Globalizacija u turizmu

Veselčić, Anja

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:048130

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

ANJA VESELČIĆ

GLOBALIZACIJA U TURIZMU

Završni rad

Pula, 2017 godine

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

ANJA VESELČIĆ

GLOBALIZACIJA U TURIZMU

Završni rad

JMBAG: 0303031079, redovna studentica

Studijski smjer: Preddiplomski sveučilišni studij Kultura i turizam

Predmet: Turizam i kulturalne promjene

Mentor: Doc.dr.sc. Mauro Dujmović

Pula, veljača, 2017 godine

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile
u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom _____
_____
_____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.
Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

SADRŽAJ

UVOD 3
1. GLOBALIZACIJA 5
1.1. Globalizacija kao pojam 8
1.2. Aspekti globalizacije 10
2. TURIZAM……..12
2.1. Turizam kao pojam.....12
2.2. Povijesni razvoj turizma……..……14
3. GLOBALIZACIJA U TURIZMU.....16
3.1. Turistička ponuda i potražnja u globalizacijskim procesima.....17
3.2. Utjecaj globalizacije na turistička kretanja……..18
4. UTJECAJ RIZIČNIH ČIMBENIKA NA TURIZAM……..22
4.1. Politička nestabilnost……22
4.2. Kriminal.....23
4.3. Terorizam……...24
4.4. Zdravlje.....26
4.5. Globalni prehrambeni trendovi ……..27
5. OČEKIVANI TRENDOVI TURIZMA NA GLOBALNOM NIVOU……..29
ZAKLJUČAK.....31
LITERATURA 33
POPIS PRILOGA.....35

UVOD

Zajedno s globalizacijom svjetske ekonomije događa se i globalizacija turističke industrije. Siromašni dijelovi svijeta, iako daleko od mogućnosti započinjanja intenzivne industrijske proizvodnje, mogu poboljšati svoj ekonomski položaj, upravo kroz turističku aktivnost, praćenu ulaganjem u infrastrukturu, kapacitete i formiranje turističkih proizvoda. Činjenica je da su ta ulaganja najčešće stranog porijekla. Smatra se da je cjelokupan svijet mobilan i da to ima globalne razmjere i iz toga se razloga ponekad masovni turizam izjednačava s globalizacijom. Međutim, globalizacija i turizam ne pripadaju ni jednoj znanstvenoj discipline posebno, već se nalaze u zoni interdisciplinarnog izučavanja, jer oba fenomena imaju brojne i međuzavisne dimenzije. Kroz cijeli se rad proteže pitanje i time postavlja hipoteza kako *globalizacija utječe na turizam*. Vezano za postavljenu hipotezu, postavlja se pitanje: *"U kolikoj mjeri i kako globalizacija utječe na turizam?".* U radu će se pokušati objasniti i navesti neki pozitivni i negativni učinci globalizacije koji direktno ili indirektno djeluju na turizam svojom pojavom.

U prvom dijelu rada definirat će se globalizacija kao pojam. Navedene su neke od definicija globalizacije koju su definirali neki od poznatih svjetskih sociologa kao što je Giddens, Water, Beck, Stiglitz i mnogi drugi. S obzirom na to da svaki autor iznosi svoje viđenje globalizacije, odnosno svoju definiciju, vrlo ju je teško definirati. Brojni su i raznovrsni aspekti globalizacije koji se odražavaju u svim oblastima ljudskog djelovanja.

U drugom dijelu govori se o turizmu općenito, objašnjene su definicije turizma s osvrtom na Cohenovu i definiciju Međunarodnog udruženja znanstvenih turističkih stručnjaka. Također je ukratko naveden razvoj turizma kroz povijest.

Treća tematska cjelina obuhvaća proces globalizacije u turizmu. Opisuju se turistička ponuda i potražnja u globalizacijskim procesima, turističke destinacije na globalnom tržištu, te se istražuje utjecaj globalizacije na svjetska turistička kretanja.

U četvrtom poglavlju obrađeni su neki od rizičnih čimbenika u turizmu: politička nestabilnost, kriminal, terorizam, zdravlje, te neuobičajena i nesvakodnevna hrana i njihov utjecaj na svjetska turistička kretanja.

Zaključno poglavlje rada odnosi se na očekivane trendove turizma na globalnom nivou kao što su razvitak kulturnog, tematskog i pustolovnog turizma te krstarenja. Rad se uglavnom sastoji od pet poglavlja, koji se međusobno nadovezuju. Na samom kraju seminara dolazi zaključak u kojem će se sažeti saznanja stečena prilikom samog istraživanja te uzevši u obzir sve podatke vidjeti da li je hipoteza opravdana.

1. GLOBALIZACIJA

Jedna od najučestalijih riječi u svakodnevnoj upotrebi jest globalizacija, o kojoj se počinje govoriti krajem 20. stoljeća. Javno mišljenje je također okrenuto procesima globalizacije. S jedne strane postaje nemoguće da se sve zemlje „sakriju“ iza svojih granica, dok s druge strane ekonomska politika pojedinih zemalja ne može pasivno promatrati suvremene procese globalizacije koji su zahvatili svjetske tokove proizvodnje, kapitala, izvoz, uvoz, pokretljivost radne snage i slično. Nameće se potrebu zemljama da se uklope u te procese zato što zahtjevi međunarodnih tržišta postaju sve oštriji. U tom se kontekstu pojedine zemlje nalaze u dvojakoj situaciji, s jedne strane gleda se na očuvanje nacionalnog identiteta, tradicije, jezika, kulture i sl., dok s druge strane na djelotvorno uklapanje u procese globalizacije koji se odvijaju transnacionalno. Odvija se proces preobrazbe načina proizvodnje i potrošnje. To se prije svega odnosi na Europsku uniju, koja se ubraja među vodeće ekonomske sile svijeta. Ekonomske integracije dovode do regionalne suradnje zemlja članica, institucionalno povezanih, na planu slobodnog prometa roba, rada, kapitala, usluga i sl. Iako se ti procesi ne odvijaju idealno, oni utječu značajno na svjetska privredna kretanja i položaj pojedinih zemalja u svjetskom gospodarstvu, socijalnom i političkom sustavu.

Globalizacija u suvremenim uvjetima predstavlja posebni stadij u kontinuiranom procesu društvenih promjena, a njezini se procesi posebno pojačavaju 80- tih godina 20. stoljeća. Moglo bi se kazati da globalizacija predstavlja novi val promjena u gospodarstvu, tehnologiji i društvu. Pogrešno bi bilo misliti da je globalizacija pojam.[1]

Posrijedi je stari proces koji je počeo prije stotinu i više godina. Proces globalizacije veže se na 18. stoljeće, kada je Europu zahvatio veliki val društveno-ekonomskih i političkih promjena koje oblikuju društva. Ekonomska znanost kao i ostale društvene znanosti objašnjava ove procese koristeći različite pojmove, koji su slični pojmu organizacije, a najčešći su: industrijalizacija, modernizacija te postmodernizam. Upotreba navedenih pojmova uvelike odražava jasnoću glavnih snaga i procesa koji oblikuju društvo.

[1] Milardović, A., *Globalizacija*, Osijek-Zagreb-Split, Pan liber, 1999., str. 3.

Industrijalizacija je pojam koji se koristi za opis velikih društveno političkih i drugih promjena. Industrija u industrijskom valu razvoja postaje glavnom djelatnošću te je upravo u tom kontekstu nastao izraz industrijska revolucija, koji se koristio ne samo za opis prijelaza s poljoprivrednog na industrijsku proizvodnju nego i za šire društvene promjene.

Posljedice industrijalizacije bile su velike, što se prije svega odnosi na ekonomski razvoj, rast produktivnosti, promjenu strukture zanimanja, organizaciju rada, profesionalne vještine, obrasce potrošnje i sl. Modernizacija se upotrebljavala za opis šireg spektra promjena u kojem društvo postaje složenije kao npr. pojačano se odvija proces urbanizacije, dok se proizvodnja i organizacija sve više temelje na znanosti. Isto tako, pojam modernizacije se upotrebljava za opis procesa kojim se su zemlje Trećeg svijeta, odnosno gospodarski slabije razvijene zemlje, industrijalizirale i modernizirale. Prema tome može se reći da su industrijalizacija i modernizacija globalni procesi.[2]

Zbog procesa globalizacije svijet se jedva snalazi u velikim i brzim promjenama. Kvalitetno se promijenila uloga država-nacija te nacionalnih vlada. Pojačano se odvija proces liberalizacije ekonomskih odnosa, što se posebno odnosi na procese ekonomske razmjene. Istovremeno se odvijaju procesi otvaranja granica, odnosno slabljenja uloge državnih granica. Posebno je značajan proces internacionalizacije poduzeća zbog kojega ona postaju glavni čimbenici procesa globalizacije, što s druge strane otvara proces odricanja i revitaliziranja suvereniteta države. Takav razvoj otvara neku novu eru, koja doprinosi stvaranju novog tipa ekonomije, uključujući tu i globalizaciju koja modificira naše odnose u prostoru, vremenu i društvu.

