

Utjecaj turizma katastrofe na međunarodna turistička kretanja

Zavrtnik, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:967062>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-19**



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 prijediplomski studij

IVA ZAVRTNIK

Utjecaj turizma katastrofe na međunarodna turistička kretanja

The impact of disaster Tourism on International Tourism trends

Završni rad

Zabok, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Menadžment u turizmu

Utjecaj turizma katastrofe na međunarodna turistička kretanja
The impact of disaster Tourism on International Tourism trends

Završni rad

Kolegij: **Međunarodni turizam**

Student: **Iva ZAVRTNIK**

Mentor: Prof. dr. sc. **Romina ALKIER**

Matični broj: **ps25363**

Zabok, lipanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Iva Zavrtnik

ps25363

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Utjecaj turizma katastrofe na međunarodna turistička kretanja

(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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 20.06.2024

Potpis studenta

Sažetak

Utjecaj katastrofa na međunarodna turistička kretanja složena je tema koja zahtijeva dublju analizu. Različite vrste katastrofa poput prirodnih, tehnoloških i ljudskih, imaju različite posljedice na turizam. Prirodne katastrofe poput uragana, potresa ili poplava mogu izravno pogoditi turističke destinacije, ometajući infrastrukturu, uništavajući atrakcije i ugrožavajući sigurnost posjetitelja. Tehnološke katastrofe poput nuklearnih incidenata ili ekoloških havarija mogu dugoročno onesposobiti destinaciju za turizam zbog štetnih posljedica po okoliš i zdravlje. Ljudske katastrofe kao što su teroristički napadi ili politički sukobi, također mogu izazvati strah i nesigurnost među turistima, što rezultira smanjenjem turističke potražnje. Unatoč tim izazovima, katastrofe također mogu potaknuti solidarnost, inovacije i jačanje otpornosti turističke industrije. Brza reakcija na krizu, implementacija sigurnosnih mjera i promidžba obnove mogu pomoći u minimiziranju negativnih posljedica katastrofa na turističku industriju. Važno je sustavno upravljati rizicima i provoditi preventivne mjere kako bi se smanjila ranjivost turističke industrije na katastrofe te osigurala održivost i otpornost industrije u budućnosti. Kroz efikasno upravljanje krizom i ulaganje u obnovu, turistička industrija može prevladati izazove koje donose katastrofe i nastaviti pridonositi globalnoj ekonomiji i društvu.

Ključne riječi: Turizam, katastrofe, turistički rast, obnova, rizici.

Sadržaj

Uvod.....	1
1. Pojmovno definiranje katastrofe.....	2
1.1. Vrste katastrofe	3
1.1.1. Prirodne katastrofe	3
1.1.2. Globalne pandemije.....	5
1.1.3. Terorizam.....	7
1.1.4. Tehnološke katastrofe.....	7
1.1.5. Klimatske promjene i održivost u globalnom okruženju.....	9
2. Krizni menadžment.....	10
2.1. Definicija kriznog menadžmenta	10
2.2. Krizni menadžment u turizmu.....	10
2.3. Faze kriznog upravljanja	13
2.4. Strategije kriznog komuniciranja	15
3. Utjecaj katastrofe na turizam	17
3.1. Analiza turističkih trendova i potražnje	18
3.2. Razumijevanje međunarodnih turističkih kretanja u uvjetima katastrofe	21
3.3. Zatvaranje granica i ograničavanje kretanja turista	22
3.4. Posljedice na turističke resurse	25
4. Prilagodba turističkog sektora na katastrofe	27
5. Obnova turističkog sektora nakon katastrofe.....	29
5.1. Investicije u infrastrukturu i obnovu turističkih resursa.....	29
5.2. Obnova povjerenja turista i promocija destinacija	31
Zaključak.....	34
Bibliografija.....	35
Popis ilustracija	39

Uvod

Turizam, kao gospodarska grana, suočava se s nizom globalnih izazova, a katastrofe, bilo prirodne ili ljudski uzrokovane, predstavljaju jedan od najznačajnijih faktora koji utječu na međunarodna kretanja. Ove okolnosti mogu imati dubok i dugotrajan utjecaj na globalni turizam, poremećujući trgovinu, migracije i međunarodnu suradnju. Razumijevanje utjecaja katastrofa na turizam postaje ključno za oblikovanje učinkovitih politika prilagodbe i strategija oporavka.

Uragani, potresi, poplave i slične katastrofe mogu direktno oštetiti infrastrukturu poput luka, aerodroma i cestovnih mreža, onemogućavajući protok ljudi i roba. To dovodi do poremećaja u globalnim lancima opskrbe i ekonomskoj nestabilnosti. Osim toga, takve katastrofe mogu potaknuti masovne migracije, dodatno opterećujući resurse i otežavajući oporavak.

Teroristički napadi, politički sukobi i masovni prosvjedi izazivaju strah i nesigurnost, što rezultira značajnim padom turističkih putovanja, investicija i trgovine. Političke sankcije i ograničenja dodatno otežavaju međunarodne odnose i trgovinske tokove.

Ovaj rad se fokusira na utjecaj katastrofa na međunarodna turistička kretanja. Istražuje se kako različite vrste katastrofa oblikuju turističke trendove, sigurnost putovanja, percepciju destinacija te strategije oporavka i otpornost turističkih destinacija. Dinamična priroda turizma, osjetljiva na vanjske utjecaje, zahtijeva duboko razumijevanje promjena u turističkim navikama, potražnji za destinacijama i učinkovitosti marketinških strategija u kontekstu katastrofa.

Turizam se suočava s brojnim izazovima, a katastrofe predstavljaju jedan od najznačajnijih. Razumijevanje utjecaja ovih događaja na turizam i razvoj strateških rješenja za ublažavanje posljedica i oporavak bitni su za osiguranje dugoročne stabilnosti i prosperiteta ove vitalne gospodarske grane.

1. Pojmovno definiranje katastrofe

Prema Kešetović, Toth (2012) katastrofa je nesreća koja je uzrokovana prirodnim katastrofama (iznenadna nesreća koja ima velike posljedice na ljudske živote, materijalna dobra i okoliš). Pod katastrofama se smatraju: pandemije (na primjer Covid-19), vojni sukobi i teroristički napadi, te prirodne katastrofe (suše, poplave, požari, potresi, vulkanske erupcije, tornada) (Kešetović, Toth, 2012).

U kontekstu upravljanja rizicima, često se poistovjećuju i miješaju pojmovi krize, katastrofe i izvanredne situacije. Važno je razumjeti razlike između ovih termina kako bi se mogli poduzeti adekvatni koraci u suočavanju s njima.

Kriza je složena situacija koja predstavlja ozbiljnu prijetnju organizaciji, zajednici ili društvu. Često je karakterizirana neizvjesnošću, hitnošću i potrebom za brzim donošenjem odluka. Ono što se smatra krizom može se razlikovati ovisno o kontekstu i percepciji promatrača.

Prema Kešetović, Toth (2012) katastrofa je ireverzibilan i porazan rezultat loše upravljane krize ili izvanredne situacije. To su događaji koji dovode do velikih materijalnih šteta, ljudskih žrtava i dugoročnih posljedica. Primjer katastrofe može biti potpuno uništenje vitalnog infrastrukturnog objekta u požaru. Izvanredna situacija je širi pojam koji obuhvaća i krize i katastrofe. To je bilo koja situacija koja narušava normalno funkcioniranje društva i zahtijeva brzi i koordiniran odgovor. Izvanredne situacije mogu biti uzrokovane prirodnim katastrofama, tehnološkim nesrećama ili ljudskim pogreškama. Krize su obično manje ozbiljne od katastrofa, ali i dalje mogu imati značajne posljedice. Katastrofe su ireverzibilne, dok se krize i izvanredne situacije mogu riješiti uz pravilan odgovor. Krize su često složene i teške za definiranje, dok su izvanredne situacije obično jasnije definirane i zahtijevaju strukturirani odgovor (Borodzicz, 2005).

Razumijevanje razlika između krize, katastrofe i izvanredne situacije ključno je za efikasno upravljanje rizicima. Svaka od ovih situacija zahtijeva specifičan pristup i resurse.

1.1. Vrste katastrofe

Katastrofe su iznenadni i ozbiljni događaji ili situacije koji uzrokuju velike štete, uništavanje, ili patnju. One mogu biti prirodne ili uzrokovane ljudskim djelovanjem. Postoje različite vrste katastrofa koje će u nastavku biti prikazane.

1.1.1. Prirodne katastrofe

Tijekom proteklog desetljeća u svijetu je prosječno bilo 45.000 žrtava godišnje od prirodnih katastrofa, što predstavlja oko 0,1% ukupnih smrti (Frančišković-Bilinski, 2022). Iako ova brojka nije velika, ipak kada dođe do veće prirodne katastrofe na manjem prostoru lokalni broj smrtnosti može biti velik u odnosu na to područje. Postoji više vrsta prirodnih katastrofa, a glavni uzroci su: požari, vulkani, tsunamiji, valovi, olujni vjetrovi, klizišta, poplave, meteori. Većinu uzroka ovakvih katastrofa nije moguće spriječiti, ali ukoliko se pravilno djeluje znatno se može smanjiti ili spriječiti broj žrtava i materijalna šteta. Na primjer:

- žrtve i štete od potresa mogu se minimizirati gradnjom zgrada koje su otporne na potrese i primjenom najstrožih građevinskih propisa i gradnjom zgrada otpornih na potrese do određene jačine koja se može očekivati na nekom području
- poplave se mogu spriječiti gradnjom nasipa i teretnih kanala
- štete od odrona mogu se spriječiti tako da se gradi na plohama poznatih klizišta i da se na padinama primjenjuju potrebna građevinska rješenja protiv mogućeg klizanja objekata
- štete od požara mogu se spriječiti održavanjem protupožarnih puteva, čišćenjem guste vegetacije itd.

U nastavku će se prikazati prirodne katastrofe:

➤ Potresi

Najčešći i najopasniji su tektonski potresi na rasjedima u zemljinoj kori. Hipocentar je žarište potresa u dubini Zemlje, a epicentar njegova projekcija na površinu. Potrese je teško predvidjeti, ali se može procijeniti područje rizika i jačina potencijalnih potresa.

➤ Olujni vjetrovi

Olujni vjetrovi nastaju uslijed razlika u tlaku zraka. Najjači vjetrovi su u tropskim ciklonima, koji se ne pojavljuju u Hrvatskoj. Bura uz Jadransko more može dostići snagu uragana. Olujni vjetrovi poput tornada i pijavice mogu izazvati veliku štetu. Meteorolozi mogu predvidjeti olujne vjetrove, omogućujući ljudima da se zaštite.

