Globalizacija u turizmu

Zečević-Pejić, Vanesa

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:832371

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-24**

Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (Ekonomska politika i regionalni razvitak)

Vanesa Zečević - Pejić

GLOBALIZACIJA U TURIZMU

Završni rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij (Ekonomska politika i regionalni razvitak)

Vanesa Zečević - Pejić

GLOBALIZACIJA U TURIZMU

Završni rad

Kolegij: Globalizacija i globalna ekonomija

JMBAG: 0010223120

E-mail: vanesazecevicpejic@gmail.com

Mentor: prof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Graduate Study *Economic policy and regional development*

Vasena Zečević - Pejić

THE GLOBALIZATION OF TOURISM

Graduate paper

Osijek, 2021

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____završni_____(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Vanesa Zečević-Pejić

JMBAG: 0010223120

OIB: 58283856692

e-mail za kontakt: vanesazecevicpejic@hotmail.com

Naziv studija: Ekonomska politika i regionalni razvoj

Naslov rada: Globalizacija u turizmu

Mentor/mentorica diplomskog rada: prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić

U Osijeku, 18.02.2021. godine

Vanesa Zečević-Pejić

Potpis _____

SAŽETAK

Proces globalizacije koji uzrokuje međuovisnost svjetskih ekonomija definiran je uglavnom u ekonomskom i socijalnom kontekstu. Analizirajući različite statističke podatke o turizmu i elementima globalizacije u turizmu, može se konstatirati da globalizacija pozitivno utječe na oblikovanje i razvoj turističke ekonomije. No, sam je proces veoma osjetljiv na krizne situacije, uzimajući u obzir povezanost turističkih usluga i tijeka kapitala u svijetu. Kao najnoviji primjer krizne situacije, kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj, potreban je osvrt na pandemiju koronavirusa, iz kojega se lako mogu vidjeti nedostaci globalizacije koji su često zanemarivani. Zbog valjane razrade teme važno je predstaviti turističke tekovine u procesu globalizacije i opisati najnovije trendove u turizmu.

Ključne riječi: globalizacija, turistička ekonomija, turizam, kriza.

ABSTRACT

The process of globalization, that causes the interdependence of world economies, is defined mainly in the economic and social context. By analysing various statistical data on tourism and elements of globalization in tourism, it can be concluded that globalization has a positive impact on the formation and development of the tourism economy. But the process itself is very sensitive to crisis situations, considering the connection between tourist services and the flow of capital in the world. As the latest example of a crisis, both in the world, and in the Republic of Croatia, a review of the coronavirus pandemic is necessary to see the shortcomings of globalization that have often been neglected. It is crucial to present the tourist attainment in the process of globalization, and to describe the latest trends in tourism, for the valid elaboration of this currently relevant topic.

Keywords: globalization, tourism economy, tourism, crisis.

Sadržaj

1. UVOD 7
2. GLOBALIZACIJA 9
2.1. Globalizacija kao dvosjekli mač 10
2.2. Prednosti globalizacije 10
2.3. Nedostaci globalizacije 12
3. TURIZAM 15
3.1. Definicija turizma 15
3.2. Prednosti turizma 16
3.3. Nedostaci turizma 17
4. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA TURIZAM 19
4.1. Globalna pandemija COVID-19 i turizam 22
5. UTJECAJI GLOBALIZACIJE NA HRVATSKI TURIZAM 23
5.1. Temelji turizma u Hrvatskoj 23
5.2. Suvremeni hrvatski turizam 24
5.3. Koronavirus i turistička sezona u Hrvatskoj 25
6. ZAKLJUČAK 27
7. LITERATURA 29

1. UVOD

Globalizacija je proces koji je zahvatio gotovo sve segmente života, a nije zaobišao ni važnu gospodarsku granu, turizam. Tema ovog završnoga rada je globalizacija u turizmu. Poznato je da Republika Hrvatska svoje gospodarstvo temelji na turizmu te će se zbog toga pisati i o globalnim utjecajima na hrvatski turizam, odnosno istražiti će se koji su to svjetski trendovi koji su utjecali i na razvoj turističke ponude u Hrvatskoj. Mnogim poteškoćama koje se nerijetko pojavljuju kada se otvore granice i gradi zajedničko tržište svjedoči i niz pojava tijekom povijesti, koje su i čvrstim zagovornicima „zajedničkog tržišta" jasno ukazale na nedostatke takvog sustava. Globalizacija u turizmu podvrgnuta je raznoraznim utjecajima koji mogu negativno utjecati na rast i razvoj ekonomije. Upravo smo svjedoci pandemije koja zahvaća sve veći broj ljudi i uveliko mijenja turističku sliku svijeta, a tu su i mnoge druge nepogodnosti koje će se sve teže kontrolirati ukoliko proces uzme maha. Globalizacija ima veliku ulogu i značaj u turizmu, a kako je kroz tehnologiju, ekonomiju, ekologiju i kulturu prehrambene industrije, utjecala na strukturu turističkih potreba, odnosno ponude i potražnje, bit će razrađeno u narednim poglavljima.

Kao važna grana mnogih suvremenih nacionalnih gospodarstava, turizam se smatra značajnim oruđem gospodarskog razvoja. Djeluje kao faktor koji potiče i lokalni i regionalni socioekonomski razvoj na mikro i makroekonomskoj razini. Razvoj poduzetništva, kroz iznos poreza koji se plaća, potiče razvoj pojedinih regija i cijele države. Porezni prihodi omogućuju ulaganja u turizam, a isto tako i turizam služi za prikupljanje poreza. Tim se mehanizmom povećava atraktivnost određene zemlje. Zbog potražnje za turističkim uslugama, koja svake godine raste, razvoj ovog sektora na globalnoj razini utječe na razinu poduzetništva, ulaganja i inovacija. Nema sumnje da je globalizacija najuže povezana s ekonomskom sferom, iako uključuje i civilizacijski, kulturni i politički aspekt. Proces se posebno odnosi na pitanja sigurnosti, kulture, trgovine i turizma.

Zbog preglednosti i jasnoće razrade teme, prvo će se opisati glavni pojmovi ovoga završnoga rada, odnosno objasnit će se osnovne značajke globalizacije i turizma, kako bi se definiralo polje kojim se rad bavi, da bi se kroz tu tematsku vizuru na pravi način mogli razumjeti i ostali pojmovi. S toga će prva dva poglavlja biti upoznavanje s terminologijom naziva rada, a u ostalim poglavljima će se govoriti općenito o globalizaciji u turizmu, njegovoj prisutnosti u

Republici Hrvatskoj, koliko pridonosi ukupnim prihodima te o aktualnim pandemijskim uvjetima koji su utjecali na turizam procesom globalizacije. Svrha je ovog rada prikazati kakvu važnost globalizacija ima u turizmu, to jest cilj je prikazati koliko globalizacija pridonosi gospodarstvu kroz turizam, ali i koliko i kada može negativno utjecati na gospodarstvo. Razlog je istraživanja ove teme kontinuirani napredak globalizacije turističkog tržišta, čak od početka pedesetih godina dvadesetoga stoljeća, zajedno s razvojem transnacionalnih korporacija koje imaju podružnice u većini zemalja i zadovoljavaju značajan udio globalne turističke potražnje. Stoga je ova tema veoma aktualna i relevantna za obradu jer predstavlja turistički promet u procesu globalizacije, koji je vrlo važan za funkcioniranje mnogih gospodarstava, a posebno Republike Hrvatske, koja zadnjih godina najviše ulaže i najviše prihoda prima iz ove gospodarske grane.

