

Transformacije u ponašanju turrista u post-covid turizmu i utjecaj na razvoj turizma

Šagovac, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:090978>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-29**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANA ŠAGOVAC

Transformacije
u ponašanju turista u Post - Covid turizmu i utjecaj na razvoj turizma

Diplomski rad

Pula, rujan 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANA ŠAGOVAC

**Transformacije u ponašanju turista u Post - Covid turizmu i utjecaj
na razvoj turizma**

Diplomski rad

JMBAG: 0303066683, redoviti student
Studijski smjer: Turizam i razvoj
Predmet: Politika i razvoj turizma
Znanstveno područje: Društvena znanost
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja
Dobrole

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

___ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. Povijesni razvoj turizma i turista | 3 |
| 2.1. Razvoj turizma kroz povijest | 3 |
| 2.1.1. Povijesni razvoj hrvatskog turizma | 4 |
| 2.2. Turističke krize kroz povijest | 5 |
| 2.2.1. Zdravstvene krize i utjecaj na putovanja | 7 |
| 3. Digitalna transformacija za vrijeme pandemije | 8 |
| 4. Turizam i zdravstvena sigurnost..... | 16 |
| 4.2. Prilike i percepcija Hrvatske kao zdravstveno-turističke destinacije..... | 22 |
| 5. Utjecaj pandemije na globalnu ekonomiju | 27 |
| 5.1. Ponašanje potrošača prije i nakon pandemije COVID-19 | 28 |
| 5.1.1. Sloboda kretanja i tržište rada | 30 |
| 7. Empirijsko istraživanje | 39 |
| 8. Zaključak | 51 |

1. UVOD

Godina 2020. obilježena je nastankom novoga virusa pod nazivom SARS-CoV-2 koji je sa sobom donio velike posljedice na globalnu ekonomiju i gospodarstvo te na psihološko stanje svakog pojedinca. Nastavno na to, potrebno je naglasiti kako je samim time pala i potreba za velikom industrijskom proizvodnjom te su zabilježeni veliki gubici, kao i pad izvoza i uvoza robe. Bez obzira što su neke zemlje odmah na početku reagirale zatvaranjem granica, pandemija se proširila i ugrozila ekonomiju. Još neko vrijeme trajat će neizvjesnost te će se cijepljenjem, kako je naglašeno, početi živjeti kako se živjelo prije virusa.

Poduzetnici su pravne osobe koje su zaslužne za nastanak promjena te oni pružaju nadu mnogima zbog toga što su potrebni za poticanje gospodarskih aktivnosti koje se ogledaju kroz njihovo neprestano traganje za rješenjima nekog problema na tržištu. Neki od izazova pred kojima su se našli tiču se uvoza i izvoza, odnosno njihova kašnjenja što utječe na svjetsku trgovinu. Ranije je poznato da su postojali virusi, no niti jedan nije imao ovako velik utjecaj.

Diplomski rad sadrži osam poglavlja u koje su uključeni i uvod i zaključak. Rad započinje samom pričom o povijesnom nastanku turizma te problemima s kojima se turizam suočavao od samog početka. Kako je tehnologija jedan od važnijih čimbenika razdoblja u kojem živimo, sljedeće poglavlje nosi ime digitalna transformacija za vrijeme pandemije. Tehnologija je puno pomogla u razdoblju virusa kada međusobni kontakti nisu bili mogući, te je na neki način populaciji omogućila obavljanje različitih aktivnosti te održavanje kontakata virtualnim putem. Učinci pandemije također su se osjetili i na društveno-ekonomskim pokazateljima te su se iskazali kroz gubitke u turističkom sektoru, padu uvoza i izvoza te opadanju cijena hrane na globalnom tržištu. Pod tim nazivom nalazi se još jedno poglavlje te objašnjava razloge narušavanja društveno-ekonomskih pokazatelja. Cijela situacija pokazuje na potrebu za boljom organizacijom zdravstvene sigurnosti, kako domaćeg stanovništva, tako i samih posjetitelja. Dakle, iduće poglavlje je turizam i zdravstvena sigurnost koje veže proučavanje potrebe provedbe sigurnosnih mjera te prilike i percepcije Hrvatske kao turističke destinacije. Posljednja dva poglavlja sastavljena su na temelju proučavanja

brojnih tekstova i članaka, te brojnih zaključaka samog autora ovog rada. Posljednje poglavlje čini utjecaj pandemije na globalnu ekonomiju te turizam nakon doba korone.

Pri pisanju diplomskoga rada korištene su različite znanstvene metode, i to: metoda kompilacije i deskripcije, metoda analize te sinteze i povijesna metoda. Također, rad je upotpunjen provedenom anketom na temelju koje su se dobili određeni zaključci potrebni za pisanje rada.

2. Povijesni razvoj turizma i turista

U ljudskoj prirodi ističe se važnost životnih promjena koje oplemenjuju čovjeka pa je tako potreba za promjenom mjesta boravka jedna od važnijih potreba koje upotpunjuju kvalitetu života. Turizam se povezuje sa putovanjem izvan zemlje u kojoj pojedinac boravi, i to je njegovo osnovno značenje, ali se također može odnositi i na putovanje u druga mjesta izvan svoga mjesta stanovanja. Od davnina čovjek je putovao i pokazivao potrebu za putovanjem i upoznavanjem raznih područja, ali se i selio iz brojnih razloga. Kako je turizam kao skup odnosa i pojava nezamisliv bez putovanja, smatra se da je on star koliko i čovječanstvo te su njegovi početci zabilježeni tijekom prvih migracija i putovanja. Prema nekim teoretičarima, kada se čovječanstvo razvilo do stupnja u kojem je ljudska populacija počela organizirati život u zajednicama, tada je turizam doživio svoj brži i znatniji razvoj, a sve je to povezano i s prvom pojavom trgovine i novca. Svjetska turistička organizacija izradila je definiciju turista prema kojoj se turisti definira kao: "Ijude koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta na razdoblje ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih razloga".¹

2.1. Razvoj turizma kroz povijest

Turizam je vezan za Grand Tour putovanja, to su sami početci turizma u kojima se Europa prepoznala kao područje bogato raznim umjetničkim i kulturnim djelima. Razvoj turizma se prikazuje prema fazama koje su raspoređene na rano doba kada su nastale prve civilizacije, srednje doba koje je trajalo od V. do XIV. stoljeća te je to doba najviše bilo vezano za vjerska putovanja, zatim doba renesanse od XIV. do XVII. stoljeća kada su bila prisutna edukativna putovanja te industrijska revolucija i konačno, kao zadnja faza moderni turizam.² Značajan utjecaj za napredak u turizmu donijela je pojava ljetovališta, agencija te lječilišta, razdoblje antike i srednjovjekovnog pogleda na svijet. Susret antialkoholičara 1841. godine je događaj koji je uslijedio nakon toga te ga je organizirao Thomas Cook i to je bilo prvo putovanje željeznicom. Putovanje je osmišljeno na način da se s prometnim poduzećem unaprijed dogovorio prijevoz te paket koji uz prijevoz uključuje gastronomsku ponudu i obilazak svih gradova Europe. Putnički ček, turistička uputnica, paušalno putovanje te kasnije charter su nastali upravo

¹<https://croatialink.com/wiki/turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela>, pristupljeno 15.06.2021.

²<https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view>, pristupljeno 15.06.2021.

u razdoblju prvih organiziranih putovanja. Inclusive independent travel može se definirati kao putovanje koje je nastalo 1960-ih, te takvo putovanje obilježava odlazak putnika na put samostalno, a agencija plaća troškove smještaja, hrane i puta.³ Međunarodni turizam je najznačajniji rast doživio od 60-ih do 80-ih godina 20. stoljeća. Za najbrži rast turizma zaslužni su brojni prometni preduvjeti koji su se razvili nakon drugog svjetskog rata, sredinom 20. stoljeća, a ti preduvjeti su se odnosili na njegovo prostorno širenje. Faktori poput prometa i organizacije, te razvoj avio-prijevoza većeg kapaciteta donijeli su velik pomak u razvoju turizma na način da su emitivnim europskim zemljama približili destinacije Mediterana uz posredničku ulogu turoperatora koji su uz ponudu povoljnih paket-putovanja učinili dostupnim velik broj udaljenih destinacija.

2.1.1. Povijesni razvoj hrvatskog turizma

Povijest turizma hrvatske podijeljena je na razdoblja te se prvo razdoblje odnosi na razdoblje pojava sličnih turizmu, početak organiziranog turizma, sredinom 19. stoljeća, razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata, razdoblje između dva svjetska rata, turizam u ratnom okruženju, razdoblje nakon Drugog svjetskog rata te razdoblje samostalnosti Hrvatske.⁴ Bitno je istaknuti poduzetničke pothvate braće Mihanović iz 1863. kada je organizirano paušalno putovanje, te agenciju Putnik pod trenutnim nazivom Atlas. Godine 1850. dolazi do razvoja turizma, odnosno razvijaju se hotelski objekti. U počecima, turizam je više bio zastupljen u unutrašnjem dijelu zemlje zbog osnovanih lječilišta, no kasnije se počeo sve više širiti i na obalni dio zemlje. Do prvog svjetskog rata nastupilo je razdoblje koje bi se moglo definirati kao razdoblje smanjene količine pridavanja važnosti razvitku turizma gdje su entuzijasti bili na glasu kao glavni nositelji razvitka turizma u turističkim društvenim organizacijama. Više od 80% inozemnog prometa od okolnih emitivnih zemalja turizam Hrvatske je ostvario nakon Prvog svjetskog rata. Gradnja turističke suprastrukture bila je efikasnija zbog definiranih zakona i propisa o načinu upravljanja gradnjom, a samim time nastala su i prva inozemna ulaganja koja nisu uvijek bila pozitivna. Čimbenik kojim se najbolje može opisati razdoblje između dva svjetska rata, odnosi se na velik broj hotela koji su bili u stranom vlasništvu, a najčešće su bogatiji slojevi stanovništva ostvarivali domaći turistički promet. Cilj je cjelokupnog poslovanja bio unaprijediti poslovanje u turizmu

³<https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view>, pristupljeno 23.06.2021.

⁴<https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view>, pristupljeno 18.06.2021.

raznim mjerama. Jedna od negativnosti koja je bila prisutna od drugog svjetskog rata do 1990. godine odnosi se na privatni smještaj koji je bio jeftin te je narušavao položaj hotelskih kuća, narušena je kvaliteta hotelskih kuća kao i kvaliteta turističkih usluga koja je bila u konstantnom padu, a objekti koji su tada sagrađeni nisu imali turistički značaj kao što je to bilo planirano, već je politika bila prisutna u svemu. Nakon dobrog rasta prometa koji je zabilježen nakon prvog svjetskog rata, za vrijeme Drugog svjetskog rata on je ponovno narušen, no ubrzo se oporavlja promet turista te njime nastaju i kampovi. Pad turističkog noćenja i potrošnje zabilježen je u ratnom periodu (1991.-1995.), a period nakon rata koji je započeo 1996. godine bilježi ponovno povećanje turističke potrošnje te povratak u period rasta prometa čemu svjedoči sljedeća tablica.

Za vrijeme rata koji se odvijao u razdoblju od 1991. do 1995. godine, turizam u Hrvatskoj je stagnirao, odnosno, gotovo je u potpunosti bio zaustavljen. Do tih godina može se reći kako se turizam u Hrvatskoj znatno razvio i ostvario svoj vrhunac razvoja, no upravo rat koji je uslijedio doveo je turizam do ruba te su se posljedice rata trajno urezale u povijest hrvatskog turizma. Velik broj prognanika iz raznih krajeva Hrvatske te izbjeglice iz Bosne i Hercegovine bili su smješteni kao prognanici u turističke objekte u kojima se do tada odvijao turizam i u kojima se ostvarivao prihod. Prestankom rata ostvario se velik broj dolazaka inozemnih turista već u 1996. godini, ali posebno 1997. godine. Stope rasta dolazaka inozemnih turista u hrvatsku su već nakon 1995. godine višestruko veće od rasta međunarodnog turizma u Europi, prema čemu možemo zaključiti kako se Hrvatska već tada vratila turizmu, odnosno jednakom ostvarenju dobiti kao što je to bilo prije rata, te da takve stope rasta održava još i danas.

2.2. Turističke krize kroz povijest

Putovanje je na samim počecima bilo preskupo za osobe srednjeg staleža, a sam turizam je od sredine 1890-ih pa sve do 1914. godine bio u konstantnom razvoju. Godine 1914. turizam je doživio prekid u dotadašnjem razvoju budući da je nastupio Prvi svjetski rat, te je zbog te situacije na nekoliko godina cijeli razvoj stao. Tijekom 1920-ih, kada prosperitet Velike Britanije, Zapadne Europe te SAD-a raste, turizam je i dalje aktivan, ali deset godina nakon Prvog svjetskog rata dolazi tzv. Velika depresija koja je još više utjecala na smanjenje svjetskog turizma koji se počeo vraćati u svoj stabilan rast tek 1950-ih godina.

Dalmacija je područje koje je prvo turistički narušeno, odnosno turizam Dalmacije bio je prva žrtva novonastale ratne situacije. Sve su parobrodske linije bilo u potpunosti obustavljene. U razdoblju nakon rata sve je bilo usporeno te se turizam slabo se razvijao. Međuratnim krizama nazivaju se poratne godine 1920. i 1921. i te su krize izazvane hiperprodukcijom⁵. U tom su se razdoblju proizvodile velike količine proizvodnih sredstava te su ona nadmašila proizvodnju sredstava za potrošnju. Nastupila je Svjetska gospodarska kriza koja je podjednako snagom razorila sve ključne grane gospodarstva kao što su financije, poljoprivreda, bankarstvo i industrija. Kriza je počela 1929. i trajala sve do 1933. Godine, te je to bila do tada najveća kriza u kapitalističkim zemljama. To je razdoblje bilo obilježeno kao ekstremno loše razdoblje neimaštine i siromaštva jer je rat bio prisutan na velikoj globalnoj razini i ekonomska kriza koja je pogodila većinu svjetskih zemalja. Takvi uvjeti nisu bili dobra podloga da bi se turizam mogao dalje razvijati. Putovanje je u to vrijeme i dalje bilo prestiž, te su si ga mogli priuštiti samo bogatiji slojevi. Putovanje je tada u najvećoj mjeri bilo svedeno na odlazak u neko drugo područje samo i isključivo zbog veće sigurnosti i boljih uvjeta života koje si je i dalje neznatan broj populacije mogao priuštiti.

Kao značajno obilježje razvoja turizma između dva svjetska rata može se navesti značajan tehničko-tehnološki porast u industrijskoj proizvodnji koji se najviše odnosi na tekstilnu, automobilsku, građevinsku i kemijsku industriju. Nakon toga uslijedio je ubrzani razvoj cestovnog i pomorskog prometa, te su električna energija i nafta bile primarne pogonske snage i rezultirale su jeftinijom, učinkovitijom i bržom proizvodnjom. Zračni promet je tada bio tek u svojim počecima. Tada su ostvareni ogromni turistički rezultati koje je teško bilo sustignuti i nakon završetka Drugog svjetskog rata. U Njemačkoj 1936. godine kreće naoružavanje i priprema za rat te je to rezultiralo opadanjem turizma u Europi, ali ipak na hrvatski turizam nije bilo velikog utjecaja te je turizam i dalje bio u porastu, a rekordan promet je ostvaren u razdoblju od 1938. do 1939. godine. Hladni rat te Vijetnamski rat također su ugrozili stanje u svjetskom turizmu. Drugi svjetski rat je ostavio velike posljedice kako na cijeli svijet, tako i na Hrvatsku. Zabilježeno je smanjenje broja stanovnika, a materijalna šteta bila je ogromna. Broj iseljenika tada je dostizao čak 200.000 te su takve brojke pokazatelj

tadašnjeg stanja u zemljama. Nakon teškog razdoblja koje je uslijedilo nakon rata te znatno sporijeg razvoja turizma, Hrvatska je napokon ušla u razdoblje koje je davalo pozitivne rezultate te je prema tome nazvano "zlatno doba", a započelo je 1965. godine i trajalo do početka 1980-ih. Domovinski rat koji je počeo 1991. godine i trajao do 1995. godine donio je sa sobom ogromnu stagnaciju turizma te narušio opće stanje u zemlji. Prije Domovinskog rata Hrvatska je ostvarila velike dobitke u turizmu te se turizam gotovo u potpunosti razvio, no dolaskom Domovinskog rata takva je situacija narušena te se taj događaj trajno urezao u povijest zemlje. Oporavak nije dugo trajao nakon završetka rata i turistički je promet 1996. godine porastao za 14,5%. Tada je već velik broj stranih investitora bio zainteresiran za ulaganje u razvoj smještajnih kapaciteta i razvoj infrastrukture u hrvatskoj, no velika prepreka ostvarenju tih ciljeva bila je administracija koja je bila u potpunosti nesređena, te je ona onemogućila ostvarenje poslovnih ideja stranih investitora. Gledajući s globalnog aspekta, Prvi i Drugi svjetski rat, te ekonomske krize koje su djelovale prije ratova razorile su i u potpunosti narušile egzistenciju cjelokupnog stanovništva te ljudske živote, ali i živote njihovih obitelji te na samom kraju su uništili i cjelokupno gospodarstvo nekih država. Turizam je unatoč svemu, kao skup odnosa i pojava, jedna jaka gospodarska grana koja je nakon raznih poraza ipak uspjela prerasti u jedan od svjetskih fenomena koji predstavlja jaku gospodarsku granu razvijenih zemalja. Čak i u trenutcima koji su ga uspjeli vratiti gotovo do njegovih samih početaka, turizam je uspio izvući najbolje iz svega i nastaviti se razvijati. Prema prethodnim podacima može se reći da su događaji koji su prethodili nastanku turizma kakvog danas poznajemo značajan čimbenik koji ga je kreirao kao takvog.