➤ Valovi i tsunami

Valovi na moru najčešće su uzrokovani vjetrom. Tijekom velikih oluja nastaju visoki valovi (preko 10 metara) koji mogu oštetiti obale. Teško ih je predvidjeti, ali ne predstavljaju veliku opasnost u Jadranskom moru. Tsunami su opasni valovi velikih duljina koji rastu kako se približavaju obali. Najčešće su uzrokovani potresima, ali mogu ih izazvati i veliki barometrijski sustavi. Predstavljaju realnu opasnost za Jadransko more.

➤ Poplave

Nastaju uslijed jakih kiša ili otapanja snijega uz rijeke, potoke i bujične vodotokove. Uzrokuju veliku štetu, ali su najlakše za prognozirati i prevenirati. Meteorolozi mogu unaprijed prognozirati poplave na temelju oborina. Evakuacija ljudi i zaštita imovine su moguće. Izgradnja nasipa, kanala i retencija može spriječiti ili ublažiti poplave.

➤ Klizišta

Klizišta, kao i odroni, nastaju na padinama s poremećajem stabilnosti tla. Veća i opasnija klizišta javljaju se na strmijim padinama, a ovise i o sastavu tla. Veća i opasnija klizišta se javljaju na strmijim padinama i ovise o sastavu tla. Najčešći uzroci su promjene razine podzemnih voda, tokovi površinskih voda, potresi i ljudsko djelovanje (krčenje šuma, opterećenje tla). Klizišta se mogu sanirati građevinskim zahvatima i spriječiti veće štete.

➤ Požari

Požar je nekontrolirano gorenje koje ugrožava živote i imovinu. U Hrvatskoj su najopasniji šumski požari, posebno na jugu tijekom ljeta. Iako ljudske žrtve nisu česte, dogodili su se tragični požari poput onog na Kornatima gdje je stradalo 12 vatrogasaca.

➤ Vulkani

Vulkani su jedna od najopasnijih prirodnih pojava. Mjesta na kojima lava izlazi na Zemljinu površinu, najčešće u obliku planina, ali i podmorskih vulkana. Najčešće se nalaze na rubovima litosfernih ploča. U Hrvatskoj nema aktivnih vulkana, ali erupcije u susjednim zemljama (npr. Italija) mogu imati posljedice i za Hrvatsku.

➤ Meteori

Meteor je svjetlosna pojava kada čestica iz svemira uleti u Zemljinu atmosferu, a meteorit je čvrsti komad svemirskog tijela koji padne na Zemlju. Većina meteora sagori u atmosferi i ne dođe do Zemlje. Ponekad veća svemirska stijena padne na tlo ili eksplodira u nižim slojevima atmosfere, uzrokujući štetu i ljudske žrtve. Najveća opasnost dolazi od asteroida promjera desetaka ili stotina metara, pa čak i kilometara. Udari takvih tijela predstavljaju jednu od najvećih prirodnih opasnosti za cjelokupno čovječanstvo (primjer: izumiranje dinosaura prije 65 milijuna godina).

1.1.2. Globalne pandemije

Čovječanstvo su oduvijek pratile zarane bolesti. Međutim, tek s povećanjem ljudske populacije pojava epidemija postala je moguća. Epidemije i pandemije utjecale su na ljudsku povijest i ponekad su dovele do propasti čitave civilizacije (Jerković, 2022). Neke od najpoznatijih globalnih pandemija su:

- Španjolska gripa (1918.-1919.) - jedna od najsmrtonosnijih pandemija u povijesti koja je rezultirala milijunima smrtnih slučajeva širom svijeta.
- Azijska gripa (1957.-1958.) - pandemija uzrokovana virusom influence A (H2N2) koja je dovela do velikog broja oboljelih i smrtnih slučajeva.
- Hongkonška gripa (1968.-1969.) - pandemija uzrokovana virusom influence A (H3N2) koja je također prouzrokovala značajan broj oboljelih i smrtnih slučajeva.
- HIV/AIDS (1980.-danas) - pandemija uzrokovana virusom HIV-a koji je do sada rezultirao milijunima smrtnih slučajeva i još uvijek predstavlja globalni zdravstveni izazov.

- SARS (2002.-2003.) - pandemija teškog akutnog respiratornog sindroma (SARS) uzrokovana koronavirusom SARS-CoV koji je prouzročovao stotine smrtnih slučajeva širom svijeta.
- MERS (2012.-danas) - pandemija Bliskog istoka respiratornog sindroma (MERS) uzrokovana koronavirusom MERS-CoV koji je prouzročovao manji broj smrtnih slučajeva, ali još uvijek predstavlja rizik.
- COVID-19 (2019.-danas) - pandemija uzrokovana koronavirusom SARS-CoV-2 koji je prvi put identificiran u Wuhanu, Kini, u prosincu 2019. godine. Ova pandemija je dovela do milijuna oboljelih i smrtnih slučajeva širom svijeta te ima značajan utjecaj na globalno zdravstvo, ekonomiju i društvo.

Procjenjuje se da su velike boginje, kolera, kuga, gripa i COVID-19 usmratile 300 do 500 milijuna ljudi. Zbog velikog napretka u medicini (razvoj antibiotika i cjepiva, javnozdravstvenih uvjeta) uspješno su eradicirane velike boginje, a kuga i kolera javljaju se samo u manje razvijenim područjima (Jerković, 2022). Međutim, i dalje je prisutna opasnost od izbijanja novih pandemija. Pandemija COVID 19 pokazala je koliko smo (ne)spremni u borbi s pandemijom. Prema UNWTO analizi podataka, 2022. godine 96% globalnih destinacija bilo je pod ograničenjem dolazaka, 50 milijuna ljudi izgubilo je posao 2020., a BDP turizma iznosio je gubitak od 4 bilijuna američkih dolara za vrijeme pandemije. Tek u razdoblju od siječnja do srpnja 2022. u usporedbi s 2021. godine, međunarodni dolasci porasli su za 172%, s pozitivnim brojevima iz svake globalne regije prikazane na Slici 1.



Slika 1. Prikaz međunarodnih dolazaka u globalnim regijama

Izvor: World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/>

1.1.3. Terorizam

Za sve ljude, pa i za turiste, prijetnja opasnosti od terorizma je zastrašujuća. Teroristički napadi izvode se s ciljem iznenadnog nanošenja materijalne štete i ljudskih žrtava te su iznenadni odnosno nepredvidivi. Čatović (2022) navodi da je strah od terorizma za turiste znatno veći od stvarno rizika (ukupan broj ljudi širom svijeta koji su ubijeni od strane terorista je otprilike koliki i broj onih koji su se udavili u kadama u SAD-u). Ipak, turisti su „privlačni“ teroristima, pa je opasnost za turiste od terorizma velika (teroristi se lako umiješaju u grupe turista). Osim toga, savršene mete za terorističke napade su turističke destinacije a na meti su transportna infrastruktura (kopnena, aero, plovna), sportske prirode, karnevali, kongresi itd.

Teroristički napadi mogu imati katastrofalne posljedice na turizam, što pokazuje primjer incidenta u Španjolskoj 1985. godine. Taj je incident doveo do smanjenja dolaska turista za 140.000 sljedeće godine, a otkazivanje rezervacija od strane američkih turista u Europi te godine poraslo je na 54%. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) procijenila je gubitak prihoda od turizma te godine na 105 milijardi dolara zbog straha od terorizma. Drugi primjeri pokazuju da lokalni terorizam, osim na samoj destinaciji, možda neće značajno umanjiti svjetski turistički promet. Teroristički napadi 11. rujna 2001. godine u SAD-u imali su ozbiljne posljedice za ekonomiju i turizam u New Yorku (Newyorška burza zatvorena je 6 dana, indeksi su zabilježili najveći jednodnevni pad u povijesti, a turistički promet te godine smanjio se za 6,1%). Unatoč tome, ukupan svjetski turistički promet te godine pao je za samo 0,5% (David Mc i Bake, 2014). Ovi primjeri ističu složenost utjecaja terorizma na turizam. Posljedice variraju ovisno o brojnim čimbenicima, uključujući lokaciju napada, njegovu veličinu i značaj, te opće gospodarsko i političko okruženje u to vrijeme. Važno je napomenuti da su ovo samo dva primjera, a postoji mnoštvo drugih terorističkih napada s raznim utjecajima na turizam.

1.1.4. Tehnološke katastrofe

Tehnološke katastrofe definiraju se kao incidenti ili nesreće koje se događaju kao posljedica kvara, propusta ili neuspjeha tehnoloških sustava, infrastrukture ili procesa. Te katastrofe

moгу imati širok raspon uzroka i posljedica, a često uključuju industrijske nesreće ili nesreće povezane s naprednom tehnologijom. Takve katastrofe zahtijevaju hitnu intervenciju, koordinirane napore spašavanja i oporavka te često dugotrajne mjere obnove i popravka kako bi se obnovila normalna funkcija društva i infrastrukture.

Dva najveća globalna incidenta bile su nuklearne katastrofe u Černobilu (1986.) i Fukushima (2011.), uz koje treba spomenuti i smrtonosno istjecanje plina u Bhopalu (1984.). Danas stručnjaci tvrde da ne naprijed naveden tri globalna incidenta nisu trebala odviti (Jakić, 2022).

Černobilska katastrofa, koja se dogodila u travnju 1986. godine, ostaje jedna od najvećih nuklearnih katastrofa u povijesti čovječanstva. Ovaj događaj nije samo rezultirao trenutnim incidentom, već je imao dugoročne posljedice po okoliš, zdravlje ljudi i političku situaciju. Katastrofa se dogodila u nuklearnoj elektrani Černobil u Ukrajini, tadašnjem Sovjetskom Savezu, kada je eksperiment s reaktorom izmaknuo kontroli. Reaktor je došao do kritične točke, rezultirajući eksplozijom koja je oslobodila ogromnu količinu radioaktivnih materijala u atmosferu. Posljedice Černobilske katastrofe bile su ogromne i višestruke. Velika područja oko elektrane postala su neprikladna za život zbog visokih razina radijacije što je rezultiralo evakuacijom tisuća ljudi iz njihovih domova. Povećan je broj oboljelih od raka i drugih bolesti povezanih s izloženošću radijaciji, kako među ljudima koji su bili izloženi izravno, tako i među njihovim potomcima. Osim toga, Černobilska katastrofa imala je značajan utjecaj na političku i društvenu situaciju. Nesposobnost sovjetskih vlasti da brzo i otvoreno reagiraju na katastrofu izazvala je gubitak povjerenja u vladu i pojačala osjećaj nezadovoljstva u društvu. Također je potaknula rasprave o sigurnosti nuklearnih elektrana i potrebu za strožim mjerama kontrole i nadzora. Černobilska katastrofa ostaje snažan podsjetnik na snagu nuklearne energije i potrebu za oprezom i odgovornim postupanjem u njezinoj uporabi. Ona također naglašava važnost transparentnosti, brze reakcije i suradnje u upravljanju katastrofama kako bi se smanjile štete i zaštitilo zdravlje i sigurnost ljudi i okoliša.

