

Utjecaj pandemije koronavirusa na poduzetničke aktivnosti u turizmu i turističku potrošnju

Hotko, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:337059>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-28**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Preddiplomski stručni studij "Poslovna ekonomija", Turističko poslovanje

**UTJECAJ PANDEMIJE KORONAVIRUSA NA
PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI U TURIZMU I
TURISTIČKU POTROŠNJU**

Završni rad

Matea Hotko

Zagreb, veljača, 2022.

University of Zagreb

Faculty of Economics

Undergraduate professional study "Business Economics", Tourism Business

**THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON
ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN TOURISM AND
TOURIST CONSUMPTION**

Final thesis

Matea Hotko

Zagreb, February, 2022.

Sažetak

Ovaj rad fokusiran je na utjecaje pandemije na razne grane industrije, a konkretno na poduzetničke aktivnosti u turizmu, turističke potrošače i njihovu potrošnju. U uvodnom djelu govori se o turizmu kao pojavi i na koji način se on inače odvija, kako bi se kasnije moglo usporediti sa onime kakav je danas u vrijeme pandemije. Zatim, se prolazi kroz povijest pandemija i na to kakav su prijašnje pandemije imale utjecaj na ekonomske i socijalne čimbenike svakodnevnice, te u konačnici i današnja pandemija COVID-19 i načine na koje je utjecala na način poslovanja, trenutno i u budućnosti. Nakon toga, nalazi se analiza konkretnih industrija, te nekoliko grafičkih prikaza stanja prije i poslije početka pandemije. Za kraj, proveden je intervju sa jednom djelatnicom koja radi u sektoru turizma, i iz prve ruke objašnjava na konkretnom primjeru njene kompanije na koji način je pandemija utjecala na njihovo poslovanje.

Ključne riječi: pandemija, COVID-19, turizam, utjecaj

Summary

This paper focuses on the impacts of the pandemic on various branches of industry, namely entrepreneurial activities in tourism, tourism consumers and their consumption. The introductory part discusses tourism as a phenomenon and how it normally takes place, so that it can later be compared with what it is today during the pandemic. Afterwards, there will be an analysis of the history of pandemics and how previous pandemics have had an impact on the economic and social factors of everyday life, and ultimately today's COVID-19 pandemic and the ways it has affected the way business is conducted, now and in the future. In addition, there is an analysis of specific industries, and several graphical representations of the situation before and after the beginning of the pandemic. Finally, an interview was conducted with an employee working in the tourism sector, who explains firsthand the concrete example of her company how the pandemic affected their business.

Key words: pandemic, COVID-19, tourism, impact

Matea Hotko
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 28.07.2021.

Matea Hotko
(potpis)

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. TURIZAM I PODUZETNICI U TURIZMU	3
2.1. Definiranje turizma	3
2.1.1. Turizam kroz godine	5
2.1.2. Suvremeni turizam	6
2.2. Obilježja turizma.....	7
2.4. Turistička potrošnja.....	12
3. COVID-19 PANDEMIJA	15
3.1. Povijest pandemija	17
3.2. COVID-19.....	24
3.3. Posljedice na razne grane industrije	29
3.4. Pandemija i njezin utjecaj na turizam	33
3.4.1. Korelacija pandemije i turizma	36
3.4.2. Negativne posljedice na turizam	38
3.4.3. Analiza pre- i post- COVID-19 stanja u turizmu	40
3.5. Daljnje projekcije	42
4. ISTRAŽIVANJE	44
4.1. Metodologija istraživanja.....	44
4.2. Provođenje istraživanja	44
4.2.1. Općenito o tvrtki.....	45
4.2.2. Intervju djelatnice Hilton Garden Inn hotela.....	46
4.2.3. Stanje nakon pandemije	49
4.3. Rezultati istraživanja	50
5. ZAKLJUČAK	51
POPIS LITERATURE	52
POPIS SLIKA	53
PITANJA KORIŠTENA U SVRHU ISTRAŽIVANJA	Error! Bookmark not defined.

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Poznata je činjenica da dobra većina globalnih kriza ima veliki utjecaj na ekonomiju u cijelosti. One se razlikuju prema mnogobrojnim faktorima, neke od vrsta su ekonomske krize, političke krize, ratna stanja, pandemije, epidemije i sl. Posljedice na ekonomiju mogu ostaviti krize bilo koje magnitude, bilo kojeg perioda trajanja, čak i neke lokalne krize mogu imati utjecaj na ekonomiju drugih država, ako ne i na globalnu ekonomiju. Naravno, postoji korelacija između jačine/veličine krize i jačine udara na ekonomiju, no i malo je dovoljno da se dosta toga promijeni.

Kada je u pitanju neka od takvih vrsta krize, jedno od područja gospodarstva koje je gotovo uvijek pogođeno najviše jest upravo turizam. Kada se gleda unazad bilo koja vrsta krize koja je zadesila pojedinačnu državu, lako je vidjeti i doći do zaključka da im je turizam pretrpio velike štete i platio kaznu posljedica te iste krize. Osim što će u ovom radu biti analizirane i objašnjene posljedice koje konkretne globalne krize imaju na ekonomiju, odgovoriti će se i na pitanje zašto je to tako.

Zašto je, naime, turizam jedna od najviše pogođenih grana gospodarstva kada su u pitanju bilo kakve krize? Pa odgovor je zapravo vrlo jednostavan ako se pažnja skrene na primjere. Kada se govori o političkim krizama ili ratnim stanjima, ljude je strah putovati i dolaziti u tu državu koja je zahvaćena krizom, ili ako je riječ o globalnoj krizi strah ih je odlaziti igdje van svoga mjesta boravka. Kada su u pitanju ekonomske krize, ljudi si ne mogu toliko priuštiti putovanja u druge zemlje. A kada se govori o bolestima kao što je trenutačna pandemija, postoji više razloga kao što su nedostatak novaca, strah od bolesti i zakonske zabrane ulaska i izlaska iz države. Glavni fokus ovoga rada biti će upravo na trenutačnoj pandemiji: što je ona točno, kakve je posljedice do sada imala na razne grane industrije, a ponajviše na cjelokupnu turističku industriju, što to znači za budućnost turističke industrije i koje su daljnje projekcije nakon COVID-19 pandemije konkretno u vezi oporavka.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Podatci koji su korišteni za potrebe ovog završnog rada su iz sekundarnih i primarnih izvora. Sekundarni izvori su podatci iz knjiga i znanstvenih časopisa, svjetskih i hrvatskih autora, vezanih uz globalne krize, pandemije, te turizam i turističku industriju. Uz to su se još koristili internetski izvori, te drugi stručni radovi koji će biti navedeni kasnije u radu.

Primarni izvori dobiveni su iz intervjua sa poduzetnicom koja radi u turističkoj industriji, konkretno u Hitlon Garden Innu; Izabela Haring, dana 25.08.2021., postavljena su 12 pitanja.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen na 5 poglavlja. Prvo poglavlje je uvodni dio u kojem je dano do znanja ukratko o čemu se radi, te su postavljena neka pitanja na koja će se u radu detaljno odgovoriti. U sklopu ovog poglavlja, objašnjava se predmet i cilj istraživanja, izvori podataka i metode prikupljanja. U drugom poglavlju će se pojasniti pojam turizma, turističke potrošnje, tko su poduzetnici u turizmu, te što sve turizam obuhvaća. Zatim se u ovom poglavlju nalazi i turizam kroz povijest, te suvremeni turizam. Također, nalaze se i obilježja turizma, i za kraj kratko pojašnjenje turističke potrošnje. Treće poglavlje je opširnije o pandemijama kroz povijest, o Covid-19 pandemiji, o njenim posljedicama na razne industrijske grane, analiza korelacije između turizma i pandemije, te daljnje projekcije i posljedice koje je ova pandemija do sada (obzirom da je još u tijeku), ostavila na svijet.

Nakon toga, u četvrtom poglavlju, biti će predstavljeni i sami poduzetnici koji rade u turističkom sektoru, kako je ova pandemija utjecala na njih i njihovo mjesto rada konkretno, obraditi će se podatci, navesti metode istraživanja i njihovi rezultati, te će se sve to završiti i analizirati u zaključku.

2. TURIZAM I PODUZETNICI U TURIZMU

2.1. Definiranje turizma

Prvo što se u ovom radu, i u ovom prvom djelu, mora definirati kako bi se moglo nastaviti dalje, je što je to točno turizam, i što on konkretno obuhvaća. Prema jednostavnoj definiciji WTO-a i UNSTAT-a o turizmu, kaže se da obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga.

Turizam, odnosno putovanje, je postao najmasovnija pojava u svjetskim relacijama. To proizlazi iz potrebe modernog čovjeka koji svoje slobodno vrijeme nastoji provesti u okruženju različitom od onoga u kojem živi i radi. Ljudsko društvo koje se ranije držalo jednog prebivališta zahvaća veliko gibanje, te se iskorištava svaka prilika da se nekamo otputuje. U središtu života modernog čovjeka nije više rad, nego slobodno vrijeme. Kada se govori o osnovnoj jedinici za proučavanje turizma to je turist, odnosno svaka osoba koja ide na putovanje izvan mjesta svog stalnog boravka a putovanje poduzima radi odmora, rekreacije, relaksacije i sl. Definiranjem ovog pojma turista najviše su se bavili sociolozi i antropolozi.

Za razliku od ove grupe ljudi (turisti) za koje je putovanje rekreacija godišnji odmor zdravstveni razlozi... postoji druga grupa ljudi kojima je rad u turizmu osnovna djelatnost i u potpunosti odudara od definicije turista i turizma jer je vezan uz profesiju, intenzivan rad i zaradu. Turizam se tako kao pojava može gledati iz dvije perspektive: jednoj u kojoj ljudi ističu doprinos turizma zdravlju, kulturnom obrazovnom uzdizanju, a drugi pak promatraju turizam kao sredstvo za povećanje produktivnosti rada, razvoj nedovoljno razvijenih krajeva, povećanjem nacionalnog dohotka itd. Ovo nedvojbeno potvrđuje tezu da je turizam izrazito kompleksna pojava, pa iz toga proizlaze i različiti pristupi i zaključci o njegovoj prirodi. Zbog svega gore navedenog, pojavila se potreba za definicijom različitih sudionika u turističkom prometu (Slika 1), a u svrhu bolje usporedivosti statističkih podataka tj. boljeg praćenja na međunarodnom nivou. Tako je npr. pojam domaćeg turista uključen u definiciju turista tek 1980. godine.

Slika 1: Definicije osnovnih pojmova

Termin	Međunarodni turizam	Domaći turizam
Rezident	Osoba koja obitava u određenoj državi u razdoblju ne kraćem od 12 uzastopnih mjeseci prije posjeta drugoj državi, gdje se ne zadržava dulje od godine dana.	Osoba koja boravi u konkretnoj državi najmanje 6 mjeseci prije odlaska u drugo mjesto u granicama iste države.
Posjetitelj	Osoba koja putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja i zadržava se u razdoblju ne duljem od godine dana sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Osoba, rezident konkretne države, koja putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju ne duljem od 6 mjeseci sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.
Turist	Posjetitelj koji putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju od najmanje 1 noćenja do najviše 12 mjeseci, sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Posjetitelj, rezident konkretne države, koji putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju od najmanje 1 noćenja do najviše 6 mjeseci sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.
Dnevni posjetitelj/ekskurzist	Posjetitelj koji putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju kraćem od 24 h i bez ostvarenja noćenja u zemlji koju je posjetio, a čija svrha posjeta nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Posjetitelj, rezident konkretne države koji putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju kraćem od 24 h i ne ostvaruje noćenje u konkretnom mjestu, a čija svrha posjeta nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.

Izvor: Smith, S.L.J., *Tourism Analysis*, Longman, Essex, UK, 1995., str. 24.

Kao dodatno pojašnjenje pojma posjetitelj, među posjetitelje koji nisu turisti ubrajaju se: granični radnici, tranzitni putnici (ukoliko ne napuštaju tranzitno područje aerodroma ili luke i ne borave više od jednog dana), članovi oružanih snaga, predstavnici konzulata, diplomati, privremeni i trajni emigranti, te izbjeglice i nomadi.

Očito je da definicija pojma turizam može biti raznolika odnosno, da svatko polazeći od vlastitog iskustva i okruženja može taj pojam definirati na svoj način. Tako se turizam u najširem smislu riječi može razumjeti kao skup raznolikih individualnih iskustava koje nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba. Također, kao što je već prije naglašeno, turizam se definira na temelju statističkih kriterija koji nam pomažu u formiranju i sređivanju biti same pojave te njenih prirodnih, društvenih, socioloških i ekonomskih aspekata. Ove definicije (statističke) bolje objašnjavaju različite pojavne oblike turizma s obzirom na mjesto putovanja (domaći, inozemni) ili motive putovanja (zdravlje, rekreacija, kultura), ali ne daju informacije o samoj suštini pojave. Cilj svake države je da poveća svoj ulazni turizam, a smanji izlazni, čime dovodi do porasta prihoda i smanjenje rashoda po osnovi turističkih putovanja.

2.1.1. Turizam kroz godine

Koliko se god pokuša sistematizirati povijesni razvoj pojave turizma, sve navodi na to da je putovanje, a samim time i turizam na neki način, pojava stara koliko i čovječanstvo. Turizam se u grubo može podijeliti na takozvane predturističko i turističko razdoblje. Predturističko razdoblje počinje već na samom početku civilizacije kada su ljudi putovali zbog potrage za hranom i boljim uvjetima života.

Kako su se društva razvijala, motivi putovanja proširili su se na trgovinu, zdravstvene usluge i stjecanje znanja. Početci putovanja iz zadovoljstva sežu još u doba stare grčke gdje se odlazilo na olimpijske igre ili na proročište Delfi, dok su stari Rimljani putovali na gladijatorske igre, a i poznato je da se često išlo u lječilišta u ladanjske vile. U srednjem vijeku najsličnije današnjem turizmu su bila hodočašća u razna svetišta. Ovakva putovanja smatraju se prethodnicima suvremenog turizma. Oko 1600-te godine, u Europi dominira razdoblje renesanse i humanizma, te mnoge poznate ličnosti poduzimaju putovanja u različite dijelove Europe radi stjecanja novih znanja i proširenja svojih vidika. U to vrijeme putovanja su uglavnom rezervirana za plemstvo, te za viši građanski sloj društva.

Turističko razdoblje turizma kakvo se danas poznaje, počinje u 19. stoljeću, a nastanak takve vrste turizma veže se uz napredak znanosti i tehnologije (naročito u području prometa) te uz porast životnog standarda i slobodnog vremena. Gotovo svi se slažu da je Thomas Cook 1841. godine odigrao pionirsku ulogu u razvoju turizma u suvremenom smislu te riječi, koristeći se tehničkim dostignućima, u prvom redu prometnim, organiziravši i oglasivši putovanje željeznicom na izlet od mjesta Loughborougha do Leicestera, gdje se održavala skupština antialkoholičarskog društva. To se smatra prvim organiziranim putovanjem te je Cook, s obzirom na dobar poslovni uspjeh 1845. godine osnovao prvu putničku agenciju, što se može smatrati počecima organiziranog turizma. Cookov primjer počeli su kopirati i dugi poduzetnici te se u Europi osnovao cijeli niz turističkih, odnosno putničkih agencija pa se smatra da je tim započelo pravo turističko razdoblje, odnosno turistička epoha. Porastom interesa za ovakva putovanja kroz drugu polovicu 19. stoljeća. počinje izgradnja brojnih hotela i drugih turistima omiljenih sadržaja što dovodi do nastanka Francuske, a ubrzo zatim i Talijanske rivijere.

2.1.2. Suvremeni turizam

Suvremeni turizam počinje industrijskom revolucijom u 20. stoljeću koja je dovela brojne promjene u tehničko-tehnološki dostignućima što se posebno odrazilo na prometna sredstva. Revolucionarno otkriće Henrya Forda, pokretna vrpca, dovela je do masovne proizvodnje automobila čime je automobil postao pristupačan širokom broju ljudi. Paralelno sa razvojem automobilske industrije počinje izgradnja cestovne infrastrukture. 1919. godine, otvorena je prva komercijalna zračna linija između Pariza i Londona čime turizam postaje svjetskom industrijom. Masovnoj ekspanziji turizma doprinose i socijalni pokreti početkom 20. stoljeća u kojima su se radnici izborili za veće plaće i pravo na plaćeni godišnji odmor, što je neposredan preduvjet povećanju broja putovanja. U isto vrijeme područje Hrvatske se uključuje u međunarodni turistički promet, a najposjećenija turistička mjesta su bili Dubrovnik, Opatija i Crikvenica.

Nakon Drugog svjetskog rata turizam doživljava veliki skok i širenje. Najveću ulogu u tome odigrao je razvoj zračnog prometa koji je ljudima mnoge udaljene destinacije učinio pristupačnim. Putovanja zbog dokolice postaju jedan od najmasovnijih oblika provođenja slobodnog vremena. Sve veći broj turista koji se pojavljuju na određenoj destinaciji potiče razvoj nerazvijenih krajeva, ali istovremeno uzrokuje i niz negativnih efekata koje se mogu vidjeti u narušavanju izvorne ljepote krajolika, zagađenju i pojavi turističke gentrifikacije. Iz tog razloga 80-ih godina 20. stoljeća, sve više se čuju zahtjevi za razvojem turizma u skladu s načelima takozvanog održivog razvoja. Hrvatska se u međunarodni turizam snažnije uključuje 60-ih godina kad dolazi do liberalizacije putovanja u inozemstvo te orijentacije na komercijalni turizam. Može se reći da je Hrvatska izrazito turistička zemlja jer je na drugom mjestu zemalja s najvećim brojem turista po glavi stanovnika (3,78). Također i neki hrvatski gradovi, pogotovo Dubrovnik, spadaju u prvih 10 gradova s najvećim brojem turista u odnosu na broj stanovnika.

