

# Utjecaj Covid-a na turističku potrošnju u Europi

---

**Turkalj, Nerea**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:430494>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-19**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**

**NEREA TURKALJ**

**Utjecaj Covid-a na turističku potrošnju u Europi**

**The impact of COVID on tourist consumption in Europe**

Diplomski rad

**Opatija, 2023.**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni diplomski studij**  
**Održivi razvoj turizma**

**Utjecaj Covid-a na turističku potrošnju u Europi**  
**The impact of COVID on tourist consumption in Europe**

Diplomski rad

Kolegij: **Turistička potrošnja** Student: **Nerea Turkalj**

Mentor: **Prof. dr. sc. Adriana Jelušić** Matični broj: **0067492977**

Opatija, kolovoz 2023.



## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Nerea Turkalj

0067492977

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Utjecaj Covid-a na turističku potrošnju u Europi

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 12.09.2023.

Potpis studenta

## Sažetak

Pandemija COVID-19 imala je značajan utjecaj na turističku industriju, posebno u Europi, koja je jedna od najpopularnijih turističkih destinacija u svijetu. Pandemija je uzrokovala značajan pad turističkih dolazaka i potrošnje, kao i rašireno otkazivanje letova, hotelskih rezervacija i drugih aktivnosti povezanih s putovanjima. Kao rezultat toga, mnoga turistička poduzeća, posebno mala i srednja poduzeća, suočili su se sa značajnim poteškoćama i izazovima. Istraživanja o utjecaju COVID-19 na turističku potrošnju u Europi tek su u tijeku, a velik dio postojećih istraživanja usmjeren je na neposredni učinak pandemije na turističku industriju i turističku potrošnju. Potrebna su buduća istraživanja za istraživanje dugoročnih učinaka pandemije na ponašanje turista, turističku politiku i upravljanje destinacijom, kao i za razvoj strategija za obnovu i transformaciju turističke industrije na održiviji i otporniji način. Rad na temu "Utjecaj COVID-19 na turističku potrošnju u Europi" će uključivati pregled turističke industrije u Europi, pregled pandemije COVID-19 i njezin utjecaj na turističku industriju u svijetu te važnost proučavanja obrazaca turističke potrošnje tijekom pandemije. Pregled turističke industrije u Europi obuhvatit će teme kao što su veličina i opseg industrije, njezin doprinos gospodarstvu, ključne turističke trendove i izazove te uloga različitih vrsta turizma u europskom turističkom krajoliku. Pregled pandemije COVID-19 i njezinog utjecaja na turističku industriju obuhvatit će teme kao što su vremenski okvir pandemije, mjere koje su vlade i dionici u turizmu poduzeli kako bi kontrolirali širenje i ublažili njezin učinak te izazove s kojima se turizam suočava kao rezultat pandemije. Rasprava o važnosti proučavanja obrazaca turističke potrošnje tijekom pandemije istaknuti će činjenicu da je pandemija uzrokovala značajne promjene u ponašanju putnika, uključujući promjene u izboru odredišta, načinu putovanja, vrsti smještaja i obrascima potrošnje. Istaknuti će se teza da je razumijevanje ovih promjena važno za sudionike u turizmu kako bi prilagodili svoje ponude i marketinške strategije novoj normalni.

Ključne riječi: turizam; pandemija, turistička potrošnja.

# Sadržaj

Uvod .....	1
1. Turizam u Europi .....	3
1.1. Osnovna obilježja i karakteristike turizma .....	3
1.2. Obilježja hrvatskog turizma .....	5
2. Utjecaj pandemije na turističko tržište .....	8
2.1. Pregled pandemija kroz povijest .....	8
2.2. Pojava i razvoj COVID-19 .....	13
2.3. Oporavak od posljedica pandemije COVID-19 .....	18
3. Utjecaj COVID-19 na turizam .....	24
3.1. Utjecaj COVID-19 na turizam Europe .....	24
3.1.1. Utjecaj na broj turističkih dolazaka .....	25
3.1.2. Utjecaj na turističku potrošnju .....	27
3.2. Utjecaj COVID-19 na turizam Hrvatske .....	29
3.2.1. Turistički dolasci .....	30
3.2.2. Smještajni kapaciteti .....	35
3.2.3. Prihodi od turizma .....	38
3.3. Utjecaj COVID-19 na turizam Grčke .....	40
3.4. Utjecaj COVID-19 na turizam Njemačke .....	45
4. Zaključak .....	50
Bibliografija .....	52
Popis ilustracija .....	54

# Uvod

Turizam je jedan od najvažnijih sektora globalnog gospodarstva, s milijunima ljudi koji putuju preko granica svake godine u slobodno vrijeme, u poslovne ili druge svrhe. Europa je posebno velika turistička destinacija koja svake godine privlači milijune turista iz cijelog svijeta. Pojava pandemije COVID-19 početkom 2020. imalo je dubok utjecaj na turističku industriju u cijelom svijetu.

Pandemija COVID-19 imala je razoran utjecaj na globalno gospodarstvo, pri čemu su mnogi sektori doživjeli značajan pad potražnje i prihoda. Turistička industrija jedan je od najteže pogođenih sektora, s međunarodnim restrikcijama putovanja, karantenama i zatvaranjem granica što je dovelo do mnogih otkazivanja i poremećaja u planovima putovanja. Kao rezultat toga, turistička industrija suočila se sa značajnim financijskim poteškoćama i izazovima.

Utjecaj COVID-19 na turističku industriju višestruk je i složen. S jedne strane, pandemija je dovela do značajnih promjena u ponašanju turista, pri čemu su mnogi turisti otkazali ili odgodili svoje planove putovanja, a drugi su se odlučili za domaća ili regionalna putovanja umjesto međunarodnih putovanja. Osim toga, pandemija je dovela do povećanog fokusa na zdravstvene i sigurnosne mjere, pri čemu mnogi turisti preferiraju odredišta koja su primijenila snažne zdravstvene i sigurnosne protokole. To je dovelo do povećane potražnje za aktivnostima na otvorenom, turizmom u prirodi i drugim oblicima turizma koji omogućuju socijalno distanciranje i minimiziraju rizik od infekcije.

S druge strane, pandemija je također istaknula krhkost turističke industrije i njezinu ovisnost o vanjskim čimbenicima kao što su globalne pandemije i gospodarski padovi. Također je naglasio potrebu da turistička industrija bude održivija i otpornija, osobito u suočavanju s budućim krizama. Pandemija je tako pružila priliku turističkoj industriji da se transformira na održivije i odgovornije načine, dajući prioritet zdravlju i sigurnosti turista i lokalnih zajednica, promičući prakse održivog turizma i podržavajući lokalne tvrtke i zajednice.

Istraživačka pitanja na kojima će se rad bazirati su:

1. Kako je COVID-19 utjecao na turističku potrošnju u Europi?
2. Koje su regionalne varijacije u utjecaju COVID-19 na turističku potrošnju u Europi i koji su čimbenici pridonijeli tim varijacijama?
3. Koje su implikacije pandemije COVID-19 na dugoročnu održivost i otpornost turističke industrije u Europi i koje se strategije mogu upotrijebiti za promicanje oporavka i transformacije?

4. Koji su čimbenici koji su utjecali na odluke turista da putuju tijekom pandemije i kako su te odluke utjecale na njihove obrasce potrošnje u smislu izbora destinacije, načina putovanja, vrste smještaja i aktivnosti?

U ovom radu ćemo se fokusirati na utjecaj pandemije COVID-19 na turističku potrošnju u Europi koristeći sekundarne izvore u obliku knjiga i stručnih i znanstvenih članaka. Bit će provedeno i analitičko istraživanje i usporedba stvarnih rezultata turističke potrošnje u razdoblju pandemije u odnosu na prethodna razdoblja.



# 1. Turizam u Europi

Europa je jedna od najpopularnijih turističkih destinacija na svijetu, privlačeći milijune posjetitelja svake godine. Bogata povijest, raznolike kulture, zadivljujući krajolici i znamenite znamenitosti kontinenta čine ga magnetom za putnike koji traže jedinstvena iskustva.

Europa nudi širok raspon atrakcija i aktivnosti za turiste. Od romantičnih venecijanskih kanala do povijesnih znamenitosti Rima, od živahnog noćnog života Berlina do slikovitih krajolika Škotskog gorja, postoji nešto što će zadovoljiti interese svakog putnika. Europa je dom brojnim mjestima svjetske baštine UNESCO-a, uključujući drevne ruševine, srednjovjekovne dvorce i arhitektonska čuda.

Jedan od glavnih razloga popularnosti Europe kao turističkog odredišta je njezina pristupačnost. Kontinent ima dobro razvijenu prometnu infrastrukturu, uključujući široku zračnu, željezničku i cestovnu mrežu, što putnicima olakšava istraživanje različitih zemalja i regija.

Europa je poznata po svojim raznolikim kulinarskim tradicijama, nudeći mnoštvo kuhinja koje će oduševiti nepce. Svaka zemlja ima svoje jedinstvene kulinarske specijalitete, od tjestenine i pizze u Italiji do sira i vina u Francuskoj, te od kobasica i piva u Njemačkoj do tapasa u Španjolskoj.

Turistička industrija značajan je gospodarski pokretač za mnoge europske zemlje. Stvara prilike za zapošljavanje, potiče lokalna poduzeća i doprinosi ukupnom gospodarskom rastu. Popularna turistička odredišta često imaju dobro razvijenu turističku infrastrukturu, uključujući hotele, restorane, usluge prijevoza i turooperatore, koji zadovoljavaju potrebe putnika.

## 1.1. Osnovna obilježja i karakteristike turizma

Neke od najpoznatijih definicija turizma su:<sup>1</sup>

- a. Turizam je pojam kojim nazivamo aktivnosti do koje dolazi kada ljudi putuju. Uključuje sve - od planiranja putovanja, puta u izabrano odredište, boravak, povratak i prisjećanje

---

<sup>1</sup> Pike, Steve. „Marketing turističkih odredišta.“ Zagreb: M plus d.o.o., 2010.

na putovanje. Uključuje aktivnosti kojima se putnik bavi, a sastavni je dio putovanja, sve što je kupio i interakciju između domaćina i gosta u odredištu. Ukratko, to su sve aktivnosti i dojmovi do koji dolazi kada posjetitelj putuje. (Mill i Morrison)

- b. Turizam definiramo kao sve vrste putovanja, osim svakodnevnog odlaska na posao i povratka s njega. (Gunn)
- c. Turizam je komercijalni fenomen industrijskog društva koji uključuje osobu koja, bilo pojedinačno ili u grupi, putuje s jednog mjesta na drugo (fizička sastavnica turizma) i/ili prelazi iz jednog psihološkog stanja u drugo (sastavnica ponovnog stvaranja). (Hall)
- d. To je sustav putovanja prema vlastitoj želji i privremenog boravka osobe izvan mjesta stanovanja jednu ili više noći, s iznimkom putovanja čija je primarna svrha zarada plaće ili dnevnica. (Leiper)

Turistički proizvod je sastavljen od fizičkih (opipljivih) i velikog broja neopipljivih elemenata. Među osnovne elemente turizma ubrajaju se:<sup>2</sup>

- e. smještajni i ugostiteljski kapaciteti,
- f. objekti turističke i komunalne infrastrukture,
- g. dostupnost i komunikacije,
- h. okolina i atraktivnost prostora,
- i. sigurnost, struktura i kvaliteta usluga te njihova identiteta,
- j. ljudski resursi,
- k. informacije i promocija,
- l. cijene.

Svaki od navedenih elemenata je dio turističkog proizvoda i kao takav neophodan za ostvarivanje turizma. Turisti moraju mijenjati mjesto stalnog boravka za što trebaju prijevozna sredstva i infrastrukturu, u mjestu gdje obavljaju turističku aktivnost će koristiti receptivne usluge ugostiteljskih objekata. Kako bi se odlučili na posjetu određenoj destinaciji, trebaju imati dostupne informacije o istoj te ona mora biti dovoljno atraktivna, sigurna te cjenovno prihvatljiva.

---

<sup>2</sup> Magaš, Dragan, Ksenija Vodeb, i Zrinka Zadel. "Menadžment turističke organizacije i destinacije. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018. Opatija

## **1.2. Obilježja hrvatskog turizma**

Hrvatska ima veliki turistički potencijal uz mnogo mogućnosti i prilika koje mogu pravilnim iskorištavanjem utjecati na ukupan razvoj države, ekonomski i socijalno. Prostorno raspolaže velikim bogatstvom prirodnih ljepota, toplim morem, razvedenom obalom, bogatom florom i faunom, brojnim nacionalnim parkovima i zaštićenim prirodnim područjima te kulturnim vrijednostima. Uz navedeno Hrvatsku karakteriziraju i skromni kapaciteti, nepovoljna struktura i lokacija, nedovoljna iskorištenost, nezadovoljavajući stupanj komfora i niska razina usluga. Konkurentske vrijednosti je potrebno pravilno i održivo iskoristiti turističkim planiranjem te ih predstaviti kao kvalitetan turistički proizvod uz kontinuirano poboljšavanje kvalitete svih njegovih komponenti. Potrebno je postaviti primaran cilj stvaranja prepoznatljivosti i kvalitete kreiranjem vlastitog identiteta te destinacijsko promišljanje turizma kao osnove turističkog prosperiteta.

Ispod je provedena SWOT analiza Hrvatskog turizma koja promatra snage i slabosti te prilike i prijetnje u daljnjem razvoju.

Tablica 1.: SWOT analiza hrvatskog turizma

<b>HRVATSKI TURIZAM</b>	
<p style="text-align: center;"><b>SNAGE</b></p> <p>Prirodne atraktivnosti Klima Gostoljubivost stanovništva Poduzetnička aktivnost u stvaranju bogatstva novih sadržaja Afirmacija malih obiteljskih hotela Geoprometni položaj s obzirom na glavna emitivna tržišta: najbliži izlaz na toplo more za veliki dio srednje Europe Kulturno bogatstvo Turistička razvijenost Stogodišnja turistička tradicija nekih turističkih mjesta (npr. Opatija) Ekološki očuvana okolina Okretanje tržišnoj ekonomiji Preferencije stranog kapitala Uvođenje europskih standarda</p>	<p style="text-align: center;"><b>SLABOSTI</b></p> <p>Nedostatak identiteta Pomanjkanje jasne strategije Nedovoljna informiranost javnosti o kvaliteti turističkih resursa i bogatstvu kulturno-povijesne baštine Nedovoljno jak marketing Ovisnost o turoperatorima Loša turistička infrastruktura Nedovoljna raznovrsnost izvanpansionske ponude Uređenost okoliša Loša prometna povezanost s Europom, te ostalim zemljama Loša prometna povezanost priobalja sa zaleđem te kopna i otoka Zaostajanje u informacijskim tehnologijama Vrijednost za novac Nizak stupanj kvalitete proizvoda Nemotiviranost i nestručnost ljudskog potencijala Sezonalnost Nepovoljna razina cijena i troškova</p>
<b>OKOLINA</b>	
<p style="text-align: center;"><b>ŠANSE</b></p> <p>Daljnji razvoj turističke potražnje Repozicioniranje hrvatskog turizma, prepoznatljiv image Povećanje kvalitete usluga Povećan interes individualnih gostiju Obrada novih: istočnoeuropskih, SAD i dalekoistočnih tržišta Okretanje odgovornijim oblicima turizma (eko turizam) Konkurentnost novih proizvoda Razvoj telekomunikacijske tehnologije</p>	<p style="text-align: center;"><b>RIZICI</b></p> <p>Oštra konkurencija Geografska koncentracija tržišta Posljedice rata Uspostavljanje jedinstvenog tržišta Europe zbog zadržavanja turističkog prometa unutar granica zajednice Nemogućnost brze prilagodbe promjenjivim turističkim potrebama Spora izgradnja turističke infrastrukture zbog nedostatka financijskih sredstava Spora privatizacija</p>

Izvor: rad autora prema: Gračan, Daniela, i Romina Alkier Radnić. „Die analyse des kroatischen touristmarkets und eventuelle Möglichkeiten der kroatischen tourismusentwicklung.“ Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2018.

Prema navedenoj analizi primjećujemo da se većina snaga temelji na prirodnim predispozicijama prostora što je ujedno i jedna od bitnijih stavki razvoja turizma, dodatno se ističe dobar prostorni položaj i povezanost te duga tradicija. S druge strane slabosti koje se ističu su nejasna i nedefinirana strategija razvoja što utječe na razvoj identiteta prostora, nestručan ljudski kadar i loša razvijenost te slaba ponuda usluga. Snage se očituju u širenje i razvoj potražnje koja je najbitniji faktor razvoja turizma destinacije, okretanje održivijim oblicima turizma što prati trendove u turizmu, dok se rizici očituju u snažnoj konkurenciji te

slaboj prilagodbi promjenjivim turističkim potrebama i trendovima.<sup>3</sup>

Promatrajući navedenu analizu lako se zaključuje da Hrvatska ima sve predispozicije da se nametne kao jedna od jačih receptivnih zemalja u Europi, ali je potrebno na državnoj razini definirati jasne ciljeve i planove razvoja te ih provoditi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Gračan, Daniela, i Romina Alkier Radnić. „Die analyse des kroatischen touristmarkets und eventuelle Möglichkeiten der kroatischen tourismusentwicklung.“ Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2018.

<sup>4</sup> Ibid.

## 2. Utjecaj pandemije na turističko tržište

Definiciji "pandemije" nedostaje univerzalni konsenzus, ali je nekoliko zajedničkih komponenti povezano s njom. Pandemije karakterizira široka geografska proširenost, širenje bolesti koje se može pratiti s jedne lokacije na drugu, visoke stope napada unutar kratkog vremena, minimalna imunost stanovništva i novost u smislu novosti ili novih varijanti. Osim toga, pandemije su često infektivne, zarazne i teške.<sup>5</sup>

Kroz povijest smo imali više slučajeva pojave pandemija, od kuge, velikih boginja, španjolske gripe, kolere, tuberkuloze i sl. Pojava pandemije se karakterizira kao brzo širenje bolesti na veliki prostor. Pandemije su povijesno i trenutno gledano, izazivale puno straha i ljudskih gubitaka i priče o njima se prenose iz generacije u generaciju kao ozbiljno upozorenje na provođenje preventive. Posljedice pandemija očituju se na psihološkoj, zdravstvenoj, ekonomskoj, društvenoj i svakoj drugoj sferi života i gospodarstva. S obzirom na to da je turizam uvjetovan kretanjem, odnosno odlaskom iz mjesta uobičajenog boravka te povezanost putovanja s rizikom od zaraze, očituje se veliki utjecaj i povezanost pandemija i turizma.

