

# Utjecaj sigurnosti destinacije pri donošenju odluke o putovanju na primjeru destinacije Republike Hrvatske

---

Škec, Nedeljko

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:818787>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-04**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -  
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and  
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ  
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

NEDELJKO ŠKEC

**UTJECAJ SIGURNOSTI DESTINACIJE PRI  
DONOŠENJU ODLUKE O PUTOVANJU NA  
PRIMJERU DESTINACIJE REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, srpanj 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ  
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

NEDELJKO ŠKEC

**UTJECAJ SIGURNOSTI DESTINACIJE PRI  
DONOŠENJU ODLUKE O PUTOVANJU NA  
PRIMJERU DESTINACIJE REPUBLIKE HRVATSKE**

**THE INFLUENCE OF DESTINATION SECURITY IN  
MAKING A TRAVEL DECISION ON THE EXAMPLE  
OF A DESTINATION IN REPUBLIC OF CROATIA**

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

doc. dr. sc. Marina Gregorić, v. pred.

Čakovec, srpanj 2022.

Čakovec, 2. ožujka 2022.

država: **Republika Hrvatska**  
Predmet: **Destinacijski menadžment- IZVANREDNI**  
Polje: **5.01 Ekonomija**

## DIPLOMSKI ZADATAK br. 2021-MTSD-I-112

Pristupnik: **Nedeljko Škec (0313021397)**  
Studij: **Izvanredni specijalistički diplomski studij Menadžment turizma i sporta**

Zadatak: **Utjecaj sigurnosti destinacije pri donošenju odluke o putovanju na primjeru destinacije Republike Hrvatske**

### Opis zadatka:

Cilj istraživanja je ispitati stavove i mišljenja ispitanika, a vezano uz percepciju sigurnosti turističkih destinacija Republike Hrvatske te koliki utjecaj ima sigurnost turističke destinacije Republike Hrvatske na donošenje njihove odluke o putovanju u istu. Istražit će se odgovori na pitanja kao što su: što turisti smatraju koliki je stupanj sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske, Jesu li prilikom posjete bili izloženi turističkim prijevarama ili kaznenim djelama koja su počinjena na njihovu štetu, koliko se osjećaju sigurno i zaštićeno za vrijeme boravka u Republici Hrvatskoj te kakva je njihova percepcija na sve navedno. U radu će se osim povijesne metode i istraživaja za stolo, analize i sinteze, provesti i primarno kvantitativno istaživanje koje će biti sastavljeno u elektroničkom obliku (Google obrasci - eng. "Google forms") radi prikupljanja primarnih podataka.

Zadatak uručen pristupniku: 2. ožujka 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



doc. dr. sc. Marina Gregorić

Predsjednik povjerenstva za  
diplomski ispit:

---

## **ZAHVALA**

*Posebnu zahvalu želim posvetiti svojoj mentorici dr. sc. Marini Gregorić, doc., koja je svojim savjetima i smjericama učinila da ovaj rad bude što kvalitetniji, a njegova izrada što zanimljivija.*

*Također, želim zahvaliti svim profesorima MEV-a na prenesenom znanju tijekom cijelog studiranja.*

*Hvala i mojoj obitelji i zaručnici Mireli, koji su mi uvijek bili podrška tijekom svih godina studiranja.*

*Veliko hvala svima!*

## SAŽETAK

*Posljednjih godina vrijeme je različitih promjena na globalnoj svjetskoj sceni koje dovode do toga da se turisti pitaju je li neka turistička destinacija sigurna za posjet. Razlog tome su teroristički napadi, pandemija COVID-19, političke promjene i slično. Mnoštvo dostupnih informacija stvara konfuziju kod odabira sigurnih turističkih destinacija. Upravo je sigurnost turističke destinacije jedan od presudnih čimbenika prilikom odabira turističke destinacije.*

*Ovaj rad temelji se na sigurnosnim čimbenicima turističkih destinacija Republike Hrvatske te propituje koliko sigurnost turističkih destinacija Republike Hrvatske utječe na izbor turističke destinacije te donošenje konačne odluke o putovanju u istu.*

*Rad je sastavljen od ukupno šest točaka te je u radu opisana sigurnost i turizam te njihova međuovisnost, no kako bi to bilo razumljivo, obrađene su i teme povijesti sigurnosti Republike Hrvatske i potrebe ljudi za putovanjem. Čovjek kao moderno ljudsko biće ima potrebu za putovanjem, potrebu da napusti svoje uobičajeno mjesto stanovanja i svakodnevne rutine, pri čemu najčešće vodi računa o sigurnosti mjesta u koje putuje i boravi te kroz taj aspekt dolazi do izražaja izvorna ideja ovog rada, odnosno utjecaj sigurnosti destinacije pri donošenju odluke o putovanju.*

*Brzi razvoj moderne tehnologije i lakši načini putovanja uzrokovali su velike migracije ljudi na svjetskoj razini, a time su se povećale i turističke potrebe ljudi. Razvojem tehnologije, lakim pristupom informacijama, velikim kretanjima ljudi razvijaju se negativni učinci turizma, poput turističkog kriminaliteta uzrokovanog nezakonitim stjecanjem koristi gdje turisti unutar turističkih destinacija postaju žrtve te vrste kriminaliteta. Kako bi Republika Hrvatska zadržala potrebnu razinu turističke sigurnosti, stavlja poseban fokus na isto. Cilj svake turističke zemlje je zadržati percepciju sigurnosti od strane turista, ali i domicila, što je u radu istraženo te je razrađeno što ispitanici misle o navedenome.*

*Veliki utjecaj na posjećenost destinacije imaju potencijalne krizne situacije unutar i izvan zemlje. Npr. pandemija COVID-19 utjecala je na određene zabrane koje su ostavile drastične učinke na hrvatski turizam, osobito u 2020. godini, teroristički napadi i ostali nemiri u stranim državama mogu utjecati na to da u očima turista Republika Hrvatska postane primarna turistička destinacija upravo iz sigurnosnih razloga, te osjećaja zaštićenosti koji se može javljati kod turista, što je često presudan čimbenik kod donošenja odluke o putovanju u određenu destinaciju.*

*U radu je također provedeno primarno istraživanje od strane autora ovog rada, čiji je glavni cilj bio istražiti iskustva i mišljenja ispitanika vezana za utjecaj sigurnosti pri odabiru turističke destinacije kroz primjer destinacije Republike Hrvatske. Cilj je također istražiti i prikupiti odgovore na pitanja poput osjećaju li se ispitanici sigurno i zaštićeno za vrijeme boravka u turističkim destinacijama Republike Hrvatske, smatraju li Republiku Hrvatsku sigurnom turističkom destinacijom te bi li istu preporučili stranim gostima za siguran odmor.*

***Ključne riječi: Republika Hrvatska, sigurnost, turistička destinacija, turisti, odluka o putovanju***

# SADRŽAJ

SAŽETAK.....	5
1. UVOD .....	7
1.1. Predmet i cilj rada.....	7
1.2. Metode provođenja istraživanja.....	7
1.3. Struktura rada .....	8
2. TURIZAM I SIGURNOST .....	10
2.1. Turistička destinacija .....	11
2.1.1. Turističko mjesto.....	11
2.2. Turizam kao potreba za putovanjem.....	12
2.2.1. Turist .....	13
2.2.2. Proces izbora destinacije za putovanje.....	14
2.2.3. Psihološka potreba ljudi za kretanjem.....	15
2.2.4. Donošenje odluke o putovanju uzimajući u obzir sigurnost destinacije .....	16
2.3. Sigurnost u hrvatskom turizmu.....	17
2.3.1. Povijest i potreba za sigurnošću u turizmu.....	17
2.3.2. Sigurnost u Republici Hrvatskoj .....	18
2.4. Kriminalitet u turističkoj destinaciji .....	19
2.4.1. Turistički kriminalitet.....	19
2.4.2. Najčešći oblici kaznenih djela i mjesta počinjenja u turističkim mjestima.....	20
2.4.3. Počinitelji kaznenih djela u turističkim mjestima .....	20
2.4.4. Strani državljani kao počinitelji .....	20
2.4.5. Zaposlenici u objektima kao počinitelji .....	21
2.4.6. Sustavi tehničke zaštite .....	21
2.5. Postojeća provedena srodna istraživanja koja se vežu za utjecaj sigurnosti u turizmu kroz primjer turističkih destinacija Republike Hrvatske .....	21
2.5.1. Stupanj zadovoljstva osobnom sigurnošću u Istarskoj županiji.....	22



2.5.2.	Stupanj osobne sigurnosti na primjeru grada Umaga.....	23
2.5.3.	Elementi sigurnosti destinacije na primjeru gradova i općina Zadarske županije	24
3.	DOGAĐAJI KOJI UTJEČU ILI BI MOGLI UTJECATI NA REPUBLIKU HRVATSKU KAO TURISTIČKU DESTINACIJU .....	26
3.1.	Izbjeglička kriza.....	26
3.1.1.	Razlika između pojmova izbjeglice, tražitelja azila i migranta.....	27
3.2.	Terorizam.....	28
3.3.	Terorizam i turizam .....	29
3.3.1.	Terorizam i turizam na primjeru Republike Hrvatske.....	30
3.4.	Utjecaj rata na turizam Republike Hrvatske.....	30
3.5.	Pandemija SARS-CoV-2 (COVID-19) u turizmu .....	32
3.5.1.	Utjecaj pandemije SARS-CoV-2 (COVID-19) na slobodu kretanja turista iz stranih zemalja u turističke destinacije Republike Hrvatske.....	34
3.5.2.	Analiza turističkih pokazatelja uslijed pandemije COVID-19 na primjeru Republike Hrvatske .....	37
4.	KRIZNI MENADŽMENT I KRIZNO UPRAVLJANJE U TURIZMU .....	40
4.1.	Kriza .....	40
4.2.	Vanjski i unutarnji uzroci krize .....	40
4.3.	Krizni menadžment.....	41
4.3.1.	Kriza kao utjecaj na ponašanje menadžera.....	42
5.	ISTRAŽIVANJE.....	43
5.1.	Cilj istraživanja.....	43
5.2.	Metodologija istraživanja .....	43
5.3.	Pitanja anketnog upitnika.....	44
5.4.	Analiza rezultata provedenih anketnim upitnikom.....	45
6.	RASPRAVA.....	56

7. ZAKLJUČAK .....	57
POPIS LITERATURE .....	59
POPIS ILUSTRACIJA.....	62
Popis tablica .....	62
Popis grafikona.....	62

## 1. UVOD

Sigurnost je jedan od najvećih izazova današnjice. Svaka zemlja izdvaja posebna ulaganja u vlastitu sigurnost, kako u sigurnost svojih građana tako i u sigurnost gostiju za vrijeme njihovog boravka. Time se povezuju turizam i sigurnost. Razvojem suvremenog turizma zemlje razvijaju se i loše strane turizma, a to je turistički kriminalitet u kojem počinitelji tragaju za turističkim destinacijama gdje gledaju turiste kao prilike za nezakonito stjecanje koristi u bilo kojem obliku. Osim turističkog kriminaliteta javljaju se i druga djelovanja izvan zemlje na koja se može utjecati tek kada se pojave u samoj zemlji poput izbjegličke krize koja može potencijalno ugroziti turistički razvoj neke zemlje. Na sreću u Republici Hrvatskoj se nije desio teroristički napad te je na taj način i dalje ostala sigurna zemlja za život i boravak, no u radu je opisano kakve bi posljedice uslijed ovakvog događaja mogle nastati, osobito kada se radi o Republici Hrvatskoj kojoj BDP uvelike ovisi o turizmu.

Globalna pandemija COVID-19 utjecala je na čitav svijet, osobito u turističkom smislu gdje su se dešavala i potpuna zatvaranja turističkog sektora. Republika Hrvatska nije ostala imuna na ovakav izazov gdje su i najveće sile svijeta vraćene više godina unazad po pitanju BDP-a.

### 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je analiza postojećeg stanja sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske te provođenje primarnog istraživanja kako bi se u polju sigurnosti turističkih destinacija utvrdile:

- percepcija ispitanika o istome
- potencijalna potreba za unaprjeđenjem turističke sigurnosti.

### 1.2. Metode provođenja istraživanja

Za potrebe ovog rada provedeno je anonimno kvantitativno elektroničko anketno ispitivanje kojemu su pristupila 232 ispitanika. Anketni upitnik u potpunosti je anonimna te sadrži ukupno 16 pitanja. Pitanja su podijeljena u pet setova te su sva pitanja anketnog upitnika obvezna za odgovaranje.

### 1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen u pet glavnih cjelina: uvod, turizam i sigurnost, događaji koji utječu ili bi mogli utjecati na Republiku Hrvatsku kao turističku destinaciju, krizni menadžment i krizno upravljanje u turizmu te istraživanje koje je provedeno od strane autora ovog rada.

U prvoj cjelini ovog rada, **Uvodu**, definirani su predmet i cilj rada, metode koje su se koristile prilikom istraživanja te struktura rada.

U drugoj cjelini, **Turizam i sigurnost**, govori se o uskoj povezanosti turizma i sigurnosti. Turizam bez sigurnosnog aspekta teško je održiv te je primarni cilj svih turističkih destinacija održati osjećaj sigurnosti kod turista za vrijeme njihovog boravka u turističkoj destinaciji. Naime, kako bi se turista moglo privući u destinaciju i osigurati njegov siguran boravak, potrebno je održavati traženu razinu sigurnosti. Polazeći od turističkog kriminaliteta, u radu su analizirana najčešća nedopuštena djelovanja na štetu turista za vrijeme boravka u Republici Hrvatskoj te najkorisniji sustavi zaštite kako bi se dodatno unaprijedila sigurnost. Kaznena djela i prekršaji uvijek će se dešavati te je nemoguće u potpunosti ih iskorijeniti, no prioritet turističkih destinacija mora biti održavanje sigurnosti na traženoj razini i trajno zadržavanje osjećaja sigurnosti i zaštićenosti kod turista, ali i domicila.

U trećoj cjelini, **Događaji koji utječu ili bi mogli utjecati na Republiku Hrvatsku kao turističku destinaciju**, govori se o tome da Republika Hrvatska kao turistička zemlja može biti izložena raznim vanjskim i unutarnjim utjecajima na koje može i ne mora imati utjecaja. Npr. teroristički napadi u nekim zemljama, iz turističko-ekonomske perspektive govoreći, mogli bi Republiku Hrvatsku kod nekih turista kao sekundarnu turističku destinaciju učiniti primarnom. Ali isto tako u slučaju neke vrste kriznog događaja moglo bi se desiti upravo suprotno. Kolike su vjerojatnosti za nastanak ovakvog kriznog događaja, odnosno što smatraju ispitanici po tom pitanju, opisano je u točki istraživanja.

U četvrtoj cjelini, **Krizni menadžment i krizno upravljanje u turizmu**, govori se o važnosti kriznog menadžmenta, koliku važnost u sigurnosti, odnosno u predviđanju određenih događaja i u donošenju odluka uslijed kriznih događaja ima krizni menadžment. Tim kriznog menadžmenta odgovoran je za pretkrizno i krizno upravljanje kako bi poduzeće pod utjecajem krize ostalo likvidno. No, kako su i menadžeri ljudi, svatko od njih drugačije reagira pod pritiskom krize i stresa, osobita razlika kod njih vidljiva je kroz provedeno iskustvo koje imaju na određenim pozicijama poslovanja, npr. „stari – mladi“ menadžer. Jedan od najvećih izazova

u turizmu današnjice s kojima se susreo krizni menadžmenti je pandemija SARS-CoV-2, odnosno COVID-19.

U petoj cjelini ovog rada, **Istraživanju**, govori se o istraživanju koje je proveo autor ovog rada te o zaključcima koji su doneseni temeljem dobivenih rezultata istraživanja.

## 2. TURIZAM I SIGURNOST

Sigurnost je jedan od najvećih izazova današnjice. Svaka osoba teži osjećati se sigurno, isto se odnosi i na sigurnost u turizmu gdje potencijalni posjetitelji turističkih destinacija svoje odredište valoriziraju i kroz aspekt sigurnosti.

Sigurnost je temeljna potreba i pretpostavka učinkovitog turizma kao gospodarske grane, stoga je sigurnosti potrebno posvetiti posebnu pozornost, osobito danas kad je ona postala globalni izazov. Teroristički napad na Sjedinjene Američke Države 11. rujna 2001. godine, kao i sigurnosne mjere koje su nakon toga uslijedile, negativno su utjecali na broj stranih turista i zaradu koju oni donose (Matika i Gugić, 2007:17).

Vrlo općenita definicija sigurnosti govori da je sigurnost stanje bez ugrožavanja i opasnosti (Matika i Gugić, 2007:19).

Kao što su autori Matika i Gugić u svome radu naveli (prethodni pasus), ovo je općenita definicija. No, sigurnost je nešto znatno složenije jer zahtijeva brojne i složene aktivnosti kako bi ona bila održiva. Precizniju definiciju su naveli kao sljedeću.

U tehničkom smislu sigurnost je sposobnost sustava da svojim djelovanjem ili postojanjem s jedne strane ne izazove nezgodu, nesreću ili katastrofu, a s druge strane prikupi potrebne podatke iz okruženja kojima će optimizirati stanje sigurnosti sustava u cjelini. Ovakav sustav zahtijeva takve senzore koji će moći detektirati opasnost i na vrijeme upozoriti donositelja odluka kako bi mogao poduzeti protumjere (Matika i Gugić, 2007:19).

No, što ako se sigurnost naruši, odnosno je li moguća apsolutna sigurnost? Apsolutna sigurnost ni u jednoj zemlji svijeta nije u potpunosti zajamčena pa tako ni u Republici Hrvatskoj koja se promovira kao sigurna turistička destinacija, no zasigurno je već dokazala kako je u stanju postići i održati potrebnu razinu sigurnosti svojih građana, ali i turista te se na taj način može zasluženo promovirati kao sigurna turistička destinacija.

Apsolutnu sigurnost nigdje nije moguće postići, stoga nije moguća ni u turizmu. Zadaća je sigurnosnih službi u turizmu dosegnuti potrebnu i održivu razinu sigurnosti koja će garantirati da svaki turist može neometano zadovoljavati turističke potrebe kao što su odmor, oporavak, rekreacija, doživljaj, poboljšanje zdravstvenog stanja, stjecanje fizičke i psihičke kondicije, resocijalizacija i slično, ali isto tako i prevenciju u slučaju krivog usmjeravanja zadovoljenja

---

turističkih potreba (kroz npr. alkohol, drogu, oružje, krađu, nasilje, delikte i slično) (Matika i Gugić, 2007:18).

Sigurnost je opća potreba svakog čovjeka kojoj se oduvijek pridaje posebna pozornost. Kvalitetna turistička ponuda uvjetovana je sigurnošću kod koje moderni turist odlučuje je li sigurno posjetiti željenu turističku destinaciju ili ne, odnosno je li kroz sigurnosni aspekt turističke destinacije sigurno ili je suviše rizično uložiti vlastiti dohodak i na taj način omogućiti destinaciji turističku potrošnju.

## **2.1. Turistička destinacija**

Destinacija je (sama po sebi) neprecizan termin. Dodatno, puno je sudionika u lancu tvorbe turističkog proizvoda. U većoj ili manjoj suradnji s njima, javna organizacija za upravljanje destinacijom obavlja promidžbene aktivnosti bez utjecaja na cjelokupnu marketinšku politiku (proizvod – usluga, cijena, kanali distribucije). S time je stvaranje marke, koja identificira i diferencira destinaciju, još složenije (Medved, 2003:247).

Moderno shvaćanje pojma turističke destinacije obuhvaća šire područje. Radi turističke potrošnje, turistička destinacija se može promatrati kao turistički proizvod, odnosno ona ima svojstvo konkurencije nad drugim proizvodima. Turistička destinacija također se može definirati kao prostorna jedinica (Gregorić i Skendrović, 2012:44).