2.2.1. Zdravstvene krize i utjecaj na putovanja

Crna smrt poznata je i kao Crna kuga te je ona jedna od najvećih pandemija zabilježenih u povijesti. Crna smrt prema nekim povijesnim saznanjima potječe iz središnje Azije te se proširila trgovačkim putevima, a brojka od 75 do 200 milijuna smrtno stradale populacije govori o njezinoj snazi.⁶ Početkom pandemije u zapadnoj Europi smatra se listopad 1347. godine u Messini kada su se vraćali brodovi sa Crnoga

⁶Gould, G., Pyle, W. (1896), *Historic Epidemics. Anomalies and Curiosities of Medicine*, <https://web.archive.org/web/20030216154359/http://etext.lib.virginia.edu/etcbib/toccer-new2?id=GouAnom.sgm&images=images/modeng&data=/texts/english/modeng/parsed&tag=public&part=18&division=div1>, pristupljeno 18.07.2021.

mora. Za vrijeme kuge, odnosno u nekoliko godina je oko 20 milijuna ljudi izgubilo život što bi bilo oko 20% stanovništva koje je tada živjelo u Europi.

Španjolska gripa je jedna od najtežih pandemija modernog svijeta te je bila jedna od najpogubnijih na svijetu. Ta je pandemija započela 1918. godine, no točna lokacija ne može se odrediti budući da je istodobno zabilježena u različitim dijelovima svijeta. Španjolska gripa je naziv koji je nastao iz razloga što su prva izvješća o toj pandemiji došla iz Španjolske, prema njoj je odlučeno nasloviti pandemiju. Pandemija se razvijala u tri vala. Prvi val nije izazvao toliku smrtnost te mu se nije pridavalo pažnje, no drugi val je bio izrazito opasan. Treći val je pokazao svoju snagu te uništio poslovanje raznih korporacija, izazvao veliku potragu za smještajem zaraženih, a jedino poslovanje sa povećanom aktivnošću su pokazale farmaceutske tvrtke i ljekarne što možemo usporediti s trenutnom pandemijom.

Iako različite krize obilježavaju gospodarski razvoj mnogih zemalja posljednjih nekoliko desetljeća, 'COVID-19 kriza' šokirala je cijeli svijet. Dosad zabilježene krize, bez obzira na njihove uzroke, većinom su bile regionalnog karaktera i predviđenog trajanja, no ovu krizu također možemo nazvati globalnom budući da je posvuda prisutna, ali i još uvijek joj se ne nazire kraj. Stoga se otvaraju nebrojena pitanja o opstanku pojedinih djelatnosti i aktivnosti, oporavku, mogućim razvojnim scenarijima, najutjecajnijim faktorima, te održivom razvoju i transformacijama društva i gospodarstava koje takav razvoj nužno traži.

3. Digitalna transformacija za vrijeme pandemije

Turizam je u posljednjih nekoliko godina ostvario velik napredak u gotovo svim segmentima poslovanja. Kao jedan od važnih čimbenika pozitivnih promjena koji je stvorio kvalitetan način za brzu, jednostavnu i sigurnu komunikaciju navodi se tehnologija. Novi trendovi komunikacije zahtijevaju podršku sofisticirane tehnologije, a moderna tehnologija danas se smatra standardom bez kojeg je gotovo nemoguće pratiti nove trendove. Kao jedan od važnijih trendova u današnjem poslovnom svijetu, ali i svijetu općenito navodi se internet koji se smatra važnim čimbenikom za komunikaciju i poslovanje. Internet je danas toliko važan da se bez njega gotovo ne može zamisliti bilo kakav uspjeh u poslu. Pojavom interneta posao se u potpunosti olakšao, odnosno informacija raznog karaktera mogu se pronaći u vrlo kratkom roku. Važnost interneta za turizam može se potvrditi kroz lakšu povezanost udaljenih destinacija te olakšanom načinu putovanja. Internet je samim time ponudio lakoću pružanja turističke ponude krajnjim potrošačima, ali kreiranje različitih proizvoda i usluga. Internet je jedan od glavnih pokretača za vrijeme pandemije koja je nastala i bez njega bi se svijet suočio sa još značajnijim gubicima koji bi bili u potpunosti poražavajući.

Covid-19 slobodno možemo nazvati ljudskom tragedijom 21. stoljeća jer utječe na psihičko i fizičko zdravlje ljudi te na društveni život i gospodarstvo. Trenutno svjedočimo najbržoj digitalnoj transformaciji pojedinih tvrtki budući da je to jedini način opstanka u ovakvim uvjetima. Prema anketi provedenoj na DMEXCO iz 2020. godine, može se zaključiti kako oko 70% digitalnih menedžera koji se nalaze na međunarodnoj razini smatra da će pandemija COVID-19 utjecati na bržu digitalnu transformaciju.⁷ Digitalna transformacija se ne mora odnositi samo na transformacije u tehnologijama već i transformacije industrija, društava, gospodarstava, pojedinaca i ostalo. Ovakva vrsta transformacije smatra se kvalitetnom zbog količine digitalnih ljudskih vještina koje zaposlenici mogu steći te samim time organizacija postaje fleksibilnija i konkurentnija na tržištu. Nove digitalne tehnologije pomažu u poboljšanju iskustava korisnika, stvaranju novih vrijednosti, poboljšanju iskustava korisnika, lakšem ispunjenju radnih obveza te stvaranju potpuno novih poslovnih modela i izvora prihoda, ali pozitivan

⁷By Milko Malev; 03.04.2020, <https://dmexco.com/>, pristupljeno: 06.07.2021.

rezultat za digitalnu transformaciju donijet će u najvećem omjeru radna snaga. Na temelju ovakvih transformacija mogu se izgraditi nove poslovne strategije koje su potrebne obzirom da su današnji potrošači opremljeni svim alatima komunikacije, te očekuju da kompanije u svakom trenutku prepoznaju njihovu potrebu te prihvate njihov zahtjev za uvođenjem određenog noviteta na tržištu. Pomoć organizacijama da bi sve to uspjele regulirati i održati u ovim trenutcima socijalne distance i neizvjesnosti pruža umjetna inteligencija te automatizirani podatci. Kao prvi primjer umjetne inteligencije za vrijeme covid-19 pandemije navodi se Andrija.⁸To je primjer umjetne inteligencije koja posjeduje digitalnog asistenta koji pomažu ljudima pri dijagnosticiranju i otkrivanju sumnji na COVID-19 infekciju i samim time doprinosi boljem radu cjelokupnog zdravstvenog sustava. Takva kreativna rješenja koja su samim time brza i inovativna, doprinose poboljšanju stanja gospodarstva, a ovo prethodno navedeno rješenje proizlazi iz suradnje hrvatskih software kompanija. Trenutna pandemija je promijenila odnos između tvrtki i potrošača, ali i odnos tvrtke i zaposlenika. Postoje alati kojim se olakšava komuniciranje i suradnja, a samim time i rad, no voditelji su ti koji moraju brinuti za psihološko zdravlje te produktivnost i fokusiranost svog radnog osoblja koje radi od kuće. Stalno suprotstavljanje organizacijskim promjenama jedna je od glavnih prepreka s kojima se susreću brojne tvrtke. Da bi se takve prepreke otklonile potrebno je pratiti i spoznati nove potreba potrošača te je potrebno stvaranje brze i fleksibilne organizacijske kulture. Pomoću različitih alata koji omogućavaju prikupljanje podataka o kupcima iz različitih online izvora, tvrtke će lakše donositi odluke o daljnjem poslovanju te će lakše predvidjeti buduće ponašanje korisnika. Kako bi se što uspješnije proizvod plasirao na tržište važno je imati podatke o kupcima jer se pomoću njih određuju tržišta na koja se treba fokusirati, segmentacija potrošača i digitalna marketing strategija. Pojedine tvrtke bi mogle svoj uspjeh ostvariti kroz uključenost korisnika u određene procese te putem korištenja podataka korisnika za stvaranje rješenja. U trenutcima socijalne distance je bitno stvaranje agilne kulture⁹ koja omogućava lakše reagiranje na konstantne promjene, koje su diktirane dinamičnim zahtjevima korisnika. Otpor prema ovakvim promjenama i nespремnost na nove poslovne modele može se prevladati jedino uspostavljanjem jasne rutine te jasne

⁸Koronavirus.hr; 14.04.2020;

<https://www.koronavirus.hr/andrija-prvi-digitalni-asistent-u-borbi-protiv-koronavirusa-u-hrvatskoj-zivi-na-whatsappu/460> ,pristupljeno: 11.07.2021.

⁹Andrijana Filipović; 10.12.2019.; <https://www.cx.hr/iskustvo-zaposlenika/agilna-organizacija/> ,pristupljeno: 13.07.2021.

komunikacije. Korekcijom principa rada tvrtke izravno se utječe na organizacijske vrijednosti i stavove zaposlenika što u konačnici uvjetuje razvijanju nove organizacijske kulture. Kultura neke organizacije u sklopu zaposlenika koji teže inovativnosti, kontinuiranom učenju i pronalaženju novih rješenja donosi pozitivnu organizacijsku klimu te doprinose unaprjeđenju poslovanja. Otpor zaposlenika prema promjenama će se dogoditi u većini tvrtki bez obzira na industriju, veličinu tvrtke, iskustvo rukovodećih osoba ili razinu digitalne spremnosti neke organizacije. Otporom prema organizacijskim promjenama treba upravljati na način da se uključe svi sudionici neke organizacije i donositelji odluka, ali se treba stvoriti i međusobno razumijevanje oko nekog određenog željenog cilja. Visoka ulaganja u digitalne transformacije bit će izražena u području gdje određeni poslovi i procesi zahtijevaju fizičku bliskost, a to su ponajprije restorani i tradicionalna maloprodaja te hoteli i wellness i rekreacijski centri. Dakle, za prethodno navedene institucije digitalna transformacija znači održavanje radnih mjesta, javnog zdravstva i ukupnog opstanka poslovanja. U trenutcima neizvjesnosti, kao što je ovaj u kojem se trenutno nalazimo, bitno je samo kretati se naprijed te pratiti stalne promjene jer upravo one donose mogućnosti za nastup na novim tržištima te nove mogućnosti.

Statistike su pokazale da je pandemija utjecala na pojačanu digitalizaciju te da 45% ljudi u svijetu troši više vremena provodeći na društvenim mrežama nego je to bilo prije virusa. Kupnja proizvoda u trgovini zamijenjena je kupnjom online. Sve ono što je moglo biti digitalizirano je i opstalo u digitaliziranom obliku, ostalo je ostvarilo ogromne gubitke. Poduzeća su morala organizirati online rad od kuće koji se provlačio kroz dulje razdoblje. Novonastala situacija bila je praktična za poduzeća koja su već imala organiziran rad od kuće. Rad od kuće za pojedina poduzeća nije bilo lako organizirati jer ga nije bilo jednostavno uvesti bez prethodne organizacije i bez odgovarajućih stručnjaka. Za takvu organizaciju potrebna je kvalitetna i odgovarajuća infrastruktura, te dobra komunikacija. Virtualni ured mora osigurati zaposleniku jednako radno okruženje kakvo je imao u fizičkom uredu, te mu mora biti dostupan cjelokupan digitalni alat koji mu je neophodan za obavljanje cjelokupnog rada. Globalna pandemija je uvelike utjecala na postojeće poslovne modele koji su bili definirani u raznim tvrtkama, a kao rezultat takvog utjecaja pandemije mnoge su tvrtke bile pod velikim pritiskom da promjene postojeći način poslovanja novim, odnosno tradicionalan način poslovanja uvelike je zamijenjen digitalnim načinom rada. Tradicionalno poslovanje pod kojim

podrazumijevamo rad u hotelijerstvu, ugostiteljstvu, tradicionalnoj maloprodaji i mnogim drugim uslužnim djelatnostima teže mijenja svoj poslovni model iz razloga što je fizička bliskost s potrošačima u takvom poslu od velike važnosti. S obzirom na težinu prilagodbe takvih tvrtki digitaliziranom načinu rada, može se reći kako promjene ipak nisu nemoguće budući da se digitalizacija poslovanja uvela u brojna poduzeća koja se bave proizvodnjom voća i povrća, razni vlasnici ugostiteljskih objekata su uveli digitalizirani način rada, maloprodajne trgovine, ali i organizatori konferencija. Razne su tvrtke rješenje svog problema komunikacije i dostave hrane krajnjim potrošačima našli putem društvenih mreža, te se dostava hrane organizirala putem tvrtki koje se bave tom djelatnošću kao što su Wolt i Glovo. Konferencije su se nastavile odvijati redovito prelaskom na digitalizirani način komunikacije, te su trgovine nastavile svoj rad putem udruge e-commerce.¹⁰ S obzirom na potrebu što bržeg prilagođavanja zahtjevima tržišta, mnoge su tvrtke bile prisiljene prilagoditi se zahtjevima pandemije kako bi tvrtka opstala, pa se tako i sama njujorška burza (New York Stock Exchange) nakon 228 godina na zanimljiv način prilagodila promjenom dosadašnjeg načina poslovanja elektronskim načinom.

Trenutna pandemija COVID-19 pokazala je koliko su nam digitalni resursi postali važni za razvoj gospodarstva i kako osnovne i napredne digitalne vještine održavaju naša gospodarstva i društva. Iako je utvrđeno u 2019. godini prije krize COVID-19 da se 85% građana već koristilo internetom, samo 58% posjeduje najmanje osnovne digitalne vještine.¹¹ Stoga internetska veza nije dovoljna; mora biti usklađena s odgovarajućim vještinama da bi se iskoristile prednosti digitalnog društva. Građani s internetskom vezom i potrebnim digitalnim vještinama da to iskoriste mogu sudjelovati u širokom spektru mrežnih aktivnosti. U sljedećoj tablici bit će prikazan rezultat istraživanja prema DESI-u, a koji mjeri koliko ljudi koristi internet i koje aktivnosti rade na mreži. Aktivnosti uključuju korištenje internetskog sadržaja (npr. zabave poput glazbe, filmova, TV-a ili igara, dobivanje informacija bogatih medijima ili sudjelovanje u internetskoj socijalnoj interakciji), koristeći moderne komunikacijske aktivnosti (npr. sudjelovanje u video pozivima) i transakcijske aktivnosti poput mrežne kupovina i bankarstvo.

¹⁰<https://ecommerce.hr/o-udruzi/>, pristupljeno: 20.05.2021.

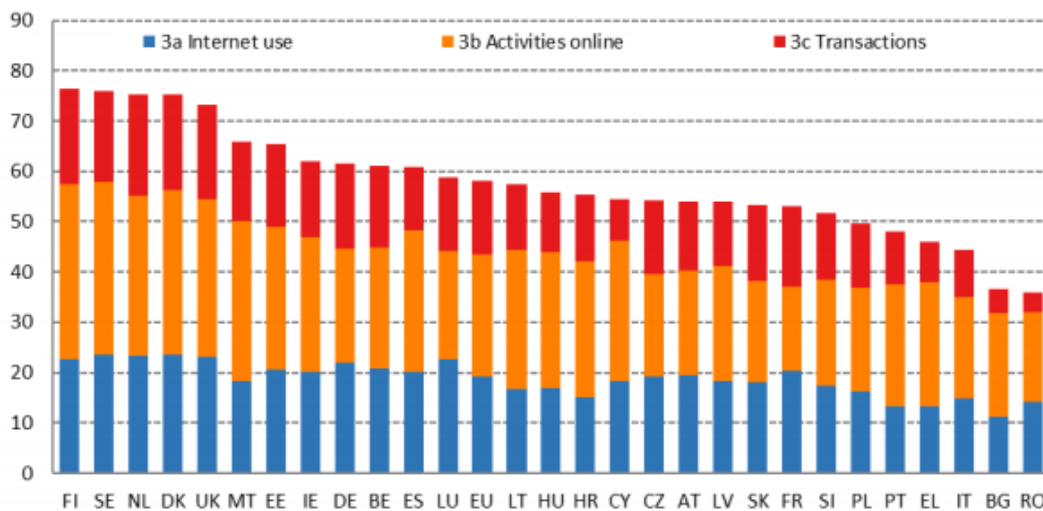
Slika 1. Aktivnosti pri korištenju internetskog sadržaja

| | EU | |
|--|------------|------------|
| | DESI 2018 | DESI 2020 |
| 3a1 People who have never used the internet | 13% | 9% |
| % individuals | 2017 | 2019 |
| 3a2 Internet users | 81% | 85% |
| % individuals | 2017 | 2019 |
| 3b1 News | 72% | 72% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3b2 Music, videos and games | 78% | 81% |
| % internet users | 2016 | 2018 |
| 3b3 Video on demand | 21% | 31% |
| % internet users | 2016 | 2018 |
| 3b4 Video calls | 46% | 60% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3b5 Social networks | 65% | 65% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3b6 Doing an online course | 9% | 11% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3c1 Banking | 61% | 66% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3c2 Shopping | 68% | 71% |
| % internet users | 2017 | 2019 |
| 3c3 Selling online | 22% | 23% |
| % internet users | 2017 | 2019 |

Izvor: https://what-europe-does-for-me.eu/data/pdf/focus/focus19_hr.pdf, pristupljeno 09.07.2021.

Ljudi u EU sudjeluju u širokom spektru mrežnih aktivnosti; međutim, još uvijek postoje velike razlike u svim državama članicama EU-a u vezi s korištenjem internetskih usluga. Finska, Švedska, Nizozemska i Danska imaju najaktivnije korisnike interneta, a slijede ih Velika Britanija, Malta, Estonija i Irska. Suprotno tome, Rumunjska, Bugarska i Italija najmanje su aktivne. Irska i Španjolska su države koje su zabilježile najveće poboljšanje u ovoj dimenziji u usporedbi s prethodnom izdanjem istraživanja (rast od 7, odnosno 6 postotnih bodova). Pratila ih je pomno Belgija. Mađarska i Finska, koji su također postigli značajan napredak u usporedbi s njihovim rezultatima iz 2019, ostvarile su +5 postotnih bodova.

Slika 2. Razlike država članica EU u spektru mrežnih aktivnosti



Izvor: https://what-europe-does-for-me.eu/data/pdf/focus/focus19_hr.pdf, pristupljeno 06.07.2021.

Sljedeća tablica prikazuje razliku između DESI istraživanja 2018. i 2020. godine koje provodi Europska komisija i koja prati evoluciju digitalne kompetitivnosti članica EU. U istraživanju je otkriven porast od 1% u znanju pojedinaca o osnovnim digitalnim vještinama, osnovnim softverskim vještinama, porast ženske populacije specijalista u tehnologiji te diplomiranih studenata digitalne tehnologije. Porast od 2% zabilježen je kod onih malo iznad osnovnih digitalnih vještina te specijalista digitalne tehnologije.