Novi potrošački trendovi, političke promjene, nova tehnologija, fragmentacija tržišta, globalizacija, vertikalna, horizontalna i dijagonalna integracija, zabrinutost zbog okoliša, gospodarska integracija i mnoga druga važna događanja - sve to pridonosi složenosti upravljanja poduzećem u turizmu.¹ Predviđa se da će doći do velikog porasta turizma u sljedećih dvadeset godina. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i

¹ Krstulović, K., i Sunara, Ž. (2017). 'Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj', Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 8(1), str. 33-38. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/182983> (Datum pristupa: 23. srpnja, 2021.)

novе tehnologije uzrokovat će nastanak novih tržišta. Promijenit će se sastav turističke populacije. Povećat će se udio starijih osoba u turističkim kretanjima, veći naglasak stavljat će se na individualne godišnje odmоре te na obrazovni odmor i aktivnu rekreaciju. Rastuća svijest o potrebi očuvanja okoliša utjecat će na politiku planiranja i turističku potražnju, a priroda, koja predstavlja glavni turistički resurs, sve će više nestajati i biti sve osjetljivija. Zahtijevat će se ekološki, dugoročni pristup planiranja turizma. Stručnjaci predviđaju deset makrotrendova koji će imati znatan utjecaj na potrošača:

1. globalizacija
2. tehnološko ubrzanje
3. mirnodopski rat
4. propast zbog duga
5. promijenjeno ponašanje
6. poticanje rasta
7. “centurizam” i očekivanja
8. sindrom blizine doma
9. usredotočenost na sebe
10. istraživanje.²

2.2. Obilježja turizma

Definirati pojam turizma je gotovo nemoguće s obzirom da će svatko polazeći od vlastitog iskustva doživjeti taj pojam na svoj način. Sve definicije, kakve god bile, su istinite ukoliko su vjerni prikaz doživljenog. Iz tog razloga turizam se može razumjeti kao skup raznolikih i individualnih iskustava koja su nastala prilikom zadovoljavanja čovjekovih potreba. U jednoj jednostavnoj rečenici, može se reći da je glavno obilježje turizma skup odnosa ponude i potražnje koji nastaje radi podmirenja potrebe i želja turista. Ova definicija turizma dijeli se u dvije osnovne skupine; turističku potražnju koju definiraju svi potencijalni turisti i turističku

² Krstulović, K., i Sunara, Ž. (2017). 'Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj', Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 8(1), str. 33-38. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/182983> (Datum pristupa: 23. srpnja, 2021.)

ponudu koju definiraju robe i usluge koje se tim turistima nude. Osnovna obilježja turističke potražnje su elastičnost, dislociranost, heterogenost i sezonski karakter. Elastičnost turističke potražnje je dinamičan odnos između potražnje i ponude u kojem se potražnja može mijenjati brže, jednako ili sporije nego što nastupaju promjene na tržištu. Dislociranost turističke potražnje je situacija u kojoj je turist prostorno odvojen od turističke ponude. Dislociranost uvjetuje korištenje transportnih sredstava, te marketinških aktivnosti sa strane ponuđača. Što je veća dislociranost to je manja vjerojatnost da će iz takvih područja dolaziti veliki broj turista. Potražnja je heterogena s gledišta različitih skupina potrošača ako uključuje raznu kulturnu, vjersku i političku pripadnost, a također i sa aspekta različitih zabavnih sportskih potreba ili sklonosti pojedinih kategorija turista. Sezonski karakterom, odnosno sezonalnošću, naglašava se obilježje gdje vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za posjetu ili boravak na određenoj destinaciji pada isključivo u vrijeme godišnjih odmora ili blagdana. Sezonalost utječe na to da je potražnja za uslugama vremenski neravnomjerno raspoređena.

Tržište je mjesto gdje se susreću ponuda i potražnja. Za turističko tržište kaže se da je tržište usluga jer je objekt razmjene, u pravilu, usluga i interakcija između ponude i potražnje odvija se drugačije nego na robnim tržištima. Na robnim tržištima proizvođač šalje robu krajnjim kupcima, dakle roba putuje kupcima i proizvodnja i potrošnja u pravilu nije istovremena, dok kod tržišta usluga kupac putuje u mjesto gdje je formirana turistička ponuda, dakle napušta stalno mjesto boravka i odlazi tamo gdje očekuje ispunjenje svojih želja i potreba. Kupac mora doputovati do mjesta gdje se nalazi ponuda, kupiti i istovremeno koristiti njihove usluge i tek tada može se govoriti o počecima djelovanja turističkog tržišta. Turist je registriran u svakom mjestu ili objektu gdje boravi i zbog toga, u slučaju promjene mjesta ili objekta, dolazi do njegova ponovnog iskazivanja, a time i dvostrukosti u podacima. Prema tome, statistika evidentira broj dolazaka turista, a ne broj turista.³

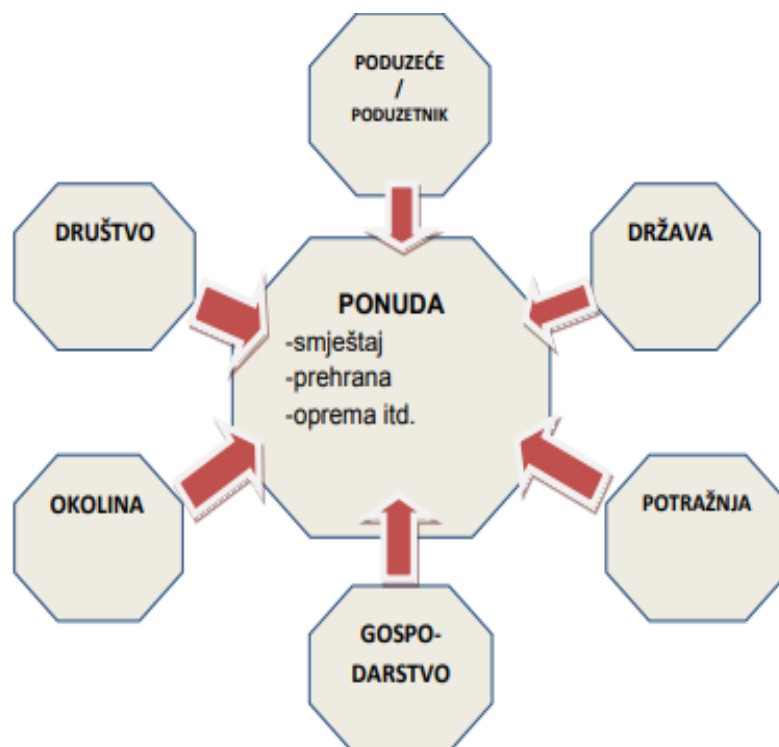
Glavna obilježja turističke ponude su da je statična, neelastična, prilagođava se heterogenosti i odupire se sezonskom karakteru. Turističku ponudu karakterizira količina proizvoda i usluga koje se mogu staviti na tržište po određenim cijenama. Nažalost u turizmu nije moguće proizvoditi „zalihe turističkih usluga i proizvoda“ koje bi se mogle plasirati na tržište u povoljnom trenutku. Heterogenost turističke ponude uvjetovana je heterogenošću turističke potražnje i ključni je uvjet za privlačenje turista. Neelastičnost se najbolje vidi u nemogućnosti zadovoljavanja potražnje ukoliko npr. dođe do pada interesa za određenu

³ B. Pirjevec (1998) .“ Ekonomska obilježja turizma, Zagreb, Golden marketing, str. 22

turističku destinaciju, turistička ponuda se ne može ni povećati a ni smanjiti. Statičnost se vidi u mogućnosti da turist, odnosno potrošač, ne može konzumirati određeni turistički proizvod izvan tržišta ponude, odnosno turističku ponudu je moguće konzumirati samo na licu mjesta. Sezonski karakter turističke ponude u izravnoj je korelaciji i sa sezonskim karakterom turističke potražnje i jasno je da će se odraziti na poslovanje svih gospodarskih subjekata koji sudjeluju u turističkoj ponudi. Cilj svih dionika turističke ponude je smanjiti sezonske oscilacije odnosno produžiti turističku sezonu.

Postoji mnogo čimbenika (Slika 2) koji utječu na turističku ponudu, a oni su: društvo (socijalna struktura, slobodno vrijeme, kulturno-povijesna baština), poduzeće-poduzetnik (profitabilnost poduzetničke aktivnosti, troškovi proizvodnje), okolina (pejzaž, klima, flora i fauna), država (zakonodavstvo, međunarodni gospodarski i politički odnosi), gospodarstvo (infrastruktura, troškovi prometa, cijene i devizni tečaj) i potražnja (motivi, trendovi, ukus, međunarodna potražnja).

Slika 2: Čimbenici utjecaja turističke ponude



Izvor: Čavlek N. i dr., Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, 2011., Zagreb.

2.3. Vrste turizma

Kada bi definirali neki oblik turizma potrebno je definirati sve sudionike tog oblika turizma te veze koje se razvijaju među njima. Turizam se može definirati prema statističkom kriteriju i to ovisno o porijeklu turista i zemlji koju on posjećuje. Prema tim kriterijima razlikuju se: domaći turizam gdje stanovnici zemlje A putuju po zemlji A, ulazni turizam gdje stanovnici zemlje B putuju po zemlji A, te izlazni gdje stanovnici zemlje A putuju po zemlji B. Moguće je govoriti o turizmu s aspekta tokova kretanja turista. Turizam u granicama neke zemlje je njen turizam koji obuhvaća putovanja domicilnih stanovnika te i stranaca. Nacionalni turizam prati kretanja stanovnika pojedine nacije unutar zemlje ili izvan nje. Međunarodni turizam odvija se među pojedinim zemljama, obuhvaća i ulazni izlazni turizam. Također se turizam može podijeliti na različite oblike, a s obzirom na individualni interes samog turista.

- 1) Kulturni turizam je specifičan oblik turizma gdje je turist motiviran za stjecanje znanja o povijesnoj, umjetničkoj, kulturnoj baštini destinacije koju posjećuje. Prema podacima svjetske turističke organizacije 37% međunarodnih putovanja uključuje neku vrstu kulturne aktivnosti bilo da se radi o potrebi turista da posjeti povijesne gradove, poznate spomenike ili muzeje, ili da prisustvuje različitim priredbama i festivalima. Dok se po nekim drugim izvorima smatra da je čak 70% međunarodnih putovanja može ubrojiti u ovu kategoriju. Mnogi smatraju da ne postoji posebna definicija kulturnog turizma, jer stručnjaci koji se njima bave uzimaju u obzir ono što se bazira na njihovom vlastitom iskustvu. Svi oni ipak dijele istu ideju, a to je da se radi o turistima koji su zainteresirani za upoznavanje onog što određeno mjesto ili državu čini različitom od drugih bez obzira radi li se o umjetnosti, kulturi, povijesti, arhitekturi, glazbi i sl.
- 2) Kao jedan oblik kulturnog turizma može se naglasiti i gradski turizam koji se odvija u urbanim središtima gdje se glavni izvor prihoda temelji na upravi, industriji, trgovini i uslugama pa im turizam nije primarna djelatnost koja bi pridonosila gospodarstvu tog grada. Međutim gradske destinacije nude i široku paletu kulturnih, umjetničkih, arhitektonskih doživljaja koji su posjetiteljima prilika a razonodu a i za poslovne aktivnosti.
- 3) Poslovni turizam jedan je od najpropulzivnijih segmenata turizma u zadnjih 20-ak godina. To je dio turizma gdje ljudi odlaze izvan mjesta rada i boravka kako bi sudjelovali na sastancima, poslovnim aktivnostima, stručnim skupovima, kongresima

i sl. Mnogi gradovi u svijetu npr. Beč, Chicago, profilirali su se kao mjesta za održavanje poslovnih skupova (kongresa), pa ti gradovi dobar dio svog gospodarskog prihoda ostvaruju iz te djelatnosti. Poslovni, odnosno kongresni, turizam može se spojiti s bilo kojom drugom vrstom turizma tijekom istog putovanja.

- 4) **Obrazovni turizam** je vrsta turizma gdje je motivacija za putovanje želja za učenjem, stjecanje novih znanja, stručno osposobljavanje i intelektualni razvoj. Pod njega se može svrstati širok spektar aktivnosti kao što su školski izleti, jezični tečajevi, sportska edukacija i drugo.
- 5) **Sportski turizam** je oblik turizma gdje je razlog za putovanje posjetitelja sudjelovanje ili u punom većem broju slučajeva promatranje nekog sportskog događaja kao što su npr. Olimpijske igre, svjetsko nogometno prvenstvo i sl.
- 6) **Seoski turizam** je oblik turizma u kojem posjetitelj može sudjelovati u aktivnostima vezanim uz prirodu, poljoprivredu, seoski život. Glavno obilježje seoskog turizma je da se on odvija u ruralnim područjima pa se zbog toga ta dva pojma često poistovjećuju. Ruralni turizam obuhvaća sve aktivnosti koje se odvijaju u ruralnom području, dok seoski turizam spaja poljoprivredu i turizam u kojem poljoprivrednici plasmanom vlastitih poljoprivrednih proizvoda upoznaju turiste s lokalnom gastronomijom, kulturom i običajima.
- 7) U sklopu seoskog turizma može se promatrati i **gastronomski turizam** u kojem posjetitelji kao razlog za putovanje vide u aktivnostima koja su vezana za izvorna tradicionalna jela, ali često u ovoj vrsti turizma posjetitelji traže inovativna kulinarska iskustva.
- 8) **Eno-turizam** kao podvrsta gastronomskog turizma kao glavni motiv ima posjećivanje vinarija i vinograda, konzumacije vina, te edukaciju o procesu proizvodnje vina.
- 9) U posljednje vrijeme **ekoturizam** postaje sve popularniji oblik turizma u kojem je osnovna motivacija turista podizanje svijesti o očuvanju biološke raznolikosti kulturnih dobara, prirodnog okoliša e se kroz njega vrši edukacija kako posjetitelja tako i lokalnog stanovništva da bi se što u većoj mjeri smanjili štetni utjecaji na ekosustav.
- 10) **Planinski turizam** odvija se u ograničenom geografskom prostoru, odnosno brda i planine. Kad se govori o planinskom turizmu može ga se promatrati u dvije različite

sezona tu su zimska i ljetna u kojima se u ovom vidu turizma odvijaju i različite aktivnosti. Ciljne skupine su u ovoj vrsti turizma različite po sezonama. Ljeti su aktivnosti uglavnom usmjerene na planinarenje, dok je u zimskoj sezoni su uglavnom orijentirani na sportske aktivnosti kao što je skijanje.

- 11) Obalni turizam je tradicionalno jedan od najrazvijenijih oblika turizma u hrvatskoj, a aktivnosti su uglavnom dokoličarske kao što su sunčanje, plivanje, surfanje ili slično.
- 12) Kao dio obalnog turizma u zadnjih 20-ak godina u hrvatskoj se jako razvio i nautički turizam koji se odnosi na aktivnosti na moru popu krstarenja, jedrenja, vožnje čamcem, a obuhvaća i usluge koje se nude i na obali.
- 13) Pustolovni turizam se odvija u krajevima s posebnim geografskim obilježjima, a uglavnom je vezan uz tjelesnu aktivnost. Ovakav turizam vrlo često uključuje i stvarni ili u najmanju ruku percipirani rizik, a samo njegovo provođenje može zahtijevati fizički i mentalni napor. Najčešće aktivnosti koje se percipiraju kao dio pustolovnog turizma su penjanje po stijenama, splavarenje, istraživanje kanjona, ronjenje, te ponekad i aktivnosti na zatvorenom.
- 14) Zdravstveni turizam je jedan od najstarijih specifičnih oblika turizma kojem je osnovni motiv posjetitelja unapređenje fizičkog i mentalnog zdravlja. U zdravstvenom turizmu može se govoriti o dvije podvrste, a to su wellness i medicinski turizam. Hrvatska ima bogatu tradiciju zdravstvenog turizma, pogotovo medicinskog još od rimskog doba. To je povezano sa prirodnim resursima, kao što su razni termalni izvori, koji se pod medicinskim odnosno liječničkim nadzorom koriste za prevenciju, liječenje i rehabilitaciju od različitih bolesti. S druge strane wellness turizam ima cilj kroz preventivne i proaktivne aktivnosti, kao što su tjelovježba, zdrava prehrana, opuštanje, poboljšati i uravnotežiti fizičko i mentalno zdravlje pojedinca koji odlazi na wellness tretmane.