Autor Stiglitz se posebno orijentirao na temu globalizacija u svojoj knjizi *"Globalizacija i dvojbe koje izaziva"*. Kroz devet poglavlja razlaže svoja viđenja i kritike upućene na račun globalizacijskih procesa. Iako sam autor već u predgovoru kaže kako globalizacija može biti gledana kroz pozitivan stav koji će donijeti mnogo dobroga, posebno zemljama koje u financijski nestabilnije, ističe međutim, da iz temelja treba preispitati način provedbe globalizacije koja je zapravo postala kontroverzna.

[2] Ibidem, str. 11.

Ističe kako su posljedice globalizacije su prevladavanje postojećih granica među državama - nacijama, opadanje suvereniteta država, te nastanak globalnih i nadnacionalnih asocijacija koje preuzimaju regulativne i druge funkcije u društvu i svjetskoj ekonomiji. Globalizacija donosi mnoge prednosti ali i nedostatke. Ono što se može tumačiti kao prednost i nedostatak jest potreba za kolektivnim djelovanjem. S jedne strane, ona je donijela mnogo dobroga, a s druge strane nije donijela nikakvu korist, već štetu.

U knjizi se Stiglitz bavi složenim pitanjima i problemima vezanih uz gospodarski rast i razvoj, inflaciju, nezaposlenost, proračunske deficite, vanjskotrgovinske deficite, siromaštvo, tečajne politike, liberalizaciju financijskih tržišta, privatizaciju te ekonomske, financijske krize u brojnim državama u svijetu, koje su tim problemima u većoj ili manjoj mjeri pogođene.[3]

Stiglitz je za te neprilike transparentno "optužio" velikane globalne ekonomske politike, MMF, Svjetsku banku, WTO i ostale financijske moćnike i institucije. Upravo su ti moćnici svojim djelovanjem doveli do toga da siromašnije zemlje osjete nedostatke globalizacije i iskuse ekonomsku i financijsku krizu. Osim toga, posebno je naglasio napade na devizne tečajeve pojedinih valuta u siromašnim zemljama, Africi, Aziji, Latinskoj Americi.. Takva se situacija odnosila na većinu tranzitnih zemalja koje su iskusile licemjerje i nejednakost. Zemlje koje su uspjele izbjeći takvu situaciju su, ističe Stiglitz, Poljska, Kina, Indija. One su svojim snagama i razumnim djelovanjem doprinijeti svojem gospodarskom razvoju i rastu.

Autor je istaknuo kako je MMF više politička nego ekonomska institucija te kako je njihovo ponašanje i postupci doveli do narušenja povjerenja građana u djelovanje međunarodnih institucija. Od takvih se institucija očekuje transparentnost no uslijed želje za brzim napretkom pod bilo koju cijenu, građani ju nisu dobili.

Ovim zapažanjima dan je vrlo opsežan uvid u rješavanje i samog odgovora na pitanje hipoteze postavljenje u samom uvodu seminara. Globalizaciju, da bi ju se ispravno tumačilo, potrebno je gledati iz različitih aspekata koji različito utječu na regije i države koje obuhvaća. S jedne strane, ona može djelovati pozitivno na zemlje koje su već razvijene i naprednom tehnologijom opskrbljenje, za razliku od zemalja koje se još uvijek muče i bore za osnovne ljudske potrebe.

[3] Algoritam: *Uspjeh globalizacije*, http://www.algoritam.hr/?m=1&p=proizvod&kat=450&id=118124#.V5s3O-uLTIU, preuzeto 27. kolovoza 2016.

1.1. Globalizacija kao pojam

Definicija tog pojma koja je priznata i važeća, ne postoji ni u znanstvenoj ni u javnoj debati, te s obzirom na to postoje različiti pokušaji određivanja globalizacije. Navedene su neke definicije:

Prema Antony Giddens-u „globalizacija je intenziviranje društvenih veza diljem svijeta, i to tako da veoma udaljena mjesta bivaju povezana u toj mjeri da događaji u jednom mjestu mogu biti uzrokom ili posljedicom događaja u nekom drugom, koje je stotinama kilometara udaljeno, i obrnuto." Već od sredine 80-ih godina organizacija postaje jedan od najcitiranijih pojmova u "Social Science Citation Indexu" , što je prema mišljenu Giddensa najbolja potvrda teze da je svijet postao jedinstveni društveni sustav.

Roland Robertson je u 80-im i 90-im godinama razvio cjelovitu teoriju globalizacije. Za Robertsona teorija globalizacije ja analitička shema na temelju koje se mogu misliti i opisati pojave koje imaju nadnacionalno značenje.

Malcom Waters na globalizaciju gleda kao na " socijalni proces tijekom kojeg otpada utjecaj geografskog položaja (granica) na socijalni i kulturni angažman, a ljudi postaju svjesni slabljenja tog utjecaja. Globalizacija ne implicira homogenizaciju."

Istovremeno Johannes Varwick navodi globalizaciju kao "pojam koji se veoma često upotrebljava u političkim, publicističkim i privrednim debatama i pritom s jedne strane označava "prijetnju", a s druge "šansu".[4]

Njemački sociolog Urlich Beck izjavio je: "Globalizmom označavam shvaćanje da svjetsko tržište potiskuje političko djelovanje tj. ideologiju vlasti nad svjetskim tržištem, ideologiju neoliberalizma.

Radovi brojnih autora u okviru nove paradigme pridodali su pojmu globalizacije bitno nova značenja. Tako Urlich Beck piše o 8 tipova globaliteta:

1. gospodarsko zemljopisni, a odnosi se na djelovanje transnacionalnih korporacija, međunarodnu trgovinu i kolanje financijskog kapitala;
2. informatičko-tehnološki;
3. ljudska prava i demokracija;
4. uspješna globalna kulturna industrija;

[4] Veselica, V., *Globalizacija i nova ekonomija*, Zagreb, Ekonomski fakultet, 2003., str. 7.

5. globalitet u kojem se očituje policentrična svjetska politika u kojoj djeluju transnacionalni akteri;
6. svjetsko osiromašenje;
7. globalno razaranje
8. uništavanje čovjekove okolice.

Beck i većina autora slažu se da je globalizacija proces gospodarskog, socijalnog, kulturnog i po litičkog djelovanja koje nadilazi granice nacionalnih država. Može se reći da je globalizacija proces spajanja nečeg manjeg i pojedinačnog, odnosno nečeg što ne može samo po sebi doći do izražaja, u nešto veće i globalno, izražajnije, nešto što će svima doprinijeti, omogućiti razvoj koji je potpomognut efikasnom i brzom razmjenom informacija.[5]

Na slici 1. prikazani su najznačajniji uzroci globalizacije, ali to nikako nisu svi uzroci globalizacije. Važnu ulogu u nastanku procesa globalizacije imao je završetak hladnog rata. Za trajanja hladnog rata svijet je bio podijeljen, a to je značilo manje suradnje među državama. 1989./1990. padom tzv. čelične zavjese odnosi između Istoka i Zapada su se intenzivirali. Bivše države Istočnog bloka otvorile su se i izašle na svjetsko tržište, a sve više njih odlučuje se za demokraciju i tržišnu ekonomiju.

Slika 1. Uzroci nastanka globalizacije



Izvor: Globalizacija i transnacionalne prakse, http://svarog.nubl.org/wp-content/uploads/2014/12/Prof.-dr-Slobodan-S.-%C5%BDupljanin-prof.-dr-Mladenka-Balaban-GLOBALIZACIJA-I-TRANSNACIONALNE-PRAKSE.pdf, preuzeto 20. travnja 2016.

[5] Njavro, Đ., *Globalizacija i identitet*, Zagreb, 2004., str. 32.

Napredak na području tehnologije, a posebno napredak na području razmjene informacija i u području komunikacije, veća brzina i manji troškovi prijevoza, kao i globalni problemi koji su natjerali države svijeta da zajednički nalaze načine za njihovo rješavanje, uvjetovali su razvoj globalizacije.

1.2. Aspekti globalizacije

U ovom će se poglavlju nešto više reći o samim aspektima globalizacije koji se odražavaju na svim poljima života i djelovanja suvremenog čovjeka, a koji se odnose na politiku, ekonomiju i kulturu.

Prvi o kojem će se govoriti je *ekonomski aspekt.* U ekonomskom smislu globalizacija je proces u kojem se smanjuju ili u potpunosti ukidaju prepreke u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni te se povećava ekonomska integracija među zemljama. To je proces povezivanja industrijskih i financijskih aktivnosti na svjetskom tržištu, a na osnovi znanstveno-tehnološke i informacijsko-komunikacijske revolucije, odnosno njihovih postignuća. Multinacionalne tvrtke uključuju u svoje poslovanje milijune ljudi širom svijeta koji su međusobno povezani usprkos velikim udaljenostima. One nadziru planetarne resurse, kapital i tehnologiju. Na taj se način širi gospodarstvo bez granica i posluje se kao da nema gospodarskih i političkih barijera.

Drugi aspekt globalizacije i to ne manje važan je *politički aspekt* globalizacije koji se odnosi na narušenu državnu suverenost nastalu uključivanjem u međunarodne zajednice, ugovore te organizacije. Stvara se sustav globalnog upravljanja koje ograničava dosadašnju moć države pri čemu nastaje temelj za stvaranje nove, nadnacionalne države. Slabljenje državne moći posebno se uočava u području financija. Proces globalizacije pokrenuli su veliki i moćni, da bi bili još veći i moćniji. Manje zemlje su u pravilu ovisnije o vanjskoj ekonomiji nego one velike, zbog čega svaka promjena u svjetskoj ekonomiji ima značajan utjecaj na ekonomiju male zemlje. Za zemlje u tranziciji globalizacija je dodatni izazov te ne postoji pitanje da li se uključiti u taj proces ili ne već na koji način se priključiti. Pravilno prepoznavanje uzorka, efekta i procesa globalizacije omogućuje tim zemljama uspješnije provođenje i samog procesa tranzicije.