Slika 3. DESI istraživanje o digitalnoj transformaciji pojedinaca

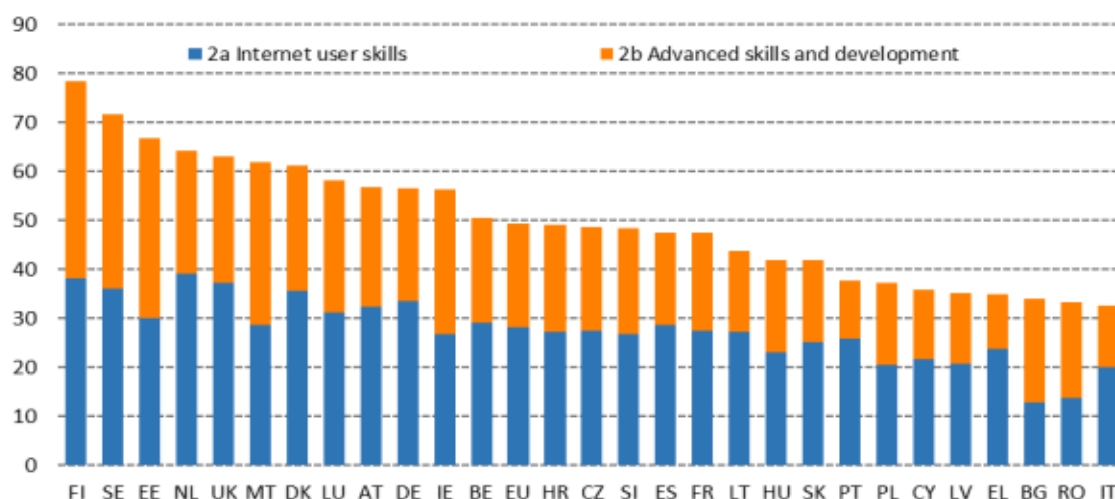
| | EU | |
|---|-------------|-------------|
| | DESI 2018 | DESI 2020 |
| 2a1 At least basic digital skills | 57% | 58% |
| % individuals | 2017 | 2019 |
| 2a2 Above basic digital skills | 31% | 33% |
| % individuals | 2017 | 2019 |
| 2a3 At least basic software skills | 60% | 61% |
| % individuals | 2017 | 2019 |
| 2b1 ICT specialists | 3.7% | 3.9% |
| % total employment | 2016 | 2018 |
| 2b2 Female ICT specialists | 1.3% | 1.4% |
| % female employment | 2016 | 2018 |
| 2b3 ICT graduates | 3.5% | 3.6% |

Izvor: https://what-europe-does-for-me.eu/data/pdf/focus/focus19_hr.pdf, pristupljeno 14.07.2021.

Digitalne vještine kreću se od osnovnih vještine korištenja koje pojedincima omogućuju sudjelovanje u digitalnom društvu i konzumiranje digitalne robe i usluge, do naprednih vještina koje osnažuju radnu snagu za razvoj nove digitalne robe i usluga.

Dimenzija ljudskog kapitala DESI-a ima dvije pod dimenzije koje pokrivaju "vještine korisnika interneta" i 'Napredne vještine i razvoj'. Prvi se oslanja na digitalne vještine Europske komisije te je to pokazatelj, izračunat na temelju broja i složenosti aktivnosti koje uključuju uporabu digitalnih uređaja i interneta. Druga dimenzija uključuje pokazatelje o ICT stručnjacima i onima koji završe ICT. Prema najnovijim podacima, Finska je vodeća u obje pod dimenzije ljudskog kapitala, a slijedi je Švedska, Estonija i Nizozemska prema ukupnom učinku. Italija, Rumunjska i Bugarska su na rang listi najniže. U usporedbi s prošlom godinom, najveći porast ljudskog kapitala zabilježen je na Malti (+7 postotnih bodova), Bugarske (+5 postotnih bodova) i Estonije (+4 postotna boda).

Slika 4. Ljudski kapital prema DESI dimenzijama



Izvor: https://what-europe-does-for-me.eu/data/pdf/focus/focus19_hr.pdf, pristupljeno: 06.06.2021.

Kako bi tvrtka danas opstala treba biti u trendu te pratiti promjene koje se neprestano događaju. Digitalan način poslovanja je i prije pandemije bio jedan od važnih čimbenika koji su bitni da određene tvrtke brže i efikasnije posluju. Da se na vrijeme digitalizirao bar određeni dio kompanija, gubitci bi bili puno manji nego sada kada se sve trebalo napraviti odmah i u kratkom vremenskom roku. Jedini efikasan način koji donosi trenutno dobar rezultat krije se u poznavanju određenih poslovnih postupaka, u agilnosti u odlučivanju te uspješnom organiziranju i razumijevanju stvarnih potreba potrošača u ovakvim iznenadnim situacijama. Potreba za promjenom načina poslovanja većine tvrtki je presudna za uspjeh i ostvarenje dobiti.

4. Turizam i zdravstvena sigurnost

Sigurnosni problemi mogu nastati zbog nove sredine, kulturoloških razlika, kršeći norme ponašanja u pojedinoj zemlji, velikog broja ljudi na malom prostoru, pogodnosti koje su pružaju posjetiteljima kao što je droga te zbog neprofesionalnosti koja proizlazi iz činjenice kako pojedine destinacije gledaju na posjetitelja kao 'sredstvo zarade'. Svjetska je trgovinska organizacija upravo zbog takvih problema organizirala međunarodnu mrežu razmjene podataka o sigurnosnim pitanjima te o stanju sigurnosti u pojedinoj zemlji. Svaka država koja je članica te mreže, dužna je odrediti odgovorne osobe za sigurnost. Prirodne pojave nastaju bez utjecaja čovjeka, no čovjek i njegov odnos prema prirodi mogu uvelike postati izvor ugrožavanja života i zdravlja ljudi. Nenamjerni izvori ugrožavanja mogu biti posljedica pogrešaka poput umora, bolesti, neznanja, nepovoljnih uvjeta rada, nemara, ali i nekih tehničkih nedostataka. Svakodnevno se objavljuju izvještaji o bolestima i zagađenjima koji su rezultat nepravilnog odlaganja otpadnih materijala te samog ponašanja prema prirodi. Pandemija ima snažan utjecaj na domaći i međunarodni turizam te je potrebno analizirati promjene koje nastaju kako bismo utvrdili utjecaj na turizam i ostale segmente gospodarstva. Potrebno je istaknuti vjerodostojne informacije pomoću kojih se može pristupiti osmišljavanju novih rješenja koja će ublažiti trenutnu situaciju. Kako bismo donijeli ispravnu odluku koja ne upućuje na veće posljedice, bitno je raspolagati vjerodostojnim pokazateljima i informacijama. Zdravstvena sigurnost je za turizam iznimno bitna ne samo na lokalnoj, već i na nacionalnoj i međunarodnoj razini jer ona upućuje na jednu vrstu sigurnosti za pojedinca. Turizam kao pojam se može pojaviti u različitim dimenzijama, no do sada se ponajviše promatrala njegova povezanost s ekonomijom, prometom, pravom, okolišem i sl. Prema trenutnoj situaciji, moglo bi se reći da je jedna njegova dimenzija ostala zanemarena, a odnosi se na zdravstvenu sigurnost. Potrebno je napomenuti kako je zdravstvena sigurnost širok pojam koji podrazumijeva zdravstvenu ispravnost vode, hrane, zbrinjavanje otpada, ali i zbrinjavanje turista prilikom nesreće što ujedno označava povezanost zdravstvenog sustava s policijom, a ponekad i vojskom. U zemljama u kojima postoji promptno organiziran javno zdravstveni sustav situacija s pandemijom nije toliko ugrozila opstojnost zdravstvenog sustava. Prethodno navedene činjenice dovode do potrebe za uvođenjem novih opcija održivog razvoja, koje će ujedno utjecati na povoljnu situaciju glede zdravstvene sigurnosti. Bitno je nakon svega osmisliti kvalitetan način

oporavka turizma na način da će zdravstvena sigurnost dobiti novi oblik kroz uspostavu odnos s ekonomijom, prometom, pravom, poljoprivredom, sportom i ostalim. Uspostava novih propisa u turizmu tražit će promjene u organizaciji turizma jer će se turizam povezati s zdravstvenim sustavom zemlje iz koje turist dolazi kako bi pratio njihovu zdravstvenu situaciju i na taj način sačuvao zdravlje domicilnog stanovništva, te time i sam turizam. Osiguranje zdravstvene sigurnosti bit će jedan od važnih čimbenika pri odabiru destinacije u koju se želi putovati, a već se danas za putovanje u Afriku može dobiti osiguranje uz prethodno cijepljenje i upotrebu lijekova. Trenutna situacija s cijepljenjem trebala bi osigurati brži povratak u normalan život bez distance i maski, no ukoliko situacija bude i dalje nepovoljna, morat će se mijenjati prihvatni kapacitet pojedinog objekta kako bi omogućio dopuštenu distancu između pojedinaca. Zdravstvena sigurnost je povezana s ekonomijom te se s manjim bojem turista određenom prostoru smanjuju i prihodi, a s povećanjem zdravstvene sigurnosti što uključuje veći broj liječnika, testiranje i ostalu rastu troškovi. Zdravlje, odmor i rekreacija osnovni su motivi za turizam, zato je turizam nezamisliv bez zdravstvene zaštite.

Institut za turizam Zagreb svake tri godine provodi istraživanje „TOMAS Ljeto – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ te rezultate tog istraživanja objavljuju u istoimenoj publikaciji. Jedan od ciljeva ovog istraživanja jest ustanoviti važnost i zadovoljstvo turista koji ljetuju u Hrvatskoj (7 primorskih županija) različitim elementima turističke ponude. Istraživanjem bude obuhvaćeno 27 elemenata turističke ponude, koje se temeljem prikupljenih odgovora rangira s aspekta važnosti. Iz podataka iznesenih u sljedećoj tablici vidljivo je da se važnost sigurnosti turista kao elementa turističke ponude u promatranim godinama – 2010., 2014., i 2017., povećavala.

Slika 5. Važnost sigurnosti turista prema pojedinom elementu (2010.,2014.,2017.)

| Top 5 elemenata ponude 2010. godine | 2010. | 2014. | 2017. |
|---|-------|-------|-------|
| Ljepota prirode i krajolika | 1 | 1 | 1 |
| Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora | 2 | 3 | 4 |
| Ljubaznost osoblja u smještajnim objektima | 3 | 2 | 2 |
| Kvaliteta hrane u restoranima izvan smj objekta | 4 | 10 | 7 |
| Osobna sigurnost | 5 | 4 | 2 |

| Top 5 elemenata ponude 2014. godine | 2010. | 2014. | 2017. |
|--|-------|-------|-------|
| Ljepota prirode i krajolika | 1 | 1 | 1 |
| Ljubaznost osoblja u smještajnim objektima | 3 | 2 | 2 |
| Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora | 2 | 3 | 4 |
| Osobna sigurnost | 5 | 4 | 3 |
| Slikovitost i uredenost mjesta | 9 | 5 | 8 |

| Top 5 elemenata ponude 2017. godine | 2010. | 2014. | 2017. |
|--|-------|-------|-------|
| Ljepota prirode i krajolika | 1 | 1 | 1 |
| Ljubaznost osoblja u smještajnim objektima | 3 | 2 | 2 |
| Osobna sigurnost | 5 | 4 | 3 |
| Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora | 2 | 3 | 4 |
| Atmosfera, ugođaj | Nema | Nema | 5 |

Izvor:<http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>, pristupljeno 18.06.2021.

Tako je osobna sigurnost turista, s obzirom na važnost koju ima kao element hrvatske turističke ponude, s petog mjesta u 2010. godini dospjela na treće mjesto u 2017. godini. S obzirom da je uzlazni trend osobne sigurnosti bio zabilježen već 2017. godine, sada će taj element nakon proživljene pandemije u kojoj je smrtno stradao velik broj svjetskog stanovništva biti jedan od presudnih čimbenika u pri odabiru destinacije za putovanje.

4.1. Provedba sigurnosnih mjera

Sigurnosne mjere moraju biti tako oblikovane da jamče sigurnost turistu, ali i domaćem stanovništvu. Obveza je svake države koja se bavi turizmom, razviti strategiju o sigurnosti turizma. Mjere sigurnosti trebaju se odnositi na mjere prevencije, pružanje pomoći turistu te međunarodnu suradnju. S obzirom da su određene zemlje primijenile mjere za suzbijanje virusa na samom početku pandemije, do kraja godine se u gospodarstvu tih zemalja očekuje porast dobiti. Potpuni lockdown, zatvorene granice, inteligentne metode za utvrđivanje kontakata zaraženih, disciplinirano stanovništvo samo su neke od značajki uspješnih zemalja koje su se uspjele izboriti protiv novonastalog virusa.

Kina

Zemlja koja je od svog stanovništva od samog početka zahtijevala velike žrtve. Sve je počelo izolacijom velikih gradova, izolacijom pojedinaca, velikim brojem ljudi koji su upućeni na testiranje i digitalnim praćenjem zdravstvenog stanja svakog pojedinca. Prethodno navedeno pokazalo je dobar rezultat budući da je trenutno stanje u Kini puno bolje, nego stanje u nekim zapadnim zemljama. Trenutačno nema niti jedne zaražene osobe, te se život i gospodarstvo vraćaju u svoju normalu.

Tajvan

Tajvan je zemlja koja je prethodno imala već susret s virusom SARS te se zemlja samim time bolje prilagodila mjerama za postupanje u takvim slučajevima. Nakon pojave virusa u Kini, Tajvan je odmah zatvorio granice te tako preventivno zaštitio svoje stanovništvo. Od same pojave virusa, zemlja je bila u potpunosti medicinski opremljena.

Australija

Ova država svoj uspjeh može pripisati zatvaranju granica na samom početku pojave virusa. Melbourne je najviše bio pogođen virusom, no ubrzo je broj zaraženih reguliran također primjenom određenih mjera. Obveza nošenja maski je već u ovom razdoblju ograničena samo na područje Melbourne-a, te je bitno napomenuti kako je u Australiji dopušteno okupljanje većeg broja ljudi, no uz pridržavanje epidemioloških mjera.

Novi Zeland

Brzo djelovanje u samoj početnoj fazi rezultiralo je brzim otvaranjem zemlje. Danas njegovih oko pet milijuna stanovnika više ne moraju nositi čak ni masko, no građani se trebaju pridržavati higijenskih mjera i trebaju dopustiti praćenje kretanja pomoću aplikacije. Unatoč dobrim rezultatima, i dalje su stroge kontrole na granicama te se prati ulazak pojedinaca i određuje se karantena.

Vijetnam

Vijetnam je prva država u kojoj je nakon Kine bilo potvrđen virus SARS. Tada je Vijetnam prvi uspio pobijediti virus. S COVID-19 virusom su bili izuzetno oprezni te su već u travnju uveli strogi lockdown nakon što je zabilježeno stotinjak slučajeva zaraze. Provode se brojna testiranja, stroga pravila o karanteni i praćenje kontakata zaraženih. Vlasti također primjenjuju i pravila koja su u Europi nezamisliva: recimo u najvećem vijetnamskom gradu Ho Ši Minu se plakatima upozorava da osobama koje ne nose masku i nekoga zaraze prijeti kazna do 12 godina zatvora.

Južna Koreja

Južna Koreja je jedna od rijetkih zemalja koje se mogu pohvaliti izbjegavanjem lockdowna i brzom reakcijom prilikom nastanka pandemije. Pohvalno je za istaknuti kako je ova zemlja s 51,6 milijun stanovnika do sada uspjela izbjeći proglašavanje općeg lockdowna. Tu pomaže i to što Južna Koreja zbog svog geografskog položaja lakše može kontrolirati granice. Na snazi su stroge zaštitne mjere kod ulaska stranaca u zemlju i vlastitih državljana koji se vraćaju iz inozemstva. Uz nekoliko rijetkih iznimaka vrijedi pravilo da svi koji ulaze u zemlju moraju dva tjedna provesti u karanteni.

Prethodno nabrojane države su pokazatelji dobrih i pravovremenih odluka države o uvođenju potrebnih mjera opreza koje je potrebno uvesti pojavom iznenadnih pandemija kao što je trenutno COVID 19. Hrvatska je započela s pripremom i provedbom epidemioloških i drugih mjera usmjerenih na suzbijanje širenja epidemije bolesti COVID 19 odmah nakon prvog zabilježenog slučaja na području Hrvatske (25. veljače 2020.). Odluku o proglašenju opasnosti od epidemije ministar zdravstva donio je 4. ožujka 2020., a odluku o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-CoV-2, donio je 11. ožujka 2020. Stožer je s uvođenjem nužnih epidemioloških mjera započeo 19. ožujka 2020. kada je donio prve četiri odluke: odluku o ograničavanju društvenih okupljanja, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti i održavanja sportskih i kulturnih događanja, odluku o zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske, odluku o graničnim prijelazima preko kojih će se odvijati tranzitni promet teretnih vozila preko teritorija Republike Hrvatske, odluku o zabrani

uplovljavanja kruzerima. Osim mjera koje su bile uvedene za područja pojedinih županija kada je to epidemiološka situacija u pojedinoj županiji zahtijevala, stožer je donosio odluke kojima je uvodio mjere za područje cijele Hrvatske: 10. listopada 2020. Odluku o obveznom korištenju maski za lice ili medicinskih maski, 12. listopada 2020. Odluku od ograničavanju društvenih okupljanja, 13. listopada 2020. Odluku o privremenom uređivanju rada i ograničavanja radnog vremena ugostiteljskih objekata i drugih pružatelja ugostiteljskih usluga, te 25. listopada 2020. Odluku o nužnim epidemiološkim mjerama kojima se ograničavaju okupljanja i uvode druge nužne epidemiološke mjere i preporuke radi sprječavanja prijenosa bolesti COVID-19 putem okupljanja. Neke od mjera koje je stožer uveo sukladno epidemiološkoj situaciji koja se pogoršala na području cijele Hrvatske odnosile su se na smanjenje broja ljudi na određenom mjestu zbog sprječavanja prijenosa infekcije COVID, reguliranje broja ljudi u javnom prijevozu, privremena zabrana prelaska graničnih prijelaza Republike Hrvatske te reorganizacija rada za djelatnost trgovine koja se obavlja u prodavaonicama i prodajnim centrima te zabrana napuštanja županije prema mjestu prebivališta ili boravišta u Republici Hrvatskoj. Te su mjere u stalnoj primjeni, te se sukladno epidemiološkoj situaciji primjenjuju i tijekom 2021. godine.

