320 tisuća radnih mjesta, od kojih 137 tisuća izravno u sektoru, a preostalih 182 tisuće u djelatnostima povezanim s turizmom⁸.

3.3 Posljedice turizma na lokalnu zajednicu

Turizma je donio mnoge pozitivne i negativne posljedice koje se tiču životnih sredina, prirodnih resursa i okoliša. Bez obzira što turizam razvija autohtone vrijednosti kulture, on isto tako pozitivne vrijednosti narušava neprimjerenim prilagođavanjima i akulturacijama s onim kulturama koje u tom spajanju istoj kulturi ne daju novu kvalitetu i izraz, već joj oduzimaju njezinu izvornost.

Od negativnih posljedica turizma misli se na: masovni turizam, uništavanje šuma, ozonske rupe, smanjenje resursa pitke vode i one posljedice u kojima se gubi prirodna ravnoteža i temeljno ugrožava zakonitost zaštite čovjekove sredine. Sadašnji snažan i turbulentan sveukupni razvoj čovječanstva temeljno je ugrozio zakon prirodnog i društvenog života i postulat: da čovjek treba služiti prirodi, a ne priroda čovjeku, a to je toliko postalo dramatično da se mogu "lako" ostvariti predviđanja ekologa i futurologa da će naša Planeta (ako se ovako nastavi) ekološki preživjeti još samo stotinu godina (Jadrešić , 1993/4: 25-36).

Prema citatu Jadrešića, masovni turizam izaziva ove posljedice na lokalnu zajednicu:

- *„neplansku izgradnju i urbanizaciju, te nesklad u razvoju ukupne i pojedinačne suprastrukture i infrastrukture*
- *Narušava autohtonost urbane ili ruralne sredine*
- *Preferira izgradnju novih objekata, a zapostavlja još poželjnija ulaganja u programe revitalizacije, intenzifikacije, odnosno valorizacije postojeće materijalne osnove*
- *Slabu efikasnost rada nosilaca turističke djelatnosti (bez obzira na često dobre financijske rezultate, koji su plod uvjeta privređivanja, tečajnih razlika ili utjecaja turističkih renta)*
- *Slabu kadrovsku i stručnu ekipiranost turističke organizacije – nesuglasja unutar i između njih i širih interesa*

⁸ HUT Hrvatska udruga turizma, Q1 2019, Turistički impuls, *Turistički satelitski račun Hrvatske za 2016.*, Institut za turizam Zagreb, Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma RH, 01.01.2019.; Travel & Tourism Economic impact 2018 Croatia, World Travel & Tourism Council, ožujak, 2019.
https://www.udrugaturizma.hr/media/1085/hut_tursticki_impuls_q1_2019.pdf

- *Pojavu lokalnog kampanilizma i lokalne zatvorenosti*
- *Oponašanje različitih tuđih primjera i neuspješno prenošenje na vlastitu sredinu*
- *Pojavu „crnih bilanci“ u prometu putnika i turista*
- *Induciranje političkog i drugog terorizma*
- *Pojavu raznih bolesti, trauma i sličnih depresivnih stanja*
- *Povećanje opasnosti od požara i drugih elementarnih nepogoda*
- *Kulminaciju buke, galame, pijanstva, tučnjava, nehigijenskih uvjeta života i usluživanja, pojava nestašica roba glede asortimana i izbora, i dr.*

Sve to naravno u korelaciji s ukupnim razvojem turizma i ukupno socijalno-ekonomskim razvojem pojedine lokalne zajednice“. (Jadrešić, 2001: 92).

Pozitivne posljedice turizma prema Jadrešiću su: „turizam jedna od najbrže rastućih svjetskih industrija, mnoge zemlje vide priliku za ekonomski napredak upravo u njegovu razvoju. Nema dvojbe da, ako se planiranje, razvoj i upravljanje turizma postave na zdrave osnove, on za svaku lokalnu zajednicu može biti snažan razvojni poticaj. Između mnoštva koristi koje sa sobom donosi razvoj turizma, možemo izdvojiti najvažnije:

- *Turizam otvara mnoga radna mjesta, posebice za mlade ljude, žene i pripadnike lokalnih manjinskih etničkih skupina.*
- *Turizam stimulira osnivanje lokalnih turističkih poduzeća i pozitivno utječe na razvoj poduzetničkog duha među lokalnim stanovništvom.*
- *Turizam utječe na povećanje standarda lokalnog stanovništva*
- *Turizam stvara dodatne prihode različitim vrstama poreza, prireza ili pristojbi koje se mogu usmjeriti za unapređenje lokalne infrastrukture.*
- *Zaposleni u turizmu svladavaju nove vještine i tehnologije što utječe na razvoj ljudskih resursa na lokalnoj razini.*
- *Turizam zahtjeva razvoj odgovarajuće infrastrukture (prometne infrastrukture, vodovodne i kanalizacijske, energetske infrastrukture, telekomunikacija i dr.), a direktna i indirektna korist prenosi se na lokalno stanovništvo.*
- *Turizam otvara nova tržišta za lokalne proizvode (poljoprivredu, ribarstvo, umjetnost, rukotvorine i dr.)*
- *Turizam stimulira razvoj i unapređenje maloprodaje, kulturnih, rekreacijskih i sportskih sadržaja.*