Internacionalizacija i regionalizacija također postaju, uz globalizaciju, izazovi današnjim državama. Stvaraju se nove međunarodne i regionalne udruge preko kojih se mogu vršiti pritisci na vlade država, ali i uspostavljaju veze s ljudima širom svijeta.

Pojedini autori smatraju da se najveće globalizacijske promjene događaju u *kulturi*. To se može ilustrirati činjenicom da se danas velikom brzinom uvodi zajednički svjetski jezik, ali to nije kao što su neki očekivali, esperanto, već je to engleski jezik. Engleski se jezik tako našao na drugom mjestu najrasprostranjenijih jezika koji se govore (nakon kineskog).

Jezik je odigrao ključnu ulogu, kao osnovni medij kojim se služe masovni mediji. Nijedan drugi medij nije toliko ukorijenjen, toliko bitan za ostvarenje političkih ciljeva, niti toliko često korišten radi suzbijanja pokušaja države da jezičnim sredstvima nametne svoju hegemoniju. Jezik je neobično snažno nabijen kulturni objekt. Jezik se koristi ne samo da stvori zajedništvo oko pojedinih objekata, kao što su sveti ili središnji objekti, nego i radi komunikacije same.[6]

Globalizacija kulture još se spominje u kontekstu novog kozmopolitizma ili nove kozmopolitske ili svjetske kulture primjerene čovjeku kao vrsti, bez obzira na posebnosti izvedene iz društvene i kolektivne pripadnosti. Globalizacija kulture je, dakle, proces koji teče u različitim smjerovima i ide prema različitim učincima, kao što su relokalizacija, homogenizacija, diverzifikacija, heterogenizacije, kreolizacija ili kulturna bastardizacija, fragmentacija, transformacija i tako dalje. Kao što ne postoji jedno određenje kulture, tako je nemoguće izvesti jednoznačno određenje globalizacije kulture. Globalizacija kulture može se odrediti kao sažimanje svijeta i spoznaja o kulturnim raznolikostima. To je samo jedno moguće određenje. Ona je razapeta između homogenizacije i heterogenizacije.[7]

Jasna je činjenica kako je upravo globalizacija dala mogućnost čovjeku uvid u različitosti. Iako se globalizacija temelji na međusobnoj povezanosti, postavlja se pitanje koliko je svijet usprkos različitosti kultura homogeniziran, jer svijet kao cjelina nije harmoniziran. Sama tema ovog završnog rada je vrlo osjetljiva na ove promjene i različitosti zbog stalne konkurentnosti na tržištu turizma.

[6] Milardović, A., *Globalizacija*, Osijek-Zagreb-Split, Pan liber, 1999., str. 25.
[7] Milardović, A., *Stranac i društvo- Fenomenologija stranca i ksenofobije,* Zagreb, Pan liber, 2013., str. 197.

2. **TURIZAM**

O turizmu se mnogo piše i raspravlja, te se pokušava ući u bit turizma kako bi se razumjela cjelokupna njegova priroda. Traže se izvori o nastanku turizma, o uzrocima, karakteristikama, vremenskim razdobljima, utjecajima i posljedicama.

Kako je već rečeno za globalizaciju, i turizam se može sagledati s različitih aspekata. Ono pak ovisi o zemlji u kojoj čovjek živi, pa samim time i ovisi o samoj zemlji čiji će aspekt globalizacije u turizmu na tu zemlju najviše utjecati; ekonomski, politički ili pak kulturni.

U veoma kratkom razdoblju turizam je postao svjetski fenomen i industrija koju, usprkos tome što ima i neospornih negativnih posljedica, žele razvijati sve države svijeta. Razlog tomu, u većini slučajeva je suficit u državnom proračunu, prepoznatljivost zemlje, bolja povezanost i dr..

U sljedećem će se poglavlju nešto više reći o samom pojmu turizma i povijesti razvoja turizam koje je bitno jer je sam razvoj turizma paralelno označavao i razvoj i ekspanziju globalizacije.

2.1. Turizam kao pojam

Turizam je vrlo sveobuhvatan, mnogoznačan i raznolik pojam, te postoji mnogo definicija o turizmu. Pomoću sljedeće definicije može se jasno sagledati pojam turizma i osnovne karakteristike te pojave. Kako bi se tema ovog završnog rada objasnila u potpunosti potrebno je definirati glavnu sintagmu - turizam.

Definicija koju su oblikovali teoretičari W. Hunziker i K. Krapf u djelu Allgemeine Fremdenverkehrslehre iz 1942. godine, određuje pojam turizam i definira ga kao: „skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom na zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“.[8]

Iz ove definicije vidljivo je da turizam nije jednoznačna pojava, već splet odnosa društvenog i ekonomskog karaktera.

[8] Pirjevac, B., *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden Marketing, 1998., str. 19.

Turizam je definiran s jedne strane putovanjem, te s druge privremenim boravkom u nekom turističkom mjestu, a to mjesto privremenog boravka je turističko odredište ili destinacija koja posjeduje resurse (prirodne i antropogene) zbog kojih posjetitelj odabire upravo tu destinaciju za mjesto privremenog boravka. Ponašanje turista tijekom njegova turističkog putovanja i boravka bitno je drugačije od života kojeg turist provodi u stalnom prebivalištu.

Osim što ima drugačiji ritam života i način stanovanja i ishrane, drugačije su organizirani odmor i razonoda. Sve se to pak prenosi i na najvažniju razliku tog ponašanja s ekonomskog stajališta koja se očituje u činjenici da se turist privremeno isključuje iz procesa rada i postaje isključivo potrošač. Dohodak koji troši na taj način ostvaren je na drugom mjestu i u drugo vrijeme.

Definicija američkog sociologa E. Cohena određuje pojam turist: „dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju“.[9] Turist je prije svega putnik koji je dobrovoljno odlučio napustiti svoje mjesto stalnog prebivanja.

Cohen definira turista kao putnika koji ne putuje često, koji ostaje nekoliko dana izvan svog mjesta stalnog boravka, taj oblik putovanja naziva kružnim, jer čovjek svako putovanje završava na polazištu, tj. vraća se u mjesto svog stalnog boravka. Osim Cohenove definicije pojma turist često se navodi i definicija Državnog zavoda za statistiku Hrvatske: „Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova“.[10]

Zbog želje pojedinca za dokolicom ili iz nekog drugog razloga putuje, turizam postaje globalna pojava, a kako je do toga došlo, objasniti će se u sljedećem poglavlju kroz povijesni razvoj turizma.

[9] Ibidem, str. 22.
[10] Ibidem, str. 23.

2.2. Povijesni razvoj turizma

Mnogo je pokušaja da se prvi pojavni oblici turizma smjeste u jedno vremensko razdoblje i pronađu sličnosti s današnjim oblicima turizma. Postoji teza da je povijest turizma započela s prvim migracijama, međutim ta teza je teško prihvatljiva jer su prve migracije povezane s pitanjima egzistencije, a nisu potaknute motivima koji suvremene turiste tjeraju da poduzmu turistička putovanja. Prve pojave turizma mogu se vezati uz prisutnost velikog broja posjetitelja različitim sportskim događajima, npr. antičkim Olimpijskim igrama, ili uz putovanja na razna svetišta iz religioznih pobuda.

U svojim počecima turizam je bio privilegija bogatih ljudi koji su oduvIjek putovali u udaljene dijelove svijeta da bi vidjeli slavne građevine ili druga umjetnička djela, da bi naučili nove jezike i upoznali se s drugim kulturama. Od vremena starih Rimljana spominju se putovanja i boravci bogatih ljudi, koji borave i provode dio godine u zabavi i razonodi, najprije u mjestima s termalnom vodom, zatim u Alpama i u primorskim mjestima. Sredinom devetnaestog stoljeća turizam je postao potreba širih slojeva društva. To razdoblje okarakterizirano je značajnim promjenama u društvu uzrokovanih industrijskom revolucijom. Seosko stanovništvo napušta ruralni način života i seli u gradove, odnosno dolazi do urbanizacije, razvijaju se nove gospodarske djelatnosti (industrija, trgovina, promet), dolazi do demografskog i tehničko – tehnološkog napretka. U dvadesetom stoljeću dolazi do ubrzanog razvoja prometne infrastrukture i prometnih sredstava, posebno željeznice, što pogoduje razvoju turističkih putovanja. Povijest turističkih putovanja podijeljena je u pet vremenskih razdoblja:

1. rano doba – prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija
2. srednje doba – od V. do XIV. stoljeća, hodočašća, istraživačka putovanja
3. doba renesanse – od XIV. do XVII. stoljeća, edukativna putovanja, „Grand Tour“
4. industrijska revolucija – od 1750. do 1850., razvitak gradova, parni stroj
5. moderni turizam – razvoj prometa, osobna potrošnja, masovni turizam.[11]

[11] Ibidem, str. 31.