1.1.5. Klimatske promjene i održivost u globalnom okruženju

Jedan od milenijskih ciljeva razvoja Ujedinjenih naroda je i ekološka održivost. WTTC (*World Travel & Tourism Council*), savjetodavno tijelo svjetskog turizma, navodi da je pomoć i poticanje ulaganju u ekološki neštetne turističke projekte strateški prioritet zbog stvaranja pozitivnog identiteta na međunarodnim tržištima. Klimatske promjene koje rezultiraju porastom razine mora, promjenom morskih struja, ubrzanim topljenjem leda i slično, imaju značajan utjecaj na turizam. Takvi učinci mogu dovesti do gubitka biološke raznolikosti, mijenjati prirodni i izgrađeni okoliš koji je povezan s turizmom. Ostale posljedice klimatskih promjena mogu biti zdravstvene implikacije toplinskog stresa te širenje tropskih bolesti. Liberalizacija međunarodnih trgovinskih režima i smanjenja prepreka međunarodne razmjene je dovela do širenja novih tržišta, ali je dovela i do brzog širenja gospodarske krize te je isto tako olakšala širenje bolesti poput prenošenja različitih virusa. S obzirom na negativne posljedice koje su uzrokovane klimatskih promjenama, neophodno je provoditi u skladu s održivim razvojem. Turističko gospodarstvo je svjesno negativnih utjecaja te je stoga potrebno razlikovanje između: (UN Tourism, n.d.):

- početne faze pogoršanja stanja okoliša ili posljedica neplaniranog razvoja,
- trajnih ili privremenih stanja (terena, životinjskog/biljnog svijeta),
- velikih ili malih razmjera promjene (golf terena, turističkih naselja, uništenje puteva).

2. Krizni menadžment

Upravljanje kriznim situacijama u turističkom sektoru odnosi se na strateški i proaktivni pristup dionika industrije kako bi predvidjeli, pripremili se, odgovorili i oporavili se od neočekivanih događaja koji mogu ugroziti sigurnost, planove putovanja i opće zadovoljstvo turista. U ovom dijelu rada prikazat će se definicija kriznog menadžmenta, krizni menadžment u turizmu, faze kriznog upravljanja te krizno komuniciranje.

2.1. Definicija kriznog menadžmenta

Krizni menadžment uključuje skup metoda koje se koriste u različitim funkcionalnim područjima upravljanja. Društvene tehnologije, metode ekonomske analize, predviđanja i planovi restrukturiranja i reorganizacije koriste se u kombinaciji s pravovremenim sprječavanjem i prevladavanjem kriza. Krizne faze uključuju preliminarnu, akutnu, kroničnu i faze rješavanja krize (Heller & Darling, 2011.). Tehnologija kriznog upravljanja sastoji se od nekoliko uzastopnih koraka za implementaciju mehanizma utjecaja na sustav za sprječavanje, ublažavanje i prevladavanje kriza različitih vrsta.

2.2. Krizni menadžment u turizmu

Krize u turističkoj industriji mogu poprimiti različite oblike, a svaki zahtijeva prilagođeni odgovor. Učinkovito upravljanje krizom počinje mnogo prije nego što se kriza dogodi. Turistička industrija mora se uključiti u planiranje i pripravnost prije krize kako bi ublažila potencijalne rizike i povećala reakciju tijekom izvanrednih situacija. To uključuje provođenje temeljite procjene rizika, prepoznavanje ranjivosti i uspostavljanje timova za odgovor na krizne situacije s jasnim ulogama i odgovornostima. Robusni komunikacijski planovi neophodni su za širenje točnih i pravovremenih informacija turistima, zaposlenicima i široj javnosti, izgradnju transparentnosti i povjerenja. Kada nastupi kriza, učinkovitost odgovora i komunikacije može značajno utjecati na upravljanje situacijom. Turistička poduzeća moraju promptno aktivirati svoje timove za odgovor na krizne situacije i primijeniti unaprijed utvrđene protokole. Brza komunikacija s nadležnim tijelima, lokalnim zajednicama i drugim dionicima ključna je za točnu procjenu situacije i donošenje informiranih odluka.

Transparentna i pravovremena komunikacija s turistima ključna je za upravljanje očekivanjima, davanje sigurnosnih smjernica i nuđenje alternativnih rješenja. Izgradnja otpornosti ključna je komponenta učinkovitog upravljanja krizama u turističkoj industriji. Diverzifikacija turističke ponude, kako u pogledu odredišta tako i doživljaja, može pomoći u smanjenju utjecaja kriza koje utječu na određene regije ili sektore. Stvaranje fondova za nepredviđene situacije i ulaganje u sveobuhvatne police osiguranja može osigurati financijsku stabilnost tijekom izazovnih vremena. Zajednički napori između javnog i privatnog sektora mogu ojačati sposobnosti upravljanja, potičući kolektivnu predanost opstanku i oporavku industrije (Crisis Management, 2023).

Smolčić Jurdana i sur. (2022) navode da opseg upravljanja kriznim situacijama uključuje različite radnje kao što su prevencija krize, pripravnost, odgovor i revizija. Detekcija signala upozorenja središnji je dio prevencije krize, dok faza priprema obično uključuje formiranje timova za krizni menadžment, kao i uspostavljanje kriznih planova.

Aldao i sur. (2021) navode da se svi analizirani modeli upravljanja koji su se primjenjivali u turizmu od 1960. do 2018. sastoje od pripravnosti i planiranja, odgovora i oporavka, te razrješenja i povratnih informacija. Stoga je od iznimne važnosti implementirati proaktivan pristup, u kojem moraju biti usmjereni svi alati i modeli upravljanja krizom o procesu donošenja odluka kako bi se osigurao uspješan razvoj na lokalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini.

Složena struktura turističke industrije očituje se u visokom stupnju međusobne ovisnosti i međupovezanost među brojnim dionicima, što industriju čini ozbiljno sklonom na krize. Kao neizbježne krajnosti koje redovito remete turizam, krize su sve učestalije i složenije (Assaf i sur., 2021). Zbog osjetljivosti turizma i snažnog utjecaja koji krize mogu imati na turizam, mnoga su istraživanja usredotočena na upravljanje krizama. Iznimno je važno da jedna ovako velika i važna industrija može kreirati potencijalne mjere i rješenja koja joj mogu pomoći u daljnjem razvoju u kriznim vremenima (Bogan i sur., 2021.). Ključni izazov s kojim se turizam suočava je predviđanje i priprema za mogućnost krize. Budući da je turistička industrija posebno sklona krizama, što znači da je gotovo pod stalnom prijetnjom pojave negativnog događaja, ključna je kombinacija proaktivnog upravljanja i reaktivnog odgovora na krizu (Smolčić Jurdana i sur., 2022).

COVID-19 najveća je kriza kojoj je globalni svijet svjedočio u posljednje vrijeme. Utjecala je svakodnevno na ekonomski, psihološki i društveni aspekt, te je pogodila mnoge sektore, posebice turizam zbog zatvaranja međunarodnih granica. Turizam se pokazao kao fleksibilna industrija koja je sposobna nositi se s negativnim učincima krize u kratkookm vremenu. To je povezano s turističkom strukturom i sposobnošću turističkih aktera (investitori, zaposlenici, dobavljači) da stvore fleksibilan poslovni mentalitet koji pomaže pravilno odgovoriti na negativne događaje (Bogan i sur., 2021). Međutim, pandemija COVID-19 otkrila je nedostatak pripremljenosti zbog neočekivano brzog širenja virusa koje je zateklo mnoge vlade ciljem svijeta nespemne.

Burzynska i sur. (2021) navode da postojeća literatura naglašava važnost pripreme i provedbe proaktivne umjesto reaktivnih mjera za suočavanje s potencijalnim prijetnjama. Dionici u turističkim destinacijama trebaju ulagati u razvoj višeslojnih i višefaznih planova upravljanja krizom kako bi se smanjili rizici od nastanka krize i ograničio njezin negativan učinak na turističku industriju. Cilj je postići ravnotežu između održavanje profitabilnosti u razvijenim zemljama, uz istovremeno izbjegavanje prenapučenosti i povećanja aktivnosti u zemljama u razvoju koje se pretjerano oslanjaju na turizam i tržišta kojima su potrebni veliki poticaji da prežive i oporave se. Dok je turizam učinkovit način postizanja lokalnog razvoja, to ne bi trebala biti jedina profitabilna grana industrije. Svaka destinacija također treba pronaći društvenu ravnotežu između jednakosti i pravde za lokalno stanovništvo i gospodarski razvoj područja. Politike planiranja i upravljanja turizmom trebaju slijediti koncept održivosti i otpornosti na svim razinama (lokalna, nacionalna i međunarodna) i primjerene oblike upravljanja. Svi dionici imaju odgovornost pomoći u preusmjeravanju turizma, ponude i potražnje, prema održivijem i otpornijem profilu za budućnost koja se neprestano mijenja (Romagosa, 2020).

2.3. Faze kriznog upravljanja

Planiranje i prevencija su ključni koraci u suočavanju s krizom. Planiranje omogućuje razmatranje različitih scenarija i donošenje strategija za upravljanje kriznim situacijama. Prevencija se fokusira na smanjivanje rizika od nastanka krize te ublažavanje njenih posljedica (Luecke, 2005:68). Da bi se krizom učinkovito upravljalo važno je da organizacije budu dobro pripremljene na krizne situacije (Pollardi, Hotho, 2006.).

Prvi korak upravljanja krizom je planiranje. Dakle, da bi organizacije što bolje upravljale krizom potrebno je (Mihalinčić, 2018.):

- Izraditi krizni plana: Krizni plan sadrži detaljne procedure za upravljanje različitim tipovima kriza. Plan se redovito ažurira, najmanje jednom godišnje.
- Formirati krizni tim: Tim sastavljen od iskusnih stručnjaka odgovoran je za koordinaciju aktivnosti tijekom krize.
- Redovito testirati plan: Vježbe pomažu u procjeni efikasnosti plana i identificiranju eventualnih slabosti.
- Pripremiti krizne poruke: Unaprijed pripremljene poruke osiguravaju transparentnu i dosljednu komunikaciju s javnošću.

Mihalinčić (2018) navodi da krizni plan sadrži sve o načinu upravljanja različitim vrstama kriza. Planovi za krizne situacije imaju tri posebna cilja i to:

- definiraju ovlaštenja i odgovornosti za upravljanje krizom,
- pružaju smjernice za poduzimanje konkretnih koraka u rješavanju krize,
- uspostavljaju sustave za ublažavanje posljedica krize i sprječavanje njenog eskaliranja.