### 2.1. Pregled pandemija kroz povijest

Prema Hrvatskoj enciklopediji pojam pandemije se definira kao „širenje neke bolesti na velika prostranstva, tj. na više država, cijeli kontinent ili cijeli svijet“.<sup>6</sup> Kroz povijest se čovječanstvo suočavalo s izazovima koje su predstavljale pandemije i epidemije, masovne zarazne bolesti koje su harale regijama i populacijama. Razlika između ovih pojmova leži u njihovoj teritorijalnoj zastupljenosti. Dok su epidemije ograničene na određene regije, pandemije pogađaju velika zemljopisna područja i značajan dio globalne populacije.<sup>7</sup> Tijekom stoljeća upotreba ovih pojmova se razvijala, a leksikograf Noah Webster formalizirao je njihove definicije u 19. stoljeću. Pandemije kao što su kolera, španjolska gripa, azijska gripa, SARS,

---

<sup>5</sup> Hall, Michael, Daniel Scott, i Stefan Gossling. „Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for.“ *Tourism Geographies*. Volume 22. (2020.)

<sup>6</sup> Hrvatska enciklopedija. „Leksikografski zavod Miroslav Krleža.“ 2021.

<sup>7</sup> Antičević, Vesna. „Učinci pandemija na mentalno zdravlje.“ Split: Sveučilišni odjel zdravstvenih studija, Sveučilište u Splitu, 2020.

H1N1 i COVID-19 značajno su utjecale na društva, ekonomije i način na koji razumijemo prijenos bolesti. Prvi zabilježeni spomen "pandemije" bio je 1666. godine, opisujući narodnu bolest. Webster je u 19. stoljeću uveo službene definicije pandemije i epidemije. Pandemija kolere u 19. stoljeću označila je prvu značajnu pandemiju, potaknutu globalnim putovanjima i trgovačkim putovima. Španjolska gripa 1918. dovela je pojam "pandemija" u uobičajenu upotrebu i podigla svijest o potrebi pripravnosti za pandemiju. Pandemija H1N1 2009. dodatno je učvrstila specifično značenje pojma.<sup>8</sup>

Osnovne karakteristike prema kojima se bolesti mogu nazivati pandemijom su:<sup>9</sup>

- Široko geografsko proširenje;
- Kretanje bolesti;
- Visoka stopa oboljenja i brzina širenja;
- Novitet i novi oblici oboljenja;
- Zaraznost;
- Jačina i ozbiljnost bolesti.

Osim brzog i opsežnog zemljopisnog širenja, pandemije karakterizira i visoka stopa incidencije bolesti. Ove bolesti nastaju u relativno kratkom roku, a broj oboljelih brzo raste. Takvo brzo širenje bolesti i visoke stope zaraze predstavljaju značajan izazov za imunitet stanovništva. Pandemije se pojavljuju tako brzo da nema dovoljno vremena za razvoj snažnog imuniteta stanovništva koji bi mogao učinkovito zaustaviti ili usporiti širenje bolesti. Imunitet je snažan obrambeni mehanizam stanovništva koji osigurava zaštitu od pandemskih bolesti. Međutim, s obzirom na nepostojanje populacijskog imuniteta, logično je zaključiti da pandemije uključuju nove bolesti. Ove su bolesti nove, njihove varijante su nepoznate, a njihovi uzroci ponekad mogu biti nepoznati. Tijekom posljednjih 200 godina bilo je sedam pandemija kolere, vjerojatno uzrokovanih istim organizmom, što potvrđuje da su pandemije prolazne i da se mogu ponoviti u budućnosti. Uz njihov potencijal da se povremeno ponavljaju, pandemijske bolesti su zarazne. Oni pokazuju visoku stopu zaraze, pa su stoga pandemije povezane s težinom i ozbiljnošću bolesti kod ljudi. U prošlom stoljeću učinjen je značajan napredak u borbi protiv zaraznih bolesti, no kroz povijest su uz sjedilački način života napredovale pandemije i zarazne bolesti općenito. Uspješni napor u borbi protiv pandemija započeli su početkom 20. stoljeća, otkrivanjem različitih uzročnika infekcija te primjenom cijepljenja i specifičnih terapija.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Morens, David, Gregory Folkers, i Antony Fauci. „What Is a Pandemic?“ The Journal of Infectious Diseases, Volume 200, Issue 7, 2009.

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Kitanoaska, Simona. „Značaj pandemije Covid-19 za turističku potrošnju“ Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2021.

Pandemije koje su bile najveće i najznačajnije u 20. i 21. stoljeću su: <sup>11</sup>

- Španjolska gripa;
- Azijska Gripa;
- SARS 2002/2003;
- Pandemija svinjske gripe.

Španjolska gripa pojavila se pred kraj Prvog svjetskog rata. Suprotno svom nazivu, nije nastala u Španjolskoj; bolje rečeno, nazvana je tako jer je Španjolska bila jedina zemlja koja je izvještavala o necenzuriranim informacijama o stvarnim razmjerima bolesti. Točan virus koji uzrokuje ovu bolest identificiran je tek 2005. godine, otkrivajući da se radi o zajedničkom pretku virusa ljudske i svinjske influence H1N1, s genetskim elementima iz sojeva ptičje gripe. Španjolska gripa odnijela je između 20 i 100 milijuna života, prvenstveno pogađajući Aziju i Afriku, s teškim slučajevima upale pluća i respiratornih problema kod svih zaraženih osoba. Stigao je i do glavnog grada Zagreba, zbog čega je zbog brzog širenja nastava u svim školama i na sveučilištima prekinuta na dva tjedna.<sup>12</sup>

Utjecaj španjolske gripe bio je očit u različitim institucionalnim razvojem i pokretanju temeljnih znanstvenih istraživanja kako bi se pronašla učinkovita rješenja za buduće prijetnje. Također je imala značajnu ulogu u provedbi i uspostavi temeljnih načela socijalne države s ciljem osiguranja socijalnih prava što većem dijelu stanovništva. Kako bi se omogućilo sveobuhvatnije istraživanje, 1948. godine donesen je statut Svjetske zdravstvene organizacije, čime je označen početak reforme zdravstvenog sustava na globalnoj razini. Na globalnoj razini, stvaranje mehanizama kao što je Global Influenza Surveillance and Response System (GISRS), koje je pokrenula Svjetska zdravstvena organizacija, imalo je za cilj uspostaviti nadzor i pripravnost za buduća sezonska, pandemijska i zoonotska izbijanja.<sup>13</sup>

Azijska gripa pojavila se 1957. u Kini i brzo se proširila svijetom. Uzrokovana je sojem H2N2 i rezultirala je s gotovo 2 milijuna smrti. Najviše su pogođena djeca i starije osobe, a distribucija cjepiva sporo je postizala pozitivan učinak. Slična se bolest pojavila 1968. godine kada je zabilježena epidemija pandemije gripe u jugoistočnoj Aziji. Zbog putovanja američkih vojnika, bolest je brzo stigla do Sjedinjenih Država, odnijevši gotovo 2 milijuna života. Kao i

---

<sup>11</sup> Kuhar, Martin, i Stella Fatović-Ferenčić. „Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina.“ Zagreb: Odsjek za povijest medicinskih znanosti Zavoda za povijest i filozofiju znanosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, 2020.

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Ibid.



u prethodnim slučajevima, dostupnost cjepiva bila je spora, a postalo je dostupno tek nakon vrhunca pandemije.<sup>14</sup>

SARS je 2002./2003. označio prvi susret s koronavirusom i prvu pandemiju 21. stoljeća. Ova bolest također potječe iz Kine, a prvi slučaj zabilježen je kod kuhara restorana koji je imao kontakt s divljim životinjama namijenjenim kuhanju. SARS se predstavlja kao virusna upala pluća s brzim napredovanjem do respiratornog zatajenja. Za razliku od gripe, SARS je imao najveću zaraznost oko petog dana kada je koncentracija virusa u sekretu iz nosa ili grla bila najveća. Uspješne mjere za suzbijanje SARS-a pokazale su se učinkovitima jer se bolest nije prenosila tijekom asimptomatske faze. Izbijanje je obuzdano u roku od nekoliko mjeseci bez potrebe za lijekovima ili cjepivima. Pojava SARS-a istaknula je globalnu potrebu za suradničkim pristupom, uz razumijevanje da nijedna država ne može na izbijanje bolesti unutar svojih granica gledati samo kao na unutarnju stvar. Zabrinutost za okoliš povezana s bioraznolikošću i držanjem egzotičnih životinja u neposrednoj blizini ljudi također je stavljena u fokus kao rezultat zoonotskog prijenosa virusa.

Pandemija svinjske gripe pojavila se 2009. godine u Sjedinjenim Državama i Meksiku, odnijevši između 151.700 i 575.400 života. Razvoj i distribucija cjepiva kasnili su, a bilo je i kritika glede njegove primjene kod djece. Osim cjepiva, u liječenju svinjske gripe korišteni su antivirusni lijekovi i osnovne higijenske prakse poput pranja ruku, izolacije tijekom simptoma i zatvaranja škola.

Konačno, pandemija COVID-19, uzrokovana novim koronavirusom, nova je globalna pandemija koju karakteriziraju različiti respiratorni problemi. Kao način prijenosa virusa ustanovljeni su sljedeći načini:<sup>15</sup>

- Fizičkim dodirima sa zaraženom osobom;
- Prijenosom mikro kapljica koje sadrže viruse na drugu osobu;
- Udisanjem virusa kroz koncentrirani aerosol u zraku;
- Fizičkim dodirima prethodno kontaminirane površine.

Pojava koronavirusa dovela je do brojnih promjena i novih načina života na koje ljudi nisu navikli. Reakcije zemalja uključivale su usporavanje migracija i provedbu karantena kako bi se smanjile posljedice pandemije i gospodarske krize. Takvi su odgovori ključni koraci koji će pomoći usporiti širenje pandemije. Industrije koje su najviše pogođene koronavirusom su one

---

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu. „Osnovne mjere zaštite od zaraze koronavirusom“, <https://www.koronavirus.hr/osnovne-mjere-zastite-od-zaraze-koronavirusom-sars-cov-2/936> , 09.08.2021.

povezane s turizmom, ljudskim interakcijama i transportom. Utjecaj COVID-19 osjetio se u cijelom globalnom gospodarstvu i svim turističkim aktivnostima.

Pandemije, posebno COVID-19, uzrokovale su značajne šokove u ponudi i potražnji, utječući na razne industrije poput turizma, ugostiteljstva i trgovine. S ograničenjima putovanja i zatvaranjem granica, turistička industrija doživjela je ozbiljan pad, što je dovelo do gubitka radnih mjesta i gospodarskog pada u mnogim zemljama. Osobna potrošnja smanjena je zbog pada prihoda i straha od zaraze, što je uzrokovalo usporavanje gospodarske aktivnosti. Kako su se poduzeća suočavala s financijskim poteškoćama, mnoga su se morala prilagoditi ili trajno zatvoriti, što je dovelo do povećanja stope nezaposlenosti i ekonomske nestabilnosti.

Vlade i Europska unija provele su mjere potpore za očuvanje likvidnosti i pomoć poduzećima tijekom pandemije. Te mjere uključuju izravnu financijsku potporu, porezne olakšice, jamstva za zajmove i subvencije za održavanje poslovanja i zaštitu radnih mjesta. Osim toga, središnje banke provodile su ekspanzivnu monetarnu politiku kako bi osigurale likvidnost financijskim tržištima i olakšale gospodarski oporavak.

Na razini Europske unije donesene su odluke o preventivnim mjerama koje će ublažiti negativne gospodarske rezultate u svojim zemljama članicama. Glavni cilj Europske unije je inicijalni bio očuvati likvidnost, a samim time i kontinuitet gospodarskih aktivnosti za vrijeme pandemije kao i nakon pandemije. Postoji pet vrsta potpora koje će utjecati na očuvanje likvidnosti:<sup>16</sup>

- Izravna bespovratna sredstva, selektivne porezne povlastice i predujmovi: članice će moći uspostaviti programe za dodjelu 800.00 eura poduzeću za rješavanje njegovih hitnih potreba za likvidnošću;
- Državna jamstva za zajmove poduzeća iz banaka: moći će se pružiti državna jamstva kako bi osigurale bankama mogućnost pružanja zajmova klijentima;
- Subvencionirani javni krediti poduzećima: Odobravanje zajmova s povoljnim kamatnim stopama trgovačkim društvima;
- Zaštitne mjere za banke koje potpore usmjeravaju na gospodarstvo: Države planiraju graditi na postojećim kreditnim kapacitetima banaka i koristiti ih kao kanal za potporu poduzećima, posebno malim i srednjim poduzećima;

---

<sup>16</sup> Europska komisija. „State aid: Commission adopts Temporary Framework to enable Member States for further support the economy in the COVID – 19.“ [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_496](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_496)

- Kratkoročno osiguranje izvoznih kredita; Uvođenje dodatne fleksibilnosti da se dokaže da određene zemlje nisu rizične, čime se omogućuje kratkoročno osiguranje izvoznih kredita gdje je to potrebno.

## **2.2. Pojava i razvoj COVID-19**

Krajem prosinca 2019. godine, Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) obaviještena je od strane Kineskog ureda o pojavi većeg broja atipičnih upala pluća nepoznatog podrijetla u gradu Wuhan, provinciji Hubei. Početkom siječnja su sve dostupne informacije pregledane te su podijeljene sa zemljama članicama putem Međunarodnog zdravstvenog sustava za regulaciju informacija o događajima (IHR), savjetujući zemlje članice da poduzmu mjere opreza radi smanjenja rizika od akutnih respiratornih infekcija.

Početkom siječnja 2020. godine napravljena je procjena laboratorijskih kapaciteta Europske regije tako da su WHO/Europa i Europski centar za prevenciju i kontrolu bolesti (ECDC) provjerili potrebe i kapacitete laboratorija i infrastrukture koja je povezana s gripom i izgrađena tijekom godina, posebice za pandemiju H1N1 iz 2009. godine. Pokreću se i dnevni koordinacijski sastanci kako bi se aktivirala spremnost na odgovor novoj pandemiji, a sastanci su pomogli u uspostavljanju uloga i funkcija u okviru WHO-ova Okvirnog plana za odgovor na hitne situacije te koordinaciji s ključnim europskim institucijama poput ECDC-a i Europske komisije. 9. siječnja 2020. Kineske vlasti su utvrdile i potvrdile da je epidemija uzrokovana novim koronavirusom što je predstavljalo značajan napredak u razumijevanju virusa. Sve dostupne informacije se dijele među članicama WHO-a te se redovno objavljuju novosti u radu WHO-a te smjernice za nadzor, rad laboratorija, klinička upravljanja, prevenciju i kontrolu te komunikaciju rizika.

Ubrzo nakon, i to već 12. siječnja 2020. godine se uspostavlja baza podataka za nadzor i usklađenost izvješćivanja o novom koronavirusu te se radi prvi PCR (polymerase chain reaction) test za koji WHO provodi i distribuira protokol kako bi se olakšale i ubrzale dijagnostičke mogućnosti. Aktivirana je i Globalna mreža za upozoravanje i odgovor (GOARN) koja je osigurala da svi partneri budu na oprezu te spremni odgovoriti i reagirati prema potrebi. Periodična ažuriranja o najnovijim laboratorijskim resursima za novi koronavirus započela su 16. siječnja 2020. godine. Ažuriranja su dijeljena putem regionalne

mreže laboratorija za gripu i obuhvaćala su razne testne metode, izazove, rješenja i laboratorije za upućivanje. WHO je započeo suradnju s Odborom za zdravstvenu sigurnost Europske komisije kako bi pružali ažurirane informacije o situaciji u Wuhanu čime se olakšava razmjena informacija. Pokreće se i platforma Go.Data, koja je razvijena od strane Globalne mreže za upozoravanje i odgovor (GOARN), kako bi se upravljalo složenim podacima o napretku koronavirusa te pratili podatci o slučajevima i kontaktima, čime se olakšala identifikacija lanaca prijenosa i praćenje kontakata.

Prva pojava koronavirusa u Europi je zabilježena prvim prijavljenim slučajem u Francuskoj dana 24. siječnja 2020. godine, isti dan održana je telekonferencija WHO-a s vlastima u Francuskoj na kojoj su se raspravljali detalji prvog potvrđenog slučaja kao i dogovor oko daljnjih mjera. Ova vrsta telekonferencija je ubrzo postala dnevna aktivnost između WHO-a i mnogih zemalja gdje su se počeli pojavljivati slučajevi zaraze u narednim tjednima. U to vrijeme izdaje se prvo javno priopćenje pod nazivom "Izbijanje novog koronavirusa: Priprema sada kao jedno" u kojem se naglašava važnost spremnosti na nacionalnoj i lokalnoj razini za pravodobno otkrivanje novih zaraza, testiranje uzoraka i provođenje kliničkog upravljanja. Kako bi se poboljšala razina nadzora pokreće se nova poboljšana baza podataka nadzora koronavirusa sa strane WHO-a te se uspostavlja Europski sustav za nadzor (TESSy) za nCov koji omogućuje koordinirano prikupljanje podataka iz EU i ne-EU zemalja.<sup>17</sup>

Europski odsjek Svjetske zdravstvene organizacije 27. siječnja 2020. godine je identificirao petnaest prioriternih zemalja i područja za ciljanu podršku na temelju karte opasnosti, ranjivosti i zrelosti zdravstvenog sustava. Ova prioritizacija imala je za cilj učinkovito raspodjeljivanje resursa i pomoći. Već 28. siječnja koronavirus se dalje širi te se prijavljuje pojava slučajeva zaraze i u Njemačkoj čime se povećava opasnosti za okolne zemlje te opreznost u pristupanju. U siječnju i nadalje, WHO/Europa je počela slati dnevne sažetke informacija i smjernica o novom koronavirusu kolegama u zemljama. Ti sažeci pružali su ažuriranja o smjernicama, alatima i situaciji u regiji, osiguravajući da WHO zemaljski i vezani uredi budu informirani i opremljeni najnovijim informacijama. COVID-19 se nastavlja širiti globalno i sve više zemalja prijavljuje nove slučajeve zaraze, a situacija je ista i u Europi. Italija posebice ima rast broja zaraze te se ističe kao glavno žarište u Europi, kako bi se širenje ograničilo, uvode se stroge mjere poput nacionalnih karantena, putnih ograničenja te zatvaranja škola i poslovnih objekata. Ostale europske zemlje pažljivo su pratile situaciju i provodile vlastite preventivne mjere,

---

<sup>17</sup> Svjetska zdravstvena organizacija. „A Timeline of WHO’s COVID-19 Response in the WHO European Region.“ <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2022-1772-41523-63024>

uključujući pojačane kontrole na granicama, karantenske mjere i smjernice o fizičkoj udaljenosti. WHO i Europski centar za prevenciju i kontrolu bolesti (ECDC) pružali su tehničke smjernice i podršku europskim zemljama u vezi s nadzorom, laboratorijskim testiranjem, kontrolom infekcija i drugim mjerama kontrole. Broj slučajeva COVID-19 rapidno je rastao u nekoliko europskih zemalja tijekom ožujka 2020. godine, što je rezultiralo širokim širenjem infekcije u zajednici i preopterećenjem zdravstvenih sustava. Mnoge zemlje su odgovorile uvođenjem stroge karantene, uključujući zatvaranje neesencijalnih poslova, ograničenja javnih okupljanja i naredbe o ostanku kod kuće. Kapacitet testiranja je povećan kako bi se otkrili i izolirali zaraženi pojedinci, a putovanja su ograničena i granice su zatvorene kako bi se smanjio uvoz i izvoz slučajeva.