- *Podizanje razine očuvanosti okoliša može biti jednako tako posljedica razvoja turizma jer turisti daju prednost atraktivnim, čistim i ekološki očuvanim destinacijama.*
- *Turizam može potaknuti i financijski potpomoći zaštitu prirodnih, arheoloških, povijesnih i tradicijskih vrijednosti destinacije.*
- *Turizam potiče razvoj svijesti lokalnog stanovništva o njegovu kulturnom identitetu“ (Jadrešić, 2010: 49).*

3.4 Posljedice overtourisma

Overtourizam ili pojava prekomjernog turizma, javlja se kada je priljev turista na određenoj destinaciji toliko masovan da počinje negativno utjecati na mještane, ali i same turiste. Turizam se prema nekim modernim teorijama smatra aktivnošću za odmor i uživanje u slobodno vrijeme, odmak od svih odgovornosti, a usput donosi bogatstvo zaboravljenim ruralnim zajednicama, ublažava udarac financijskih padova, čuva kritično ugrožene vrste i obnavlja raspadnute, povijesne gradove (Jadrešić, 2010: 140). Potencijalni dobrobiti turizma su sasvim jasni, međutim, turizam može donijeti i loše. Mnogi već desetljećima ne vjeruju u taj mit i govore protiv njega. No sve do nedavno, u ljeto 2017. kada su mediji i industrija putovanja počeli okretati pogled prema negativnim utjecajima turističke industrije, a skovan je i pojam "overtourism-a" (overturizam, prekomjerni turizam ili turizam za sve).

Najčešća posljedica prekomjernog turizma su gužve, velika količina turista koja stvara čepove na ulicama, javnim prostorima i u javnom prijevozu. Također, javlja se i pojava turističke gentifikacije, to jest pretvorbe dijelova destinacije u luksuzne turističke točke, koja često tjera mještane iz određenih područja. Nadalje, prekomjerni turizam često istiskuje lokalne tradicije što naposljetku ima negativan utjecaj na okoliš. Neke destinacije se mogu nositi s milijunima turista, dok se druge bore i s najmanjim porastom. Na primjer Hrvatska (sa 3,78) spada u top deset zemalja s najvećim brojem turista po glavi stanovnika, ispred Hrvatske je Island (sa 6,52). Top deset gradova s najvećim brojem turista u odnosu na broj stanovnika su: Cinque Terre (4.800), Hallstatt

(1.283), Stari grad Dubrovnik (1.000), Venecija (364,64), Santorini (128,62), Salzburg (45,94), Kyoto (36,39), Palma de Mallorca (32,26), Otok Jeju u Južnoj Koreji (24,8) i Amsterdam (22,5)⁹.

3.4.1 Zašto se događa overtourism?

S obzirom da se turistička industrija fokusirala isključivo na rast s vrlo malom brigom za učinke te nakon desetljeća gotovo nekontroliranog rasta, turizam je dosegao svoj maksimum i u mnogim destinacijama sada očito stvara više problema, nego koristi. Overtourism nije samo veliko gradsko pitanje; dokumentiran je u područjima divljine, nacionalnim parkovima te na rasprostranjenim mjestima. Overtourism, dakle, nije novi problem, iako je sam pojam rođen 2012., upitan je postao tek u ljeto 2017. a ono što je uzburkalo javnost bio je iznenadni zazor i nezadovoljstvo lokalnog stanovništva, koji se prije nije dogodio u velikim razmjerima.

Postoje mnogi čimbenici koji doprinose prekomjernom turizmu i oni će varirati od mjesta do mjesta. Jedna od poznatih platformi za rezervaciju privatnog smještaja korištena je kao „žrtveno janje“ jer su tisuće kreveta odjednom stavljene na raspolaganje u gradovima širom svijeta, bez ikakvog planiranja, dozvola ili poreza. Takav potez je potkopao obližnje hotele i hostele, sobe su se otvarale u već zasićenim četvrtima, a kako koncept "kućnog udjela" postaje sve komercijaliziraniji i potražnja za apartmanima raste, znači da se najamnine potiskuju a lokalno stanovništvo izgurava.

Kako izbjeći overtourism? Jednostavno, stvarajući odgovorni turizam tj. selektivno-održivi turizam koji stvara bolja mjesta za život ljudi i bolja mjesta za posjetitelje. Stoga je, po definiciji, suprotno od overtourizma, zauzimanje odgovornijeg pristupa turizmu što može ublažiti negativne učinke (Jadrešić, 2010:162).