Krizni plan omogućava brzu i koordiniranu reakciju na krizu, pomaže u smanjenju negativnih utjecaja krize na organizaciju te doprinosi izgradnji povjerenja javnosti u organizaciju.

Krizni tim sastavljen je od ljudi koji upravljaju odgovorom organizacije na krizu. Naime, sastav kriznog tima treba definirati unaprijed (Coombs, 2007). Imenovanje ljudi, prije stvarne nevolje, u krizni tim itekako je dobar korak zbog spremnosti da kada se krizna situacija

dogodi, ljudi u timu mogu zajedno donositi odluke i odlučivati (Luecke, 2005). Provođenje vježbi pomaže u usavršavanju koordinacije i timskog rada. Kriza također zahtjeva i sposobnost upravljanja informacijama jer se potreba za informacijama brzo razvija tijekom krize. Brza i transparentna komunikacija s javnošću je ključna za ublažavanje negativnih posljedica krize. Krizni plan treba sadržavati smjernice za medijsku komunikaciju. U fazi početka krize javnost treba uvjeriti da se poduzimaju sve potrebne mjere. Informacijska praznina se mora što prije ispuniti vjerodostojnim informacijama. Zbog toga menadžeri u većini slučajeva pripremaju predloške poruka koje će upotrijebiti u trenutku nastupanja krize. Predlošci će se popuniti ključnim informacijama u trenutku njihove dostupnosti. (Mihelčić, 2018).

Nakon završetka krize neophodno je provesti analizu provedenih aktivnosti. Cilj analize je identificirati dobre i loše prakse te ih primijeniti u budućim kriznim situacijama. Kontinuirano usavršavanje plana i procedura ključno je za bolje suočavanje s budućim kriznim situacijama.



Slika 2. Upravljanje u kriznim uvjetima

Izvor: Mihalinčić (2018.) Upravljanje krizama i komuniciranje. Velika Gorica: Veleučilište Velika Gorica.
<https://www.google.com/search?q=upravljanje+kriznim+situacijama>

Dakle, upravljanje u kriznim uvjetima sastoji se od preventivnih mjera, pripravnosti, reagiranja i sanacije. Preventivne mjere su one koje procjenjuju rizik i posljedice i sl. Pripravnost obuhvaća planiranje, organiziranje, uvježbavanje i pripremanje na krizu. Reagiranje je aktivnost koja tijekom krize obuhvaća spašavanje, zaštitu i pružanje pomoći. Nakon prestanka krize dolazi do sanacije koja obuhvaća obnovu.

2.4. Strategije kriznog komuniciranja

U kriznom menadžmentu opće je poznato da komunikacija igra ključnu ulogu u prevladavanju kriza i popravljanju ugleda.

Coombs (2007) tvrdi, da budući da kriza uzrokuje neizvjesnosti i stresa za dionike, tvrtke moraju biti otvorenije prema svojim dionicima kako bi im pomogli da se nose s psihološkom prijetnjom krize. Naime, dionici žele znati koje se korektivne radnje poduzimaju za zaštitu iz sličnih kriza u budućnosti jer se tima smanjuje njihov psihički stres.

U ispitivanju uloge korporativnog komuniciranja u kriznim situacijama, teorija imidža restauracija je postala možda najdominantnija paradigma u ovom području (Dardis i Haigh, 2009.). Na temelju teorije restauracije slike Fortunato (2008) identificira pet glavnih komunikacijskih strategija koje se mogu koristiti za vraćanje imidža i ugleda kakvo je bilo prije krize:

- (1) Strategija odbijanja – organizacija pokušava ukloniti bilo kakvu vezu između organizacije i krize tvrdeći da krize nema i nudi jednostavno poricanje da nije izvršila neku pogrešku.
- (2) Izbjegavanje odgovornosti – organizacija pokušava smanjiti odgovornost za krizu tvrdeći da ju je u krizu natjerao netko drugi tko je bio nesposobnost da spriječi krizu koja uzrokuje pogrešku, ali da je imala dobre namjere.
- (3) Smanjenje ofenzivnosti krize – organizacija pokušava minimizirati percipirane štete uzrokovane krizom i ojačati dobre osobine organizacije stvaranjem više cjelovit kontekst u kojem se organizacija treba ocjenjivati.
- (4) Korektivna strategija – organizacija provodi korake za rješavanje problema i sprječavanje ponavljanje krize poduzimanjem korektivnih radnji.

(5) Strategija mortifikacije – organizacija preuzima punu odgovornost za krizu i traži praštanje.

Coombs (2007) karakterizira strategiju odgovora na krize prema njihovoj razini prihvaćanja od strane kritičnih dionika. On identificira punu ispriku kao vrlo visoko prihvaćanje, gdje organizacija preuzima odgovornost za krizu i traži oprost od dionika. Također postoji visoko prihvaćanje korektivnih radnji, gdje organizacija prenosi ideju da poduzima radnje kako bi se spriječilo ponavljanje krize, dok strategija poricanja nema prihvaćanja čak ni kada je došlo do krize. (Fortunato, 2008). Međutim, u krizi menadžeri moraju poricati i tvrditi da ne postoji „stvarna“ kriza (Coombs, 2007).

Za učinkovitu provedbu različitih vrsta strategija odgovora na krizu, krizni menadžment često ima jak fokus na odnose s javnošću kako bi se nadoknadila šteta nanesena imidžu u javnosti i uvjerali dionici da je oporavak u tijeku. Odnosi s javnošću definiraju se kao praksa upravljanja komunikacijom između organizacija i njezina javnost (Huang, 2004). Omogućuje organizaciji da se izloži dionicima korištenjem tema od javnog interesa i vijesti. Obično se provodi komunikacijske aktivnosti uključujući govore na konferencijama, rad s društvenim medijima, interakciju s dionicima itd. Osim toga, prepoznata je uloga glavnog izvršnog direktora organizacije, kao glavnog komunikatora, koji može biti važan glasnogovornik u kriznom komuniciranju (Watson, 2007). Odabir odgovarajućeg odgovora na krizu koji ublažava negativne percepcije potrošača, javnosti i dionika ključni za upravljanje korporativnom reputacijom (De Blasio i Veale, 2009).

Krizna odgovornost je negativno povezana sa korporativnim ugledom (Coombs, 2007). Što se organizacija smatra odgovornijom za krize i što su percepcije negativnije, veća je i veća šteta za marku, imidž i ugled (De Blasio i Veale, 2009.). Dakle, kriza koju je moguće spriječiti i koja vodi do najveće pripisane odgovornosti zauzvrat rezultira najvećom štetom za reputaciju organizacije. Krizna odgovornost izaziva afektivne reakcije, a predstavlja i prijetnju ugledu. Negativne emocije mogu navesti dionike da kritiziraju tvrtku ili da prekinu suradnju s njom (Coombs, 2007). Što se kriza doživljava ozbiljnijom, to je javnost više uključena i pokreću se negativne emocije, te je posljedično izazvana veća šteta za reputaciju organizacije (De Blasio i Veale, 2009.).

3. Utjecaj katastrofe na turizam

Turizam je jedna od ključnih industrija koja često reagira na katastrofe, bilo da su to prirodne katastrofe poput uragana, zemljotresa i poplava ili ljudske katastrofe kao što su teroristički napadi ili epidemije. Neki od važnih aspekata kako turizam reagira na katastrofe je brza prilagodba. Naime, turistička industrija prilagodljiva je i brzo reagirati na promjene u okolini. Nakon katastrofe, turistički sektor može brzo prilagoditi svoje ponude i strategije kako bi se oporavio. Također, turističke destinacije često imaju raznolike mogućnosti za ponudu što im omogućava da se brzo prilagode novim uvjetima (Čavalek i sur., 2011). Na primjer, ako je određena regija pogođena prirodnom katastrofom poput uragana, može se promovirati drugačija vrsta turizma poput kulturnog, ruralnog ili ekološkog turizma. Nakon katastrofe, turističke destinacije često ulažu napore u promociju sigurnosti kako bi povratili povjerenje turista. To može uključivati poboljšanje infrastrukture, jačanje sigurnosnih mjera ili kampanje koje promoviraju sigurnost i stabilnost destinacije. Isto tako, kako bi se smanjila osjetljivost na katastrofe, turističke destinacije mogu diversificirati svoje tržište ciljajući širi spektar turista iz različitih zemalja ili regija. Na taj način, ako je jedno tržište pogođeno katastrofom, druga tržišta mogu pružiti stabilnost. Da bi se pružila suradnja i podrška turističkom mjestu nakon katastrofe, turistička industrija često surađuje s vladama, lokalnim zajednicama i drugim dionicima zbog ublažavanja štete i poticanja na oporavak. Ovo može uključivati financijsku podršku, obnovu infrastrukture ili zajedničke marketinške kampanje. Katastrofe često potiču inovaciju i tehnološki napredak u turističkoj industriji. Na primjer, nakon epidemija može se vidjeti veća upotreba tehnologije kao što su virtualne ture ili digitalne platforme za promociju destinacija.

Zaključno, mnoga istraživanja pokazala su da, iako su katastrofe izazovne za turizam, turistička industrija često pokazuje svoju otpornost i sposobnost prilagodbe, te se može brzo oporaviti uz odgovarajuće mjere i strategije.

3.1. Analiza turističkih trendova i potražnje

Turizam u 2024. godini prelazi kroz dinamičnu transformaciju, prilagođavajući se brzim promjenama i rastućim potrebama suvremenih putnika. Digitalizacija, održivost i potražnja za autentičnim iskustvima postaju ključni pokretači ove industrije.

Ključni turistički trendovi su:

- Digitalni nomadi: Pojava digitalnih nomada dovodi do porasta dugoročnih boravaka, što utječe na strukturu turističke potražnje.
- Eko-svijest: Putnici su sve više svjesni okoliša i traže održive turističke prakse, potičući destinacije na usvajanje ekološki odgovornih strategija.
- Autentičnost: Putnici žele bogate kulturne, lokalne i prirodne doživljaje.
- Aktivni odmor: Raste potražnja za destinacijama koje nude aktivne opcije i mogućnosti učenja, poput planinarenja, biciklizma, edukativnih tura i radionica.
- Diverzifikacija: Destinacije koje se uspijevaju prilagoditi novim trendovima, poput razvoja ruralnog i avanturističkog turizma, ostvaruju značajan rast prihoda.