2. GLOBALIZACIJA

„Pojam globalizacije izveden je od riječi "global" što znači ukupnost, a globalizam je način gledanja na zbivanja u globalu“ (Lončar, 2005). Stoga je važno gledati na pojam globalizacije kao na sveukupnost zbivanja koja zahvaćaju svijet, s naglaskom na mrežu njihovih prožimanja. Globalizacija je pojam koji se koristi za opisivanje rastuće međuovisnosti svjetskih ekonomija, kultura i stanovništva, uzrokovana prekograničnom trgovinom robom i uslugama, tehnologijom i protokom ulaganja, ljudi i informacija. Zemlje danas imaju izgrađena ekonomska partnerstva kako bi olakšala sve vrste kretanja izvan svojih granica. No pojam je stekao popularnost nakon hladnog rata, početkom devedesetih, jer su suradnički aranžmani oblikovali modernu svakodnevicu. Ovaj vodič koristi termin koji se usko odnosi na međunarodnu trgovinu i neke od investicijskih tokova među naprednijim ekonomijama i uglavnom je usredotočen na Sjedinjene Američke Države.

Politika i tehnološki razvoj u nekoliko posljednjih desetljeća potakli su rast prekogranične trgovine, ulaganja i migracije, u toj mjeri da mnogi smatraju da je svijet ušao u kvalitativno novu fazu u svom gospodarskom razvoju. Na primjer, od 1950. godine količina svjetske trgovine povećala se 22 puta, a od 1997. do 1999. protok stranih ulaganja gotovo se udvostručio, sa 468 milijardi porastao je na 827 milijardi dolara. Razlikujući sadašnji val globalizacije od ranijih, autor Thomas Friedman opisuje današnju globalizaciju idućim riječima: "dalje, brže, jeftinije i dublje"[1].

Ovaj val globalizacije potaknut je politikama koje su otvorile ekonomiju u suvremenim zemljama i odnosu zemalja prema inozemstvu. U godinama nakon Drugog svjetskog rata, a posebno tijekom posljednja dva desetljeća, mnoge su vlade usvojile ekonomske sustave slobodnog tržišta, uvelike povećavajući svoj vlastiti proizvodni potencijal i stvarajući bezbroj novih prilika za međunarodnu trgovinu i investicije. Vlade su također pregovarale o dramatičnom smanjenju prepreka trgovini i uspostavile su međunarodne sporazume za promicanje trgovine robom, uslugama i ulaganjima. Koristeći nove mogućnosti na stranim tržištima, korporacije su izgradile strane tvornice i uspostavile aranžmane za proizvodnju i marketing sa stranim partnerima.

Tehnologija je drugi glavni pokretač globalizacije. Napredak informacijske tehnologije posebno je dramatično transformirao gospodarski život. Informacijske tehnologije pružile su

[1] Izvor: https://www.sciencedirect.com/journal/nursing-outlook/vol/50/issue/3 (pristup 11. siječnja 2021.)

svim vrstama pojedinih ekonomskih sudionika - potrošačima, investitorima, tvrtkama - vrijedne nove alate za prepoznavanje i ostvarivanje ekonomskih prilika, uključujući brže i pouzdanije analize ekonomskih kretanja širom svijeta, jednostavne prijenose imovine i suradnju s dalekosežnim partnerima.

2.1. Globalizacija kao dvosjekli mač

Globalizacija je duboko kontroverzan proces. Zagovornici globalizacije tvrde da ona omogućava siromašnim zemljama i njihovim građanima ekonomski razvoj i podizanje životnog standarda, dok protivnici globalizacije tvrde da je stvaranje nesmetanog međunarodnog slobodnog tržišta koristilo samo multinacionalnim korporacijama zapadnog svijeta, i to na štetu lokalnih poduzeća, lokalne kulture i običnih ljudi. Otpor globalizaciji oblikovao se na mnogim razinama društva jer visokopozicionirani ljudi i vlade pokušavaju upravljati protokom kapitala, rada, dobara i ideja koji predstavljaju trenutni val globalizacije.

Da bi se pronašla prava ravnoteža između koristi i troškova povezanih s globalizacijom, građani svih nacija moraju shvatiti mehanizme djelovanja globalizacije jer su njezini široki učinci složeni i podložni politici. Kao i veliki tehnološki napredak, globalizacija koristi društvu u cjelini, ali neizbježno nanosi štetu određenim skupinama. Edukacija i razumijevanje relativnih troškova i koristi zasigurno može otvoriti put ublažavanju problema koje globalizacija donosi sa sobom.

2.2. Prednosti globalizacije

Neke od prednosti globalizacije bit će navedene u kratkim ulomcima ovoga poglavlja. Važno je konstatirati prednosti koje globalizacija pruža u svrhu maksimalnog korištenja blagodati suvremenog doba i slijeđenja najnovijih trendova na svim razinama gospodarstva.

Globalizacija obuhvaća integraciju kultura, informacijske tehnologije, ulaganja i međunarodne trgovine. Stoga je, ako se mudro iskoristi razmjena znanja u bilo kojem aspektu modernog društva, moguće prakticirati i razvijati prakse naučene od drugih kultura, bilo da su one na ekonomskoj, ekološkoj, informacijsko-tehnološkoj ili nekoj drugoj razini.

Nekoliko je zemalja kreiralo vladine politike za otvaranje svojih gospodarstava na međunarodnom i domaćem tržištu, s ciljem jačanja zemalja u razvoju i siromašnih zemalja, u svrhu poboljšanja životnog standard. Globalizacija može poslužiti kao alat solidarnosti jer omogućuje razvijanje svijesti o potrebitim zemljama, a uvelike olakšava i realizaciju međusobnog podupiranja zemalja i pomoći onima koje se razvijaju. Time se omogućuje zemljama u razvoju da se ugledaju na industrijski razvijene zemlje te konkuriraju povećanjem gospodarske ekspanzije, diverzifikacije i proizvodnje.

Korporacije stječu konkurentsku prednost globalizacijom, to im pomaže sniziti troškove rada. U mogućnosti su otvoriti nova tržišta i ostvariti pristup drugim sirovinama. U stanju su kupovati, prodavati i proizvoditi robu širom svijeta. Zemlje tako više nisu ograničene samo na svoje prirodne resurse, a različiti narodi od začetaka civilizacije imaju razne načine obrade sirovine i njihove uporabe. Globalizacijom se šire vidici proizvođača i dobivaju novi pogledi na proizvodnju, plasiranje proizvoda i marketinške usluge.

Vlade širom svijeta ugrađuju ekonomske sustave slobodnoga tržišta zahvaljujući sporazumima o vanjskoj trgovini i njihovim ekonomskim politikama. Novi sustavi donijeli su međunarodne financijske mogućnosti i industrijalizaciju. Države su otvorenije za međunarodnu trgovinu, uklanjanjem mnogih prepreka koje su otežavale trgovanje sa stranim zemljama.