Kako bi se utvrdila sumnja na postojanje infekcije COVID-19 virusom, Hrvatski je zavod za javno zdravstvo u suradnji sa Klinikom za infektivne bolesti napravio postupnik za djelatnike zdravstva prema kojemu oni moraju postupati u slučaju sumnje. Prema tom postupniku svaki zdravstveni djelatnik mora znati koji su kriteriji za postavljanje sumnje na zarazu, kako se postupa s osobom na koju sumnjaju da je zaražena, način na koji se testira takvu osobu te kako se šalju uzorci na dijagnostiku, te čitav niz mjera prevencije i sprječavanja širenja virusa u zdravstvenim ustanovama. Postupnik je izrađen na način da se nadopunjuje i redovito ažurira ovisno o novim informacijama vezano o samoj epidemiji i bolesti.

Hrvatski zavod za javno zdravstvo redovno objavljuje i ažurira informacija na svojoj web stranici vezano za pandemiju, a sve to da bi svaki pojedinac mogao u svakom trenutku znati kako postupati u skladu s razvojem situacije.¹² Kao dodatna pomoć pojedincima napravljeni su letci na kineskom, engleskom i hrvatskom jeziku koji

¹² Hrvatski zavod za javno zdravstvo; 31. siječanj 2020.; <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/epidemija-pneumonije-povezana-s-novim-koronavirusom-kina/>, pristupljeno: 19.06.2021.

olakšavaju putnicima putovanje u zemlje koje su zahvaćene virusom, ali i onima koji se vraćaju iz takvih zemalja. U letku je naznačeno sve što je bitno znati u tom trenutku o trenutačnom stanju virusa, ali letak sadrži i upute kojih se putnik treba držati prilikom putovanja kako bi se smanjila mogućnost infekcije te naputke o ponašanju pri uočavanju prvih simptoma, kao i kontakt dežurnih epidemiologa.¹³

Formirane su upute prema kojima se treba postupati na graničnim prijelazima sa putnicima koji ulaze u Hrvatsku, a unazad 14 dana su boravile na području koje je obuhvaćeno virusom COVID-19. Bitno je napomenuti kako se za boravak većeg broja osoba u određenim objektima također formirao određeni način rada misleći pritom na vrtiće i škole, te hotele i druge slične ustanove.¹⁴ Hrvatski zavod za javno zdravstvo je od samog početka objavljivao aktualne podatke o broju zaraženih, kao i savjete vezane za sigurnost i zaštitu stanovnika.

Broj provedenih mjera u Republici Hrvatskoj je vrlo visok te je vrlo zadovoljavajući, no nedostatak je u brzini kojom su se provodile te u spretnosti pri samoj organizaciji cjelokupnog procesa zaštite. Da bi mjere bile uspješne, odnosno da bi osigurale rapidno uklanjanje virusa bitna je prethodna priprema samog zdravstvenog sustava i vlade pojedine države. Kako je prije navedeno, države koje su se već prije susrele s pojedinim vrstama virusa odgovorile su ubrzanim uvođenjem mjera te smanjenjem potencijalne opasnosti za građane i samo gospodarstvo.

4.2. Prilike i percepcija Hrvatske kao zdravstveno-turističke destinacije

Zdravstveni turizam se može definirati kao skup specijaliziranih sadržaja i usluga prisutnih na putovanjima koji su povezani s napredovanjem usklađenim s potrebom za unaprjeđenje zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Činjenica je kako demografski trendovi i promjene društvenih vrijednosti uvjetuju kontinuirani rast potražnje za proizvodima vezanim za zdravlje što znači da Hrvatska treba težiti zadovoljavanju ovih uvjeta zbog blizine velikim emitivnim tržištima te duge tradicije koja zemlju čini visokokvalitetnom destinacijom za turista.

¹³ Hrvatski zavod za javno zdravstvo; 24. siječnja 2020.; <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/preporuke-za-putnike-u-kinu-letci/>, pristupljeno: 28.07.2021.

¹⁴ Hrvatski zavod za javno zdravstvo; 16. ožujka 2020.; <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/koronavirus-najnovije-preporuke/>, pristupljeno: 08.06.2021.

Kao bitne prednosti Hrvatske na tržištu zdravstvenog turizma navode se: prometna dostupnost Hrvatske prema njenom geografskom položaju, članica je Europske unije što sa sobom nosi percepciju sigurnosti i kvalitete, nudi konkurentne cijene zdravstvenih usluga za većinu ciljanih inozemnih tržišta, prisutna je tradicija zdravstvenog turizma (npr. Opatija, Mali Lošinj i dr.), prirodni resursi koju su značajni za zdravstveni turizam (klimatske značajke, morska voda, zrak, blato, termalni izvori), more kao komparativna prednost Hrvatske u odnosu na Mađarsku, Poljsku, Češku ili Slovačku, visoko obrazovanje medicinskog osoblja, sigurnost zemlje te vrhunska dijagnostika u medicini, posebno naglašavajući privatne zdravstvene ustanove, ljepota i očuvanost prirode, gastronomska ponuda i mnoge druge značajke koje hrvatskoj daju potvrdu kako je zemlja spremna za kvalitetan zdravstveni turizam. Prethodno navedene karakteristike dovode do zaključka kako hrvatska ima brojne kvalitete koje joj mogu poslužiti u preuzimanju inicijative vezano za nastanak kvalitetno prepoznatljivog zdravstvenog turizma. Zdravstveni turizam u hrvatskoj teži razvoju wellness, lječilišnog te medicinskog turizma. Wellness turizam definira se kao tjelesna i duhovna ravnoteža koja se pruža gostu te uključuje aktivan i odgovoran pristup prema njemu. Wellness kao pojam podrazumijeva određene turističke usluge, ali i zdravstveno-preventivne usluge koje kao krajnji rezultat pružaju zadovoljavajuće rezultate glede fizičkog i psihičkog zdravlja svakog pojedinca, ali i pruža opće zadovoljstvo cjelokupnim životom.¹⁵Lječilišni turizam kao oblik zdravstvenog turizma obuhvaća stručno i kontrolirano podrazumijeva stručnu i kontroliranu uporabu prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije koje imaju za cilj očuvanje i unapređenje zdravlja te poboljšanje kvalitete života. Prema prethodno navedenom tekstu želi se posebno naglasiti vraćanje i oživljavanje prvotnog fizičkog i psihičkog zdravlja pojedinca u području klimatskih, morskih i topličkih destinacija.¹⁶

Medicinski oblik turizma uključuje odlazak u različita odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite koja uključuje razne kirurške, stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske, estetske, neurološke, oftalmološke, fizioterapeutske, dermatološke i ostale zahvate uz pripadajuću uslugu njege i oporavka. Prethodno navedene usluge se odvijaju u specijalnim bolnicama, klinikama ili poliklinikama i medicinskim ordinacijama.¹⁷

¹⁵<https://www.uciliste-lovran.hr/wellness-turizam/>, pristupljeno: 02.06.2021.

¹⁶<https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:370/preview>, pristupljeno: 04.06.2021.

¹⁷http://croatialink.com/wiki/Zdravstveni_turizam:_definicija,_povijest_i_podjela, pristupljeno: 06.06.2021.

Sukladno gore navedenim prednostima koje hrvatska ima te uslugama koje u zdravstvenom turizmu želi pružati, dolazimo do zaključka da bi u trenutno nastaloj situaciji s virusom hrvatskoj takav oblik turizma pridonio stvaranju većeg broja posjetitelja. Jedan od projekata koji je trenutno aktualan, odnosi se upravo na stvaranje sigurnosti za turista, a to je oznaka 'Stay safe in Croatia'.

Slika 6. Oznaka sigurnosti boravka u Hrvatskoj



Izvor: Ministarstvo turizma i sporta; Projekt 'Staysafein Croatia'. Dostupno na:
<https://www.safestayincroatia.hr/hr/o-projektu> (13.05.2020.)

Takav način privlačenja turista pridonosi razvoju zdravstvenog turizma i sigurnosti turista. Činjenica je da je zdravlje i sigurnost djelatnika i posjetitelja na prvom mjestu te se sukladno tome stvorio ovakav projekt od strane Ministarstva turizma i sporta. Cilj je projekta educirati dionike turizma o mjerama koje Hrvatska provodi u svim turističkim djelatnostima.¹⁸ Osmišljeni su sami protokoli poslovanja, te način postupanja s posjetiteljima u svakoj turističkoj djelatnosti. Pri izradi protokola sudjelovala su turistička i strukovna udruženja koja se zalažu za zdravlje svih te za dobre reputacije same zemlje. Naljepnice mogu dobiti besplatno dionici hrvatskog turističkog sektora ukoliko se jamči sigurnost u poštivanju mjera, te je bitno staviti ju na vidljivo mjesto. Dionicima hrvatskog turističkog sektora se smatraju i ostali koji su dio lanca putovanja, poput prijevoznika, zračnih luka, kolodvora, nautičkih luka i marina, koji se prijave u sustav te ispune prijamni obrazac. Poštivanje mjera uključenih u protokole nadzire se kroz sustav Ministarstva turizma i sporta, strukovnih udruga u turizmu te samih korisnika koji prijave i komentare mogu poslati putem rubrike 'Dojmovi' na stranici Ministarstva turizma i sporta. Oznaka Safe stay in Croatia gostima omogućava lakše

¹⁸<https://www.safestayincroatia.hr/hr/o-projektu>, pristupljeno: 12.06.2021.

prepoznavanje destinacija, smještaja, prijevoza, turističkih atrakcija i ostalih objekata koji poštuju nacionalne i svjetske standarde zdravstvene i higijenske zaštite te da djeluje prema aktualnim preporukama Svjetskog vijeća za putovanja i turizam te Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo. Bitno je napomenuti uz sve prethodno navedeno, da se od 1. ožujka počelo provoditi cijepljenje prema prioritetnim skupinama, te da se mogao prijaviti svatko tko je voljan primiti cjepivo. Turistički djelatnici pokazali su velik interes za cijepljenjem što uvelike pokazuje na njihovu odgovornost. Imajući na umu kako je cjepivo trenutno najučinkovitije sredstvo u borbi s pandemijom, anketirani su djelatnici turističkog sektora koji su iznimno zainteresirani za cijepljenje, čak 70 % ispitanika iskazalo je interes za cijepljenjem, a anketu su proveli HGK i HUT na inicijativu Savjeta za oporavak i razvoj turizma, realizaciju turističke 2021. godine te unaprjeđenje turističke ponude.¹⁹

Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC), koje predstavlja globalni privatni sektor putovanja i turizma, kreiralo je u svibnju ove godine posebnu oznaku za sigurna putovanja koje putnicima omogućuje identifikaciju destinacija i tvrtki širom svijeta koje su usvojile globalne standarde zdravstvene i higijenske zaštite. Naime, do oznake sigurnosti se dolazi tako što svim dionicima u turističkoj industriji, kao što su hoteli, restorani, aviokompanije, turoperator, rent-a-car, tvrtke koje pružaju usluge prijevoza, zračne luke i slično, osiguravaju okvir za provedbu protokola o sigurnim putovanjima. Svi navedeni dionici koji ispunjavaju definirane protokole WTTC-a o zdravstvenoj sigurnosti i higijeni moći će se prijaviti za dobivanje i korištenje ove međunarodne oznake (slika 2.).

Uz Hrvatsku, u Europi su WTTC-ovu oznaku sigurnosti dobili još i Portugal, Španjolska, Slovenija, Bugarska, Crna Gora, Ukrajina i Turska, a u svijetu je posjeduju još države te brojni gradovi i regije.²⁰

¹⁹ Ministarstvo turizma i sporta; 01.06.2021.; <https://mint.gov.hr/vijesti/aktualno-upute-za-cijepljenje-djelatnika-u-sektoru-turizma/22399>, pristupljeno: 13.06.2021.

²⁰ Ministarstvo turizma i sporta RH - <https://mints.gov.hr/vijesti/svjetsko-vijece-za-putovanja-i-turizam-wttc-dodijelilo-hrvatskoj-medjunarodnu-oznaku-za-sigurna-putovanja/21778>, pristupljeno 08.05.2021.

Slika 7. WTTC oznaka sigurnosti putovanja



Izvor: Ministarstvo turizma i sporta; Projekt 'Staysafein Croatia'. Dostupno na:
<https://www.safestayincroatia.hr/hr/o-projektu> (13.05.2020.)

Kvaliteta suvremenog života je u konstantnom padu. Suvremeni život je obilježen ubrzanim i stresnim ritmom, ekološkim zagađenjem okoliša i gradova te nezdravom prehranom. Sve to dovelo je čovjeka do potrebe za sadržajima u slobodno vrijeme koji doprinose unapređenju zdravlja i sveukupnog zadovoljstva čovjeka. Također, sukladno trenutno nastaloj situaciji s COVID-19 virusom, prepoznatljivost zemlje kao zemlje zdravstvenog turizma dodatno će posjetitelju odavati dozu sigurnosti i opuštenosti budući da boravi u zemlji u kojoj je zdravstvo naglašeno. Zdravstveni turizam poprima sve veću ulogu u poboljšanju kvalitete života, odnosno u unapređenju i čuvanju zdravlja.

5. Utjecaj pandemije na globalnu ekonomiju

Europska i globalna pandemija znatno je narušena pojavom pandemije COVID-19. Donošenje različitih preventivnih mjera bilo je neizbježno zbog smanjenja negativnog šoka, a te sve mjere uvela je Europska unija. Pandemija COVID-19 se može definirati i kao vrlo rijedak događaj kojim država teško može upravljati, a o težini takve pandemije govori i činjenica da je Europska komisija zajedno s Vijećem definirala pandemiju kao jedan od težih slučajeva koji mogu uništiti gospodarstvo pojedine države. Europska unija od samog početka pojave pandemije, ali i danas uvodi razne ekonomske programe kojim se nastoji poboljšati trenutnu situaciju te na taj način dovesti zemlju u stanje stabilizacije.

Kako bi se spriječili veliki gospodarski gubitci u zemljama članicama Europske unije, Europska komisija je definirala privremeni okvir kojim bi se iskoristila potpuna fleksibilnost koja je predviđena pravilima o državnim potporama, a sve u svrhu potpore gospodarstva pojedine zemlje. Kao što se i pomoću drugih mjera potpore može uvelike pomoći državama članicama Europske unije, privremenim okvirom se osigurava raznim poduzećima unutar Europske unije da sačuvaju dostatnu likvidnost i da se drže kontinuirane gospodarske aktivnosti kakvu su imali prije nastanka pandemije.²¹

Privremeni okvir izrađen je za državne potpore te se prema njemu predviđa pet vrsta potpora:²²

1. Izravna bespovratna sredstva, selektivne porezne povlastice i predujmovi: članice će moći uspostaviti programe za dodjelu do 800.000€ poduzeću za rješavanje njegovih hitnih potreba za likvidnošću
2. Državna jamstva za zajmove poduzeća iz banaka: moći će se pružiti državna jamstva kako bi osigurale bankama mogućnost pružanja zajmova klijentima
3. Subvencionirani javni krediti poduzećima: Odobravanje zajmova s povoljnim kamatnim stopama trgovačkim društvima
4. 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

²¹State aid: CommissionadoptsTemporary Framework to enableMemberStates to furthersupporttheeconomyinthe COVID-19 outbreak, Europska komisija, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_496, pristupljeno: 14.08.2021.

²² ibidem

5. **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

Pomoću navedenih potpora želi se potaknuti očuvanje radnih mjesta, pravovremeno podmirenje obveze, osiguranje zaštite i povjerenja potrošača, razvoj digitalnih vještina, stvaranje strategija upravljanja krizom te brojne druge dobrobiti u korist turizma. Primjer potpore kratkoročnog osiguranja izvoznih kredita je primjer pomoću kojeg se omogućuje stranim kupcima robe i usluga da odgode plaćanje. Odgoda plaćanja znači kreditni rizik za prodavatelje i izvoznike, od kojeg se oni štite osiguranjem, obično kod privatnih osiguravatelja što znači da će poduzeća pogođena pandemijom dobiti kratkoročno osiguranje izvoznih kredita od javnih osiguravatelja. Takve vrste potpore daju poticaj tvrtkama da i u kriznim situacijama postoji način da se osigura likvidnost i stabilnost tvrtke. Pravila o državnim potporama omogućuju članicama Europske Unije da poduzmu pravovremene i učinkovite mjere za potporu građanima te poduzećima zbog gospodarskog šoka koju je izbijanje pandemije COVID-19 uzrokovalo. Uz pomoć privremenog okvira, Europska Unija usmjeravat će potporu gospodarstvu i na taj način ograničiti negativni utjecaj pandemije na tržištu, no mora imati na umu ograničenu veličinu proračuna EU-a. Okvir se sastoji od niza zaštitnih mjera te je prvenstveno namijenjen poduzećima da prežive trenutni pad i pripreme se održivi oporavak.

5.1. Ponašanje potrošača prije i nakon pandemije COVID-19

Općenito gledajući, postoje različite preferencije svakog pojedinca pri odabiru turističke destinacije, proizvoda ili usluge. Pod demografskim značajkama koje utječu na donošenje odluke o kupnji podrazumijevaju se spol, starost, životna dob, primanje, obrazovanje, religija, nacionalnost i mnogi drugi. Ponašanje potrošača pri kupovini prije pandemije bilo je djelomično planirano. Pojavom pandemije potrošači su postali impulzivni pri kupovini.