⁹ HRTurizam, (10.08.2019.), <https://hrturizam.hr/karta-masovnog-turizma-hrvatska-i-dubrovnik-u-top-10-destinacija-broja-turista-po-glavi-stanovnistva/>

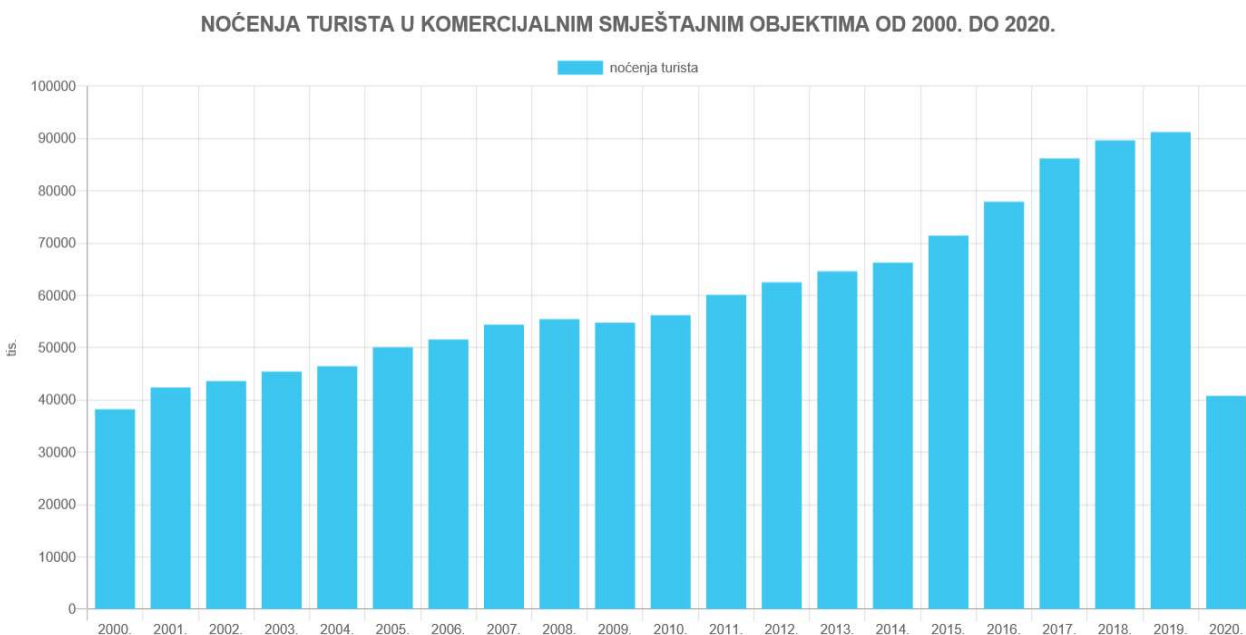
3.5 Pandemija kao nova mogućnost za razvoj turizma

Turizam je konstantno imao kontinuirani rast, u jednom trenutku dosegao je maksimum i proživio veliku transformaciju davno prije same pojave pandemije Covid-19. Upravo ta transformacija i pandemija stvorile su mogućnost za razvoj polazišne hipoteze „pandemija kao nova mogućnost za razvoj turizma i novog oblika turizma“, koji dobiva novi naziv: „personalizirani održivi turizam“ ili turizam krojen prema potrebama pojedinaca uz naglasak na pažnju prema lokalnoj zajednici.

S obzirom na trenutnu pandemiju, zabrinutost putnika oko sigurnosti i razmaka, te željom za savršenim iskustvom, ovaj je oblik turizma sada najbolji turizam ikada. Prema iskustvu do sada „personalizirani održivi turizam“ odbacio je sve ono što je prije negativno donosio turizam a zadržao ono pozitivno. Turist i dalje želi putovati, stvoriti nezaboravne uspomene ali na drugačiji, mirniji i sigurniji način. Sada konačno ima dovoljno slobodnog prostora za turista, a lokalna zajednica ima slobodu za normalan rad u skladu sa životnim potrebama. Dakle, personalizirani održivi turizam danas je postao “must-have turizam”, globalno i lokalno kao nova turistička paradigma razvoja turizma općenito. On će i dalje turistu pružiti isti doživljaj i iskustvo, povezati kulturno-povijesnu baštinu s gastronomijom, modom, glazbom, kulturom i umjetnosti, ali u novom, održivom obliku uz naglasak na pažnju prema lokalnoj zajednici, bez kojeg nema budućnosti.

4. Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam

Covid pandemija preokrenula je svijet naopačke i ostavila snažan utjecaj na sve aspekte života, kako se živi, komunicira, radi, kreće i putuje. Turizam se suočavao s izazovima bez presedana pa tako na lokalnoj razini odnosno u Hrvatskoj, kao jednoj pandemijom najpogođenijih gospodarskih djelatnosti, treba što brži oporavak jer uvelike doprinosi hrvatskoj ekonomiji. Samo 2020-ta godina zbog pandemije, karantena, ograničenja putovanja i zatvaranja granica, snažno je utjecala na pad kretanja, dolazak i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima, vidljivo u zadnjem stupcu iz grafikona (3).



Grafikon 3. Noćenje turista u komercijalnim smještajnim objektima od 2000. do 2020.