Globalizacija je povećala svijest globalnih potrošača o različitim mogućnostima za ulaganje, ekonomskim trendovima i novim proizvodima. To se pokazuje izrazito korisnim državama koje su razvijene i koje imaju široki kulturološki utjecaj te u državama koje svoje tržište šire do krajnjih granica svoga kulturno-civilizacijskoga kruga. Recimo, Hrvatska prehrambena industrija najviše izvozi u zemlje središnje i jugoistočne Europe, s kojima dijeli sličnu gastronomsku lepezu. Osim toga, Hrvatska kao izrazito raseljena zemlja svoje tržište takvim i sličnim proizvodima širi ponajprije u druge države koje su najviše naseljene hrvatskim stanovništvom u nekom od iseljeničkih valova.

Razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija pomaže olakšati svijest o svim tim mogućnostima. Tehnologija je učinila prijenos i usmjeravanje financijske imovine bržim i jednostavnijim. Internetsko bankarstvo i internetska trgovina sjajan su primjer već svakodnevnog upliva globalizacije unutar ekonomskih aspekata života maloga, običnoga čovjeka.

Društveno, globalizacija omogućuje populaciji diljem svijeta bolju međusobnu povezanost. Kulturološki potiče povećanje razmjene vrijednosti i ideja. Pojačava političke aktivnosti nacija na globalnoj razini kroz koordinaciju s međuvladinim organizacijama. Osim toga, ona donosi promjene u stvaranju i primjeni međunarodnih zakona, kao i njihovoj lakšoj dostupnosti i sukladno tomu, boljoj sveopćoj informiranosti ljudi o istima. Danas su zakoni, osobna, javna i poslovna prava te obveze dostupni svima koji se služe internetom. Praksa korištenja privilegije dostupnih zakona sve je veća, a ljudi postaju sve informiraniji po pitanju prava i funkcioniranja pravne države. Osim toga, tako raste sposobnost presude o međunarodnim i narodnim ugovorima, sporazumima i zakonima.

2.3. Nedostaci globalizacije

Globalizacija počiva na temeljima kapitalizma, a kapitalizam, kao i svaki drugi socioekonomski sustav, ima svoje prednosti i nedostatke. Neke od prednosti kapitalizma unutar globalizacije navedeni su u prethodnom poglavlju, a glavni će se nedostaci spomenuti u ovome poglavlju.

Kapitalistička priroda poprilično je grabežljiva pa ako se ne stavi naglasak na etičke vrijednosti koje bi se mogle njegovati globalizacijom, nastaje prijetnja nacionalnim i lokalnim gospodarstvima. Slobodna trgovina predstavlja veći rizik za mala, obiteljska i privatna poduzeća koja se natječu na globalnom tržištu. Bore se s globalnim tržištem jer ono ulazi i u pore tržišta koje su lokalne i koje su najčešće ciljana tržišta za mala privatna poduzeća. Oni se moraju suočiti s jakom konkurencijom tvrtki s ogromnim resursima, a to je često onemogućeno jer zemlje potiču globalizaciju i vanjsko tržište zbog niza financijskih pogodnosti, ostavljajući lokalna poduzeća i obrte u izuzetno nezavidnoj poziciji, koja se s vremenom pogoršava.

Osim toga, globalne tvrtke koje dolaze u zemlje u nastajanju i zemlje u razvoju imaju tendenciju nametati svoje načine, prakse i kulturu ciljanim državama. One mogu iskoristiti situaciju za sudjelovanje u ratovima plaćama. Poznat je problem potplaćivanja radnika u tvornicama s lošim radnim uvjetima u zemljama trećega svijeta. Dok su sjedišta globalnih kompanija u biti (na papiru, zbog poreza, ponekad i nisu) u najrazvijenijim svjetskim gradovima, dodatni im kapital donosi maksimalna štednja na proizvodnji, u kojoj najviše ispaštaju radnici u nerazvijenim zemljama svijeta.

Proces globalizacije također može dovesti do implementacije stranih koncepata i ideja. U zemljama u kojima vlada islamska kultura i drugim zemljama s različitim praksama i uvjerenjima, nametanje zapadne kulture i ideja moglo bi biti štetno i kontraproduktivno. U nekim slučajevima to može dovesti do pitanja nacionalnog identiteta. Nametanje kulture ekonomski nadmoćne zemlje povijesno je poznat problem. Globalizacija pruža mogućnosti za suptilnije stvaranje istog disbalansa po pitanju dinamike moći u odnosu razvijenijih i manje razvijenih zemalja. Kulturološka su nametanja čest preduvjet ekonomskih i političkih nametanja, stoga se valja osvijestiti i ovaj aspekt neravnomjerne uspostave moći kao ni malo manje bitan od onih ekonomskih i političkih.

Iako globalizacija izlaže druge jezike većem broju ljudi, to može dovesti i do dodatnog smanjivanja broja govornika nekih manjinskih jezika. Budući da većina svjetskih kompanija govori svjetskim jezicima poput engleskog, mandarinskog, njemačkog, francuskog ili španjolskog, govornici manjinskih jezika često u potrazi za boljim životnim standardnom i pošteno plaćenim radom (što ovisi i o potplaćivanju radne snage u nerazvijenim zemljama) napuštaju svoje zemlje i odlaze raditi u inozemstvo, gdje već druga, treća generacija zaboravlja na svoj materinji jezik. Posao, odnosno njegova potražnja, diktira, između ostalog, i tu, kulturološku i identitetsku, nacionalnu mijenu.

Industrijalizacija je proces koji je također veoma isprepleten s globalizacijom. Industrijalizacija je donijela mnoge pogodnosti suvremenom svijetu, od kojih je trenutno najvažnija mogućnost opskrbe velikom količinom hrane eksponencijalno rastuću

populaciju svijeta. Tehnološki napredak i industrijalizacija donijele su mnoge pogodnosti modernom čovjeku. Neke od njih, poput masovne proizvodnje, imaju i svoje negativne i pozitivne strane. Jeftinija proizvodnja omogućila je opskrbu proizvodima potrebnim za suvremeno kućanstvo, poslovanje, proizvodnju. Ali tehnološki je napredak uveo i automatizaciju proizvodnje, pa radnici postaju suvišni, dok njihove poslove obavljaju strojevi, ostavljajući ljude nezaposlenima u valovima tehnoloških napredaka.

Slika suficitarnih i deficitarnih zanimanja mijenja se konstantno, a u skladu s tim i naseljenost određenih ruralnih i urbanih mjesta, s obzirom na prilike za posao. Gradovi rastu, sela izumiru, a struktura društva gubi svoju prepoznatljivu oprečnost selo – grad, gdje su i sela postala industrijalizirana, poljoprivreda je postala masovni biznis velikih korporacija poput Monsanta, Nestlea i drugih, poznatih po svojim kontroverznim neetičkim postupcima proizvodnje, distribucije i ekološkim propustima.

Gore navedene korporacije samo su jedan djelić negativnog utjecaja globalizacije na klimatske promjene, koje su, po prvi puta u znanoj povijesti, sigurno uvjetovane isključivo ljudskim postupcima. Nemar koji nadmašuje brigu o okolišu, profit koji nadmašuje svijest o životu koji se treba njegovati, dovode Zemlju u najgore stanje u kojemu je ikada bila.