Kada govorimo o turističkoj destinaciji, možemo ju promatrati kao turistički proizvod u kojem postoje pružatelji i konzumenti usluga. Na taj način turistička destinacija zauzima široku dimenziju u samom turizmu.

### **2.1.1. Turističko mjesto**

Turistička destinacija ne može opstati bez turističkog mjesta, iz tog razloga možemo turističko mjesto promatrati u užem i širem smislu, što je u svome radu opisao autor Petrić.

Turistička mjesta u užem smislu su naselja unutar svojih administrativnih granica, bez obzira na veličinu. S druge strane, turističko mjesto u širem smislu obuhvaća i svoje šire gravitacijsko područje ako ono svojim resursima privlači posjetitelje. Upravo iz tog, nešto šireg koncepta turističkog mjesta nastao je i pojam destinacije (Petrić, 2011:13).

## 2.2. Turizam kao potreba za putovanjem

Turizam kao potreba za putovanjem je potreba čovjeka da mijenja svakodnevnu rutinu i time postaje turist. Razvojem tehnologije i mogućnosti putovanja turizam je u posljednjih nekoliko desetljeća postao pristupačan ljudima te ga oni koriste kako bi zadovoljili vlastite potrebe.

Tvrđnja da je turizam prije svega društveni fenomen neminovno uključuje i podrazumijeva istovremeno postojanje raznih uvjeta čijim se posredstvom proces ostvaruje i dalje razvija. Turizam postoji kako bi zadovoljio potrebe koje su općeg karaktera, a koje se tiču raznovrsnih razmjena na različitim razinama društvenog djelovanja, i razvija se na temelju društvenih utjecaja. Turisti svojim stavovima te ponašanjem opravdavaju potrebu za postojanjem turizma kao potrebe modernog čovjeka i čine da turizam poprimi značenje koje ustvari obuhvaća društvo u svojoj organizaciji, u svojim institucijama, u planiranju i upravljanju pravilima koja ga sačinjavaju i određuju (Šuran, 2016:18).

Stoga je potrebno razumjeti poticaje koji tjeraju osobu na odmor. Navedeno zahtijeva istraživanje brojnih sociopsiholoških čimbenika, od onih koji tjeraju pojedince na odmor pa naknadno čimbenika privlačnosti koje pojedinci imaju prema određenom mjestu, a koji ovise o opremama i uslugama zbog kojih je izabrana destinacija (Šuran, 2016:18).

Svakog turista (osobu) motivira drugačije provođenje odmora. Primjerice, neki turist će odabrati aktivan odmor, dok će drugi odabrati pasivan odmor, odmor na moru ili u planinama. Motivacija posjetitelja je individualna te temeljem nje posjetitelji odabiru turističke destinacije koje će posjetiti.

Turist pokušava ispuniti one želje koje u određenom trenutku doživljava kao svoju potrebu. To je razlog zbog kojeg je turistički marketing zainteresiran za svaki dio provođenja vremena pojedinog turista u destinaciji. Na taj način turistički marketing pokušava saznati motivacije određenog tipa turista radi kojih on putuje na odmor. Marketing na taj način sastavlja i nudi primamljive ponude (Šuran, 2016:42).

Moderni turistički marketing ima veliku ulogu u privlačenju gostiju u destinacije. Konkurentnost turističkih destinacija je velika, a broj turista je „ograničen“. No, u posjeti turističke destinacije ne igra ulogu samo turistički marketing, već i resursi kojima raspolaže ili ne raspolaže sama destinacija. Također, na turističkim je destinacijama da se prilagođavaju trendovima i potrebama turista.



Ako je promjena mjesta boravka oznaka turizma, to se odnosi i na sve putnike koji odlaze iz svojih stalnih obitavališta. A onda se otvaraju mnoge mogućnosti (Stipetić, 1998:126).

Autori Gregorić, Somođi i Patafta (2019:24) u svome radu objašnjavaju kako se razvojem turizma ostvaruju i brojni posredni i neposredni učinci koji su izraženi u utjecaju na okoliš i gospodarstvo. Okoliš i turizam vrlo su vezani pojmovi, no trenutno je trend da se u turizmu teži što većoj zaradi što s druge strane dovodi da se okoliš bori za vlastiti opstanak. Neki od negativnih učinaka razvoja turizma su povećana potrošnja vode, povećana koncentracija stakleničkih plinova u zraku, izumiranje pojedinih biljnih i životinjskih vrsta uslijed onečišćenja prirode i klimatskih promjena, veće količine otpadnih voda i ostalo.

Turizam u svome razvoju ima visok utjecaj na sigurnost, ne samo onu javnu, već i na ekološki svijet i samu prirodu. Razvoj turizma, ako nije pravilno kontroliran, može u određenim slučajevima uzrokovati neželjene efekte poput onečišćenja i zagađenja vode, zraka i ostatka prirode što utječe na zdravlje stanovništva i posjetitelja te naposljetku na posjećenost i konkurentnost destinacije, odnosno na stagnaciju ili propadanje turističke destinacije.

### **2.2.1. Turist**

Glavni akter turizma kao društveni fenomen je turist, tj. ona osoba koja u trenutku kada krene na jedno više ili manje organizirano putovanje 2-3 dana preuzima ulogu turista (Šuran, 2016:57).

Ukratko, bez turista nema turizma.

Dakle, u uobičajenom smislu riječi, turist je osoba koja svoje slobodno vrijeme koristi za putovanja ograničenog vremenskog razdoblja radi zabave ili iz obrazovnih svrha, i koji se, na kraju određenog vremenskog razdoblja, neminovno vraća odakle je i krenuo, tj. na polazno mjesto (Šuran, 2016:57).

Turist se u pravilu definira kao osobu koja je promijenila mjesto boravka (za kraće ili duže vrijeme) zbog nekih potreba, sklonosti ili drugih razloga (Stipetić, 1998:126).

Pri ekonomskim analizama turist je osoba koja je potrošila nešto radi turističkih potreba (Stipetić, 1998:126).

Zasigurno najklasičniji način definiranja turista je onaj koji se zasniva na ekonomskom mjerilu: turist je onaj koji dio svojih prihoda troši u mjestu koje se razlikuje od mjesta proizvodnje.

Međutim, ta definicija ne obuhvaća sve one subjekte koje je prema tim kvantificiranim mjerilima teško definirati kao turiste u smislu ponašanja (Šuran, 2016:36).

Prema navedenim definicijama turist ima važnu ulogu u stvaranju kapitala neke turističke destinacije, zajednice i BDP-a države. Iz toga se može zaključiti kako turisti promatrani kao ekonomski čimbenici koji povećavaju BDP države imaju presudnu ulogu u razvoju turizma, ekonomije i općeg zadovoljstva neke zemlje, a osobito onih zemalja kod kojih je turizam primarna grana ekonomskih priljeva kao što je tu u slučaju Republike Hrvatske.

Kako se učesnici ekskurzija mogu tretirati i kao turisti s kratkim boravkom (manje od jednog dana) ponekad se oni ubrajaju među turiste, iako iz tog mogu proisteći zabune (Stipetić, 1998:126).

Razvojem modernog turizma sam pojam turista mijenja svoje značenje. Turist od prije oko 200 godina je značajno drugačiji nego današnji, moderni turist koji traži nemjerljivo šire iskustvo negoli je to tražio prije.

U svakodnevnom govoru, pod pojmom „turist“ (koji se rabi oko 200 godina) obično se podrazumijevalo ljude koji su pravili „turu“ (oko Europe, u pravilu) radi odmora, iako je taj odmor bio pomiješan i s učenjem (o drugim kulturama, umjetnosti, povijesti i slično). U drugoj polovici 20. stoljeća takva je koncepcija turista neprihvatljiva jer je preuska (Stipetić, 1998:131).

Stipetić (1998:131) je utvrdio kako su turizam poslovna putovanja i posjete prijateljima i rodbini izvan matične zemlje, odlasci u inozemstvo radi zdravlja i obrazovanja, obrazovne i druge ekskurzije i drugo. Iznimku od tako širokog tretmana „turista“ u OECD koncepciji su rad s druge strane granice i radnici migranti (Stipetić, 1998:131).

### **2.2.2. Proces izbora destinacije za putovanje**

Proces izbora destinacije koju će posjetiti turist ovisi o psihološkom aspektu turista te privlačnim i odbojnim karakteristikama turističkih destinacija.

Hrvatski autor Fulvio Šuran smatra kako su kod procesa izbora destinacije odgovorni *push* i *pull* čimbenici.

*Push* faktori su dakle oni psihosocijalni čimbenici koji imaju utjecaj nad pojedincima da stvaraju potrebu kod istih na odmor. Te iste faktore potrebno je poručiti prije svih ostalih jer se psihički faktor smatra poveznicom emotivnog faktora (Šuran, 2016:42).

*Push* za odmor proizlazi iz želje da se nakratko napusti svakodnevni život. Radi se, naime, o bijegu od osobnih i međuljudskih odnosa, o potrebi smanjenja stanja tenzija i nelagoda (umor, dosada) zbog osobnih ili poslovnih problema te potrazi za društvenim i psiholoških zadovoljstvom kroz putovanje (Šuran, 2016:42).

Najrazličitiji *push* čimbenici mogu biti: bijeg od svakodnevice, samospoznaje, proučavanje samog sebe, odmor, tjelesna i mentalna njega, prestiž, regresija, želja da se učvrstnu obiteljski odnosi, poboljšanje, unaprjeđenje društvenih interakcija, oponašajući fenomen (moda), zadovoljavanje radoznalosti, ostvarenje jednog sna, jedne želje (Šuran, 2016:43).

Što se *pull* čimbenika (atrakcija) tiče, ovdje se radi o psihosocijalnim čimbenicima koji se pojavljuju naknadno, a koji guraju osobe na odabir određene vrste provođenja odmora. Ustvari, svakom od gore spomenutih *push* čimbenika može parirati jedan *pull* čimbenik (Šuran, 2016:43).

Turistički je izgled, dakle, prvi čimbenik atrakcije. On mora zadovoljiti želju da se za neko vrijeme prekine sa svakodnevicom, situaciju potrebe ili nevolje. Medijski izgled također je važan i događa se kroz fotografije, kataloge, internet, dokumentarce i drugo. Razlog tome nalazi se u njegovoj sposobnosti privlačenja prema onome što se smatra zadovoljavanjem svojih potreba (Šuran, 2016:43).

Izgled turističke destinacije i turističkog mjesta je od presudne važnosti za dobivanje privrženosti turista. Npr. ako potencijalni turist želi svoje slobodno vrijeme provesti okružen prirodom, onda ta destinacija mora biti u mogućnosti pružiti prirodu koja nije narušena od modernog načina života, danas se najčešće stavlja poseban naglasak na održivi razvoj. No, kako bi uopće turist mogao saznati za određenu destinaciju, potrebno je i sukladno identitetu destinacije izgraditi turistički marketing koji će medijski „pokriti“ sve attribute koji će zadovoljiti potrebe turista kako bi on mogao donijeti konačnu odluku o posjeti.

### **2.2.3. Psihološka potreba ljudi za kretanjem**

Mnogi psiholozi, sociolozi i antropolozi smatraju da je sloboda kretanja rasprostranjena i zajednička ljudska osobina. Želja koju za posjećivanjem i razgledavanjem različitih mjesta imaju pojedinci jedna je od najdubljih potreba čovjeka našeg vremena. Razlog tome je činjenica da je šarm istraživanja oduvijek privlačio čovjeka, od Odiseja do Sinbada, Kristofora Kolumba pa sve do svakog od nas pojedinačno (Šuran, 2016:35).

Čovjek u svojoj naravi oduvijek je imao potrebu za istraživanjem i za novim iskustvima. Upravo turizam ima svojstvo zadovoljavanja tih čovjekovih potreba.

Nerad postaje doživljaj, iskustvo, pustolovina. Potraga za odmorom pretvara se u bijeg mirnoće. U toj novoj interpretativnoj paradigmi stvarnosti u kojoj vlada globalizacija konzumerizma javlja se *vladavina potrošačke, platežne moći* (Šuran, 2016:91).

Turizam nudi mogućnosti generiranja ekonomskih učinaka putem korištenja usluga pri pasivnom provođenju slobodnog vremena.

#### **2.2.4. Donošenje odluke o putovanju uzimajući u obzir sigurnost destinacije**

Hrvatski autori Miočević i Juric (2020:60) u zborniku radova navode kako razvoj turizma ovisi o brojnim vanjskim čimbenicima uzrokovanim ljudskom aktivnošću poput terorizma, sigurnosti, kriminala, epidemija, političkih promjena, ekonomskih kriza i sl. Turisti su često žrtve i mete terorističkih aktivnosti (npr. bombaški napad u noćnom klubu na Baliu gdje su stradali mnogobrojni turisti). Zbog navedenog, sigurnost je postala jedan od ključnih čimbenika kod odabira turističke destinacije. Posljedica navedenog je da potencijalni turisti nesigurne turističke destinacije mijenjaju alternativnim sigurnim destinacijama.

Razvojem turizma nažalost javljaju se i novi oblici kaznenih djela i sličnih neprimjerenih djelovanja. Kako bi turist mogao donijeti odluku u putovanju, osim privlačnih atributa destinacije ocijenit će i stanje sigurnosti destinacije gdje će ocijeniti je li sigurnost prema njegovim potrebama zadovoljavajuća ili ne. Tek kada uzme u obzir sve bitne faktore destinacije koje uključuju i sigurnost, donijet će konačnu odluku o putovanju.

Autorica Gregorić u doktorskoj disertaciji spominje faktore koji mogu odbiti potrošače da posjete željenu destinaciji, od kojih je jedan od njih sigurnosni faktor. Sigurnosni faktor obuhvaća više čimbenika koji mogu utjecati na sigurnosnu nestabilnost turističke destinacije kao npr. mogućnost terorističkih činova, kriminalitet na visokoj razini, korupcija unutar zemlje i sigurnosnih službi, ratovi i slično (Gregorić, 2011:31).

Kako bi se privukli potencijalni potrošači u turističku destinaciju osim ulaganja neposredno u turistički sektor, potrebna su i ulaganja i proširenje javnih usluga te je potrebno kontinuirano poboljšavati usluge poput javne sigurnosti, prometa, regulacije prometa i kontrole prometnih gužvi, čistoće okolice i prometnica, usluge hitne medicinske pomoći i ostalih zdravstvenih usluga itd. (Gregorić, 2011:161).

### 2.3. Sigurnost u hrvatskom turizmu

Jedan od primarnih ciljeva Republike Hrvatske kao turističke destinacije je održavanje visoke razine sigurnosti i daljnje preventivno djelovanje u cilju sprječavanja prekršaja i kaznenih djela. Promocijom Republike Hrvatske kao sigurne turističke destinacije pružaju se velike mogućnosti za hrvatski turizam u budućnosti.

#### 2.3.1. Povijest i potreba za sigurnošću u turizmu

Od poznate povijesti, svaka je zemlja, neovisno o svom povijesnom obliku, težila svim aspektima svoje sigurnosti.

Pojam *sigurnost* potječe od latinske riječi *securitas*, što doslovno znači sigurnost (*securas*, lat. siguran, bezbrižan, pouzdan, neustrašiv, čvrst, zaštićen). Ta je riječ poslužila i za izražavanje sigurnosti u mnogim drugim jezicima, posebice romanskim: *securite* u francuskom, *sicurezza* u talijanskom; *security* u engleskom (Matika i Gugić, 2007:19).

Potreba čovjeka za sigurnošću postoji još od prapovijesnog doba i sigurnost kao takva je egzistencijalna potreba. U prapovijesnom dobu bila je potreba za samopreživljavanjem, a danas je sigurnost potreba za vlastito dobro, ekonomsko dobro, psihofizičko dobro i ostalo.

Matika i Gugić (2007:18) u svome radu naveli su da je potreba za sigurnošću jedna od temeljnih ljudskih potreba. U stabilnim društvima i globalnim prilikama potreba za sigurnošću slabi, ali u društvenim krizama, pojačanom terorizmu, ratnim opasnostima, elementarnim nepogodama i tehničkim kataklizmama potreba za sigurnošću značajno raste.

Sigurnosni problemi u turizmu nisu motivirani samo globalnim razlozima. U slučaju krivo usmjerenog zadovoljenja turističke potrebe generiraju se i nezdrava individualna i društvena stanja. Između domicilnog stanovništva i turista koji posjećuju određeno područje uvijek postoji latentni sukob imanentan malim sredinama (Metika i Gugić, 2007:18).

U posljednje vrijeme sve više se spominje sigurnost turističke destinacije, danas i sam turizam postaje generator nepoželjnih događanja, ali i velikih promjena, pa tako autor Fulvio Šuran (2016:120) navodi da turizam može dovesti i do novih oblika prijestupa, zločina, do povišenja cijena, obiteljskih razdora, promjene na tržištu rada i zanimanja, osiromašenja gastronomskih tradicija ili, općenito, do komodifikacije kulture i to posredstvom njihovog svođenja na puki folklor da bi se zadovoljile potrebe turizma.

Sigurnost u turizmu je poseban aspekt sigurnosti jer osim vlastitih građana javlja se potreba za sigurnošću turista kao posjetitelja i privremenog boravitelja neke turističke destinacije. S jedne strane potrebno je osigurati domicil, što uključuje i sigurnost pravnih osoba koje posluju u turizmu, a s druge strane potrebno je jamčiti sigurnost posjetitelja (turista) od npr. turističkih prijevara, krađa i ostalog što mogu počinuti domaćini, domaće stanovništvo, ali i drugi turisti ili ostale migracije u destinaciji.

Samo uz pravilan i planiran nadzor i prevenciju može se zadržati zahtijevana razina sigurnosti u turizmu.

### **2.3.2. Sigurnost u Republici Hrvatskoj**

Od stvaranja i proglašenja samostalne i suverene Republike Hrvatske u kojoj vlada pravo i sigurnost, put do visoke razine sigurnosti bio je izrazito izazovan. Kao mlada država nije imala oformljen vlastiti sustav nacionalne sigurnosti pa je odmah po osamostaljenju započela sa sustavom nacionalne sigurnosti još 1991. godine.

Republika Hrvatska s izradom vlastitog sustava nacionalne sigurnosti započela je još 1991. godine, od trenutka proglašenja raskida svih sveza s društvenom zajednicom u kojoj je do tada živjela. Izrada vlastitog sustava nacionalne sigurnosti bila je vrlo izazovna. Republika Hrvatska kao nova država nije imala mogućnost nasljeđivanja institucija sustava sigurnosti bivše državne tvorevine, radi toga morala je sve navedeno izrađivati otpočetak (Matika i Gugić, 2007:20).

Sukladno praksi suvremenih demokratskih država, Republika Hrvatska je dokumentima najviše razine normativno definirala vlastitu nacionalnu sigurnost i nacionalne interese jer nacionalna sigurnost mora biti konceptualno i pravno uređeno područje društvenog djelovanja i u potpori demokratskom razvoju društva. Hrvatski sabor je prvi put u 2002. godini usvojio Strategiju nacionalne sigurnosti Republike Hrvatske (Matika i Gugić, 2007:20).

Osobito je važno istaknuti da su Strategija nacionalne sigurnosti i Strategija obrane usklađene s ustavnim obvezama, normama međunarodnog prava kao i međunarodnim obvezama koje je na tom području preuzela Republika Hrvatska (Matika i Gugić, 2007:21).

Kao svaka suvremena i suverena zemlja, Republika Hrvatska je, kako svoje nacionalno zakonodavstvo, tako i sustav nacionalne sigurnosti i ostalog, morala uskladiti s vlastitim Ustavom i međunarodnim propisima kako bi mogla zadovoljiti demokratski poredak, ali i obveze prema međunarodnim zajednicama i Europskoj uniji u kojoj je postala i sama član.