2.4. Turistička potrošnja

Potrošnja je zadnja faza u lancu „potreba-potražnja-potrošnja“, te u toj fazi dolazi do materijalizacije potreba. Gledajući to sa ekonomskog aspekta, potrošnja je ekonomska pojava koja se temelji na trošenju dijela sredstava osobne potrošnje izvan mjesta boravka, u što se ubrajaju i putovanja zbog zdravstva i zbog posla. Turistička potrošnja definira se kao osobna

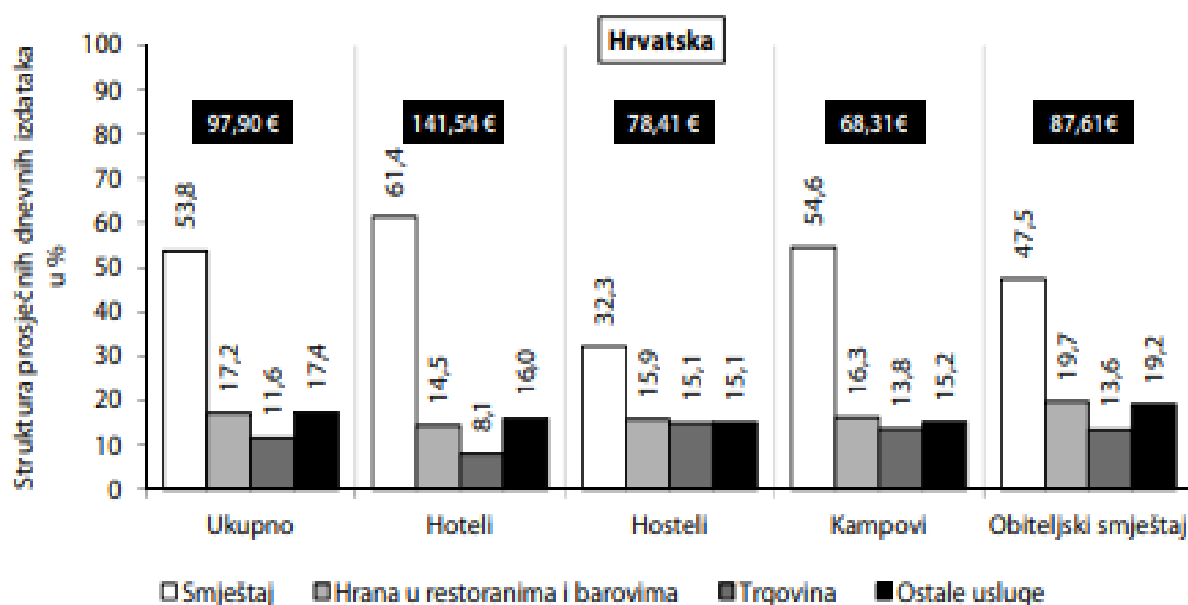
potrošnja koja zadovoljava potrebe osoba u ulozi turista i onih koji su uključeni u turistički promet. Moguće je konkretno utvrditi stupanj i način zadovoljenja turista jedino uz pomoć turističkih potreba. Turistička potrošnja se uglavnom ne razlikuje od osobne potrošnje jer je također namijenjena zadovoljavanju osobnih potreba, ali tom dijelu osobne potrošnje posebna turistička obilježja daju posebni uvjeti i odnosi u kojima se osoba uključuje u turistički promet.

U pravilu, zemlje se razlikuju od pretežno emitivnih ili pretežno receptivnih prema stanju njihovih turističkih bilanca, odnosno razlikom između prihoda ostvarenih turističkom potrošnjom u zemlji i rashoda koje domaće stanovništvo troši u inozemstvu u turističke svrhe. Svjetska turistička organizacija definira turističku potrošnju kao "ukupnu potrošnju koju ostvare turisti ili koja nastaje zbog njih za vrijeme boravka u destinaciji." ⁴ Prema toj definiciji u turističku potrošnju osim potrošnje turista spadaju i svi oblici proizvodne potrošnje koja je namijenjena zadovoljavanju turističkih potreba. No, u pravilu u osobnu turističku potrošnju spada potrošnja u domicilu prije putovanja, a koja je namijenjena u svrhe turističkog putovanja (npr. skijaška oprema), potrošnja za vrijeme putovanja i boravka u destinaciji, te za kraj potrošnja u povratku kući. Bitna je razlika potrošnje turista za vrijeme boravka u destinaciji i potrošnje turista u mjestu boravka, a ona se odnosi na povećane troškove putovanja i na različitu strukturu troškova za vrijeme privremenog boravka. Ovdje se izdvaja: raznovrsnija struktura jela i pića, povećanje potreba za raznovrsnim uslugama, povećani izdatak za smještaj, veća potreba za zabavom i sl.

Turistička potrošnja je tako složen i specifičan pojam da je nemoguće o njoj govoriti sa globalnog aspekta. Na strani potražnje, broj motiva turističkih kretanja je velik, s različitim sudionicima u turističkom prometu s obzirom na razinu potrošačke moći, stupanj ekonomske razvijenosti, te razna druga obilježja. Svi ti motivi utječu na strukturu i opseg turističke potražnje pojedinih segmenata. Na strani ponude također postoji veliki broj faktora koji vrše utjecaj na turističku potrošnju. Tu se razlikuju geoprometni položaj, razliku u sadržaju turističkih resursa, stupanj razvijenosti materijalne osnove i dr. Riječ je o nekoliko segmenata turističke potrošnje koji se toliko razlikuju da njihov međusobni broj toliko malo ili gotovo ništa ne govori o sadržaju pojedinog segmenta. Utvrđivanjem specifičnih razlika u strukturi i opsegu potrošnje pojedinih segmenta potrošnje, moguće je otkriti pravi sadržaj.

⁴ U shemi bilance Međunarodnog monetarnog fonda, prihodi i troškovi/izdaci od međunarodnog turizma obuhvaćeni su u stavci "putovanje" u okviru bilance usluga (unutar podbilance tekućih transakcija).

Slika 3: Iznos i struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u € i %



Izvor: Stavovi i potrošnja turista u HRVATSKOJ TOMAS 2019.

Problem očitavanja stvarne turističke potrošnje je problem u svim receptivnim turističkim zemljama zbog različitih dobara i usluga koji spadaju u ovu kategoriju i zbog različitih mjesta nastanka turističke potrošnje. Kod nekih elemenata turističke potrošnje lako je raspoznati i izračunati njihov nastanak i količinu potrošnje kao što je npr. potrošnja na smještajne kapacitete, no kod ostalih elemenata dolazi do procjena putem anketnih istraživanja u osnovnim smještajnim kapacitetima ili na granici. Potrebno je istaknuti da ukupna potrošnja domaćih i inozemnih turista kreira rast dohotka od turizma i utječe na rast dohotka u zemlji. Jedan dio turističke potrošnje se stvara iz uvoza, pa taj uvozni sadržaj smanjuje utjecaj turističke potrošnje na rast BDP-a.

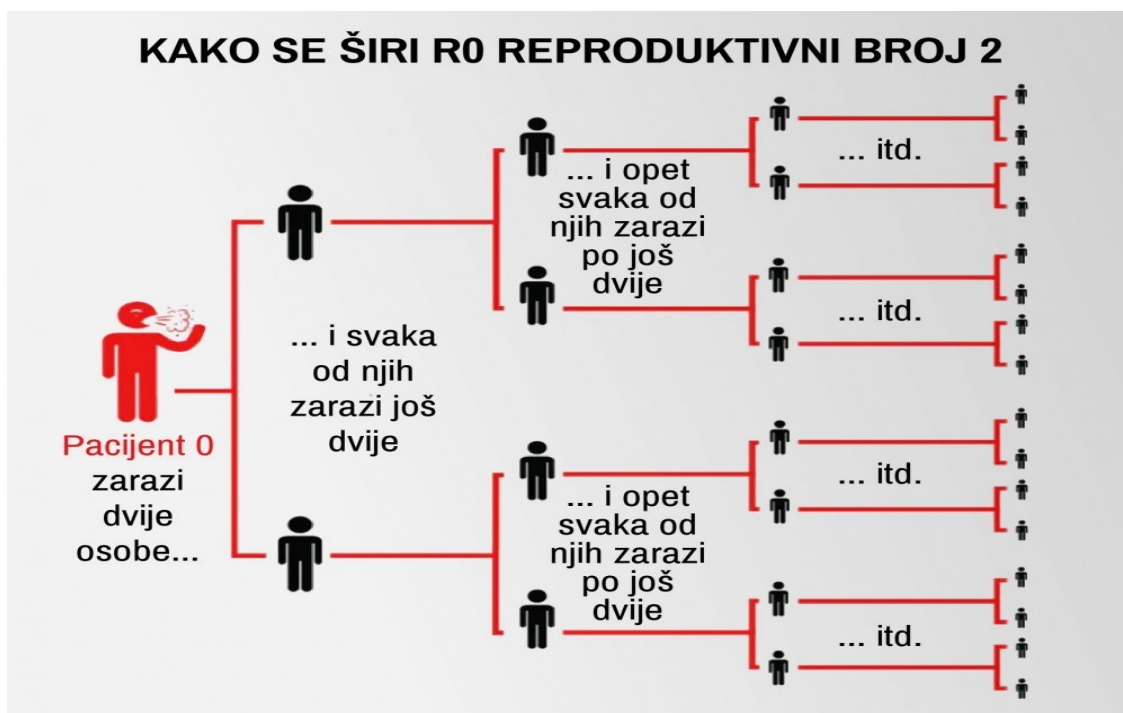
3. COVID-19 PANDEMIJA

Zarazne bolesti postoje otkada postoji i čovjek. Izraelski povjesničar Yuval Noah Harari smatra da su zarazne bolesti započele kada je čovjek prestao sakupljati i loviti, tj. kada je počeo živjeti „sjedilački“. „Čovjek se više nije kretao, počeo je uzgajati, držati životinje i živjeti na jednom mjestu što je postao odličan preduvjet za razvoj 'boleština', a to se i dogodilo.“, rekao je Harari. Naši preci manje su se kretali, počeli su uzgajati životinje i živjeti na jednom mjestu te tako postali meta bolesti. Udomaćivanje životinja i život s njima dozvolio je uzročnicima da prelaskom s jedne vrste na drugu zaraze ljude.

U današnje moderno doba nije ništa drugačije. Nove bolesti se stalno pojavljuju i izbijaju, iako nije svaka nova bolest dostigla mjere pandemije kao što je trenutačno sa Covid-19 pandemijom. U posljednjih stotinjak godina nekoliko se puta smatralo da je donesena pobjeda nad zaraznim bolestima. Početkom 20. stoljeća spoznata je većina uzročnika dominantnih zaraza, počelo se sustavno cijepiti protiv tih bolesti i pronalaze se razne terapije. Istrebljivanjem bolesti kao što su velike boginje, te sprječavanjem i uspostavljanjem kontrole nad mnogim zaraznim bolestima, ponovno je oživjelo mišljenje o uspjehu medicine, ali ne zadugo. Bitka sa zaraznim bolestima nastavlja biti prijetnja globalnom zdravlju, unatoč medicini, njihovom znanju i postojećim metodama njihove kontrole i sprječavanja.

Mnoge od bolesti posljedica su samog razvoja civilizacije. Globalnom urbanizacijom sve više i više stanovnika ruralnih naselja dolazi u gušće naseljena mjesta. Istovremeno, zračni promet se gotovo pa udvostručio u posljednjem desetljeću. Ovi trendovi utječu na širenje zaraznih bolesti. Znanstvenici za opisivanje širenja zarazne bolesti koriste reproduksijski broj R_0 . Procjene R_0 bitan su dio karakteriziranja pandemija i velikih epidemija i o njemu ovisi kakve će mjere biti poduzete u borbi protiv bolesti i kada će se te iste mjere moći ublažiti. Demograf Alfred Lotka predložio je reproduksijski broj u dvadesetim godinama prošlog stoljeća, kao mjeru stope reprodukcije u određenoj populaciji. Zatim je pedesetih godina epidemiolog George MacDonald predložio da se koristi za opisivanje prijenosnog potencijala malarije. Ako R_0 bude manji od 1, bolest će izumrijeti u populaciji jer će se zaraza s oboljelog prenositi na manje od jedne osobe. S druge strane, ako je R_0 veći od 1, bolest će se širiti. Broj efektivnih reprodukcija ovisi o trenutnoj osjetljivosti populacije. Stopa prijenosnosti virusa normalno je manja i ovisi o nekoliko faktora: koliko se ljudi cijepilo ili o količini imunih osoba koje su već bile izložene patogenu. Iz toga se razloga efektivni R_0 s vremenom mijenja, a procjena se temelji na situaciji unutar populacije.

Slika 4: Kako se širi zaraza



Izvor: Screenshot / Autor: Ilustracija Neven Bučević,

<https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/sto-je-zapravo-r0-evo-kako-se-odreduje-intenzitet-epidemije-koronavirusa-i-predvida-sirenje-pandemije-foto-20200424>, datum pristupanja:

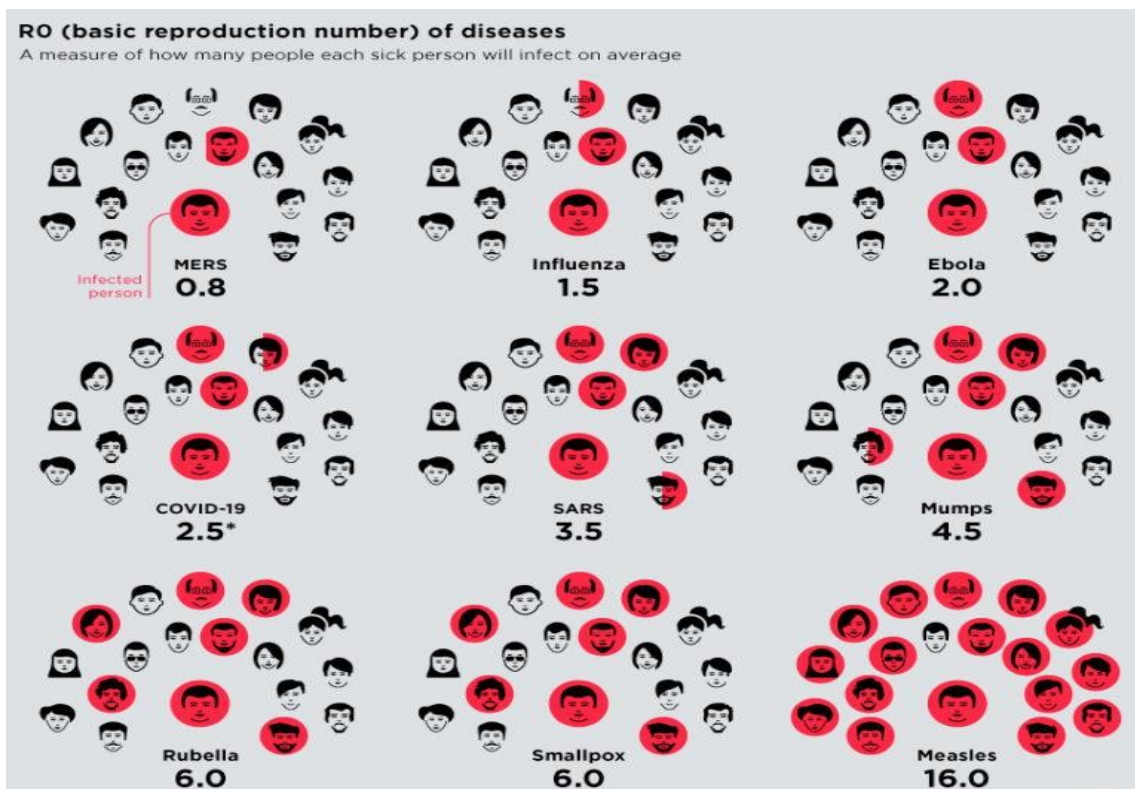
23.06.2021.

Slika 4 prikazuje način na koji se R_0 širi. Utjecaj na R_0 imaju i faktori kao što je podložnost osobe drugim bolestima koje ugrožavaju imunološki sustav. Na to utjecaj ima i okoliš, uključujući razne demografske, socioekonomske i klimatske čimbenike. Primjerice, R_0 za ospice je od 10 do 12, što znači da je R_0 velik jer je virus ospica veoma zarazan zbog čimbenika poput gustoće naseljenosti i životnog vijeka. Dok s druge strane, R_0 virusa gripe je od 0,9 do 2,1 jer je on manje zarazan, ne izaziva iste agresivne epidemije kao ospice ali ga je bitno održavati zbog njegove mogućnosti mutiranja i zaobilaženja imunološkog sustava. Glavni cilj javnih zdravstvenih agencija kod epidemija jest da probaju sniziti R_0 na manje od 1, što predstavlja problem kod bolesti kao što su ospice s izrazito velikim R_0 .

Unatoč tome što su ospice najzaraznije, cjepiva i kolektivni imunitet mogu spriječiti njihovo širenje. Činjenica je da što je više ljudi imuno na neku bolest, njeno širenje i mogućnost za razmnožavanje je manja, a to čini cijepljenje protiv tih bolesti vitalnim za sprječavanje ponovnog izbijanja poznatih i izlječivih bolesti. Što se tiče trenutne pandemije COVID-19, teško je predvidjeti njezin pravi utjecaj jer još traje i istraživači još uče o njoj. Zadnje

procjene o R0 COVID-19 virusa su između 1.4 do 3.9. Na prenosivost virusa utječe put virusa u nova područja i različite zajednice, te susret s ljudima u različitim društvenim strukturama. Nitko još ne zna kako će to u budućnosti izgledati i kako će i do kada biti postavljene mjere, to će se moći iščitati i mijenjati kako se mijenja i R0. Na slici 5 nalaze se primjeri nekih poznatih bolesti, te COVID-19 virusa, i koliko je iznosio ili iznosi njihov R0 po procjenama stručnjaka.

Slika 5: Koliko je zarazna koja bolest



Izvor: Visual Capitalist, <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>, datum pristupanja: 21.06.2021.

3.1. Povijest pandemija

Bolesti i zaraze uznemiruju čovječanstvo od njegovog početka i sve se pojačalo, kao što je već napomenuto ranije, kada se prelazilo u više agrarne zajednice. Malarija, tuberkuloza, gripa, boginje i druge zarazne bolesti pojavile su se upravo u godinama širenja trgovine i interakcije sve većeg broja ljudi. Pojavom većih gradova, egzotičnih trgovačkih putova i povećanim kontaktom s različitim ljudima, životinjama i različitim ekosustavima, i širenjem civilizacija pojava pandemija postajala je sve veća. Tijekom godina ih je bilo dvadesetak koje su vrijedne spomena, i još velik broj manjih. U nastavku će biti kronološkim redoslijedom

spomenute samo neke od većih koje su imale velik utjecaj na tadašnje stanovništvo. (Slike 6 i 7).