3. TURIZAM

3.1. Definicija turizma

Turiste se može definirati kao ljude koji dobrovoljno napuste svoje rodno mjesto ili mjesto stanovanja kako bi posjetili drugo okruženje. Ti će se ljudi obično baviti različitim aktivnostima, bez obzira koliko je ovo okruženje, odnosno odredište, udaljeno (Hall, 2008; Holloway & Taylor, 2006; Jafari, 2002). Stoga su turisti posjetitelji, a ono što rade dok su u posjeti nekom drugom mjestu može se smatrati turizmom. Još 1963. godine konferencija Ujedinjenih naroda o međunarodnom putovanju i turizmu složila se koristiti izraz "posjetitelji" (osim stanovnika) za opisivanje pojedinaca koji posjećuju drugu zemlju. Ova definicija obuhvaćala je dvije vrste posjetitelja: Turisti su klasificirani kao privremeni posjetitelji koji su na odredištu boravili najmanje 24 sata. Ako putuju u svrhu rekreacije, zdravlja, sporta, odmora, proučavanja ili vjerske svrhe, njihov posjet može se kategorizirati kao slobodno vrijeme. Alternativno, izletnički gosti, uključujući putnike na krstarenju, mogu se smatrati privremenim posjetiteljima ako ostanu na odredištu manje od 24 sata. Međutim, ove definicije ne uzimaju u obzir domaće turiste.

Godine 1976. Institut za turizam (koji je kasnije postao Turističko društvo) sugerirao je da je turizam privremeni kratkoročni prelazak ljudi na odredišta izvan mjesta u kojem inače žive i rade. Stoga turizam uključuje kretanje ljudi u sve svrhe, uključujući dnevne posjete ili izlete (Cooper, 2008; Holloway i Taylor, 2006). Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda 1991. godine definirala je turizam kao „aktivnosti osoba koje putuju i borave na mjestima izvan svog uobičajenog okruženja ne više od jedne uzastopne godine u svrhu zabave, posla ili drugih svrha“.

Postoji mnogo vrsta, odnosno specifičnih vrsti turizma. Te se vrste najčešće dijele na temelju namjere turista, razloga zbog kojega posjećuje određeno mjesto. Tako se turizam možemo podijeliti na neke oblike poput kulturnog, seoskog, gradskog, zdravstvenog, vjerskog, gastronomskog, manifestacijskog, sportsko-rekreacijskog, obrazovnog i drugih. Svaki oblik turizma ima svoje postavke koje, ukoliko se ne oblikuju i ustale u skladu s prirodnom turističke ponude, mogu ostati neiskorišteni potencijali. Uspješan turizam počiva na prepoznavanju potencijala određene lokacije, karaktera, mogućnosti nekoga mjesta i rada na ostvarivanju tih potencijala te maksimiziranju turističke atraktivnosti, koja može postati prepoznatljiva i autentična specifičnost mjesta ako se otkrije i radi na njoj.

3.2. Prednosti turizma

Turizam je, sam po sebi, pozitivna pojava u odnosu na gospodarstvo države. Primjer Republike Hrvatske može se uzeti kao reprezentativan za dokazivanje te tvrdnje. Naime, hrvatsko se gospodarstvo temelji na turističkim priljevima. I prije osamostaljenja, Hrvatski je turizam bio na dobrom glasu i donosio je značajan prihod.

Na primjeru Hrvatske jasno se mogu vidjeti pozitivni učinci turizma na ekonomsku sliku države. Neke su od najvažnijih prednosti povećanje kapitalnih ulaganja, bruto domaćeg proizvoda, zapošljavanja i turističke potrošnje (Verteš, 2017).

Turistički kapital svojim kretanjem utječe na cjelokupno gospodarstvo. Elementi su koji na bilo koji način utječu na rast bruto domaćeg proizvoda: raspoloživost resursa, stanje stručnog znanja, društvena i politička stabilnost, ponašanje i navike te investicije (Koncul, 2009).

Rast broja zaposlenih koje generira turizam teško je predvidjeti, pogotovo u slučaju kao što je hrvatski, gdje su najčešće zaposleni sezonski radnici bez stalnog posla, a ponekad je gotovo nemoguće odrediti je li zaposlenost uzrokovana turizmom jer nisu svi zaposleni zbog turističke aktivnosti države zaposleni unutar standardnih turističkih radnih mjesta (najvećim dijelom uslužne djelatnosti, zatim građevina, trgovina nekretninama, PR sektor i tako dalje), već postoji čitav niz radnih mjesta koja nisu direktno povezana s turizmom, ali su njegova posljedica. Stoga se može zaključiti da je broj zaposlenih zbog turizma i veći no što to procijene i statistike pokazuju.

Turistička se potrošnja značajno razlikuje kada su u pitanju posjetitelji koji su stanovnici te države i oni iz inozemstva. S obzirom na to da domaći turisti često imaju organiziran jeftiniji smještaj ili prenoće kod bliskih osoba, već se s te strane vidi znatno smanjena potrošnja. Osim toga, lokalni posjetitelji češće idu na kraće izlete i bolje su upoznati s omjerom cijene, ponude i kvalitete. S obzirom na to da je rast stranih turista u stalnom porastu, vidi se da Hrvatska cijeni strane turiste i omogućava im ugodan boravak. U svakom slučaju, turistička je potrošnja velik dio priljeva novca državi.

Kapitalna ulaganja popravljaju čitavu gospodarsku sliku države. Ulaganja mogu biti domaća i strana, a osim u slučaju većeg disbalansa, uglavnom su izrazito pozitivna. Turistička ulaganja mogu biti posredno i neposredno povezana s turističkom djelatnošću pa će najjasniji znaci

cvjetanja turizma biti gradnja hotela i drugih turističkih objekata, turističkih agencija, prijevozne infrastrukture i slično. No investicija u kulturni, zabavni, sportski sadržaj također često nastaje kao rezultat turističke potražnje, u želji da se turistima ponudi što više sadržaja te da on bude što raznovrsniji i kvalitetniji. S tim se i cijena povećava, a time i prihodi. Ulaganja u sama urbana i ruralna središta od velikog su značaja za turizam. Na primjer gradnja bolnice, ambulante ili vatrogasnog doma privlači turiste jer im pruža osjećaj sigurnosti. Tako su mnoga manja mjesta na Hrvatskoj obali značajno unaprijedila svoje mjesne standarde koje uživa i lokalno stanovništvo.

3.3. Nedostaci turizma

Turizam je veoma zahvalna grana gospodarstva po mnogim kriterijima (ne zahtijeva visoku tehnologiju ili mnogo jake, veoma kvalificirane radne snage kao što je zahtijeva, na primjer, industrija), ali je izrazito nestabilna jer složenost uspješnosti u turizmu ovisi o mnoštvu varijabli koje su potpuno nepredvidive i izvan kontrole onih koji se bave turizmom, kao što su vremenske pogodnosti, prirodne katastrofe, zdravstvene anomalije, materijalna krhkost atrakcija, varijacije u društvenom životu i politički utjecaji na mobilnost unutar i izvan granica države.