Suvremeni pristup ugrožavanju sigurnosti polazi od pet područja, i to: vojnog, političkog, socijalnog, ekonomskog i ekološkog. Među najvažnije faktore sigurnosti mogu se navesti potpuna spremnost države za mirno rješavanje međudržavnih i međuetničkih sukoba, povećan obujam međunarodne suradnje i multilateralno rješavanje sigurnosnih problema (Matika i Gugić, 2007:22).

Iz navedenog se može zaključiti kako je sigurnost vrlo složen i usklađen dugotrajan proces koji je potrebno uvijek nadzirati i upravljati njime te se prilagođavati novonastalim situacijama koje bi mogle ugroziti sigurnost jednog od prije navedenih pet područja.

#### **2.4. Kriminalitet u turističkoj destinaciji**

Kriminalitet u turističkim destinacijama u vrijeme trajanja turističke sezone javlja se putem porasta kaznenih djela protiv imovine. Ovakva vrsta kaznenih djela prisutna je i u ostatku godine, no zbog drugačijih okolnosti u turističkoj sezoni iščitava se povećanje istih. (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

Okolnosti koje uzrokuju razvoj kriminaliteta u turističkoj destinaciji na stanje sigurnosti su: pogodnosti prostora za izvršenje kaznenog djela, slaba ili nikakva fizička i tehnička zaštita, dobro kamufliranje počinitelja kaznenog djela i njegovo stapanje u masu, bogata turistička klijentela, ali i nemarnost gosta prema vlastitoj imovini kao i nemarnost pružatelja usluga u pogledu investiranja u sigurnost (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

Počinitelji kaznenih djela turističke destinacije u vrijeme turističke sezone promatraju iste kao potencijal mjesta za stvaranje nezakonitih koristi.

##### **2.4.1. Turistički kriminalitet**

Kriminalitet koji se javlja u turističkoj sezoni ima tendenciju porasta kaznenih djela koja su inače prisutna cijele godine. Turistički kriminalitet najčešće je izraženiji u kaznenim djelima protiv imovine (najčešće krađe i teške krađe). Također, na sliku sigurnosti unutar turističkih mjesta i destinacija utječu i kaznena djela razbojnička krađa, razbojništva i prijevare te kaznena djela protiv spolne slobode i spolnog ćudoređa. Osobiti utjecaj na stanje sigurnosti javlja se ako su navedena kaznena djela počinjena na štetu stranih državljana (URL:

---

<https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

Turistički kriminalitet usko je vezan za turističku sezonu, prije navedena protupravna djela najčešće se dešavaju u turističkim mjestima i turističkim destinacijama.

#### **2.4.2. Najčešći oblici kaznenih djela i mjesta počinjenja u turističkim mjestima**

Prema podacima koje je objavila Policijska uprava primorsko-goranska u priručniku „Sigurnost u turizmu“, najčešći oblici kaznenih djela u turističkim mjestima su krađa, teška krađa, teška krađa provaljivanjem i drske krađe. Navedena kaznena djela najčešće nastaju na plažama, kampovima i opterećenim kupalištima, ali i u objektima u kojima se pružaju usluge smještaja i noćenja poput apartmana, motela i hotela. Osim navedenog, u vrijeme turističke sezone kao meta počiniteljima kaznenih djela su željeznički i autobusni kolodvori, brodska pristaništa i sredstva javnog prijevoza na cestama, pomorskog i željezničkog prijevoza radi veće koncentracije ljudi i gužvi. Ovakve gužve počinitelji kaznenih djela koriste za krađu prtljage i džepne krađe u kojima nerijetko turisti ostaju bez novca, bankovnih i kreditnih kartica te osobnih dokumenata koji su im prijeko potrebni, kako za boravak u Republici Hrvatskoj, tako i za povratak u matičnu zemlju turista (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

Dolaskom razdoblja turističke sezone dolazi do rasta kaznenih djela krađa i teških krađa unutar objekata koji su primarno namijenjeni usluzi smještaja i boravka turista poput motela, hotela, apartmana, kampova, kupališta i plaža (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

#### **2.4.3. Počinitelji kaznenih djela u turističkim mjestima**

Počinitelji kaznenih djela u turističkim mjestima mogu biti sve osobe koje borave u turističkom mjestu ili su samo u prolazu kroz turističko mjesto, to se odnosi i na hrvatske i strane državljane.

#### **2.4.4. Strani državljani kao počinitelji**

Oblici kaznenih djela koje čini ova skupina počinitelja su prijevare na štetu subjekata koji pružaju smještajno ugostiteljske usluge, *rent a car* agencije za najam vozila i subjekti za pružanje novčanih transakcija banke i bankomati. Također, ovi počinitelji imaju sklonost činjenju imovinskih kaznenih djela. Veliki broj turista u destinaciji kao i otvorenost granica idu u korist tim počiniteljima radi njihovog lakšeg prikrivanja kaznenih djela te infiltracije u mjesta



počinjenja. Njihov način ulaska u zemlju je legalan te svoju prijavu rade kao gosti (turistički razlozi posjeti RH), no njihova stvarna posjeta turističkim destinacijama Republike Hrvatske je činjenje kaznenih djela (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

#### **2.4.5. Zaposlenici u objektima kao počinitelji**

Svaka turistička sezona u Republici Hrvatskoj iziskuje i zapošljavanje velikog broja kadrova. Uključivanje radne snage iz nedomicilnog turističkog mjesta ponekada stvara preduvjete za razvoj nezakonitih radnji i kriminaliteta. Razlog tome je što određeni broj zaposlenih ima sklonost činjenja kaznenih djela radi stjecanja vlastite koristi. Ti zaposlenici s obzirom na radno mjesto, najčešće u turističkom objektu ili depandansu, koriste to svoje radno mjesto radi razvoja i počinjena kaznenih djela. Jedan od njihovih motiva zapošljavanja u ovakvim objektima je praćenje situacije, prikupljanje i dostava podataka o navikama određenih turista izravno počinitelju koji ih potom za njihove nezakonite usluge nagrađuje (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

#### **2.4.6. Sustavi tehničke zaštite**

Policijska uprava primorsko-goranska u priručniku „Sigurnost u turizmu“ kao sustave tehničke zaštite savjetuje instaliranje sljedećih sustava:

- alarmni sustav
- videonadzor
- portafonski sustavi
- vatrodojava i plinodojava
- rampe i klizna dvorišna vrata (URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf>, 5. 5. 2022.).

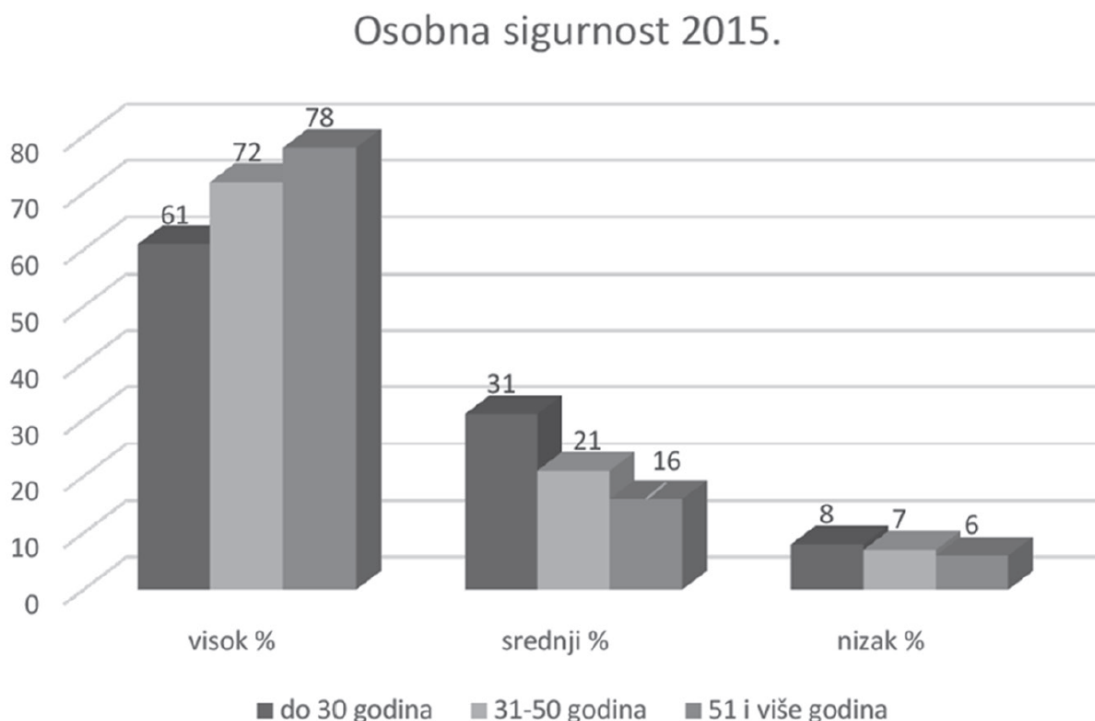
### **2.5. Postojeća provedena srodna istraživanja koja se vežu za utjecaj sigurnosti u turizmu kroz primjer turističkih destinacija Republike Hrvatske**

U nastavku podtočke slijedi analiza već provedenih istraživanja od strane drugih autora koja se vežu za utjecaj sigurnosti u turizmu.

### 2.5.1. Stupanj zadovoljstva osobnom sigurnošću u Istarskoj županiji

Postojeća istraživanja koja su proveli autori Kostić-Bobanović i Dolenc vežu se za godine 2015. i 2020. Navedeni autori proveli su longitudinalno istraživanje gdje su koristili metodu anketiranja u ljetnim mjesecima 2015. i 2020. godine nad turistima koji su boravili u Istarskoj županiji.

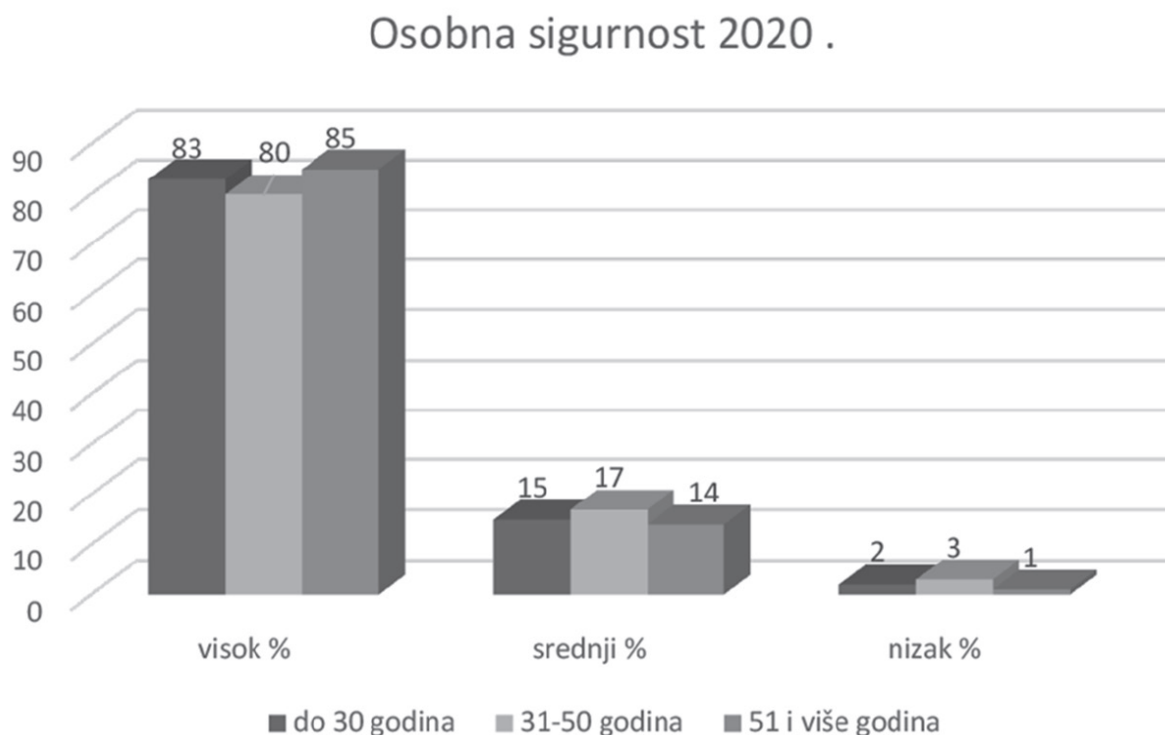
Grafikon 1. Stupanj zadovoljstva elementom osobne sigurnosti 2015. g. izražen u %



Izvor: Kostić-Bobanović i Dolenc, 2021:219

Graf prikazuje kako je zadovoljstvo osobnom sigurnošću u Istarskoj županiji u ljetnim mjesecima na visokom nivou, odnosno najviše je gostiju u dobi od 51 godine i više (njih čak 78 %) zadovoljno elementom osobne sigurnosti u 2015. godini. No, graf prikazuje i visok stupanj osobne sigurnosti i kod ostale dvije grupe ispitanika, odnosno kod grupe 31 – 50 godina visok stupanj iskazalo je 72 % ispitanika, a kod grupe do 30 godina za visok stupanj osobne sigurnosti izjasnilo se 61 % ispitanika.

Grafikon 2. Stupanj zadovoljstva elementom osobne sigurnosti 2020. g. izražen u %



Izvor: Kostić-Bobanović i Dolenc, 2021:219

Grafikon prikazuje kako su osobnom sigurnošću u 2020. godini i dalje najzadovoljniji ispitanici u dobi od 51 godinu i više (njih 85 %). Također, ostale dvije grupe ispitanika osobnu sigurnost smatraju visokom, njih 80 % kod grupe 31 – 50 godina te 83 % u slučaju grupe do 30 godina.

Ako analiziramo oba grafa, može se vidjeti kako je element osobne sigurnosti od 2015. do 2020. godine porastao kod turista u ljetnim mjesecima u Istarskoj županiji. Ovakvim dobivenim rezultatima nedvojbeno je da turisti smatraju Istarsku županiju kao sigurnu turističku destinaciju.

### 2.5.2. Stupanj osobne sigurnosti na primjeru grada Umaga

Empirijskim istraživanjem koje su proveli hrvatski autori Golob, Sirotić i Golob dala se turistima mogućnost ocjenjivanja razine zadovoljstva turističkim ponudama grada Umaga. Navedeni autori rezultate ispitivanja temelje na provedenih 200 anketnih upitnika koje su ispunjavali turisti u destinaciji. Korištena je Likertova ljestvica prioriteta pri čemu je ocjena 1 označavala izrazito nezadovoljstvo pojedinim atributom, a ocjena 5 predstavljala je izrazito visoku razinu zadovoljstva pojedinim atributom turističke ponude. Između ostalih atributa turističke ponude nalazi se i osobna sigurnost. Osobna sigurnost je kao rezultat ispitivanja

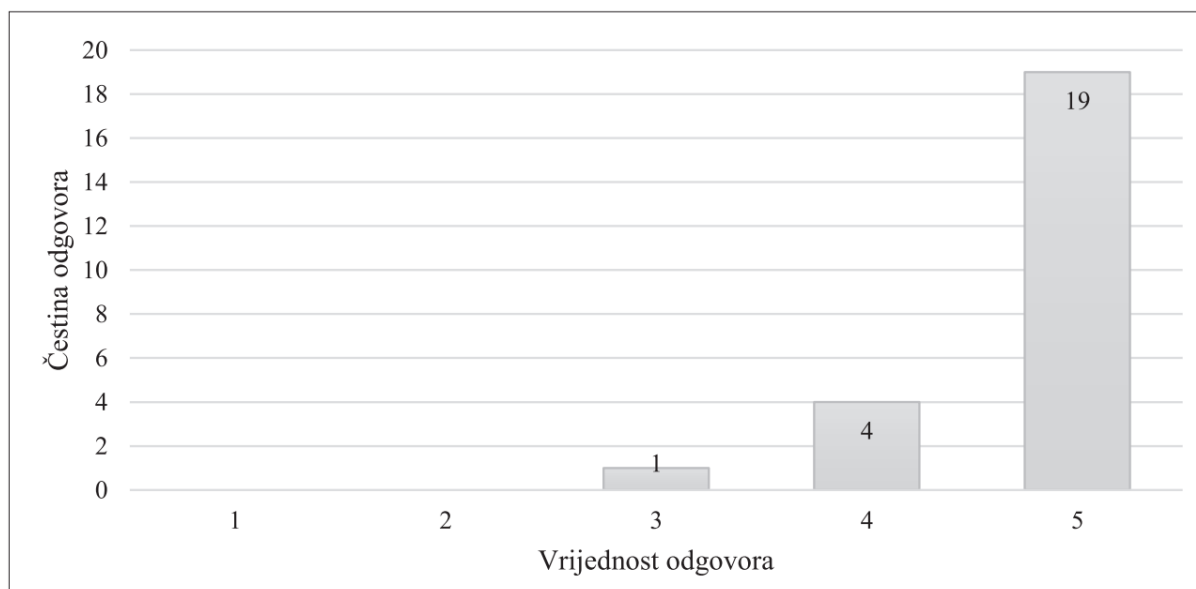
dobila ocjenu 3,95. Ovakva ocjena naglašava vrlo visoku razinu osjećaju sigurnosti u destinaciji grada Umaga (Golob, Sirotić i Golob, 2014:36).

### 2.5.3. Elementi sigurnosti destinacije na primjeru gradova i općina Zadarske županije

Autorica Vulin provela je anketno istraživanje nad djelatnicima turističkog sektora, točnije nad djelatnicima turističkih gradova i općina Zadarske županije, vezano za važnost elemenata sigurnosti za turističku destinaciju te smatraju li važnim ulaganje u sigurnost turističke destinacije.

Anketni upitnik koji je korišten u prije spomenutom istraživanju bio je sastavljen u elektroničkom obliku od ukupno 29 pitanja, no za potrebe ovog rada izdvojena su samo dva pitanja i odgovora koji su provedeni u obliku Likertove ljestvice pri čemu je raspon ljestvice od 1 do 5 (1 – potpuno nevažno, a 5 – iznimno važno) (URL: <https://cpi.gov.hr/UserDocsImages/konferencije/IDVPS/VII/zbornik/MUP%20zbornik%20radova%207%20-%205%20Vulin.pdf>, 18. 5. 2022.).

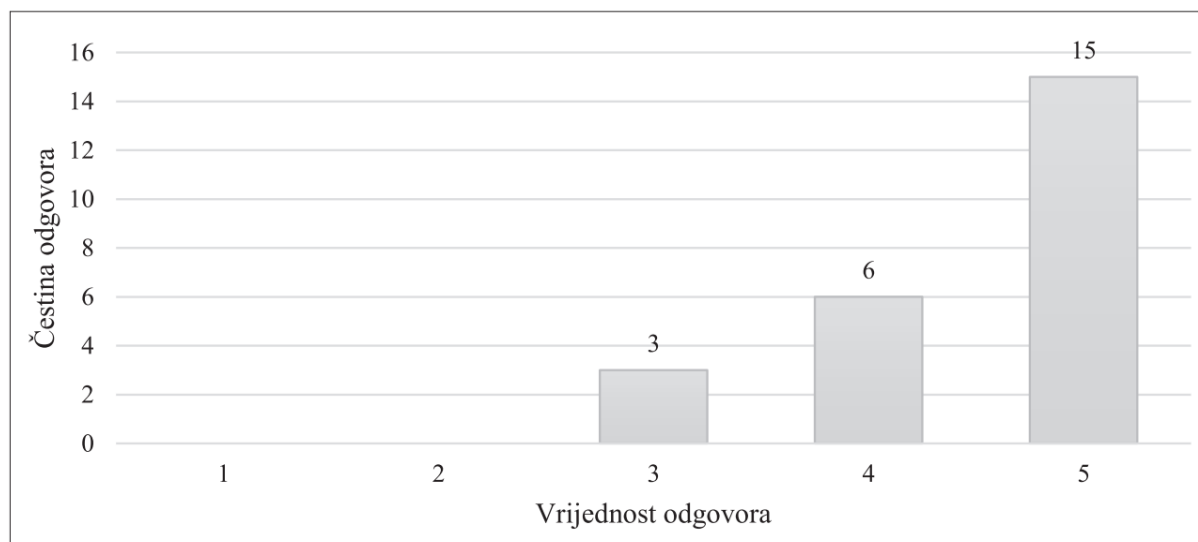
Grafikon 3. Važnost elemenata sigurnosti prilikom odabira destinacije



Izvor: Vulin, 2020:444

Ispitanici najčešće smatraju kako je element sigurnosti prilikom odabira destinacije od iznimne važnosti, pri čemu je važno napomenuti kako ni jedan od ispitanika ne smatra kako je sigurnost prilikom odabira destinacije nevažna ili potpuno nevažna.