Na turističke trendove i potražnju utječu i nove tehnologije poput umjetne inteligencije koja poboljšava planiranje putovanja, nudeći personalizirane preporuke i podršku u stvarnom vremenu. Chatbotovi i virtualni asistenti postaju uobičajeni za korisničku podršku. Algoritmi i imjetna inteligencija omogućuju brze i efikasne rezervacije, smanjujući potrebu za ručnim unosom podataka. Online platforme postaju sofisticiranije, nudeći integrirane usluge. Nadalje, VR (virtualna stvarnost) i AR (proširena stvarnost) tehnologije nude virtualne ture i uvid u destinacije prije dolaska, te interaktivne obilaske i edukativne sadržaje na samoj destinaciji. Također novi trendovi u turizmu su (Mulahasanović, 2024).

- Bleisur' turizam: Mlađi putnici kombiniraju poslovna putovanja s odmorom, produžujući boravak i trošeći više.
- Frontier turizam: Avanturistički turizam u manje poznate destinacije privlači putnike koji traže nova iskustva i nedirnute pejzaže.
- Pristupačna održiva putovanja: Ova opcija omogućava putovanje na ekološki svjestan način, nudeći backpackerski smještaj i ekonomske pakete.

Ekonomski nužna komponenta turizma je održivost. Destinacije se fokusiraju na korištenje obnovljivih izvora energije, promociju lokalnih proizvoda, eko-ture i edukaciju o očuvanju prirode. Društvena odgovornost, pravedna raspodjela prihoda i podrška lokalnim zajednicama također su ključne za održivu praksu.

Turizam u 2024. godini dinamičan je i prilagođava se modernim trendovima. Digitalizacija, održivost, autentičnost i diverzifikacija postaju ključni za privlačenje putnika i ostvarivanje dugoročnog prosperiteta u ovoj industriji. Tehnološke inovacije otvaraju nove mogućnosti za istraživanje i iskustvo svijeta, dok održivost postaje neizostavan faktor za odgovoran turizam.

Nadalje, putovanja se stvaraju pod utjecajem potreba koje se kasnije izražavaju kroz turističku potražnju. Turističko tržište funkcionira na subjektivnoj kategoriji potražnje (udovoljenju želja, osjećaja, preferencijama), a ne samo na materijalnoj osnovi. Izvorište turističkih putovanja je ljudska potreba za odmorom i rekreacijom, kao i odmakom od svakodnevnih radnih procesa. Temeljem udovoljenja ovim kategorijama, tj. stvaranjem doživljaja i iskustvenih komponenti putovanja razvio se dokoličarski kao i poslovni turizam. Suvremeni turizam je posljedica:

- razvijenih tehnologija
- socioekonomskih utjecaja unutar društva (poimanje slobodnog vremena i rast prihoda)
- liberalizacije odnosa i otvaranja svjetskih ekonomija

Platežna sposobnost korisnika turističkih usluga i proizvoda osigurava pokretljivost stanovništva s viškom raspoloživih financijskih sredstava. S druge strane, stanovništvo kao sastavni dio turističke ponude postaje servilno prema posjetiteljima. Ravnoteža emitivnog i receptivnog pola postiže se nakon što obje strane pronađu/ostvare vlastite interese. Prema tome, turistička potražnja je izvorište aktiviranja resursa i organizacije aktivnosti turističke ponude za istu (vidi Tablicu 1.).

Tablica 1 . Relacija veza između tržišta turističke ponude i potražnje

Pokretački čimbenici	Promotivne aktivnosti	Utjecaji, težnje	Socioekonomski status	Navike i vrijednosti
Preporuke, doživljaji, utisci	Turistička motivacija			
	Pretraživanje informacija/sagledavanje alternativa			

EMITIVNO TRŽIŠTE				
Turistički posrednici (Turoperatori i turističke agencije)	Međunarodno turističko tržište			
RECEPTIVNO TRŽIŠTE				
Raspoloživost resursa	Prirodni i kulturni resursi			
Imidž/brand destinacije	Odnos cijene i kvalitete – Pristupačnost – Infra i supra struktura, Atraktivnost, Aktivnosti, Gostoprimstvo			
Sigurnost	Standardi			Lokalne zajednice

Izvor: Gržinić, Jasmina Međunarodni turizam. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014

Iz Tablice 1 vidljivo je da samo jedna usluga, tj. sadržaj ne mogu zadovoljiti agregatnu turističku potrebu. Također je vidljivo da ne mogu samostalno utjecati na željeni broj dolazaka turista. Na primjer, povezanost turizma i prometa može se promatrati kroz elemente ekonomičnosti, sigurnosti, udobnosti i brzine¹. Odgovor koji se sa strane ponude pri tome postavlja je rastuća tržišna segmentacija kroz porast, tj. multiplikaciju odmorišnih tipova i atrakcija (Franklin, 2003). Turistički proizvod, s potrošačke strane gledišta, sastavljen je od različitih kvalitativnih i kvantitativnih komponenata. Tako sagledavanje ponude izaziva kompetitivnost unutar turističkih sub sektora.

U današnjem globaliziranom svijetu, turistička industrija suočava se s nizom izazova, uključujući promjene u potražnji i sve učestalije otkazivanje putovanja. Zbog toga su u turizmu propisani zakoni koji definiraju pravila ponašanja u izvanrednim okolnostima.

Jedan od ključnih zakona u Hrvatskoj je Zakon o pružanju usluga u turizmu (Narodne novine, br. 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21, u daljnjem tekstu: ZPUT). Ovaj zakon, koji u hrvatski

¹ Osim pojačanim dolaskom zrakoplova (zbog pojave niskotarifnih prijevoznika), ostale vrste prometa u Hrvatskoj su slabo razvijene i nedovoljno iskorištene. <http://www.riksa.planet-zemlja.hr/>

pravni sustav prenosi Direktivu EU 2015/2302, uređuje raskid ugovora o putovanju u paket-aranžmanu u slučaju izvanrednih okolnosti.

Prema članku 37. stavku 6. ZPUT, putnik ima pravo raskinuti ugovor o putovanju u paket-aranžmanu bez naknade u slučaju izvanrednih okolnosti koje se nisu mogle izbjeći, a koje utječu na ispunjenje aranžmana ili prijevoz putnika na odredište. Izvanredne okolnosti mogu biti, na primjer, prirodne katastrofe, epidemije, ratovi ili teroristički napadi.

Članak 38. stavak 2. ZPUT omogućuje organizatoru da raskine ugovor o putovanju u paket-aranžmanu i vrati putniku sva plaćena sredstva bez naknade štete u slučaju izvanrednih okolnosti koje se nisu mogle izbjeći. Organizator je dužan putnika obavijestiti o raskidu ugovora bez nepotrebnog odgađanja i vratiti mu sva plaćena sredstva u roku od 14 dana od raskida ugovora.

Ovaj zakonodavni okvir štiti i putnike i organizatore putovanja u izvanrednim okolnostima. Putnicima osigurava pravo na otkazivanje putovanja i povrat sredstava u slučaju nepredvidivih događaja, dok organizatorima omogućuje raskid ugovora bez naknade štete u izvanrednim okolnostima. Dakle, osigurava pravedan tretman za obje ugovorne strane i odražavaju nastojanja da se osigura transparentnost, sigurnost i povjerenje u turističkom sektoru.

3.2. Razumijevanje međunarodnih turističkih kretanja u uvjetima katastrofe

Prema podacima UNWTO-a (*United Nations World Tourism Organization*), u 2019. globalni međunarodni turistički dolasci dosegli su 1,5 milijardi godišnje zahvaljujući desetljeću neprekinutog rasta. Dolasci su između 2009. i 2019. rasli u prosjeku za 5% godišnje, odnosno na ukupnoj razini od čak 63%. Sa takvim rastom turizam je postao jedan od glavnih svjetskih društveno-ekonomskih sektora. U 2019. prihodi od izvoza od turizma iznosili su 1,7 trilijuna USD što je jednako 28% globalne trgovine uslugama i 7% ukupnog izvoza roba i usluga. Izravni ekonomski doprinos turizma iznosio je 3,5 trilijuna USD u 2019. ili 4% globalnog BDP-a. Turizam je također postao ključni stup ne samo gospodarskog rasta već i društvenih

moćnosti. Pod vodstvom UNWTO-a, turizam je izrastao u ključni stup održivog razvoja prepoznat po svojoj jedinstvenoj sposobnosti stvaranja prilika za sve i pružanju rješenja za neke od najvećih problema (UNWTO, 2020).

Razumijevanje međunarodnih turističkih kretanja u uvjetima katastrofe ključno je za predviđanje, planiranje i upravljanje turizmom u kriznim situacijama. Katastrofe, kao što su prirodne katastrofe, pandemije ili teroristički napadi, značajno utječu na turističku industriju, promet i ponašanje turista. Na primjer, katastrofe često dovode do smanjenja turističkih dolazaka zbog sigurnosnih razloga, ograničenja putovanja, zatvaranja granica i straha od nepoznatog. Također, turisti mogu promijeniti destinacije putovanja izbjegavajući područja pogođena katastrofom i birajući sigurnije destinacije. Isto tako, turističke katastrofe mogu dovesti do značajnog pada prihoda u turističkom sektoru što može imati dugoročne posljedice za ekonomiju zemlje koja ovisi o turizmu. Upravljanje krizama postaje ključno za brzo reagiranje, obnovu turističke infrastrukture i promociju sigurnosti kako bi se obnovilo povjerenje turista.

U uvjetima katastrofe, digitalne platforme i komunikacijski kanali postaju ključni za pružanje informacija, praćenje situacije i komunikaciju s turistima. Naime katastrofe često potiču svijest o važnosti održivog turizma i potrebi za očuvanjem okoliša kako bi se smanjila ranjivost turističkih destinacija na buduće katastrofe. Iz navedenog može se zaključiti da razumijevanje i prilagodba međunarodnih turističkih kretanja u uvjetima katastrofe zahtijeva fleksibilnost, brzo reagiranje i usmjerenost na sigurnost, održivost i obnovu kako bi se minimizirale štete i potaknuo oporavak turističkog sektora.

3.3. Zatvaranje granica i ograničavanje kretanja turista

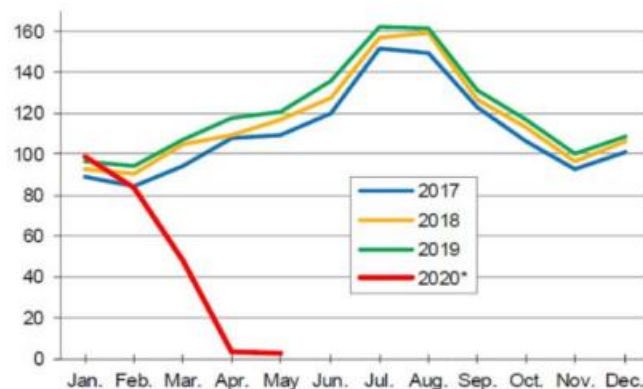
Vergheze (2022) navodi da je do značajnih pada stopa rasta u turističkoj industriji, u 2020. godini, dovelo izbijanje pandemije i razna ograničenja u kretanju. Zbog toga, povijesno tržište 2017.-2021. doživjelo je pad što je posljedicu imalo negativne godišnje stope rasta tijekom cijelog povijesnog razdoblja (Vergheze, 2022.).