Nedostaci turizma odnose se i na lokalno stanovništvo, a ne samo na ljude koji se direktno bave turističkim poslom. Lokalno je stanovništvo izravno pogođeno, kako prednostima, tako i nedostacima turizma. To je najviše vidljivo u mjestima u kojima je izražen sezonski turizam. U Hrvatskoj je to slučaj. Sezonski turizam donosi veliku koncentraciju turista, čak i u manjim sredinama. Problemi nastaju u prometu, smještajnim kapacitetima i slično. Ekološki aspekt sezonskog turizma također postaje problematičan. S obzirom na to da turisti rijetko obraćaju pažnju na odlaganje otpada, čistoću plaža i mora i drugih javnih površina.

Navala je stranih turista u Hrvatskoj poprilično nova pojava, a najteže ju podnosi staro lokalno stanovništvo. Navala turista ponekad u ljetnim mjesecima potpuno izokrene prirodnu sliku mjesta, a to najviše smeta starosjediocima koji nisu naviknuli svoje mjesto gledati kao veliko, svjetsko turističko mjesto. Stoga mnogi i prosvjeduju protiv povećanja smještajnih kapaciteta, festivalskih događanja, većih cijena uzrokovanih prilagodbom stranim turistima. To se može pripisati staromodnoj ksenofobiji, ali i konkretnim promjenama koje mnoštvo stranih turista zaista sa sobom nosi.

Turizam osim toga sa sobom nosi određene potrebe u ulaganja, no ako ne postoji dovoljno državnog novčanog kapaciteta, te potrebe ostaju neispunjene. Mnoge su stvari zato preuzeli privatnici, što svakako sa sobom nosi niz posljedica po državu, ali neka javna mjesta poput parkova, parkirališta, kolodvora, bolnica i sl. često kvare cjelokupni doživljaj urbanog prostora. Time se javlja i veća vidljivost disbalansa kapitala u državi, što nikako nije pozitivno turističko obilježje.

Iako su zasad opisani nedostaci turizma dani na primjeru Republike Hrvatske, oni se odnose i na mnoge druge države svijeta, a najviše na one mediteranske koje imaju sličan tip masovnog turizma kao što je slučaj s Hrvatskom. Svaka zemlja ima svoje specifične nedostatke kada je u pitanju turizam, ali upravo proces globalizacije opravdava davanje primjera jedne države koji se može primijeniti i na nekim drugim, geografski i kulturološki ne nužno bliskim. Tomu je razlog priroda globalizacije koja je sveobuhvatna pa su trendovi u turizmu postali općenitiji i postavili su međunarodne i svjetske destinacije u slične pozicije, gdje se velika većina država koja ima snažan turizam može poistovjetiti u mnogim segmentima novih izazova.

4. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA TURIZAM

Postoje tri osnovna aspekta globalizacije: ekonomski, političko-pravni i kulturni. Sva se tri aspekta međusobno isprepliću i u stalnom su dodiru. Globalizacija je proces koji je pokrenut ponajprije u političko-pravnom aspektu, a glavni impuls za ideju o značajnijem, pravnom ujedinjenju određenih država dolazi iz potrebe koju su iznjedrili ratovi svjetskih razmjera prve polovice dvadesetoga stoljeća. Prvo iz čiste potrebe za osnaživanjem vlastite političke moći, a poslijeratno i iz ponekih idealističkih pobuda, nastaju prva međunarodna udruženja izrazite pravne naravi, a ekonomskih posljedica. Iako je međunarodna ekonomija postojala i puno ranije, tek u tim trenucima ona postaje jasno određena i na pravnoj razini. Tada se ozbiljnije počinje pratiti međunarodni tijek kapitala i sve što on sa sobom nosi.

Globalizacija u kulturnom smislu uvjetovana je i slobodnijom trgovinom, ekonomskim aspektom, ali ponajviše, u vremenu u kojemu živimo, tehnološkim napretkom i informacijskom revolucijom. Kulturna globalizacija sa sobom nosi pojednostavljenje aspekata života koje su donedavno bili generirani isključivo tradicijski. Globalizacija u prvi plan stavlja ekonomski najjače kulture jer je primarni cilj globalizacije zapravo ekonomska stabilnost i boljitak. Stoga su se izdvojile neke kulture (poput zapadnoeuropske, sjevernoameričke i istočnoazijske) koje su se ekonomski izdigle iznad drugih svjetskih kultura. Ekonomski procvat Sjedinjenih Američkih Država omogućava već u prvoj polovini dvadesetog stoljeća medijski, a time i kulturni povlašteni položaj.

Očiti primjer toga jest činjenica da se prije samo pedesetak godina kao svakodnevna odjeća nosila tradicijska narodna nošnja u svojoj izvornoj ili modificiranoj, modernijoj inačici. U svakom je slučaju i svakodnevno odijevanje davalo određene kulturološke informacije o podneblju, kulturi, prošlosti određene nacije, regije pa čak i pojedinačnih mjesta. Danas je svakodnevna odjeća (dakle, izuzev izrazito svečanih odjevnih predmeta za posebne prilike) u čitavom svijetu jednaka, a ona proizlazi od klasičnih sjevernoameričkih radnih odijela – traperice, pamučne majice; jednostavnost i izdržljivost, uz kulturnu sveprisutnost, izrodile su globalne trendove u svijetu koji traju i danas.

Dakako, s određenim iznimkama zemalja koje su još nezahvaćene globalizacijom zbog nedostupnosti informacija ili zbog jedinstvenog i svjesnog odabira odupiranja zapadnih

kulturoloških strujanja. Globalizacije je dakle pojava koja sve brže širi polje svojega utjecaja pa se može uvidjeti poveznica između potpisivanja međunarodnih sporazuma i dogovora i primjerice, slabijeg kulturološkog šoka čak i u daljih putovanja.

Masovni turizam bitan je pojam u ovom kontekstu te je kao relativno novi civilizacijski fenomen još u fazi u kojoj evoluira i traži prečace za potpunu prilagodbu suvremenom svijetu. Tehnološki napredak svakako je bitan čimbenik koji dodatno potencira informacijsku umreženost najnovijih znanja u svakom području čovjekova djelovanja, a u turizmu svi se oni spajaju u informacijsku bazu koja na brz i jednostavan način čini dostupnim količinu informacija koja bi prije svega nekoliko desetaka godina bila nepojmljiva prosječnoj osobi ili točnije, turistu.

Turistička se tržišta otvaraju, turističke agencije postaju međunarodno aktivne, lanci hotela i hostela nemaju okvir svoje države kao postavljeni limit, a to sve donosi bolju upoznatost turista s ponudom, prepoznatljivost koja se cijeni pri sigurnom i pouzdanom izboru smještaja ili druge turističke usluge. Svijet postaje „globalno selo“ upravo globalizacijom, kao što i sama sintagma naznačuje. Geografske su udaljenosti sve manji problem, raznim aplikacijama lako postaju shvatljive i percipirane, a time se turisti lakše i odlučuju savladati. Razvoj mobilne industrije i tehnologije vezane uz nju uvelike pomaže pri standardnim turističkim izazovima poput pronalaženja najbliže rute, dobrog smještaja ili gastronomske ponude, a posebno veliku bazu podataka Internet pruža pri povijesnim i kulturnim informacijama o gotovo svakom kutku svijeta.