Nemoguće je strogo precizirati pojedina razdoblja povijesti putovanja i turizma, jer se u različitim sredinama mnogobrojne promjene i utjecaji ne događaju u istom vremenskom razdoblju.

Značajnu ulogu u stvaranju turističkih aktivnosti, kakve su poznate danas, odigrao je 1841. godine Thomas Cook. On je prvi shvatio značenje mogućnosti masovnog prijevoza. Kao tajnik saveza antialkoholičara dobio je zadatak da organizira godišnji kongres. Organizirao je zajednički dolazak svih sudionika na kongres željeznicom, te je u jednoj željezničkoj kompaniji rezervirao čitavu kompoziciju vlaka, a u cijenu karte uključio je i serviranje popodnevnog čaja. Ovim događajem prvi put se pokazalo što u modernom shvaćanju putovanja znači veća skupina putnika koji se, iako do tada međusobno nepoznati, okupljaju radi putovanja. Prvi put je putnik mogao na jednom mjestu riješiti sve svoje probleme vezane uz putovanje, pa je kupujući aranžman agencije bio spreman za taj komfor platiti određenu cijenu. Prvi put se upozorilo na mogućnosti koje i za agenciju i za putnika proistječu iz činjenice da se nudi usluga koja ujedinjuje više različitih i pojedinačnih usluga. [12]

Od ovog događaja do danas turizam je prošao niz promjena i postao vrlo složena socijalna pojava i jedna od najznačajnijih ekonomskih kategorija.

Sljedeće poglavlje, što i sam naziv teme završnog rada, najbolje objašnjava utjecaj globalizacije na turizam kroz sve njegove aspekte. Kako je i rečeno na samom početku rada, globalizacija utječe na turizam svojim pozitivnim, ali i negativnim djelovanjem. Ovo je poglavlje bitno zbog odgovora na pitanje postavljene hipoteze u samom uvodu rada.

[12] Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela, preuzeto 20. travnja 2016.

3. GLOBALIZACIJA U TURIZMU

U relativno kratkom razdoblju turizam je postao najmasovnija svjetska pojava, a globalizacija u turizmu pojava je novijeg datuma, poznata kao megatrend suvremenoga turističkog tržišta. Globalni značaj turizma ne proizlazi samo iz činjenice da je turizam suvremeni fenomen, često poistovjećen s vodećom svjetskom industrijom, već se ističe značaj sve veće razmjene ekonomskih i drugih utjecaja između turista i lokalnog stanovništva.

Utjecaj globalizacije na turizam sagledan je s pet temeljnih aspekata, a koji se odnose na: gospodarstvo, tehnologiju, kulturu, ekologiju i politiku.

Gospodarski gledano, globalizacija u turizmu dovodi do integracije turističkih poduzeća. Turistička poduzeća povezuju se vertikalno i horizontalno, što dovodi do sužavanja prostora i na kraju do ispadanja iz tržišne utrke manjih gospodarskih subjekata i svih onih koji se nalaze izvan velikih sustava.

Turistička tržišta postaju globalna i otvorena za strane investicije, razvija se globalni turistički menadžment, a konkurencija među turističkim destinacijama je sve veća. Turističke destinacije konkuriraju na globalnoj razini, bez obzira na međusobnu udaljenost.

Napredak na području tehnologije i u turizmu je doveo do značajnih promjena. Suvremeni rezervacijski i distribucijski sustavi zbog gusto isprepletenih informacijskih mreža pretvaraju svijet u „globalno selo“. Mogućnost kupoprodaje bez fizičkog kontakta donosi radikalne promjene u cjelokupnoj ekonomiji pa tako i na području turizma. Informacija koja predstavlja moć, pomoću interneta postaje globalno dostupna, a uloga interneta u turizmu je višestruka. Cijene promidžbe destinacija, rezervacije te prodaje aranžmana i usluga naglo padaju, a oni sami postaju jednostavno i lako dostupni.

Kod transportnih sredstava postoje propisane norme i standardizirane tehnologije koje se moraju zadovoljavati svugdje u svijetu.

Kulturološke značajke globalizacije u turizmu ogledaju se u ujednačavanju ponašanja putnika. Suvremeni turist svjestan je kulture zemlje u koju putuje i određenih normi ponašanja koje se moraju poštivati na svakom turističkom putovanju.

Na području ekologije globalizacija je donijela brojne negativne posljedice po prirodne resurse i okoliš, kao npr.: efekt staklenika, ozonske rupe, uništavanje šuma, zagađenje opasnim spojevima, zagađenje teškim metalima, smanjenje resursa pitke vode itd.

3.1. Turistička ponuda i potražnja u globalizacijskim procesima

Na strani turističke potražnje došlo je do promjena u strukturi turističkih potreba. Poboljšanje životnog standarda, promjene sustava vrijednosti i tradicionalnih potreba te globalizacijski procesi na turističkom tržištu bitno su utjecali na promjene ponašanja turista.

Promjena ponašanja turista jedan je od velikih izazova s kojima je suvremeni turizam suočen. Suvremeni turisti iskusni su putnici, dobro informirani, znaju točno što žele i nastoje optimalno zadovoljiti svoje potrebe s obzirom na uložena sredstva (vrijeme i novac). Povoljni masovni proizvodi i skupi elitni proizvodi sada imaju jednako šanse na tržištu.

Dinamičnost, znatiželja, želja za upoznavanjem novih sredina i želja za atraktivnim sadržajima bitne su odlike modernog turista. Turisti više nisu pasivni promatrači, a prirodne ljepote više nisu dovoljne da bi se privukli turisti. Moderni turisti traže oblikovanje odmora prema njihovoj želji, traže nestandardizirane i individualizirane usluge, udobnije rezerviranje putovanja. Sunce i plaža, zabava i događanja, val wellnessa i avantura bez stvarnog rizika: to su trendovi koji će obilježiti politiku ponude.

Usluge poput prijevoza, smještaja i prehrane, koje su zapravo osnovne usluge turističke ponude, nisu više presudne pri odabiru turističke destinacije jer se one mogu svugdje pružiti. Osnovno pitanje sada postaje visoka kvaliteta i bogat sadržaj boravka u određenoj destinaciji, tj. presudne su dodatne usluge. Suvremeni turisti svjesni su značaja zaštite okoliša te održivost i kvaliteta postaju trajne značajke turizma. U cijelom svijetu povećava se broj inicijativa za razvitak turizma koji će u ravnotežu dovesti prirodu, kulturu i gospodarstvo. Postalo je jasno da se održivi razvitak turizma mora povezati s kvalitetnim mjerama na razini poduzeća, općine i regije.

Velike promjene u sektoru turizma izazvao je ubrzani razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija te elektronsko trgovanje. Na strani ponude ova promjena donosi probleme malim i srednjim poduzećima u zemljama i regijama kojima nedostaje pristup znanju i kapitalu te se stvara sve veći jaz između njih i velikih globalnih poduzeća.

Za potrošača taj razvitak donosi mogućnost dobivanja većeg broja ponuda, bolje upoznavanje ponude te mogućnost uspoređivanja i na kraju odabira onoga što će najbolje zadovoljiti njegove potrebe. Svim turističkim destinacijama koje se natječu na globalnom turističkom tržištu izazov je izgraditi individualni *brand*, tj. prenijeti klijentu svoj autentični profil ponude koji će jednu turističku destinaciju izdvajati od drugih. Nositelji turističkih aktivnosti, posežu za različitim oblicima vertikalne i horizontalne strategije integracije.

Dolazi do okrupnjivanja u turoperatorskom poslovanju i u hotelijerstvu što donosi jačanje konkurentske prednosti, jačanje imidža, uvođenje jedinstvenoga rezervacijskog sustava i djelotvornije istraživanje globalnoga turističkog tržišta. [13]

Konkurencija na turističkom tržištu postala je vrlo oštra i to ne samo među zemljama jedne regije nego i među regijama na globalnoj razini. Za turiste se bori sve veći broj postojećih, ali i novih destinacija. Promjene izazvane globalizacijskim procesima izravno zahvaćaju nositelje poslovnih aktivnosti unutar turističkog sektora. Ako neki segment turističkog tržišta želi postati konkurentnim ne može zaobići pridruživanje svjetskim grupacijama jer će, u protivnom, biti istisnut s tržišta.

3.2. Utjecaj globalizacije na turistička kretanja

Kraj dvadesetog i početak dvadeset i prvoga stoljeća rezultiraju intenzivnim razvojem proizvodnje, što izravno utječe na poboljšanje životnog standarda. Dolazi do promjena u ponašanju turista i do promjena u strukturi turističke potražnje u usporedbi s prijašnjim razdobljem. Viši životni standard odrazio se je na omasovljenje turističkih kretanja i na porast potrošnje turista, a time i na povećanje prihoda ostvarenog od turizma.

[13] Feige, M.,*Turizam na početku novog tisućljeća*, Turizam, vol. 48, no. 2, 2000, str. 111.