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (5.7.2021.), https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html

U komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je ukupno 7 milijuna dolazaka i 40,8 milijuna noćenja turista, što je manje dolazaka i noćenja u odnosu na 2019. Od toga, domaći turisti u 2020. ostvarili su 1,5 milijuna dolazaka i 5,4 milijuna noćenja. U odnosu na 2019., to je pad dolazaka i

noćenja. Domaći turisti prosječno su ostvarili 3,7 noćenja po dolasku. Od toga, u 2020. strani turisti ostvarili su 5,5 milijuna dolazaka i 35,4 milijuna noćenja, što je u odnosu na 2019. pad dolazaka i noćenja. Strani turisti prosječno su ostvarili 6,4 noćenja po dolasku. Podaci su zorno prikazani u tablici (1).

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista 2019. / 2020.

1. DOLASCI I NOĆENJA TURISTA
TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS

	Dolasci Arrivals			Noćenja Nights				
	2019.	2020.	indeksi Indices 2020. 2019.	2019.	2020.	indeksi Indices 2020. 2019.	2020.	
							struktura noćenja, % Structure of nights (%)	prosječan broj noćenja po dolasku Average number of nights by arrival
Ukupno	19 566 146	7 001 128	35,8	91 242 931	40 794 455	44,7	100,0	5,8
Domaći turisti	2 212 658	1 455 849	65,8	7 095 300	5 415 391	76,3	13,3	3,7
Strani turisti	17 353 488	5 545 279	32,0	84 147 631	35 379 064	42,0	86,7	6,4

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Priopćenje, broj: 4.3.2.(5.7.2021.)
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm

Unatoč pandemiji, turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja u 2020. godini, točnije 11,7 milijuna noćenja, što je 33,2% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. Takav podatak postignut je zbog dobre cestovne povezanosti, sigurnosti našeg zdravstvenog sustava i lojalnosti njemačkih turista. Podaci su prikazani u tablici (2).

Tablica 2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta

2. DOLASCI I NOĆENJA STRANIH TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA
FOREIGN TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY COUNTRY OF RESIDENCE

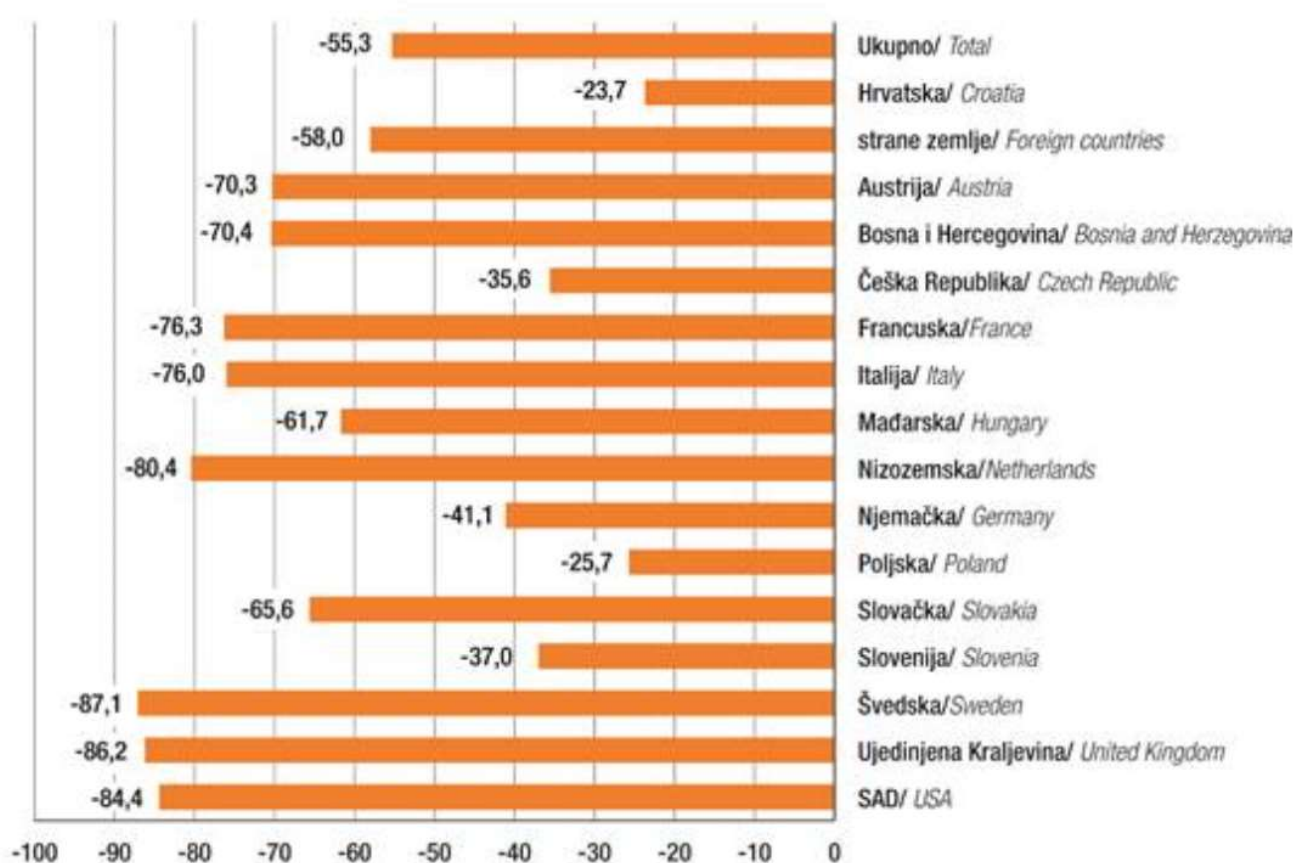
	Dolasci Arrivals			Noćenja Nights			2020.	
	2019.	2020.	indeksi Indices 2020. 2019.	2019.	2020.	indeksi Indices 2020. 2019.	struktura noćenja, % Structure of nights (%)	prosječan broj noćenja po dolasku Average number of nights by arrival
Ukupno	17 353 488	5 545 279	32,0	84 147 631	35 379 064	42,0	100,0	6,4
Od ukupno, prema izabranim zemljama prebivališta								
Austrija	1 385 004	355 457	25,7	7 056 926	2 097 557	29,7	5,9	5,9
Češka	742 248	481 458	64,9	4 985 029	3 212 204	64,4	9,1	6,7
Italija	1 175 069	228 458	19,4	5 141 064	1 231 506	24,0	3,5	5,4
Mađarska	617 391	211 620	34,3	3 043 319	1 167 009	38,3	3,3	5,5
Njemačka	2 881 284	1 480 454	51,4	19 944 549	11 739 390	58,9	33,2	7,9
Poljska	932 678	642 927	68,9	5 860 815	4 353 828	74,3	12,3	6,8
Slovačka	439 538	145 310	33,1	2 817 452	970 540	34,4	2,7	6,7
Slovenija	1 426 246	769 264	53,9	7 503 053	4 727 223	63,0	13,4	6,1
Ujedinjena Kraljevina	859 189	118 514	13,8	4 326 925	595 914	13,8	1,7	5,0