Do travnja 2020. godine, europske zemlje su počele vidjeti različite uspjehe u kontroli širenja COVID-19. Neke zemlje su doživjele stabilizaciju ili pad broja slučajeva zbog provedenih mjera. Počele su se voditi rasprave o strategijama postupnog ublažavanja mjera ograničenja i ponovnog otvaranja sektora gospodarstva uz održavanje preventivnih mjera. WHO i ECDC pružali su smjernice o kriterijima i uvjetima za popuštanje mjera kontrole, uključujući strategije testiranja i sustave nadzora.

Tijekom ljetnih mjeseci od lipnja do kolovoza 2020. godine, mnoge europske zemlje su doživjele relativnu pauzu u prijenosu COVID-19. Nastojanja su se uložila u održavanje niskih stopa prijenosa putem kontinuiranog nadzora, testiranja i praćenja kontakata. Jačani su zdravstveni sustavi, proširene su mogućnosti testiranja i zalihe medicinskih potrepština su pojačane u pripremi za potencijalne buduće valove. Rasprave su se fokusirale na izazove međunarodnih putovanja i koordinaciju putnih politika unutar Europske unije. Tijekom jesenskih i zimskih mjeseci od rujna do prosinca 2020. godine, broj slučajeva COVID-19 ponovno je počeo rasti u većini europskih zemalja. Lokalizirana žarišta i povećanje broja bolničkih liječenja doveli su do ponovnog uvođenja strožih mjera poput lokalnih karantena, policijskog sata i ograničenja okupljanja. WHO i ECDC pružali su smjernice o procjeni rizika, upravljanju žarištima i ciljanim mjerama kontrole tijekom tog razdoblja.

Kako je godina odmicala, nastavili su se naponi za cijepljenje. Europske zemlje su proširile kriterije za cijepljenje i ciljale različite dobne skupine. Tijekom cijele ove faze, razvijanje cjepiva napredovalo je brzo, a rasprave su se vrtjele oko strategija distribucije cjepiva i prioritizacije visokorizičnih skupina. WHO i ECDC pažljivo su pratili situaciju, pružajući smjernice, podršku i preporuke temeljene na novim saznanjima i najboljim praksama.

Tijekom 2021. godine, europske zemlje su doživjele fluktuacije u broju slučajeva i primjenjivale mjere odgovora prema potrebi. Žarišta su se javljala u lokaliziranim područjima,

potičući ciljane mjere i lokalizirane karantene kako bi se kontrolirao prijenos. WHO i ECDC nastavili su pružati smjernice i podršku europskim zemljama, naglašavajući važnost testiranja, nadzora, praćenja kontakata i pridržavanja preventivnih mjera. Rasprave su se vrtjele oko dugoročnog upravljanja pandemijom, uključujući integraciju mjera COVID-19 u rutinske prakse javnog zdravstva.<sup>18</sup>

Sljedeća godina, 2022. je prošla mirnije i osjetilo se olakšanje s obzirom na smanjenje broja slučajeva, stabiliziranje situacije u Europi i svijetu, mnogo manji pritisak na bolnice i zdravstveni sustav te ponovni rast nacionalnih ekonomija. Naglasak se sve manje stavlja na prisutnost zaraze, ljudi se navikavaju na suživot s koronavirusom te nestaju prepreke za povratak na normalan svakodnevni život. Koronavirus se pojavljuje lokalizirano te se brzo stavlja pod kontrolu brzim mjerama nadzora i ograničavanja širenja.<sup>19</sup>

Petog svibnja 2023. godine Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) izdaje priopćenje u kojem navodi kako COVID-19 više nije globalna zdravstvena prijetnja. Navode se podaci kako je od trenutka proglašenja globalne pandemije prijavljeno sedam milijuna smrtnih slučajeva uzrokovanih COVID-19 te se u priopćenju upozorava da je virus i dalje prisutan te da postoji rizik pojave novih sojeva koji mogu izazvati porast slučajeva i smrtnosti. Odluku o promjeni statusa COVID-19 donio je WHO-ov hitni odbor, uzimajući u obzir faktore poput smanjenja smrtnosti od COVID-19, smanjenja prijema u bolnice i slučajeva intenzivne njege te visoke razine imuniteta populacije na virus, smatrajući da COVID-19 postaje utvrđeni i stalni zdravstveni problem, a ne javna zdravstvena opasnost od međunarodnog značaja. Isto tako, u priopćenju ističe važnost dugoročnog upravljanja COVID-19 zajedno s drugim zaraznim bolestima. Osniva se odbor sa zadatkom razvijanja dugoročnih preporuka o upravljanju virusom i objavljuje se četvrto izdanje globalnog strategijskog plana pripravnosti i odgovora na COVID-19, koji obuhvaća različite aspekte poput nadzora, zaštite zajednice, skrbi i koordinacije. Navodi se i da se smatra da su cjepiva odigrala ključnu ulogu u borbi protiv pandemije, s primjenom 13,3 milijarde doza diljem svijeta iako je pokrivenost varirala među zemljama. WHO je u priopćenju pozvao i na bolju globalnu koordinaciju, jednakost i solidarnost u pripremi i odgovoru na pandemije te istaknuo kako postoje alati i tehnologije za otkrivanje i ublažavanje pandemija, ali njihova učinkovitost je ograničena nedostatkom

---

<sup>18</sup> Svjetska zdravstvena organizacija. „A Timeline of WHO’s COVID-19 Response in the WHO European Region.“ <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2022-1772-41523-63024>

<sup>19</sup> Svjetska zdravstvena organizacija. „A Timeline of WHO’s COVID-19 Response in the WHO European Region.“ <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2022-1772-41523-63024>

koordinacije i solidarnosti na globalnoj razini, ali da vjeruju da su se mogli spasiti mnogi životi da su ovi alati bili učinkovitije korišteni.<sup>20</sup>

Dan ranije, 4. svibnja 2023. prije priopćenja kako se COVID-19 ne smatra više globalnom zdravstvenom prijetnjom, održan je petnaesti sastanak Odbora za hitna stanja Međunarodnih zdravstvenih propisa (2005.) (IHR) u vezi s pandemijom bolesti koronavirusa 2019. (COVID-19) na kojem su članovi odbora raspravljali o trenutnoj situaciji vezanom za COVID-19 i donijeli odluku, bitno je napomenuti i navesti i smjernice izdane svim članicama za daljnje ophođenje s virusom, a koje su:<sup>21</sup>

1. Održati nacionalne kapacitete i pripremiti se za buduće događaje kako bi se izbjegla pojava ciklusa panike i zanemarivanja – države bi trebale razmotriti kako poboljšati spremnost zemlje za buduće epidemije. U skladu sa smjernicama WHO-a, države stranke trebale bi ažurirati planove pripravnosti za pandemiju respiratornih patogena koji uključuju saznanja iz nacionalnih i pod-nacionalnih revizija nakon djelovanja. Države stranke trebale bi nastaviti obnavljati zdravstvene programe na koje je negativno utjecala pandemija COVID-19.
2. Integrirati cijepljenje protiv COVID-19 u programe životnog cijepljenja - Države stranke trebale bi nastaviti s naporima da povećaju obuhvat cijepljenja protiv COVID-19 za sve ljude u visokoprioritetnim skupinama (kao što je definirano SAGE planom iz travnja 2023.) s cjepivima preporučenim od SZO-a i nastaviti aktivno rješavati probleme prihvaćanja cjepiva i potražnje u zajednicama.
3. Objediniti informacije iz različitih izvora podataka o nadzoru respiratornih patogena kako bi se omogućila sveobuhvatna svijest o situaciji - države bi trebale nastaviti izvještavati SZO o podacima o mortalitetu i morbiditetu, kao i o informacijama o nadzoru. Nadzor bi trebao uključivati informacije iz odgovarajuće mješavine reprezentativnih populacija, nadzor temeljen na događajima, nadzor ljudskih otpadnih voda, sero-nadzor i nadzor odabranih populacija životinja za koje se zna da su u opasnosti od SARS-COV-2. Države stranke trebale bi iskoristiti Globalni sustav

---

<sup>20</sup> Wise, Jasqui. „Covid-19: WHO declares end of global health emergency.“ <https://www.bmj.com/content/381/bmj.p1041>

<sup>21</sup> Svjetska zdravstvena organizacija. „Statement on the fifteenth meeting of the IHR (2005) Emergency Committee on the COVID-19 pandemic.“ [https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-\(covid-19\)-pandemic](https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic)

nadzora i odgovora na influencu (GISRS) i podržati uspostavu Svjetske zdravstvene mreže laboratorija za koronavirus (CoViNet).

4. Pripremiti se za odobrenje medicinskih protumjera unutar nacionalnih regulatornih okvira kako bi osigurali dugoročnu dostupnost i opskrbu - države bi trebale ojačati svoja regulatorna tijela kako bi poduprle dugoročnu autorizaciju i upotrebu cjepiva, dijagnostike i terapije.
5. Nastaviti raditi s drugim zajednicama kako bi postigli snažnu, otpornu i uključivu komunikaciju o riziku i angažman zajednice (RCCE) i programe upravljanja - države bi trebale prilagoditi RCCE i strategije upravljanja infodemijom i intervencije lokalnom kontekstu.
6. Nastaviti s ukidanjem zdravstvenih mjera vezanih uz međunarodna putovanja u vezi s COVID-19, na temelju procjena rizika i ne zahtijevati nikakav dokaz o cijepljenju protiv COVID-19 kao preduvjet za međunarodna putovanja.
7. Nastaviti podržavati istraživanja za poboljšanje cjepiva koja smanjuju prijenos i imaju široku primjenjivost; razumjeti cijeli spektar, incidenciju i utjecaj stanja nakon COVID-19 i evoluciju SARS-COV-2 u imunokompromitiranoj populaciji; i razviti relevantne putove integrirane skrbi.

### **2.3. Oporavak od posljedica pandemije COVID-19**

Pandemija COVID-19 zaustavila je globalnu turističku industriju, sa zatvaranjem granicama, ograničenjima putovanja i raširenim strahom među putnicima. Kako se stopa zaraze stabilizirala, industrija je počela pokazivati znakove oporavka. Međutim, put do punog oporavka turizma obilježen je izazovima i neizvjesnostima. Na početku pandemije, turistička se industrija suočila s izazovima bez presedana. Zemlje su uvele stroga ograničenja, prizemljene letove i zatvorene turističke atrakcije kako bi suzbile širenje virusa. Nagli pad međunarodnih i domaćih putovanja doveo je do golemih gubitaka prihoda, ukidanja radnih mjesta i zatvaranja mnogih tvrtki povezanih s turizmom. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) izvijestila je o padu od 74% međunarodnih turističkih dolazaka u 2020., što je procijenjeni gubitak od više od bilijun dolara prihoda.



Aktualna kriza, naglašava važnost učinkovitog upravljanja. U hrvatskom turizmu imamo iskustva u suočavanju s krizama jer je bilo potrebno vrijeme i znanje za obnovu turizma nakon Domovinskog rata u kojem su mnoge djelatnosti, pa tako i turistička, zastale. Krize mogu ponuditi prilike za brže transformacije i nove šanse za one dionike koji su spremniji pružiti kvalitetne usluge koje većina naših turista zahtijeva. Ova globalna kriza turističku industriju stavlja u potpuno novu poziciju. Iako hrvatsko gospodarstvo uvelike ovisi o prihodima od turizma, pandemija je istaknula slabosti našeg ukupnog gospodarstva, koje nema snažnu proizvodnju i uvelike se oslanja na uvoz, što ga čini iznimno ranjivim u vrijeme krize. Turizam je "horizontalni sektor" ovisan o prometu, kulturi, sportu, poljoprivredi i drugim gospodarskim granama, ali je međuagencijska suradnja u našoj zemlji nedostatna. Tijekom ove krize, značaj suradnje postaje evidentan i može biti od velike koristi u budućnosti, kako tijekom razdoblja oporavka, tako i u pripremi za novu "normalu".<sup>22</sup>

Prema autoru Telišman-Košuta, N., pandemija koronavirusa će imati za posljedicu promjenu ključnih područja u turizmu:<sup>23</sup>

- Odnos prema prostoru: naglasak na socijalnom distanciranju tijekom pandemije imat će veliki utjecaj na percepciju prostora kod ljudi te povećavati potrebu za većim osobnim prostorom. Time će se redefinirati prihvatljiva gustoća prostora i broj ljudi na određenom prostoru, turisti će se okretati boravku u prirodi, na otvorenom;
- Odnos prema zdravstvenoj sigurnosti: iskustvo pandemije pojačat će osjetljivost na zdravstvenu sigurnost na mjestima posjete. Od turističkih objekata očekivat će se da se pridržavaju strogih sanitarnih standarda, a odredišta će morati unaprijediti svoje medicinske objekte. Dodatne zdravstvene potvrde mogu se uvesti kao dobrovoljni programi za osiguranje gostiju, a zdravstvene putovnice mogu biti potrebne kao dokaz cijepljenja ili imuniteta za međunarodna putovanja. Balansiranje zdravstvene sigurnosti bez izazivanja paranoje bit će ključno;
- Odnos prema okolišu: Brzi oporavak okoliša tijekom pandemije, što potvrđuju čišći venecijanski kanali i smanjena emisija CO<sub>2</sub> u velegradovima, pokazuje mogućnost zdravog okoliša uz smanjenu upotrebu fosilnih goriva. Ova povećana ekološka svijest diljem svijeta može potaknuti promjene u turističkoj industriji, koja se uvelike oslanja na okoliš i utječe na njega;

---

<sup>22</sup> Čorak, Sanda. „Kako se prirediti za oporavak? Imamo li novu šansu za turističko (re)pozicioniranje?“. Institut za turizam. [https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S\\_2020.pdf](https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S_2020.pdf)

<sup>23</sup> Telišman-Košuta, Neda. „Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?“. Institut za turizam. [https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N\\_2020.pdf](https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N_2020.pdf)

- Ljudski odnosi: novi oblici komunikacije za obrazovanje, umjetnost i zabavu postali su dio svakodnevnog života. Ovi pomaci mogu dovesti do jačeg fokusa na emocionalne i iskrene sadržaje u turizmu, poput vođenih obilazaka, gastronomskih iskustava i personaliziranog smještaja
- Odnos prema tehnologiji: tijekom pandemije, tehnologija je postala jedan od načina održavanja kontakata i prividnosti normalnog života čime se populacija navikla na takav način života i tehnologija je postala dio života više nego ranije. U turizmu će tehnologija nastaviti unapređivati komunikaciju s tržištem i pojednostavljivati administrativne poslove, ali će stvarna iskustva putovanja ostati nezamjenjiva emocionalna ulaganja.

Prema autorima Krešić D. I Mikulić J. Glavni razlog utjecaja leži u tome što navedena pandemija ugrožava same temelje turističkog gospodarstva, odnosno:<sup>24</sup>

1. Iznos diskrecijskog dijela dohotka koji se troši na turizam i putovanja se smanjuje zbog globalne gospodarske krize i pada BDPa većine razvijenih zemalja koje su istodobno i glavna emitivna tržišta,
2. Smanjuje se prometna povezanost emitivnih i receptivnih turističkih regija zbog uspostave epidemioloških mjera usmjerenih na suzbijanje brzog širenja bolesti i destinacije su sve teže dostupne ili nisu dostupne uopće,
3. Smanjuje se i sloboda kretanja građana unutar matične države što dovodi do smanjenja domaće potražnje,
4. Bolest COVID-19 najviše ugrožava starije dobne skupine (65 godina i više, tzv. „srebrene pantere“) koje su do sada bili jedan od najvažnijih tržišnih segmenata za produženje turističke sezone a koji će vjerojatno ubuduće biti znatno manje skloni putovanjima pa će se samim time i produbiti problem sezonalnosti, koji muči ne samo hrvatski turizam nego i turizam svih zemalja čija se ponuda temelji na turizmu „sunca i mora“,
5. Narušava se povjerenje između turističke ponude i potražnje, što je možda i najveći problem s obzirom na to da se povjerenje dugo gradi i lako se gubi, ali to predstavlja očekivanu reakciju ljudi na nekontrolirano i brzo širenje nove, nepoznate i potencijalno smrtonosne zarazne bolesti.

---

<sup>24</sup> Krešić, Damir, i Josip Mikulić. „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije.“ Institut za turizam. [https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D\\_Mikuli%C4%87-J\\_2020.pdf](https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf)

S obzirom na gore spomenute točke, očito je da se ekonomske posljedice proizašle iz pandemije COVID-19 neće povući tako brzo i bez napora kako se prvobitno očekivalo još krajem veljače ove godine. Među različitim sektorima globalnog gospodarstva, očekuje se da će turizam snositi najveći teret ove krize. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) naglašava da povijesni podaci iz prethodnih epidemija/pandemija (kao što su SARS, Ebola, Zika i druge) pokazuju da je u prosjeku trebalo 20 mjeseci da se turistička industrija potpuno oporavi. Nedvojbeno je da je trenutna kriza neusporedivih razmjera, nadmašujući utjecaj svih prethodnih. Svjetska turistička organizacija UN-a (UNWTO) predviđjela je smanjenje broja međunarodnih turističkih dolazaka za 20-30% za 2020., ali kako vrijeme odmiče (sredina travnja u trenutku pisanja), postaje sve očitije da će pad biti čak i značajniji nego što se prvotno procjenjivalo. Neizvjesnost koja okružuje globalna ograničenja putovanja i zdravstveni problemi značajno su utjecali na ponašanje putnika, a proces oporavka turističkog sektora vjerojatno će biti dugotrajniji i zahtjevniji.<sup>25</sup>

Prema fazama pandemija, pretpostavlja se da se ekonomska kriza izazvana pandemijom COVID-19 neće riješiti brzo i bez napora, kako se činilo na početku. Sektor turizma je najteže pogođen segment globalnog gospodarstva. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) sugerira da povijesni podaci iz prošlih epidemija/pandemija (kao što su SARS, Ebola, Zika, itd.) ukazuju na prosječno 20 mjeseci za potpuni oporavak turističke industrije. Svjetska turistička organizacija UN-a (UNWTO) predviđjela je smanjenje broja međunarodnih turističkih dolazaka za 20-30% za 2020., ali trenutni pokazatelji sugeriraju da će pad biti još značajniji nego što se prvotno procjenjivalo.<sup>26</sup>

Očekuje se da će oporavak turizma biti postupan, a destinacije će proći nekoliko faza prije povratka na pretkrizne razine turističke aktivnosti. Faze oporavka mogu nalikovati fazama modela životnog ciklusa turističkog područja (TALC), gdje neke destinacije mogu preskočiti uvodne faze i ponovno se suočiti s izazovima faze rasta, te se moraju dokazivati i boriti za svakog posjetitelja, čak i za one koji su bili lojalni prije krize.