Recenzije su se u posljednjih nekoliko godina pokazale kao izvrstan alat za pružanje sigurnosti posjetiteljima bilo koje vrste. Aplikacije poput *Ubera* ili *Bolta* pružaju pouzdane i sigurne taksi usluge na međunarodnoj razini, a tehnologija spojena s internetskim bankarstvom pruža jednostavnije poslovanje i rukovanje raznim valutama u inozemstvu. Bukiranje smještaja nikada nije bilo lakše i brže, pogotovo kada se radi o internacionalnim, dužim putovanjima. *TripAdvisor* i slične mobilne aplikacije sadrže iscrpne podatke o uslužnim objektima diljem svijeta, a prostor za komentare i ocijene korisnika također služe kao svojevrsna garancija zadovoljstva. Stoga da se danas ljudi odluče na putovanje ne trebaju imati osobu od koje će saznati kako putovati, gdje prenoćiti, što raditi i slično. Cijelo iskustvo putovanja postaje individualne, neposrednije i tako se stvara uvjet spontanosti koji je iznimno bitan, pogotovo mlađim, turistima.

Sve navedeno olakšava organizaciju turistima, ali turističkim djelatnicima zadaje više posla. Odnedavno je postao prioritet imati dobru internetsku web-stranicu, profile na društvenim mrežama, sponzorirane sadržaje, reklame na internetu. Najvažnije od svega, vjerojatno – i dobre komentare i ocijene usluge. Posjetitelji uvijek traže iskrene komentare ljudi koji su imali iskustva s određenom uslugom, kao društvena bića tako funkcioniramo pa je oduvijek komunikacija između iskusnih i manje iskusnih evolucijski bitan faktor, u krajnjoj liniji, preživljavanja.

Sigurnost je sigurno jedan od glavnih preduvjeta pri traženju željene turističke destinacije. Globalizacija donosi složene međudržavne odnose, a pojedinci se, ponukani i informacijskim lavinama ekstremističkih političkih parola, u koštac s tim hvataju sami i dolazi do sve češće pojave terorizma. „Odluke turista da ostanu kod kuće ili da odaberu sigurniju destinaciju zapravo znače velike gubitke za industriju zemlje koja trpi terorističke napade.“ (Veselčić, 2017).

Ugostitelji i drugi turistički djelatnici prepoznali su važnost dobre reklame i preporuke, a nova generacija korisnika interneta dobro je upoznata s prevarama, lažnim profilima i sličnim internetskim podvalama i pokušajima manipulacije mišljenjem. U strahu od lako dostupne loše recenzije turističke tvrtke, ugostitelji, obrtnici (…) više pažnje pridodaju kvaliteti usluge i proizvoda, ali i dizajnu, sveukupnom dojmu branda. Doba sveprisutne fotografije naglašava važnost zanimljivog i kvalitetnog vizuala. Laka dostupnost informacija postavlja turističke djelatnike u nezavidan položaj jer danas preporuka i zadovoljstvo klijenta znači u prvom redu reklamu, a u pravilu o usluzi ovisi je li ta reklama dobra ili loša.

Mogućnosti koje internet pruža očituju se i u informiranosti turista koji sve više postaju svjesniji ekoloških problema pa je sve češći kriterij odabira destinacije, smještaja i aktivnosti sveukupna svjesnost o okolišu pri putovanju i na destinaciji. Čini se da je to jedno od novih turističkih trendova pa će mudri pružatelji turističkih usluga sve više pažnju obraćati na ekološkoj održivosti svojih ponuda.

Iz svega navedenoga da se zaključiti da „najveći utjecaj na globalizaciju u turizmu imaju neograničen izvor informacija, razvoj i konstantna modernizacija prijevoza, slobodno tržište u odnosu na stranu trgovinu, širenje hotelskih tvrtki u franšize, značajna potreba za turističkim uslugama i internacionalna konkurencija“ (Brelik, 2018).

4.1. Globalna pandemija COVID-19 i turizam

Početkom 2020. godine svijet se suočio s novom zdravstvenom nepoznanicom, a to je virus COVID-19. Prvi slučaji bolesti pojavili su se u Kini nekoliko dana pred 2020. godinu. Do veljače već su bili zaraženi mnogi ljudi unutar više mjesta u Kini, a virus je postao ozbiljna prijetnja susjednim i bliskim zemljama. Procesi globalizacije ubrzali su širenje koronavirusa pa su otvoreno tržište, a Kina je poznata kao kvantitativno najveći izvoznik proizvoda u svijetu, i već spomenuta česta internacionalna putovanja brzo počeli širiti virus izvan granica Kine. Nedvojbeno se procesi globalizacije mogu pratiti samim širenjem virusa jer je zaraza pokazatelj fizičke mobilnosti ljudi danas.

Osim te vrste kretanja na razini svijeta, može se, i zanimljivo je mnogim istraživačima, pratiti i kretanja informacija povezanih s koronavirusom. Utjecaj informacijskog širenja gotov je velik kao i onaj fizički, koji prenosi sam virus, pa se može reći da je ova pandemija pokazala važnost informatičke umreženosti u svijetu. Mnoga znanstvena istraživanja svakodnevno se provode na najprestižnijim svjetskim sveučilištima i institutima, a najnovije informacije o tome dostupne su cijelome svijetu. Pluralizam mišljenja, nedovoljna vremenska distanca, emocionalna uključenost i eksperimentalnost znanstvenih metoda dovodi čovječanstvo u stanje nepovjerenja informacijama pa se, kao i za svaki stav koji je *de facto* nemoguće utvrditi, polariziraju mišljenja i zatežu međuljudski odnosi.

Na turističkoj razini pandemija je imala značajan utjecaj za 2020., a vjeruje se i za nadolazeće godine. Zbog upravo navedene informacijske gustoće i nemogućnosti kvalitetne prosude istinitosti informacija, posjetitelji, odnosno turisti, manje se usuđuju ići na putovanja, okupljanja i slično. Čak ni zdravstveni turizam nije mnogo uznapredovao jer metode liječenja još nisu u potpunosti jasne. Sve prednosti tehnološkog napretka ovoga su puta dovele do veće bojazni turista, a to je prouzročila svijest koja je svakodnevno medijski razdražena ogromnom količinom, često kontradiktornih, informacija.

Neke su zemlje bile stigmatizirane kao zemlje s bujanjem broja oboljelih od koronavirusa, pa je primjerice Italija u rano proljeće 2020. bila opustošena. Glavni trgovi velikih gradova pete najveće turističke destinacije u svijetu izgledali su apokaliptično. Usporedbe s predviđanjima zarade od turizma u kritičnom periodu još se uspostavljaju, pogotovo uzimajući u obzir to da pandemija još traje. Globalna statistika je, osim stigmatiziranja država, dovela i do stigmatiziranja nacija i pojedinaca, a internet su na početku pandemijske krize preplavile snimke rasizma, koji se po prvi puta tada javlja na takvim postavkama.

5. UTJECAJI GLOBALIZACIJE NA HRVATSKI TURIZAM

Da bi se jasno odredila nova strujanja unutar hrvatskog turizma koja su uvjetovana eksponencijalno rastućim utjecajem globalizacije, potrebno je dobiti uvid u prošlost hrvatskog turizma. Zatim valja analizirati trendove današnjeg turizma, modernog turizma u Hrvatskoj. Tako se lakše mogu utvrditi kretanja zbivanja unutar turističke slike Hrvatske i jasnije detektirati utjecaji globalizacije na hrvatski turizam.