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Priopćenje, broj: 4.3.2.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm

Turisti iz ostalih naših najemitivnijih zemalja Slovenije, Poljske, Češke, Austrije, Italije i Mađarske ostvarili su znatno manje noćenja u 2020. u odnosu na 2019. zbog potpomognutih pandemijskih mjera njihovih vlasti u obliku vaučera za korištenje smještajnih kapaciteta i ostalih turističkih sadržaja u vlastitim zemljama. Prema podacima u grafikonu (4) vidljivo je da je stopa promjena noćenja turista u 2020. u odnosu na 2019. negativna i da je uslijedio pad noćenja turista (pa je tako za primjer stopa Italije manje za 76,0%, Austrije za 70,3%, Mađarske za 61,7%, Slovenije za 37,0%, Češke za 35,6% a Poljske za 25,7%)¹⁰.

G-1. STOPE PROMJENA NOCENJA TURISTA U 2020./2019.
RATES OF CHANGE IN TOURIST NIGHTS, 2020/2019



Grafikon 4. Stopa promjena noćenja turista u 2019/2020

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Priopćenje, broj: 4.3.2.
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm

¹⁰ Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Priopćenje, 05.03.2021. Broj: 4.3.2.,
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm

4.1 Utjecaj pandemije koronavirusa na turizam na globalnoj razini

2020. godina je najgora godina u povijesti. Prema (UNWTO) World Tourism Barometru (siječanj 2021.), međunarodni turistički dolasci pali su za 74% s gotovo 1,5 milijardi dolazaka u 2020. na oko 381 milijun u 2019., dosegnuvši najniže zabilježene razine. Iako su sve regije snažno pogođene, Azija i Pacifik su u tom razdoblju najviše stradali, sa smanjenjem dolazaka za 84%, a slijede Bliski istok i Afrika s padom od 75% (podaci vidljivi na slici 1). Očekuje se da će turizmu trebati i do 4 godine da se vrati na razinu iz 2019. godine. Pad broja međunarodnih dolazaka u 2020. godini znači procijenjeni gubitak od 1,3 bilijuna USD-a u globalnim ulaznim turističkim izdacima u pogledu na 2019. godinu, što znači više od 11 puta veći gubitak u usporedbi s globalnom krizom iz 2009. godine¹¹.



Slika 1. Utjecaj pandemije na međunarodni turizam

Izvor: UNWTO (siječanj 2021)

¹¹Izvor: CCSA Committee for the Coordination of Statistical Activities, *How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective*, Volume III, https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa_vol3.pdf