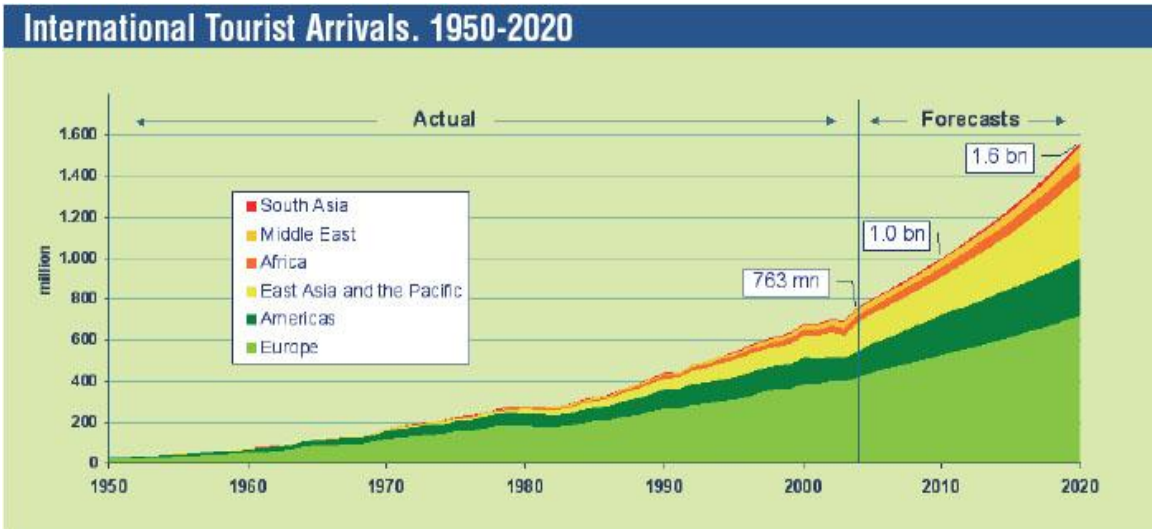
Ispitivanjem eksperata koji se bave globalizacijom u turizmu potvrđena je teza da je životni standard vrlo važan segment u turističkoj potrošnji, potom su promjene sustava vrijednosti ocijenjene vrlo važnima kao i afirmiranje novih potreba i uspostavljanje novoga životnog obrasca. Nevažnim elementom ocijenjen je životni stil.[14]

Globalizacijski procesi pridonijeli su, dakle, promjeni društvenih odnosa, napretku na području slobodnog vremena, obrazovanja, zdravstvenog statusa, širenju informacija i komunikacije.

Navedene promjene dovele su do toga da u kratkom vremenskom razdoblju, od Drugoga svjetskog rata do danas, turizam postane svjetski fenomen, a što potvrđuje velik broj sudionika koji se uključuju u svjetske turističke tijekove. Svjetski turistički stručnjaci prognoziraju da će najsnažniji rast u predstojećem razdoblju bilježiti nove destinacije na svjetskom turističkom tržištu. Turisti su zasićeni uobičajenim, razvikanim destinacijama - tragaju za iznenađenjem i uzbuđenjem.

Na grafičkom prikazu 1. vidi se taj najveći udio Europe na svjetskom turističkom tržištu, ali s najnižim stopama rasta, a nove destinacije kao što su Južna Azija i Srednji Istok imaju dvostruke veću stopu rasta od Europe.

Graf 1. Međunarodni turistički dolasci 1950. – 2020. godine



Izvor: UNWTO, *International Tourist Arrivals*, http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/maldives-pres-vereczi.pdf, preuzeto 15. travnja 2016.)

[14] Pavlić, I., *Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi*, 2004, file:///C:/Users/Anja/Desktop/8_ivana_pavlic_test.pdf, preuzeto 12. travnja 2016.

U europskim okvirima stopa rasta znatno viša od prosjeka prognozira se Turskoj, Cipru i Izraelu (pod uvjetom konsolidacije političkog i sigurnosnog stanja u toj zemlji), ali i Hrvatskoj. Idućih desetak do petnaestak godina u Europi se općenito ne predviđa veći porast turističkog prometa. No turistička budućnost "stare dame" nije crna budući da je već u svjetskom vrhu. Brojne druge turističke destinacije u svijetu u posljednjih desetak do dvadeset godina krenule su praktično "od nule" pa su im visoke stope rasta tako lakše ostvarive.

Predviđa se da će turistički promet unutar pojedinih europskih regija biti znatno preraspodijeljen. Najnižu stopu rasta prometa ostvarivati će zapadna Europa koju će po ukupnom broju turističkih dolazaka prestići srednja i istočna Europa. WTO prognozira da će destinacije na Mediteranu u 2020. ugostiti 346 milijuna turista - što bi bilo 22 posto ukupnih svjetskih dolazaka u toj godini.

Najsnažnija stopa rasta predviđa se u području istočnog Mediterana. Mediteransko turističko odredište broj jedan ostati će Francuska, koja je 1998. godine bila i najvažnija turistička zemlja svijeta.

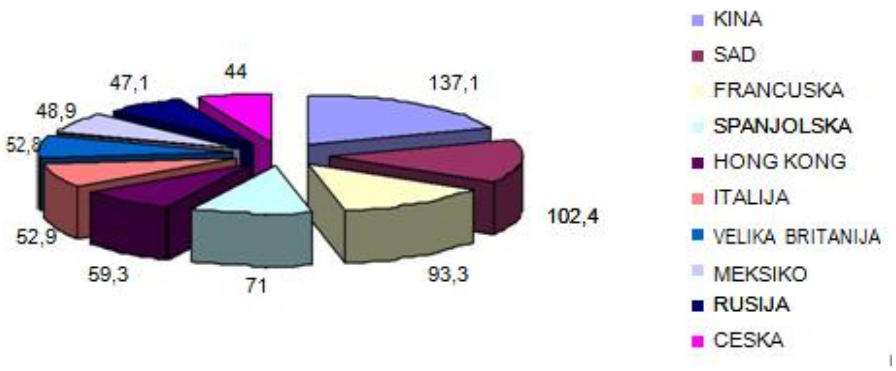
Francuska je i u kategoriji pet najsnažnijih emitivnih tržišta Europe i predviđa se da će bilježiti najsnažniju stopu rasta emitivnog prometa.

Francuzi ostaju u svjetskom vrhu po svojim turističkim putovanjima, ali i broju ugošćenih turista, iako se na grafičkom prikazu 2. može vidjeti da do 2020. god. Francuska neće biti najvažnija turistička zemlja svijeta, već treća najvažnija, a na prvom mjestu zamijeniti će je Kina.

Njemačka će istovremeno zadržati prvu poziciju kao najistaknutije emitivno tržište u svjetskim razmjerima. Najveći udio turističkog prometa unutar europskih zemalja ostvaruju sami Europljani - intraregionalnim putovanjima – 80%. No najvišu stopu rasta koju će u 2020. godini bilježiti europske destinacije realizirat će turisti s Dalekog istoka, potom turisti iz Afrike i južne Azije. Očekuje se porast prometa iz istočne Azije i Pacifika od 6,5 posto, i to mahom u mediteranske krajeve. Svjetska turistička organizacija predviđa da će Europljani manje putovati unutar vlastitog kontinenta, a intraregionalnim putovanjima najviše će se okoristiti istočni Mediteran. U okviru destinacija Mediterana, Hrvatskoj se predviđa dugoročna stopa rasta, gotovo dvostruko viša od prosječne - premašuje 8 posto.

Na grafu 2. prikazane su turističke zemlje za koje se predviđa da će igrati najvažniju ulogu na turističkom tržištu 2020. godine. Te se godine očekuje promjena na vodećim pozicijama, tj. u dvadesetak godina Kina će doći na prvo mjesto i postati najvažnija turistička zemlja svijeta. Također se očekuje da Poljska, Kanada i Austrija 2020. godine neće biti među najvažnijim zemljama svijeta u turizmu, a njihove uloge preuzeti će Rusija, Češka i Hong Kong koji će biti na visokom petom mjestu.

Graf 2. Najvažnije turističke zemlje svijeta po broju turističkih dolazaka, predviđanja za 2020. godinu (u milijunima)



Izvor: UNWTO, *Tourism 2020 Vision revisited*, https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester__UNWTO_2030_.pdf, preuzeto 14. travnja 2016.

Unatoč predviđenom rastu međunarodnih turističkih kretanja, turizam jest i ostat će privilegija nekolicine. WTO predviđa da će 2020. god. samo 7% svjetske populacije biti uključeno u turistička kretanja, što je dvostruko više u odnosu na 1996. god. kada je iznosilo 3,5%.[15] Iza tih brojki stoji činjenica kako se turizam razvija i time obuhvaća dijelove zemlje koji prije nisu bili prepoznati na tržištu turizma i razmjena dobara i usluga. Iako se taj podatak može tumačiti kao pozitivan utjecaj na turizam zemalja Trećeg svijeta, iza te se činjenice kriju mnogi drugi čimbenici koji mogu djelovati na razvoj zemlje, i to negativno. Isto vrijedi i za razvijene zemlje čiji razvitak i međupovezanost također mogu negativno utjecati na razvoj turizma u zemlji. Kako je turizam fenomen globalnih razmjera, problematika koja se veže uz njega također postaje globalna. Utjecaji rizičnih čimbenika na turizam su brojni a neki od njih su istaknuti u sljedećem poglavlju.

[15] UNWTO, *Tourism 2020 Vision revisited*, https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester__UNWTO_2030_.pdf, preuzeto 14. travnja 2016.