Prva faza oporavka vjerojatno će se poklopiti sa završnom fazom epidemije, koja će trajati od srpnja do listopada 2020. (na temelju trenutnih saznanja). U tom će razdoblju lokalna i regionalna potražnja pretežno generirati turističku aktivnost, pod pretpostavkom da su nacionalne granice otvorene za zemlje koje drže pandemiju pod kontrolom. Intenzitet potražnje

---

<sup>25</sup> Krešić, Damir, i Josip Mikulić. „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije.“ Institut za turizam. [https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D\\_Mikuli%C4%87-J\\_2020.pdf](https://iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf)

<sup>26</sup> Ibid.

s velikih emitivnih tržišta poput Njemačke, Austrije i Italije uvelike će ovisiti o gospodarskoj situaciji u tim zemljama i porukama koje njihove vlade šalju u vezi s međunarodnim putovanjima. Bitno je napomenuti da lokalna potražnja tijekom ove faze neće doseći rekordne razine iz 2019. Fokus u ovoj početnoj fazi bit će na turističkim proizvodima koji uključuju minimalan kontakt među ljudima i odvijaju se u prirodi ili rijetko naseljenim područjima, gdje je rizik od širenja bolesti manji. Favorizirat će se proizvodi poput nautičkog turizma, aktivnosti na otvorenom (biciklizam, planinarenje i sl.), te turizma u zaštićenim prirodnim područjima, uz smještaj na brodovima, obiteljska gospodarstva, kampove i kuće za odmor u manje naseljenim regijama. Općenito, dok se pandemija u potpunosti ne stavi pod kontrolu, bit će sve veća potražnja za turističkim proizvodima i smještajem gdje se lako može održavati "socijalna distanca" i striktno pridržavati higijenskih mjera.

Druga faza oporavka izravno je povezana sa stvaranjem bitnih uvjeta za nesmetano pružanje turističkih usluga. Ova faza uključuje ponovno otvaranje granica između europskih zemalja i uspostavu redovitih zračnih, kopnenih i pomorskih veza unutar Europe, a kasnije i diljem svijeta. Ova bi faza mogla nastupiti krajem 2020. ili početkom 2021. Tijekom ove faze međunarodno turističko tržište bit će svjedokom oštre konkurencije jer će destinacije i tvrtke ubrzano nastojati vratiti tržišne pozicije prije krize i nadoknaditi gubitke nastale 2020. Ugled Hrvatske kao iznimno sigurne destinacija, dodatno ojačana kompetentnim kriznim menadžmentom tijekom pandemije, mogla bi poslužiti kao značajna konkurentna prednost, posebice u usporedbi s destinacijama poput Italije i Španjolske, koje bi iz krize mogle izaći s narušenim ugledom. S obzirom na dugotrajnu i neizvjesnu prirodu krize, u kojoj će svi dionici lanca vrijednosti u turizmu pretrpjeti značajne gubitke, druga faza oporavka može pogodovati opstanku najsposobnijih i najspremnijih subjekata. Stoga je ključno da naše destinacije i poduzeća uđu u ovu fazu s dobro definiranim poslovnim strategijama i jasnim ciljevima.

Treća faza oporavka hrvatskog turizma nastupit će kada se gospodarstva velikih emitivnih tržišta počnu oporavljati, a stope rasta BDP-a i kupovne moći potrošača u tim zemljama (Njemačka, Italija, Austrija itd.) mogu podnijeti troškove međunarodnih putovanja. Ova se faza očekuje tijekom 2022. ili potencijalno ranije, ovisno o globalnoj ekonomskoj situaciji i raspoloženju prema međunarodnim putovanjima u tim zemljama. Tijekom ove faze Hrvatska bi mogla iskoristiti svoju blizinu značajnim emisijskim tržištima, što bi je učinilo relativno dostupnom cestovnim prometom u usporedbi s mnogim drugim mediteranskim odredištima. Prema istraživanju TOMAS ljeta 2017., 85% turista dolazi u Hrvatsku cestovnim prometom, dok samo 14% koristi zračni prijevoz, što značajno odstupa od globalnog prosjeka koji iznosi 37% cestovnog i 58% zračnog prometa (UNWTO Tourism Highlights, 2019.). Sve dok prijetnja

od COVID-19 u potpunosti ne nestane, odredišta koja uvelike ovise o zračnom prometu vjerojatno će se sporije oporavljati zbog sindroma "blizu doma", pri čemu se sklonost putovanjima na velike udaljenosti smanjuje u kriznim i neizvjesnim vremenima.

Kako bi se postigla sinergija među dionicima u opskrbnom lancu destinacije, bit će veća potreba za razmjenom informacija i koordinacijom nego prije krize. Konkurencija za svakog gosta bit će žestoka jer će se brojne destinacije istovremeno vratiti na turističku scenu. Učinkovita komunikacija s gostima i atraktivna ponuda uz korištenje naših autentičnih resursa, poput tradicionalne pripreme hrane s lokalnim proizvodima i kulturnih aktivnosti, dat će nam prednost na konkurentnom tržištu. Digitalni marketing bit će ključan za precizno ciljanje određenih tržišnih segmenata te će biti pristupačiji pojedincima i manjim tvrtkama te će omogućiti stalnu komunikaciju s gostima. Igrat će značajnu ulogu u uvjeravanju potencijalnih gostiju da naši objekti i destinacije mogu ispuniti njihove zahtjeve.<sup>27</sup>

Razdoblje oporavka nakon krize predstavljat će i prilike i izazove za upravljanje destinacijom, praćenje kvalitete, upravljanje posjetiteljima i ispunjavanje zahtjeva pojedinih segmenata tržišta. Lobiranje za značajne projekte u destinaciji, očuvanje važnih znamenitosti i prirodnih područja te kreativna interpretacija različitih resursa bit će ključni zadaci. Trenutačni tijek krize u različitim zemljama ukazuje na to da će se neke oporaviti brže i lakše od drugih, pri čemu se očekuje najbrži oporavak Njemačke i Austrije.<sup>28</sup> Potpuni oporavak turizma, globalno i u Hrvatskoj kao dijelu globalnog turističkog toka, dogodit će se kada više ne bude prijetnje od COVID-19 i kada se uspostavi ravnoteža između turističke ponude i potražnje na globalnom tržištu – nužan preduvjet za bilo kakav turistički rast i razvoj.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Čorak, Sanda. „Kako se prirediti za oporavak? Imamo li novu šansu za turističko (re)pozicioniranje?“. Institut za turizam. [https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S\\_2020.pdf](https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S_2020.pdf)

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Krešić, Damir, i Josip Mikulić. „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije.“ Institut za turizam. [https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D\\_Mikuli%C4%87-J\\_2020.pdf](https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf)

### **3. Utjecaj COVID-19 na turizam**

Dok se svijet suočava s globalnom zdravstvenom, socijalnom i gospodarskom krizom bez presedana s pandemijom COVID-19, putovanja i turizam su među najteže pogođenim sektorima sa zrakoplovima na zemlji, zatvorenim hotelima i ograničenjima putovanja uvedenim u gotovo svim zemljama diljem svijeta. Stoga je Svjetska turistička organizacija (UNWTO) pokrenula novi portal o COVID-19 i turizmu koja prikazuje podatke o utjecaju COVID-19 na turistički sektor diljem svijeta, po regijama i po destinacijama.

Portal uključuje podatke o:<sup>30</sup>

- Međunarodni dolasci turista
- Prihodi od međunarodnog turizma
- Ranjivost odredišta
- Turizam kao udio u BDP-u
- Udio turizma u ukupnom izvozu
- Međunarodni turizam kao udio u ukupnom turizmu (uključujući domaći)
- Procjena utjecaja COVID-krize na turizam
- Procjena utjecaja prethodnih kriza na turizam

U ovo poglavlju istražiti će se utjecaj COVID-19 na turizam i turistička kretanja koristeći dostupne statističke podatke te će biti prikazana i usporedba tih pokazatelja na području Europe.

#### **3.1. Utjecaj COVID-19 na turizam Europe**

Pandemija COVID-19 zahvatila je Europu, ostavivši za sobom neviđen poremećaj u turističkoj industriji regije. Dok su se zemlje borile sa zdravstvenom krizom, putovanja i aktivnosti u slobodno vrijeme naglo su ograničene, što je dovelo do strmoglavog pada međunarodnih posjetitelja i seizmičke promjene u dinamici sektora. U ovom poglavlju proučit će se učinak pandemije na turizam Europe kroz dostupne statističke podatke.

---

<sup>30</sup> World tourism organization. „UNWTO Tourism Dashboard.“ <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

### 3.1.1. Utjecaj na broj turističkih dolazaka

Broj turističkih dolazak je jedan od glavnih pokazatelja turizma, njime se mjere tokovi međunarodnih posjetitelja u određeno područje, regiju, zemlju. Svaki dolazak odgovara jednom dolaznom turističkom putovanju.

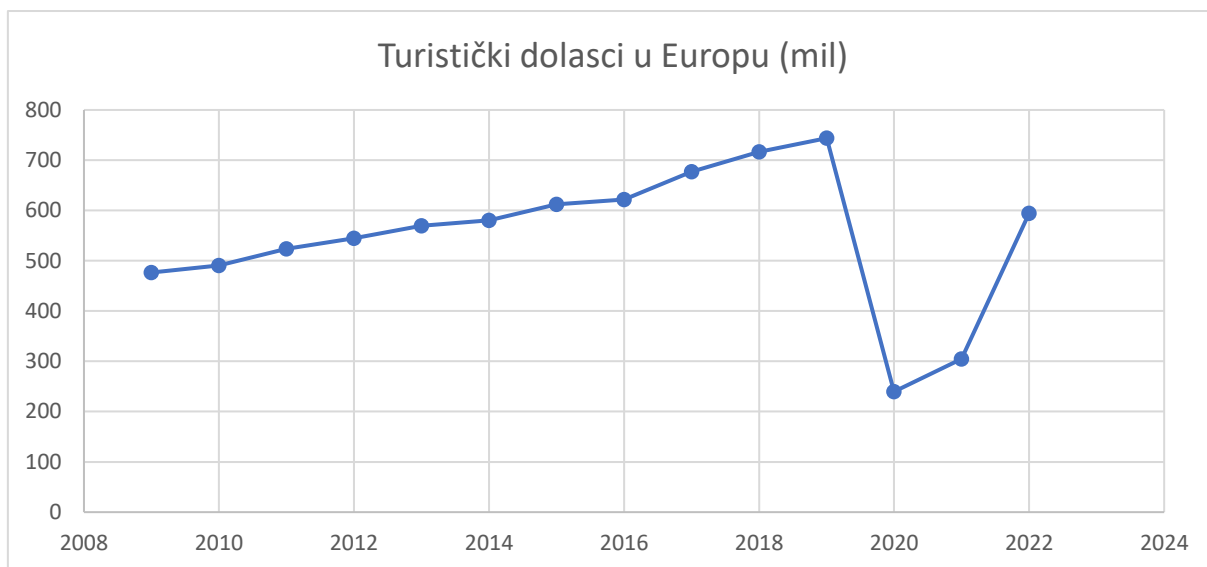
Tablica 2.: Usporedba turističkih dolazaka u Europi za razdoblje 2020.-2022. u usporedbi s 2019. godinom

Godina	Broj turističkih dolazaka (mil.)	Postotna promjena u odnosu na 2019. godinu
2019.	743,91	-
2020.	239,63	-67,8 %
2021.	304,88	-59,0 %
2022.	594,53	-20,1 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Prema tablici 2 vidljiva je usporedba turističkih dolazaka na područje Europe s usporedbom podataka tijekom pandemije s pretpandemijskom 2019. godinom iz koje je vidljiv najveći pad dolazaka prve godine pandemije kada je pad bio čak 67,8 posto u odnosu na godinu ranije. Takva reakcija tržišta se dogodila iz niza razloga, ograničavanje putovanja na nacionalnim razinama, upućivanje od nadležnih tijela na socijalnu distancu, strah ljudi od zaraze, itd. Sljedeće 2021. godine je vidljiv rast dolazaka u odnosu na godinu prije, ali i dalje je intenzivan pad u odnosu na 2019. godinu, ljudi se polako privikavaju na život s pandemijom i počinju sve više putovati. Prvi znakovi značajnijeg oporavka od utjecaja pandemije na turizam Europe je vidljiv u 2022. godine gdje je drastičan rast turističkih događaja u odnosu na godinu prije, odnosno skoro je ostvaren dupli broj dolazaka s impresivnim rastom od čak 98%. Ako to usporedimo s pretpandemijskom godinom, 2019. godinom i dalje je osjetan pad od 20,1 % ali su pokazatelji pozitivni te se može zaključiti da će nadolazeća godina imati još bolje pokazatelje oporavka. Broj posjetitelja je naglo narastao s obzirom na stagnaciju pandemije, njezino lokalno pojavljivanje, raširenost cjepiva, a svakako i na novi način života gdje su ljudi naučili na suživot s virusom, smanjuje se opreznosti i strah te se posljedično broj putovanja i povećava.

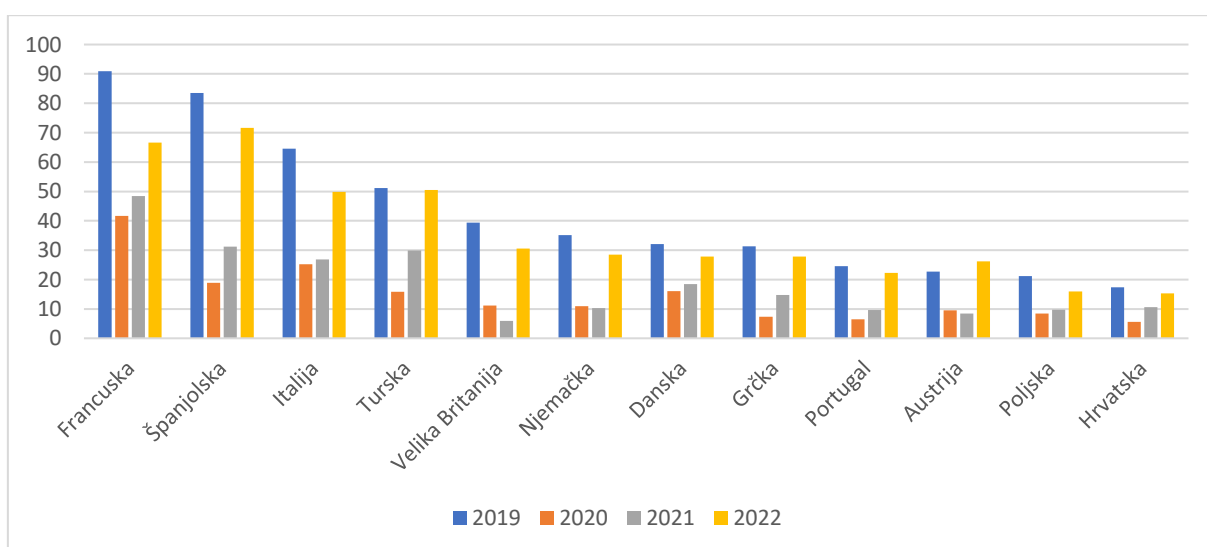
Graf 1.: Turistički dolasci u Europi od 2008.-2022. u milijunima



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Prema grafu 1 vidimo konstantan rast turističkih dolazaka na područje Europe u promatranom razdoblju od 12 godina. Prema prikazanom vidljiv je konstantan i ujednačen rast broja turista kao i nagli pad 2020. godine u kojoj je ostvaren broj dolazaka manji od cijelog promatranog razdoblja. Godina nakon, 2021. bilježi blagi pad, dok godina 2022. ostvaruje drastičan rast kojim se približava rekordnoj 2019. godini.

Graf 2.: Turistički dolasci (u mil.) u turistički razvijenije zemlje u Europi u razdoblju od 2019.-2022.



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>



Na grafu 2 prikazani su turistički dolasci za turistički najrazvijenije zemlje u Europi s usporednim razdobljem od 2019. do 2022. godine. Prema prikazanom vidljivo je da se broj turističkih dolazaka kretao u sličnim omjerima između promatranim zemljama, uz veće ili manje razlike, vidljiv je nagli pad u 2020. godini, blagi rast u 2021. te nagli rast u 2022. godini. Austrija je primjer zemlje koja je u 2022. godini ostvarila veći broj dolazaka od podataka iz 2019. godine što je posljedica pravilnog upravljanja turizmom, visokom razinom sigurnosti i povjerenja koje turisti imaju u navedenu destinaciju. Ujedno je iz grafa primjetno da zemlje s kupališnim turizmom su ostvarile veći rast u pandemijskim godinama od onih koje svoju ponudu baziraju na nekim drugim specifičnim oblicima turizma. Tako države poput Španjolske, Grčke, Portugala i Hrvatske u usporednom razdoblju unatoč velikom padu broja posjetitelja u prve dvije pandemijske godine bilježe značajan rast i oporavak u 2022. godini.

### 3.1.2. Utjecaj na turističku potrošnju

Turistička potrošnja je sva potrošnja pojedinca u mjestu stalnoga boravka za potrebe turističkoga putovanja, za vrijeme putovanja u turističko odredište, kao i sva potrošnja za kupnju roba i usluga za vrijeme boravka u turističkom odredištu.