Pojava pandemije Covid-19 tijekom 2020. dovela je do velikih financijskih gubitaka i izazvala je globalnu ekonomsku i zdravstvenu krizu u cijelom svijetu, pretvorivši se u

globalnu krizu (recesiju) bez presedana u novijoj povijesti. Zbog širenja pandemije Covid-19 provodile su se mjere fizičke udaljenosti i ograničenja putovanja, uključujući međunarodne zabrane putovanja, u mnogim zemljama. Drastično ograničavanje kretanja i lockdown-i ugrozili su opskrbne lance, zatvorene su uslužne djelatnosti i proizvodni kapaciteti. Kriza je podsjećala na iznimno veliku prirodnu katastrofu, ali je razlika u tome da je pandemijska kriza zahvatila Svijet, a katastrofe se osjećaju lokalno ili regionalno.

Plzáková i Egon (2022) navode da usporedba između globalne financijske krize iz 2008/09. i krize Covid-19 nije primjenjiva jer je prva nastala prvenstveno zbog poremećaja na strani potražnje, dok je kriza izazvana pandemijom Covid-19 kombinacija poremećaja na strani ponude i potražnje.

Nadalje, prekinuti su lanci isporuke, a milijuni ljudi ostali su bez posla, barem privremeno, jer su Vlade uvodile mjere koje su prisilile velike tvrtke da se zatvore kako bi se smanjio rizik od infekcije. No, nisu zatvarane samo velike tvrtke već i same države. Zatvaranje država izazvalo je veliki pad u turističkoj industriji diljem svijeta. Naime, zbog pandemije turisti su odustajali od planiranih putovanja u strahu od zarazne bolesti. Osim toga, a zbog nedostatka efikasnih cjepiva, putovanja turista povećavala su rizik od širenja infekcije na druge putnike. U strahu od rizika, turisti su otkazivali svoja putovanja, pa je turistički promet snažno opadao (Mamirkulova, 2020).



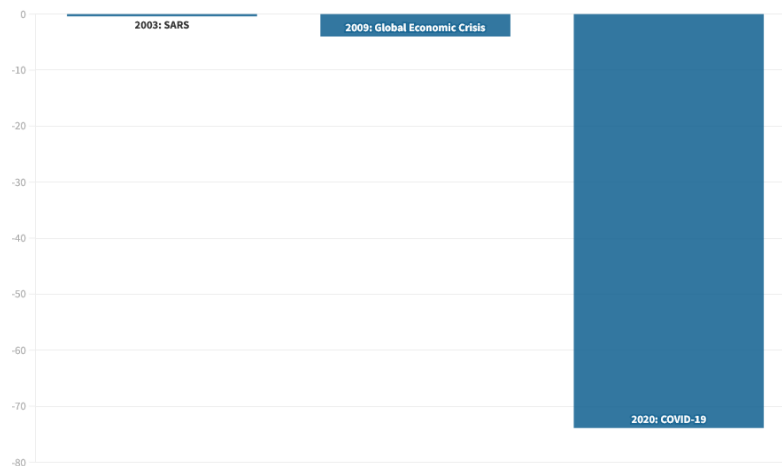
Slika 3: Trend kretanja svjetskih turističkih posjeta 2017.-2020.

Izvor: World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/>

Iz Slike 3, koja prikazuje trend kretanja svjetskih turističkih posjeta u razdoblju od 2017. do 2020. godine vidljivo je da je u 2020. zabilježen znatan pad svjetskih turističkih posjeta.

Prema UNWTO-u glavne prepreke koje stoje na putu prema oporavku globalnog turizma su: nisko povjerenje potrošača, slabo zadržavanje širenja virusa, ograničenja kretanja, gospodarska okolina, spor povratak letova i sl. Najvažnija prepreka u oporavku globalnog turizma je ograničenje kretanja, dok n aprimjer nizak indeks povjerenja potrošača nije jedan od glavnih faktora koji predstavlja prerepku oporavku industrije turizma (UNWTO, 2020).

Na grafikonu ispod prikazan je pad broja turističkih dolazaka na globalnoj razini, u usporedbi s ostalim kriznim razdobljima.



Grafikon 1. Pad globalnih turističkih dolazaka (usporedba)

Izvor: UNWTO: 2020: A year in review, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

Na Grafikonu 1 vidljiva je jasna razlika između prethodnih kriznih razdoblja i pandemije SARS. U trenutku izbijanja pandemije SARS-a 2003. dolasci turista bili su manji za 2 milijuna turista što je značilo pad turističke potražnje od 0,4%, a 2009. pad je bio nešto oštriji - dolasci manji za 37 milijuna turista što je pad turističke potražnje od 4%. Zatim, 2020. godina bilježi ekstremno pad u turističkim dolascima – 1,1 milijardu dolazaka manje, što je pad turizma od 74%. Turistički dolasci su se 2020. spustili na razinu na kojoj su bili 1990. godine. To je stvorilo velike novčane gubitke u industriji turizma koji su svakako povezani s

globalnim BDP-om tj. pad turističke potražnje je svjetsku ekonomiju stajao preko 2 bilijuna američkih dolara.

3.4. Posljedice na turističke resurse

Razdoblje nakon katastrofe, poznato kao izvanredna situacija, obično traje 72 sata. U tom periodu javljaju se specifični rizici za kulturno dobro, osim samih posljedica katastrofe. Neki od najčešćih rizika su:

- **Krađa:** Oštećene ili srušene strukture mogu postati meta pljačkaša koji žele ukrasti vrijedne fragmente ili pokretne predmete.
- **Zagađenje:** Poplave mogu dovesti do kontaminacije tla i pojave plijesni, što dodatno ugrožava kulturno dobro.
- **Neodgovarajuće djelovanje:** Nedostatak znanja ili iskustva kod tima za uklanjanje posljedica katastrofa može dovesti do rušenja vrijednih objekata ili uništavanja prirodnog okruženja.
- **Pogrešna procjena štete:** Nedostatak stručnosti može dovesti do pogrešne procjene oštećenja na kulturnom dobru, što otežava donošenje adekvatnih mjera zaštite.
- **Nedostatak koordinacije:** Loša koordinacija i nespremnost institucija mogu dovesti do kašnjenja u zaštiti kulturnog dobra (UNESCO, 2021).

Primjer uspješne zaštite kulturnog dobra u izvanrednoj situaciji je slučaj potresa u Furlaniji, Italija, 1976. godine. U roku od 72 sata nakon katastrofe poduzete su hitne mjere zaštite povijesne ulice u gradu Gemone. Ulica je bila oštećena, a dvije krajnje građevine su bile u opasnosti od urušavanja. Umjesto rušenja, stručnjaci su poduzeli sljedeće korake:

- **Popunjavanje rupa u zidovima:** Opekam su popunjene rupe u zidovima oštećenih građevina.
- **Podupiranje lukova:** Postavljeni su privremeni drveni potporni stupovi kako bi se olakšalo opterećenje lukova.
- **Spajanje građevina:** Podupirači su postavljeni između oštećenih građevina i okolnih zgrada kako bi se osigurala stabilnost cijelog bloka.

Ovaj primjer pokazuje da je brza i koordinirana akcija u prvih 72 sata nakon katastrofe ključna za zaštitu kulturnog dobra u izvanrednim situacijama.

4. Prilagodba turističkog sektora na katastrofe

Turizam je globalni sektor koji se oslanja na učinkovito kretanje i interakciju ljudi i globalnih lanaca vrijednosti. To dolazi s rizicima koji su izvan kontrole turističkog sektora i stvara ranjivosti unutar turističkog ekosustava. Turizam je također složen, integrirani sustav aktera, od kojih je svaki ovisan o aktivnostima drugoga. Vrlo je fragmentiran, sastavljen od mnogih malih poduzeća koja su u interakciji s velikim globalnim igračima koji strukturiraju globalno turističko gospodarstvo. To povećava potrebu za otpornošću unutar sektora, budući da poremećaj bilo kojeg dijela lanca vrijednosti ima posljedice za druge dijelove sektora (OECD, 2022).

Izgradnja otpornosti kroz sustavni pristup podržala bi turistički sektor da izdrži šokove i obnovi prilagođavanjem novoj normalni, koja je često nepoznata. Politički pristupi koji se temelje na sistemskom razmišljanju priznaju da, iako nije moguće znati što će izazvati sljedeću krizu, postoje određeni čimbenici koji će je učiniti vjerojatnijom i štetnijom te da postoje bolje političke opcije od čekanja da se dogodi (OECD, 2020). Predviđanje budućih potreba turizma predstavlja izazov dok je sektor još u fazi oporavka i suočava se sa srednjoročnim i dugoročnim neizvjesnostima. Međutim, postoji prilika da se kriza iskoristi kao katalizator za poticanje (često teških) strukturnih reformi i preobrazbe koje su široko prepoznate kao neophodne u sektoru. To zahtijeva da otpornost bude ugrađena u tekuću reakciju turističke politike i buduće planiranje, bez čega sektor riskira da planiranje otpornosti „padne u vodu“ do sljedeće krize, što znači da su budući utjecaji dublji nego što je potrebno (OECD, 2022).

Na primjer, teroristički napadi 11. rujna 2001. u SAD-u doveli su do uvođenja globalnih sigurnosnih mjera u zračnom prometu, od kojih su mnoge i danas na snazi, uključujući pojačano skeniranje zračnih luka i suradnju između zrakoplovne industrije i institucija (IATA, 2021). Mehanizmi odgovora za smanjenje širenja virusa i pandemije (npr. SARS, 2002., Svinjska gripa, 2009.) uključivali su lokalizirana zaključavanja, zatim vraćanje raspoložena potrošača i potražnje kada je to sigurno učiniti. Nadalje, prirodne katastrofe (npr. šumski požari, tsunamiji, potresi i teške vremenske prilike) negativno utječu na turizam, ali općenito ostaju izolirane. Odgovori uključuju upravljanje krizom, s fiskalnim paketima za obnovu

poslovne i potrošačke potražnje na razini odredišta kada je to sigurno. Tijekom pandemije COVID-19 (i prijašnjih kriza) vlade su implementirale programe za potrošače kako bi potaknule turizam, potaknule potražnju i smanjile oklijevanje pri rezervaciji. Državna jamstva i povrati novca korišteni su za suzbijanje oklijevanja s rezervacijom zbog otkazivanja ili poslovnog neuspjeha. Putni vaučeri i subvencije uvedeni su kako bi se potaknula potražnja, stvarajući hitnost među putnicima da rezerviraju i putuju u kratkom roku.