4.2 Adaptacija na novo normalno

Pošto pandemija ima svoj ciklus tako se i oporavak turističkog sektora u Hrvatskoj odvija postepeno kroz faze. Prva faza bila je pokretanje mjera za „novo normalno“ tj. aktivnosti vezane za promociju Hrvatske kao sigurne destinacije, kroz kampanje i virtualne ture. S obzirom da su zbog pandemije u Hrvatsku mogli doći pretežno domaći gosti, a rezultati te kampanje vidljivi su u porastu domaćih gostiju, jednodnevnih posjetitelja i povećanoj potražnji koja se registrira u privatnim smještajnim kapacitetima koja podiže ekonomske aktivnosti u određenoj destinaciji.¹² Druga faza smatra se ponovno otvaranje granica i uspostava redovitih kopnenih, zračnih i pomorskih veza te su prema prvim podacima sustava eVisitor, stigli i gosti s ostalih tržišta a na početku mjeseca srpnja boravilo je oko 640 tisuća turista (od kojih je najviše s tržišta: Njemačke, Slovenije i Češke)¹³. Zbog novog normalnog i održavanja razmaka, strani gosti više koriste smještaj na plovilima, u kampovima i privatnom smještaju, a ne u hotelu. Klasične oblike godišnjih odmora sunčanja i kupanja, zamijenili su razgledavanjem kulturno-povijesnih znamenitosti, posjetom prirodnih rezervata, nacionalnih parkova, parkovima prirode. Treća faza postići će se dolaskom gostiju iz glavnih emitivnih tržišta (Italije i Austrije) pošto je Hrvatska geografski blizu i cestovno lako dostupna za razliku od drugih destinacija. Prema podacima TOMAS ljeta 2017. istraživanja, 85% turista u RH dolazi cestovnim prijevozom, a tek 14% zračnim prijevozom, što se razlikuje od globalnog prosjeka (37% cestovnog prometa i 58% zračnog prijevoza (UNWTO Tourism Highlights, 2019).

Ono što je važno u adaptaciji na novo normalno naglasila bih navodom u tekstu kolumne autora Edvina Jurina: „Stoga je Neil Rogan, šef globalnih komunikacija globalne turističke tehnološke kompanije *Amadeus*, nagovijestio u svom blogu da je formula za ova vremena: Adaptirati – Inovirati – Kooperirati kao odgovor na tri sadašnja zahtjeva turističkog tržišta: Lakše – Sigurnije – Glatko”¹⁴.

¹²Izvor: HRTurizam, <https://hrturizam.hr/htz-ova-kampanja-koja-poziva-na-istrazivanje-ruralne-hrvatske-u-dva-mjeseca-ostvarila-33-milijuna-impresija/>

¹³Izvor: HRTurizam, <https://hrturizam.hr/u-hrvatskoj-trenutno-boravi-oko-640-tisuca-turista-die-zeit-i-bild-pisu-o-hrvatskoj-kao-sigurnoj-destinaciji/>

¹⁴Izvor: HRTurizam, <https://hrturizam.hr/turizam-2021-2025-novo-normalno-ili-novo-razlicito/>

5. Zaključak

U ovom završnom radu obrađen je turizam u doba pandemije koronavirusa, rizici, izazovi i mogućnosti. Nakon što su u prvom poglavlju navedeni ishodi i promjene koje je donijela pandemija u sferi turizma, u drugom poglavlju obrađuje se povijesni razvoji turističkih kretanja i razvoj turizma u Hrvatskoj, dok se u trećem poglavlju razrađuje društvo rizika i rizik turizma, četvrto poglavlje posvećeno je utjecaju pandemije na turizam globalno i lokalno. Iz navedenog se može zaključiti da je upravo pandemija stvorila globalnu krizu, koja je uzrokovala snažan udar na svjetsko i domaće gospodarstvo a pogotovo na turizam. Uvidjevši da pandemija neće tako brzo proći, pokrenute su mjere i politike za pružanje pomoći onim sektorima koji su posebno pogođeni. Time je turizam bio pod velikim izazovom, kako i na koji način opstati. Iz analiziranih podataka se može zaključiti da se slika turističkih kretanja znatno promijenila, prije pandemije moglo se normalno kretati i posjetiti bilo koju destinaciju a u vrijeme pandemije ta sloboda kretanja je nestala, po prvi puta turisti su ograničeni u vremenu i prostoru kretanja. Prikazom pokazatelja turističkih kretanja stanovnika RH od 2014. do 2019. vidljivo je da je broj stanovnika na putovanjima i broju noćenja stalno rastao, osim u 2020. godini kada je zabilježen veliki pad. Zaključuje se da je pandemija u 2020. godini uzrokovala nesigurnost a turisti zbog straha za svoje zdravlje i kompliciranih režima karantena, sveli su putovanja na minimum. Veliku ulogu u padu turističkih kretanja ima i pad standarda zbog nemogućnosti rada ili ostanka bez posla. Upravo zbog sigurnosnih mjera turisti su počeli mijenjati svoje turističke navike i stavljati zdravstvene i higijenske mjere ispred onih doživljajnih. S obzirom da je turizam jedan od rizika suvremenog društva, a utjecaj globalizacije na turizam velik, tako je turizam postao najmasovnija svjetska pojava, čime se narušavala ravnoteža neke lokalne zajednice. Turističke gužve i nezadovoljstvo lokalnog stanovništva uzrokovane prekomjernim turizmom, otvaraju nova pitanja: Možda je pandemija stvarno bila potrebna? Možda je baš ona izbalansirala sve negativne posljedice turizma i istaknula one pozitivne.

Pandemija u turizmu kao dobrobit ravnoteže za lokalnu zajednicu. To bi mogla biti tema slijedećeg istraživanja jer otvara daljnji niz pitanja na kojima se može istraživati.