Tablica 3.: Usporedba turističke potrošnje u Europi za razdoblje 2020.-2022. u usporedbi s 2019. godinom

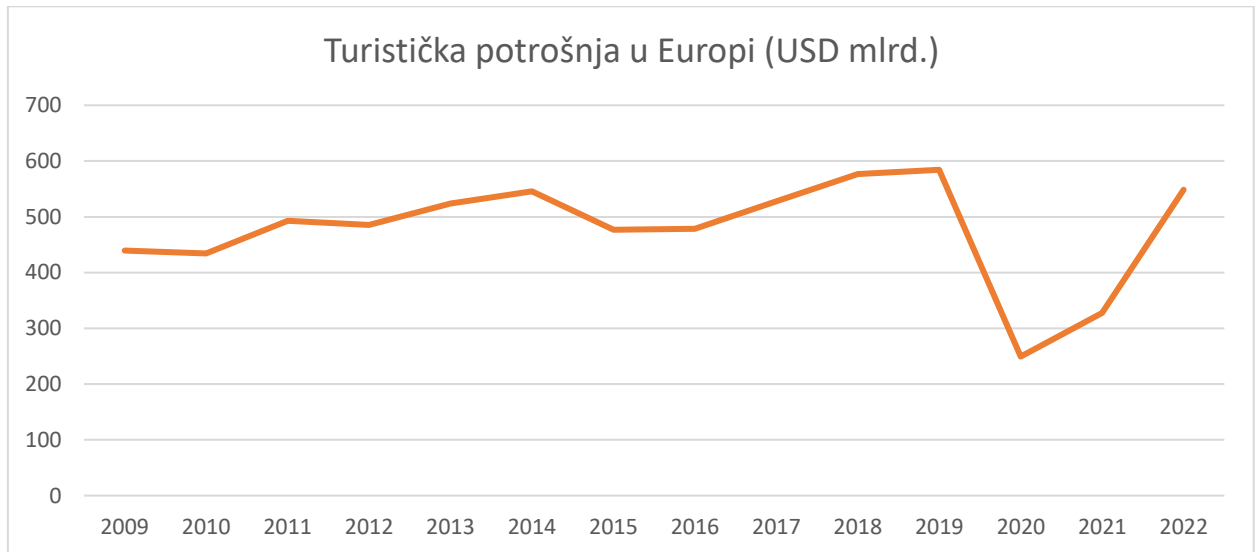
Godina	Turistička potrošnja (mil. USD)	Postotna promjena u odnosu na 2019. godinu
2019.	584,3	-
2020.	249,3	-58 %
2021.	327,4	-47 %
2022.	548,6	-13 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Turistička potrošnja je pratila pokazatelje turističkih dolazaka, tako je najveći i najznačajniji pad ostvaren prve godine pandemije, odnosno 2020. godine. Očekivano s obzirom na manji broj dolazaka da je ostvarena i manja potrošnja. Dolasci su pali za skoro 70% a potrošnja nešto manje čime dolazimo do zaključka da su putovanja u početku pandemije bila i nešto skuplja, što se sigurno potvrđuje značajnim rastom cijena avionskih karata, neophodnim testiranjima i izdavanjima COVID potvrda. Godina nakon, 2021. godina je bila nešto neznajno bolja od

godine radnije tako da je vidljiv rast potrošnje iako je ona i dalje skoro 50% manja u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu. Ako pogledamo pokazatelje za 2022. godinu, isto kao i kod broja turističkih događaja vidljiv je značajan rast koji se približio iznosom usporednoj 2019. godini tako da je pad bio samo 13% odnosno 35,7 mil američkih dolara. Ovakav pozitivan rast je dobar pokazatelj što se može očekivati od narednih godina i nagovještava kraj pandemije.

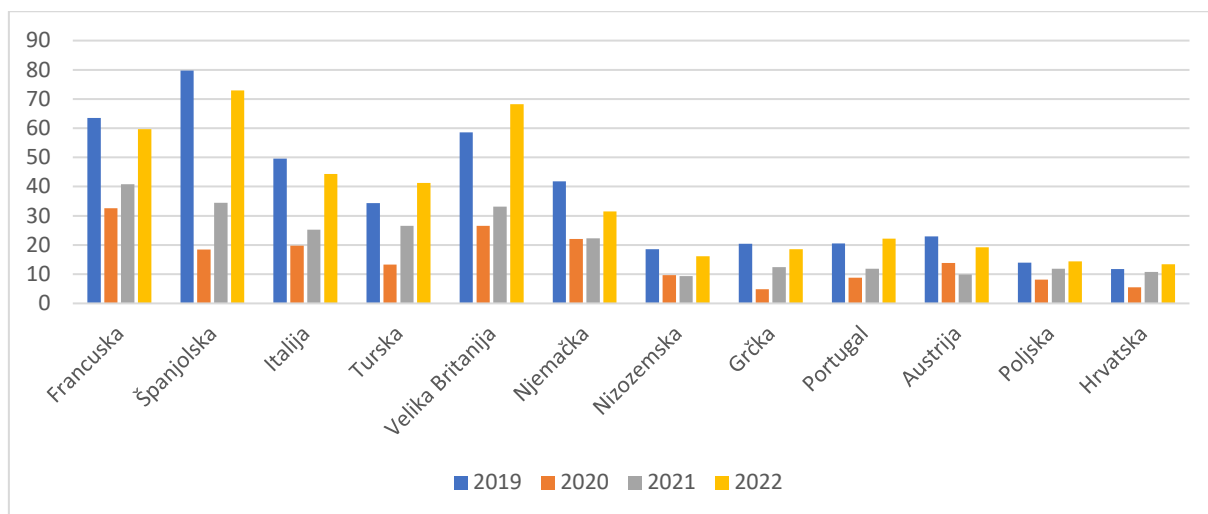
Graf 3.: Turistička potrošnja u Europi od 2008.-2022. u milijardama američkih dolara



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Prema grafu 3, na kojem je prikazana turistička potrošnja na području Europe u razdoblju od 2008. godine do 2022. godine vidljiva je ujednačena potrošnja u dijelu promatranog razdoblja (2008.-2019.) bez većih oscilacija što znači da je bila očekivana i stabilna. Manja oscilacija u obliku pada uočljiva je 2015. godine što je posljedica Migrantske krize. Na grafu je bolje prikazana značajnost pada početkom pandemije, odnosno u 2020. godini, blago poboljšanje sljedeće godine te značajan oporavak u 2022. godini kada se krivulja približila vrijednostima prije pandemije.

Graf 4.: Turistička potrošnja (u mlrd.) u turistički razvijenijim zemljama Europe u razdoblju od 2019.-2022.



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U grafu 4 se promatra turistička potrošnja za turistički razvijenije zemlje Europe u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Prema grafu je vidljivo da je pad odnosno rast po navedenim zemljama bio neujednačen, pravilo je da su sve zemlje, kao i u broju dolazaka, ostvarile značajan pad u prvoj godini pojave pandemije, 2020. godini. Ono u čemu je vidljiva razlika je da su pojedine zemlje ipak uspjele ostvariti rast u zadnjoj promatranoj godini u odnosu na 2019. godinu, iako je ukupan prosjek za cijelu Europu i dalje manji naspram 2019. godine. Tako zemlje poput Turske, Velike Britanije, Portugala, Poljske i Hrvatske bilježe veću turističku potrošnju u odnosu na 2019. godinu. Ostale promatrane zemlje možda nisu premašile iznose turističke potrošnje od 2019. godine, ali su im se u svakom slučaju približile te se može očekivati rast u narednim godinama ako takav trend ostane.

### 3.2. Utjecaj COVID-19 na turizam Hrvatske

Pandemija COVID-19 značajno je utjecala na turizam u Hrvatskoj jer su ograničenja putovanja i mjere karantene dovele do naglog pada međunarodnih posjetitelja. Hrvatska koja je poznata po svojoj prekrasnoj obali, povijesnim gradovima i živopisnim kulturnim znamenitostima, doživjela je značajan pad prihoda od turizma. Mnogi hoteli, restorani i tvrtke povezane s

turizmom suočili su se s financijskim izazovima i privremenim zatvaranjem zbog smanjenog broja turista. Hrvatska turistička privreda dosta je radila na provođenju sigurnosnih mjera i promicanju domaćeg turizma u tijekom ovog izazovnom razdoblje. Kako se situacija poboljšavala i ograničenja postupno ukidala, zemlja je počela svjedočiti sporom, ali postupnom oporavku turističkog sektora. U ovom poglavlju analizirat će se dostupni statistički podaci o hrvatskom turizmu u pandemijskom razdoblju te će se usporediti s pretpandemijskim godinama kako bi se dobio uvid o utjecaju i oporavku.

### 3.2.1. Turistički dolasci

Broj turističkih dolazak je jedan od glavnih pokazatelja turizma, njime se mjere tokovi međunarodnih posjetitelja u određeno područje, regiju, zemlju. Svaki dolazak odgovara jednom dolaznom turističkom putovanju.

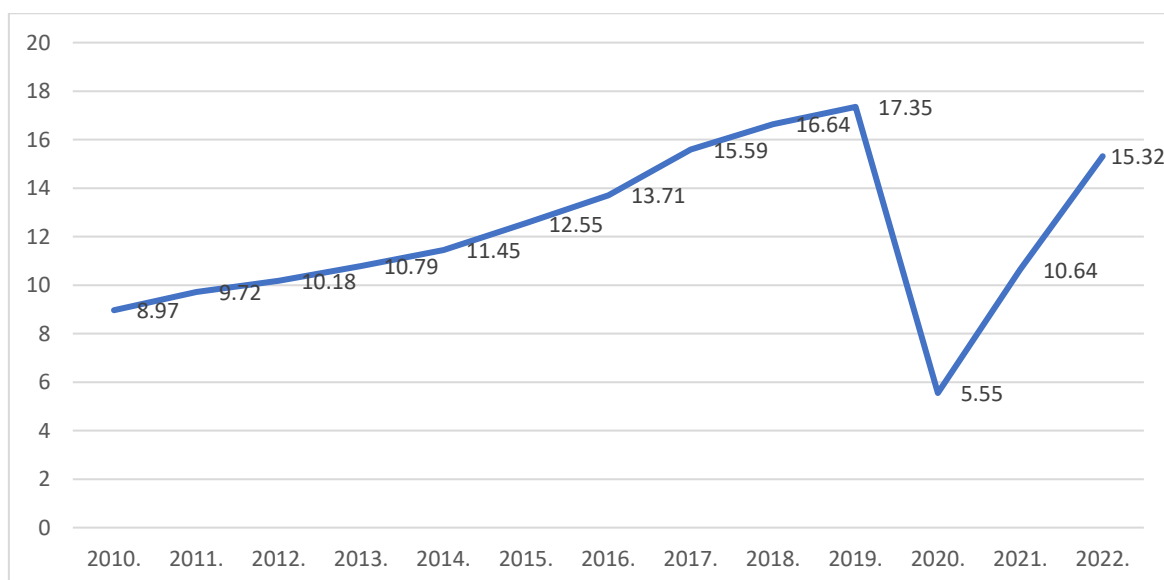
Tablica 4.: Turistički dolasci u Hrvatsku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)

Godina	Broj dolazaka	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	8,97	-
2011.	9,72	8,4 %
2012.	10,18	4,7 %
2013.	10,79	6 %
2014.	11,45	6,1 %
2015.	12,55	9,6 %
2016.	13,71	9,2 %
2017.	15,59	13,7 %
2018.	16,64	6,7 %
2019.	17,35	4,3 %
2020.	5,55	-68 %
2021.	10,64	91,7 %
2022.	15,32	44 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Na tablici 4 vidljivi su statistički podaci o turističkim dolascima u Republiku Hrvatsku u razdoblju od 2010. do 2022. godine. Podaci od 2010. do 2015. pokazuju stabilan rast hrvatskog turizma, s godišnjim porastom od 4,7% do 9,6%. Ovaj stabilan rast pripisuje se radu na razvoju turizma, proširenju ponude i turističkih kapaciteta te sigurnosti destinacije. U 2017. Hrvatska je doživjela značajan porast turizma s nevjerojatnim porastom turističkih dolazaka od 13,7%, vjerojatno pod utjecajem povećanog interesa međunarodnih putnika i uspješnih promotivnih kampanja. Od 2018. do 2019. stopa rasta turističkih dolazaka je usporila, s povećanjem od 6,7% odnosno 4,3%. Unatoč blagom usporavanju, Hrvatska je nastavila privlačiti sve više posjetitelja svake godine. Međutim, 2020. godinu obilježio je dramatičan pad turizma zbog pandemije COVID-19. Broj turističkih dolazaka pao je za nevjerojatnih 68% u usporedbi s prethodnom godinom, jer su strah putnika od zaraze COVID-om, ograničenja putovanja i zabrane ozbiljno utjecale na globalnu turističku industriju. U 2021. Hrvatska je doživjela značajan oporavak, s porastom turističkih dolazaka od 91,7%. Pozitivan zamah nastavljen je i u 2022. godini, s povećanjem turističkih dolazaka od 44% u odnosu na prethodnu godinu.

Graf 5.: Turistički dolasci u Hrvatsku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Tijekom proteklog desetljeća hrvatska je turistička industrija doživjela značajan rast i fluktuacije. U 2010. godini zemlja je primila 8,97 milijuna turista, a taj se broj u narednim godinama stalno povećavao. Do 2015. Hrvatska je zabilježila 12,55 milijuna turističkih dolazaka. Pozitivan trend nastavljen je još značajnijim rastom u 2016. i 2017. godini, dosegnuvši 13,71 milijuna odnosno 15,59 milijuna turističkih dolazaka. Ovaj porast bio je

dokaz privlačnosti Hrvatske, koju karakterizira prekrasna obala, bogata kulturna baština i živahni gradovi. Uzlazna putanja nastavljena je i u 2018. i 2019., kada je Hrvatsku posjetilo 16,64 milijuna, odnosno 17,35 milijuna turista. Turizam Hrvatske je bio na stabilnom i konstantnom rastu i zbog strateških promocija i ulaganjem u infrastrukturu. Međutim, 2020. godine globalna pandemija uzela je veliki danak turističkoj industriji, pa tako i hrvatskom turizmu. Broj dolazaka turista pao je na 5,55 milijuna, što predstavlja značajan pad zbog ograničenja putovanja i sigurnosnih problema. Unatoč izazovima, Hrvatska je pokazala otpornost i prilagodljivost. Kako su ograničenja putovanja ublažena 2021., zemlja je doživjela izvanredan oporavak, a dolasci turista porasli su na 10,64 milijuna. Pozitivan zamah prenesen je i u 2022. godinu s 15,32 milijuna turističkih dolazaka, čime je Hrvatska dodatno učvrstila poziciju atraktivne i tražene destinacije te se brojem turističkih dolazaka približila rekordnoj 2019. godini.

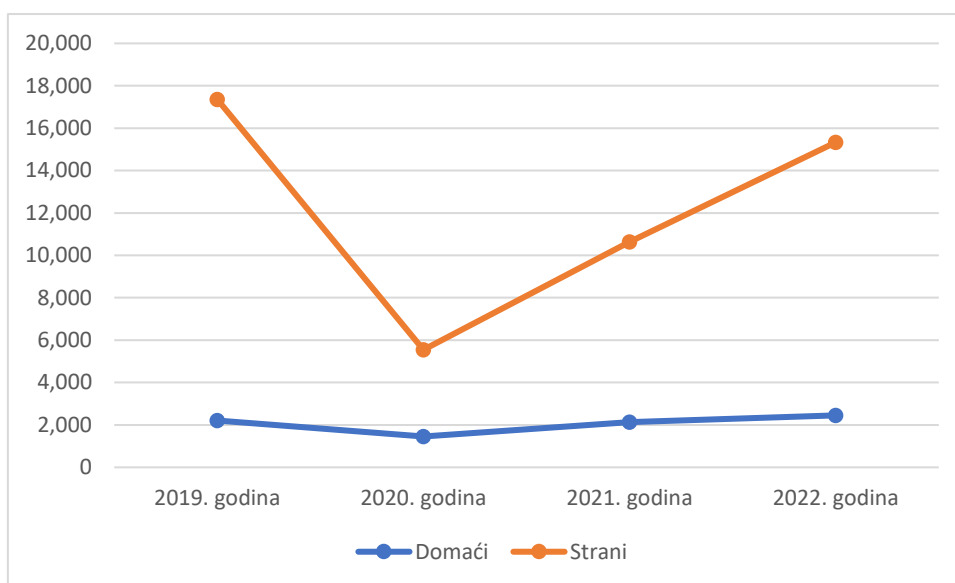
Tablica 5.: Broj dolazaka domaćih i stranih turista u Republiku Hrvatsku od 2019. do 2022. godine (u tis.)

Broj dolazaka	2019. godina	2020. godina	2021. godina	2022. godina
Domaći	2.213	1.456	2.135	2.451
Strani	17.353	5.545	10.641	15.324
Ukupno	19.566	7.001	12.776	17.775

Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Prema tablici 5 u kojoj su prikazani turistički dolasci u Republiku Hrvatsku u razdoblju od 2019. do 2022. godine s podjelom na strane i domaće turiste, vidljiva je fluktuacija te značajan utjecaj COVID-19 na turizam zemlje. U 2019. godini ukupan broj dolazaka bio je 19.566. Većina posjetitelja bili su strani turisti, njih 88,7 posto. Domaći posjetitelji činili su manji udio, čineći 11,3% ukupnih dolazaka. U 2020. godini zabilježen je značajan pad ukupnog broja dolazaka na 7.001 što je utjecaj pandemije, straha turista od zaraze, ograničenja putovanja, otkazivanja zračnih linija i sličnog. Smanjili su se i domaći i strani dolasci, pri čemu su više pogođeni strani dolasci koji su činili 79,2% ukupnog broja, dok su domaći posjetitelji činili 20,8% ukupnih dolazaka. U 2021. broj dolazaka se oporavio i dosegnuo 12.776. Strani posjetitelji i dalje su dominantna skupina, čineći 83,3% ukupnih dolazaka, dok domaći dolasci čine 16,7%. U 2022. ukupni dolasci dodatno su porasli na 17.775. Udio stranih dolazaka i dalje je znatno veći (86,2% od ukupnog broja) u odnosu na domaće koji su iznosili 13,8%.

Graf 6.: Broj dolazaka domaćih i stranih turista u Republiku Hrvatsku od 2019. do 2022. godine (u tis.)



Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Graf 6 prikazuje statističke podatke prikazane u tablici 5, a na njemu se grafički vidi i utjecaj COVID-19 na turističke dolaske u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Drastičan pad se dogodio u broju dolazaka stranih turista čiji su dolasci pali za čak 68%. Mnogo manja fluktuacija i utjecaj pandemije je bio na domaća putovanja tako da je njihov broj ostao koliko toliko stabilan, sa skoro neznačajnim padom od 34%. Isto tako je vidljivo koliko je udio stranih turista veći od domaćih te oporavak nakon pandemije gdje ukupni broj dolazaka se jako približio rekordnoj pretpandemijskoj 2019. godini.

Tablica 6.: Broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj od 2019. do 2022. godine (u tis.)