Grafikon 4. Važnost učestalosti ugroza na sigurnosnu sliku destinacije



Izvor: Vulin, 2020:444

Graf prikazuje kako ispitanici najčešće smatraju kako je učestalost ugroza iznimno važna kod sigurnosne slike turističke destinacije. Nitko od ispitanika ne smatra da je važnost učestalosti ugroza na sigurnosnu sliku destinacije nevažna ili u potpunosti nevažna.

Oba grafa potvrđuju važnost sigurnosti u turističkim destinacijama odnosno kako prvo utječu ugroze na sliku turističke destinacije koju potom percipiraju turisti prilikom odabira željenog mjesta za provođenje slobodnog vremena, a potom kako ugroze utječu na elemente sigurnosti prilikom odabira željene destinacije. Obje pretpostavke, sigurnost i učestalost ugroza od iznimne su važnosti i od posebnog utjecaja prilikom odabira turističke destinacije.

### 3. DOGAĐAJI KOJI UTJEČU ILI BI MOGLI UTJECATI NA REPUBLIKU HRVATSKU KAO TURISTIČKU DESTINACIJU

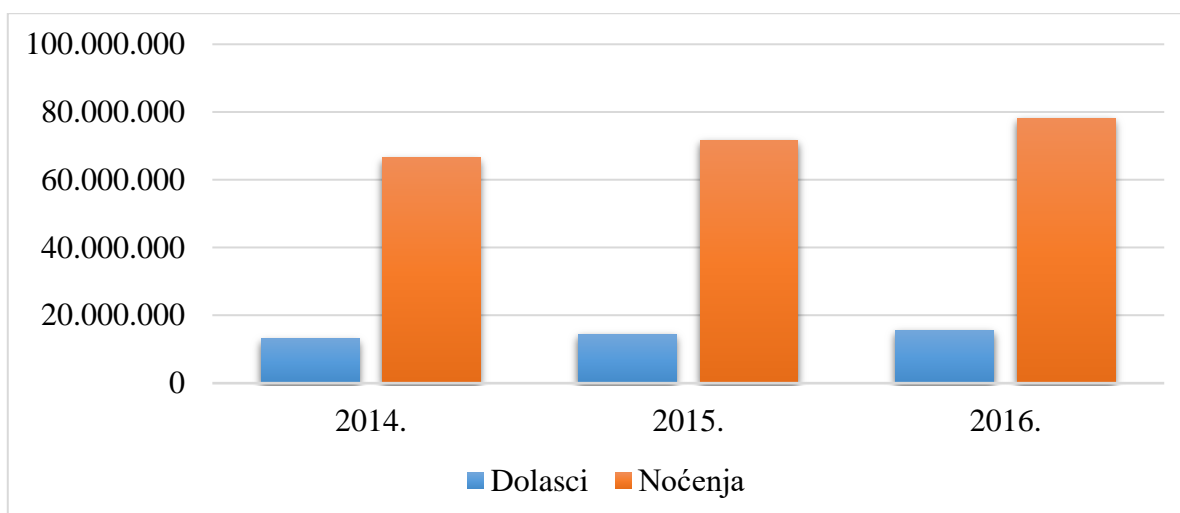
Republika Hrvatska kao turistička zemlja uvelike ovisi o događajima koji se dešavaju unutar zemlje, ali i izvan nje. Neki od najočitijih vanjskih i unutarnjih ugroza na turističku potražnju su „COVID-19 mjere“ koje provode gotovo sve zemlje, ali i sama Republika Hrvatska. „COVID-19 mjere“ odnosno u određenom pogledu „zabrane“ uvelike su utjecale na broj noćenja i turističku potražnju Republike Hrvatske, osobito u 2020. godini.

Nadalje, mnogi turisti zbog terorističkih ugroza, ratova i sličnog u određenim vremenima odustaju od putovanja u pogođene zemlje pa im kao alternativne destinacije ostaju zemlje poput Republike Hrvatske koje se procjenjuju visoko sigurnim turističkim destinacijama.

#### 3.1. Izbjeglička kriza

Izbjeglička kriza je najčešće usko vezana s ratnim zbivanjima. Velika ratna razaranja i ratni sukobi tjeraju stanovnike jedne zemlje u druge sigurne zemlje radi pružanja zaštite. U Republici Hrvatskoj 2015. godine bio je vrhunac izbjegličke krize u kojoj je Republika Hrvatska uglavnom bila tranzitna zemlja izbjeglica. Koliki je utjecaj izbjeglička kriza uzrokovala na turističke pokazatelje prikazano je u sljedećoj tablici.

Grafikon 5. Dolasci i noćenja 2014. – 2016. g.



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (URL: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150701\\_Turizam014.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150701_Turizam014.pdf), <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/TUB2015HR.pdf>, [https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam\\_u\\_broj\\_kama\\_HR\\_%202016.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_broj_kama_HR_%202016.pdf), 5. 5. 2022.)

Prema podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske (izdanja Turizam u brojkama za 2014., 2015. i 2016. godinu) koji su prikazani u tablici iznad, vidljivo je kako ukupne dolaske i noćenja prati kontinuirani rast u svakoj godini, odnosno godina prije izbjegličke krize (2014.), godina vrhunca izbjegličke krize (2015.) i godina nakon izbjegličke krize (2016.) prate kontinuirani rast ukupnih brojeva dolazaka i noćenja turista u Republici Hrvatskoj. Stoga se može zaključiti kako izbjeglička kriza koja je zadesila Republiku Hrvatsku u 2015. godini nije imala negativnog utjecaja na turističku potražnju, već je potražnja za turističkim potrebama rasla.

### **3.1.1. Razlika između pojmova izbjeglice, tražitelja azila i migranta**

Izbjeglice su ljudi koji bježe od oružanih sukoba i progona. Taj im se status u zemlji domaćinu priznaje na temelju opravdanog straha od progona, vjerskoj, nacionalnoj ili političkoj osnovi ili zbog pripadnosti određenoj društvenoj skupini (URL: [https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe\\_hr](https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe_hr), 30. 3. 2022.).

Odnosno, izbjeglica je osoba koja je iz bojazni za svoje zdravlje i život prisiljena napustiti svoju matičnu zemlju i zatražiti zaštitu u drugoj zemlji.

Tražitelji azila su ljudi koji tvrde da su izbjeglice, ali im još nije priznat taj status. Trenutačno zaštitu moraju zatražiti u prvoj zemlji EU-a u koju uđu. Izbjeglički ili drugi oblik međunarodne zaštite dobivaju tek nakon što nacionalna tijela o tome donesu pozitivnu odluku. To znači da neće svi tražitelji azila biti priznati kao izbjeglice. Zemlje EU-a 2012. odobrile su zaštitu za gotovo 3 334 000 tražitelja azila (URL: [https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe\\_hr](https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe_hr), 30. 3. 2022.).

Tražitelji azila su osobe koje su u postupku određivanja azila. No, nije svim tražiteljima azila zajamčen azil, odnosno postoje propisi koji moraju biti zadovoljeni da bi mogli dobiti traženi status u nekoj zemlji.

Migranti se, s druge strane, ne odlučuju na selidbu zbog izravne prijetnje ili progona, nego ponajviše kako bi si poboljšali životne uvjete: pronašli posao, stekli bolje obrazovanje, pridružili se obitelji itd. Izbjeglice štiti međunarodno pravo, konkretno Konvencija o izbjeglicama iz 1951., a za migrante su nadležne nacionalne vlade u skladu sa svojim zakonima i postupcima u vezi s useljavanjem (URL: [https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe\\_hr](https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe_hr), 30. 3. 2022.).

Migranti za razliku od tražitelja azila i izbjeglica se svojevolumno odlučuju najčešće na privremeno preseljenje radi lošijih ekonomskih čimbenika u vlastitoj zemlji.

### **3.2. Terorizam**

Točna definicija samog pojma terorizam još uvijek nije precizirana iako su mnogi autori koji su analizirali problematiku navodili brojne definicije. No, jedno je sigurno, terorizam koristi uporabu nasilja kako bi ostvario ciljeve te je kao takav neprihvatljiv u političkom i moralnom obliku ponašanja (Marić, 2012:91).

Ciljevi terorizma su uništavanje ljudskih života, materijalnih stvari, ljudskih vrijednosti te dovode u pitanje sigurnost za lokalno područje i samu zajednicu tog područja.

U današnjem dobu, jedna od najvećih prijetnji sigurnosti svih država je terorizam. Terorizam postoji od daleke povijesti, terorističke aktivnosti koje se događaju i danas imaju rezultat uzimanja velikih brojeva ljudskih života te na taj način utječu na kulturna, sportska, politička, gospodarska i ostala događanja u svijetu (Marić, 2012:87).

Masovni mediji pridonijeli su terorizmu da postane globalni problem jer terorističke organizacije djeluju preko medija koje koriste kao instrumente za postizanje vlastitih ciljeva. Zadaća medija je uočavanje vlastite snage u društvenim događajima te na taj način moraju pridonositi sprječavanju terorističkih akata, ne služiti im kao instrument već kao sredstvo u suzbijanju terorističkih djelovanja uz pomoć raznih organizacija te sigurnosnih službi koje su usmjerene u rješavanje ovakvih neželjenih događaja (Marić, 2012:87).

Terorizam je jedna od najvećih prijetnji sigurnosti zemalja svijeta. Jedan od načina na koji je to postigao je korištenje medija u negativne svrhe. Na taj se način terorizam povezuje, financira i prikazuje zločine za koje je odgovoran (Marić, 2012:89).

Današnji terorizam ima mogućnost utjecaja na sve zemlje svijeta, od kojih ni jedna nije imuna na njega. Teroristički napadi koji se danas dešavaju nisu nužno usmjereni samo protiv određenih država, već se napadi dešavaju od strane svih nezadovoljnih skupina unutar određene grupacije. Nebitno bila ona vjerska, ekonomska, politička ili bilo koja druga. Terorističke organizacije nasiljem žele privući pozornost te povećati interese za probleme tih organizacija i skupina (Marić, 2012:97).



Terorizam je jedna od najveći sigurnosnih prijetnji svakoj zemlji. Najčešći oblici terorizma su pojedinci i skupine koje su u stanju napraviti veliku štetu bilo kojoj državi, ponajprije koristeći strah kao svoje najveće oružje. Na ovakve oblike nasilja nije imuna ni jedna zemlja svijeta.

### **3.3. Terorizam i turizam**

Turizam svoje korijene temelji na načelima putovanja i mogućnosti slobodnog kretanja. Ta načela rezultat su razvoja prihvaćanja običaja, tuđih ideja i razvoja kulturološke svijesti, dok terorizam, s druge strane, ima motive svrgavanja vlasti te nametanje svoje kulture i vlastitih pravila. Neki čak i u potpunosti žele odbaciti zapadnjačku kulturu i način života, na kojem se najčešće temelji turizam (Miočević i Juric, 2020:62).

Postoje dvije razvidne sličnosti između turizma i terorizma. Globalizacija i tehnološki razvoj koji uzrokuje rast i razvoj turizma i turističke industrije usputno omogućuje i olakšava djelovanje terorističkih skupina gdje kroz prije navedeni razvoj omogućava znatno lakšu regrutaciju novih terorističkih članova, razmjenu informacija, financiranje i samu organizaciju napada. Današnji teroristi ne koriste se metodama drevnih vjerskih tekstova, već se koriste modernom tehnologijom (npr. internet) i metodama vojnih obuka (Miočević i Juric, 2020:62).

Ako promatramo turizam i terorizam kroz aspekt potrebe oslanjanja na medije, turizam pokušava uvjeriti potencijalne turiste da njihova željena destinacija može pružiti sve željene sadržaje koji će zadovoljiti njihove potrebe, dok terorizam kroz medije pokušava uništiti moral (demoralizirati) jače suparnike te ih uvjeriti kako ih ne mogu poraziti (Miočević i Juric, 2020:62).

„Moderno društvo definirano je informacijskim tehnologijama koje suvremeni turisti koriste. Mobilne tehnologije, aplikacije, društvene mreže i različite internetske platforme omogućuju interaktivnost, kontinuitet, brzi prijenos informacija, širenje informacija, trgovanje i fleksibilnost na području turizma“ (Gregorić, Vrkljan Muraj i Haleuš, 2017:123).

Terorizam i ostale sigurnosne prijetnje već su imale priliku pokazati koliko mogu utjecati na turistički razvoj mnogih zemalja i regija. Turizam je uslužna gospodarska grana koja je izložena raznim krizama. Posebno je ranjiva nakon terorističkih napada, ima za rezultat smanjenu potražnju i značajne ekonomske gubitke (Miočević i Juric, 2020:64).

Teroristički napadi oduvijek su se događali, i dešavat će se i dalje jer teroristi moraju koristiti nekakav način kako bi zadržali interes javnosti za njihove akte. Ni jedna zemlja ne uživa

apsolutnu sigurnost, te stoga teroristički napadi imaju karakter da se mogu desiti bilo gdje i bilo kada. Posebno ih je teško predvidjeti, a turistička industrija bi se trebala nositi s ovakvom vrstom ugroze kroz krizni menadžment (Miočević i Juric, 2020:65).

Vijesti o terorističkim napadima čine prijetnje stvarnima, iako je mala vjerojatnost da će život pojedinca biti ugrožen (Miočević i Juric, 2020: 65).

Teroristički napadi uvelike utječu na turističku potražnju. Jedan teroristički napad može manjoj zemlji koja u većini ovisi od turizma uništiti veći dio BDP-a koji proizlazi iz turizma.

### **3.3.1. Terorizam i turizam na primjeru Republike Hrvatske**

Kako bi Republika Hrvatska ostala sigurna turistička destinacija, upravljanje sigurnošću treba postaviti u fokus javnog, ali i privatnog sektora. Teroristički napadi koji su se dogodili u okruženju govore o mogućnostima za prevenciju koje su minimalne, shodno čemu sigurnost u turizmu treba predstavljati kompleksan sustav unutar državnih institucija, čiji će proces imati pozitivan učinak u slučaju neželjenih događaja (Marić, Samardžić i Protrka, 2017:310).

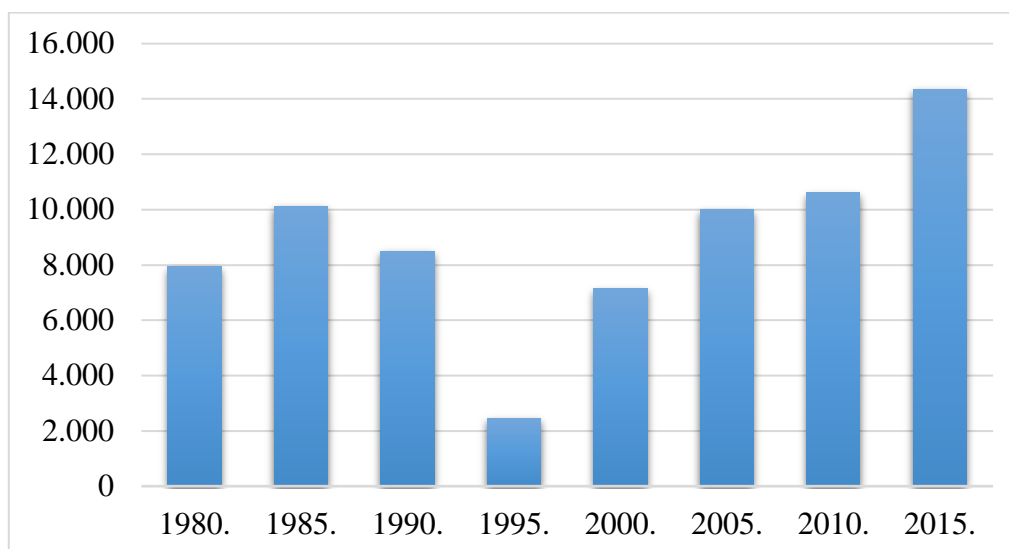
S obzirom na to da Republika Hrvatska u zadnjim godinama kao primarnu gospodarsku granu preferira turizam, odnosno grana koja donosi ekonomske učinke, a razvija druga gospodarska područja, može se zaključiti kako bi ugrožavanje sigurnosti Republike Hrvatske imalo puno veći utjecaj negoli da ista kriza zadesi neku drugu, ponajprije razvijenu zemlju koja svoje gospodarstvo ne temelji na turizmu (Marić, Samardžić i Protrka, 2017:310).

Teroristički čin, ako bi se desio na području Republike Hrvatske, imao bi značajno veće negativne učinke na ekonomiju cijele zemlje nego bi takav čin imao utjecaja na neku razvijenu zemlju koja ima daleki manji udio BDP-a iz turizma, već svoj većinski BDP temelji na drugim primarnim djelatnostima poput proizvodnje i slično.

### **3.4. Utjecaj rata na turizam Republike Hrvatske**

Stvaranje moderne i suverene Republike Hrvatske obilježilo je ratno doba, odnosno Domovinski rat koji je trajao od 1991. do 1995. godine. Ovakva destabilizacija sigurnosti na prostoru Republike Hrvatske drastično je utjecala na hrvatski turizam. Ovaj događaj očiti je primjer koliko turisti uzimaju u obzir sigurnost pri odabiru svoje turističke destinacije. Sukobi, ratna razaranja, političke promjene i slično uzrokovali su padove u svim segmentima turističke potražnje, što je vidljivo u sljedećim tablicama koje prikazuju osnovne pokazatelje turističkog razvoja Republike Hrvatske od 1980. do 2015. godine.

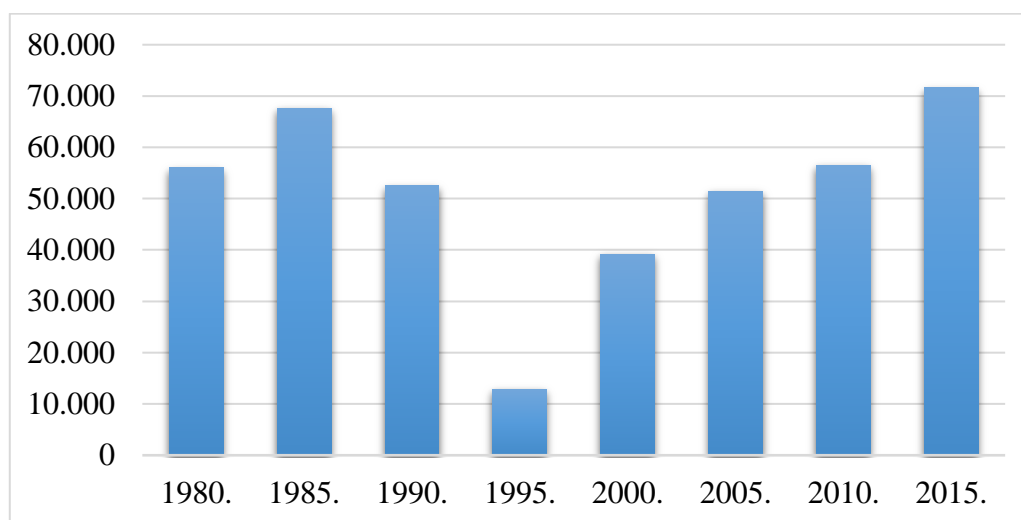
Graf 6. Broj dolazaka turista 1980. – 2015. g. (u 000)



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf), 19. 4. 2022.)