4. UTJECAJ RIZIČNIH ČIMBENIKA NA TURIZAM

Suvremeni turizam posljednjih se je godina pretvorio u globalni fenomen koji se suočio s isto tako globaliziranim problemom sigurnosti i zaštite svojih sudionika. Radi se o različitim opasnostima i rizičnim čimbenicima kako putovanja tako i boravka turista u destinacijama.

Rizici koji značajnije utječu na turističke tijekove jesu:

- terorizam, koji je postao specifično sredstvo političke borbe u mnogim zemljama, a koji uključuje otmice aviona, bombaške napade, ucjene i brojna druga djela prirodne katastrofe, odnosno opasnosti na koje čovjek nema utjecaja politička nestabilnost, koja uključuje ratne sukobe i etničke konflikte
- sigurnost hrane i vode
- turistički kriminal itd.

Navedeni, ali i drugi rizici, uništavajući velikim djelom i infrastrukturu i kulturno-povijesnu baštinu, zaustavljaju turističke tijekove i imaju negativan utjecaj na turizam zemlje i na cjelokupno gospodarstvo.

Uzroci prekida turističkih tijekova dijele se na:

- duboke i dugotrajne (npr. Libanon, Sj. Irska, Šri Lanka, Uganda,)
- trajnije koji izazivaju nestabilnost i nesigurnost (npr. Egipat, Indija, Izrael, Kenija, Filipini)
- kratkotrajne i jednokratne (npr. Kina, Fiji, Florida).[16]

4.1. Politička nestabilnost

Nemiri i različite nestabilnosti imaju za posljedicu gušenje, ili barem, preraspodjelu turističkih tijekova, a stanje mira i prosperiteta ih pospješuju. Važnost i koristi od turizma prepoznate su svugdje u svijetu i nema zemlje koja ne želi poticati razvoj turizma, međutim osim kao gospodarski čimbenik, turizam se koristi i kao diplomatski čimbenik kojim se služe države, bilo kao sredstvom pritiska, bilo potpore.

[16] Hitrec, T., *Politički aspekti turizma kao čimbenika mira i sigurnosti s posebnim osvrtom na Hrvatsku*, 1998, file:///C:/Users/Anja/Desktop/di38_03hitrec.pdf, preuzeto 20. travnja 2016.

Potvrda ili otkazivanje sudjelovanja na velikim međunarodnim manifestacijama, kao što je npr. Olimpijada, a koji se izravno odražavaju i na turističke rezultate velikih priredbi bilo sportskog, kulturnog, zabavnog ili vjerskog karaktera, je tipičan primjer političkog pritiska.

Unutarnji sukobi, nemiri i ratovi uvelike utječu na turizam zemlje i imaju produženo djelovanje s negativnim posljedicama na cjelokupno stanje zemlje. Npr. Zaljevski rat drastično je smanjio turistička kretanja ne samo na području ratnih djelovanja već i u široj regiji Bliskog i Srednjeg Istoka, nemiri u Albaniji odrazili su se na turizam grčkog otoka Krfa. Što znači rat za turizam jedne zemlje vidi se i na primjeru Republike Hrvatske gdje je rat, početkom devedesetih, uzrokovao:

- oštećenja i razaranja gotovo četvrtine zaštićenih prirodnih dobara zemlje pad broja turističkih mjesta za 63%
- pad broja komercijalnih ležajeva za 41%
- pad turističkog prometa za više od četiri petine, najviše s vodećih emitivnih tržišta pad domaćeg prometa za više od 60%.

Rat se je pokazao pogubnim za cjelokupni turizam, međutim turistički tijekovi nisu se nikada u potpunosti prekinuli, usmjerivši se na mirna područja države.[17]

4.2. Kriminal

Svako ponašanje koje je protivno zakonskim odredbama i praksi sudova smatra se kriminalom, bilo da je riječ o emitivnim ili receptivnim zemljama. Kada se govori o turizmu potrebno je naglasiti da ono što je nezakonito u jednoj zemlji, ne mora nužno biti nezakonito u nekoj drugoj, pri čemu turist mora voditi računa o zakonima zemlje u kojoj se nalazi.

Povezanost turizma i kriminala može se podijeliti u pet kategorija:

- turisti kao slučajne žrtve
- turističko mjesto kao mjesto zločina
- turizam kao dobavljač žrtava
- zadovoljenje turističke potražnje kao razlog kriminalne aktivnosti
- turisti i turistički resursi kao specifična meta kriminalnih radnji.

[17] Ibidem.

Turisti su zanimljive mete napadačima iz nekoliko razloga:

- uz sebe nose svoju pokretnu imovinu, kao što je gotovina, nakit, fotoaparati, kamere i slično
- sklonost turista da se izlažu opasnostima na koje ne bi pomišljali da su u svoju zemlji riskantno ponašanje kao npr.: posjeti noćnim klubovima, uzimanje opojnih droga,
- korištenje usluga prostitucije.

Kako kriminal utječe na donošenje turističkih odluka o posjeti određenoj destinaciji ovisi o profilu turista, odnosno o strahu turista od kriminala. Strah od kriminala izražen je kod starijih osoba i kod žena, dok se mlađe osobe i muškarci manje boje kriminala. Podaci o stopi kriminala su suprotni i pokazuju da je većina kriminalnih radnji usmjereno prema muškarcima i prema mlađim osobama. Kao u mnogim područjima života ljudi, mediji su ti koji mogu bitno utjecati na percepciju o sigurnosti određene destinacije. Tako su kaznena djela počinjena u Egiptu, Keniji, Floridi dobila značajan publicitet, te je nakon nekoliko napada na turiste na Floridi 1992./1993. godine zabilježen pad međunarodnih posjeta od 11%. Međutim, povećana stopa kriminala nad turistima još nije prerasla u važan globalni problem jer većina turista smatra da bi se kriminal na odmoru mogao shvatiti kao trenutak neopreza ili loše sreće.[18]

4.3. Terorizam

Pitanje sigurnosti je postalo vrlo bitan faktor koji snažno utječe na turistička kretanja. Sve vlade svijeta tvrde da je njihovo područje sigurno, a kad se nešto i dogodi to se ocjenjuje kao izvanredna situacija. Danas se u cijelom svijetu poduzimaju iznimne mjere sigurnosti i čini se sve moguće da bi se izbjegli atentati ili druge vrste nasilja. Zemlje pokušavaju zaustaviti terorizam, no u često slučajeva bezuspješno.

Svaka zemlja želi maksimizirati profit od turizma, a taj profit je definiran kao razlika između prihoda od turizma i ulaganja u turizam, gdje ulaze i troškovi zaštite od terorizma.

[18] Ibidem.

Odnos turizma i terorizma objašnjen je pomoću modela koji kaže da u zemljama gdje je turizam slabo razvijen nema ni terorističkih napada, rastu ulaganja u turizam, a s razvojem turizma zemlja postaje atraktivnija teroristima koji napadima utječu na smanjenje investicija. Smanjuju se investicije i broj turista, a time i broj terorističkih napada, te je zemlja opet na početku kruga. Različiti autori različito objašnjavaju terorističke napade, ali svi se slažu da napadima na turizam teroristi nanose znatnu štetu zemlji u kojoj se ti napadi događaju. Država ulaže u turizam pa je napad na turizam i napad na samu državu. U mnogim zemljama značajni prihodi ostvaruju se upravo u turizmu, a teroristički napadi te prihode znatno smanjuju. Odluke turista da ostanu kod kuće ili da odaberu sigurniju destinaciju zapravo znače velike gubitke za industriju zemlje koja trpi terorističke napade. U Egiptu se dogodio niz terorističkih napada na turiste tijekom devedesetih godina. Preko 120 napada usmjerenih izravno na turističke skupine u razdoblju od 1992. god. do 1995. god. rezultirao je padom turističkih dolazaka za 22%, a prihodi od turizma su se smanjili za 43%, Egipat je jednostavno bio uklonjen iz programa međunarodnih turoperatora.

Jugoistok Turske poznat je po terorističkim napadima (napadima Kurda) a od 1991. godine posebno je na meti turizam. Te godine teroristi su pokrenuli kampanju u kojoj su slali pisma stranim agencijama i upozoravali ih da ne šalju turiste u Tursku, bombardirali turističke znamenitosti i hotele, te su otimali strane posjetitelje. Rezultat svega toga bio je pad prihoda od turizma za 8%.

Slično se je događalo i u Španjolskoj, slana su pisma upozorenja stranim agencijama i medijima, bombardirane su putničke agencije i hoteli duž cijele španjolske obale.

Kada se govori o terorizmu primjer koji se nameće zadnjih godina je teroristički napad na SAD, 11. rujna 2001. godine. Pripadnici Al-Kaide oteli su četiri američka putnička zrakoplova, dva su udarila u Svjetski Trgovački Centar na Manhattanu u New Yorku, po jedan u svaki neboder u razmaku od 17 minuta, ubrzo nakon toga poznati „twinsi“ su se srušili. Treći avion udario je u Pentagon, glavno sjedište Ministarstva obrane SAD-a, a četvrti avion srušio se u ruralnom djelu u državi Pensylvaniji. Ovaj napad bio je najveći napad ikad počinjen protiv SAD-a, ali i najznačajniji događaj koji se je dogodio u novije vrijeme. Nakon napada zračni prostor iznad SAD-a je bio nekoliko dana zatvoren za avio-prijevoz, a i nakon otvaranja avio-prijevoz se znatno smanjio.[19]

[19] Leitmann, G., *Terrorism Control in the Tourism Industry*, 2001, http://link.springer.com/article/10.1023/A%3A1026430116313, preuzeto 20. travnja 2016.