Međutim, kako se vrijeme mijenja odluke o kupnji više se ne donose samo na temelju tih standardnih čimbenika već donošenje odluke ovisi i o globalnim demografskim promjenama. Neke od značajnih demografskih trendova odnose se na rast svjetske populacije, starenje, migracije, poslovne emancipacije žena, promjene u planiranju

obitelji, boljeg obrazovanja i preraspodjela moći svjetskih sila koja će rezultirati značajnim promjenama u zahtjevima, načinu planiranja i organiziranju putovanja u narednim godinama. Potpuna promjena u načinu života donijela je i promjene u ponašanju potrošača u cijelom svijetu. Na početku pandemije zabilježene su ogromne količine namirnica i higijenskih potrepština koje je svaki pojedinac počeo stvarati. Budući da je pandemija takvog oblika da se ne može odrediti njezin kraj, i ovdje su zabilježene neke odlike impulzivne kupnje. Velika promjena u ponašanju potrošača vidljiva je prilikom kupovine brašna, ulja, kvasca i higijenskih potrepština. Potpuno novi način života doveo je do promjena u ponašanju potrošača u cijelom svijetu. Prilagođavanjem na cijelu novonastalu situaciju stvorilo je velike masovne kupovine osnovnih namirnica te higijenskih potrepština. Porasla je online kupovina i potrošači su sve više počeli naručivati proizvode od OPG-ova. Kriteriji odabira naručivanja namirnica kod OPG-ova bili su sljedeći: kvaliteta proizvoda: 78%, cijena proizvoda: 54%, dostupnost proizvoda: 49%, brzina dostave: 26%, potrošači su najviše naručivali svježe povrće 70%, svježe voće 44%, jaja 44%, mliječne proizvode 31%.²³ Uz povećan obujam nabave proizvoda od OPG-ova, online trgovina je postala veoma popularna. Prijelaz na online kupovinu na neki način je postao nužan zbog nemogućnosti fizičkog odlaska u prodavaonicu čime se i stvorila navika kupovine online. Još neki od razloga zbog kojih je online trgovina postala popularna odnose se na izbjegavanje gužve, jednostavnost te praktičnost. Pandemija je donijela promjene u načinu putovanja i vrstama destinacija kojima će pojedinci biti privrženi. Turistu danas nije dovoljno samo sunce i more, već su sve više orijentirani na prirodu i kretanje. Pandemija je potaknula trend boravka u prirodi te su destinacije koju su do sada slovile kao "party destinacije" sada prenamijenjene u destinacije outdoor turizma. Primjerice trekking staza "Life on Mars" na otoku Pagu postala je nova atrakcija te se uz navedu stazu uređuje i biciklistička staza za off road biciklizam, ali i stijene za penjanje, sve pod vodstvom i uz upute vrhunskih profesionalaca u organizaciji outdoor aktivnosti.²⁴ Rizik za ljudsko zdravlje koje je izazvala pandemija utjecat će na smanjenu posjećenost turističkim atrakcijama i destinacijama koje su prenapučene. Većina će biti privržena manje posjećenim ruralnim lokacijama koje

²³file:///C:/Users/Windows10/Downloads/kvantitativno_istrazivanje_utjecaja_koronavirusa_na_impulzivnu_kupnju_-_martina_zivkovic.pdf, pristupljeno: 16.08.2021.

²⁴https://www.novolist.hr/novosti/zrce-nakon-zrca/?meta_refresh=true, pristupljeno: 17.08.2021.

nude dovoljno prostora i daju osjećaj sigurnosti. Vrijeme posjete određenim atrakcijama neće biti bazirano samo na određeni vremenski period, već će se protezati kroz cijelu godinu. Osim prethodno navedenih promjena koje će pandemija donijeti, važno je naglasiti da su online kanali i platforme značajni kanali u koje pružatelji usluga moraju ulagati budući da su potrošači sve više privrženi takvom načinu pružanja informacija. Negativnosti koje sa sobom donosi online kupovinu odnose se na nepostojanje fizičke prisutnosti prodavača koji svojim kvalitetama navodi kupca na kupovinu određenog proizvoda. Kupnja putem interneta pruža kupcu više vremena za razmišljanje, a time i odustajanje od kupnje. Zaključno prethodnom tekstu, potrošači su u velikoj većini prešli na online kupovinu proizvoda te se izdvaja više novca za kupovinu osnovnih namirnica. Pandemija COVID-19 izazvala je nepovoljnu situaciju gledajući s aspekta financija kako za poduzeća tako i za građane, te se prema tome omogućuje svim članicama Europske unije da koriste pravovremene mjere potpore za sprječavanje nastanka velikih gubitaka. Da bi Europska unija smanjila negativan utjecaj pandemija na cjelokupno gospodarstvo te na cjelokupno tržište, izrađen je kako već spomenuto u tekstu prije, privremeni okvir mjera za sprječavanje velikih gubitaka. Navedeni okvir se sastoji od različitih zaštitnih mjera koje su prvenstveno namijenjene poduzećima kako bi uspjela opstati u ovakvim trenucima te da bi se pripremili za održivi oporavak.²⁵

5.1.1. Sloboda kretanja i tržište rada

COVID-19 pandemija je uvelike utjecala na međunarodno poslovanje te na slobodu kretanja među zemljama. Regionalna trgovina je usporena, odnosno promijenila se iz razloga što su određene zemlje reagirale zatvaranjem granice. Povećana razina internacionalizacije nastala je zbog različitih načina obavljanja posla, obiteljskih odnosa i stila života, a utjecaj zatvorenih granica je upravo zbog te povećane internacionalizacije još veći. Stanovništvo je za vrijeme pandemije bilo u stanju šoka budući da se globalno društvo naviknulo na međunarodna putovanja koja su izostala

²⁵ State aid: Commission adopts Temporary Framework to enable Member States to further support the economy in the COVID-19 outbreak, Europska komisija, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_496, pristupljeno: 01.07.2021.

zbog zatvaranja granica.²⁶ Neka su poduzeća na početku pandemija imala velikih izgleda da opstanu, no unatoč pretpostavkama ipak se isto nije dogodilo. Poduzeća se trebaju brzo prilagođavati promjenama te biti u skladu s trendovima, u suprotnom dolazi do njihova propadanja. Pandemija je rezultirala nesigurnošću počevši od pojedinaca pa do različitih poduzeća budući da još nije vidljivo jesu li uvedene promjene adekvatne te jesu li potrebne neke nove mjere. Na tržištu je uvijek prisutna određena doza tržišne nesigurnosti zbog različitih potreba i potražnje, no trenutna pandemija je sa sobom donijela tržišnu, zdravstvenu i socijalnu nesigurnost. Takva kombinacija nesigurnosti zahtijeva snažno i vjerodostojno vodstvo u svezi promjena koje su potrebne poslovanju. Pandemija bi mogla uzrokovati pad inovacija te pad ulaganja u poduzetništvo, što bi moglo rezultirati emotivnim oštećenjem cjelokupnog društva. Šok koji je COVID-19 donio gospodarstvu u jednakom je omjeru sa šokom koji se dogodio na strani potražnje.²⁷

Pandemija je sama po sebi od početka bila pogubna kako za gospodarstvo tako i za pojedince. Usporena je kineska, ali i globalna ekonomija. Globalne poslovne operacije bile su usmjerene na Kinu. Poremećaj proizvodnje u Kini rezultirat će posljedicama koje će biti prisutne na određenim mjestima putem regionalnih i svjetskih lanaca vrijednosti. Proizvodna poduzeća postala su ovisna o Kini budući da je ona u posljednja dva desetljeća glavni dobavljač intermedijarnih inputa, ali je i veliki izvoznik proizvoda široke potrošnje. Oko 20% svjetske trgovine se ostvaruje pomoću proizvodnje intermedijarnih proizvoda koji su porijeklom iz Kine.²⁸ Izvoz iz nekih zemalja određuje se ovisno o tome koliko su pojedine industrije ovisne o dobavljačima iz Kine te ponuda inputa koja je raspoloživa može uvelike utjecati na količinu koja će se proizvesti. Velikom broju poduzeća bi ograničena uporaba zaliha koje su dobivene kratkom i pravodobnom proizvodnjom ukazala na nedostatke koji će utjecati na proizvodne sposobnosti i ukupan izvoz. S obzirom da je Kina ogromna velesila, bitno je naglasiti da je pandemija uspjela kreirati značajan pad. Kao što je već u prijašnjem tekstu spomenuto, intermedijarni inputi su jedna od važnijih stavki koje poduzeća u većini

²⁶Ratten, V. (2020). Coronavirusandinternationalbusiness: Anentrepreneurialecosystemperspective. <https://doi.org/10.1002/tie.22161>, pristupljeno: 15.07.2021.

²⁷Brinca, P., Duarte, J. B. i Faria-e-Castro, M. (2020). MeasuringSectoralSupplyandDemandShocksduring COVID-19. <https://doi.org/10.20955/wp.2020.011>, pristupljeno: 15.08.2021.

²⁸UNCTAD (2020) Global tradeimpactofthecoronavirus (COVID-19) epidemic. <https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d1.pdf>, pristupljeno: 07.07.2021.

zemalja nabavljaju iz Kine te bi manjak u opskrbi doveo do značajnih poremećaja. Prema prethodno navedenim podacima, poremećaji na kineskom tržištu utjecali su na cjelokupno globalno gospodarstvo. Mjere koje su uvedene proteklih par mjeseci uvelike su utjecale na radnike te su se našli u nepoznatoj situaciji. Cjelokupno tržište rada nastojalo se prilagoditi na različite načine i prebaciti na digitalni način rada. Određena poduzeća imaju sposobnost izuzetno brze prilagodbe promjenama na tržištu te su takve tvrtke manje osjetile brojne negativnosti koje je pandemija donijela, no poduzeća u kojima je ljudski kontakt i interakcija od presudne važnosti doživjele su velike gubitke i velik šok. Pandemija je dovela do nastanka brojnih problema, od kojih je posebno naglašen nemogućnost rada određenih zaposlenika od kuće, te smanjen obujam posla ili izgubljeni posao. Bitno je naglasiti i problem nezaposlenosti mladih te posljedice kojima je pandemija ugrozila socijalni život kako mladih tako i ostalih pojedinaca. Nastaju veliki izazovi pri osposobljavanju mladih za rad, obrazovanju te ulasku na tržište rada. Kao veliki problem i prije same krize naglašavao se spomenuti problem nezaposlenosti mladih. Ovakva situacija sve je dodatno ugrozila zbog masovnog gubitka posla te samim time veće nesigurnosti.²⁹ Ova pandemija još će više utjecati na porast nezaposlenosti te bi se mogao nastaviti trend koji je u hrvatskoj sveprisutan, a odnosi se na dislokaciju mlade radne snage. Zbog same pandemije mnoga su poduzeća bila prisiljena svoje poslovanje digitalizirati budući da se smatra kako je takav način poslovanja jedini siguran izbor tijekom pandemije. Tijekom svjetske financijske krize 2007.-2009. zabilježeno je da je poslovanje od kuće također jedan od kvalitetnijih izbora poslovanja što dovodi do zaključka kako je u pandemiji možda nešto više u igri od samih ograničenja.

Kako bi se smanjili gubici u gospodarstvu pojedine zemlje bitna je brza reakcija države s pomno kreiranim mjerama koje se protive takvim iznenadnim pojavama. Izniman pad BDP-a jedan je od glavnih obilježja većine država tijekom pandemije budući da su određene ekonomske djelatnosti bile ograničene (konkretno u hrvatskoj od sredine ožujka).³⁰

²⁹Bluestein, D. L., Unemployment in the time of COVID-19: A research agenda, Journal of Vocational Behaviour, str.2-4

³⁰Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, DZS, <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp.html>, pristupljeno: 28.06.2021.

Koliko će pandemija utjecati na društvene učinke još uvijek je nemoguće procijeniti. Pandemija će imati dugoročni utjecaj na društvo, zdravstvo te radna mjesta i pojedince. Prema svim navedenim informacijama u prethodnom tekstu, nije teško zaključiti da su europski, američki i istočnoazijski regionalni lanci ugroženi te dovedeni do ruba opstanka. Sve prognoze za Republiku Hrvatsku kao i cjelokupnu Europsku Uniju su podložne promjenama te ovise o daljnjem razvoju situacije, no bitno je istaknuti da je gospodarstvo svake države uvelike narušeno te da će trebati velik trud uložiti u cjelokupan oporavak.

6. Turizam nakon doba korone

Intenzivni globalni rast turizam se nerijetko suočavao s različitim tipovima kriza. Krajnji rezultat u većini je slučajeva bio poražavajući, s gotovo trenutnim i dramatičnim padom potražnje. Takvu krizu uzrokovala je i trenutna pandemija. U 2020. godini ostvareno je 64,2% manje dolazaka, te 55,3% manje noćenja u odnosu na 2019. godinu.³¹ Hrvatska je zemlja koja ovisi o međunarodnim turističkim kretanjima, te ju je situacija s pandemijom uvelike unazadila, a zajedno s njom i druge zemlje koje se bave turizmom. Prema dosadašnjim je iskustvima bitno napomenuti kako se turizam brzo oporavlja od kriza. Čim se popravi situacija, ljudi nastavljaju putovati i posjećivati razne destinacije jer je to ono što im nudi odmak od svakodnevice te je to potreba ljudi u razvijenim zemljama i zemljama u razvoju. Već je sad vidljivo da bi se turizmu mogao pružiti ubrzo povratak na staro jer su cjepiva jedan od predmeta garancije povratku u normalan život. Dakle, dovoljna količina procijepljenosti i imuniteta stanovništva omogućit će povratak na staro.

Ovakva vrsta krize je nešto drugačija od dosadašnjih, no ona je od onih koje su uvelike oštetile gospodarstvo. To je kriza koja nije zahvatila samo pojedine zemlje svijeta, već kompletno pogađa cijeli svijet. To je iskustvo koje nam oblikuje svijest o važnosti zdravstvene sigurnosti. Kriza je ovo ljudske socijalizacije budući da su zatvorene brojne zemlje, zaustavljene društvene i gospodarske aktivnosti, a sve to radi očuvanja zdravlja pojedinca. Ovo je iskustvo koje mijenja ponašanje cijelog kolektiva, ali i iskustvo koje će se uvijek pamtili. Pandemija će vjerovatno potrajati još neko vrijeme te se onda sve vraća u normalu, no to nije garancija da se novi virusi neće ponovno razvijati. Možemo reći kako korona virus utječe na trajno mijenjanje vrijednost, stavova te stila života time mijenjajući obrasce ponašanja kao turista, ali i domaćina. Svatko tko se bude držao standarda glede očuvanja zdravlja turista nakon što pandemija prođe, ostvarit će pozitivne rezultate gledajući s financijske strane jer će većini posjetitelja na prvom mjestu biti osiguravanje higijenskih uvjeta.

³¹Državni zavod za statistiku; https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html, pristupljeno: 16.08.2021.

Neki od važnih promjena koju su se dogodile za vrijeme ove pandemije odnose se na sam odnos prema prostoru što uključuje socijalno distanciranje. S obzirom da je nastala potreba socijalnog distanciranja, time se mijenja i prihvatljiva gustoća smještaja ljudi u određenom prostoru u određenom vremenu. Potreba za većim prostorima za okupljanje, vuče samim time i potrebu preispitivanja količine ljudi u određenoj destinaciji. Prednost će imati manja mjesta za smještaj točno određenog, malog broja ljudi, te mnoga otvorena, prirodna mjesta gdje se može okupiti velik broj ljudi na način da su ipak na dovoljnoj udaljenosti koja će garantirati da se njihovo zdravlje ne ugrožava. Promijenio se i odnos prema zdravstvenoj sigurnosti, odnosno posjetitelji će prije odlaska u određenu destinaciju nakon ovog virusa, više preispitivati zdravstvene uvjete te se zatim odlučiti oputovati. Zahtijevat će se viši medicinski te sanitarni standardi te bolja pripremljenost medicinskog osoblja. Već sada je vidljivo da će postojati i zdravstvene putovnice koje garantiraju sigurnost putovanja. Okoliš se također oporavio zbog smanjenja posjećenosti određenim destinacijama te smanjenja proizvodnje. Vidljivo je dakle da je moguće imati čist i zdrav okoliš ukoliko se smanji korištenje fosilnih goriva. Ti svi dokazi koji su nam uzdrmali svijest te potaknuli na razmišljanje svakog pojedinca, mogu biti dodatni poticaj za promjene. Pandemija je također potaknula humanost i kreativnost, solidarnost, nove načina komuniciranja te time našu svakodnevicu uvelike promijenila. Kako sport nije bio dopušten u zatvorenim prostorima, sportaši su odlučili podijeliti svoje znanje sa djecom na TV za vrijeme tjelesnog odgoja, policajci su plesali za liječnike u znak podrške te mnogi drugi primjeri koji ukazuju na porast međusobnog razumijevanja i solidarnosti. Najvažnija od svega za vrijeme pandemije bila je tehnologija koja je koliko toliko omogućila rad te međusobni kontakt pojedinaca. Tehnologija je uvelike pomogla u teškim trenucima te su tehnologiju prihvatile i starije generacije koje joj do tada nisu vjerovale. Ovakva je organizacija bila moguća zahvaljujući napretku tehnologije te je bitno napomenuti kako su ljudi zahvalni što su na ovakav način kroz tehnologiju mogli obavljati posao iz svojih virtualnih ureda, škola, kazališta i brojnih drugih objekata.