Graf prikazuje broj dolazaka turista u Republiku Hrvatsku izražen u tisućama od 1980. do 2015. godine.

Graf 7. Broj noćenja turista 1980. – 2015. g. (u 000)



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf), 19. 4. 2022.)

Graf prikazuje broj ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj od strane turista izražen u tisućama od 1980. do 2015. godine.

U prethodna dva grafa može se vidjeti koliko je utjecalo ratno razdoblje Republike Hrvatske na dolaske i noćenja turista. Razdoblje od 1995. do 2005. godine bilo je potrebno da se dolasci vrate na razinu na kojoj su bili u 1990. godini, odnosno predratno stanje, a za noćenja turista bilo je potrebno još duže razdoblje, tj. 1995. do 2010. godine.

### **3.5. Pandemija SARS-CoV-2 (COVID-19) u turizmu**

Pandemija COVID-19 jednu je od najvećih negativnih posljedica ostavila u turističkom sektoru, na hrvatskom, europskom i svjetskom području. Govoreći u zdravstvenom smislu, COVID-19 je bolest, a govoreći o COVID-19 u gospodarskom smislu, ta bolest je zapravo kriza. Kriza ima najčešće karakter kratkotrajnosti, no u slučaju pandemije COVID-19 koja je zahvatila cijeli svijet, ona može trajati cijeli jedan godišnji ciklus poslovanja (Poljak, 2021:94).

Ciljevi određeni Nacionalnim planom oporavka i otpornosti za segment turizma otkrivaju kako je globalna pandemija COVID-19 imala utjecaja na Republiku Hrvatsku i Vladu Republike Hrvatske da počinje razvijati mjere i aktivnosti razvoja turizma pri čemu je posebna pozornost na održivom turizmu te da smanji masovnost turizma (Poljak, 2021:97).

Proglašenje pandemije COVID-19 kod turističkih kompanija uzrokovalo je probleme vezane za njihovu likvidnost. Odnosno kako Poljak (2021:101) u svom znanstvenom radu navodi kako su se turističke kompanije suočile s tri likvidnosna problema:

- prvi je nedostatak novih i otkazivanje već primljenih rezervacija
- drugi je nemogućnost naplate već zaprimljenih važećih rezervacija
- treći su zahtjevi za povratima već uplaćenih sredstava kako od strane agencija, tako i od strane individualnih gostiju.

Zbog velikih negativnih likvidnosnih učinaka na prihodovnoj strani kompanije su bile prisiljene optimizirati rashodovnu stranu svojeg poslovanja. Veći dio turističkih kompanija vodio se utvrđivanjem točke pokrića, odnosno maksimalnim smanjivanjem rashodovne strane kroz revidiranje troškova koji nisu prijeko potrebni za operativno poslovanje. Tražile su se razine prihoda kojima će se pokriti revidirani rashodi (Poljak, 2021:101).

Najbitnija tri segmenta troškovne strane mogla su se promatrati kroz revidiranje odnosa sa zaposlenicima, bankama i dobavljačima (Poljak, 2021:102).

Izvanredne okolnosti koje su nastupile radi globalne pandemije COVID-19 natjerale su turističke kompanije da se suoče s problemima udjela troška plaće u ukupnim troškovima, a sve

to u situaciju bez operativnog poslovanja. Ovakav trošak kompanije su bile primorane smanjiti na jedini način koji je bio otpuštanje dijela radnika i smanjene plaća ili kombinacija tih opcija (Poljak, 2021:102).

Kako bi se zadržala radna mjesta, država je doprinijela kroz državne potpore kroz Potpore za očuvanje radnih mjesta što se započelo u ožujku 2020. godine kada je započela pandemija COVID-19. Ova mjera bila je presudna kako ne bi bilo prevelikog broja otpuštanja u turističkom i ugostiteljskom sektoru, ali i ostalim djelatnostima koje su bile pogođene pandemijom (Poljak, 2021:102).

Nastanak pandemije COVID-19 obustavio je cijeli niz projekata i investicija koje su bile planirane i dovršene do početka turističke sezone u 2020. godini. To je bio trenutak koji je najvećim dijelom zaustavio planirane projekte (Poljak, 2021:103).

„Novo, dodatno kreditno zaduženje, a u situaciji nemogućnosti „stavlja u upotrebu“ i ostvarivanje prihoda na predmetnoj imovini, nije bilo opcija te je zaustavljene investicije potrebno promatrati s aspekta održavanja financijske likvidnosti i očuvanje financijske stabilnosti turističkih kompanija“ (Poljak, 2021:103).

Nezavidna situacija koju je uzrokovala pandemija COVID-19 snašla je vodstva turističkih kompanija, kao i ostale poslovne subjekte, i stavila je u posebno tešku situaciju u kojoj nisu imali nekog posebnog prostora za manevriranje. Osim mjera štednje koje su imale na raspolaganju u vrijeme nastanka krize, zatečenih i/ili preostalih likvidnih financijskih sredstava u samom poduzeću, daljnje zaduživanje i poslovno planiranje nije bilo moguće u kratkom roku (Poljak, 2021:104).

Pandemija COVID-19 je najutjecajnije negativnost koja je snašla hrvatski turizam nakon Domovinskog rata. Potpuno zatvaranje granica, otkazivanja i nedolasci gostiju natjerali su mnoge turističke urede na zatvaranje, a BDP Hrvatske značajno oštećenim. Ovakva pandemija globalnih razmjera, osim u Republici Hrvatskoj, uzrokovala je ekonomsku štetu cijelom svijetu, a osobito u turističkom segmentu. Nijedna zemlja svijeta nije ostala otporna na štetu koju je nanijela pandemija COVID-19. Veliku ulogu u pravovremenom reagiranju imale su vlade zemalja te krizni menadžmenti koji su uspjeli ublažiti gubitke i nastaviti poslovanja ako je za to postojala mogućnost.

### **3.5.1. Utjecaj pandemije SARS-CoV-2 (COVID-19) na slobodu kretanja turista iz stranih zemalja u turističke destinacije Republike Hrvatske**

Pandemija poznata kao COVID-19 obilježila je vrijeme od 2020. godine pa do danas. Osobito snažan utjecaj na hrvatski turizam osjetio se 2020. godine kada je uslijed ograničenja putovanja Republiku Hrvatsku posjetio znatno manji broj turista negoli prijašnjih godina te u toj godini nastaje pad turističke potražnje nakon dugog niza godina konstantnog rasta iste.

Države članice EU-a su 13. listopada 2020. donijele Preporuku Vijeća o koordiniranom pristupu ograničavanja slobodnog kretanja kao odgovor na pandemiju bolesti COVID-19 (URL: [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic\\_hr](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic_hr), 3. 4. 2022.).

Kako bi se pandemija COVID-19 držala pod kontrolom, gotovo svaka zemlja je provodila različite restriktivne mjere koje su uključivale i između ostalog ograničenja vezana za prelazak državne granice. U slučaju Republike Hrvatske Stožer civilne zaštite donio je više Odluka dana 19. ožujka 2020. godine, koje su se s vremenom, uzimajući u obzir epidemiološku situaciju u Republici Hrvatskoj, mijenjale i nadopunjavale.

Prema dostupnim izvorima na službenim stranicama Ravnateljstva civilne zaštite (URL: <https://civilna-zastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-sprecavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304>, pristup: 19. 4. 2022.), vidljivo je da je dana 19. ožujka 2020. godine temeljem članka 22.a Zakona o sustavu civilne zaštite (Narodne novine br.82/15, 118/18 i 31/20) Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske donio Odluku o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske, koja je stupila na snagu s danom donošenja te se u tom obliku primjenjivala 30 dana.

U članku I. prije navedene odluke stajalo je sljedeće:

„Ovom Odlukom se, radi zaštite pučanstva Republike Hrvatske od bolesti COVID-19, privremeno zabranjuje, odnosno ograničava prelazak osoba preko svih graničnih prijelaza Republike Hrvatske.

Hrvatskim državljanima omogućit će se povratak u Republiku Hrvatsku, odnosno odlazak u zemlju u kojoj rade i borave uz primjenu uputa i mjera Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (u daljnjem tekstu: HZJZ).

Povratak u matične države omogućit će se građanima država članica Europske unije odnosno države članice schengenskog prostora i država pridruženih schengenskom području kao i članovima njihovih obitelji, te državljanima trećih zemalja koji su osobe s dugotrajnim boravištem na temelju Direktive Vijeća 2003/109/EZ od 25. studenog 2003. o statusu državljana trećih zemalja s dugotrajnim boravištem i osobama koje imaju pravo boravka temeljem direktiva EU ili nacionalnog prava ili koje imaju nacionalne dugoročne vize.

Interes Republike Hrvatske za ulazak u Republiku Hrvatsku iz stavka 3. ove točke potvrđuju čelnici ministarstava sukladno propisanom djelokrugu u iznimnim slučajevima. Na te osobe obavezno se primjenjuju upute i mjere koje donosi HZJZ“ (<https://civilnazastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-sprecavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304>, pristup: 19. 4. 2022.).

Nadalje, članak II. Odluke o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske od 19. ožujka 2020. godine govori o izuzecima od ove odluke, odnosno članak citira sljedeće:

„Izuzeci od primjene ove Odluke odnose se na:

- zdravstvene djelatnike, zdravstvene istraživače i suradnike, stručnjake za skrb o starijima te osobe koje zahtijevaju hitno medicinsko liječenje
- prekogranične radnike
- prijevoznike robe i drugo prometno osoblje u mjeri u kojoj je to potrebno
- diplomate, policijske službenike u obavljanju svojih poslova, službe i timove Civilne zaštite, osoblje međunarodnih organizacija i međunarodno vojno osoblje u obavljanju svojih funkcija
- putnike u tranzitu

Na navedene izuzetke primjenjuju se upute i mjere koje donosi HZJZ. (<https://civilnazastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-sprecavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304>, pristup: 19. 4. 2022.)“

Iz članka I. i II: Odluke o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza u ranoj fazi pandemije COVID-19 (od 19. ožujka 2020. godine) može se vidjeti kako je Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske ozbiljno shvatio prijetnje koje može uzrokovati koronavirus. Time je opravdano stavljena sigurnost pučanstva na prvo mjesto.

Ovakve drastične mjere zasigurno su doprinijele kontroliranju zaraze uzrokovane bolešću COVID-19, no s druge strane imale su drastične učinke na hrvatski turizam.

Prije spomenuta Odluka o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske od 19. ožujka 2020. godine se protekom vremena mijenjala. Razlog tome je bolje razumijevanje zarazne bolesti COVID-19, ali i epidemiološka slika Republike Hrvatske.

Nadalje, Odluka o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske uvelike se mijenjala dolaskom toplijeg vremenskog razdoblja, a time i u vrijeme same turističke sezone koja je od izrazite važnosti za gospodarstvo Republike Hrvatske.

Tako je izmjena Odluke o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske od 30. lipnja 2020. godine u članku II. glasila:

„Zabrana iz točke I. ove Odluke ne odnosi se na državljane država članica Europske unije odnosno države članice schengenskog prostora i država pridruženih schengenskom prostoru kao i članove njihovih obitelji, te državljane trećih zemalja koji su osobe s dugotrajnim boravištem na temelju Direktive vijeća 2003/109/EZ od 25 studenog 2003. o statusu državljana trećih zemalja s dugotrajnim boravištem i osobama koje imaju pravo boravka temeljem drugih direktiva EU ili nacionalnog prava ili koje imaju nacionalne dugoročne vize.

Osobama iz stavka 1. ove točke preporučuje se prethodna najava ulaska u Republiku Hrvatsku korištenjem aplikacije <https://entercroatia.mup.hr/> (<https://civilna-zastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-spreccavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304>, pristup: 19. 4. 2022.)“

Također, Odluci o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske od 30. lipnja 2020. godine u članku II. pod izuzetke između ostalog dodane su i:

- „osobe koje putuju zbog turističkih ili drugih poslovnih razloga ili koje imaju drugi gospodarski interes“ (<https://civilna-zastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-spreccavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304>, pristup: 19.04.2022.).

Ovakvom izmjenom Odluke o privremenoj zabrani prelaska preko graničnih prijelaza Republike Hrvatske stvorene su mogućnosti za odvijanje turističke sezone, ali i drugih gospodarskih interesa.



Tim mjerama spasila se turistička sezona koja je, iako nije bilježila kontinuirani rast kao što je to bilo prijašnjih godina, svejedno uspjela pozitivno utjecati na turističke subjekte koji su se odrazili na BDP-u Republike Hrvatske.

Nadalje, kako se epidemiološka slika stanovništva mijenjala, tako su se i mijenjale Odluke Stožera civilne zaštite. Naknadno su osobe iz stranih država mogle ući u Republiku Hrvatsku uz predočenje potvrde o preboljenju, negativnim PRC testom, negativnim brzim antigenskim testom ili potvrdom o cijepljenju, a naposljetku i bez navedenog.

### 3.5.2. Analiza turističkih pokazatelja uslijed pandemije COVID-19 na primjeru Republike Hrvatske

Opće je poznata činjenica kakav je težak udarac turizmu Republike Hrvatske zadala pandemija COVID-19. U nastavku ove podtočke bit će razrađeni turistički pokazatelji prije te za vrijeme pandemije COVID-19 na primjeru Republike Hrvatske.

Prema dostupni podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske koje izdaje u *Turizmu u brojkama* za 2019. i 2020. godinu prikupljeni su podaci koji su prema godinama svrstani u sljedećim tablicama.

Tablica 1. Dolasci turista po mjesecima u 2019. i 2020. godini

Mjesec	2019.	2020.
Siječanj	207.643	219.733
Veljača	264.484	278.741
Ožujak	449.620	104.391
Travanj	1.105.999	2.241
Svibanj	1.569.271	62.049
Lipanj	2.921.391	797.696
Srpanj	4.325.686	2.245.831
Kolovoz	4.712.039	2.467.957
Rujan	2.170.611	488.212
Listopad	1.076.316	184.593

Studeni	390.886	87.224
Prosinac	372.200	62.460
<b>UKUPNO</b>	<b>19.566.146</b>	<b>7.001.128</b>

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) i [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), 19. 4. 2022.)

Tablica 2. Noćenja turista po mjesecima u 2019. i 2020. godini

Mjesec	2019.	2020.
Siječanj	504.434	544.760
Veljača	549.613	610.491
Ožujak	943.716	289.621
Travanj	2.975.446	34.063
Svibanj	4.916.614	166.975
Lipanj	13.016.832	3.588.684
Srpanj	25.522.680	14.666.043
Kolovoz	27.771.360	16.697.261
Rujan	10.365.761	3.126.065
Listopad	3.080.470	614.927
Studeni	819.266	268.598
Prosinac	776.739	183.967
<b>UKUPNO</b>	<b>91.242.931</b>	<b>40.791.455</b>

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) i [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf), 19. 4. 2022.)

Iz prethodne dvije tablice vidljivo je kako se posjećenost Republike Hrvatske kroz dolaske i noćenja turista drastično smanjila u 2020. godini, počevši od ožujka te godine kada je nastupila pandemija COVID-19.

Prikaz iz ovih tablica dokaz je kako zemlja koja je suviše ovisna o turizmu može u slučaju nastanka epidemije ili pandemije izgubiti svoju ekonomsku moć i BDP, odnosno ako jedna zemlja suviše ovisi isključivo o turizmu, može se vrlo lako pronaći u neugodnim situacijama zbog djelovanja pandemija, a osobito zbog njihovog karaktera nepredvidivosti.

## 4. KRIZNI MENADŽMENT I KRIZNO UPRAVLJANJE U TURIZMU

U trenutku nastanka bilo kakve krize, osobito one sigurnosne, glavnu ulogu u poduzimanju pravovremenih mjera i akcija za očuvanje poduzeća i održavanja likvidnosti zadužen je krizni menadžment. Vještine menadžera i njegovo nošenje sa stresom i izazovima najbitniji su čimbenici u spašavanju poduzeća u izvanrednim okolnostima.

### 4.1. Kriza

Pri definiranju pojma krize potrebno je definirati i jasno odrediti razliku između srodnih pojmova koje kriza podrazumijeva kao što su otvoreno pitanje (engl. *issue*), rizik (engl. *risk*) i kriza (engl. *crisis*) (Jugo, 2017:19).

Kriza se može precizirati i kao intenzivna pojava s potencijalno negativnim ishodom koja utječe na organizaciju ili cijelu industriju, kao i na njihove javnosti, proizvode, usluge ili ugled (Jugo, 2017:19).

Termin „poslovna kriza“ danas se veže za mnogo značenja. Često se tako označava situacija u koju poduzeće dođe iznenada, čak i bez svoje krivnje (Sučević, 2016:12).

Drugo značenje istog termina javlja se kod iznenadnih katastrofa kao što su požari, potresi ili ostale, najčešće elementarne nepogode koje uništavaju resurse poduzeća te ugrožavaju njegov opstanak (Sučević, 2016:12).

Kriza je neželjen i iznenadan događaj koji može ugroziti ili u potpunosti zatvoriti poslovanje nekog poduzeća.

### 4.2. Vanjski i unutarnji uzroci krize

Jesu li krizu uzrokovali vanjski ili unutarnji čimbenici, često nije moguće u potpunosti utvrditi. Menadžment može prikazati određeni događaj na koji oni nisu imali mogućnost utjecaja, a koji je značajno otežao tržišnu poziciju poduzeća. Dok s druge strane, subjekti koji se nalaze u vanjskoj okolini poduzeća uvijek imaju mogućnost dokazivanja kako je menadžment mogao biti spreman za nastanak ovakvog događaja. Drugim riječima, mogli su reagirati na bolji način (Sučević, 2016:15).

Vanjski događaji mogu se podijeliti na dvije kategorije – na one koji se mogu predvidjeti i na one koji se ne mogu predvidjeti te je vrlo bitno razlikovati te dvije kategorije (Sučević, 2016:15).

Prvoj kategoriji pripadaju političke, ekonomske ili regulatorne karakteristike tržišta na koje menadžment nema utjecaja, bitno je napomenuti kako takvi događaji značajno ograničavaju djelovanje menadžmenta. To su takvi uvjeti ili ograničenja na koje nema utjecaja, već ih treba kao takve prihvatiti i omogućiti poslovanje kroz njih (Sučević, 2016:15).

Također, jedna od vanjskih kategorija za koje menadžment nije mogao znati da će se desiti je pandemija COVID-19 koja je iznenadila sva poduzeća, koja su tek po nastanku pandemije pokušala pronaći prilagodbu poslovanja ako je to bilo moguće.

Posebni značaj za menadžment ima druga kategorija, odnosno utjecaji na koje se može pravodobno reagirati. To su događanja za koja je menadžment mogao pravodobno saznati, na koje je morao reagirati i pripremiti poduzeće. To su promjene koje se svakodnevno na razini poslovanja događaju u obliku poslovnih rizika, ali i skup promjena na koje je svako poduzeće ranjivo. Negativan skup promjena može se desiti svakom poduzeću, no vrlo je rijetko jedini krivac za uništenje razvijenog (zrelog) poduzeća (Sučević, 2016:15).

Zadaća menadžmenta je održati poduzeće u takvoj formi, s financijske i tržišne strane, da je u stanju prebroditi što veći broj i raspon vanjskih događaja (Sučević, 2016:15).

Menadžer i njegov tim trebali bi promatrati okolinu poduzeća kako bi pravovremeno mogli uočiti potencijalnu krizu te na vrijeme poduzeti mjere radi ublažavanja učinaka krize i održavanja likvidnosti.