5.1. Temelji turizma u Hrvatskoj

Hrvatsku je nedvojbeno oduvijek krasila izrazita prirodna ljepota pa je jasno da je uvijek postojala turistička potražnja. No turizam u današnjem smislu riječi javlja se od devetnaestog stoljeća, a tada je prednjačio zdravstveni turizam. Zapravo su već u antičko doba neka mjesta u sadašnjoj Republici Hrvatskoj bila poznata kao lječilišta. Izvori ljekovitih prirodnih bogatstava bili su jedni od prvih točaka razvoja turističkih strategija u Hrvatskoj, ali tek u devetnaestom stoljeću kada se svijest o turizmu, u suvremenom smislu te riječi, razvija. Devetnaesto stoljeće bilo je poznato po određenim turističkim rutama, a one najpoznatije (Trst – Rijeka, Rijeka – Senj…) polagano su upoznavale strane turiste s Hrvatskom.[2] S obzirom na iznimnu popularnost Italije kao destinacije, koja se duboko učvrstila već u renesansnom dobu kao kulturna prijestolnica zapadnog svijeta, i na geografsku blizinu Hrvatske, lako je zaključiti da je Istra bila vrlo rano posebno popularno mjesto za strane turiste u Hrvatskoj.

Opatija se tada posebno ističe iznimnom brigom o uređenju i vrhunskim ulaganjem u luksuzne vile te je brzo postala jedno od prestižnijih svjetskih destinacija, a u ranom dvadesetom stoljeću dosegla je vrhunac dotadašnjeg turizma u Hrvatskoj.

Od samog početka dvadesetog stoljeća, Hrvatska je strani publicitet dobivala ponajprije zahvaljujući svjetski poznatim gostima koji su s oduševljenjem svjedočili svoju zaljubljenost u Hrvatsku, poput Sergeja Jesenjina i Isidore Duncan, Alberta Einsteina, Gustava Mahlera,

[2] Izvor: https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska , (pristup 11. siječnja 2021.)

Jamesa Joyca… A na slavnu izjavu Alberta Hitchcocka o najljepšem zalasku sunca na svijetu, onom zadarskom, mnogi se i danas referiraju kada promoviraju prirodne ljepote hrvatske obale.

5.2. Suvremeni hrvatski turizam

Nekoliko desetljeća dobrog upravljanja turističkim sektorom, ali i entuzijazma lokalnog stanovništva, koje je pokazalo veliki interes za bavljenjem turizmom i svim popratnim poslovima, posljednjih godina jasno dolazi na vidjelo. Eksponencijalan rast popularnosti Hrvatske kao turističke destinacije, u prvom redu kao mjesta za ljetovanje, samo je dokaz godina rada nekoliko generacija u ovom sektoru. Kvalitetan se turizam gradi godinama, to se najviše ističe pri turističkoj ponudi, festivalskim događanjima, raznim kulturnim manifestacijama te ulaganjima u krajobraznu arhitekturu i dizajn ugostiteljskih objekata, internetskih stranica i svih vrsta promidžbenog materijala.

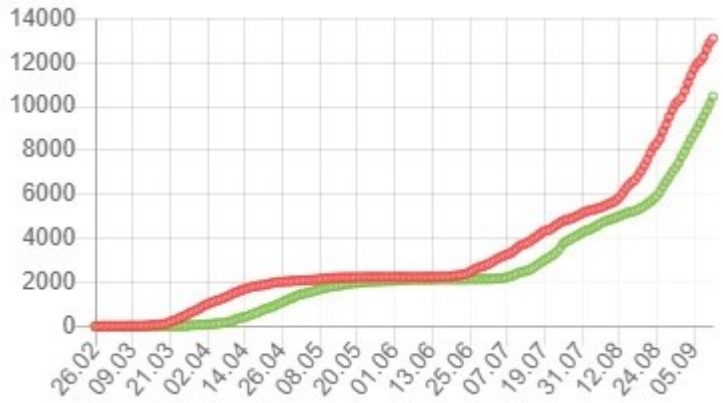
Danas publicitet kakav se navodi u prethodnom poglavlju možemo usporediti s onim koji danas donosi najviše internacionalne pozornosti Hrvatskoj. Sada ga manje pružaju slavni autoriteti, a više medijska eksponiranost uzrokovana globalizacijskim tekovinama unutar svijeta zabave, umjetnosti i estrade. Snimanje *blockbuster* filmova i serija poput *Game of Thronesa, Robina Hooda, Jamesa Bonda* i mnogih drugih uspješnica Hrvatskoj donosi iznimno kvalitetnu reklamu u pogledu atraktivnosti lokacija, ali i racionalnih troškova (logična je pretpostavka da će produkcija izabrati financijski povoljne lokacije).

Osim toga svjetski poznati festival *Ultra*, donio je u posljednjih nekoliko godina značajan priljev novca, pogotovo na lokalnoj razini, razini grada Splita. Mnoštvo manjih festivala nema takav internacionalni karakter pa ne donose izrazit prihod, ali doprinose atraktivnosti manjih lokalnih zajednica i turistima nude kulturni i popularni sadržaj koji je najčešće prilagođen i za strane turiste, odnosno sav je sadržaj gotovo redovno i na engleskome jeziku, koji kao svjetski jezik omogućava internacionalna sudjelovanja, što u organizaciji i programu, što u prilagodbi posjetiteljima.

5.3. Koronavirus i turistička sezona u Hrvatskoj

Širenje koronavirusa postalo je globalnih razmjera u rano proljeće 2020., a u Hrvatskoj se, kao u drugim pretežno turističkim zemljama, već u to vrijeme naveliko raspravljalo o utjecaju pandemije na turističku predsezonu, sezonu i postsezonu. „U tom kontekstu Hrvatska je s jedne strane u nepovoljnoj situaciji zbog male domaće potražnje, ali je s druge strane u prednosti zbog lokacije blizu glavnih europskih tržišta lako dostupnih osobnim automobilskim prijevozom." (Klarić, 2020.) Sigurno je to jedan od bitnih razloga izrazito opreznog i odgovornog ponašanja stožera i državnih institucija. Broj novozaraženih značajnije je rastao od kraja ožujka do kraja travnja (Slika 1.), a zatim se u svibnju širenje koronavirusa uspjelo potpuno obuzdati. Sa statistikom su, čini se, upoznati i turisti jer se pad turističkih dolazaka poklapa s rastom novih slučajeva i obratno. Dakle predsezona bilježi znatniji pad u odnosu na 2019. godinu, s padom turističkih noćenja za 83,4 posto u prvih pet mjeseci 2020 (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, svibanj 2020).