Prva bolest, vrijedna spomena, je Antoninska kuga koja je zahvatila područje Rimskog Carstva u periodu od 165. do 180. godine. Poznata je još kao i Galenova kuga, a ona je bolest koju su u Rimsko Carstvo prenijeli vojnici rimskih trupa koji su se borili u ratu protiv Parta i koje su se širile po cijelom Carstvu. Poznata je po dugom trajanju i teškim posljedicama, i po tome što je odnijela živote Lucija Vera i Marka Aurelija, dvojice careva iz dinastije Antonina po kojima je dobila ime, kao i po znamenitom liječniku Galenu iz čijih se spisa mogu saznati i simptomi koje je uzrokovala. Simptomi ove bolesti bili su vrućica, natečeno grlo, proljev, a ako je pacijent živio duže, čirevi puni gnoja. Uzrokovala je do 2000 smrtnih slučajeva dnevno u Rimu, četvrtinu onih koji su bili zaraženi. Ukupna smrtnost procijenjena je oko 5-10 milijuna, a bolest je u nekim područjima ubila čak jednu trećinu stanovništva i uništila rimsku vojsku. Smatra se i odgovorom za proces koji je doveo do pada Carstva jer je bila odgovorna za naglo smanjenje broja vojnika.

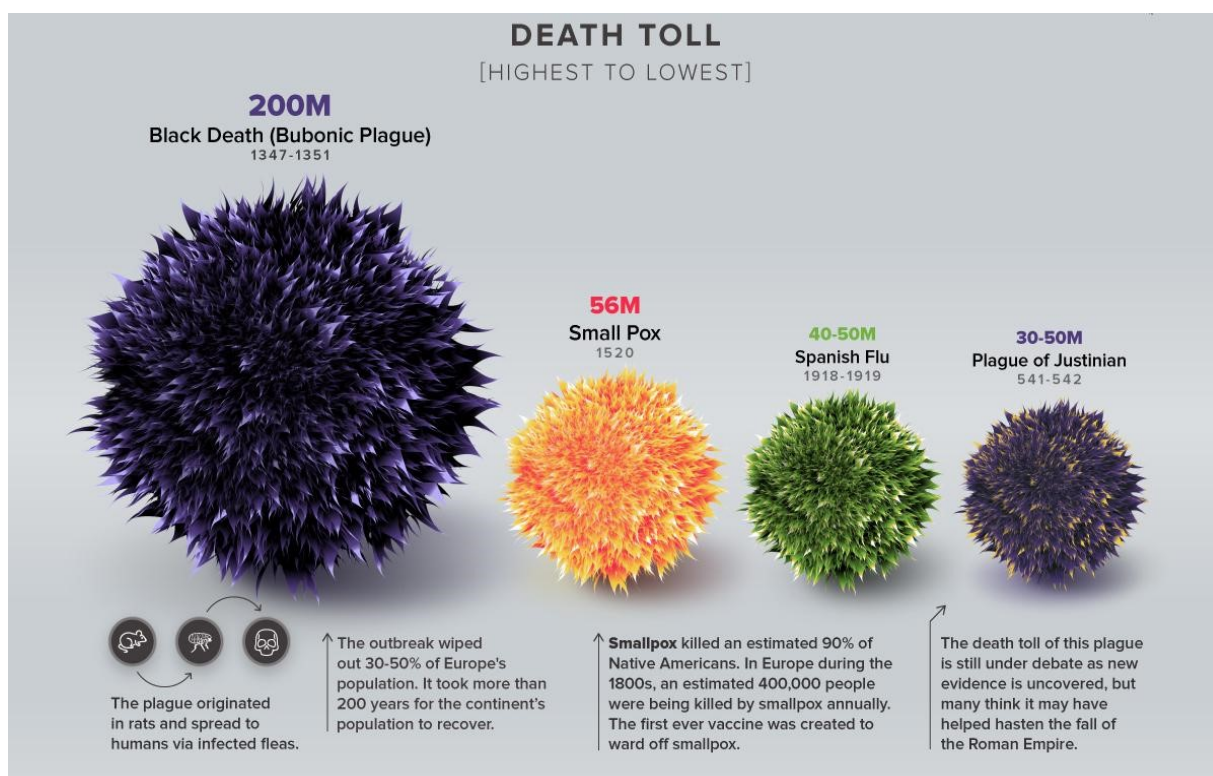
Sljedeća je Justinijanova kuga koja se pojavljuje u Egiptu 541. godine i traje do 549. godine. Bolest je zahvatila čitav Mediteranski bazen, Europu i Bliski istok, teško pogađajući Sasanidsko Carstvo i Bizantsko Carstvo, a posebno njegov glavni grad, Carigrad. Prenosili su ju van Egipta štakori koje su ugrizle zaražene buhe, a koji su putovali brodovima žita iz Egipta u Carigrad. Simptomi su bile natečene limfne žlijezde koje su poprimile crnu boju kao rezultat propadanja kože prilikom napredovanja bolesti. Nažalost, bez mogućnosti pravilnog tretmana, smrtnost je iznosila 50 posto u 3 do 7 dana. Povjesničari su smatrali da je upravo Justinijanova kuga bila prva pandemija bubonske kuge koja je postala poznatija pod imenom Crna smrt u 14. stoljeću. Godine 2013. istraživači su potvrdili ranija nagađanja da je uzrok ove kuge bila *Yersinia pestis*, ista bakterija odgovorna za Crnu smrt. Zabilježeno je da je ova bolest na svome vrhuncu ubijala 10000 ljudi dnevno u Carigradu. Pandemija se više puta vraćala do sredine 8. stoljeća, a umrlo je najmanje 30 milijuna ljudi u tom razdoblju, pri čemu se većina istraživača slaže da je umrlo oko 50 milijuna ljudi ili trećina svjetskog stanovništva u to vrijeme.

Zatim slijedi najpoznatija pandemija u ljudskoj povijesti, a to je Crna smrt. Crna smrt bila je pandemija kuge u 14. stoljeću koja je u samo četiri godine, od 1347. do 1351. godine, odnijela živote 25 milijuna ljudi u Europi. Ona je bila početak druge pandemije kuge. Crna smrt bila je druga velika prirodna katastrofa koja je pogodila Europu tijekom kasnog srednjeg

vijeka, prva je bila velika glad, a procjenjuje se da je ubila 30 do 60 posto europskog stanovništva, odnosno smanjila je svjetsko stanovništvo od otprilike 475 milijuna do 350–375 milijuna u 14. stoljeću. Brzo je dospjela u ostatak svijeta putem trgovačkih putova. Visoku smrtnost objašnjava njezina pojava u tri oblika: kao bubonska, pneumonična i septikemična kuga. Kod bubonske kuge simptomi bolesti uključuju povišenu temperaturu od 38-41°C, glavobolje, bolne zglobove, mučninu i povraćanje te opći osjećaj slabosti. Ako se oni koji se zaraze bubonskom kugom ne liječe, 80 posto umire u roku od osam dana. Nakon toga je slijedila akutna groznica i povraćanje krvi. Većina žrtava umrla je dva do sedam dana nakon početne infekcije, sa mrljama i osipom koji su ličili na pjege. Kod plućne kuge simptomi su uključivali groznicu, kašalj i iskašljavanje krvi. Kako bolest napreduje, iskašljavanje krvi poprima žarko crvenu boju. Plućna kuga ima smrtnost od 90 do 95 posto. Septikemična kuga najrjeđa je od tri oblika, sa stopom smrtnosti blizu 100%. Simptomi su visoka temperatura i ljubičaste mrlje na koži. U slučajevima plućne i osobito septikemične kuge, napredak bolesti bio je toliko brz da često ne bi bilo vremena za razvoj povećanih limfnih čvorova.

U povijesti je zabilježena kao Crna smrt zbog katastrofalnih posljedica, ali i zbog simptoma bolesti gdje bi koža bolesnika pocrnila zbog potkožnog krvarenja. Osim po smrtnosti, bolest je ostala zapamćena i po tome što je potpuno izmijenila socijalnu strukturu stanovništva. Kuga je stvorila vjerske, društvene i gospodarske preokrete s dubokim posljedicama na tijek europske povijesti.

Slika 6: Pandemije prema stopi mortaliteta



Izvor: Visual Capitalist, <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>, datum pristupanja 21.06.2021.

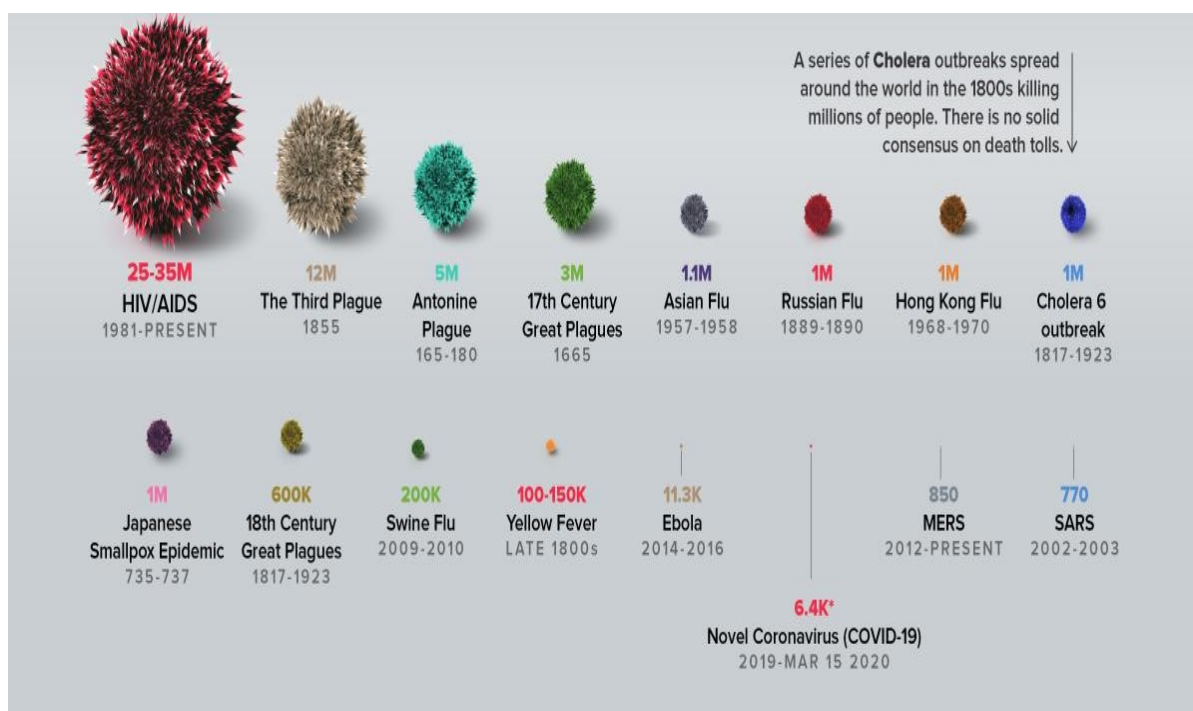
Nakon Crne smrti, sljedeća velika pandemija bile su Velike boginje. Njihovo podrijetlo nije poznato međutim, najraniji dokazi o bolesti datiraju iz 3. stoljeća prije Krista u egipatskim mumijama. Bolest se povijesno javljala u epidemijama. Procjenjuje se da je u Europi, u 18. stoljeću, godišnje umiralo 400 000 ljudi od te bolesti. Izazivaju smrt kod oko 30% zaraženih, a kod preživjelih često ostavljaju trajnu unakaženost ili sljepoću. Procjenjuje se da su velike boginje ubile do 300 milijuna ljudi u 20. stoljeću i oko 500 milijuna ljudi u posljednjih 100 godina svog postojanja. Početni simptomi bolesti uključivali su groznicu od najmanje 38,3°C, povraćanje, bolove u mišićima, malaksalost, glavobolju i umor. Budući da je probavni trakt bio uobičajeno zahvaćen, često su se javljale i mučnina, povraćanje i bolovi u leđima. a nakon svega toga uslijedilo je stvaranje čireva u ustima i osipa na koži. Tijekom nekoliko dana osip se pretvorio u mjehuriće ispunjene tekućinom s udubljenjem u sredini. Kvrge bi se zatim pretvorile u kraste i otpale ostavljajući ožiljke. Bolest se širila među ljudima ili putem kontaminiranih predmeta. Prevencija je postignuta uglavnom cjepivom protiv malih boginja. Još 1967. godine godišnje se dogodilo 15 milijuna slučajeva, a zadnji slučaj prirodno je

dijagnosticiran u listopadu 1977.godine. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) proglasila je globalno iskorjenjivanje bolesti u 1980. godini.

Zatim se nakon Prvog svjetskog rata, 1918. godine, pojavila smrtonosna vrsta gripe koja je, prema procjenama, gotovo duplo premašila broj žrtava Prvog svjetskog rata. Španjolska gripa, povijesno poznata i kao Influenza , ili u novije vrijeme kao pandemija gripe 1918. godine, bila je iznimno smrtonosna globalna pandemija gripe uzrokovana virusom influence H1N1. Virus je bio izrazito smrtonosan iz razloga što je imunitet mnogih ljudi bio slab ili slabiji zbog neuhranjenosti uzrokovane ratom. Većina zaraženih imala je tipične simptome gripe, bol u grlu, glavobolju i groznicu, posebno za vrijeme prvog vala. No, za vrijeme drugog vala, bolest je bila mnogo ozbiljnija, zakomplicirana bakterijskom upalom pluća , koja je često bila uzrok smrti. Ovaj ozbiljniji tip na koži bi prvo razvio dvije crvenkaste mrlje preko obraza koje bi se zatim kroz nekoliko sati proširile i obojile cijelo lice u plavo, nakon čega bi slijedila crna boja koja bi se zatim dalje širila na udove i trup. Nakon toga, smrt bi uslijedila u roku nekoliko sati ili dana zbog pluća napunjenih tekućinom. Drugi prijavljeni znakovi i simptomi uključivali su spontano krvarenje iz usta i nosa, pobačaje za trudnice, ispadanje zubi i kose, vrtoglavicu, nesanicu, gubitak sluha ili njuha i zamagljen vid. Procjenjuje se da je 500 milijuna ljudi , što je bilo otprilike trećina svjetske populacije u to vrijeme , bilo zaraženo u četiri uzastopna vala. Procjene broja smrtnih slučajeva kreću se između 20 milijuna i 50 milijuna, ili po nekim procjenama 17 milijuna do mogućih visokih 100 milijuna, što ju čini jednom od najsmrtonosnijih pandemija kod ljudi u povijesti.

Unatoč tome što su sustavi za upozoravanje tijela javnog zdravstva na zarazno širenje postojali 1918. godine, općenito nisu uključivali gripu, što je dovelo do odgođenog odgovora. Uvedene su mjere društvenog distanciranja, na primjer zatvaranje škola i kazališta, ograničavanje javnog prijevoza i zabrana masovnih okupljanja. Kasnije je istraživanje otkrilo da su mjere poput zabrane masovnih okupljanja i zahtjeva nošenja maski za lice mogle smanjiti smrtnost do 50 posto, ali to je ovisilo o tome da su nametnute u ranoj fazi izbijanja i da se ne ukidaju prerano.

Slika 7: Pandemije prema stopi mortaliteta



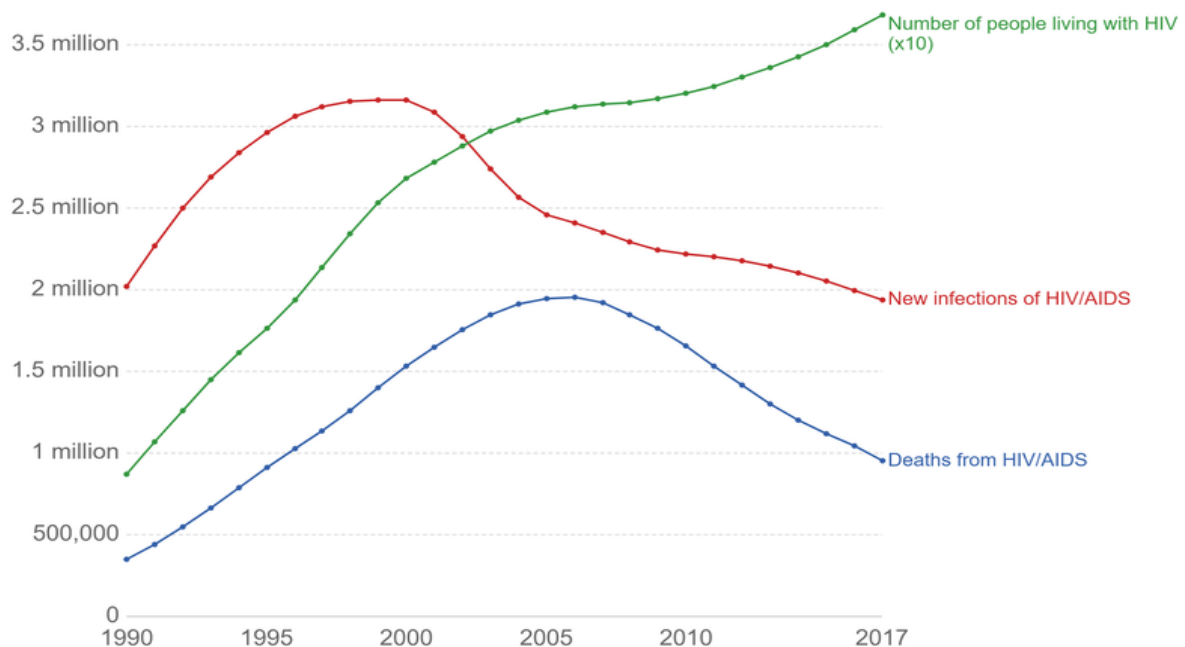
Izvor: Visual Capitalist, <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>,

datum pristupanja: 21.06.2021.