### **4.3. Krizni menadžment**

Sučević (2016:29) u svome radu pobliže objašnjava kako su promjene na tržištu svojstvo gotovo svih industrija te kako i najbolji menadžeri u svojim poslovima ponekad upadaju u zamke promjena koje se dešavaju na tržištu. No, uspješni menadžeri u svome poslu su u stanju prilagoditi se novonastalim situacijama, amortiziraju negativne efekte te prilagođavaju poslovanje poduzeća.

Kontrolni mehanizmi koji pomažu menadžerima u pravodobnom reagiranju na promjene su: sustav praćenja tržišta, usporedba s ostalim poduzećima i ravnomjeren razvoj svih funkcija (Sučević, 2016:29).

Sučević (2016:29) je utvrdio da menadžeri, kako bi bili svjesni svog okruženja, moraju stalno promatrati okolinu svog poduzeća. Oni moraju utvrditi sustav praćenja promjena koje se dešavaju na tržištu kako bi u određenom vremenu mogli reagirati te promijeniti i prilagoditi

poslovanje poduzeća. Promjene koje menadžment uvodi bez elementa nužnosti u pravilu se lakše provode te su uspješnije od promjena koje je menadžment morao uvesti zbog izlaska iz dugotrajne krize.

#### **4.3.1. Kriza kao utjecaj na ponašanje menadžera**

Nažalost, u periodima krize ponašanje menadžera postaje još više iracionalno, što produbljuje krizu. Teorija organizacijskog ponašanja tvrdi da je određena razina stresa potrebna da bi se postizali optimalni rezultati jer povećava motivaciju za akciju. Ipak, kada se prijeđe određena razina, stres počinje uzrokovati tjeskobu više nego motivaciju (Sučević, 2016:38).

Kao što je opisano u članku prije, određena količina stresa je u određenim uvjetima čak i poželjna kako bi se postigla motivacija za određenu akciju koja u svome svojstvu bude pozitivna za poduzeće i njegovo poslovanje, no prevelika razina stresa može imati negativne posljedice po menadžeru. Odnosno, stres može „natjerati“ menadžera na krivovremeno donošenje pogrešnih odluka koje bi poduzeće mogle odvesti u pogrešnom smjeru.

Potrebno je napomenuti kako je menadžer također osoba te je količina podnošljivog stresa individualna, a osobito kada se radi o mladim i neiskusnim menadžerima. Najčešće menadžeri koji imaju dugogodišnje iskustvo u svome radu imaju i veću „otpornost“ prema stresu.

Prema Sučeviću (2016:38) stres uzrokuje promjenu spoznajne učinkovitosti menadžera, što na kraju negativno djeluje na njegovo odlučivanje.

## 5. ISTRAŽIVANJE

U narednim podtočkama slijedi istraživanje koje je proveo autor ovog rada putem anonimnog elektroničkog anketnog upitnika, a kojim se željelo istražiti mišljenja i stavove vezane za percepciju sigurnosti turističkih destinacija kroz primjer Republike Hrvatske.

### 5.1. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je ispitati stavove i mišljenja ispitanika, vezano za percepciju sigurnosti turističkih destinacija Republike Hrvatske, te koliki utjecaj ima sigurnost turističkih destinacija Republike Hrvatske na donošenje njihove odluke o putovanju u istu. Anketnim upitnikom pokušalo se saznati imaju li potencijalni turistički potrošači pozitivnu percepciju o sigurnosti turističkih destinacija Republike Hrvatske te postoji li potreba za unaprjeđenjem stanja sigurnosti.

### 5.2. Metodologija istraživanja

Za potrebe ovog rada autor ovog rada je proveo kvantitativno istraživanje radi prikupljanja primarnih podataka. Istraživanje je sastavljeno i provedeno u elektroničkom obliku koristeći platformu Google obrasci (Google forms), kojemu su pristupila 232 ispitanika. Navedeni anketni upitnik bio je dostupan za ispunjavanje od 5. svibnja 2022. do 25. svibnja 2022. godine. Vrste pitanja koja su bila korištena u anketnom upitniku su pitanja zatvorenog tipa te Likertova ljestvica. Pitanja anketnog upitnika podijeljena su u pet setova. Prvi set pitanja (1. – 3. pitanja) su demografskog tipa. Drugim setom pitanja (4. – 5. pitanja) željelo se saznati jesu li ispitanici boravili u bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske te koliko dugo, tim pitanjima mogla se procijeniti relevantnost svih ostalih odgovora. Trećim setom pitanja (6. – 8. pitanja) željeli su se prikupiti odgovori ispitanika koliko se oni osjećaju sigurno i zaštićeno tijekom boravka u turističkim destinacijama Republike Hrvatske. Četvrtim setom pitanja (9. – 13. pitanja) željelo se saznati mišljenje ispitanika o sigurnosti Republike Hrvatske kao turističke destinacije uslijed potencijalnih događaja uzrokovanih vanjskim krizama te koliko utječe članstvo Republike Hrvatske u Europskoj uniji na turističku sigurnost te uzimajući u obzir aspekt sigurnosti regije, u kakvom se geografskom području Republika Hrvatska nalazi. Petim i posljednjim setom pitanja (14. – 16. pitanja) željelo se saznati smatraju li ispitanici Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju te bi li je kao takvu preporučili stranim gostima i

smatraju li da je stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske na odgovarajućoj razini.

### 5.3. Pitanja anketnog upitnika

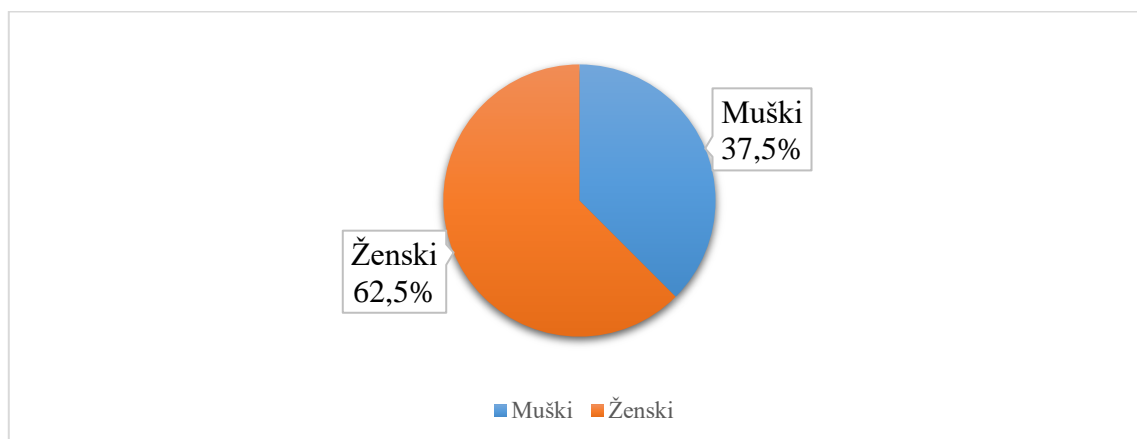
Prvih pet pitanja sadržavalo je ponuđene odgovore gdje su ispitanici mogli odabrati samo jedan, dok su pitanja 6. – 16. bila postavljena u obliku Likertove ljestvice.

1. Spol.
2. Starosna dob.
3. Razina obrazovanja.
4. Jeste li ikada boravili u bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske?
5. Koliko ste dana najčešće boravili u turističkim destinacijama Republike Hrvatske?
6. Kod odabira turističke destinacije razmišljam o njejoj sigurnosti.
7. Prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske osjećam se zaštićeno.
8. Prilikom boravka u turističkoj destinaciji na moju štetu se neće počinuti kazneno djelo ili bilo koja vrsta turističke prijevare.
9. S obzirom na stanja sigurnosti unutar susjednih zemalja i susjedne međunarodne odnose Republika Hrvatska se nalazi u sigurnom geografskom položaju.
10. Republika Hrvatska je članstvom u Europskoj uniji postigla višu razinu turističke sigurnosti.
11. COVID-19 mjere koje su se provodile za vrijeme trajanja turističkih sezona radi sprječavanja širenja zaraze imale su pozitivne učinke na osjećaj sigurnosti kod turista u Republici Hrvatskoj.
12. Potencijalna izbjeglička kriza nije prijetnja osjećaju sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske.
13. Turističke destinacije Republike Hrvatske sigurne su od terorističkih napada.
14. Republika Hrvatska je sigurna turistička destinacija.
15. Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju preporučio/preporučila bih stranim gostima.
16. Stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske je na odgovarajućoj razini.



#### 5.4. Analiza rezultata provedenih anketnim upitnikom

Grafikon 8. Spol

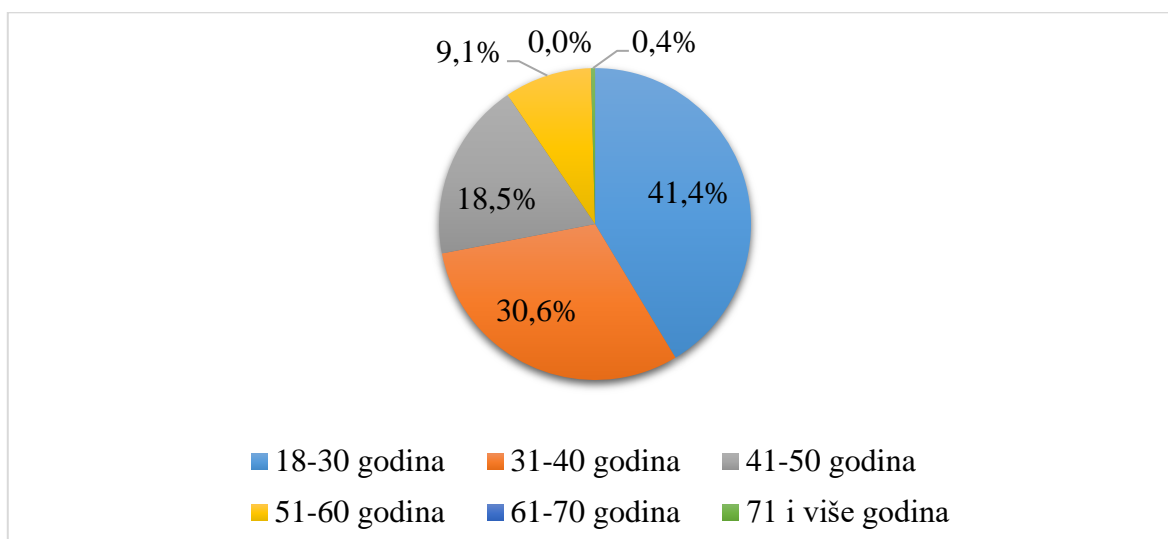


Izvor: vlastita autorova izrada

Na prvo pitanje *spol* odgovorilo je znatno više osoba ženskog spola, točnije:

- 62,5 % ispitanika je ženskog spola, odnosno 145 ispitanika
- 37,5 % ispitanika je muškog spola, odnosno 87 ispitanika.

Graf 9. Starosna dob

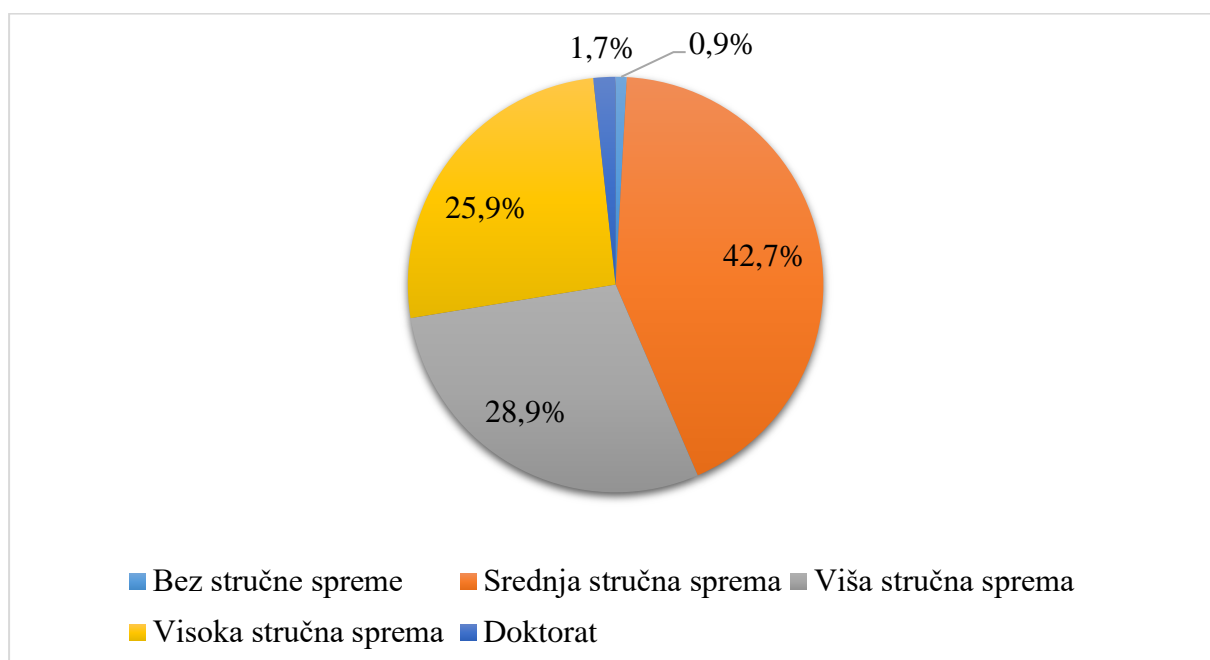


Izvor: vlastita autorova izrada

Drugi grafikon prikazuje starosnu dob ispitanika, odnosno kojoj starosnoj skupini pripadaju ispitanici. Ispitanicima je ponuđeno šest starosnih skupina, anketnom upitniku pristupili su ispitanici iz svih starosnih skupina osim iz starosne skupine 61 – 70 godina. Podjela ispitanika prema starosnim skupinama izgleda na sljedeći način:

- 18 – 30 godina – 96 ispitanika, odnosno 41,4 %
- 31 – 40 godina – 71 ispitanik, odnosno 30,6 %
- 41 – 50 godina – 43 ispitanika, odnosno 18,5 %
- 51 – 60 godina – 21 ispitanik, odnosno 9,1 %
- 61 – 70 godina – nije bilo ispitanika
- 71 i više godina – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %.

Grafikon 10. Razina obrazovanja

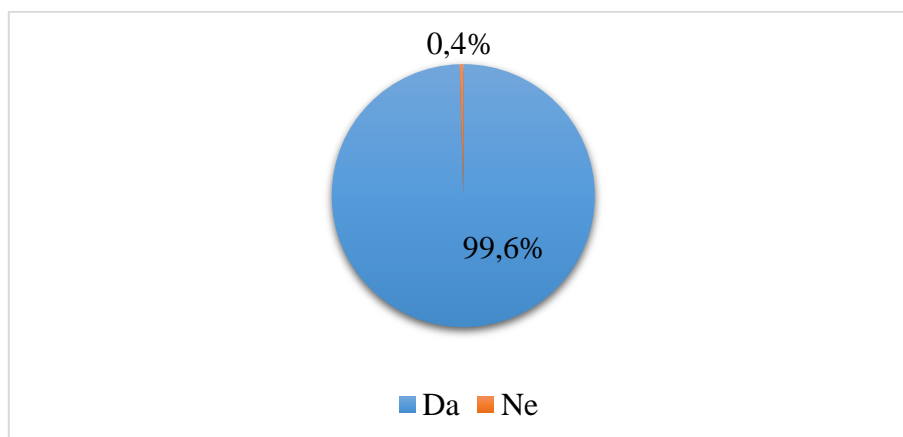


Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikonom je prikazana razina obrazovanja ispitanika. Ispitanici su sljedećih razina obrazovanja:

- bez stručne sprema – 2 ispitanika, odnosno 0,4 %
- srednja stručna sprema – 99 ispitanika, odnosno 42,7 %
- viša stručna sprema – 67 ispitanika, odnosno 28,9 %
- visoka stručna sprema – 60 ispitanika, odnosno 25,9 %
- doktorat – 4 ispitanika, odnosno 1,7 %.

Grafikon 11. Jeste li ikada boravili u bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske?

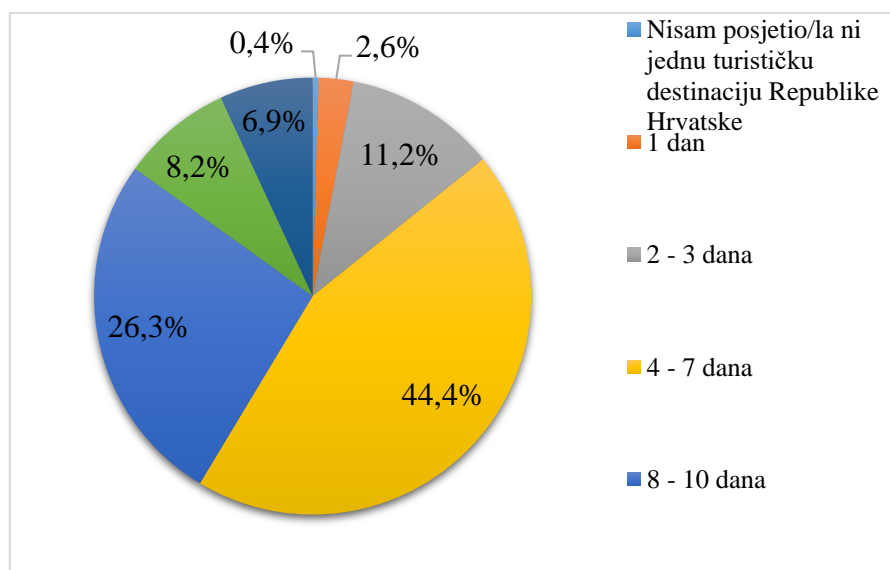


Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikonom je prikazano kako su gotovo svi ispitanici (99,6 %) boravili u nekoj od turističkih destinacija Republike Hrvatske, odnosno:

- da – 231 ispitanik, odnosno 99,6 %
- ne – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %.

Grafikon 12. Koliko ste dana najčešće boravili u turističkim destinacijama Republike Hrvatske?



Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje da ispitanici najčešće borave u turističkim destinacijama Republike Hrvatske 4 – 7 dana (44,4 %) te 8 – 10 dana (26,3 %) što daje relevantnost sljedećih odgovora

jer velika većina ispitanika boravi veći broj dana u turističkim destinacijama te time posjeduju vlastita iskustva u destinacijama.

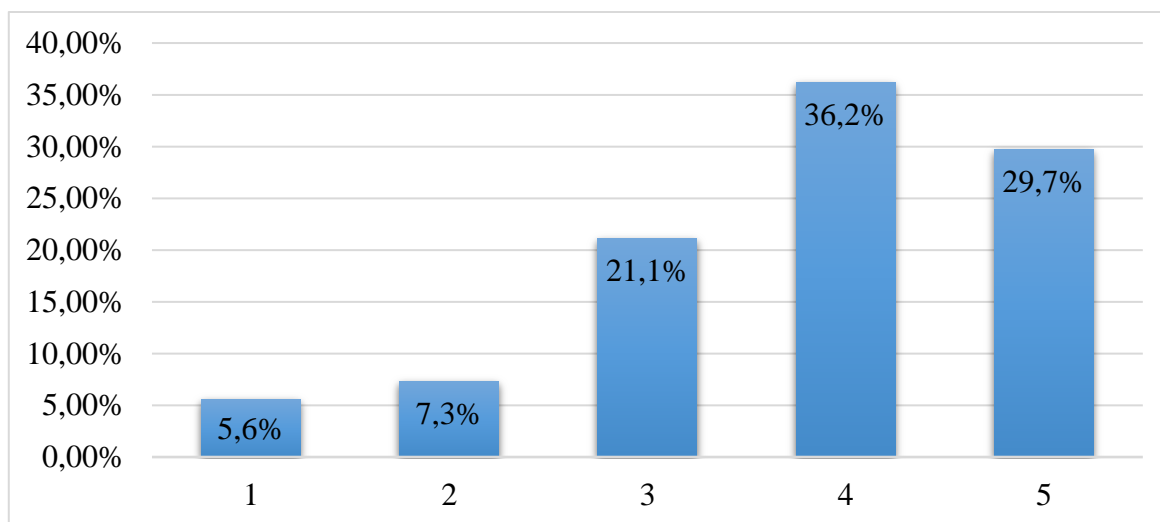
Detaljniji pregled prikupljenih podataka:

- Nisam posjetio/posjetila ni jednu turističku destinaciju Republike Hrvatske – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %
- 1 dan – 6 ispitanika, odnosno 2,6 %
- 2 – 3 dana – 26 ispitanika, odnosno 11,2 %
- 4 – 7 dana – 103 ispitanika, odnosno 44,4 %
- 8 – 10 dana – 61 ispitanik, odnosno 26,3 %
- 11 – 14 dana – 19 ispitanika, odnosno 8,2 %
- 15 i više dana – 16 ispitanika, odnosno 6,9 %.