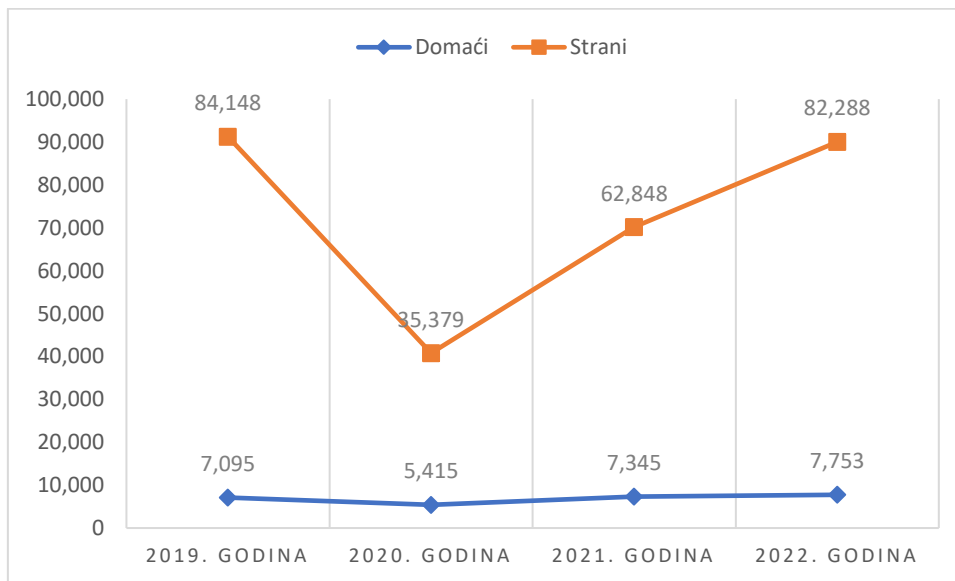
Broj noćenja	2019. godina	2020. godina	2021. godina	2022. godina
Domaći	7.095	5.415	7.345	7.753
Strani	84.148	35.379	62.848	82.288
Ukupno	91.243	40.794	70.202	90.040

Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Tablica 6 prikazuje broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj u periodu od 2019- do 2022. godine s podjelom na ostvarena noćenja domaćih i stranih turista. U 2019. godini ukupan broj noćenja na lokaciji iznosio je 91.243. Najviše noćenja ostvarili su strani gosti, 92,2% od ukupnog broja noćenja dok su domaći posjetitelji činili manji udio, svega 7,8% ukupnih noćenja. U 2020. došlo je do značajnog smanjenja ukupnog broja noćenja provedenih u zemlji,

a zbog utjecaja pandemije COVID-19 i ograničenja putovanja . Smanjila su se i domaća i inozemna noćenja, pri čemu su više pogođena inozemna noćenja, koja čine 86,7% ukupnog broja, dok su domaća noćenja činila 13,3% ukupnih noćenja. U 2021. broj noćenja provedenih na lokaciji doživio je oporavak i dosegnuo 70.202. Strani posjetitelji i dalje su dominantna skupina, čineći 89,5% ukupnih noćenja, dok su domaća noćenja činila 10,5%. U 2022. ukupna noćenja provedena na lokaciji dodatno su porasla na 90.040. Udio inozemnih noćenja ostao je znatno veći (91,4% od ukupnog broja) u odnosu na domaća noćenja, koja su iznosila 8,6%.

Graf 7.: Broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj od 2019. do 2022. godine (u tis.)



Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Graf 7 je grafički prikaz statističkih podataka iz tablice 6, odnosno broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj u periodu od 2019- do 2022. godine s podjelom na ostvarena noćenja domaćih i stranih turista. Na njemu je prikazan drastičan pad broja ostvarenih noćenja stranih turista uslijed pandemije COVID-19 kada je pad iznosio 58 %. Isto tako je, kao i prema podacima o dolascima, vidljiv stabilan broj ostvarenih noćenja domaćih turista gdje pad uslijed COVID-19 nije bio toliko značajan, pad je bio samo 23% u odnosu na godinu ranije, 2019. godinu.



### 3.2.2. Smještajni kapaciteti

Pod turističkim smještajnim kapacitetima smatra se ukupan broj kreveta ili soba dostupnih u smještajnim objektima koji su posebno namijenjeni za smještaj turista i putnika. Kapacitet uključuju razne vrste smještajnih objekata koji služe turistima, kao što su hoteli, odmarališta, moteli, domovi, hosteli, pansioni, smještaji za odmor i drugi slični objekti. Smještajni kapaciteti se koriste za procjenu potencijala destinacije da ugosti i smjesti posjetitelje. To je bitan čimbenik u turističkoj industriji jer izravno utječe na sposobnost destinacije da prihvati dolazne turiste i zadovolji njihove potrebe za smještajem. Te podatke prikupljaju turističke vlasti, vladine agencije ili relevantne organizacije ugostiteljstva. Brojevi kapaciteta mogu se prijaviti za određena razdoblja, kao što su dnevni, mjesečni ili godišnji, i koriste se za razumijevanje spremnosti destinacije da ugosti turiste tijekom različitih godišnjih doba i događaja.

Tablica 7.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine prema NKD-u 2007, odjeljak 55

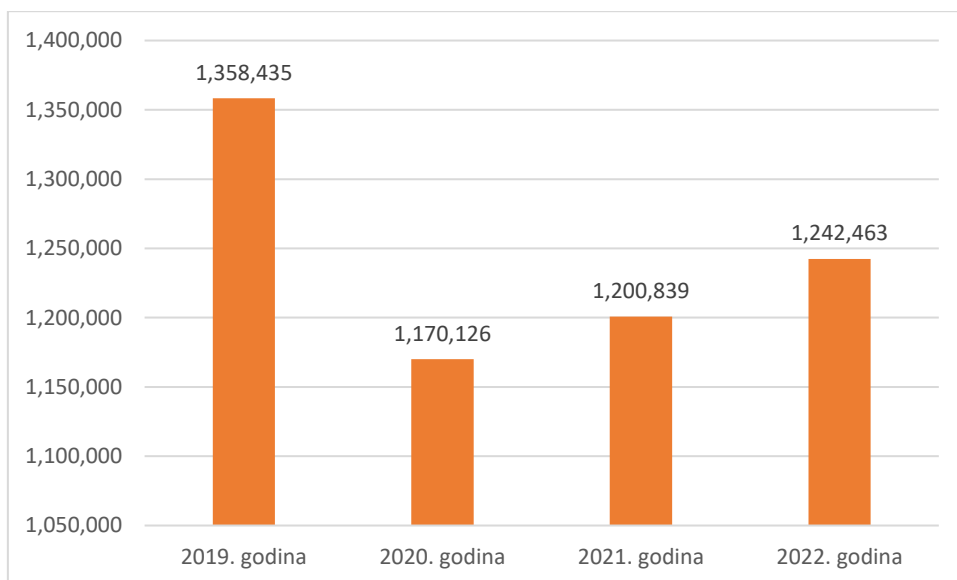
Broj kreveta	2019.	2020.	2021.	2022.
Hoteli i sličan smještaj	181.242	161.919	172.807	177.760
Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	898.529	750.736	762.996	795.249
Kampovi i prostori za kampiranje	277.306	256.707	264.101	269.174
Ostali smještaj	1.358	764	935	1.280
Ukupno	1.358.435	1.170.126	1.200.839	1.242.463

Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dph1du5/stat-info-2022.pdf>

U tablici 7 prikazan je broj kreveta u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2020. godine razvrstanih prema tipu prema NKD-u 2007. U 2019. godini ukupan broj kreveta za sve vrste smještaja iznosio je 1.358.435. Ova godina je odraz stabilnog razvoja turizma u proteklim godinama prije bilo kakvih značajnijih vanjskih događaja, poput pandemije COVID-19, koji bi mogli utjecati na turizam i ugostiteljstvo. U 2020. godini primjetan je pad ukupnog broja kreveta na 1.170.126. Ovaj pad iznosio je smanjenje od otprilike 188 309 kreveta (oko 13,9%) u usporedbi s 2019. Smanjenje se može pripisati ozbiljnom utjecaju pandemije COVID-19 na globalnu turističku industriju. Ograničenja putovanja, karantene i zatvaranje granica tijekom pandemije doveli su do značajnog smanjenja turističkih dolazaka i odgovarajućeg pada potražnje za smještajem. Podaci za 2021. pokazuju oporavak u sektoru smještaja, s povećanjem ukupnog broja kreveta na 1.200.839. To predstavlja povećanje od oko 30 713 kreveta (oko

2,6%) u usporedbi s 2020. Oporavak se može pripisati postupnom ublažavanju ograničenja putovanja, uvođenju cjepiva i ponovnom pokretanju putnih aktivnosti kako se situacija s COVID-19 poboljšala u mnogim regijama. U 2022. ukupan broj kreveta nastavio je rasti te je dosegnuo 1.242.463. To ukazuje na daljnji rast smještajnih kapaciteta, s povećanjem od približno 41 624 kreveta (oko 3,5%) u usporedbi s 2021. Održivi oporavak u sektoru smještaja sugerira nastavak oporavka turističkih aktivnosti kako su učinci pandemije dodatno oslabili. Značajno smanjenje smještajnih kapaciteta u 2020. godini ilustrira ozbiljnost krize i izazove s kojima se u tom razdoblju suočava turistički sektor. Međutim, naknadni oporavak 2021. i 2022. ukazuje na otpornost i prilagodljivost kao odgovor na izazovne okolnosti.

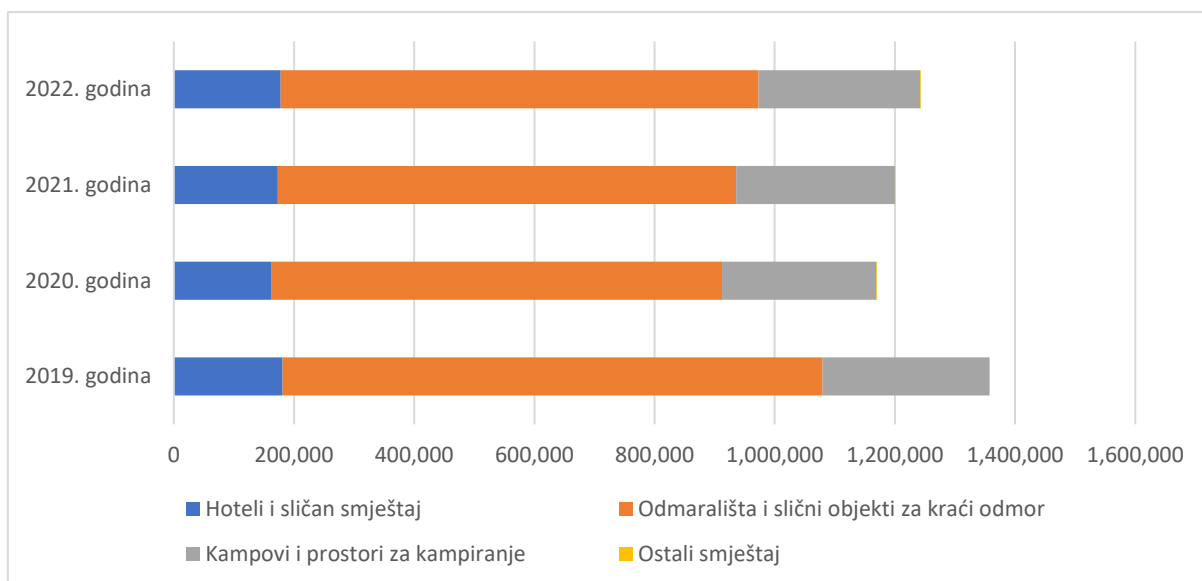
Graf 8.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine u Republici Hrvatskoj



Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Graf 8 je grafički prikaz statističkih podataka iz tablice 7, odnosno broj kreveta u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2020. godine. Na grafu je vidljiv pad broja kreveta u 2020. godini koji je značajan (13,9%), ali svakako nije pratio pad turističke potražnje i dolazaka koji su u tom periodu pali za čak 65%. Prema tome zaključujemo da je veliki dio smještajnih kapaciteta ostao prazan te da se ponuda zbog svoje manje elastičnosti nije uspjela prilagoditi potražnji. Kao i prema svim ostalim pokazateljima, tako su i smještajni kapaciteti nakon pada u 2020. godini počeli stabilno rasti u narednoj 2021. i 2022. godini približavajući se rezultatima za pretpandemijske 2019. godine.

Graf 9.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine prema NKD-u 2007, odjeljak 55



Izvor: rad autora prema <https://podaci.dzs.hr/media/dcpH1du5/stat-info-2022.pdf>

Graf 9 prikazuje raspored smještajnih jedinica u Republici Hrvatskoj prema NKD 2007 u kojem vidimo udio različitih smještajnih jedinica. Lako je primijetiti da najveću udio u ukupnim krevetima u Republici Hrvatskoj čini kategorija odmarališta i sličnih objekata za kraći odmor. Na grafu je isto tako prikazana fluktuacija broja pojedinih smještajnih kapaciteta u pandemijskom razdoblju. Broj kreveta u hotelima i sličnom smještaju bilježio je oscilacije tijekom četverogodišnjeg razdoblja. Počeo je s 181.242 kreveta u 2019., pao na 161.919 u 2020., porastao na 172.807 u 2021. i dosegao 177.760 kreveta u 2022. godini. Unatoč nekim varijacijama, ukupni trend ukazuje na postupni oporavak broja kreveta nakon smanjenja u 2020. godini. Kategorija odmarališta i sličnih objekata za kraće odmore bilježi trend pada od 2019. do 2020., pri čemu se broj kreveta smanjio s 898.529 na 750.736. Međutim, u 2021. godini došlo je do pozitivnog odskoka, s povećanjem broja kreveta na 762.996 te daljnjim povećanjem na 795.249 kreveta u 2022. godini. Ukupni trend ukazuje na oporavak broja kreveta za ovu vrstu smještaja. Broj kreveta u kampovima ostao je relativno stabilan tijekom godina, uz male oscilacije. Počelo je s 277.306 kreveta u 2019., lagano se smanjilo na 256.707 u 2020., a zatim je postupno raslo na 264.101 u 2021. i 269.174 kreveta u 2022. godini. Tijekom pandemije, turisti su češće birali kampove kao opcije za smještaj zbog lakšeg socijalnog distanciranja i veće mogućnosti boravka na otvorenom. Kategorija ostalog smještaja ima najmanji broj kreveta i pokazuje značajne fluktuacije. Broj kreveta počeo je s 1.358 u 2019., pao je na 764 u 2020., porastao na 935 u 2021. i dodatno porastao na 1.280 kreveta u 2022.

### 3.2.3. Prihodi od turizma

Prihodi od turizma se odnose na ukupan iznos novca koji generiraju turisti koji posjete određenu destinaciju ili zemlju. Ovi prihodi proizlaze iz različitih troškova koje turisti naprave tijekom svog putovanja, kao što su smještaj, prijevoz, hrana i piće, zabava, kupovina i druge aktivnosti povezane s turizmom. Prihodi od turizma igraju značajnu ulogu u gospodarskom razvoju mnogih zemalja i regija, posebno onih koje se snažno oslanjaju na turizam kao glavnu industriju. Ti prihodi pridonose lokalnom gospodarstvu, stvaraju prilike za radna mjesta i potiču rast u raznim sektorima poput ugostiteljstva, prijevoza i maloprodaje.

Tablica 8.: Prihodi od turizma u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)

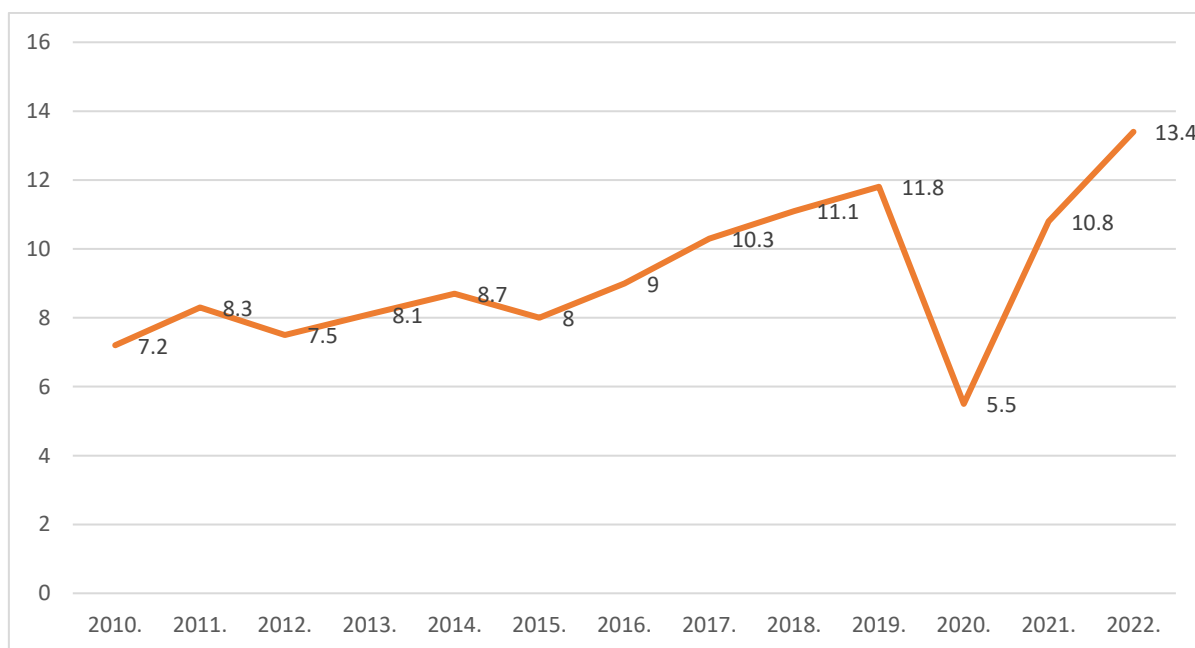
Godina	Prihodi od turizma	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	7,2	-
2011.	8,3	15,3%
2012.	7,5	-9,6%
2013.	8,1	8,0%
2014.	8,7	7,4%
2015.	8	-8,0%
2016.	9	12,5%
2017.	10,3	14,4%
2018.	11,1	7,8%
2019.	11,8	6,3%
2020.	5,5	-53,4%
2021.	10,8	96,4%
2022.	13,4	24,1%

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U tablici 8 prikazani su prihodi od turizma Republike Hrvatske u promatranom razdoblju od 2010. do 2022. godine u milijardama američkih dolara. Hrvatska turistička industrija je bilježila različite razine prihoda tijekom proteklog desetljeća, pri čemu je u nekim godinama zabilježen značajan rast, dok su se druge suočavale s izazovima. U 2010. zemlja je prihodovala 7,2 milijarde USD. Sljedeća godina, 2011., obilježila je značajan porast prihoda od turizma, dosegnuvši 8,3 milijarde USD, odražavajući značajan rast od 15,3% u usporedbi s prethodnom

godinom. Ovaj porast ukazuje na rastući interes za Hrvatsku kao omiljeno turističko odredište. Međutim, u 2012. prihod od turizma pao je na 7,5 milijardi USD, što predstavlja negativnu stopu rasta od -9,6%. Unatoč nazadovanju, industrija se oporavila 2013., zabilježivši prihode od 8,1 milijarde USD, što je pozitivan rast od 8,0%. U 2014. godini hrvatski prihod od turizma dodatno je porastao na 8,7 milijardi USD, pokazujući stopu rasta od 7,4%. Međutim, sljedeće godine, 2015., došlo je do blagog pada prihoda, dosegnuvši 8 milijardi USD, uz negativan rast od -8,0%. Pozitivan trend nastavljen je 2016., s prihodima od turizma koji su dosegli 9 milijardi USD, pokazujući značajnu stopu rasta od 12,5%. Ovaj zamah rasta nastavio se u 2017., kada je prihod porastao na 10,3 milijarde USD, uz stopu rasta od 14,4%. U 2018. industrija je zabilježila prihod od 11,1 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 7,8%. Sljedeća 2019. godina donijela je daljnji rast, jer su prihodi od turizma porasli na 11,8 milijardi USD, uz stopu rasta od 6,3%. Međutim, 2020. godina se pokazala izazovnom zbog pandemije COVID-19, što je rezultiralo značajnim padom prihoda na 5,5 milijardi USD, odražavajući negativnu stopu rasta od -53,4%. Srećom, s ublažavanjem ograničenja putovanja 2021., Hrvatska je doživjela značajan oporavak, s prihodima od turizma koji su porasli na 10,8 milijardi USD, što je izuzetna stopa rasta od 96,4%. Pozitivan zamah nastavio se u 2022., s prihodom koji je dosegnuo 13,4 milijarde USD, što odražava stopu rasta od 24,1%.