Jednom od najvećih pandemija u modernoj ljudskoj povijesti smatra se HIV, koja traje od šezdesetih godina prošlog stoljeća sa svojim izvorištem u Africi. Nakon početne infekcije osoba možda neće primijetiti nikakve simptome ili može doživjeti kratko razdoblje bolesti slične gripi, a nakon toga obično slijedi produženo razdoblje bez simptoma. Ako infekcija napreduje, više ometa imunološki sustav, povećavajući rizik od razvoja uobičajenih infekcija kao što su tuberkuloza, te i drugih oportunističkih infekcija i tumora koji su inače rijetki kod ljudi s normalnom imunološkom funkcijom. Ukoliko je imunološki sustav dovoljno oslabljen, virus uzrokuje bolest AIDS. HIV se prvenstveno prenosi nezaštićenim spolnim odnosima, uključujući analni i oralni seks, transfuzijom kontaminirane krvi, potkožnim iglama te s majke na dijete tijekom trudnoće, porođaja ili dojenja. Neke tjelesne tekućine, poput sline, znoja i suza, ne prenose virus. Metode prevencije ove bolesti uključuju siguran spolni odnos, programe zamjene igala, liječenje zaraženih, kao i profilaksu prije i poslije izlaganja. Bolest kod beba često se može spriječiti davanjem antiretrovirusnih lijekova i majci i djetetu. Ne postoje ni lijek ni cjepivo, međutim, antiretrovirusno liječenje može usporiti tijek bolesti i može dovesti do gotovo normalnog očekivanog života. Liječenje se preporučuje čim se postavi dijagnoza. Nažalost, bez liječenja, prosječno vrijeme

preživljavanja nakon infekcije je samo 11 godina. Nakon dijagnoze AIDS -a, ako liječenje nije dostupno, preživljavanje se kreće između 6 i 19 mjeseci. U 2020. godini oko 37 milijuna ljudi širom svijeta živjelo je s HIV -om, a te je godine umrlo 680.000 ljudi. Procjenjuje se da 20,6 milijuna njih živi u istočnoj i južnoj Africi. Od trenutka kada je AIDS identificiran, početkom 1980 –ih godina, do 2020. godine, bolest je uzrokovala oko 36 milijuna smrtnih slučajeva u svijetu. HIV/AIDS smatra se pandemijom, odnosno epidemijom bolesti koja je prisutna na velikom području i aktivno se širi. Slika 8 prikazuje graf broja ljudi koji žive sa HIV-om, broj novih slučajeva, te broj smrtnih slučajeva u razdoblju od 1990. do 2017. godine.

Slika 8: Smrtni i novi slučajevi HIV-a



Izvor: <https://ourworldindata.org/hiv-aids> datum pristupanja: 22.06.2021.

Gore navedene pandemije samo su neke od većih bolesti koje su zahvatile čovječanstvo kroz godine. Iz ovih primjera, može se zaključiti da sa svakom novom bolešću medicina napreduje, kao što i institucije za javno zdravstvo napreduju sa odgovorima na krize pandemija uz odabir i primjenu mjera zaštite. Neke od tih mjera poput onih kod Španjolske gripe, prisutne su i danas uz određene modifikacije, no na kraju dana, na ljudima je da se tih mjera pridržavaju i da uz skupni trud eradikiramo pandemije poput današnjeg COVID-19 virusa.

3.2. COVID-19

Koronavirus, odnosno virus SARS-CoV-2, je novi podtip virusa koji je uzrokovao COVID-19 pandemiju. Širenje bolesti u Europi prvenstveno je uzrokovano kapljičnim prijenosom s čovjeka na čovjeka. Osim prijenosa s bolesnih ljudi, virus se prenosi i s asimptomatskih bolesnika. Za vrijeme početka epidemije u Wuhanu, virus i bolest nazivala se "koronavirus" i "koronavirus Wuhan". U prošlosti su mnoge bolesti dobivale imena po zemljopisnim lokacijama, poput španjolske gripe, antoninske kuge i sličnih koje su se prethodno spomenule u ovome radu, i virusa Zika. U siječnju 2020. Svjetska zdravstvena organizacija je preporučila akutnu respiratornu bolest 2019-nCoV kao privremeni nazivi za virus i bolest prema smjernicama iz 2015. godine i međunarodnim smjernicama protiv korištenja zemljopisnih lokacija, npr. Wuhan, Kina, životinjskih vrsta ili skupina ljudi u bolestima i naziva virusa djelomično radi sprječavanja društvene stigme. Službene nazive COVID-19 i SARS-CoV-2 izdala je Svjetska zdravstvena organizacija 11. veljače 2020. godine.

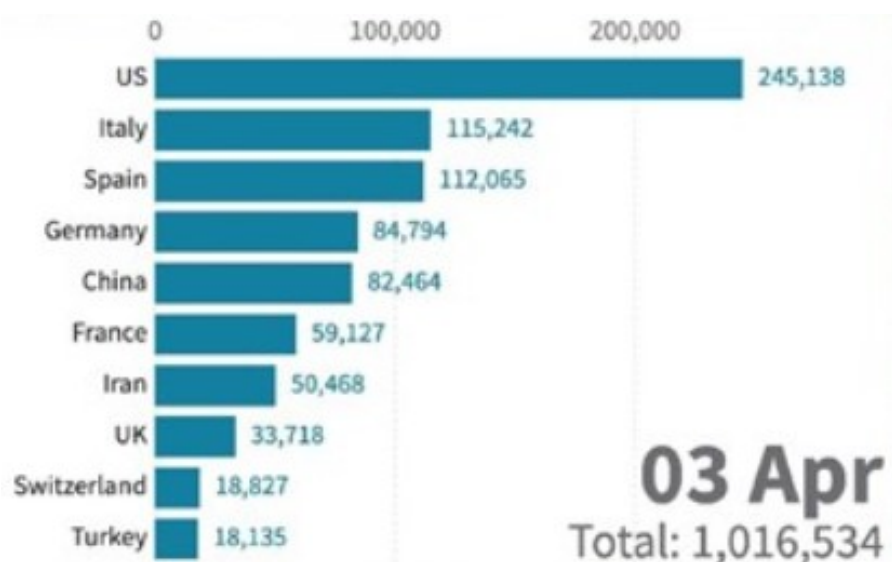
Simptomi virusa COVID-19 su različiti, u rasponu od blagih simptoma do teške bolesti. Uobičajeni simptomi uključuju glavobolju, gubitak mirisa i okusa, začepljenost nosa i curenje iz nosa, kašalj, bol u mišićima, grlobolju, groznicu, proljev i poteškoće s disanjem. Ljudi s istom infekcijom mogu imati različite simptome, a njihovi se simptomi mogu promijeniti s vremenom. Identificirane su tri uobičajene skupine simptoma: jedna skupina respiratornih simptoma s kašljem, nedostatkom daha i groznicom; skup simptoma mišićno -koštanog sustava s bolovima u mišićima i zglobovima, glavoboljom i umorom; skup probavnih simptoma s bolovima u trbuhu, povraćanjem i proljevom. Kod ljudi bez prethodnih poremećaja uha, nosa i grla, gubitak okusa u kombinaciji s gubitkom mirisa povezan je s COVID-19. Razdoblje inkubacije iznosi do 14 dana nakon izlaganja uzročniku, s prosječnom inkubacijom od četiri do pet dana. Oboljeli su najčešće u petom desetljeću života.

Brza i učinkovita komunikacija koja i inače obilježava suvremenost, omogućila je promptno širenje informacija o kretanju uzročnika te praćenje učinkovitosti različitih modela i pristupa u suzbijanju bolesti koju uzrokuje. Pritom su veoma brzo izašli na vidjelo i kulturološki obrasci ponašanja pojedinih naroda koji su pandemiji odredili smjer i ritam širenja. Pojava i brzina širenja epidemije u provinciji Wuhan neke je zemlje, uključujući i Hrvatsku, potaknula na rano promišljanje strategija za njezino sprječavanje i širenje. U Hrvatskoj je tako odlučnu ulogu odigralo otkrivanje prvih slučajeva unošenja virusa u našu državu i istovremeno uvođenje mjera izolacije i samoizolacije. Potom je uslijedilo uvođenje širih karantenskih

mjera, poput zabrane kretanja, okupljanja i rada trgovina. Slične mjere uvedene su gotovo u cijeloj Europi, kao i u Sjedinjenim Američkim Državama, Rusiji, Iranu, Indiji, Australiji, Novom Zelandu i mnogim drugim zemljama.

Pojavom prvih informacija i zastrašujućih slika i video snimaka iz područja Wuhan-a, ljudi su iz početka gledali na to kao na lokalnu pojavu i suosjećali sa stanovnicima Wuhan-a. Nitko u tom trenutku nije pomišljao da je to bolest koja će se proširiti na cijeli svijet i niti jedna država na svijetu neće biti pošteđena njenog utjecaja. U sjećanjima će svima ostati momenti kada su objavljene informacije o pojavi bolesti u prvim zemljama izvan Kine, pa onda i na drugim kontinentima.

Slika 9: Grafički prikaz oboljelih dana 03.04.2020.

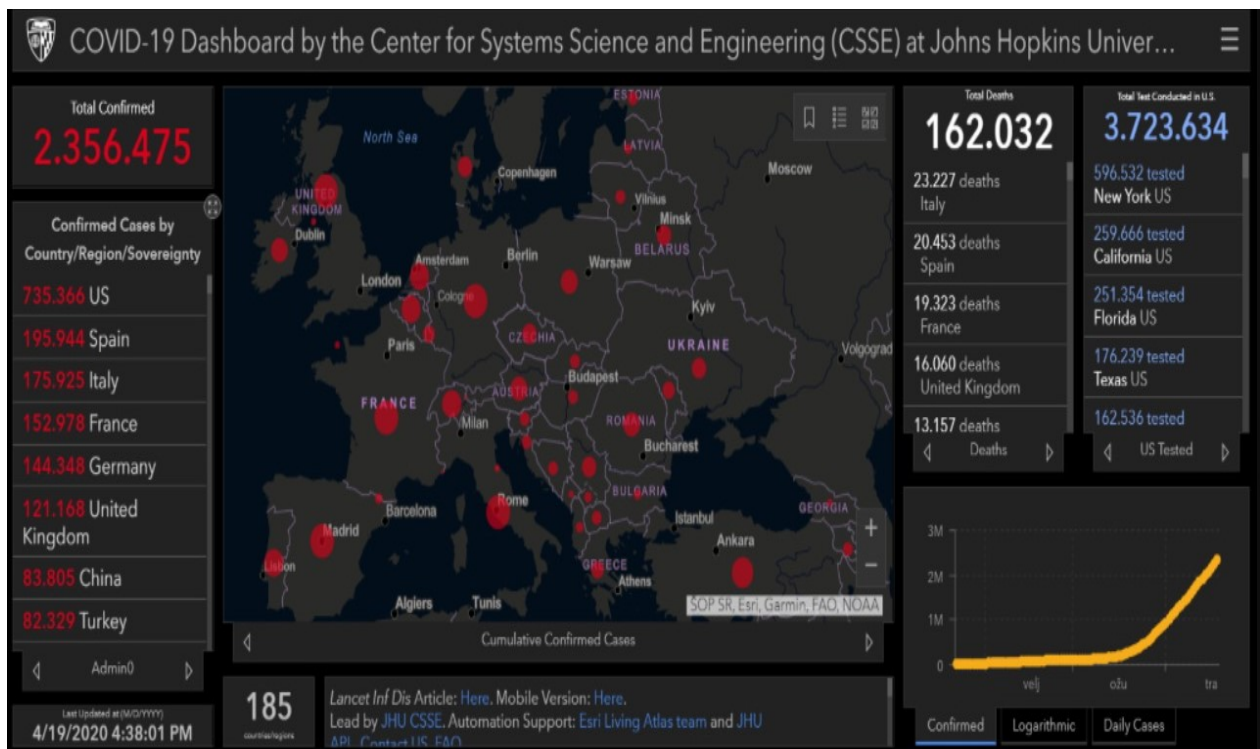


Izvor: Sveučilište John Hopkins 03.04.2020.,

<https://www.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>, preuzeto
dana 04.07.2021.

Na slici 9, kao primjer, prikazani su podatci novo zaraženih u samo jednome danu. Toga dana novooboljelih bilo je ukupno preko 1 milijuna, a najviše ih je bilo u Sjedinjenim Američkim Državama gdje ih je u samo jednome danu bilo gotovo 250 tisuća. Situacija se od tada u nekim državama malo smirila, a u nekima je ostala ista ako ne i postala gora. Važno je pratiti ove podatke i na temelju njih odrediti epidemiološke mjere kako bi se širenje virusa zaustavilo, odnosno smanjilo.

Slika 10: Grafički prikaz oboljelih



Izvor: Sveučilište John Hopkins 19.04.2020.

<https://www.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>, preuzeto dana 13.07.2021.

Kako se malo, gotovo ništa znalo o bolesti, svijetom se krenula širiti panika od nepoznatog i onog što nepoznato donosi sa sobom. Svakodnevno su se pratile novosti o novim slučajevima zaraze, o novim lokacijama zaraze, o umrlim slučajevima kao posljedica zaraze Covid-19. Kada je pandemija buknuła u nama susjednoj Italiji, bilo je doslovno nevjerojatno gledati priloge iz te zemlje, gledati količinu zaraženih i količinu umrlih, konvoje kamiona koji prevoze umrle, sve je izgledalo kao jedan film katastrofe. Karantene gradova, kasnije regija, na kraju čitavih zemalja odjednom su postale realnost. Gledajući što se događa u svijetu i nama u susjedstvu, Hrvatska Vlada, Hrvatska epidemiološka zajednica i Hrvatski zavod za javno zdravstvo, odlučili su snažno djelovati odmah na početku na maksimalno moguće sprečavanje širenje koronavirusa diljem države. U tom „prvom valu“ sjećamo se zapravo najveće karantene, zabrane kretanja između županija i rad samo osnovnih djelatnosti. Gotovo kao da se slijedilo Štamparovo načelo da u zdravstvenoj organizaciji “liječnik treba tražiti bolesnika, a ne obrnuto”, odnosno da je “važnije obavješćavanje naroda od zakona”.

U javnosti su karantenske mjere kao svojevrsan povijesni relikv isprva djelovale uznemirujuće na javnost. Je li moguće da je to jedino oružje protiv ove pandemije? Dio populacije je ipak bio upoznat s činjenicom da je karantena kao postupak kojim se radi zaštite od širenja zaraznih bolesti odvajaju osobe, životinje i predmeti za koje se sumnja da su zaraženi zapravo izum starih Dubrovčana. Bilo je to u vrijeme kada je u kolektivnu memoriju ljudi snažno upisana pandemija Crne smrti, tj. kuge koja je harala Europom krajem 14. stoljeća i usmrtila milijune ljudi. Dubrovačka se karantena sastojala od zabrane stupanja na dubrovačko tlo svih onih koji su zbog trgovine ili nekih drugih razloga dolazili u Dubrovnik, a predstavljala je svojevrsan kompromis i ravnotežu između održavanja trgovine s jedne strane i sprječavanja unosa bolesti u grad s druge.⁵

Isprva trideset (trentina), a potom četrdeset (od quaranta – karantena) dana morali su na obližnjim otočićima Mrkanu i Bobari biti izolirani svi oni koji su dolazili iz zaraženih krajeva. Kršenje karantene kažnjavalo se u Dubrovniku visokom novčanom kaznom od stotinu dukata, koja se mogla pretvoriti u tamnicu ili tešku tjelesnu kaznu.⁶ Za razliku od Dubrovnika, neki su talijanski gradovi poput Milana posve zatvorili svoje granice zabranivši trgovinu te su rabili drakonske mjere poput zazidavanja oboljelih.⁷ Slično je u naše vrijeme poduzela Kina koja je potpuno odsjekla Wuhan i pokrajinu Hubei od ostatka Kine, a zatim primjenjivala šokantne i drastične mjere u cilju suzbijanja bolesti, poput zatvaranja izlaza iz stambenih zgrada i prisilnog odvođenja bolesnika sa simptomima bolesti COVID-19 iz kućanstava. Povijesni pogled omogućuje nam i procjenu učinkovitosti karantenskih mjera.

Nedvojbeno je da u kontekstu žestoke pandemije kuge provođenje karantene nije moglo suzbiti ovu bolest jer se kuga, kao i druge kasnije epidemije koje podliježu karantenskim mjerama, širila i dalje. Jasno je također da karantena sama po sebi nije mjera kojom se suzbija neka bolest, već se njome može bolest donekle usporiti ili kontrolirati, što ipak može biti vrlo važno. Neke novije analize učinkovitosti preventivnih (nefarmaceutskih) mjera u Sjedinjenim Američkim Državama u vrijeme španjolske gripe pokazuju da su one dovele do

⁵ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

⁶ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

⁷ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

statistički značajnog smanjenja smrtnosti i odgode pojave vrhunca bolesti, a najučinkovitijima su se pokazale višestruke metode uvedene istovremeno.