Krize u turizmu potkrijepljene su potrebom da se omogući oporavak vođen potražnjom potaknut potrošačima koji ponovno putuju i organski doprinose svakom dijelu ekosustava. To nije nužno strukturna slabost koja se može riješiti prije krize, već temeljni zahtjev za ponovno pokretanje turističkog ekosustava kako bi se osiguralo da druge mjere otpornosti mogu stupiti na snagu. Sagledavanje osjetljivosti koje su se pojavile kroz pandemiju COVID-19 i prethodne krize daje uvid u područja fokusa za budućnost i kada bi se te ranjivosti mogle pojaviti. Zajedno sa vježbama strateškog predviđanja, to može pomoći kreatorima turističke politike da predvide alternativne budućnosti i informiraju razvoj politika usmjerenih prema budućnosti (OECD, 2018).

Agilni, fleksibilni i dobro koordinirani pristupi turističkoj politici ključni su dio odgovora i prilagodbe promjenama i izgradnje otpornijeg turističkog sustava. Međusektorska priroda turizma znači utjecaj turizma i na nju utječu mnoga područja politika. Koordinacija između područja politika i razina vlasti važna je kako bi se osiguralo da je turizam integriran u šire strategije odgovora na krize i upravljanja rizicima. Kada se uspostave, također je važno da se politike i programi mogu prilagoditi promjenjivim potrebama, dok se mjere koje ometaju turističke aktivnosti ne nastavljaju dulje nego što je potrebno (OECD, 2022).

5. Obnova turističkog sektora nakon katastrofe

Turizam je jedan od sektora koji najviše trpi nakon katastrofe, bilo da je riječ o prirodnoj katastrofi poput uragana, potresa ili o ljudskim uzrocima kao što su teroristički napadi ili političke krize. Katastrofe mogu izazvati ozbiljne posljedice po turističku infrastrukturu, sigurnost putnika i percepciju destinacija. Međutim, unatoč izazovima, obnova turističkog sektora nakon katastrofe ključna je za ponovno uspostavljanje ekonomske stabilnosti, poticanje zapošljavanja i revitalizaciju zajednica koje ovise o turizmu. Jedan od ključnih koraka u obnovi turističkog sektora nakon katastrofe je procjena štete i prioritizacija obnove. Vlasti i turističke organizacije moraju brzo djelovati kako bi identificirali ključne resurse i infrastrukturu koja je oštećena te razvili planove za njihovu obnovu. Ovo uključuje sanaciju hotela, restorana, zračnih luka, cesta i drugih turističkih objekata kako bi se osiguralo da destinacija bude spremna primiti posjetitelje.

Kako bi se obnova turističkog sektora uspješno provela, potrebna je suradnja između vlade, privatnog sektora i lokalne zajednice. Vlade trebaju osigurati potrebne resurse i poticaje kako bi potaknule investicije u obnovu, dok privatni sektor treba biti partner u tom procesu pružajući financijsku podršku i stručnost. Lokalna zajednica također igra ključnu ulogu pružajući podršku i angažirajući se u inicijativama obnove.

U procesu obnove, važno je također razmišljati o dugoročnoj održivosti turizma. To uključuje ulaganje u sigurnosne mjere kako bi se spriječile buduće katastrofe, diversifikaciju turističke ponude kako bi se smanjila ovisnost o određenim segmentima tržišta te promicanje održivih praksi kako bi se zaštitili prirodni resursi i zajednice.

5.1. Investicije u infrastrukturu i obnovu turističkih resursa

Krize u turizmu, poput one izazvane pandemijom COVID-19, predstavljaju ne samo izazove, već i prilike za preispitivanje i promjenu. One nude šansu za bolju integraciju turizma s lokalnim društvima, privrednim sektorima i prirodnim okruženjem. Ključni izazovi u turizmu su nepravedna raspodjela koristi jer turizam često ne doprinosi pravednoj raspodjeli svojih

benefita što može dovesti do nejednakosti i siromaštva. Nedostatak održivosti je također jedan od izazova turizma jer masovni turizam može imati negativan utjecaj na prirodne resurse i ekosisteme. Također i nedostatak otpornosti je jedan od ključnih izazova turizma jer su turističke destinacije osjetljive na krize, poput prirodnih katastrofa i pandemija.

Iako se krizne situacije u većini slučajeva ne mogu izbjeći, mogu se pokušati smanjiti njihovi utjecaji. Poboljšano upravljanje zdravstvenim krizama i povoljno ekonomsko, korporativno i političko okruženje mogu pomoći zemljama da postanu otpornije na prirodne katastrofe i poboljšaju sposobnost svojih turističkih industrija da im se odupru. Potrebno je bolje praćenje utjecaja turizma i implementacije mjera za održivu i pravednu distribuciju benefita. Turizam se može transformirati u aktivost koja generira veću dodanu vrijednost za lokalne zajednice i prirodno okruženje. Za oporavak od krize važan je razvoj strategija za brz i efikasan oporavak i izgradnju otpornijeg turističkog sektora.

Na primjer, pandemija Covid-19 bila je kriza koja je predstavljala prekretnicu napora za održavanje sredstava za život lokalnog stanovništva koje ovisi o turizmu. Kriza je potaknula usredotočenje na održive modele turizma, zelenu ekonomiju i korištenje inovativnih tehnologija.

Krize u turizmu ne moraju biti samo negativne. One mogu biti katalizator za promjenu i poticati razvoj održivijeg, pravednijeg i otpornijeg turističkog sektora. Ključno je da se izazovi prepoznaju i da se proaktivno poduzmu mjere u cilju transformacije turizma u snagu dobra.

Kako bi se zaustavili negativni trendovi i stvorili mehanizmi za uspješnu borbu protiv sezonalnosti potrebna je diverzifikacija turističke ponude, usmjerenje na niche tržišta i angažiranje posrednika u vansezoni. Čavlek i sur. (2011) navode da je nužno osigurati primjeru slijedećih mjera sezonalnosti:

- moderniziranje turističkih destinacija i proizvoda prema konceptu razvoja specifičnih oblika turizma (ekoturizam, kulturni turizam itd.);
- tržišno usmjerenje svake pojedine destinacije i specijalizacija njihove ponude prema odabranim uskim segmentima potražnje (npr. nautičari, turisti "treće dobi", poslovni turisti itd.);

- unaprjeđenje/brendiranje hotelske ponude koja podrazumijeva integraciju s velikim hotelskim korporacijama i privlačenje novih inozemnih kapitalnih ulaganja;
- • osnaživanje turističke inspekcije zbog suzbijanja nelojalne konkurencije među pružateljima usluge smještaja;
- certificiranje radnih mjesta u sektoru turizma;
- zadovoljenje turista, a u konačnici to bi dovelo do povećane turističke potrošnje;
- redizajniranje sustava obrazovanja za potrebe turizma;
- postupno, ali iz temelja promijeniti stavove o značaju turizma u nacionalnoj ekonomiji (Čavlek i sur., 2011).

5.2. Obnova povjerenja turista i promocija destinacija

Obnova povjerenja turista i promocija destinacija nakon katastrofe je vrlo zahtjevna i podrazumijeva strateški pristup i niz mjera koje mogu pomoći u ponovnom uspostavljanju pozitivnog imidža destinacije. Neki od primjera koje destinacijski menadžeri i turistički stručnjaci mogu poduzeti kako bi obnovili povjerenje turista i promovirali destinacije nakon katastrofe (Čavlek i sur, 2011):

- Transparentna komunikacija – potrebno je komunicirati o svom odredištu nakon katastrofe otvoreno i transparentno. Gostima treba osigurati točne informacije o trenutnim sigurnosnim mjerama, obnovi infrastrukture i oporavku zajednice.
- Pristup informacijama – sigurnosne informacije, savjetovanje o pandemiji i uvjetima putovanja moraju biti dostupni posjetiteljima.
- Marketinške kampanje – pokrenuti ciljane marketinške kampanje koje naglašavaju ljepotu i atrakcije destinacije, ali u isto vrijeme ističu napore obnove i zajednicu.
- Smanjenje cijena – turiste je također moguće privući povratkom s ponudama, posebnim akcijama i paketima. Smanjenje cijena će sigurno potaknuti posjetitelje da se vrate i dati im poticaj za dolazak.
- Angažman lokalne zajednice - lokalno stanovništvo može se uključiti u proces obnove i promocije destinacije, kroz program dobrovoljnih radnih mjesta, kulturna događanja, lokalne inicijative i slično.

- Partnerstva s turističkim agencijama i medijima - suradnja s turističkim agencijama, putničkim blogerima, influencerima i medijima, proširit će poruku i pomoći u promociji destinacije pogođene katastrofom.
- Diversifikacija ponude - preporučljivo je razvijati raznolike turističke proizvode i aktivnosti kako biste privukli različite segmente turista. Ovo može uključivati avanturistički turizam, kulturne ture, gastronomske doživljaje i druge atrakcije.
- Poboljšanje infrastrukture - investiranjem u obnovu i poboljšanje turističke infrastrukture osigurati sigurnost i udobnost posjetiteljima.
- Sigurnosne mjere – investicijom u obnovu i poboljšanje turističke infrastrukture osigurat će se sigurnost i udobnost posjetiteljima. Sigurnost na visokoj razini pružat će osjećaj sigurnosti tijekom boravka u destinaciji.
- Povratne informacije turista - aktivnim prikupljanjem povratne informacije od turista kontinuirano bi se poboljšavale usluge i iskustva gostiju.

Razvoj destinacija i planovi za turistički rast nakon katastrofa zahtijevaju multidisciplinarni pristup, dugoročno planiranje i angažman svih relevantnih dionika. Uz adekvatnu podršku i suradnju, destinacije mogu prevladati izazove i ponovno postati atraktivne turističke destinacije.

Naime, krize i katastrofe u turizmu predstavljaju složena i nepredvidiva zbivanja s dalekosežnim posljedicama. Osim što izazivaju štetu i gubitke, one mogu dovesti i do promjena u strukturi i funkcioniranju turističkih sustava. Ove promjene mogu biti i negativne i pozitivne, utječući na različite aspekte turizma. Neke od negativnih posljedica su smanjenje broja turista, ekonomski gubici, oštećenja infrastrukture i gubitak ugleda. Međutim, postoje i pozitivne posljedice kao što je preusmjeravanje turističkih tokova jer u nekim slučajevima krize i katastrofe mogu dovesti do preusmjeravanja turističkih tokova u druge destinacije koje nisu pogođene krizom. Također jedna od pozitivnih posljedica kriza je i razvoj novih turističkih ponuda i usluge koje su usmjerene na oporavak i otpornost. Poboljšanje infrastrukture također je jedna od pozitivnih posljedica krize jer postoji mogućnost da se infrastruktura izgradi na održiviji i moderniji način. Krize također mogu potaknuti i povećanu svijest o rizicima u turizmu i potaknuti razvoj boljih strategija za upravljanje kriznim situacijama.