U nastavku slijede pitanja koja su postavljena u obliku Likertove ljestvice. Ispitanici su svoje slaganje s izjavama ocjenjivali ocjenama u rasponu od 1 od 5 pri čemu su ocjene imale sljedeće značenje:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem, niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem.

Grafikon 13. Kod odabira turističke destinacije razmišljam o njoj sigurnosti



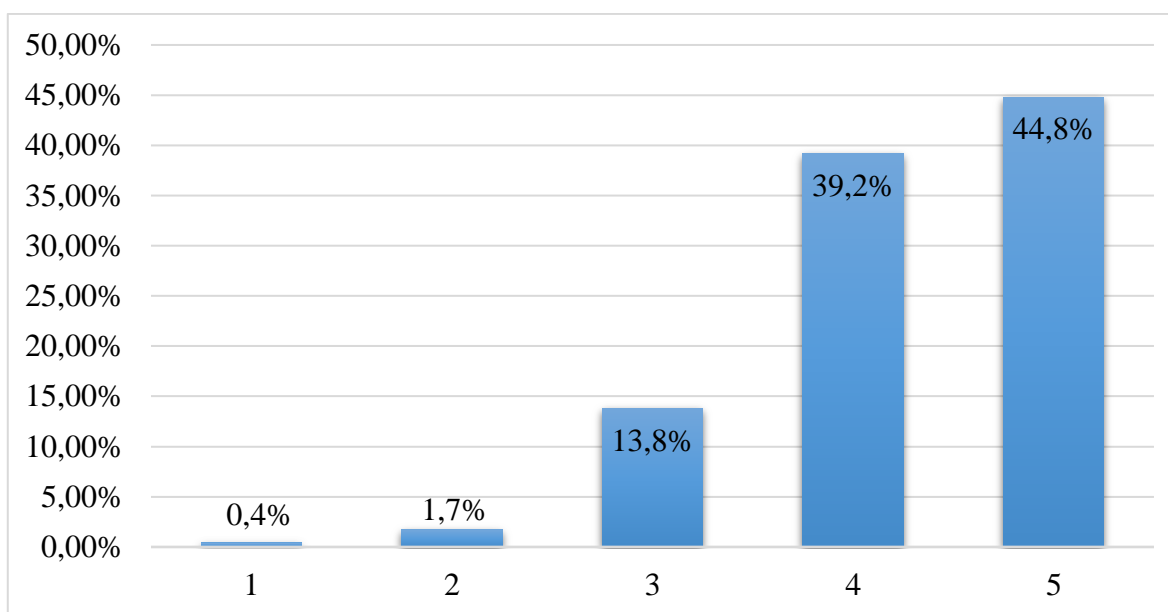
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici u najvećem postotku slažu (36,2 %) s izjavom *Kod odabira turističke destinacije razmišljam o njejoj sigurnosti*.

Detaljan pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 13 ispitanika, odnosno 5,6 %
- 2 (ne slažem se) – 17 ispitanika, odnosno 7,3 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 49 ispitanika, odnosno 21,1 %
- 4 (slažem se) – 84 ispitanika, odnosno 36,2 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 69 ispitanika, odnosno 29,7 %.

Grafikon 14. Prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske osjećam se zaštićeno



Izvor: vlastita autorova izrada

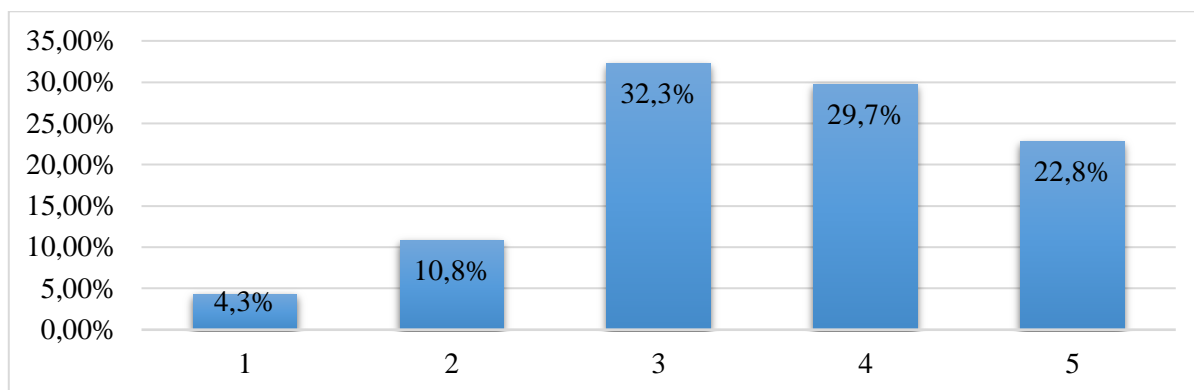
Grafikon prikazuje slaganje s izjavom *Prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske osjećam se zaštićeno* pri čemu je najveći postotak (44,8 %) ispitanika izjavu ocijenio ocjenom 5, odnosno da se u potpunosti slažu te da se slažu (39,2 %).

Detaljni pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %
- 2 (ne slažem se) – 4 ispitanika, odnosno 1,7 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 32 ispitanika, odnosno 13,8 %
- 4 (slažem se) – 91 ispitanik, odnosno 39,2 %

- 5 (u potpunosti se ne slažem) – 104 ispitanika, odnosno 44,8 %.

Grafikon 15. Prilikom boravka u turističkoj destinaciji na moju štetu se neće počinuti kazneno djelo ili bilo koja vrsta turističke prijevare



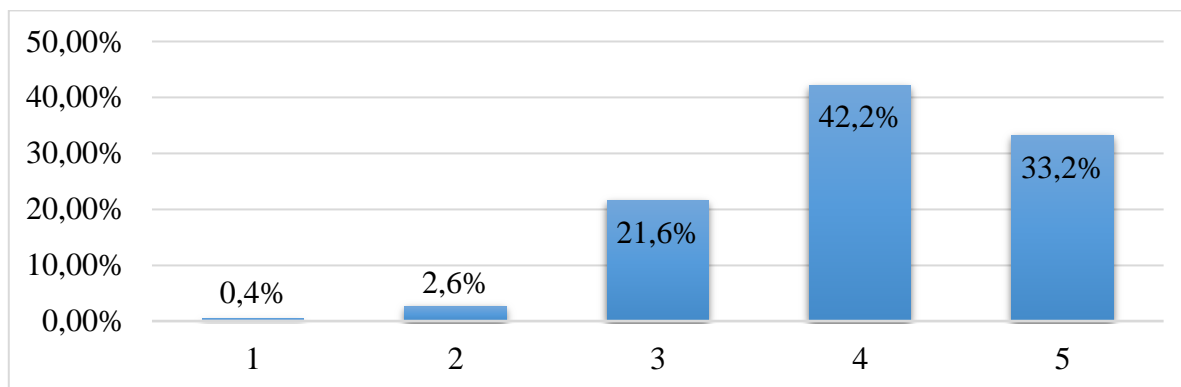
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikonom je prikazano kako se ispitanici najčešće niti slažu, niti ne slažu (32,3 %) s izjavom *Prilikom boravka u turističkoj destinaciji na moju štetu se neće počinuti kazneno djelo ili bilo koja vrsta turističke prijevare*.

Detaljan pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 10 ispitanika, odnosno 4,3 %
- 2 (ne slažem se) – 25 ispitanika, odnosno 10,8 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 75 ispitanika, odnosno 32,3 %
- 4 (slažem se) – 69 ispitanika, odnosno 29,7 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 53 ispitanika, odnosno 22,8 %.

Grafikon 16. S obzirom na stanje sigurnosti unutar susjednih zemalja i susjedne međunarodne odnose Republika Hrvatska se nalazi u sigurnom geografskom položaju



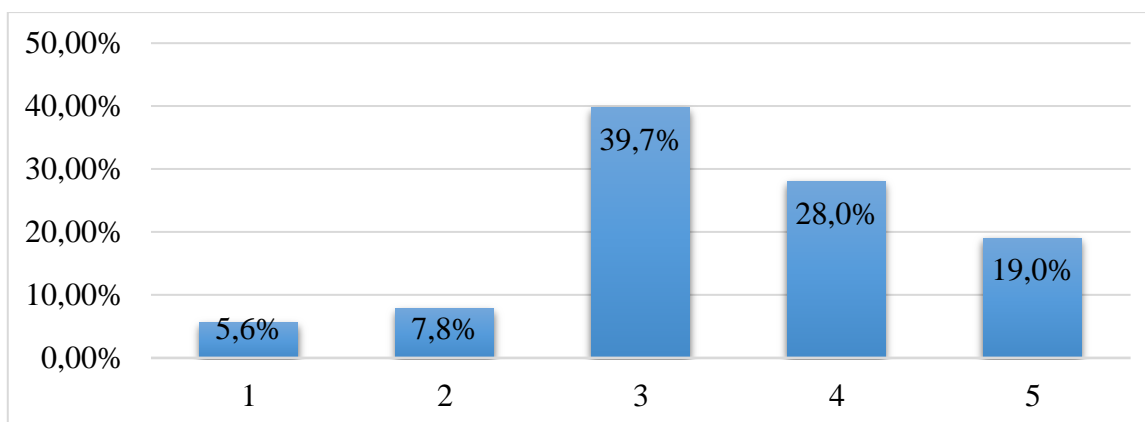
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici u najviše slučajeva slažu (42,2 %) te se potom u potpunosti slažu (33,2 %) s izjavom *S obzirom na stanje sigurnosti unutar susjednih zemalja i susjedne međunarodne odnose Republika Hrvatska se nalazi u sigurnom geografskom položaju.*

Detaljan pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %
- 2 (ne slažem se) – 6 ispitanika, odnosno 2,6 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 50 ispitanika, odnosno 21,6 %
- 4 (slažem se) – 98 ispitanika, odnosno 42,2 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 77 ispitanika, odnosno 33,2 %.

Grafikon 17. Republika Hrvatska je članstvom u Europskoj uniji postigla višu razinu turističke sigurnosti



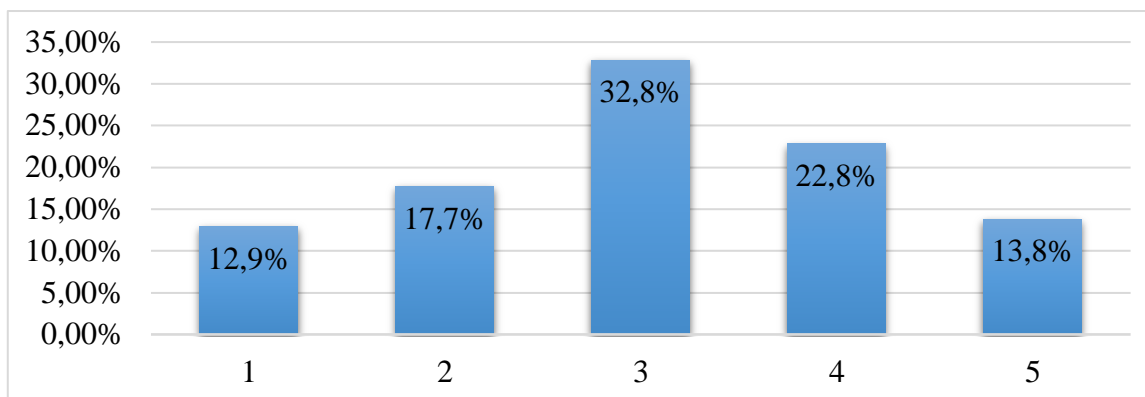
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici najčešće (39,7 %) niti slažu niti ne slažu s izjavom *Republika Hrvatska je članstvom u Europskoj uniji postigla višu razinu turističke sigurnosti.*

Detaljan pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 13 ispitanika, odnosno 5,6 %
- 2 (ne slažem se) – 18 ispitanika, odnosno 7,8 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 92 ispitanika, odnosno 39,7 %
- 4 (slažem se) – 65 ispitanika, odnosno 28 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 44 ispitanika, odnosno 19 %.

Grafikon 18. COVID-19 mjere koje su se provodile za vrijeme trajanja turističkih sezona radi sprječavanja širenja zaraze imale su pozitivne učinke na osjećaj sigurnosti kod turista u Republici Hrvatskoj



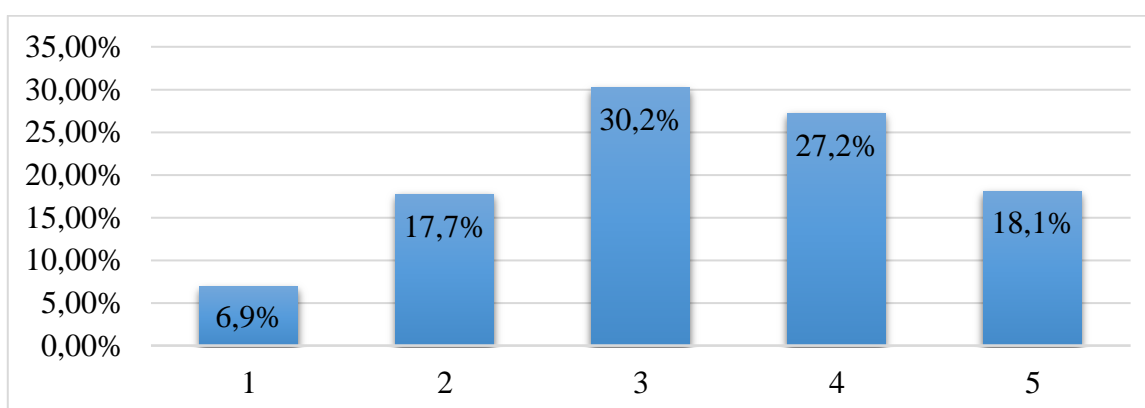
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici najčešće (32,8 %) niti slažu, niti ne slažu s izjavom *COVID-19 mjere koje su se provodile za vrijeme trajanja turističkih sezona radi sprječavanja širenja zaraze imale su pozitivne učinke na osjećaj sigurnosti kod turista u Republici Hrvatskoj.*

Detaljan pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 30 ispitanika, odnosno 12,9 %
- 2 (ne slažem se) – 41 ispitanik, odnosno 17,7 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 76 ispitanika, odnosno 32,8 %
- 4 (slažem se) – 53 ispitanika, odnosno 22,8 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 32 ispitanika, odnosno 13,8 %.

Grafikon 19. Potencijalna izbjeglička kriza nije prijetnja osjećaju sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske



Izvor: vlastita autorova izrada

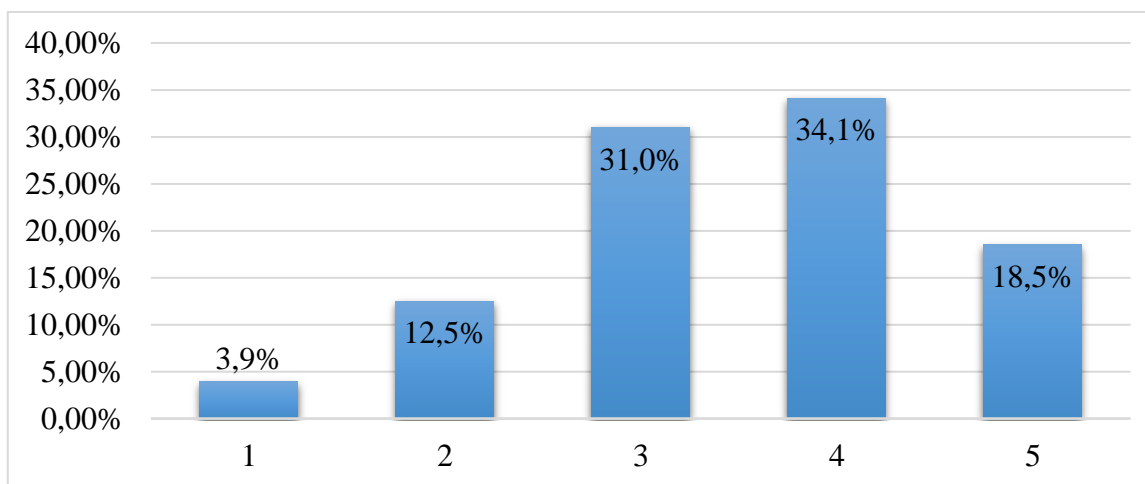


Grafikonom je prikazano kako se ispitanici najčešće (30,2 %) niti slažu, niti ne slažu te se potom u 27,2 % slučajeva slažu s izjavom *Potencijalna izbjeglička kriza nije prijetnja osjećaju sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske*.

Detaljniji pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 16 ispitanika, odnosno 6,9 %
- 2 (ne slažem se) – 41 ispitanik, odnosno 17,7 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 70 ispitanika, odnosno 30,2 %
- 4 (slažem se) – 63 ispitanika, odnosno 27,2 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 42 ispitanika, odnosno 18,1 %.

Grafikon 20. Turističke destinacije Republike Hrvatske sigurne su od terorističkih napada



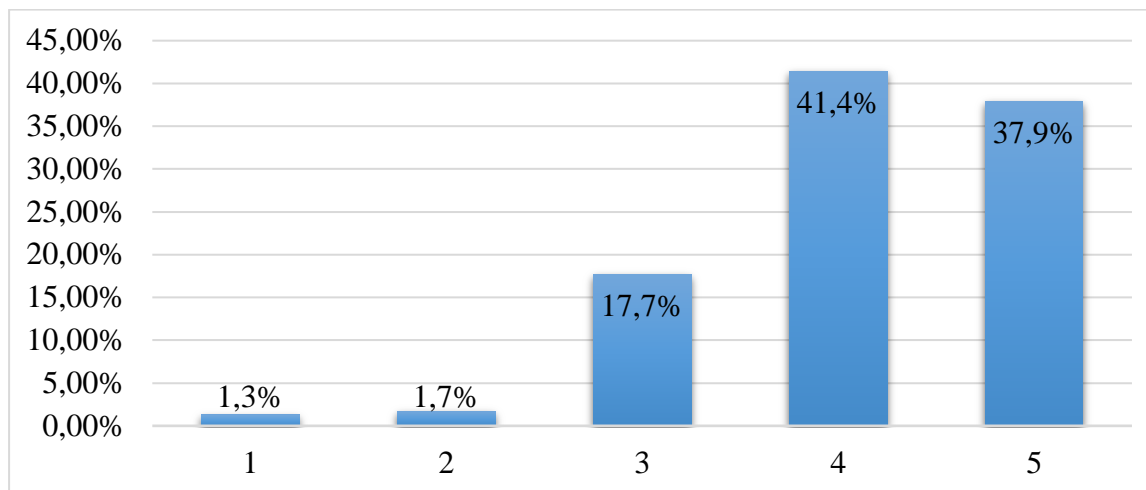
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici najčešće slažu (34,1 %) te se potom niti slažu, niti ne slažu (31 %) s izjavom *Turističke destinacije Republike Hrvatske sigurne su od terorističkih napada*.