Također se pokazalo da takve mjere, ako se uvedu ranije, imaju veći utjecaj na smanjenje smrtnosti i pritiska na zdravstveni sustav. Ipak, karantenske mjere značajnije su smanjivale vršne stope umiranja negoli kumulativnu smrtnost, što se djelomično objašnjava činjenicom da su bile na snazi najviše šest tjedana. Svaka epidemija sa sobom donosi i lepezu modela za njezino sprječavanje, po čemu će svakako ostati zapamćena i pandemija koronavirusa. Pandemija je drugdje iznjedrila vrlo različite modele: u Španjolskoj, Francuskoj i Italiji vrlo stroge mjere karantene, u Južnoj Koreji velik broj testiranja i traženja kontakata, dok je u početnim fazama u Ujedinjenom Kraljevstvu i cijelo vrijeme u Švedskoj prevagnula taktika preporuka o održavanju razmaka i higijeni bez strožih zabrana. Kulturološke specifičnosti i u ovoj pandemiji dolazile su do izražaja, pa je već zarana bilo evidentno da se virus širi brže u mediteranskim zemljama čija je populacija navikla na okupljanje i bliski kontakt te međugeneracijska druženja.⁸

Za razliku od epidemije SARS-a u kojoj je Svjetska zdravstvena organizacija odigrala odlučnu ulogu u sprječavanju širenja bolesti, davala preporuke i koordinirala stručnjake i laboratorije u više zemalja svijeta, u pandemiji koronavirusa nije uspostavljena globalna strategija borbe protiv virusa. Sustav međunarodnih pravila kakav je postojao prije SARS-a, u kojem su zemlje mogle svaka za sebe voditi borbu protiv epidemija, vratio se uslijed nedostatka koordinirane suradnje, ali i zbog toga što je prijetnja koronavirusom percipirana kao znatno veća negoli primjerice pandemija svinjske gripe iz 2009. godine. Uslijed toga, nastao je velik pritisak za pronalaskom pravog modela borbe protiv bolesti te se pojavilo mnoštvo epidemioloških projekcija od kojih su neke, poput studije Neila Fergusona i njegovog tima s Kraljevskog sveučilišta u Londonu (Imperial College London), bile vrlo utjecajne u oblikovanju strategije pojedinih zemalja poput Ujedinjenog Kraljevstva.⁹

Pretpostavlja se da će usuglašeni modeli i strategije biti iznjedreni upravo iz ovih pogrešaka u vrijeme pandemije bolesti COVID-19 i primijenjeni u rješavanju budućih sličnih događaja. Tijekom pandemije koronavirusa neki su znanstvenici, poput Johana Gieseckea, bivšega

⁸ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

⁹ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

državnog epidemiologa Švedske, ukazivali na nedostatak pravih povijesnih dokaza o uspješnosti karantenskih mjera, dok su drugi, poput Gieseckeovog nasljednika Andersa Tegnella, upozoravali na dugoročnu neodrživost strogih mjera ne samo iz ekonomskih, nego i bihevioralnih razloga.¹⁰ Tome u prilog govore kontinuirana kršenja karantenskih mjera i njihovo sankcioniranje kako u prošlosti tako i danas. Otpori su zabilježeni i u slučajevima nošenja zaštite pa su se tako za vrijeme španjolske gripe u San Franciscu stotine građana i liječnika organizirali u tzv. Ligu protiv maski San Francisca (Anti-Mask League of San Francisco).¹¹

Protivnici nošenja maski, štovatelji raznih teorija zavjere, i u ovoj pandemiji su krenuli biti glasni i tražiti svoja prava u zemljama diljem svijeta, pa tako i u Hrvatskoj. S jedne strane se oni bore protiv povreeu njihovih prava, prava na odlučivanje o svojem životu i svojoj slobodi, a s druge strane su ostali ljudi koji vjeruju zdravstvenoj zajednici, žele isto tako svoja prava da budu zaštićeni i da svijet i matična država učine sve u borbi protiv ove opake pandemije donoseći sve mjere koje bi mogle ublažiti ili spriječiti širenje virusa unutar populacije. Prosvjednici ili takozvani „anti-maskeri“ održavaju usred trajanja pandemije velike skupove i prosvjede diljem svijeta, ne držeći se apsolutno nikakvih mjera zaštite i na taj način doprinose širenju virusa. Obzirom da se u borbi protiv Covid-19 svijet koristi najviše poznatim načinima sprečavanja širenja virusa, ili barem ublažavanja širenja, koji su se koristili kroz povijest, nastaju podjele između građana pa čak i unutar obitelji, ovisno o otome koji su pobornici koje teorije. Anti-maskeri su u protekloj godini od kada su došla prva cjepiva na tržište postali većina i anti-vakseri, odnosno osobe koje se također protive cijepljenju.

3.3. Posljedice na razne grane industrije

Ekonomija je jedna od prvih na udaru posljedica svjetske pandemije, pa tako i velike industrije, koje nisu ni slutile što ih čeka. Osim turizma o kojem se najviše govori i mnoge druge svjetske industrije pogođene su ovom zdravstvenom, sigurnosnom, a na kraju krajeva i najavljivanom - ekonomskom krizom. Zatvorene granice, pojačane mjere, otežan ili potpuno spriječen promet, pa čak i obustavljeni zračni promet, koji su mnoge zemlje uvodile kao mjere suzbijanja širenja virusa korona, i te kako je spriječilo normalno funkcioniranje gotovo svih grana industrije. Još na samom početku širenja pandemije, trpjele su se ogromne štete u

¹⁰ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', Liječnički vjesnik, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

¹¹ Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', Liječnički vjesnik, 142(3-4), str. 107-113. <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-19> (Datum pristupa: 27. srpnja, 2021.)

raznim sektorima zbog nemogućnosti nabave repromaterijala, zbog otežanog transporta robe unutar države i između država.

Početak ožujka 2020., među članstvom HUP-Udruge elektroindustrije i HUP- Udruge metalne industrije provedena je anketa o utjecaju koronavirusa na poslovanje te je zatražena procjena stanja za sljedeća dva do tri mjeseca. Stanje i procjene bili su puno gori od onih koji su se poslije pokazali. Čak 82,3 posto poduzetnika navelo je da im kasne isporuke sirovina i dijelova za proizvodnju, a 70,59 posto ispitanih imalo je probleme u logistici i organizaciji prijevoza. Rast cijene sirovina i dijelova te troškova prijevoza imalo je 29,5, odnosno 23,53 posto ispitanika. Kod 41 posto poslodavaca kupci su tada odgodili isporuku, a jednak je postotak bilježio pad potražnje od strane kupaca. Trećina poduzetnika kasnila je u realizaciji projekata, njih 35,29 posto bilo je odmah suočeno s produljenjem naplate potraživanja, a 23,5 posto s problemom likvidnosti. Više od 41 posto poduzetnika imalo je povećane troškove za sirovine i dijelove za proizvodnju, a rast cijena kretao se od pet do čak 50 posto. Rasla je i cijena prijevoza roba od pet do 40 posto, a najveći rast troškova za prijevoz do čak 70 posto imali su oni poduzetnici koji su bili primorani prebaciti se na zračni prijevoz.

Svi anketirani poduzetnici očekivali su daljnje probleme s kašnjenjem isporuka sirovina i dijelova za proizvodnju, a većina je predviđala nestašicu, nastavak rasta cijena prijevoza i sirovina, pad narudžbi kupaca i probleme u likvidnosti. Teško je reći koja industrija je zapravo prva pogođena. Gledajući Hrvatsku, koja je dobrim dijelom slijedila primjer ostalih zemalja, posebno Europskih, prva zatvaranja su bila ugostitelji, razne uslužne djelatnosti, priređivači igara na sreću, kulturna i zabavna događanja i sve one djelatnosti koje nisu od egzistencijalne važnosti za svakodnevni život. Na grafikonu ispod (Slika 11) vidljiva su 5 sektora koje je pandemija najjače pogodila u tromjesečnom razdoblju od ožujka do lipnja 2020.-te.

Slika 11: Izloženost različitih sektora gospodarstva



Izvor: Fininfo.hr,

https://www.fininfo.hr/Content/documents/Analiza_izlozenosti_hrvatskog_gospodarstva_pandemiji_koronavirusa.pdf, datum pristupanja: 02.06.2021.

S druge strane, sektori koji su najmanje pogođeni pandemijom u razdoblju od ožujka do lipnja 2020.-te, a vidljivi su na grafikonu ispod (Slika 12).

Slika 12: Izloženost različitih sektora gospodarstva



Izvor: Fininfo.hr,

https://www.fininfo.hr/Content/documents/Analiza_izlozenosti_hrvatskog_gospodarstva_pandemiji_koronavirusa.pdf, datum pristupanja: 02.06.2021.

U usporedbi sa svjetskim gospodarstvom, euro područje je 2020. godine doživjelo veći Gospodarski udarac i doživjeti će sporiji oporavak 2021. Očekuje se da će stvarni BDP doseći razinu prije krize do sredine 2022. godine i u EU i u euro području. Ovo je pozitivna prilagodba u odnosu na početne prognoze koje su uslijedile nakon početka pandemije. Međutim, važno je napomenuti da povratak gospodarske aktivnosti do razine prije krize povlači za sobom spor rast gospodarstva EU. Postoje značajne razlike u učincima po sektorima, ali i unutar njih. Veliki dio digitalne industrije imao je dobre rezultate, isto tako i zdravstvena industrija. Industrije poput kemijske, građevinarstvo i sektor hrane i pića vjerojatno će doživjeti oporavak od krize u obliku slova V. Unatoč početnim šokovima, čini se da su automobilska i tekstilna industrija na putu oporavka od prvog lockdown-a. Sektori koji ovise o ljudskom kontaktu i interakciji, npr. kao kulturne i kreativne industrije te zrakoplovna industrija (zbog smanjenja mobilnosti i turističke aktivnosti), doživjele su značajne udare, pa će vjerojatno i patiti dulji period od ovih šokova. Kako bi ostala međunarodno konkurentna, EU će se morati nastaviti oslanjati na globalni lanac vrijednosti.

U 2020.-toj godini ispitana je otpornost europskih lanaca vrijednosti: pandemija COVID-19 otkrila je slabosti, budući da se mnoga poduzeća u početku nisu mogla nositi s nedostatkom zaliha uzrokovano zatvorenim granicama i zatvorenim lokacijama proizvodnje. Ipak, većina lanaca opskrbe brzo se oporavilo i bilo lanaca vrijednosti kao što su mikroelektronika, autonomna vožnja, baterije i umjetna inteligencija u svjetlu ubrzanja digitalne transformacije i rastuće potražnje za električnim vozilima. Ti lanci vrijednosti trebaju imati stalnu pozornost i podršku kako bi se osigurao pristup materijalima, ulaganjima i vještinama. Nadalje, vodeći ljudi u industriji i stručnjaci ukazuju na ograničenu stabilnost investicijske klime u susjednim zemljama EU -a i nevoljkost ulaganja (strateških) ulaganja (uključujući u istraživanje i razvoj) u te zemlje.

S druge strane dokazuje se kako je pandemija djelovala kao ubrzivač digitalizacije. Razlike u ozbiljnosti učinka COVID-19 djelomično se objašnjavaju sposobnošću poduzeća da postanu digitalna. Nadalje, kriza vodi i potrošače da ponovno procijene svoje stvarne potrebe i dopušta potencijalno ubrzanje zelene zone. Doslovno preko noći, brojne kompanije koje nisu imale običaj rada na daljinu, morale su se osposobiti i prilagoditi na rad od kuće, na smjenski rad, reorganizirati odjele i načine rada. Najveći izazov primijećen je u obrazovanju i ekspresnoj prilagodbi na školovanje od kuće, gdje su veliki napor i prilagodbu osjetili profesori, djeca i sami roditelji. Zelena i eko zona neočekivano su doživjele svoj procvat. Manja obiteljska poljoprivredna imanja, OPG-ovi, preko noći su prestali biti zona kupnje

samo za odabrane. Potrošači su se sve više odlučivali na online beskontaktnu kupnju i narudžbu svježih namirnica biljnog i životinjskog porijekla sa dostavom na svoju adresu, kako bi izbjegli nepotrebne odlaske u velike trgovačke lance izlažući se potencijalnoj zarazi. U 2021.-oj došlo je do globalnog poskupljenja raznih sirovina. Uzrok je tome situacija s koronom, prošle godine je smanjena proizvodnja jer nije bilo potražnje, sada kada se potražnja pokrenula, sirovina nema. To se događa na području cijele Europe, a pogotovo u Indiji i Brazilu koje je korona jako pogodila. Cijena čelika je skočila za 50%, cijena pamuka narasla je za 25%, kože za 15%, a plastične ambalaže za 40%. Proizvođačima plastičnih cijevi koji proizvode za velike investicije koje se sada rade u Hrvatskoj za aglomeraciju, njihovi troškovi su u sirovinama narasli za 100% i oni su obustavili isporuke.

Tako da je trenutna situacija takva da je manje pogođeno tijekom sljedećih valova infekcija. Sveukupno gledajući industriju i stručnjaci kažu da se lanci vrijednosti mogu ojačati proširenjem asortimana proizvoda i usluga, a ne preusmjerenjem prodaje samo unutar zemlje. Kriza je naglasila stratešku važnost da će se zbog toga zaustaviti i veliki projekti aglomeracija koji se financiraju europskim sredstvima. Iz Hrvatske gospodarske komore upozoravaju da mnogi zbog rasta cijena i nedostatka proizvodnih sirovina na tržištu neće moći odgovoriti na potražnju koja raste. Nadaju se da bi se ova situacija do kraja godine mogla stabilizirati, ali već se primjećuje da je sve počelo utjecati i na cijene za krajnje kupce.

3.4. Pandemija i njezin utjecaj na turizam

Unatoč tome što različite krize inače utječu samo na gospodarski razvoj pojedinih zemalja posljednjih nekoliko desetljeća, COVID-19 kriza utjecala je na cijeli svijet. Dosadašnje zabilježene krize, bez obzira na uzroke, većim dijelom bile su regionalnog karaktera i predviđenog trajanja, ali ova kriza je globalna kriza, i kriza koja zasad ne posustaje. Zbog toga se otvaraju mnogobrojna pitanja o opstanku pojedinih aktivnosti i djelatnosti, oporavku, mogućim razvojnim scenarijima, najutjecajnijim faktorima, te održivom razvoju i transformacijama društva i gospodarstava koje takav razvoj nužno traži. Turizam je jedna od najpogođenijih gospodarskih aktivnosti ovom pandemijom, a s obzirom na doprinos hrvatskoj ekonomiji, razumljiv je interes javnosti za njezin što brži oporavak. Kako bi se odgovorilo na pitanja npr. Je li i koliko je ova pandemija prijetnja? Koliko je nova prilika za kvalitetnije iskorake u turizmu?, znanstvenici i istraživači Instituta za turizam reagirali su brzo tijekom izbijanja pandemije u Hrvatskoj i svojim stavovima pokušali definirati različita obilježja i faze krize i mogućeg oporavka, osobito vezano uz dosadašnje slabosti i prednosti kao i na povezanost turizma s drugim sektorima pa i ovisnost o njima.

Zbog COVID-19 pandemije i njenog jakog utjecaja na domaći i međunarodni turizam, različite institucije kao što su Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Svjetska zdravstvena organizacija i Svjetska turistička organizacija, na različitim razinama analiziraju promjene te kakav utjecaj one imaju na turizam, ali i na ostale segmente gospodarstva. Traže se relevantne informacije i podaci od lokalne do globalne razine, kako bi se mogli donijeti zaključci o novoj situaciji, te kako bi se počele provoditi različite mjere za ublažavanje stanja. Svaka mjera na različite načine utječe na različite segmente. Pandemija kao globalna kriza, pokazala je da je turizam snažno povezan i ovisan sa zdravstvenim prilikama ne samo na lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj, već i na međunarodnoj razini.

Slika 13: Prihodi od turizma 2019. i 2020. godine

Prihodi od turizma			
	2019.	2020. (procjena)	INDEKS 2020./2019.
BDP (u mil. EUR)	53.983	49.070	90,9
PRIHODI OD TURIZMA (u mil. EUR)*	10.539,1	4.346,5	41,2
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	19,5	8,9	45,4

*IZVOR: Hrvatska Narodna Banka

Izvor: Hrvatska Narodna Banka, https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf, datum pristupanja 25.07.2021.

Na slici 13. prikazan je udio turizma u ukupnom BDP-u, koji iznosi čak 20%, odnosno 19,5%, te i tadašnja procjena za prihode od turizma i udio u 2020. godini. Sa svakom granom gospodarstva koja pridonosi BDP-u u ovako velikom postotku, jasno je da će imati veliki utjecaj na gospodarstvo. Turizam i putovanja na globalnoj razini dobili su možda jedan od najsnažnijih udaraca od Drugoga svjetskog rata. Nije čudno da se na nacionalnoj i globalnoj razini razmišlja o izazovima i oporavku turizma. Otkako je proglašena pandemija, objavljena su brojna znanstvena istraživanja kako bi se proširilo znanje o samom virusu, te o utjecaju pandemije na društvo i njegovo gospodarstvo. Moglo bi se čak i reći da je virus povezo brojne znanstvenike te se istraživanja rade na velikom broju uzoraka, s jednim ciljem suzbijanja virusa COVID-19. Jedno od rješenja za sprječavanje širenja virusa preko granica je da se od turista traži se negativan rezultat PCR testa ili antigena na COVID-19 ili potvrda o cijepljenju. Zdravstvena sigurnost u turizmu preporučuje procijepljenost ne samo turista, već

i domaćeg stanovništva te pružatelja usluga u turizmu. Po mišljenjima stručnjaka, što veća procijepljenost stanovništva najučinkovitija je mjera za suzbijanje pandemije. Dok se ne postigne procijepljenost, uvode se i provode različite epidemiološke mjere kroz zatvaranje granica, mjere izolacije i samoizolacije, ograničeno kretanje unutar države, socijalno distanciranje te povećane higijenske mjere. Naravno, stroge mjere ili blokade povezane su i utječu na ekonomiju, pravo, promet, prostorno-planiranje, arhitekturu, prihvatni kapacitet, zdravstvo, poljoprivredu, kulturu, sport i ostalo.

Slika 14: Broj dolazaka i noćenja ostvaren prema vrstama smještajnih objekata

Vrsta objekta	2020.		2019.		Indeks 20/19	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	1.926.725	6.995.782	7.909.094	25.795.755	24,36	27,12
Kampovi	1.256.945	8.818.541	2.881.434	18.810.497	43,62	46,88
Objekti na OPG-u	19.942	81.015	32.202	111.201	61,93	72,85
Objekti u domaćinstvu	3.192.731	22.327.818	6.850.100	39.337.577	46,61	56,76
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	671.118	3.312.958	1.957.936	7.830.051	34,28	42,31
Ostalo	1.329	7.325	13.728	76.042	9,68	9,63
Restorani	1.388	3.166	5.915	10.642	23,47	29,75
Ukupno komercijalni smještaj	7.070.178	41.546.605	19.650.409	91.971.765	35,98	45,17
Nekomercijalni smještaj	456.066	11.201.859	515.190	13.143.502	88,52	85,23
Nautika	235.473	1.646.346	538.084	3.557.621	43,76	46,28
Sveukupno	7.761.717	54.394.810	20.703.683	108.672.888	37,49	50,05

Izvor: HTZ (podaci eVisitor + integrirano eCrew),

[https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf)

[04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf), datum pristupanja: 28.07.2021.