4.4. Zdravlje

Ljudi putuju iz različitih razloga, pa tako postoji više tipova turizma, tzv. selektivni oblici turizma, npr.: ekoturizam, kulturni, avanturistički, tematski, zdravstveni, vjerski, kongresni, nautički itd. Iako se kroz povijest motivi turista za putovanjima mijenjaju, i javljaju se neke nove potrebe, a samim time i novi oblici turizma, zdravlje, uz odmor i rekreaciju, ostaje uvijek jedan od osnovnih motiva za turistička putovanja.

Turizam ispunjava osnovnu ljudsku potrebu za psiho-fizičkim oporavkom i kvalitetnim življenjem. Radi toga se turizam ne može zamisliti bez zdravstvene zaštite kako turista, tako i stanovništva i okoliša zemlje u koju se putuje.

Turistička medicina je relativno nova grana javnog zdravstva i preventivne medicine, koja se bavi zaštitom i unaprjeđenjem zdravlja turista za vrijeme putovanja kao i za vrijeme boravka na mjestu odredišta. Svako putovanje povezano je s određenim zdravstvenim rizicima pa tako i turizam donosi rizike, zbog mijenjanja uvjeta okoliša na koje su ljudi navikli i različitih izazova koje pruža.

Rizik vezan uz putovanje ovisi i o karakteristikama samog putnika kao što su dob, spol, zdravstveno stanje i odgovorno ponašanje. Isto tako vrlo su bitne i karakteristike puta, odredište (uvjeti smještaja, higijena, dostupnost zdravstvene službe itd.), duljina boravka, svrha putovanja. Većina zdravstvenih rizika može se izbjeći ili znatno reducirati odgovarajućom edukacijom, promocijom zdravlja, prevencijom bolesti, te zaštitom okoliša.

Turistička medicina bavi se interakcijom turističke populacije (čije su karakteristike masovnost, mobilnost, sezonalnost, regionalna ekspanzija, grupiranje u kratkom vremenu na ograničenom prostoru) i turističkog ambijenta (odnosno okruženja u novoj destinaciji na odmoru, koje osim svojih pozitivnih ima i negativne učinke na populaciju).

Svaki turist prije odlaska na turističko putovanje trebao bi se pregledati i informirati kod liječnika o vlastitom zdravstvenom stanju i eventualnim posebnim potrebama.

Pripreme za turističko putovanje trebale bi uključivati i informiranje: o dostupnosti zdravstvene službe u odredištu putovanja, o pokrivanju troškova liječenja od zdravstvenog osiguranja, o zdravstvenim rizicima na samom putu i odredištu putovanja (rizici vezani uz promet i transport, posebno dulja putovanja zrakoplovom, rizici vezani uz odredište zbog klimatskih čimbenika, endemskih zaraznih bolesti, rizici vezani uz higijenu hrane i vode, rizici od uboda insekata i kontakata s otrovnim životinjama).

S ekspanzijom turizma rastu i zdravstveni rizici te potrebe za organiziranom djelatnosti turističke medicine što su podržale i Svjetska zdravstvena organizacija i Svjetska turistička organizacija. U svijetu su se razvile i razne institucije koje se bave pitanjima zdravlja turista. To su najčešće preventivne zdravstvene ustanove, posebno one koje obavljaju poslove javnog zdravstva, u nekim zemljama postoje Klinike za turističku medicinu, Turističko medicinski informativni centri, Institucije za edukaciju kadrova iz turističke medicine, Međunarodno društvo za turističku medicinu i sl.[20]

U Hrvatskoj poslove zaštite zdravlja turista obavljaju Zavodi za javno zdravstvo u okviru Službi za epidemiologiju i Hrvatski zavod za javno zdravstvo.

4.5. Globalni prehrambeni trendovi

Gastronomija i prehrana turista sve su važniji elementi kvalitete turističke ponude. U prilog tome govori i podatak da turisti u Hrvatskoj, nakon smještaja, najviše troše upravo na hranu i piće, te se gotovo 70% njihove dnevne potrošnje odnosi na ugostiteljske usluge. Ponuda hrane može predstavljati i rizik i prednost za određenu turističku destinaciju.

Prehrambene navike potrošača u trećem mileniju ubrzano se mijenjaju, sve se više pozornosti, pri odluci o kupnji, pridaje zdravoj prehrani i raznovrsnosti ponude, pri čemu zbog nedostatka slobodnog vremena u dinamičnoj svakodnevnici prednost dobivaju polugotova i gotova jela.

[20] Stanje i mogućnosti razvoja zdravstvenog turizam, https://konferencija.mev.hr/dokumenti/zbornik_konferencija_tisak.pdf, preuzeto 20. travnja 2016.

Suvremeni potrošač opire se globalizaciji okusa te postaje svjestan važnosti zdrave prehrane za koju su karakteristični proizvodi s malim udjelom masti, vegeterijanski proizvodi, organska hrana, proizvodi bez konzervansa itd. Sve manje ljudi odlučuje se na kuhanje, a gotova hrana postaje sve popularnija. Zdrava hrana, širina odabira i inovacija proizvoda garantiraju ponuđaču uspjeh kod današnjih kupaca. Do 2010. godine 40% od ukupne vrijednosti europske trgovine hranom biti će utrošeno u gastro segmentu tržišta. Do toga će dovesti nove potrebe modernoga potrošača koji ima sljedeće karakteristike: produženo radno vrijeme, organizirana prehrana u većim poslovnim sustavima, dinamičan stil života, kućanstva sa sve manje članova, svježa hrana..

U razvijenim industrijskim zemljama dvije trećine stanovnika danas kupuje stalno ili često gotova ili polugotova jela. Dok se još prije 20 godina za štednjakom provodilo dva-tri sata dnevno, današnji naraštaji ne žele za toplo jelo potrošiti više od pet do deset minuta. U svijetu raste trend samačkog života, što se odražava i na sustave ishrane.

5. OČEKIVANI TRENDOVI TURIZMA NA GLOBALNOM NIVOU

Autori poput Stiglitza, Giddensa i Watersa imaju različita gledišta na kretanje turizma u budućnosti. Veličina i struktura stanovništva, ekonomski potencijal, tehnološke inovacije, politička i kulturna kretanja predstavljaju najčešće navedene faktore od kojih ovise pravci razvoja turizma u narednom razdoblju. "Budućnost turizma ovisit će u većoj mjeri od faktora izvan ovog fenomena, nego od faktora u njemu samome".

S obzirom na to etertaida postoje različita mišljenja spomenutih autora o ključnim čimbenicima razvoja turizma u budućnosti, samim tim svaki od njih iz svog kuta predviđa mogući razvoj situacije, pa se tako navode sljedeći faktori, od kojih ovisi razvoj turizma:

- Ograničenja rasta tržišta;
- Kvalitetu, obnova destinacije i diferencijacija;
- Odgovorni ili socijalni marketing;
- Promjena političkih struktura;
- Promjena distribucije u turizmu (kretanje razvoja osobito od sjevera prema jugu).

Iz segmenta ponude WTO ističe se pet mega-trendova:

Eko-turizam. Eko-turizam se od jedne beznačajne baze «ekološki i socijalno odgovornog putovanja» proširio na «putovanja s prirodnom komponentom». Eko-turizam u najširem smislu nudi, kako razvojne šanse, tako i mogućnosti da se financira zaštićene zone. On zahtijeva diferencijaciju na male grupe sa specijalnim interesima i na veliki obim onih, koji odmor na plaži povezuju sa jednodnevnom posjetom prirodnih rezervata, kao dijelom njihovih doživljaja na godišnjem odmoru i zabave;

Kulturni turizam. Ovdje WTO diferencira izbor između malih tržišnih grupa sa specijalnim interesima i velike grupe koje, posjet kulturnim spomenicima uključuju u svoj program odmora, koji inače ima drugačije težište;

Tematski turizam. Predstavlja turizam, koji je usmjeren na veoma specifične interese i predstavlja jedno relativno malo tržište. Specifični interesi imaju prednosti, ali i druge aspekte, kao što su klima ili lokacija. Fokusiran na tri velika «E» - Entertainment, Excitement, Education (zabava, uzbuđenje, obrazovanje) - tematski turizam može djelovati kao katalizator razvoja;
Pustolovni turizam. Ovaj oblik turizma predstavlja malu, ali rastuću tržišnu skupinu. S obzirom na okolnosti, da je gotovo svaki kutak Zemlje ispitan, ovaj segment preferira interes za istraživanjem vrhova planina, dubine mora, Antarktika i svemira. Tako se, primjerice, oko dva milijuna turista vozilo podmornicama;

Krstarenja. Glavna karakteristika ogleda se u tome, što je pružena mogućnost, da se u kratkom vremenu može mnogo toga vidjeti («time poor - money rich time"). Naime, Kada je riječ o turizmu na globalnoj razini, očekuje se:
- porast političkih neizvjesnosti koje će smanjivati obujam putovanja,
- porast terorizma koji će uvjetovati pooštravanje sigurnosnih mjera, režima oko viza, kontrola na ulasku, a samim tim i destimulativno djelovati na poduzimanje putovanja,
- otvaranje Kine - njezina brojna nepoznata područja se mogu razviti u najpopularnije turističke destinacije u narednih 15 godina,
- opadanje vjere u politiku, što će se reflektirati kroz smanjenje obima stranih ulaganja i investicija u turističku privredu zbog nesigurnih, odnosno nestabilnih političkih ciljeva i režima i
- dezintegracija vrijednosti koje se dijele; sudar kultura i međukulturni konflikti će putovanja učiniti ponovno opasnim.