Detaljniji pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 9 ispitanika, odnosno 3,9 %
- 2 (ne slažem se) – 29 ispitanika, odnosno 12,5 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 72 ispitanika, odnosno 31 %
- 4 (slažem se) – 79 ispitanika, odnosno 34,1 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 43 ispitanika, odnosno 18,5 %.

Grafikon 21. Republika Hrvatska je sigurna turistička destinacija



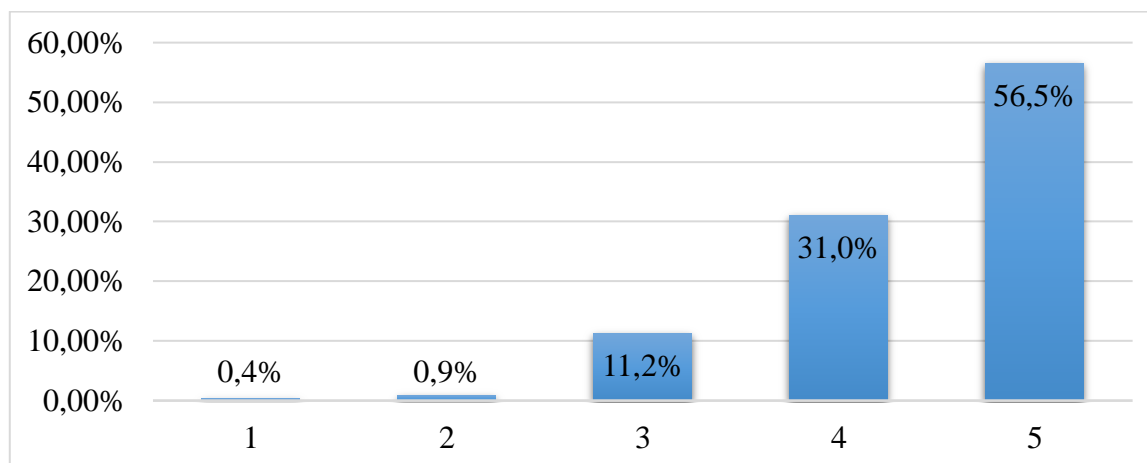
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikonom je prikazano kako se ispitanici najčešće slažu (41,4 %) te se potom u potpunosti slažu (37,9 %) s izjavom *Republika Hrvatska je sigurna turistička destinacija*.

Detaljniji pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 3 ispitanika, odnosno 1,3 %
- 2 (ne slažem se) – 4 ispitanika, odnosno 1,7 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 41 ispitanik, odnosno 17,7 %
- 4 (slažem se) – 96 ispitanika, odnosno 41,4 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 88 ispitanika, odnosno 37,9 %.

Grafikon 22. Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju preporučio/preporučila bih stranim gostima



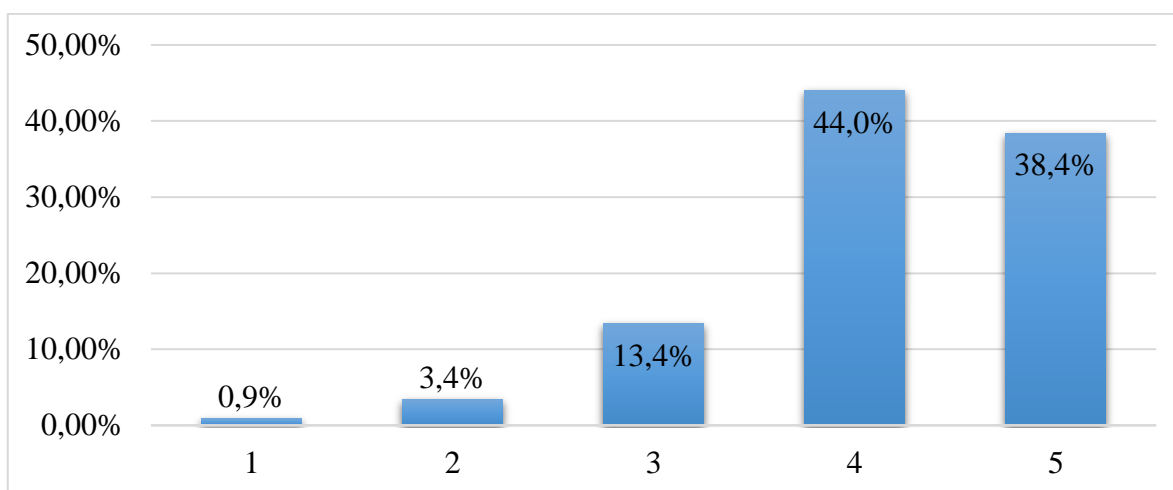
Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikon prikazuje kako se ispitanici najčešće slažu (56,5 %) s izjavom *Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju preporučio/preporučila bih stranim gostima*.

Detaljniji pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 1 ispitanik, odnosno 0,4 %
- 2 (ne slažem se) – 2 ispitanika, odnosno 0,9 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 26 ispitanika, odnosno 11,2 %
- 4 (slažem se) – 72 ispitanika, odnosno 31 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 131 ispitanik, odnosno 56,5 %.

Grafikon 23. Stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske je na odgovarajućoj razini



Izvor: vlastita autorova izrada

Grafikonom je prikazano kako se ispitanici najčešće slažu (44 %) te potom u potpunosti se slažu (38,4 %) s izjavom *Stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske je na odgovarajućoj razini*.

Detaljniji pregled prikupljenih odgovora:

- 1 (u potpunosti se ne slažem) – 2 ispitanika, odnosno 0,9 %
- 2 (slažem se) – 8 ispitanika, odnosno 3,4 %
- 3 (niti se slažem, niti se ne slažem) – 31 ispitanik, odnosno 13,4 %
- 4 (slažem se) – 102 ispitanika, odnosno 44 %
- 5 (u potpunosti se slažem) – 89 ispitanika, odnosno 38,4 %.

## 6. RASPRAVA

Istraživanju putem anonimnih anketnih upitnika pristupila su ukupno 232 ispitanika te je utvrđeno kako su ispitanici koji su pristupili najčešće ženskog spola (62,5 %), najčešće dobnih skupina 18 – 30 (41,4 %) i 31 – 40 (30,6 %) godina te srednje stručne spreme (42,7 %).

Od 232 ispitanika, njih 231, odnosno 99,6 % boravilo je u nekoj od turističkih destinacija Republike Hrvatske i to najčešće 4 – 7 (44,4 %) i 8 – 10 (26,3 %) dana što čini njihova iskustva i mišljenja relevantnima.

Ispitanici se najčešće slažu da prilikom odabira turističke destinacije razmišljaju o sigurnosti iste. U potpunosti se slažu (44,8 %) da se prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji osjećaju zaštićeno. Niti se slažu, niti se ne slažu (32,3 %) da se prilikom boravka u turističkoj destinaciji Republike Hrvatske na njihovu štetu neće počinuti kazneno djelo ili bilo koja vrsta turističke prijevare. Ispitanici kada uzimaju u obzir stanja sigurnosti unutar susjednih zemalja i susjedne međunarodne odnose se slažu (42,2 %) da se Republika Hrvatska nalazi u sigurnom geografskom položaju. Kada je u pitanju je li Republika Hrvatska članstvom u Europskoj uniji postigla višu razinu turističke sigurnosti, ispitanici najčešće niti se slažu, niti se ne slažu (39,7 %). Također, vezano za COVID-19 mjere koje su se provodile za vrijeme trajanja turističkih sezona radi sprječavanja širenja zaraze, ispitanici niti se slažu, niti se ne slažu (32,8 %) da su imale pozitivne učinke na osjećaj sigurnosti kod turista u Republici Hrvatskoj. Ispitanici se najčešće niti slažu, niti ne slažu (30,2 %) da je potencijalna izbjeglička kriza prijetnja osjećaju sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske. Da su turističke destinacije Republike Hrvatske sigurne od terorističkih napada, ispitanici se najčešće slažu (34,1 %). Najčešće se slažu (41,4 %), a potom se u potpunosti slažu (37,9 %) da je Republika Hrvatska sigurna turistička destinacija. Ispitanici se najčešće u potpunosti slažu (56,5 %) da bi Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju preporučili stranim gostima. Da je stanje sigurnosti u turističkim destinacijama na odgovarajućoj razini najčešće se slažu ispitanici (44 %), a potom se u potpunosti slažu (38,4 %).

## 7. ZAKLJUČAK

Zemlje koje se promoviraju svojom bogatom turističkom ponudom sve veći naglasak stavljaju na sigurnost. Republika Hrvatska od svoje samostalnosti kontinuirano unaprjeđuje stanje sigurnosti što vide i turisti koji su uslijed raznih kriza u svijetu, a koje dovode do sigurnosnih rizika, stavili Republiku Hrvatsku kao primarnu turističku destinaciju.

Globalna pandemija COVID-19 uzrokovala je sigurnosnu krizu u zdravstvenom smislu. Za Republiku Hrvatsku bila je to najveća kriza od Domovinskog rata za koji je u radu prikazano da je razdoblje od otprilike dva desetljeća bilo potrebno da se vrate približno isti brojevi turističkih pokazatelja. U 2020. godini ni jedna zemlja svijeta nije ostala imuna na krizu (pandemija COVID-19) tih razmjera, no u slučaju Republike Hrvatske, kako to brojke prikazuju, turizam se revitalizirao već u 2021. godini te na taj način spasio zemlju od daljnje ekonomske krize.

Zemlje bogate turističkim posjetima kao što je Republika Hrvatska moraju stavljati naglasak na sigurnost jer moderni turisti prilikom odabira željene destinacije razmišljaju o razini sigurnosti iste. Republika Hrvatska je postigla visoku razinu turističke sigurnosti što je vidljivo u provedenom istraživanju od strane autora ovog rada gdje se 44 % ispitanika slaže s izjavom da je stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske na odgovarajućoj razini, a njih čak 56,5 % se u potpunosti slaže da bi Republiku Hrvatsku preporučili stranim gostima. Da je Republika Hrvatska u očima turista sigurna turistička destinacija govori podatak da se s tom izjavom složilo 41,4 % ispitanika, a u potpunosti se složilo 37,9 % ispitanika. Ovakva percepcija potencijalnih turističkih potrošača izrazito je bitna za Republiku Hrvatsku iz razloga što ona svoj većinski BDP zemlje temelji na turističkoj konzumaciji proizvoda i usluga. Također, ispitanici se u potpunosti slažu (44,8 %) te se slažu (39,2 %) da se prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji osjećaju zaštićeno, ovaj podatak govori da sigurnosne službe poduzimaju odgovarajuće mjere i radnje koje su potrebne radi održavanja sigurnosti u turističkim destinacijama. U slučaju nastanka bilo koje vrste sigurnosne krize postoji određena vjerojatnost da će se uslijed navedenog desiti manjak priljeva financijskih sredstava u državnoj blagajni koja pritječu iz turističkog sektora. U slučaju Republike Hrvatske postojala bi mogućnost nastanka ekonomske krize radi međuovisnosti između turističkog sektora i BDP-a zemlje.

Vidljivo je kako Republika Hrvatska ima snažan turistički sektor, no kako bi zemlja mogla biti sigurnija uslijed nastanka kriznih događaja, potrebno je poticati i ulagati u druge grane gospodarstva poput proizvodnje koja ima veću fleksibilnost uslijed određenih kriza.

Sigurnost Republike Hrvatske kao turističke destinacije je na adekvatnoj razini, no kako bi se to održalo, potrebno je postaviti dugoročne strateške ciljeve koji uzimaju u obzir sigurnost turističkih destinacija i sigurnost zemlje u cijelosti te i dalje nastavljati održavati pozitivne međunarodne odnose. Osim države, vlade, službi koje se bave sigurnošću i slično, potrebno je da i privatni sektor stvara dugoročne strateške planove kako bi bili spremniji u slučaju nastanka bilo koje vrste kriza koje bi mogle uzrokovati krizno upravljanje, odnosno krizna vremena za poduzeća, osobito u turističkom sektoru koji je osjetljiv na gotovo sve promjene na tržištu, u zemlji i izvan nje.

---

**POPIS LITERATURE**

1. Europska komisija. URL: [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic\\_hr](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic_hr) [pristup: 03.04.2022]
2. Europski portal za mlade. URL: [https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe\\_hr](https://europa.eu/youth/get-involved/your-rights-and-inclusion/situation-migrants-and-refugees-europe_hr) [pristup: 30.03.2022]
3. Golob, M., Sirotić, T. i Golob, M. (2014). ISTRAŽIVANJE KVALITETE I RAZINE ZADOVOLJSTVA TURISTA TURISTIČKOM PONUDOM, *Zbornik Veleučilišta u rijeci*, 2(1), str. 27-40.
4. Gregorić, M., (2011) *Marketing poslovnog turizma destinacije*. Doktorska disertacija. Opatija: Sveučilište u Rijeci
5. Gregorić, M., i Skendrović, Lj. (2012) *Uloga poduzetništva i cjeloživotnog učenja u brendiranju turističke destinacije*. Učenje za poduzetništvo, 2(2), str. 43-48.
6. Gregorić, M., Somođi, Đ. i Patafta, T. (2019) *Društveno odgovorno poslovanje u hotelijerstvu na području Međimurja kao turističke destinacije kontinentalne Hrvatske*. Obrazovanje za poduzetništvo – E4E, 9(1) 23-39.
7. Gregorić, M., Vrkljan Muraj, A. i Haleuš, J. (2017). *Primjena suvremenih komunikacijskih tehnologija u promociji turističkih zajednica Republike Hrvatske*. Obrazovanje za poduzetništvo – E4E, 7(2), str. 119-134.
8. Jugo, D. (2017) *Menadžment kriznog komuniciranja*. Zagreb: Školska knjiga.
9. Kostić-Bobanović, M. i Dolenc, S. (2021) Ključni čimbenici izbora destinacije i razina zadovoljstva turista: primjer Istarske županije. U: Gržinić, J. i Bevanda, V., ur., *Turistički razvoj i utjecaj na destinaciju*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, str. 209-254.
10. Marić, K., Samardžić, B., i Protrka, N. (2017). *ANALIZA TURISTIČKIH POKAZATELJA SIGURNOSTI U TURIZMU REPUBLIKE HRVATSKE TE MOGUĆNOSTI JAĆANJA KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA NAKON ULASKA U EUROPSKU UNIJU*, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E, 7(1), str. 301-318. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/183510> (Datum pristupa: 07.04.2022.)
11. Marić, S. (2012) Terorizam kao globalni problem. *MediAnali*, 6 (11), str. 87-102.
12. Matika, D. i Gugić, A. (2007) *Turizam i sigurnost*. Zagreb: adriatica.net
13. Medved, G. (2003). *Turistička destinacija Kvarner kroz djelovanje turističke zajednice županije*, Opatija: Sveučilište u Rijeci

- 
14. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2014. URL: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150701\\_Turizam014.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150701_Turizam014.pdf) [pristup: 05.05.2022.]
  15. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2015. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/TUB2015HR.pdf> [pristup: 05.05.2022.]
  16. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2016. URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam\\_u\\_brojkama\\_HR\\_%202016.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf) [pristup: 05.05.2022.]
  17. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2019. URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR\\_%202019%20%281%29.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf) [pristup: 19.04.2022.]
  18. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Turizam u brojkama 2020. URL: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) [pristup: 19.04.2022.]
  19. Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite. URL: <https://civilnazastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-sprecavanje-sirenja-zaraze-koronavirusom/2304> [pristup: 18.04.2022.]
  20. Miočević, D. i Juric M. (2020) *Sigurnost, terorističke ugroze i namjera putovanja turista*. Zagreb: Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu
  21. Petrić, L. (2011) *Upravljanje turističkom destinacijom*. Split: Ekonomski fakultet u Splitu
  22. Policijska uprava primorsko-goranska, SIGURNOST U TURIZMU. URL: <https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/10/Sigurnost-u-turizmu-prirucnik.pdf> [pristup: 05.05.2022.]
  23. Poljak, D. (2021) Krizno upravljanje financijama u turističkom sektoru Republike Hrvatske za vrijeme globalne pandemije COVID-19, *FIP- financije i pravo*, 9(1), str. 93-107.
  24. Stipetić, V. (1998) *Plaidoyer za jedinstveni sustav turističkih računa (dileme, teškoće i otvorena pitanja)*. Opatija: Hotelijerski fakultet Opatija, Sveučilište u Rijeci
  25. Sučević, D. (2016) *Krizni menadžment: Vodič kroz planiranje, prevenciju i oporavak*. Zagreb: Visoko učilište EFFECTUS
  26. Šuran, F. (2016) *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
-



27. Vulin., B. (2020) Percepcija djelatnika turističkog sektora o modelima pružanja sigurnosti u turističkoj destinaciji. U: *Međunarodna znanstveno-stručna konferencija*. Zadar: Libertas sveučilište/Sveučilište u Zadru, str. 439-462.

---

**POPIS ILUSTRACIJA****Popis tablica**

Tablica 1. Dolasci turista po mjesecima u 2019. i 2020. godini.....	37
Tablica 2. Noćenja turista po mjesecima u 2019. i 2020. godini.....	38

**Popis grafikona**

Grafikon 1. Stupanj zadovoljstva elementom osobne sigurnosti 2015. g. izražen u %.....	22
Grafikon 2. Stupanj zadovoljstva elementom osobne sigurnosti 2020. g. izražen u %.....	23
Grafikon 3. Važnost elemenata sigurnosti prilikom odabira destinacije.....	24
Grafikon 4. Važnost učestalosti ugroza na sigurnosnu sliku destinacije.....	25
Grafikon 5. Dolasci i noćenja 2014. – 2016. g.....	26
Grafikon 6. Broj dolazaka turista 1980. – 2015. g. (u 000).....	31
Grafikon 7. Broj noćenja turista 1980. – 2015. g. (u 000).....	31
Grafikon 8. Spol.....	45
Grafikon 9. Starosna dob.....	45
Grafikon 10. Razina obrazovanja.....	46
Grafikon 11. Jeste li ikada boravili u bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske?...47	
Grafikon 12. Koliko ste dana najčešće boravili u turističkim destinacijama Republike Hrvatske?.....	47
Grafikon 13. Kod odabira turističke destinacije razmišljam o njenoj sigurnosti.....	48
Grafikon 14. Prilikom posjete bilo kojoj turističkoj destinaciji Republike Hrvatske osjećam se zaštićeno.....	49
Grafikon 15. Prilikom boravka u turističkoj destinaciji na moju štetu se neće počinuti kazneno djelo ili bilo koja vrsta turističke prijevare.....	50
Grafikon 16. S obzirom na stanja sigurnosti unutar susjednih zemalja i susjedne međunarodne odnose Republika Hrvatska se nalazi u sigurnom geografskom položaju.....	50

---

Grafikon 17. Republika Hrvatska je članstvom u Europskoj uniji postigla višu razinu turističke sigurnosti.....	51
Grafikon 18. COVID-19 mjere koje su se provodile za vrijeme trajanja turističkih sezona radi sprječavanja širenja zaraze imale su pozitivne učinke na osjećaj sigurnosti kod turista u Republici Hrvatskoj.....	52
Grafikon 19. Potencijalna izbjeglička kriza nije prijetnja osjećaju sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske.....	52
Grafikon 20. Turističke destinacije Republike Hrvatske sigurne su od terorističkih napada.....	53
Grafikon 21. Republika Hrvatska je sigurna turistička destinacija.....	54
Grafikon 22. Republiku Hrvatsku kao sigurnu turističku destinaciju preporučio/preporučila bih stranim gostima.....	54
Grafikon 23. Stanje sigurnosti u turističkim destinacijama Republike Hrvatske je na odgovarajućoj razini.....	55