Slika 1. Grafički pregled zaraženih koronavirusom u Republici Hrvatskoj,



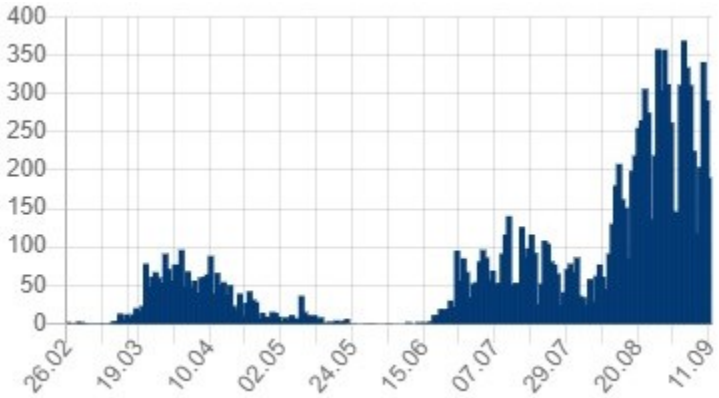
Izvor: www.koronavirus.hr (preuzeto 19.01.2021.)

S obzirom na gotovo potpuno smirenje epidemiološke situacije u svibnju, pad je u lipnju bio nešto manji, s 72,4 posto manje noćenja u odnosu na prošlu godinu. U obzir se mora uzeti da je turistička sezona 2019. godine bila rekordna po velikoj većini parametara. Epidemiološke

mjere posebno su naštetile organizatorima skupnih putovanja, pad takvih bilježi čak 84,7 posto u lipnju, dok individualna putovanja bilježe pad od 65,3 posto.[3] U srpnju i kolovozu taj je pad manji za 62 posto u odnosu na 2019. godinu. [4]

Na konferenciji za medije 11. rujna 2020. godine izneseni su službeni podaci Ministarstva turizma i sporta o dosadašnjem turističkom rezultatu ove godine, koji iznosi 53 posto lanjskog rezultata u istom razdoblju.

Slika 2. Prikaz rasta novozaraženih koronavirusom u Republici Hrvatskoj



Izvor: www.koronavirus.hr (preuzeto 19.01.2020.)

Pretpostavlja se da će, zbog novog rapidnog rasta novozaraženih, Hrvatska opet zabilježiti značajniji pad, kao u predsezoni, pa bi postsezona mogla imati i veći pad od predsezonskog razdoblja. Najviše će na to utjecati politike ostalih zemalja. Ako odluče postrožiti mjere pri prelasku granica ili čak potpuno zatvore granice, posljedice po turizam bi mogle biti i značajnije.

[3] Iz službenih podataka Ministarstva turizma za lipanj 2020.
[4] Iz Analiza turističkog prometa i pregled provedenih aktivnosti tijekom srpnja i kolovoza 2020. godine Republike Hrvatske

6. ZAKLJUČAK

Globalizacija je proces koji sve više utječe na sve aspekte suvremenog društva. Postala je neizbježan element u ozbiljnijem proučavanju svih socioekonomskih kretanja, a s time i u proučavanju turizma. Globalizacija u turizmu važna je tema za sveobuhvatnije shvaćanje novih fenomena, trendova i promjena u turističkoj ponudi i potražnji.

Najnoviji tehnološki dosezi značajno pridonose utjecaju globalizacije na turizam i to uglavnom ekonomski pozitivno. Masovni turizam, kao posljedica globalizacije, sa sobom nosi brže i veće kretanje kapitala, veće prihode u turizmu, povećava promet i učinkovitije prenosi informacije. Te prednosti sa sobom nose i odgovornost jer turistički djelatnici moraju ići ukorak s vremenom, stalno ažurirajući svoj digitalni marketing u smjeru razvijanja novih usluga i plasiranja na internetske platforme.

Nova generacija turista važan je čimbenik shvaćanja najnovijih trendova turističke potražnje. Globalizacije je pogotovo mladima, koji su odrasli u doba tehnološke sveprisutnosti, omogućila da barataju internetskim izvorima i brzo dolaze do najpovoljnijih opcija, dobrih preporuka, najbržih puteva i prijevoza i slično. Pružatelji turističkih usluga stoga sve manje mogu računati na neinformiranost turista i sve se više moraju prilagođavati ponudi i kvaliteti konkurenata.

Hrvatska je jedna od zemalja svijeta koji svoju ekonomiju dobrim dijelom održavaju turizmom. Iako turizam ima mnoge dobrobiti na razvoj ekonomije države, takav ekonomski pristup koji se uvelike oslanja na turizam nosi specifične rizike poput prirodnih neprilika i mogućih društvenih i političkih nestabilnosti koji su lokalnog karaktera i uvijek su bili potencijalni problemi. No pitanja kriminala i terorizma, ali i zdravstvenih kriza, pitanja sunegativnih utjecaja globalizma na turizam. Svijet se upravo nalazi usred globalne zdravstvene krize, pandemije koronavirusa, a to je ove sezone znatno utjecalo na turističku uspješnost u čitavom svijetu, pa tako i u Hrvatskoj.

Globalizacija nosi brojne pogodnosti i nove mogućnosti pristupa turizmu. Pozitivni učinci globalizacije nadjačavaju one negativne u globalu, ali ponekad prevladaju i negativni učinci, pogotovo u kriznim i nesvakidašnjim situacijama. Tako je 2020. i 2021. godina na specifičan način izazovna za cijelu globalnu ekonomiju, a to se odražava i na turizam. Turizam kao područje ljudske djelatnosti na koje utječe mnogo čimbenika poput kulture, informacijskih znanosti, ekonomske moći, politike i tako dalje, posebno je pogođen pandemijom koronavirusa, čiju raširenost i posljedice uzrokuju procesi globalizacije koji omogućuju donedavno

nezamisliva međunarodna mobilnost i povezanost svih krajeva svijeta; politički, poslovno, prometno, a sve to često spada i u turističke aktivnosti.

7. LITERATURA

1. Brelik, A. (2018.) *Globaization in tourism*, zbornik radova za konferenciju, Zapadnopomorsko tehnološko sveučilište u Szczecinu.

2. Cooper, C. (2008.) *Tourism: Principles and Practice*, Pearson Education.

3. Hall, C.M. (2000.) *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, University of Canterbury, citirano 11.03.2020.

4. Halloway, J.C., Taylor, N. (2006.) *The Business of Tourism*, FT Prentice Hall.

5. Klarić, Z. (2020.) *Širenje koronavirusa u svijetu i hrvatski turizam,* Institut za turizam.

6. Koncul N. (2009.) *Ekonomika i turizam*, Mikrorad d.o.o., Zagreb.

7. Jafari, J. (2002.) *Encyclopedia of Tourism*, University of Wisconsin-Stout, Routledge.

8. Jordan, P. (2000.) *Hrvatski turizam pred izazovima globalizacije*, časopis Turizam.

9. Lončar, J. (2005.) *Globalizacija – pojam, nastanak i trendovi razvoja*, Prirodoslovno-matematički fakultet u Zagrebu.

10. Verteš, B. (2017.) *Ekonomski utjecaji turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković"

11. Veselčić, A. (2017) *Globalizacija u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

Internetski izvori:

12. Priopćenja Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za svibanj, lipanj 2020., poveznica na: https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/dokumenti-80/statistike/11514 Pristupljeno 19. siječnja 2021.

13. https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska

Pristupljeno 20. siječnja 2021.

14. https://www.sciencedirect.com/journal/nursing-outlook/vol/50/issue/3
Pristupljeno 20. siječnja 2021.