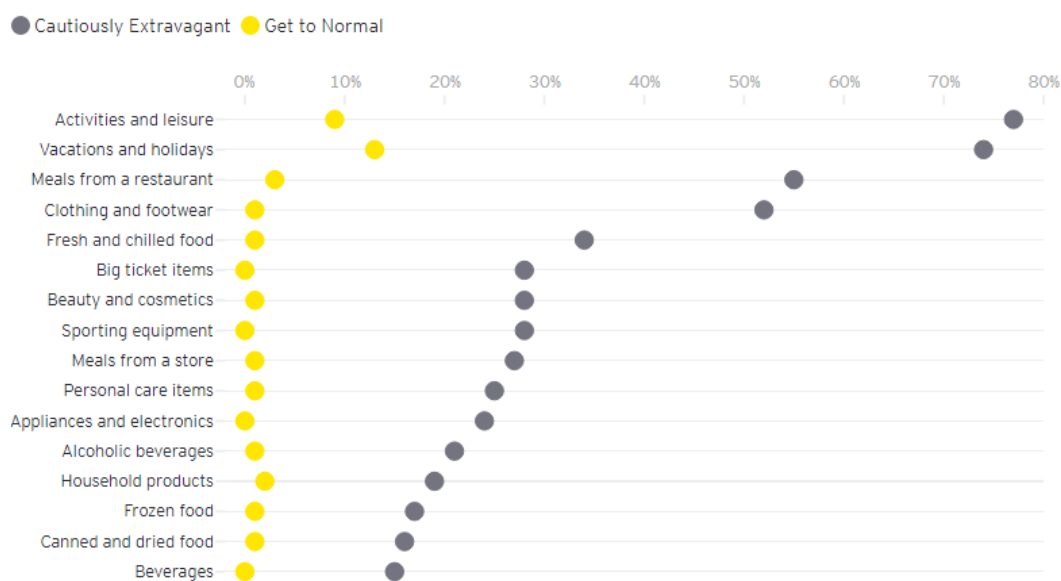
Neki od trendova koji su nastali tijekom ove pandemije zasigurno će ostati u primjeni. Rad na daljinu jedan je od važnijih novonastalih trendova, te će se takav oblik rada zasigurno u nekim korporacijama nastaviti primjenjivati budući da je dao dobre rezultate rada. City-scaperi³² su također jedan od oblika novih trendova koje je

³²<https://www.cimerfraj.hr/ideje/trendovi-u-turizmu-nakon-pandemije>, pristupljeno: 07.08.2021.

potaknula situacija s pandemijom te će posjetitelji ubuduće biti više zainteresirani za manje frekventna mjesta gdje mogu pobjeći od stalne buke te masovnosti. Porast domaćeg turizma je još jedan od trendova koji su zabilježeni tijekom pandemije. Smatra se kako će se posjetitelji s obzirom na sve mjere koje se provode tijekom epidemije ipak odlučiti na putovanje unutar domicilne zemlje te na taj način utjecati na porast domaćeg turizma. Beskontaktno gostoprimstvo se također smatra jednim od trendova budućnosti. Ono će utjecati na brži oporavak turizma te mogući povratak na staro. Pod beskontaktnim gostoprimstvom podrazumijevaju se digitalne brave i vodiči, a sve zbog ograničavanja kontakata i sprječavanja zaraze. Važno je samo gostu biti dostupan u bilo koje vrijeme. Dulji boravak u jednoj destinaciji je također jedan od značajnijih trendova u porastu, a tomu pridonosi zaključak kako će manjim kretanjima u različite destinacije smanjiti mogućnost zaraze. Još neki od trendova koje je važno spomenuti vezani su za ruralni turizam, ravnomjernu preraspodjelu turističkog prometa, više higijenske standarde te ruralni turizam. Sve vrste ruralnog turizma, a posebno seoski turizam posjetiteljima postaju sve zanimljiviji. Realno zaključujući možemo reći kako je ta činjenica vrlo bitna za turizam, budući da ruralni turizam može uvelike pomoći oporavku čitave industrije. Preraspodjelom turističkog prometa misli se na raspodjelu posjetitelja na one destinacije koje do sada nisu bili toliko napućene, te smanjenje broja posjetitelja u dosad prenapućenim destinacijama.

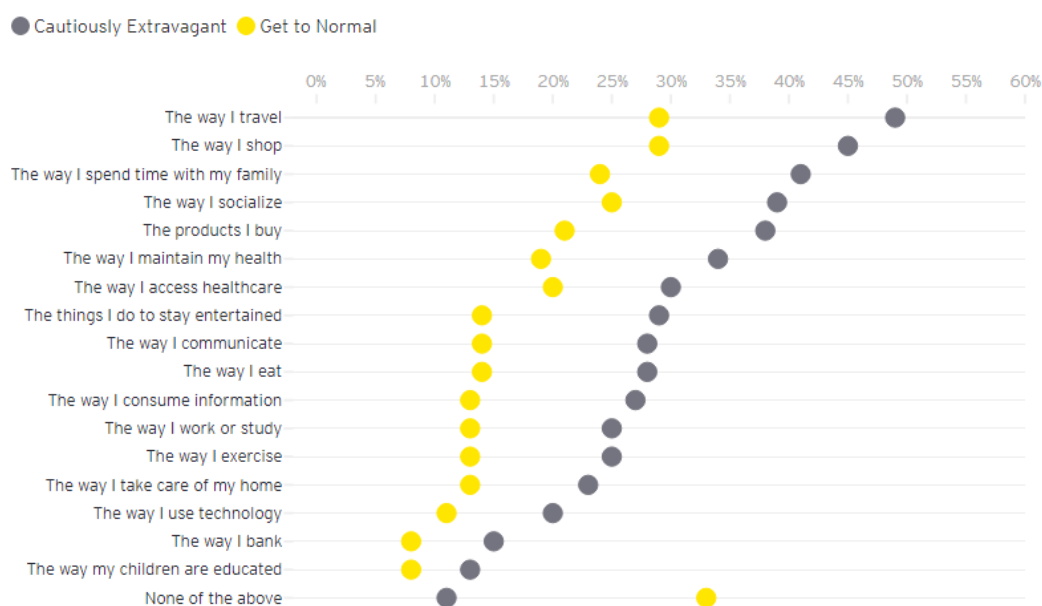
S obzirom da je pandemija uvelike utjecala na promjene navika stanovništva općenito, u sljedećim grafovima bit će prikazano njihovo mišljenje o potrošnji nakon pandemije, te što će im se zauvijek promijeniti u njihovom načinu života.

Slika 8. Promjene u potrošnji stanovništva nakon pandemije



Izvor: https://www.ey.com/hr_hr/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior

Slika 9. Promjene u stilu života stanovništva nakon pandemije



Izvor: https://www.ey.com/hr_hr/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior

Potpuni povratak na staro, odnosno na način rada kakav je postojao prije pandemije teško je zamisliti jer se dosta toga razvilo i promijenilo. Stalni napredak u razvoju novog načina komuniciranja s tržištem je bitna stavka kada se govori o turizmu i njegovom povećanju prihoda. Stanje s pandemijom uvelike će utjecati na opće životne vrijednosti

kao i na društveno i prostorno ponašanje svakog pojedinca. Turizam bi se nakon ovako značajne pandemije mogao uvelike promijeniti te bi se zajedno s njim odgovornost ljudske populacije prema prirodi itekako mogla promijeniti na bolje.

7. Empirijsko istraživanje

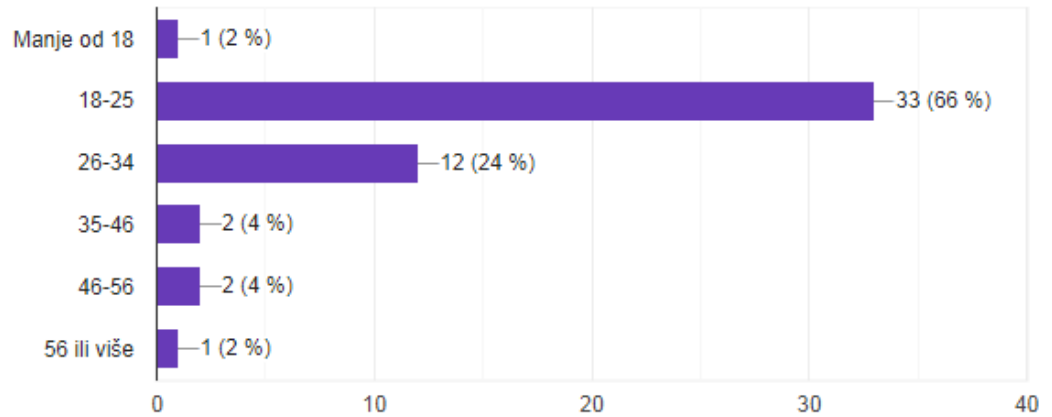
Uz prikupljene podatke iz raznih izvora te dostupne sekundarne podatke, ovaj rad sadrži i istraživanje na temelju kojeg su prikupljeni primarni podatci. Cilj empirijskog istraživanja je proučiti ponašanje potrošača za vrijeme pandemije, utjecaj pandemije na potrošače te promjene koje im donosi pandemija. Istraživanjem su obuhvaćena pitanja poput utjecaja prijašnjih kriza na gospodarstvo hrvatske, važnosti sigurnosti i zaštite pri posjetu određenoj destinaciji, koji čimbenici će utjecati na odluku o posjeti određene destinacije, je li 'safe stay' program koji će pomoći ugostiteljima u daljnjem poslovanju, hoće li pandemija utjecati na razvoj cjelogodišnjeg turizma te brojna druga pitanja kojim se dobiva mišljenje ispitanika o daljnjem razvoju gospodarstva nakon pandemije. Ispitanici su sudjelovali u istraživanju putem web ankete koja je bila objavljen na internetu, točnije na društvenoj mreži Facebook u grupi 'FET', ali i na aplikacijama poput WhatsAppa i Facebook Messengera. U ispitivanju su bili zastupljeni ispitanici oba spola, kao i ispitanici različite dobi, a ispitivanje se temelji na slučajnom uzorku. Anketni upitnik sastojao se od 19 pitanja od kojih su 2 opća pitanja vezana uz prikupljanje osnovnih statističkih podataka vezanih za ispitanike, a ostalih 17 pitanja vezano je uz temu rada. Istraživanje je provedeno na 50 ispitanika.

Prvi grafički prikaz prikazuje dob ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju. Od ukupno 50 ispitanika, najviše je sudjelovalo ispitanika u dobi od 18-25 godina starosti, a najmanje onih od 18 godina te 56 ili više.

Grafički prikaz 1. Dobna struktura ispitanika

DOB

50 odgovora



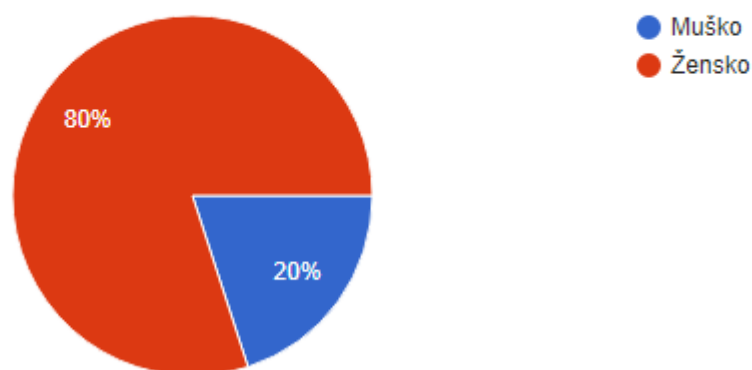
Izvor: vlastita izrada

Drugi grafički prikaz prikazuje kako su u istraživanju sudjelovale obje dobne skupine te je 80% ženske populacije sudjelovalo u istraživanju, a ostalo pripada muškoj populaciji.

Grafički prikaz 2. Spolna struktura ispitanika

SPOL

50 odgovora



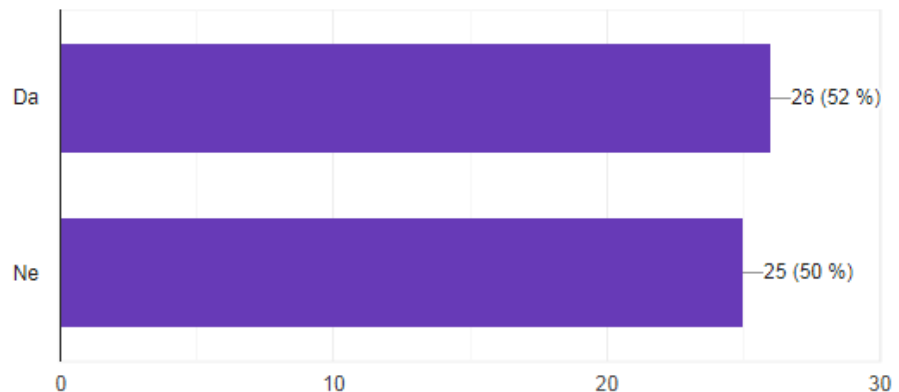
Izvor: vlastita izrada

Na sljedećem grafikonu ispitanici su gotovo u jednakom omjeru glasali na oba odgovora, no ipak je više njih glasovalo kako su prijašnje krize manje utjecale na globalnu ekonomiju nego ova pandemija COVID-19.

Grafički prikaz 3. Utjecaj prijašnjih kriza na globalnu ekonomiju

Jesu li prijašnje krize manje utjecale na globalnu ekonomiju?

50 odgovora



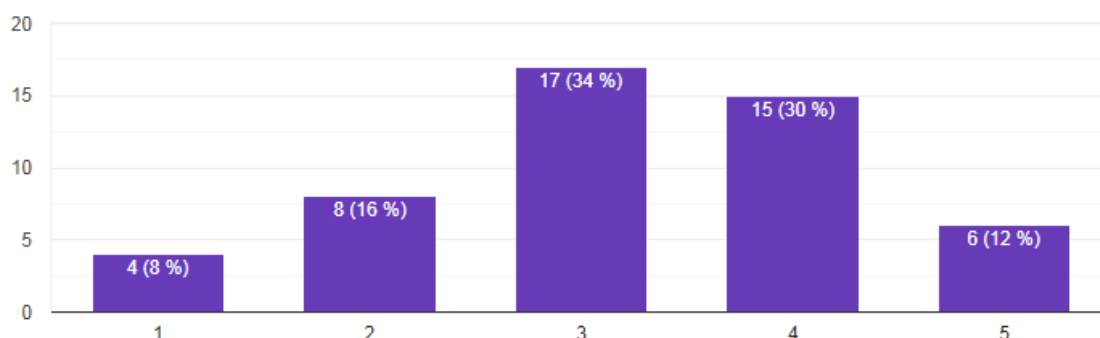
Izvor: vlastita izrada

Sljedeći grafikoni prikazuju mišljenje ispitanika o utjecaju pojedinih čimbenika turizma. Sljedećim grafom dobili smo rezultate o tome je li sigurnost stanovništva dovedena u pitanje razvojem stanovništva, te možemo zaključiti kako većina ispitanika nije sigurna u odgovor budući da je 34% glasalo za ocjenu tri. Ocjenu broj jedan dalo je 8% ispitanika, ocjenu dva 16% ispitanika, ocjenu četiri 30%, te je ocjenu pet dalo 12% ispitanika koji smatraju da je sigurnost stanovništva uvelike dovedena u pitanje razvojem turizma.

Grafički prikaz 4. Sigurnost stanovništva i turizam

Sigurnost stanovništva dovedena je u pitanje razvojem turizma.

50 odgovora



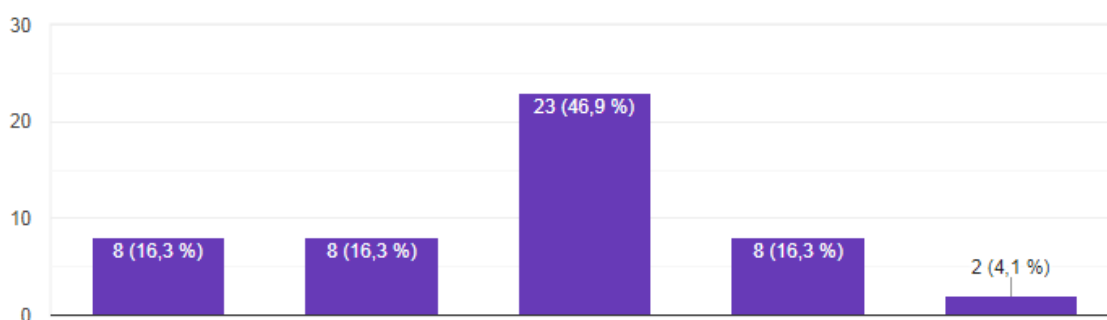
Izvor: vlastita izrada

Sljedeći graf nam je pokazao kako većina ispitanika nije sigurna jesu li kontakti turista i stanovništva potencijalno rizični za zdravlje. Srednjom ocjenom, broj tri, glasalo je čak 46,9% ispitanika. Ocjenu jedan, dva i četiri dalo je 16,3% ispitanika, a ocjenu pet koja označava kako su ispitanici sigurni da su kontakti potencijalno rizični za zdravlje dalo je 4,1% ispitanika.

Grafički prikaz 5. Kontakti turista i stanovništva tijekom pandemije

Kontakti turista i stanovništva potencijalno su rizični za zdravlje.

49 odgovora



Izvor: vlastita izrada

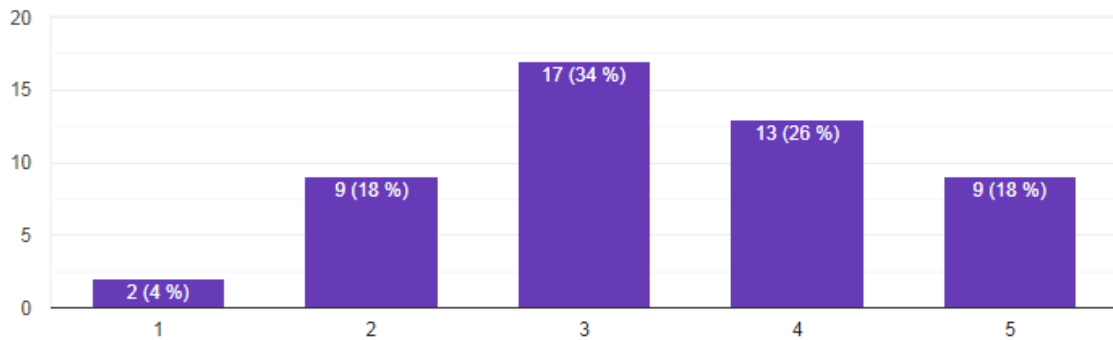
Koristi od turizma su velike, te se nakon velikih kriza i negativnih utjecaja turizam pokazao kao skup odnosa i pojava kojeg je teško poraziti te se uvijek nastavlja. Sljedeće je pitanje upravo vezano za to, jesu li koristi od turizma toliko velike da premašuju prateće negativnosti, te većina ispitanika nije bila sigurna u odgovor,

odnosno smatraju da je odgovor i da i ne, što je ocjena tri i postotak ispitanika od 34%. Ocjenom jedan glasalo je 4% ispitanika, ocjenom dva 18%, ocjenom četiri 26% te ocjenom pet 18% te su ti ispitanici sigurni da koristi od turizma premašuju prateće negativnosti.

Grafički prikaz 6. Koristi od turizma i negativnosti kao rezultat pandemije

Koristi od turizma premašuju prateće negativnosti.