Graf 10.: Prihodi od turizma u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Na grafu iznad je prikazana krivulja prihoda od turizma Republike Hrvatske u razdoblju od 2010. do 2022. u milijardama američkih dolara. Krivulja prikazuje poprilično stabilan rast sve do 2019. godine kada nije bilo značajnih kriza koje su utjecale na turizam. Isto tako, na krivulji je prikazan drastičan pad uzrokovan pandemijom COVID-19 kada su prihodi u odnosu na godinu ranije pali za čak 6,3 mld. USD odnosno za 53,4 %. Nakon 2020. godine Hrvatska bilježi rekordan rast u odnosu na prethodnu godinu, a prema podacima za 2020. ostvaren je čak rezultat koji je za 1,6 mld. USD veći od zadnje pretpandemijske godine, 2019. godine.

### **3.3. Utjecaj COVID-19 na turizam Grčke**

Grčka je istaknuta i turistička destinacija poznata po svom povijesnom značaju, prirodnim ljepotama i kulturnoj privlačnosti. Poznata po svom povijesnom značaju, zadivljujućim krajolicima i brojnim otocima, Grčka je već desetljećima popularna turistička destinacija. Grčki turizam je pretežito receptivan, izraženo sezonalan i masovan, turisti pretežito dolaze zbog kupališnog i kulturnog turizma.

U ovom poglavlju prikazat će se dostupni statistički podaci o turizmu Grčke s fokusom na pretpandemijskom i pandemijsko razdoblje i s usporedbama kako bi se brojčano prikazao pad uslijed pandemije, ali i oporavak u godinama tijekom i nakon.

Tablica 9.: Turistički dolasci u Grčku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)

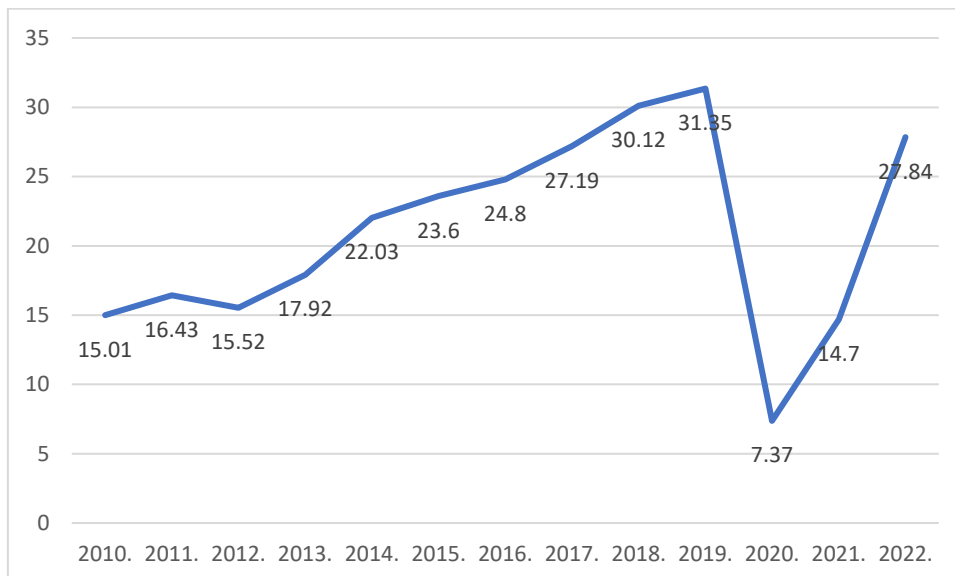
Godina	Broj dolazaka	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	15,01	-
2011.	16,43	9,5 %
2012.	15,52	-5,5 %
2013.	17,92	15,5 %
2014.	22,03	22,9 %
2015.	23,6	7,1 %
2016.	24,8	5,1 %
2017.	27,19	9,6 %
2018.	30,12	10,8 %
2019.	31,35	4,1 %
2020.	7,37	-76,5 %
2021.	14,7	99,5 %
2022.	27,84	89,4 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U tablici 9 su prikazani podaci o dolascima turista u Grčku u rasponu od trinaest godina, počevši od 2010. do 2022. Od 2010. do 2011. Grčka je doživjela pozitivan rast turizma s povećanjem turističkih dolazaka od 9,5%. Međutim, taj rast je malo zaustavljen u 2012. godini kada je zabilježen pad od 5,5% u odnosu na prethodnu godinu. Sljedećih godina, od 2013. do 2015., bilježi se značajan trend rasta turističkih dolazaka. U 2013. godini zabilježen je primjetan porast od 15,5%, nakon čega je uslijedio značajan porast od 22,9% u 2014., te daljnji porast od 7,1% u 2015. godini. Rast turizma nastavio se i sljedećih godina. U 2016. i 2017. zabilježen je skroman, ali stabilan porast turističkih dolazaka, sa stopama rasta od 5,1% odnosno 9,6%. Vrhunac turističkih dolazaka u Grčku zabilježen je 2018. kada su brojke dosegle 30,12 milijuna, što predstavlja značajnu stopu rasta od 10,8% u usporedbi s prethodnom godinom. U 2019. godini, iako je stopa rasta bila niža od 4,1%, turizam je ostao snažan s ukupno 31,35 milijuna dolazaka. Međutim, 2020. godine turistička se industrija suočila s velikim nazadovanjem zbog globalne pandemije COVID-19 i ograničenja putovanja koja su uslijedila. Zabilježen je drastičan pad od 76,5% turističkih dolazaka, što je rezultiralo sa samo 7,37 milijuna posjetitelja. Kako se situacija popravljala, došlo je do značajnog oporavka 2021. godine, pri čemu su se dolasci turista povećali za impresivnih 99,5%, dosegnuvši 14,7 milijuna. Pozitivan zamah

nastavio se u 2022. kada je Grčka doživjela značajan preporod turizma, s nevjerojatnim porastom od 89,4% u dolascima turista, čime je ukupan broj doputovao na 27,84 milijuna.

Graf 11.: Turistički dolasci u Grčku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Graf 11 prikazuje podatke iz tablice 9, odnosno broj turističkih dolazaka u Grčku u razdoblju od 2010. do 2022. godine u milijunima. Na grafu je vidljiv stabilan rast broja dolazaka kroz godine, jedini manji pad je bio 2012. godine kada je suočena s krizom. Drastičan pad dolazaka se događa u 2020. godini pod utjecajem COVID-a te u odnosu na 2019. godinu broj dolazaka pada za čak 76,5% što ima jako veliki utjecaj na Grčku ekonomiju s obzirom na to da veliki dio prihoda države se ostvaruje kroz turizam. Kao i u većini receptivnih zemalja, dolazi do oporavka već sljedeće godine kada broj dolazaka, u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu je za 53% manji, dok godine iza, 2022. godine Grčka ostvaruje još veći rast broja dolazaka, a broj u odnosu na 2019. godinu je manji za samo 11%.



Tablica 10.: Prihodi od turizma u Grčkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)

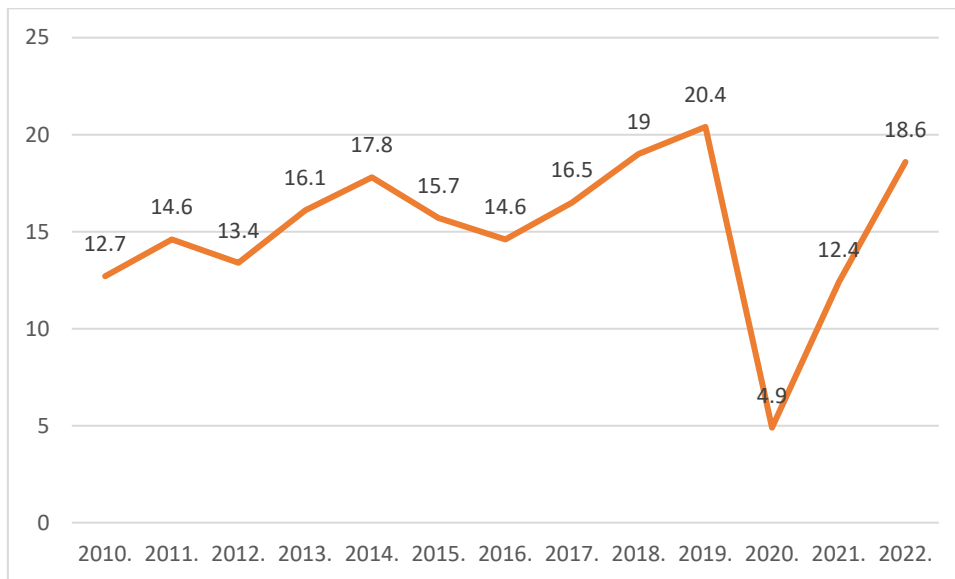
Godina	Prihodi od turizma	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	12,7	-
2011.	14,6	15,0 %
2012.	13,4	-8,2 %
2013.	16,1	20,1 %
2014.	17,8	10,6 %
2015.	15,7	-11,8 %
2016.	14,6	-7,0 %
2017.	16,5	13,0 %
2018.	19	15,2 %
2019.	20,4	7,4 %
2020.	4,9	-76,0 %
2021.	12,4	153,1 %
2022.	18,6	50,0 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U tablici 10 su prikazani podaci o prihodima od turizma u Grčkoj u rasponu od trinaest godina, počevši od 2010. do 2022. U 2011. godini zabilježen je značajan porast turističkih prihoda koji su dosegli 14,6 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 15,0% u odnosu na 2010. godinu. Međutim, u 2012. godini prihodi od turizma su doživjeli pad zbog krize od 8,2%, pa su u odnosu na prethodnu godinu pali na 13,4 jedinica. Trend se preokrenuo 2013. kada su se prihodi od turizma vratili i dosegli 16,1 milijardi USD, pokazujući značajnu stopu rasta od 20,1% i brz oporavak Grčkog turizma. Nastavljajući uzlaznu putanju, u 2014. Grčka je zabilježila još jedan porast prihoda od turizma, koji je porastao na 17,8 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 10,6%. Međutim, u 2015. godini došlo je do pada turističkih prihoda, s padom od 11,8% u odnosu na prethodnu godinu, čime je ukupan broj iznosio 15,7 milijardi USD. Trend pada nastavio se i u 2016., pri čemu su prihodi od turizma pali za 7,0% i dosegli 14,6 milijardi USD. Unatoč tome, u 2017. Grčka je doživjela oporavak sa stopom rasta od 13,0%, što je rezultiralo turističkim prihodima od 16,5 milijardi USD. Pozitivan zamah nastavio se i sljedećih godina. U 2018. godini prihodi od turizma porasli su na 19 milijardi USD, što odražava stopu rasta od 15,2%. U 2019. ponovno je došlo do povećanja prihoda od turizma, dosegnuvši 20,4 milijardi USD, uz stopu rasta od 7,4%. Međutim, 2020. godina predstavljala

je značajan izazov zbog globalne pandemije COVID-19, što je rezultiralo ogromnim padom od 76,0% prihoda od turizma, dosegnuvši samo 4,9 milijardi USD. U 2021. godini došlo je do impresivnog oporavka, uz vrtoglavi porast prihoda od turizma za 153,1% na 12,4 milijardi USD u usporedbi s prethodnom godinom. Pozitivan trend nastavljen je i u 2022. godini, s povećanjem prihoda od turizma na 18,6 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 50,0%.

Graf 12.: Prihodi od turizma u Grčkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Graf 12 prikazuje statističke podatke prikazane u tablici 10, odnosno prihode Grčke u periodu od 2010. do 2022. godine u milijardama USD. Graf prikazuje kako su prihodi od turizma u Grčkoj bili raznoliki, uz nekoliko padova i rasta s obzirom na krizu kroz koju je država prolazila. Ono što je također uočljivo je drastičan pad uslijed pandemije COVID-19 kada su u 2020. godini prihodi u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu pali za čak 76%. ono što je vidljivo je da su se prihodi od turizma u Grčkoj, isto kao i dolasci, brzo vratili na uzlaznu putanju 2021. godine te naglo 2022. godine. U godini 2022. Grčki prihodi od turizma su, u odnosu na 2019. godinu, bili manji za samo 8,8% što predstavlja izvanredni oporavak od krize.

### 3.4. Utjecaj COVID-19 na turizam Njemačke

Njemačka je država smještena u srednjoj Europi i poznata je po svojoj bogatoj povijesti, kulturnoj baštini i slikovitim krajolicima, uz veliki broj turista koje privlački kulturni, događajni te kongresni turizam. Njemački turizam je pretežno emitivan i nema izraženu sezonalnost.

U ovom poglavlju prikazat će se dostupni statistički podaci o turizmu Njemačke s fokusom na pretpandemijskom i pandemijsko razdoblje i s usporedbama kako bi se brojčano prikazao pad uslijed pandemije, ali i oporavak u godinama tijekom i nakon.

Tablica 11.: Turistički dolasci u Njemačku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)

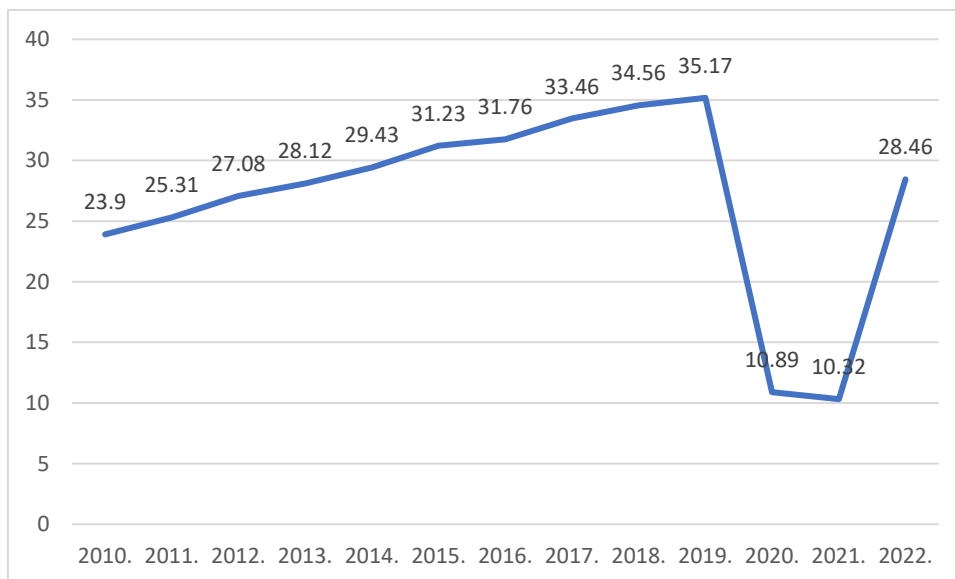
Godina	Broj dolazaka	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	23,9	-
2011.	25,31	5,9 %
2012.	27,08	7,0 %
2013.	28,12	3,8 %
2014.	29,43	4,7 %
2015.	31,23	6,1 %
2016.	31,76	1,7 %
2017.	33,46	5,4 %
2018.	34,56	3,3 %
2019.	35,17	1,8 %
2020.	10,89	-69,0 %
2021.	10,32	-5,2 %
2022.	28,46	175,8 %

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U tablici 11 su prikazani podaci o turističkim dolascima u Njemačku u rasponu od trinaest godina, počevši od 2010. do 2022. godine u milijunima. U 2010. godini Njemačka je zabilježila 23,9 milijuna turističkih dolazaka, već iduće, 2011. godini zabilježen je pozitivan rast turističkih dolazaka koji je iznosio 25,31 milijuna, što predstavlja stopu rasta od 5,9% u odnosu na 2010. godinu. Trend rasta se nastavio i u 2012. godini, s povećanjem turističkih dolazaka na 27,08 milijuna, što predstavlja stopu rasta od 7,0% u odnosu na godinu ranije. U 2013. godini bilježi

se daljnji porast turističkih dolazaka na 28,12 milijuna, uz stopu rasta od 3,8%. U 2014. godini, broj turističkih dolazaka raste na 29,43 milijuna, što predstavlja stopu rasta od 4,7%. U 2015. ponovno je došlo do povećanja turističkih dolazaka na 31,23 milijuna, što predstavlja stopu rasta od 6,1%. U 2016. Njemačka je zabilježila blagi porast turističkih dolazaka na 31,76 milijuna, uz stopu rasta od 1,7%. U 2017. godini nastavljen je rast turističkih dolazaka, dosegnuvši 33,46 milijuna, uz stopu rasta od 5,4%. Pozitivan trend nastavljen je i u 2018., s povećanjem turističkih dolazaka na 34,56 milijuna, što predstavlja stopu rasta od 3,3%. U 2019. godini zabilježen je skroman porast turističkih dolazaka na 35,17 milijuna, uz stopu rasta od 1,8%. Međutim, 2020. godina predstavljala je značajan izazov zbog globalne pandemije COVID-19, što je rezultiralo znatnim padom od 69,0% turističkih dolazaka, sa samo 10,89 milijuna posjetitelja. Iako se situacija poboljšala u 2021. godini, i dalje je zabilježen pad turističkih dolazaka od 5,2 posto, dosegnuvši 10,32 milijuna posjetitelja. U 2022. godine došlo je do impresivnog oporavka, sa skokovitim dolascima turista za 175,8% na 28,46 milijuna u usporedbi s prethodnom godinom. Sveukupno, podaci prikazuju utjecaj vanjskih čimbenika kao što su ekonomski uvjeti, geopolitički događaji, a posebno pandemija COVID-19, na dolaske turista u Njemačku. Snažan oporavak u 2022. ukazuje na otpornost njemačkog turističkog sektora i njegovu sposobnost oporavka nakon suočavanja s izazovnim vremenima.