Na temelju svega iznesenog u radu, turizam se u doba pandemije koronavirusa adaptirao na novo normalno uz sve rizike i izazove, a njegovim novim prilagodbenim mogućnostima nema kraja.

6. Izjava

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Martina Krošl

Matični broj studenta: 1-360/16-MKI

**Naslov rada: TURIZAM U DOBA PANDEMIJE KORONAVIRUSA
RIZICI, IZAZOVI I MOGUĆNOSTI**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvor te ih jasno označila znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spremna sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

7. Popis literature

7.1 Stručne knjige

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., Hendija, Z., Bilen, M., ... Čižmar, S. (2011) *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Haralambos, M. i Holborn, M. (2002) *Sociologija teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.
3. Jadrešić, V. (2019) *Ekološke osnove i aspekti turizma*. Zadar: Radovi, Filozofski fakultet.
4. Jadrešić, V. (2001) *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*. Zagreb: Školska knjiga.
5. Jadrešić, V. (2010) *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno - održivog turizma*. Zagreb: Plejada.
6. Jelinčić, D. (2008) *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia.
7. Vukonić, B. (2010) *Turizam budućnost mnogih iluzija*. Zagreb: Plejada.

7.2 Internetski izvori

1. *History.com editors* (Updated: Oct 10, 2019., Original: Dec 16, 20090). Preuzeto s <https://www.history.com/topics/ancient-history/hatshepsut> (01. srpnja 2021.)
2. *Povijest turizma Hrvatske (n.d.)*. Preuzeto s <https://www.cimerfraj.hr/povijest-turizma/povijest-turizma-hrvatska> (01.srpnja 2021.)
3. Republika Hrvatska DSZ, izvješće Institut za turizam, *Turistička aktivnost domaćeg stanovništva u 2009. godini*, (svibanj 2010., str 5.). Preuzeto s <https://www.dzs.hr/> (01. srpnja 2021.)
4. Izvor Ministarstvo Republike Hrvatske, Priopćenje, *Turistička aktivnost stanovništva republike Hrvatske u 2014.-2020.*, (26.11.2015., Broj: 4.3.7.- 4.3.9.). Preuzeto s https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/151126_DZS_turist-aktiv_014.pdf (01. srpnja 2021.)

5. Ministarstvo Republike Hrvatske, *Priopćenje, Turistička aktivnost stanovništva republike Hrvatske u 2020. godini*, (02.06.2021. Broj: 4.3.7.). Preuzeto s https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_dokumenti//4-3-7_Turisticka%20aktivnost%20stanovnistva%20RH%20u%202020.pdf (05. srpnja 2021.)
6. Milardović, *Populizam i globalizacija* (2004. str 166). Preuzeto s https://hr.wikipedia.org/wiki/Globalizacija#cite_note-2 (05. srpnja 2021.)
7. HUT, Q1 2019, Turistički impuls, *Travel & Tourism Economic impact 2018 World*, World Travel & Tourism Council, (veljača 2019.). Preuzeto s https://www.udrugaturizma.hr/media/1085/hut_tursticki_impuls_q1_2019.pdf (05. srpnja 2021.)
8. HUT, Q1 2019, Turistički impuls, *Turistički satelitski račun Hrvatske za 2016.*, Institut za turizam Zagreb, Državni DZS, Ministarstvo turizma RH, 01.01.2019., *Travel & Tourism Economic impact 2018 Croatia*, World Travel & Tourism Council, (ožujak 2019.). Preuzeto s https://www.udrugaturizma.hr/media/1085/hut_tursticki_impuls_q1_2019.pdf (05. srpnja 2021.)
9. HRTurizam.hr, Karta masovnog turizma (10.08.2019.). Preuzeto s <https://hrturizam.hr/karta-masovnog-turizma-hrvatska-i-dubrovnik-u-top-10-destinacija-broja-turista-po-glavi-stanovnistva/> (05. srpnja 2021.)
10. Državni zavod za statistiku RH, Priopćenje, (05.03.2021. Broj: 4.3.2.). Preuzeto s https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm (05. srpnja 2021.)
11. CCSA Committee for the Coordination of Statistical Activities, *How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective*, Volume III, Preuzeto s https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa_vol3.pdf
12. HRTurizam, Kampanja (2021). Preuzeto s <https://hrturizam.hr/htz-ova-kampanja-koja-poziva-na-istrasivanje-ruralne-hrvatske-u-dva-mjeseca-ostvarila-33-milijuna-impresija/> (05. srpnja 2021.)
13. HRTurizam, (2021). Preuzeto s <https://hrturizam.hr/u-hrvatskoj-trenutno-boravi-oko-640-tisuca-turista-die-zeit-i-bild-pisu-o-hrvatskoj-kao-sigurnoj-destinaciji/> (05. srpnja 2021.)
14. HRTurizam, *Turizam 2021.-2025.* (2021). Preuzeto s <https://hrturizam.hr/turizam-2021-2025-novo-normalno-ili-novo-razlicito/> (08. srpnja 2021.)