50 odgovora



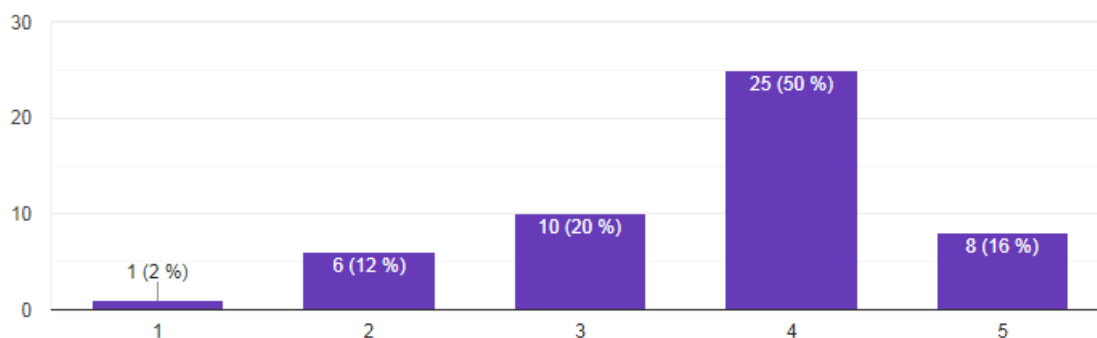
Izvor: vlastita izrada

Prikaz sljedećeg grafikona nam ukazuje kako je 50% ispitanika gotovo u potpunosti sigurna kako krize, virusi i brojne negativnosti koje utječu na turizam ipak mogu biti pokretač za stvaranje novih oblika turizma te su glasovali ocjenom četiri. Ocjenom pet glasalo je 16% ispitanika te su oni potpuno sigurni kako su krize pokretač za stvaranje novih oblika turizma. Manje sigurni u takav odgovor su ispitanici koji su glasali s ocjenom jedan i njih je 2%, ocjenom dva 12% te oni nesigurnih s ocjenom tri je 20%.

Grafički prikaz 7. Krize i negativnosti kao pokretač novih oblika turizma

Krize, virusi i brojne negativnosti koje utječu na turizam ipak mogu biti pokretač za stvaranje novih oblika turizma.

50 odgovora



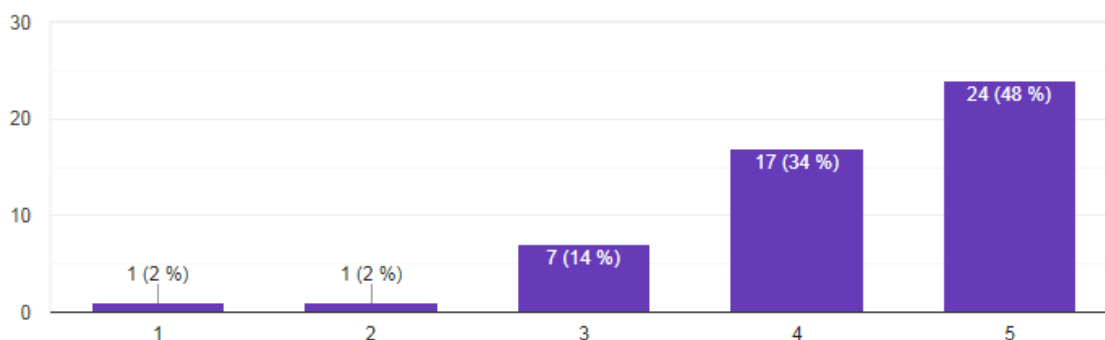
Izvor: vlastita izrada

Pomoću sljedećih pet grafova ispitani su stavovi ispitanika o tome što se smatra da će turistu biti prioritet pri odlasku u određenu destinaciju i što će utjecati na odluku o odlasku u destinaciju. Prvi graf se odnosi na zdravstvenu sigurnost te je 48% ispitanika potpuno sigurno da će taj čimbenik biti presudan pri odluci o odlasku u određenu destinaciju. Ocjenom četiri glasalo je 34% ispitanika te su oni također sigurni u važnost zdravstvene sigurnosti. Ocjenom tri glasalo je 14% ispitanika, ocjenom dva i jedan 2% ispitanika.

Grafički prikaz 8. Zdravstvena sigurnost

Zdravstvena sigurnost

50 odgovora



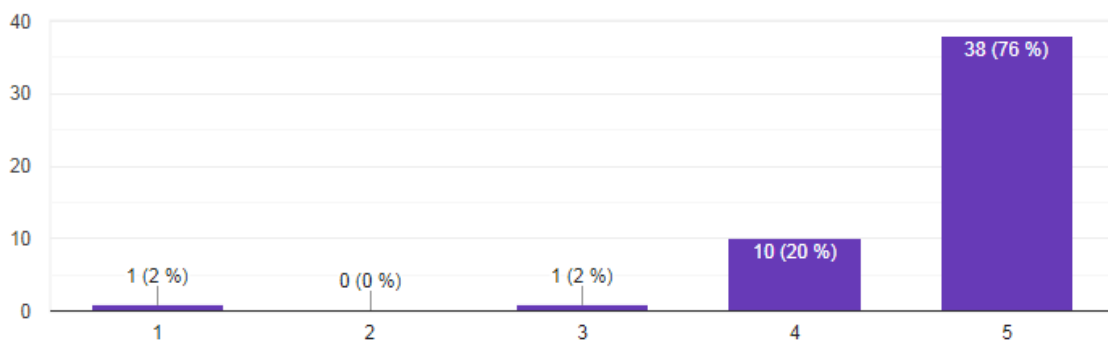
Izvor: vlastita izrada

Kao jedan od važnih čimbenika koji utječe na odluku posjetitelja bit će i uredan prostor za boravak koji odaje sigurnost glede smanjenja mogućnosti zaraze. Samo 2% ispitanika smatra da to uopće nije važno i ocijenilo je taj utjecaj ocjenom jedan, a 76% smatra da je to u potpunosti važno i ocijenilo je ovaj utjecaj ocjenom pet. Njih 2% ocijenilo je ovaj utjecaj ocjenom tri, te ocjenom četiri 20% ispitanika.

Grafički prikaz 9. Uredan prostor za boravak u destinaciji

Uredan prostor za boravak

50 odgovora



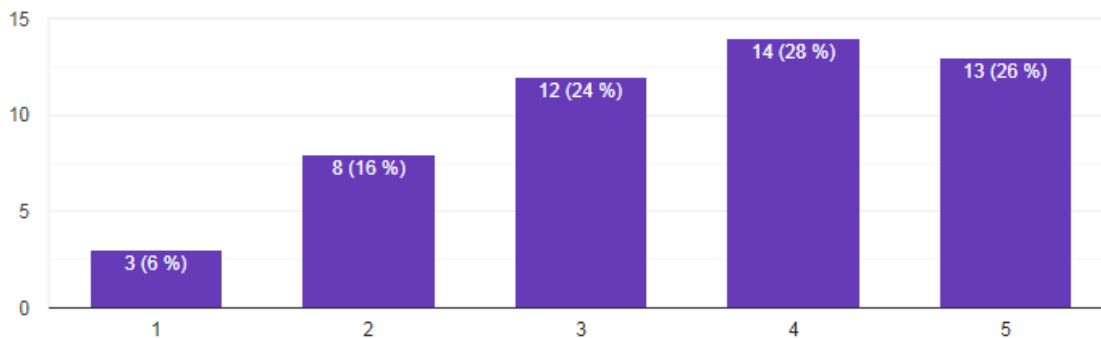
Izvor: vlastita izrada

Sredstva za dezinfekciju u potpunosti su podijelila ispitanike te ih nebitnima smatra 6% ispitanika i ocijenilo ih je 6% ispitanika. Ocjenom dva njih 16%, ocjenom tri 24%, ocjenom četiri 28% te su oni sigurni u važnost sredstava za dezinfekciju, a ocjenom pet kao potpuno sigurni glasalo je 26% ispitanika.

Grafički prikaz 10. Sredstva za dezinfekciju kao važan čimbenik pri dolasku posjetitelja

Sredstva za dezinfekciju

50 odgovora



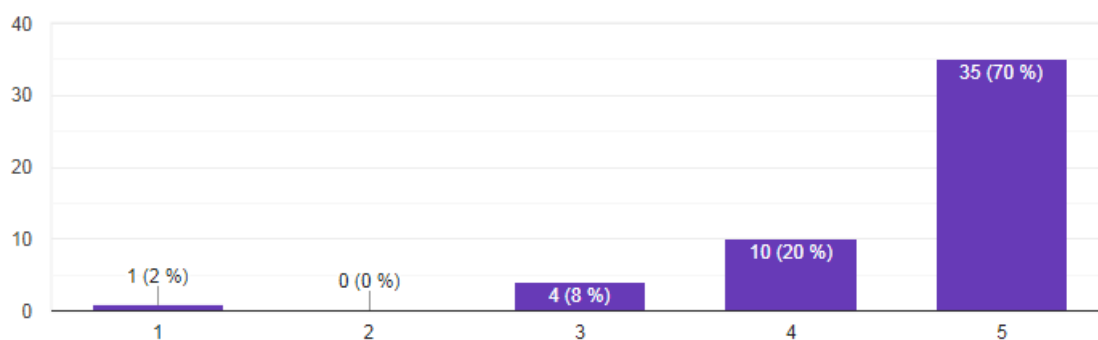
Izvor: vlastita izrada

Sljedećim grafom možemo zaključiti da su uslužni turistički djelatnici važan čimbenik u ovakvim uvjetima pandemije gdje su zahtjevi gostiju veći. Ispitanici su u potpunosti sigurni da je taj čimbenik bitan te je njih 70% glasalo ocjenom pet. Ocjenom četiri njih 20%, ocjenom tri 8%, a ocjenom jedan 2%.

Grafički prikaz 11. Uslužni turistički djelatnici za vrijeme pandemije

Uslužni turistički djelatnici

50 odgovora



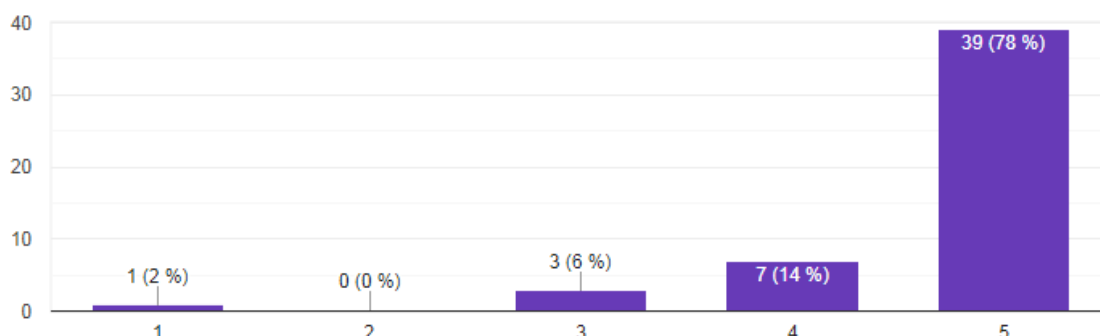
Izvor: vlastita izrada

Budući da će se prema pretpostavci posjetitelji više zadržavati na jednom mjestu, odnosno u jednoj destinaciji, pitka voda te internet bit će presudna. Potpuno važnim taj utjecaj smatra 78% ispitanika, ocjenom četiri glasalo je 14% njih, ocjenom tri njih 6% te ocjenom jedan njih 2%.

Grafički prikaz 12. Osnovni čimbenici dostupni za posjetitelja

Pitka voda, internet te dr. potrebno za svakodnevnu uporabu

50 odgovora



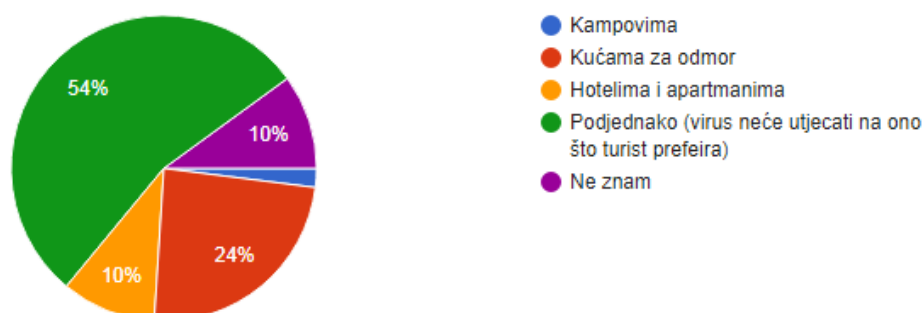
Izvor: vlastita izrada

S obzirom da će pandemija donijeti promjene u razvoju turizma, sljedeći grafovi donose rezultate o različitim mišljenjima pojedinaca glede promjena. Prema sljedećem grafu možemo zaključiti kako su ispitanici poprilično sigurni da pandemija neće utjecati na promjene preferencija turista glede smještaja te ih je upravo za taj odgovor glasalo 54%. Oni koji smatraju da će turizam nakon krize biti usmjeren kućama za odmor ima 24%, 10% je glasalo za hotele i apartmane, za kampove nitko nije glasao te 10% nije sigurno na što će biti usmjeren daljnji razvoj.

Grafički prikaz 13. Razvoj turizma prema smještajnim objektima

Smatrate li da će turizam nakon krize biti usmjeren razvoju turizma u

50 odgovora



Izvor: vlastita izrada

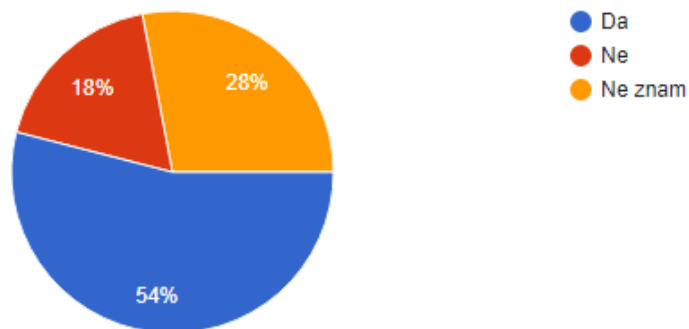
Prema sljedećem grafu možemo reći kako je 'Safe stay' program jako poznat i osobama koji nemaju veze s turističkom djelatnosti te da se prema tome već dobro

oglasio te postao značajan za posjetitelje. Prema istraživanju, čak 54% ispitanika smatra da će taj program utjecati na početak boljeg razvoja zdravstvenog turizma, samo 18% smatra da neće dobro utjecati na razvoj, a 28% ne zna kakav će utjecaj program donijeti.

Grafički prikaz 14. Safe stay program

Smatrate li da je 'Safe stay' program dobar početak boljeg razvoja zdravstvenog turizma ?

50 odgovora



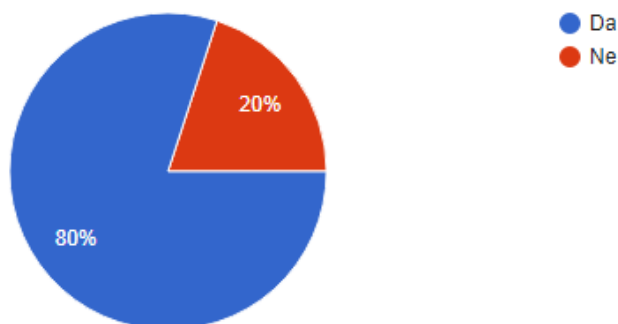
Izvor: vlastita izrada

Sljedeći graf nam pokazuje kako 80% ispitanika smatra da će sukladno trenutnoj epidemiološkoj situaciji, za daljnje poslovanje trebati više informiranja i razmjene podataka nego što je trebalo prije krize. Ipak, 20% ispitanika se ne slaže s tom činjenicom.

Grafički prikaz 15. Informiranje i razmjena podataka kao potreba za postizanje kvalitetnog rada u turizmu

Za postizanje sinergije između onih koji sudjeluju u lancu ponude u destinaciji trebati će više informiranja i razmjene podataka nego što je to bio slučaj prije krize.

50 odgovora



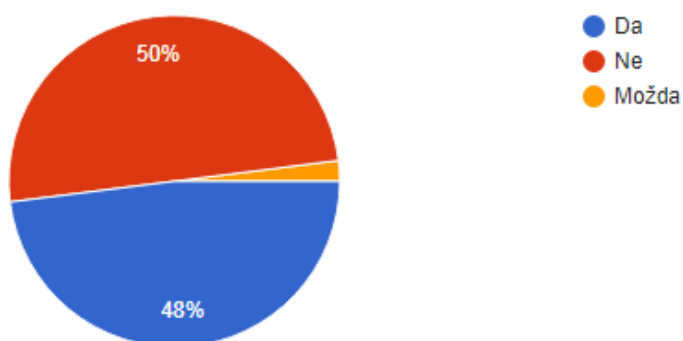
Izvor: vlastita izrada

Manje od 50%, odnosno 48% ispitanika smatra da se ovom pandemijom može potaknuti razvoj cjelogodišnjeg turizma, dok 50% smatra da se ovom pandemijom ne može potaknuti, a 2% smatra da je to možda moguće.

Grafički prikaz 16. Razvoj cjelogodišnjeg turizma

Smatrate li da situacija s COVID-om 19 može potaknuti razvoj turizma koji će trajati cijelu godinu (dolazak turista tijekom cijele godine umjesto samo sezonski)?

50 odgovora



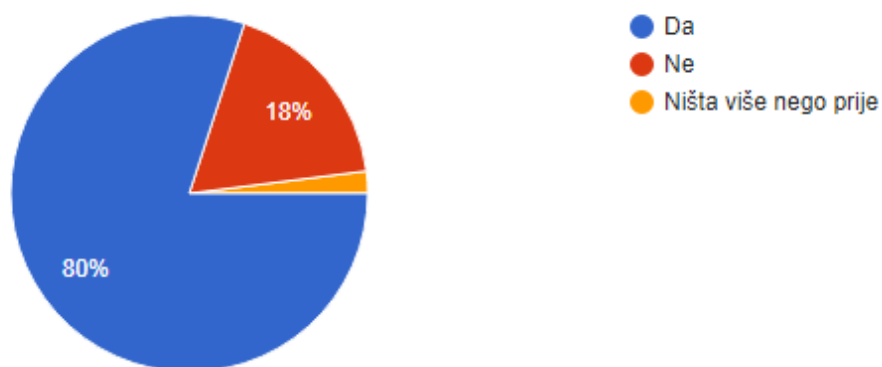
Izvor: vlastita izrada

Prema istraživanju o razvoju aktivnosti i smještaja na otvorenom u budućnosti kao rezultat pandemije COVID-19, njih 80% smatra da je pandemija utjecala na razvoj aktivnosti i smještaja na otvorenom, 18% smatra da nije, a 2% smatra da se aktivnosti i smještaj na otvorenom nise ništa više značajno razvile nego prije pandemije.