Na primjer, Zaljevski rat u Iraku 1991. godine doveo je do smanjenja broja turista u Europi i Bliskom Istoku. Mnogi turisti koji su planirali putovanja u ove regije preusmjerili su se na Karipske otoke. Ovaj primjer pokazuje da krize mogu dovesti do preusmjeravanja turističkih tokova i da neke destinacije mogu imati koristi od nesreće koja je pogodila druge (Brent, 2004).

Krize i katastrofe u turizmu imaju složene i dalekosežne posljedice. One mogu dovesti do značajnih negativnih utjecaja, ali mogu stvoriti i prilike za promjenu i poboljšanje. Važno je da se turističke destinacije i tvrtke pripreme na krize i da razviju strategije za upravljanje rizicima i oporavak od izvanrednih događaja.

Zaključak

Potrebno je naglasiti sveobuhvatan utjecaj koji katastrofe imaju na međunarodna turistička kretanja. Bez obzira na njihovu prirodu, bilo da su prirodne, tehnološke ili ljudske, katastrofe mogu izazvati duboke poremećaje u turističkoj industriji. Time se stvaraju lančane reakcije koje se protežu od destinacija do turističkih operatera i putnika. Njihove posljedice često su dugoročne i zahtijevaju temeljite napore obnove i oporavka.

Prirodne katastrofe poput uragana, potresa ili poplava karakterizira nepredvidljivost i brzina kojom mogu uzrokovati štetu. Takve katastrofe mogu značajno utjecati na turističke destinacije, oštećujući infrastrukturu, prirodne ljepote i kulturno naslijeđe. Rezultat toga je smanjenje turističke potražnje, otkazivanje rezervacija i gubitak prihoda što često ima dugoročne ekonomske posljedice za destinacije. S druge strane, tehnološke katastrofe, poput nesreća u nuklearnim elektranama ili ekoloških havarija, također mogu imati ozbiljne posljedice na turizam. Takve katastrofe često dovode do zabrinutosti za sigurnost putnika, kontaminacije okoliša i negativnog medijskog pokrivanja što može rezultirati otkazivanjem putovanja i gubitkom povjerenja u destinaciju. Nadalje, ljudske katastrofe poput terorističkih napada ili političkih sukoba, također imaju dubok i dugotrajan utjecaj na međunarodna turistička kretanja. Takvi događaji često dovode do zatvaranja granica, uvođenja putnih ograničenja i padanja turističke potražnje zbog sigurnosnih razloga. Turistička industrija često se suočava s izazovom ponovnog uspostavljanja povjerenja putnika i oporavka nakon ovakvih događaja.

Međutim, unatoč ovim izazovima, važno je prepoznati da katastrofe također mogu potaknuti solidarnost, inovacije i jačanje otpornosti turističke industrije. Destinacije koje uspješno upravljaju krizama često postaju primjeri dobrih praksi u kriznom upravljanju i obnovi.

U konačnici, potrebno je sustavno upravljati rizicima i provoditi preventivne mjere kako bi se smanjila ranjivost turističke industrije na katastrofe. To uključuje ulaganje u infrastrukturu otpornu na katastrofe, uspostavljanje sigurnosnih protokola, obrazovanje sudionika u tom procesu te promicanje odgovornog turizma koji uzima u obzir potencijalne prijetnje i izazove. Suvremeni turizam treba biti svjestan svoje ranjivosti na katastrofe i kontinuirano se prilagođavati kako bi se osigurala održivost i otpornost industrije u budućnosti.

Bibliografija

Aldao, C., Blasco, D., Espallargas, M. P., & Rubio, S. P. (2021). Modelling the crisis management and impacts of 21st century disruptive events in tourism: the case of the COVID-19 pandemic. *Tourism Review*, 76(4), 929-941.

Assaf, A. G., Berbekova, A. & Uysal, M. (2021). A thematic analysis of crisis management in tourism: A theoretical perspective. *Tourism Management*, 86, 1-13.

Bogan, E., Gursoy, D., Sariisik, M. & Nunkoo, R. (2021). COVID -19 and the Hospitality and Tourism Industry, *Edward Elgar publishing*, 41-59.

Borodzicz, E. (2005). Risk, Crisis and Security Management, Chichester: *John Wiley & Sons Ltd.*, 79-84.

Burzynska, K., Khalid, O., Okafor, L.E. (2021). Does the size of the tourism sector influence the economic policy response to the COVID-19 pandemic? *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2801-2820.

Brent W. R. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry, *Tourism Management*, Volume 25 (6), 669-683.

Crisis Management (2023). Crisis Management in the Tourism Industry – How to Navigate Turbulence. <https://www.focuspointintl.com/trending/crisis-management/crisis-management-in-the-tourism-industry-how-to-navigate-turbulence/#:~:text=Crisis%20management%20in%20the%20tourism%20sector%20refers%20to%20the%20strategic, and%20overall%20satisfaction%20of%20tourists>. (pristupljeno 11. lipnja 2024.)

Coombs, W., Holladay, S.J. (2006), Unpacking the halo effect: Reputation and crisis management. *Journal of Communication Management*, 10(2), 123-137.

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate reputation review*, 10, 163-176.

Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i Kesar, O. (2011). Recenzija sveučilišnog udžbenika Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav. *Acta turistica*, 23 (2), 233-236.

Ćatović, A. (2022). Utjecaj kriza na turizam. *Tranzicija*, 25 (50.), 65-81.

Dardis, F., Haigh, M., M. (2009). Prescribing versus describing: Testing image restoration strategies in a crisis situation. *Corporate Communications: An International Journal*, 14(1), 101-118.

David Mc A, B. (2014). The effects of terrorism on the travel and tourism industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(1), 58.

De Blasio, A., Veale, R. (2009). Why say sorry? Influencing consumer perceptions post organizational crises. *Australasian Marketing Journal*, 17(2), 75-83.

Fortunato, J. A. (2008). Restoring a reputation: The Duke University lacrosse scandal. *Public relations review*, 34(2), 116-123.

Frančišković-Bilinski, S. (2022). Prirodne katastrofe u Hrvatskoj. *Liječnički vjesnik*, 144(Supp 5), 14-15.

Heller, V. L., & Darling, J. R. (2011). Toyota in crisis: Denial and mismanagement. *Journal of Business Strategy*, 32(5), 4-13.

Huang, Y. H. (2004). Is symmetrical communication ethical and effective?. *Journal of business ethics*, 53, 333-352.

IATA (2021), *How the industry learned the lessons from 9/11*. <https://airlines.iata.org/analysis/how-the-industry-learned-the-lessons-from-911>. (pristupljeno 10. lipnja 2024.)

Jakić, D. (2022). Tehnološki razvoj i katastrofe: S rizicima moramo naučiti živjeti i kontrolirati ih! <https://revijahak.hr/2022/01/09/tehnoloski-razvoj-i-katastrofe-s-rizicima-moramo-nauciti-zivjeti-i-kontrolirati-ih/> (pristupljeno 10. lipnja 2024.)

Jerković, L. (2022). Velike pandemije u povijesti čovječanstva. *Liječnički vjesnik*, 144 (Supp 5), 16-17.

Smolčić Jurdana, D., Agbaba, R. (2022). The importance of crisis management in tourism. In *Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCO'22)*, 1-8.

Kešetović, Ž., Toth, I. (2012). Problemi kriznog menadžmenta, VVG, *Velika Gorica*.

Luecke, R. (2005): Upravljanje kriznim situacijama, *Harvard Business Essentials i Zgombić i Partneri*, Zagreb.

Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R., Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194.

Mihalinić, Martina (2018.) Upravljanje krizama i komuniciranje. Velika Gorica: Veleučilište Velika Gorica

Mulahasanović, J. (2024). 10 trendova u industriji turizma za 2024. godinu. <https://www.e-turizam.com/baza-znanja/10-trendova-u-industriji-turizma-za-2024-godinu/> (pristupljeno 11. lipnja 2024.)

OECD (2018), *Analysing megatrends to better shape the future of tourism*, <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/d465eb68-en.pdf?expires=1647266234&id=id&accname=ocid84004878&checksum=E3A1491AB3752E8C14E720487FE12AAE> (pristupljeno 08. lipnja 2024.)

OECD (2020), *A systemic resilience approach to dealing with Covid-19 and future shocks*, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/a-systemic-resilience-approach-to-dealing-with-covid-19-and-future-shocks-36a5bdfb/> (pristupljeno 08. lipnja 2024.)

OECD (2022). *Tourism Trends and Policies 2022*. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/efa87744-en/index.html?itemId=/content/component/efa87744-en> (pristupljeno 11. lipnja 2024.)

Plzáková, L., Smeral, E. (2022). Impact of the COVID-19 crisis on European tourism. *Tourism Economics*, 28(1), 91-109.

Pollard, D., Hotho, S. (2006). Crises, scenarios and the strategic management process. *Management Decision*, 44(6), 721-736.

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.

The World Bank Group (2020). RESILIENT TOURISM. Competitiveness in the Face of Disasters. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/328421604042124972/pdf/Resilient-Tourism-Competitiveness-in-the-Face-of-Disasters.pdf> (pristupljeno 11. lipnja 2024.)

UNESCO World Heritage Centre (2021). Managing Disaster Risks for World Heritage. <file:///C:/Users/Tajana/Downloads/activity-630-1.pdf> (pristupljeno 09. lipnja 2024.)

UN Tourism (n.d.). <https://www.unwto.org/> (pristupljeno: 09. lipnja 2024.)

UNWTO: 2020: A year in review, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>, (pristupljeno: 22. svibnja.2024.)

Verghese, S. (2022), Global Sustainable Tourism Market Analysis (2022-2032). <https://www.futuremarketinsights.com/reports/sustainable-tourism-sectoroverview-and-analysis> (pristupljeno 11. lipnja 2024.)

Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, 2021, br. 70, <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (pristupljeno 10. lipnja 2024.)

Watson, T. (2007). Reputation and ethical behaviour in a crisis: predicting survival. *Journal of Communication Management*, 11(4), 371-384.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1.	Relacija veza između tržišta turističke ponude i potražnje	21
------------	------------------------------------------------------------	----

Grafikoni

Grafikon 1.	Pad globalnih turističkih dolazaka (usporedba)	25
-------------	------------------------------------------------	----

Slike

Slika 1.	Prikaz međunarodnih dolazaka u globalnim regijama	7
Slika 2.	Upravljanje u kriznim uvjetima	15
Slika 3.	Trend kretanja svjetskih turističkih posjeta 2017.-2020.	25