Svi oblici okruženja su od značaja za turizam kao gospodarsku djelatnost, pa je njihova spoznaja i predviđanje promjena, u manjem ili većem obimu, korisna za determiniranje budućih tendencija, što naravno izravno utječe i na poslovanje svih poduzeća turističke privrede. Promjene u okruženju prvo djeluju na potrošača utječući na njegov životni stil, standard življenja, preferencije i potrebe za turističkim proizvodima, a zatim indirektno i na konkretne marketing instrumente turističke destinacije i njenih pojedinačnih poduzeća.[21]

[21] Mlinar, Z., *Globalizacija, deteritorizacija i kulturni identitet*, Zagreb, Kulturni radnik, 1990., str. 431.

ZAKLJUČAK

Sve zemlje svijeta zainteresirane su za uključivanje na međunarodno turističko tržište jer, ekonomski gledano, turizam ima pozitivne strane, donosi zaradu, napredak, razvoj, a negativni utjecaji se pri tom zanemaruju iako je turizam vrlo osjetljiv na rizike. Samo najmanja rizična pojava može znatno poremetiti turističke tijekove. Stupanj osjetljivosti ovisi o samom rizičnom čimbeniku, gdje npr. kriminal ne utječe toliko na odluke i percepciju turista o nekoj destinaciji kao terorizam ili politička nestabilnost.

Globalna razina pokazuje da su u razvoju međunarodnog turizma uključena brojna tijela od općeg značenja za svjetsko gospodarstvo i ona koja su specijalizirana za turizam. Na regionalnoj, europskoj razini izgrađeni su brojni mehanizmi i tijela koja ustrojavaju turizam i usklađuju ga s gospodarskim razvitkom.

Globalizacija je tako pridonijela da na strani turističke potražnje imamo sve informiranije i zahtjevnije turiste koji znaju točno što žele, a ako jedna destinacija ne ispuni njihova očekivanja traže dalje i lako dolaze do novih destinacija. Na strani ponude to dovodi do sve veće konkurencije i tako do sve kvalitetnijih i raznolikijih mogućnosti za provođenje godišnjeg odmora ili za bijeg od svakodnevice.

Autori spomenuti u tekstu, Stiglitz, Giddens, Water i drugi imaju različita gledišta na kretanje turizma u budućnosti. Veličina i struktura stanovništva, ekonomski potencijal, tehnološke inovacije, politička i kulturna kretanja predstavljaju najčešće navedene faktore od kojih ovise pravci razvoja turizma u narednom razdoblju, a očekivani trendovi na tržištu turizma se očituju u razvoju kulturnog, tematskog i pustolovnog turizma.

Stiglitz pak vjeruje i zagovara međusobnu povezanost makroekonomske stabilnosti i mikroekonomije, odnosno u povezanost gospodarske, političke i socijalne stabilnosti. Smatra se kako je ovaj pristup vrlo optimističan i u ponekim segmentima, realno neostvariv. Stiglitz vjeruje kako je jedan od važnih faktora uspjeha razmjerno poštena vlada koja će biti zainteresirana za opći boljitak države. Smatra se kako prednosti globalizacije ne vrijede na svim područjima jednako, te je sama ideja o kolektivnom djelovanju i povezanosti vrlo riskantna. Zemlje s nižim BDP-om i nerazvijenom tehnologijom neće osjetiti globalizaciju kroz se njene prednosti, za razliku od zemalja s brzo rastućom proizvodnjom i tehnologijom.

Vlada koja zagovara sve suprotno njegovim uvjerenjima je, ističe Stiglitz, Vlada SAD-a i njeni loši potezi u rješavanju problema proizišlih iz djelovanja globalizacijskog procesa. S druge strane, nerealno je optužiti jednu Vladu za sve neuspjehe drugih zemalja Trećeg svijeta. Smatra se kako korijen njihovih problema seže davno u prošlost. Ni ova ideja nije stopostotno točna i ne vrijedi za sve zemlje jednako, no, jedno je istina, a to je da globalizacija na ovaj ili onaj način, zasigurno mijenja i utječe na turizam zemalja svojim djelovanjem čime je hipoteza opravdana.

LITERATURA

a) Knjige:

1. Milardović, A., *Globalizacija*, Osijek-Zagreb-Split, Pan liber, 1999.
2. Milardović, A., *Stranac i društvo- Fenomenologija stranca i ksenofobije*, Zagreb, Pan liber, 2013.
3. Mlinar, Z., *Globalizacija, deteritorizacija i kulturni identitet*, Zagreb, Kulturni radnik, 1990.
4. Njavro, Đ., Globalizacija i identitet, Zagreb, 2004.
5. Pirjevac, B., *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden Marketing, 1998.
6. Veselica, V., *Globalizacija i nova ekonomija*, Zagreb, Ekonomski fakultet, 2003.

b) Članak u časopisu

1. Feige, M., *Turizam na početku novog tisućljeća*, Turizam, vol. 48, no. 2, 2000.

c) Internet izvori

1. Globalizacija i transnacionalne prakse, http://svarog.nubl.org/wp-content/uploads/2014/12/Prof.-dr-Slobodan-S.-%C5%BDupljanin-prof.-dr-Mladenka-Balaban-GLOBALIZACIJA-I-TRANSNACIONALNE-PRAKSE.pdf
2. Hitrec, T., *Politički aspekti turizma kao čimbenika mira i sigurnosti s posebnim osvrtom na Hrvatsku*, 1998, file:///C:/Users/Anja/Desktop/di38_03hitrec.pdf
3. Leitmann, G., *Terrorism Control in the Tourism Industry*, 2001, http://link.springer.com/article/10.1023/A%3A1026430116313
4. Pavlić, I., *Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi*, 2004, file:///C:/Users/Anja/Desktop/8_ivana_pavlic_test.pdf
5. Stanje i mogućnosti razvoja zdravstvenog turizam, https://konferencija.mev.hr/dokumenti/zbornik_konferencija_tisak.pdf

6. Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, http://croatialink.com/wiki/Turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela
7. UNWTO, *International Tourist Arrivals*, http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/maldives-pres-vereczi.pdf
8. UNWTO, *Tourism 2020 Vision revisited*, https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester__UNWTO_2030_.pdf

POPIS PRILOGA

Slika 1. Uzroci nastanka globalizacije……9
Graf 1. Međunarodni turistički dolasci 1950. – 2020. Godine…….....19
Graf 2. Najvažnije turističke zemlje svijeta po broju turističkih dolazaka, predviđanja za 2020. godinu (u milijunima)……..……..….21

SAŽETAK NA HRVATSKOM JEZIKU

Zajedno s globalizacijom svjetske ekonomije događa se i globalizacija turističke industrije. Siromašni dijelovi svijeta, iako daleko od mogućnosti započinjanja intenzivne industrijske proizvodnje, mogu poboljšati svoj ekonomski položaj, upravo kroz turističku aktivnost, praćenu ulaganjem u infrastrukturu, kapacitete i formiranje turističkih proizvoda. Smatra se da je cjelokupan svijet mobilan i da to ima globalne razmjere i iz toga se razloga ponekad masovni turizam izjednačava s globalizacijom. Globalni značaj turizma ne proizlazi samo iz činjenice da je turizam suvremeni fenomen, često poistovjećen s vodećom svjetskom industrijom, već se ističe značaj sve veće razmjene ekonomskih i drugih utjecaja između turista i lokalnog stanovništva. Utjecaj globalizacije na turizam sagledan je s pet temeljnih aspekata, a koji se odnose na: gospodarstvo, tehnologiju, kulturu, ekologiju i politiku. Sve zemlje svijeta zainteresirane su za uključivanje na međunarodno turističko tržište jer, ekonomski gledano, turizam ima pozitivne strane, donosi zaradu, napredak, razvoj, a negativni utjecaji se pri tom zanemaruju iako je turizam vrlo osjetljiv na rizike.

SAŽETAK NA ENGLESKOM JEZIKU

Along with the globalization of the world economy, globalization of the tourism industry is also happening. The poor parts of the world, though far from the possibility of starting an intense industrial production can improve their economic situation through the tourism activity, followed by investment in infrastructure, the capacity and the formation of tourism products. It is believed that the entire world is mobile and that it has the global proportions. From this reason, sometimes mass tourism equates with globalization. The global significance of tourism derives not only from the fact that tourism is a new age phenomenon, often identified with the world's leading industry, but also highlights the importance of increasing the exchange of economic and other impacts from tourists and local residents. The impact of globalization on tourism is seen with five basic aspects, which are related to: the economy, technology, culture, ecology and politics. All countries are interested in the international tourism market because, in economic terms, tourism has a positive side, bringing profits, progress, development, and negative impacts are neglect, although tourism is very sensitive to risks.