Grafički prikaz 17. Aktivnosti i smještaj na otvorenom u budućnosti

Covid-19 potaknuo je razvoj aktivnosti i smještaja na otvorenom u budućnosti.

50 odgovora



Izvor: vlastita izrada

8. Zaključak

Nastanak globalne pandemije će zasigurno ostaviti velike posljedice na cjelokupno gospodarstvo hrvatske, ali i svijeta. Ona je pokazala slabosti ljudskog društva i suvremene civilizacije. Sve su države obuhvaćene pandemijom, no ne može se pretpostaviti koliki će utjecaj ostaviti na pojedinu zemlju. Cijeli je zdravstveni sektor zaokupljen te je na njega prenesena velika odgovornost glede smanjenja broja zaraženih. Stanje gospodarstva je dovedeno do ruba smanjenjem broja radnih mjesta, prestankom rada za pojedina poduzeća, skraćivanjem radnog vremena i ostalim čimbenicima. Prijašnje ekonomske krize uzrokovale su velike gubitke za gospodarstvo pojedinih zemalja, no niti jedna nije bila ovolikog intenziteta da naruši u tolikoj mjeri gospodarske aktivnosti. Upravo ova pandemija je pokazala ovisnost globalnog gospodarstva o tokovima i sigurnosti koji su bitni za kontinuiran razvoj gospodarske slike neke zemlje. Nastale su velike štete za poslovne sektore, no treba i naglasiti činjenicu kako je pandemija uzrokovala i pozitivan razvoj situacije, odnosno potaknula je nove inovacije iz svijeta tehnologije. Prema tome, kriza je bez obzira na svoje negativnosti bila jedan od faktora zbog kojega su neki pojedinci profitirali.

Digitalne tehnologije će u sljedećih nekoliko godina donijeti još veće promijene, počevši od poslovnih procesa pa sve do dnevnih rutina. Digitalne vještine biti će nezaobilazan čimbenik prilikom zapošljavanja. Međutim, digitalna pismenost podrazumijeva svijest o prednostima i nedostacima različitih oblika medija, izvora informacija, ali i o vrijednosti pronađenih informacija, te sposobnost pronalaženja, analize, procjene, upotrebe i stvaranja sadržaja korištenjem tehnologije i interneta. Na kraju, zaključak je da je vrlo malo potrebno kako bi se navike i potrebe potrošača iz temelja promijenile. Jedan od bitnih čimbenika koji su zabilježeni tijekom pandemije je kako većina potrošača prije pandemije nije marila u koju će trgovinu ući, koji proizvod će kupiti, hoće li potrošiti više novca nego su predvidjeli i kako će se ponašati prilikom kupnje. Pandemija je na takav način impulzivne kupnje uvelike utjecala, te su potrošači bili dosta oprezniji prilikom kupnje. Također su se i potrebe promijenile. Nitko prije niti razmišljao o tome kako će maske za lice i dezinficijensi biti najpotrebniji artikl u jednom vremenskom razdoblju.

Ukoliko hrvatska želi učinkovite rezultate za svoje gospodarstvo treba nacionalne i europske izvore financiranja u sljedećih nekoliko godina usmjeriti prema poticanju konkurentnosti i inovativnosti gospodarstva i društva, oporavku i jačanju otpornosti na krize, zelenoj i digitalnoj tranziciji te uravnoteženom regionalnom razvoju. Kako bi daljnji razvoj gospodarstva rezultirao dobitcima bitno je da svaka zemlja njeguje tradiciju, kulturu i jezik, promicanjem inovativnih i kreativnih mogućnosti. Konkretno Hrvatska će se razvijati kao mjesto kamo će se iseljenici sve više vraćati, gdje će njezini građani sve bolje i zadovoljnije živjeti te lakše ostvarivati svoje potencijale. Prema planu strategije razvoja Hrvatske, ona će svoj gospodarski rast i razvoj temeljiti na povećanju produktivnosti u javnom i privatnom sektoru, stvaranju i primjeni znanja te poticanju ulaganja, inovacija i novih tehnologija radi ostvarivanja tehnološki dinamičnog i izvozno orijentiranog gospodarstva.

Jedna od bitnih aktivnosti za daljnji razvoj turizma je stvaranje mogućnosti poduzetnicima za prilagodbu postojeće i stvaranje nove turističke ponude koja će biti prilagođena novim željama putnika. Na Europu ne treba gledati više kao na mega-odredište, već kao prostor mnogo mikro-odredišta, fokusiran na lokalne zajednice koje trebaju kulturnu, društvenu, okolišnu i ekonomsku održivost. Autentičnost i individualnost posebno će doći do izražaja u stvaranju ponude u kojoj će naslijeđe i tradicija pojedine regije biti prezentirana na otvorenim prostorima i krajobrazima koje tek trebaju biti otkriveni turistima. Osobna distanca je i u turizmu nova normalnost i posljedica straha od zaraze, a jedini lijek za strah jest osjećaj sigurnosti. Temeljem svega navedenog može se zaključiti da je u suvremeno doba osobna sigurnost svakog pojedinca postala najvažniji čimbenik održivog razvoja i da će to ostati u budućnosti. S obzirom da sigurnost i turizam idu ruku pod ruku smatra se da će biti dugoročno održive one turističke destinacije koje će znati upravljati sigurnošću turista i domicilnog stanovništva. Ukoliko turist smatra da su putovanje i boravak u nekoj destinaciji nesigurni ili se osjeća nesigurno ili ugroženo tijekom boravka u destinaciji, to može biti vrlo štetno za turističku industriju destinacije i rezultirati padom turističkog prometa na tom području.

LITERATURA

Internetske stranice

1. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos%3A546/datastream/PDF/view>, pristupljeno (11.06.2021.)
2. <http://www.iztg.hr/hr/utjecaj-pandemije-covid-19-bolestina-turizam>, pristupljeno (20.06.2021.)
3. <https://www.google.com/search?client=avast&q=Transformacije+u+pona%C5%A1ani+u+turista+u+Post++Covid+turizmu+u+utjecaj+na+razvoj+turizma>, pristupljeno (20.06.2021.)
4. https://www.google.com/search?q=krize+u+turizmu+kroz+povijest&client=avast&sxsrf=ALeKk01AUQ3tg5Nq9BIRZ-0I2_XRyXRDKg%3A1615891305245&ei=aYtQYM--DtT-sAe20LZQ&oq=krize+u+turizmu+kroz+pov&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2I6EAMYADIFCCEQoAE6BwgAEecQsAM6AggAOgYIABAWEB46CAgAELEDEIMBOgUIABCxAzoICC4QsQMqgwE6CwgAELEDEMcbEKMCogQIABBDOg4IABCxAxCDARDHARCjAjoCCC46CggAEMcBEK8BEEM6BQguELEDoggIIRAWEB0QHIDgTFi7jAFgo5MBaAJwAngFgAHDBIlgBwzqSAQwwLjEwLjMuMy40LjSYAQcGgAQGgAQdnd3Mtd2I6sAEAyAEIwAE B&scIent=gws-wiz, pristupljeno (05.06.2021.)
5. https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-07/Zdravstveni%20turizam_Percepcija%20Hrvatske_Konacni%20izvjestaj_23042018_FIN.pdf, pristupljeno (11.06.2021.)
6. <https://www.dw.com/hr/tajna-uspje%C5%A1nog-suzbijanja-korone/a-55507786>, pristupljeno (24.06.2021.)
7. <https://arhivanalitika.hr/blog/kako-pomiriti-nepomirljivo-nadziranje-gradana-i-demokratski-standardi-u-doba-korona-virusa/>, pristupljeno (24.06.2021.)
8. https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela, pristupljeno (24.06.2021.)
9. <https://www.hzjz.hr/tag/novi-koronavirus/>, pristupljeno (24.06.2021.)
10. <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>, pristupljeno (24.06.2021.)
11. <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:370/preview>, pristupljeno (01.07.2021.)
12. <https://www.safestayincroatia.hr/hr/o-projektu>, pristupljeno (03.07.2021.)
13. <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A1798/datastream/PDF/view>, pristupljeno (03.07.2021.)

14. file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/1_ban_recognized.pdf, pristupljeno (15.06.2021.)
15. <https://apsolon.com/eu-fondovi-2021-2027/digitalizacija-u-vrijeme-koronavirusa/>, pristupljeno (15.06.2021.)
16. <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/pocetna.html>, pristupljeno (08.07.2021.)
17. file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/crnobori_enco_diplomski_rad.pdf, pristupljeno (08.07.2021.)
18. <https://repozitorij.pfst.unist.hr/islandora/object/pfst%3A840/datastream/PDF/view>, pristupljeno (08.07.2021.)
19. <https://smarter.hr/utjecaj-sirenja-korona-virusa-na-gospodarstvo-i-trgovinu-hranom-u-hrvatskoj/>, pristupljeno (14.07.2021.)
20. http://www.hde.hr/ekonomskapolitikahrvatske/publikacija/eph2001/013_Kovac_I.pdf, pristupljeno (13.07.2021.)
21. <https://smarter.hr/globalne-cijene-hrane-nastavile-pad-u-travnju-promjene-cijena-i-u-hrvatskoj/>, pristupljeno (14.07.2021.)
22. <https://www.hup.hr/pregled-ekonomskih-kretanja--19-svibnja-2020.aspx>, pristupljeno (20.07.2021.)
23. <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/place.html>, pristupljeno (20.07.2021.)
24. <https://www.hzz.hr/statistika/sezonsko/>, pristupljeno (23.07.2021.)
25. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/informacije-o-tijeku-sezone>, pristupljeno (23.07.2021.)
26. <https://mint.gov.hr/vijesti/turizam-i-covid-19-pitanje-od-1000-milijardi-eura-koliko-ce-trajati-kriza-turizma-uzrokovana-covid-19-pandemijom/21889>, pristupljeno (26.07.2021.)
27. <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/priorities/odgovor-eu-a-na-koronavirus/20210311STO99736/zastupnici-zele-sigurniji-i-odrziviji-turizam-nakon-koronakrize>, pristupljeno (26.07.2021.)
28. <https://www.slobodnaevropa.org/a/hrvatska-korona-turizam-sezona-2021/31129807.html>, pristupljeno (07.06.2021.)
29. <https://privredni.hr/nakon-soka-hrvatski-turizam-ce-se-brzo-oporaviti-ali-vise-nece-bit-isti>, pristupljeno (16.06.2021.)
30. <https://www2.deloitte.com/hr/hr/pages/about-deloitte/topics/combating-covid-19-with-resilience.html>, pristupljeno (30.06.2021.)
31. https://www.rmf.hr/UserDocImages/Financijska%20pismenost/2020/Kako%20%C4%87e%20Kriza%20Covid-19%20promijeniti_.pdf, pristupljeno (31.07.2021.)
32. [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Clanak_20_03%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Clanak_20_03%20(2).pdf), pristupljeno (22.07.2021.)

33. <https://effat.org/wp-content/uploads/2020/01/HR-03.1.1.3-EFFAT-Orientation-Paper-Relaunching-and-rethinking-tourism-20200703-HR.pdf>³⁴., pristupljeno (30.07.2021.)
34. <https://vlada.gov.hr/UserDocImages/2016/Sjednice/2021/Travanj/55%20sjednica%20VRH/Dokumenti%20NOVO/55%20-%201%20NPOO.pdf>, pristupljeno (13.05.2021.)
35. https://www.ey.com/hr_hr/ccb/how-do-you-find-clarity-in-the-midst-of-covid-19-crisis, pristupljeno (26.05.2021.)
36. https://www.ey.com/hr_hr/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior, pristupljeno (23.05.2021.)
37. file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/ponasanje_potrosaca_u_vrijeme_pandemije_covid-19.pdf, pristupljeno (26.06.2021.)
38. <https://repozitorij.efzg.unizg.hr/islandora/object/efzg%3A6185/datastream/PDF/view>, pristupljeno (01.08.2021.)
39. <https://www.media-marketing.com/vijesti/ponasanje-potrosaca-nakon-covid-19-krize/>, pristupljeno (11.05.2021.)
40. <https://www.cimerfraj.hr/ideje/trendovi-u-turizmu-nakon-pandemije>, pristupljeno (17.05.2021.)
41. <https://ideje.hr/ovisnost-turizma-o-pandemiji-sto-se-iz-lanjske-sezone-moze-nauciti-osljedeci/>, pristupljeno (08.06.2021.)
42. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin%3A3519/datastream/PDF/view>, pristupljeno (12.07.2021.)
43. <https://ideas.repec.org/h/hde/opchap/28-13.html>, pristupljeno (03.05.2021.)
44. <https://repozitorij.svkst.unist.hr/islandora/object/efst:3726/datastream/PDF>, pristupljeno (03.05.2021.)
45. file:///C:/Users/Korisnik/Desktop/pintaric_zavrzni_rad_utjecaj_pandemije_na_globalnu_ekonomiju1.pdf, pristupljeno (04.07.2021.)
46. http://www.hde.hr/ekonomskapolitikahrvatske/publikacija/eph2001/013_Kovac_I.pdf, pristupljeno (04.07.2021.)
47. http://www.iztzg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Klari%C4%87-Z_2020.pdf, pristupljeno (04.08.2021.)
48. file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/desi_2020_thematic_chapters_-_full_european_analysis_22E60892-D319-9F6D-3E247D4BE7030772_67086.pdf, pristupljeno (04.08.2021.)
49. https://ec.europa.eu/croatia/digital_transformation_the_change_is_coming_hr, pristupljeno (15.07.2021.)
50. <https://www.google.com/search?client=avast-a-1&q=digitalna+transformacija&oq=digitalna+transformacija&aqs=avast..69i57j0l8.5350j0j7&ie=UTF-8>, pristupljeno (16.07.2021.)

51. <https://lider.media/poslovna-scena/hrvatska/buducnost-turizma-nakon-pandemije-je-neotkrivena-europa-135617>, pristupljeno (28.07.2021.)

Popis knjiga

1. Boris Pirjevec (1998.); Ekonomska obilježja turizma: Zagreb, Golden Marketing
2. Zbornik radova Znanstvenog skupa (7. i 8. lipnja 2002.); Kontinentalni gospodarski resursi u funkciji razvitka turizma Republike Hrvatske: Osijek-Poreč: Ekonomski fakultet: Institut za poljoprivredu i turizam
3. Boris Pirjevec, Oliver Kesar (2002.); Počela turizma: Zagreb, Mikrorad
4. Tomislav Baković, Dora Naletina, Kristina Petljak (2020.); Perspektive trgovine 2020.- Međuovisnost COVID-19 pandemije i međunarodne trgovine: Ekonomski fakultet Zagreb i Hrvatska gospodarska komora
5. Dario Matika, Ante Gugić (2007.); Turizam i sigurnost: Zagreb, Adriatica.net
6. Tomislav Baković, Dora Naletina, Kristina Petljak (2019.); Perspektive trgovine 2019.- Inovacije poslovnog modela u domaćoj i međunarodnoj trgovini: Ekonomski fakultet Zagreb i Hrvatska gospodarska komora
7. Sanja Franc, Ines Dužević (2020.); Digitalna transformacija i trgovina: Ekonomski fakultet Zagreb

Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1. Aktivnosti pri korištenju internetskog sadržaja..... | 13 |
| Slika 2. Razlike država članica EU u spektru mrežnih aktivnosti | 14 |
| Slika 3. DESI istraživanje o digitalnoj transformaciji pojedinaca..... | 14 |
| Slika 4. Ljudski kapital prema DESI dimenzijama | 15 |
| Slika 5. Važnost sigurnosti turista prema pojedinom elementu (2010.,2014.,2017.) | 18 |
| Slika 6. Oznaka sigurnosti boravka u Hrvatskoj | 24 |
| Slika 7. WTTC oznaka sigurnosti putovanja | 26 |
| Slika 8. Promjene u potrošnji stanovništva nakon pandemije | 37 |
| Slika 9. Promjene u stilu života stanovništva nakon pandemije | 37 |

Popis tablica

Tablica 1. Broj noćenja za period 1985.-2015. (hrvatski turizam)**Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.**

Popis grafova

| | |
|---|----|
| Grafički prikaz 1. Dobna struktura ispitanika..... | 40 |
| Grafički prikaz 2. Spolna struktura ispitanika | 40 |
| Grafički prikaz 3. Utjecaj prijašnjih kriza na globalnu ekonomiju | 41 |
| Grafički prikaz 4. Sigurnost stanovništva i turizam | 42 |
| Grafički prikaz 5. Kontakti turista i stanovništva tijekom pandemije | 42 |
| Grafički prikaz 6. Koristi od turizma i negativnosti kao rezultat pandemije | 43 |
| Grafički prikaz 7. Krize i negativnosti kao pokretač novih oblika turizma | 44 |
| Grafički prikaz 8. Zdravstvena sigurnost..... | 44 |
| Grafički prikaz 9. Uredan prostor za boravak u destinaciji..... | 45 |
| Grafički prikaz 10. Sredstva za dezinfekciju kao važan čimbenik pri dolasku posjetitelja | 46 |
| Grafički prikaz 11. Uslužni turistički djelatnici za vrijeme pandemije | 46 |
| Grafički prikaz 12. Osnovni čimbenici dostupni za posjetitelja..... | 47 |
| Grafički prikaz 13. Razvoj turizma prema smještajnim objektima | 47 |
| Grafički prikaz 14. Safe stay program | 48 |
| Grafički prikaz 15. Informiranje i razmjena podataka kao potreba za postizanje kvalitetnog rada u turizmu | 49 |
| Grafički prikaz 16. Razvoj cjelogodišnjeg turizma | 49 |
| Grafički prikaz 17. Aktivnosti i smještaj na otvorenom u budućnosti | 50 |