Iz slike 14. jasno se vidi da je turizam pretrpio veliku štetu u 2020. godini, sa brojkama koje su tri puta manje od onih u 2019. godini. To je naravno imalo veliki utjecaj na gospodarstvu u cijelosti, a i na pojedine tvrtke koje su morale ili otpustiti veliki dio zaposlenika ili kompletno zaustaviti rad i zatvoriti firme. Povećanim potrebama za socijalnim distanciranjem te značajnim promjenama u realizaciji s nekih ključnih tržišta rezultirale su i različitim rezultatima pojedinih smještajnih vrsta pa je stoga najmanji pad prometa, u usporedbi s 2019., zabilježio nekomercijalni, a potom obiteljski smještaj. Zatim slijede kampovi i nautički

charter, s približno podjednakom stopom pada prometa, a na začelju su hoteli koji su zabilježili tek približno 25% prometa 2019. godine.

3.4.1. Korelacija pandemije i turizma


Turizam je postao sve više ovisan o zdravstvenim uvjetima u pojedinoj zemlji ili regiji kroz praćenje javnih zdravstvenih podataka. Stoga za odabir putovanja, osim uobičajenih motiva putovanja u novim uvjetima, pitanje zdravstvene sigurnosti postaje važan faktor za odabir destinacije, ali i u sigurnom pružanju usluga u turizmu. To podrazumijeva da će nakon COVID-19 postati važno osiguranje zdravstvene sigurnosti, zatvorenih i otvorenih prostora u kojima se odvijaju turističke aktivnosti, npr. zgrade za zabavu, zgrade za sport, plaže, parkovi, zgrade za zdravstvo i sl. Provedba zdravstvene sigurnosti je zato u turizmu vezana uz zdravstveni sustav na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, odnosno unutar mogućeg kontroliranog zdravstvenog sustava.


Povećana (proširena) znanja o virusu temeljem znanstvenih istraživanja kao i sakupljenim rezultatima od tzv. nefarmaceutskih mjera (zatvaranje granica, blokada pojedinih sektora, samoizolacija, socijalna distanca, povećane higijenske mjere (poput pranja ruku i nošenje maski), uvođenje sanitarnih protokola u turizmu) mogu se pratiti rezultati „borbe“ s virusom. Takvi rezultati pomažu u upravljanju pandemijom na globalnoj razini (UNWTO, 2021).¹² U slučaju da se pojave slične zdravstvene krize preporučuje se zbrinjavanje oboljelih kroz osiguranje higijene i socijalnog distanciranja, ali i organiziranja moguće samoizolacije u hotelima, apartmanima, dvoranama, šatorima i/ili bolnicama.

Cijepljenje bi trebalo dodatno olakšati otvaranje granica, što ima utjecaj na međunarodni turizam, no dok se pandemija ne kontrolira virus će biti faktor nesigurnosti i predstavljati izazov u planiranju oporavka turizma. Dok se nije postigla dovoljna procijepljenost stanovništva, u kontroliranju širenja virusa pokazalo se nekoliko uspješnih nefarmaceutskih mjera kao što su: socijalno distanciranje, provjetravanje zatvorenih prostora i higijena ugostiteljskih prostora. Stoga će biti potrebno mijenjati i/ili dopunjavati pravilnike, preporuke, planove i studije o prihvatnim kapacitetima u kojima se regulira maksimalni broj turista za plaže, hotele, bazene i dr.

¹² Institut za turizam, Zagreb, Hrvatska, (2021) 'Utjecaj pandemije Covid-19 bolesti na turizam.' Preuzeto sa: <http://www.iztg.hr/hr/utjecaj-pandemije-covid-19-bolestina-turizam> Datum pristupa 03. kolovoza 2021.

Slika 15: Broj cijepljenih u Hrvatskoj i svijetu 23.08.2021.

 Hrvatska		
Primljene doze	Potpuno cijepljeni	Postotak potpuno cijepljenog stanovništva
3,21 mil.	1,58 mil.	38,7 %

 Cijeli svijet		
Primljene doze	Potpuno cijepljeni	Postotak potpuno cijepljenog stanovništva
5 mlr. +26,7 mil.	1,92 mlr. +5,56 mil.	24,6 % +0,1 %

Izvor: https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL, datum pristupanja: 23.08.2021.

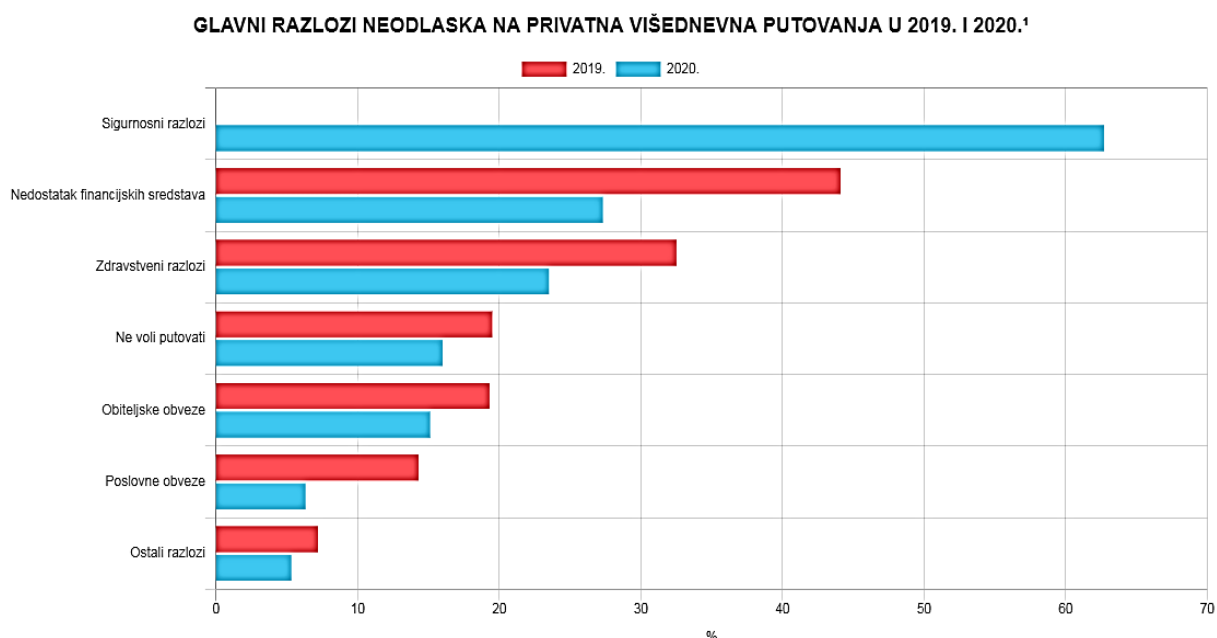
Citirajući premijera Andreja Plenkovića: "Važno je da postoji konsenzus da svi zajedno moramo raditi na ubrzanju procesa cijepljenja, osigurati najveću moguću razinu imuniteta za naše građane i stvoriti uvjete za što manje restriktivnih mjera bilo koje vrste. To, naravno, aktivira gospodarstvo, turističku sezonu, javne financije i normalno funkcioniranje društva općenito.". Nadalje, troškovi za osiguranje plaća, doprinosi, davanja, i ostali troškovi iznosili su ukupno 17 milijardi kuna, te se iz tog razloga apelira da se što više stanovnika Republike Hrvatske procijepi kako bi mogli početi normalno raditi i pokrivati te troškove. Ukoliko se broj, odnosno postotak, cijepljenih ne poveća ili ako se krene smanjivati, država će morati ponovno uvesti epidemiološke mjere, te opet zatvarati ugostiteljske objekte.

Hrvatska je sada blizu 50% cijepljenoga odraslog stanovništva. Vlada je svojim odlukama omogućila svim hrvatskim državljanima i onima koji žive izvan Hrvatske da se cijepi u Hrvatskoj, i otvorila je tu mogućnost i svim drugim državljanima koji borave u Hrvatskoj. Službeni podaci i brojke za turističku sezonu nisu još dostupne jer sezona nije gotova, ali u jednom danu je prijeđen broj ukupnog broja turista u Hrvatskoj u 2020. godini. Zaključak je da, kako bi se nastavilo imati dobru turističku sezonu, mora se nastaviti poticati što više ljudi da se cijepi jer se jedino tako može nastavljati primati turiste za vrijeme sezone.

3.4.2. Negativne posljedice na turizam

Kriza COVID-19 pandemije snažno je pogodila turizam, ugostiteljstvo i kulturni sektor i to iz razloga što ti sektori u većem dijelu ovise o prisustvovanju ljudi. Sektor koji je naravno najviše pogođen pandemijom, upravo je turistički sektor koji inače zapošljava oko 128 tisuća u Hrvatskoj i 27 milijuna ljudi u svijetu, i zaslužan je za 20% hrvatskog BDP-a i 10% svjetskog BDP-a. Turistička sezona 2020. godine bila je u Hrvatskoj i u svijetu jedna od najgorih turističkih sezona ikada. Početkom 2020. godine gotovo su sve zemlje uvele epidemiološke mjere kod kojih su neke od prvih mjera bile ograničavanje međunarodnog putovanja i zatvaranje granica. 2019. godina je bila rekordna godina za hrvatski turizam sa skoro 21 milijunom dolazaka i 108,6 milijuna noćenja prema podacima Hrvatske turističke zajednice. Predviđanja u siječnju 2020. bila su da će brojke iz 2020. godine premašiti one iz 2019. Očekivani rast bio je od 3 do 5% s obzirom na 2019., no nakon pojave COVID-19 krize zaustavljen je pozitivan rast. U srpnju 2020.godine ostvareno je samo 53% dolazaka i 61% noćenja s obzirom na srpanj prošle godine prema podacima Hrvatske turističke zajednice.

Slika 16: Glavni razlozi nedolaska na privatna višednevna putovanja u 2019. i 2020.g



Izvor: DZS 2020., Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-aktivnost.html>, datum pristupanja: 13.08.2021.

Na slici 16, prikazano je koji su bili glavni razlozi nedolaska ispitanika na privatna višednevna putovanja u 2019. i 2020.g.

Zatvaranje granica, ograničena putovanja, propisi o karanteni i donošenje epidemioloških mjera u Hrvatskoj i u svijetu, negativno su utjecali na turistička putovanja domaćeg stanovništva u 2020.godini. Na privatna višednevna putovanja u 2020. nije putovalo 2,2 milijuna, odnosno 62,4% stanovnika Republike Hrvatske u dobi od 15 i više godina. Najčešći razlog neodlaska na privatna višednevna putovanja, po prvi put otkad se prate turističke aktivnosti domaćeg stanovništva bio je iz sigurnosnih razloga, odnosno zbog pandemije COVID-19, dok su prijašnjih godina najčešći razlozi za neodlazak na putovanja bili financijski i zdravstveni razlozi. U 2020.godini ostvareno je 2,8 milijuna privatnih višednevnih putovanja, što je 45,6% manje u odnosu na 2019. godinu. Od ukupno ostvarenih višednevnih putovanja najviše ih je bilo u Hrvatskoj (84,6%), a u inozemstvu samo 15,4%. U inozemstvo se najviše putovalo u Bosnu i Hercegovinu (28,2%), Njemačku (15,1%), Austriju (13,2%), Sloveniju (12,0%), Italiju (5,9%) i Srbiju (4,5%). Najčešći razlozi odlaska na privatno višednevno putovanje u 2020.godini bili su odmor na moru te posjeta rodbini i prijateljima. Na putovanjima u Hrvatskoj ostvareno je 22,1% manje noćenja, a čak 59,2% manje noćenja na putovanjima u inozemstvo.

Unatoč situaciji u Hrvatskoj i svijetu vezanoj za pandemiju, ostvareno je više noćenja po jednome privatnome višednevnom putovanju u inozemstvo. Na putovanjima u Hrvatskoj ostvareno je prosječno 6 noćenja, dok je na putovanjima u inozemstvo ostvareno 9 noćenja, čak 4 noćenja više nego u 2019. Ukupni izdaci na privatnim višednevnim putovanjima u Hrvatskoj u 2020. iznosili su 4,7 milijardi, što je za 49,9% manje u odnosu na godinu prije. Prosječni izdaci po privatnom višednevnom putovanju u Hrvatskoj iznosili su 1 356 kuna, a u inozemstvu 3 387 kuna. U 2020. realizirano je i manje poslovnih višednevnih putovanja. Poslovnih višednevnih putovanja u Hrvatskoj bilo je manje za 62,4%, a u inozemstvo za 85,4% u odnosu na 2019. Stanovnici Republike Hrvatske u dobi od 15 i više godina u 2020. ostvarili su 3,9 milijuna jednodnevnih putovanja, što je za 51,7% manje u odnosu na prethodnu godinu.

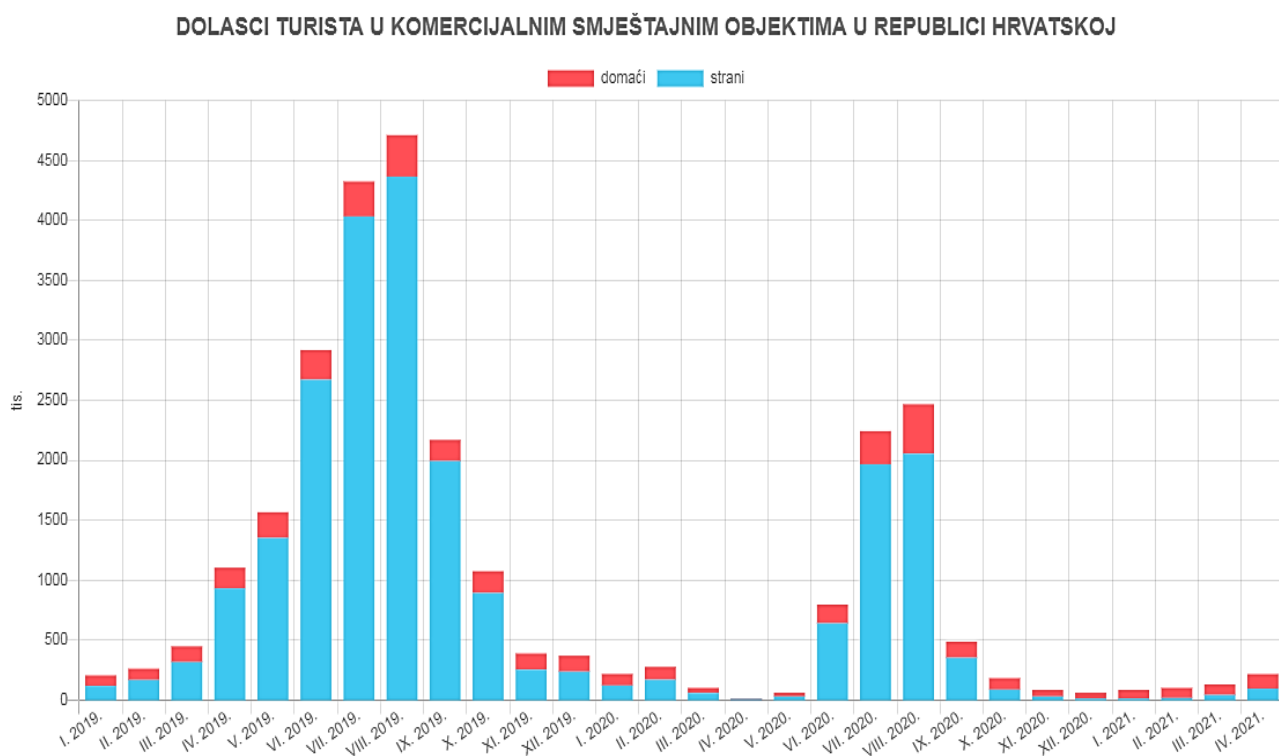
Epidemiološke mjere, zabrane putovanja zatvaranje granica, propisi i ostale mjere zaustavljanja širenja COVID-19 pandemije imale su veliki utjecaj i na poslovanje putničkih agencija. Te mjere negativno su utjecale i na aktivnosti stranih turista u Hrvatskoj koji su se koristili uslugama hrvatskih putničkih agencija. Stoga su 2020.godine hrvatske putničke

agencije organizirale višednevna putovanja u Hrvatskoj za 623 tisuće stranih turista, ostvareno je 4,0 milijuna noćenja, što je 77,5% manje stranih turista i 74,9% manje noćenja nego prethodne godine.

3.4.3. Analiza pre- i post- COVID-19 stanja u turizmu

Procjenjuje se da gubitak od izvoznih prihoda turizma uzrokovan naglim padom međunarodnih putovanja u 2020. iznosi oko 1,3 bilijuna američkih dolara, što je više od 11 puta veći gubitak nego onaj tijekom globalne ekonomske krize 2009. godine. COVID-19 kriza izravno je ugrozila otprilike od 100 do 120 milijuna radnih mjesta u turizmu, od kojih su mnoga u malim i srednjim poduzećima. Najviše pogođena regija u svijetu bila je Azija i Tih ocean, koja je ujedno i regija koja je prva osjetila pandemiju, a međunarodni turistički dolasci pali su za 84%, odnosno za 300 milijuna u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Nakon nje slijedi Bliski Istok s padom od 76%, te Europa sa 71% pada turističkog prometa. Blizu iza toga su Afrika sa 70%, te Amerike sa 69% manjim brojem međunarodnih putovanja.