Graf 13.: Turistički dolasci u Njemačku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Graf 13 prikazuje statističke podatke prikazane u tablici 11, odnosno broj turističkih dolazaka u Njemačku u razdoblju od 2010. do 2022. godine u milijunima. Grafički je prikazan

stalni rast broja dolazaka turista u Njemačku te drastičan pad koji se dogodio uslijed pandemije COVID-19. Ono po čemu se oporavak Njemačke razlikuje od oporavka većine drugih turističkih destinacija je ponovni pad broja dolazaka u 2021. godini kada je većina Europskih zemalja ostvarila rast usporedno s 2020. godinom. U 2021. godini u Njemačkoj dolazi do ponovnog blagog pada od 5,2 %, ali se zato u 2022. godini događa izvanredan rast broja dolazaka koji rastu za impresivnih 175% u odnosu na godinu ranije.

Tablica 12.: Prihodi od turizma u Njemačkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)

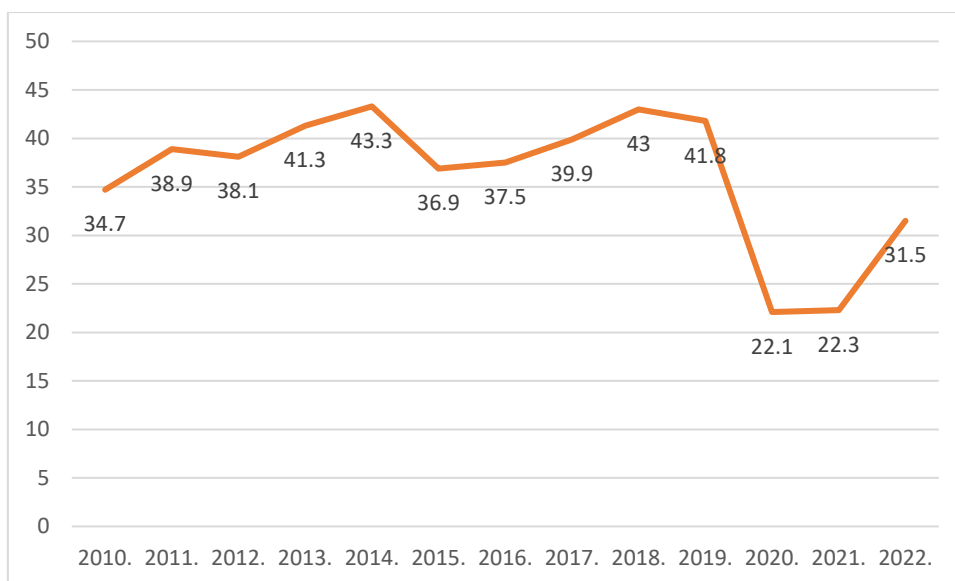
Godina	Prihodi od turizma	Usporedba s prethodnom godinom
2010.	34,7	
2011.	38,9	12,1
2012.	38,1	-2,1
2013.	41,3	8,4
2014.	43,3	4,8
2015.	36,9	-14,8
2016.	37,5	1,6
2017.	39,9	6,4
2018.	43	7,8
2019.	41,8	-2,8
2020.	22,1	-47,1
2021.	22,3	0,9
2022.	31,5	41,3

Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

U tablici 12 su prikazani podaci o prihodima od turizma u Njemačkoj u rasponu od trinaest godina, počevši od 2010. do 2022. godine u milijardama USD. U 2010. godini njemački prihodi od turizma iznosili su 34,7 milijardi USD. U 2011. godini došlo je do značajnog povećanja prihoda od turizma, dosegnuvši 38,9 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 12,1% u odnosu na 2010. godinu. Međutim, u 2012. godini prihodi od turizma doživjeli su lagani pad od 2,1%, dosegnuvši 38,1 milijardu USD u odnosu na prethodnu godinu. Trend se preokrenuo 2013. kada su se prihodi od turizma vratili i dosegli 41,3 milijarde USD, pokazujući značajnu stopu rasta od 8,4%. Nastavljajući uzlaznu putanju, Njemačka je 2014. zabilježila još jedan porast prihoda od turizma, koji je porastao na 43,3 milijarde USD, što predstavlja stopu rasta

od 4,8%. U 2015. zabilježen je značajan pad prihoda od turizma od 14,8% u usporedbi s prethodnom godinom, čime je ukupan iznos iznosio 36,9 milijardi USD. Trend blagog rasta nastavljen je i u 2016., pri čemu su prihodi od turizma porasli za 1,6% i dosegli 37,5 milijardi USD. U 2017. Njemačka je doživjela još jedan pozitivan rast s povećanjem prihoda od turizma od 6,4%, dosegnuvši 39,9 milijardi USD. Pozitivan zamah nastavio se i sljedećih godina. U 2018. prihodi od turizma porasli su na 43 milijarde USD, što odražava stopu rasta od 7,8%. U 2019. zabilježen je lagani pad od 2,8% prihoda od turizma, dosegnuvši 41,8 milijardi USD. Međutim, 2020. godina predstavljala je značajan izazov zbog globalne pandemije COVID-19, što je rezultiralo ogromnim padom prihoda od turizma od 47,1%, dosegnuvši samo 22,1 milijardu USD. U 2021. godini došlo je do blagog oporavka sa stopom rasta od 0,9% prihoda od turizma, dosegnuvši 22,3 milijarde USD. Pozitivan trend nastavljen je u 2022. godini, s povećanjem prihoda od turizma na 31,5 milijardi USD, što predstavlja stopu rasta od 41,3% u usporedbi s prethodnom godinom.

Graf 14.: Prihodi od turizma u Njemačkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)



Izvor: rad autora prema: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Graf 14 prikazuje statističke podatke prikupljene i prikazane u tablici 12, odnosno prihode od turizma u Njemačkoj u milijardama USD u razdoblju od 2010. do 2022. godine. Na grafu je vidljivo kako su se kretali prihodi od turizma te da su kroz godine bili poprilično nestabilni uz česta povećanja i smanjenja. Ono što je značajno na grafu je pad ostvaren uslijed pandemije COVID-19 kada prihodi padaju za čak 47% u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu. Za razliku od ponovnog pada broja dolaska u 2021. godini, prihodi ipak rastu za neznčajnih 0,9%

dok se u 2022. brojka oporavlja te se ostvaruje rast prihoda od 41,3% u odnosu na godinu ranije, dok ostaju manji za 24% u odnosu na 2019. godinu.

## 4. Zaključak

U diplomskom radu „ Utjecaj Covid-a na turističku potrošnju u Europi“ su istražene višestruke posljedice pandemije COVID-19 na turističku potrošnju u Europi. Obradeni su i prikazani utjecaji pandemije koje je doživjela turistička industrija, budući da je kriza potaknula neviđene promjene u ponašanju putnika, poslovanju industrije i političkim odgovorima.

Pandemije su tijekom povijesti imale značajan utjecaj na društva, ekonomije i putovanja. Epidemije su ograničene na određene regije, dok pandemije pogađaju velika geografska područja i znatan dio svjetske populacije. Osnovne karakteristike pandemija uključuju široko geografsko širenje, brzo širenje bolesti, visoku stopu oboljenja i ozbiljnost bolesti. Pandemije često uključuju nove bolesti koje se brzo šire, a nedostatak populacijskog imuniteta čini ih izazovnim za kontrolu. Pandemije kroz povijest, kao što su španjolska gripa, azijska gripa, SARS, H1N1 i COVID-19 ostavile su dubok trag na globalnoj razini, ozbiljne zdravstvene krize i utjecale na svakodnevni život i ekonomske aktivnosti, a tako i ozbiljne posljedice na turizam i turistička kretanja. Turizam je jedna od industrija koja je najviše pogođena pandemijama, s padom potražnje zbog ograničenja putovanja i straha od zaraze. Zatvaranje granica i smanjenje osobne potrošnje također su utjecali na turizam, što je rezultiralo gubicima radnih mjesta i ekonomskim padom. Vlade i institucije su poduzimale mjere kako bi podržale turističku industriju i očuvale likvidnost poduzeća.

Početak pandemije COVID-19 je uzrokovana novim koronavirusom, a doveo je do široko rasprostranjenih ograničenja putovanja, zatvaranja granica i osjećaja nesigurnosti, što je uzrokovalo nagli pad putovanja i potrošnje turista diljem kontinenta. Kako se situacija razvijala, sektor turizma pokazao je izuzetnu otpornost i prilagodljivost. Usvajanje inovativnih tehnologija, revidiranje zdravstvenih i sigurnosnih protokola te istraživanje domaćih i alternativnih oblika turizma pojavile su se kao strategije za snalaženje u izazovnom razdoblju. Vlade i poduzeća blisko su surađivali kako bi umanjili utjecaj na industriju, uvodeći pakete poticaja, financijsku potporu i ciljane marketinške kampanje kako bi ponovno probudili povjerenje potrošača i potaknuli potražnju.

Međutim, proces oporavka je bio neujednačen, pri čemu su se pojedini segmenti turističkog tržišta oporavljali brže od drugih, došlo je do različitih razina spremnosti među turistima da se uključe u međunarodna putovanja, na što utječu čimbenici kao što su stope cijepjenja, privlačnost odredišta i osjećaj sigurnost. Pandemija je potaknula ponovnu procjenu održivih i odgovornih turističkih praksi, jer su putnici pokazali povećanu svijest o njihovom utjecaju na



lokalne zajednice i okoliš te naglasila važnost diverzifikacije turističke ponude, prihvaćanja digitalne transformacije i poticanja suradnje među dionicima.

Europa kao kontinent je pretrpjela veliku štetu na turističkom planu, značajan pad broja dolazaka turista i turističke potrošnje je bio instantan i najočitiji u prvoj pandemijskog godini 2020. s iznimno blagim rastom u 2021. godini. Prema statističkim podacima obrađenim u radu, značajan oporavak je bio u 2022. godini kada su se brojevi približili rezultatima pretpandemijske 2019. godine. To daje do znanja da se turizam brzo prilagodio krizi te da spremnost turista na putovanja nije dugoročno umanjena.

Promatrane statistike u radu uključuju i utjecaj na tri zemlje Europskog kontinenta – Hrvatsku, Njemačku i Grčku. Sve tri zemlje su imale značajan pad u broju dolazaka turista, noćenjima i prihodima od turističke potrošnje, razlika se uočuje u procesu oporavka u godinama nakon početne 2020. kada su brojevi ponovno počeli rasti i turizam se oporavljati. Hrvatska i Grčka kao receptivne zemlje su ostvarile puno bržu stopu oporavka te su dolasci i prihodi već u 2021. godini rasli preko 90% u usporedbi s prvom pandemijskom godinom kada je ostvaren značajan pad, a u 2022. godini su ostvarile rezultate jako slične pretpandemijskom razdoblju. Njemačka kao emitivna zemlja je ostvarila puno sporiju stopu oporavka te još nije ostvarila rezultate koji bi se mogli usporediti s razdobljem prije pandemije. Prema tome zaključujemo kako je pandemija ostavila dublji trag na pretežito emitivne zemlje koje možda nemaju dovoljno privlačnih atraktivnosti kako bi brzo privukle turiste natrag za razliku od pretežito receptivnih destinacija.

Zaključno, utjecaj COVID-19 na turizam cijelog svijeta, a tako i Europe je bio značajan te predstavlja jednu od najvećih kriza s kojima se turizam kroz povijest susreo. Pandemija COVID-19 imala je dubok utjecaj na globalnu turističku industriju, izazivajući neviđene izazove. Proces oporavka je postupan i treba obuhvatit nekoliko faza, od lokalne i regionalne potražnje do ponovnog uspostavljanja međunarodnih putničkih veza. Destinacije, uključujući Hrvatsku, moraju se prilagoditi promjenjivim preferencijama putnika, ističući sigurnost, ekološku osviještenost i jedinstvena emocionalno angažirajuća iskustva. Digitalni marketing igrat će ključnu ulogu u privlačenju i komunikaciji s turistima. Učinkovito upravljanje destinacijama i očuvanje kulturnih i prirodnih vrijednosti bit će ključno tijekom procesa oporavka. Iako će put do potpunog oporavka turizma biti dug i nesiguran, prihvaćanje ovih promjena i prilika bit će ključno za budući uspjeh.

## Bibliografija

Knjige:

Antičević, Vesna. „Učinci pandemija na mentalno zdravlje.“ Split: Sveučilišni odjel zdravstvenih studija, Sveučilište u Splitu, 2020.

Magaš, Dragan, Ksenija Vodeb i Zrinka Zadel “Menadžment turističke organizacije i destinacije.” Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018.

Gračan, Daniela, i Romina Alkier Radnić. „Die analyse des kroatischen touristmarkets und eventuelle möglichkeiten der kroatischen tourismusentwicklung.“ Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2018.

Kitanoaska, Simona. „Značaj pandemije Covid-19 za turističku potrošnju“ Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2021.

Kuhar, Martin, Stella Fatović-Ferenčić. „Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina.“ Zagreb: Odsjek za povijest medicinskih znanosti Zavoda za povijest i filozofiju znanosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, 2020.

Pike, Steve. „Marketing turističkih odredišta.“ Zagreb: M plus d.o.o., 2010.

Časopisi:

Hall, Michael, Daniel Scott, i Stefan Gossling. „Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for.“ *Tourism Geographies*. Volume 22. (2020.)

Morens, David, Gregory Folkers, i Antony Fauci. „What Is a Pandemic?“ *The Journal of Infectious Diseases*, Volume 200, Issue 7, 2009.

Ostalo:

Čorak, Sanda. „Kako se prirediti za oporavak? Imamo li novu šansu za turističko (re)pozicioniranje?.“ Institut za turizam. [https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S\\_2020.pdf](https://iztztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/%C4%8Corak-S_2020.pdf)

Državni zavod za statistiku. <https://dzs.gov.hr/>

Europska komisija. „State aid: Commission adopts Temporary Framework to enable Member States for further support the economy in the COVID – 19.“

[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_496](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_496)

Europska komisija. „Timeline of EU action 2022.“ [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/timeline-eu-action-2022\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/timeline-eu-action-2022_en)

Hrvatska enciklopedija. „Leksikografski zavod Miroslav Krleža.“ 2021.

Krešić, Damir, i Josip Mikulić. „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije.“ Institut za turizam. [https://iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D\\_Mikuli%C4%87-J\\_2020.pdf](https://iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf)

Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu. „Osnovne mjere zaštite od zaraze koronavirusom“, <https://www.koronavirus.hr/osnovne-mjere-zastite-od-zaraze-koronavirusom-sars-cov-2/936>, 09.08.2021.

Svjetska zdravstvena organizacija. „Statement on the fifteenth meeting of the IHR (2005) Emergency Committee on the COVID-19 pandemic.“ [https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-\(covid-19\)-pandemic](https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic)

Svjetska zdravstvena organizacija. „A Timeline of WHO’s COVID-19 Response in the WHO European Region.“ <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2022-1772-41523-63024>

Telišman-Košuta, Neda. „Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?“ Institut za turizam. [https://iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N\\_2020.pdf](https://iztsg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N_2020.pdf)

Wise, Jasqui. „Covid-19: WHO declares end of global health emergency.“ <https://www.bmj.com/content/381/bmj.p1041>

World tourism organization. „UNWTO Tourism Dashboard.“ <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

# Popis ilustracija

## Popis tablica

Tablica 1.: SWOT analiza hrvatskog turizma .....	6
Tablica 2.: Usporedba turističkih dolazaka u Europi za razdoblje 2020.-2022. u usporedbi s 2019. godinom.....	25
Tablica 3.: Usporedba turističke potrošnje u Europi za razdoblje 2020.-2022. u usporedbi s 2019. godinom.....	27
Tablica 4.: Turistički dolasci u Hrvatsku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.).....	30
Tablica 5.: Broj dolazaka domaćih i stranih turista u Republiku Hrvatsku od 2019. do 2022. godine (u tis.).....	32
Tablica 6.: Broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj od 2019. do 2022. godine (u tis.)	33
Tablica 7.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine prema NKD-u 2007, odjeljak 55 .....	35
Tablica 8.: Prihodi od turizma u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)	38
Tablica 9.: Turistički dolasci u Grčku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.).....	41
Tablica 10.: Prihodi od turizma u Grčkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD) .....	43
Tablica 11.: Turistički dolasci u Njemačku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.).....	45
Tablica 12.: Prihodi od turizma u Njemačkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD).....	47

## Popis grafova

Graf 1.: Turistički dolasci u Europi od 2008.-2022. u milijunima.....	26
Graf 2.: Turistički dolasci (u mil.) u turistički razvijenije zemlje u Europi u razdoblju od 2019.-2022. ....	26
Graf 3.: Turistička potrošnja u Europi od 2008.-2022. u milijardama američkih dolara.....	28
Graf 4.: Turistička potrošnja (u mlrd.) u turistički razvijenijim zemljama Europe u razdoblju od 2019.-2022.....	29
Graf 5.: Turistički dolasci u Hrvatsku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.).....	31
Graf 6.: Broj dolazaka domaćih i stranih turista u Republiku Hrvatsku od 2019. do 2022. godine (u tis.) .....	33
Graf 7.: Broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj od 2019. do 2022. godine (u tis.).....	34

Graf 8.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine u Republici Hrvatskoj .....	36
Graf 9.: Broj kreveta u razdoblju od 2019. do 2022. godine prema NKD-u 2007, odjeljak 5537	
Graf 10.: Prihodi od turizma u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD)..	39
Graf 11.: Turistički dolasci u Grčku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.) .....	42
Graf 12.: Prihodi od turizma u Grčkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD).....	44
Graf 13.: Turistički dolasci u Njemačku u razdoblju 2010.-2022. (u mil.).....	46
Graf 14.: Prihodi od turizma u Njemačkoj u razdoblju 2010.-2022. (u mld. USD).....	48