8. Popis slika, tablica i grafikona

8.1 Popis slika

Slika 1. Utjecaj pandemije na međunarodni turizam	20
---	----

8.2 Popis grafikona

Grafikon 1. Ukupno ostvarena putovanja stanovnika RH.....	7
Grafikon 2. Usporedba putovanja stanovnika RH 2019./2020.	8
Grafikon 3. Noćenje turista u komercijalnim smještajnim objektima od 2000. do 2020.	16
Grafikon 4. Stopa promjena noćenja turista u 2019/2020.....	19

8.3 Popis tablica

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista 2019. / 2020.....	17
Tablica 2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta	18

Životopis

EUROPEAN
CURRICULUM VITAE
FORMAT

Osobni podaci

Ime i prezime **Martina Krošl**
Adresa **Palinovečka 37, Zagreb**
Telefon
Mobilni telefon **+385 95 3569 044**
E-mail **mkrosl@gmail.com**
Godina rođenja **1974.**

Radno iskustvo

- 03/2014 – danas **Tumlare Corporation Croatia d.o.o., Zagreb – koordinator operative**
Vođenje poslova operative i korespondencije jednog od vodećih europskih turoperatora za receptivni turizam. Izrada programa, evenata, ponuda i personaliziranih usluga za partnere (na engleskom ili talijanskom jeziku) za područje srednje Europe. Operativna obrada specijaliziranih poslova vezanih za: grupna, individualna putovanja, kruzere, kongresni turizam (MICE), tehničke posjete, usluge za specifične oblike turizma i sportska događanja. Organizacija posebnih tura i putovanja, izrada troškovnika i kalkulacija te prikupljanje i obrada reklamacija, suradnja s drugim odjelima, pružanje podrške prodajnim uredima i terenskim partnerima (na hrvatskom, engleskom, slovenskom i talijanskom jeziku). Ugovaranje i rezerviranje kulturnih znamenitosti, restorana, hotela, prijevoza i vodiča, priprema konteksta promotivnog materijala i newslettera. Izrada prezentacija i sadržaja za virtualne ture te unapređenje i promociju destinacije. Izrada statističkih izvještaja za potrebe tržišta, ažuriranje podataka u sustavu operativnih i administrativnih aplikacija te korištenje MS Office paketa.
- 12/2007 – 02/2014 **Tupperware d.o.o., Zagreb – koordinator za specijalne evente i koordinator za tiskani materijal**
Vođenje poslova uvoza, marketinga, nabava materijala, odnosa s javnošću, korespondencija s domaćim i stranim partnerima, koordiniranje promotivnih akcija za uspješnost prodaje i kontakt s kupcima/dobavljačima/agentima. Iskustvo u testiranju i prodaji proizvoda (direktna prodaja, B2B, B2C). Sudjelovanje u marketinškim akcijama (planiranje nabave, prijevod dokumenata, priprema teksta za izradu i tisak kataloga, letaka, plakata i promotivnog materijala) učestvovanje na eventima i sastancima na području i van područja republike Hrvatske (organizacija evenata, osmišljavanje teme evenata), obavljanje administrativnih poslova za potrebe tvrtke (ulazni, izlazni računi, primke, knjiga zaliha i priprema dokumenata za knjigovodstvo), obavljanje poslova vezanih za kontakt s klijentima, partnerima, bankama i distributerima te prikupljanje i rješavanje reklamacija i pritužbi za domaće i strane klijente.
- 12/1994 – 11/2007 **Ovlašteni zastupnik za Tupperware, Ribnica d.o.o., Zagreb**
Vođenja ureda i koordinacija odjela nabave, prodaje i odnosa s javnošću. Korespondencije s dobavljačima i kupcima iz inozemstva i RH, vođenje i kontroliranje djelatnika u izvodenju istih te ostali poslovi vezani za komercijalno poslovanje (zaprimanje narudžbi, ukucavanje narudžbi u sustav, izrada kalkulacija cijena, izdavanje računa, rješavanje reklamacija i pritužbi, naručivanje robe od inozemnog dobavljača, kontroliranje i priprema dokumentacije za knjigovodstvo, praćenje i vođenje zaliha robe, osmišljavanje i provođenje marketinških akcija usmjerene kupcima i kreiranje promotivnih letaka). Vođenje tečajeva o proizvodima i prodaji, obuka novih članova.
- 01/1994 – 12/1994 **Croatia Airlines d.d., Zagreb - referent u obračunskoj službi**
Vođenje poslova obračunske službe i kontrola naplate avionskih karata, praćenje tarifa i obračunskih akcija Prikupljanje podataka i kontrola istih, predaja izvještaja u sustav IATA. Praćenje seminara vezanih uz tarife i cijene, prevođenje sadržaja obračunskih izvještaja i pravila s engleskog na hrvatski jezik, koordinacija i naplata avionskih karata od domaćih i stranih korisnika.

Obrazovanje

- | | |
|--------------|--|
| 2016 - danas | Veleučilište Baltazar Zaprešić, Zaprešić
Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje, Smjer Menadžment u kulturi |
| 2004 -2007 | Fakultet Ekonomije i Turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula
Smjer marketinga 2 godine |
| 1993 | Srednja Zrakoplovna tehnička škola „Rudolfa Perešina“, Zagreb |