Slika 17: Dolasci turista u komercijalnim smještajnim objektima u RH

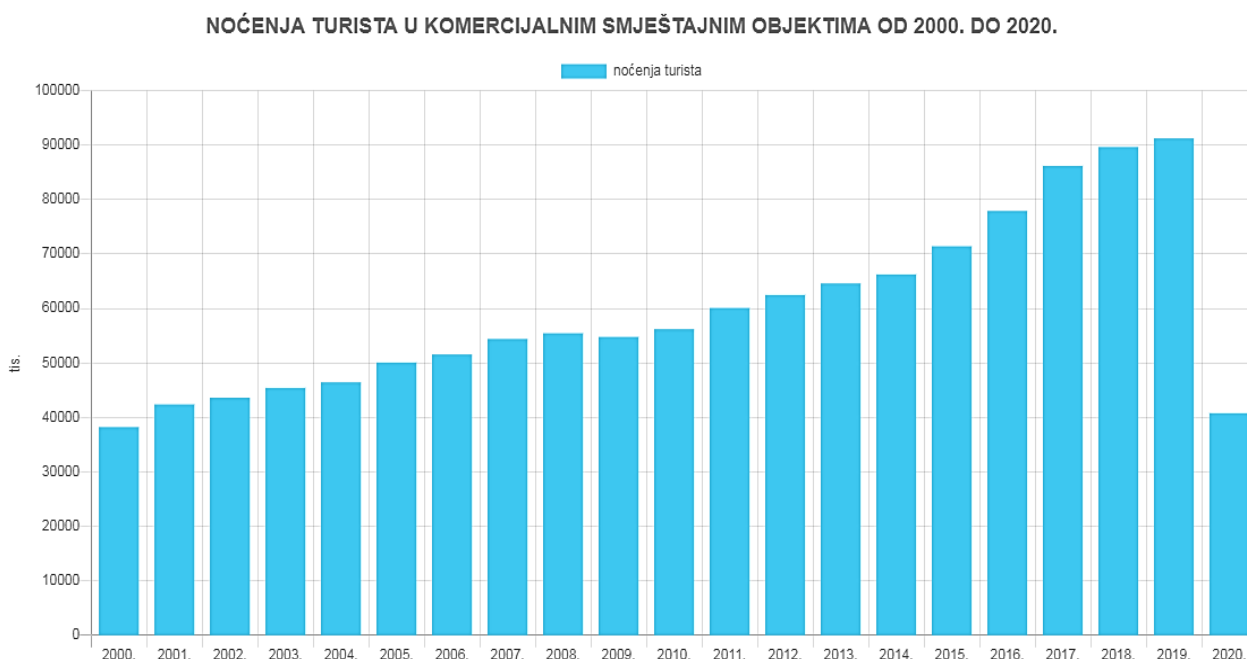


Izvor: DZS 2020., Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja.html, datum pristupanja:

13.08.2021.

Činjenica je da je turistički sektor u Hrvatskoj tijekom pandemije pretrpio velike štete u odnosu na ostale sektore i djelatnosti u Hrvatskoj. Pokazatelji na internetu ukazuju na to da su u prvih 9 mjeseci u 2020. godini turistički rezultati u Hrvatskoj iznad prvotnih očekivanja. Unatoč lošoj 2020. godini gdje je broj dolazaka turista bio više od 50% manji u odnosu na 2019. godinu, Hrvatska je postigla još jednu rekordnu godinu 2021.godine. U lipnju 2021.godine u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 1,4 milijuna dolazaka i 6,5 milijuna noćenja turista, što je porast dolazaka turista za 71,8% i porast noćenja za 81,6% u odnosu na lipanj 2020.godine. S obzirom na još uvijek prisutnu pandemiju COVID-19 i epidemiološke mjere usmjerene na prestanak njenog širenja, dolasci i noćenja turista u lipnju 2021. godine još uvijek zaostaju za dolascima i noćenjima ostvarenima u lipnju 2019.godine. Domaći su turisti svojim dolascima i noćenjima u lipnju 2021. nadmašili dolaske i noćenja iz lipnja 2019. i 2020.godine. U lipnju 2021.godine su domaći turisti ostvarili 275 tisuća dolazaka i 854 tisuće noćenja (porast dolazaka za 76,2% i noćenja za 87,0% u odnosu na prethodnu godinu). Strani su turisti u lipnju 2021.godine ostvarili 1.1 milijun dolazaka i 5,7 milijuna noćenja (porast dolazaka za 70,7% i noćenja za 80,8% u odnosu na prethodnu godinu).

Slika 18: Noćenja turista od 2000. do 2020. godine



Izvor: DZS 2020., Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html, datum pristupanja:

13.08.2021.

Brojke kao što je vidljivo na slici 18. od 2020. godine malo su veće od 2000. godine, ali niže od svake godine od 2001. Iz grafa je jasno da je hrvatski turizam bio u kontinuiranom trendu rasta u zadnjih dvadeset godina. 2021. godina bliža je onim brojkama iz 2019. godine nego onima iz 2020., pa se pretpostavlja da će već od sljedeće godine hrvatski turizam nastaviti trend rasta kako je to bilo u zadnja dva desetljeća. Zbog COVID-19 pandemije došlo je do promjena u turizmu, konkretno što se tiče ponašanja turista, npr. ove je godine bilo manje dolazaka, ali više noćenja u odnosu na 2019. godinu što znači da turisti duže borave u određenim turističkim destinacijama. Uz to, makar je ove godine u odnosu na 2019. godinu bilo manje turista, puno su više trošili dok su ovdje boravili. COVID-19 pandemija utjecala je na razne načine na ponašanje turista dok su na putovanju, a to će još biti razrađeno u intervjuu kada će biti proveden razgovor s nekim tko iz prve ruke vidi promjene na turistima jer se svakodnevno susreće s njima.

3.5. Daljnje projekcije

Prema nekim pretpostavkama i projekcijama stručnjaka, većina analiza pokazuje kako će povratak na razine poslovanja iz 2019. godine biti moguć tek za dvije do tri godine, odnosno hrvatski turizam bi se trebao u potpunosti oporaviti do 2023. godine. Projekcije globalne tvrtke za istraživanje tržišta Euromonitor pokazuju da bi se turistički promet mogao oporaviti za 3 do 5 godina. Europa bi već 2024. mogla nadmašiti brojke iz 2019. Za Hrvatsku Euromonitor procjenjuje da je među onim europskim zemljama koje će se srednje brzo oporavljati, kao i Italija i Velika Britanija. Ključ za oporavak turizma, prema stručnjacima, bit će uvođenje digitalnih tehnologija i prilagođavanje novim željama potrošača. Novi zahtjevi turista uključuju mogućnost besplatnog otkazivanja bukinga, više vrijednosti i bonusa za isti novac, veća fleksibilnost u načinima plaćanja i nove, interaktivnije mogućnosti upoznavanja s destinacijom kroz virtualnu i proširenu stvarnost.

Sustainable Travel Indeks 2020. pokazuje da u privlačenju novih turista veće šanse imaju zemlje koje se više prilagođavaju održivom razvoju turizma. Prema Indeksu top 3 održive destinacije su Švedska, Finska i Austrija. Hrvatska je na 13. mjestu, a u regiji je tek nešto bolja Slovenija na 10. mjestu. Znatno lošije su Italija na 34. i Grčka na 32. mjestu. Uz to sve više potrošača (66%) želi imati pozitivan utjecaj na okoliš tijekom svojih dnevnih aktivnosti u 2021. godini, a 48% njih traži održive oblike turizma. Hrvatska narodna banka (HNB) revidirala je projekciju gospodarskog rasta u ovoj godini na 6,8 posto, s prethodno projiciranih 5,9 posto i to zahvaljujući oporavku turističke aktivnosti, osobne potrošnje i investicija, ističe se u priopćenju iz središnje banke. Osobna bi se potrošnja u 2021. trebala

oporaviti, potaknuta daljnjim ublažavanjem epidemioloških mjera, rastom zaposlenosti i plaća, što se oslikava i u poboljšanju potrošačkog optimizma te postupnom oporavku potrošačkog kreditiranja. Procjenu ovogodišnje inflacije HNB je zadržao na 1,7 posto, dok bi u idućoj godini inflacija mogla blago usporiti na 1,5 posto. Kratkoročni rizici u nefinancijskom sektoru su smanjeni, čemu je pridonio optimizam u pogledu skorog zaustavljanja pandemije i bržeg oporavka ekonomije. No, i dalje postoji visoka neizvjesnost s obzirom na opasnosti pojave novih sojeva virusa i potencijalne neučinkovitosti cjepiva, odnosno sporijeg procjepljivanja populacije, koji mogu dovesti do novih valova pandemije i posljedičnog zaoštavanja epidemioloških mjera. Zbog toga su i rizici u sektoru države, nefinancijskom privatnom i financijskom sektoru i dalje povišeni, kaže se u priopćenju.¹³

¹³ <https://hr.n1info.com/biznis/hnb-povecao-projekciju-rasta-bdp-a-na-68-posto-zbog-oporavka-turizma/>

4. ISTRAŽIVANJE

Istraživanje je provedeno u svrhu dobivanja informacija o tome kako su konkretno određene kompanije, a posebno one koje su vezane uz turizam i/ili ugostiteljstvo, poslovale i kako nastavljaju svoje poslovanje u vrijeme pandemije COVID-19. Neke od informacija dobivenih su koje su bile prve mjere koje su pogodile kompaniju kada se 2020-e dogodila pandemija i prvi lockdown u Hrvatskoj, jesu li kao kompanija uveli neke nove načine poslovanja, odnosno postoji li neki primjer da se od kada je proglašena pandemija radi i funkcionira unutar kompanije drugačije nego se to ikada prije radilo, kakav su rezultat postigli obzirom na dobru turističku sezonu 2021-e, i finalno, je li se kompanija oporavila od posljedica COVID-19 pandemije na njihovo poslovanje, uspješnost i rezultate. Intervju je proveden između dvije osobe, ispitivača i ispitanika.

4.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje koje je bilo provedeno, bilo je u obliku intervjua djelatnice Zagreb City Hotels d.o.o., iz kojeg je cilj bio saznati sve bitne informacije o načinu poslovanja te kompanije, o načinu poslovanja kada je krenula COVID-19 pandemija, pa i trenutno kako sada posluju dok pandemija još traje. Jedna od glavnih zanimljivosti je bio i način na koji se poslovanje kompanije konkretno promijenio i prilagodio situaciji s pandemijom, te je li to nešto što će opstati i nakon što pandemija završi ili je samo privremeno rješenje na trenutne probleme. Kao što je prethodno i navedeno, neke od tih informacija su na primjer, o uspješnosti u poslovanju početkom i tijekom pandemije, o negativnim posljedicama na kompaniju i na djelatnike te kompanije, i o oporavku od one prve udarne faze na poslovanje kompanija općenito, a pogotovo one u sektorima kao što su turizam i ugostiteljstvo. Intervju se sastoji od 12 pitanja koja će biti priložena u prilogu uz rad.

4.2. Provođenje istraživanja

Intervju, u svrhe prikupljanja podataka za ovaj završni rad, proveden je sa djelatnicom Izabelom Haring, tvrtke pod nazivom Zagreb City Hotels d.o.o., koji posjeduje licencu za upravljanje Hilton hotelima te trenutno upravlja s 3 hotela u Zagrebu – DoubleTree by Hilton Zagreb, Canopy by Hilton Zagreb i Hilton Garden Inn Zagreb. U ovom intervjuu, prvi dio biti će upoznavanje kompanije i njenih djelatnika, te će se saznati kako i na koji način je kompanija poslovala prije pandemije. Glavna tema biti će upravo o posljedicama COVID-19 virusa na poslovanje navedene tvrtke, uključujući osim onih očitih financijskih promjena i one društvene. Uz to, govorit će se i o tome na koji način je pandemija utjecala dugoročno na

način poslovanja hotela, odnosno koji su to možda postupci ili procedure koje se prije nisu radile, ali će sada ostati dio procedure i nakon što pandemija završi. Finalno, biti će govora i o tome ima li već sada oporavka od posljedica, bliži li se taj oporavak u bližoj budućnosti, ili je za neka poduzeća ova pandemija jednostavno bila previše da bi se ikada vratili na noge.

4.2.1. Općenito o tvrtki

Tvrtka u pitanju je, kao što je već spomenuto, Zagreb City Hotels d.o.o.. Zagreb City Hotels se primarno bavi razvojem i upravljanjem hotelima. Društvo u svom portfelju ima 3 hotela pod Hilton brendom (DoubleTree by Hilton, Canopy by Hilton, Hilton Garden Inn) i kao partneri hotelske kompanije Hilton u Republici Hrvatskoj imaju tendenciju daljnjeg rasta i razvoja. Noviji zagrebački hotel Hilton Garden Inn, i treći pod tim brendom u Zagrebu, s četiri zvjezdice na zagrebačkoj Radničkoj cesti ima industrijski dizajn, gostima su na raspolaganju 153 komforne sobe, fitness centar, mala trgovina, soba za pranje rublja gdje si gosti, požele li, to mogu i sami napraviti, te, što je u Zagrebu itekako trebalo, kongresni centar na tisuću četvornih metara. Pet multifunkcionalnih dvorana ukupno može primiti do 1000 sudionika, a ima čak i opremu za skupove osoba oštećena sluha. Iza investicije od 20 milijuna eura, kao i u slučaju drugih dvaju Hiltonovih hotela DoubleTree i Canopy, stoji tvrtka Zagreb City Hotels vlasnika Hrvoja Pezića.

S druge strane, novootvoreni Garden Inn, zanimljiv je osim po velikom kongresnom kapacitetu i po restoranu u prizemlju, koji se može transformirati za razne svrhe, kao npr. poslužiti i kao prostor za promocije automobila. Osim a la carte, unatoč tome što je u sklopu hotela najviše kategorije, poslužuje i dnevna jela po vrlo pristupačnim cijenama. U Hrvatskoj je dosta malih hotela na prodaju i pozorno se prati hoće li se ukazati neka nova investicijska prilika. Trenutno je Zagreb City Hotelsu u prvom planu širenje izvan granice Hrvatske, točnije Ljubljana i Beč.

Slika 19: Hilton Garden Inn Zagreb



Izvor: www.zagrebcityhotels.hr, datum pristupanja: 27.08.2021.

City Hotels Zagreb je najjači je partner u regiji svjetskog hotelskog brenda Hilton, koji posluje u 113 zemalja s više od 5600 hotela, a ove godine slavi i visoku stotu obljetnicu. Portfelj Zagreb City Hotela čine tri zagrebačka hotela s 465 smještajnih jedinica. Prvi je prije devet godina otvoren DoubleTree by Hilton (Slika 19) s pet zvjezdica, a prije tri godine je otvoren Hotel Canopy by Hilton s četiri zvjezdice. Bio je to prvi hotel brenda Canopy na europskom tlu, a investicija je iznosila osam milijuna eura. S radnom snagom Hiltonovi hoteli nemaju problema, radnicima izvan Zagreba plaćaju smještaj, a odnedavno im je pojačanje i chef azijske kuhinje, Tika Ram Sharma, koji se usavršavao u najboljim restoranima u Aziji, od Four Seasons Mumbai hotela, do Seychellesa, Dohe i restorana Nobu.

4.2.2. Intervju djelatnice Hilton Garden Inn hotela

Ispitanica intervjuja je Izabela Haring, djelatnica kompanije Zagreb City Hotels d.o.o. koji posjeduje licencu za upravljanje Hilton hotelima te trenutno upravlja s 3 hotela u Zagrebu – DoubleTree by Hilton Zagreb, Canopy by Hilton Zagreb i Hilton Garden Inn Zagreb. Konkretno, intervju je proveden u hotelu Hilton Garden Inn Zagreb. Poduzećem upravlja direktorica Josipa Jutt Ferlan kao odgovorna osoba s dugogodišnjim iskustvom u hotelijerstvu i turizmu. Što se vlasnika tiče, Izabela je rekla da je osnivač društva poduzetnik, gospodin Hrvoje Pezić.

Što se tiče funkcije gospođe Haring u kompaniji, rekla je da je trenutno, njeno radno mjesto voditeljica Odjela interne kontrole društva. Zajedno sa timom njihovih internih kontrolora brinu se da se sve novčane i robne transakcije odvijaju po zakonom propisanim pravilima i pravilima društva. Mnogo vremena provode u direktnoj suradnji s operativnim djelatnicima te nastoje kreirati nove, ali i poboljšati postojeće radne procedure kako bi djelatnicima olakšali rad, uštedjeli vrijeme te u konačnici osigurali bolju uslugu za svoje goste. Na pitanje koliko godina radi u ovom poduzeću gospođa Haring je rekla da je u ovom poduzeću počela raditi još 2013. godine u samim počecima razvoja poduzeća. Sretna je da je poduzeće od tada značajno proširilo svoje poslovanje, otvorilo još 2 nova objekta i zaposlilo mnogo novih kolega.

Na pitanje je li radila na drugim funkcijama unutar te kompanije, rekla je da je njena karijera u Hiltonu započela kao studentski povremeni posao u odjelu hrane i pića gdje je pomagala na banketnim svečanostima i hotelskom restoranu. Premda je njezin studij vezan za ekonomske teorije i makroekonomiju te je kao student preferirala znanstveni rad nad „businessom“, hotelijerstvo ju je neplanski osvojilo i vrlo je sretna da je njena karijera krenula upravo u tome smjeru. Prilike za učenje, razvoj i napredovanje bile su joj odlične, te je od posla konobarice, voditeljice smjene u restoranu došla i do pozicije voditeljice Odjela Hrane i pića za sve njihove hotele i imala je priliku voditi veliki tim ljudi koji pruža usluge u 3 hotelska restorana, 4 bara te preko 10 kongresnih dvorana. No, kako i dalje voli brojke i uživa u analitici, dobila je priliku raditi u Odjelu financija gdje je uz mentorstvo voditelja naučila mnogo toga i stekla potrebne kompetencije za poziciju voditeljice Interne kontrole.

Sljedeće pitanje bilo je je li radila na sličnim pozicijama vezanim uz turizam ili ugostiteljstvo u drugim kompanijama, i, ako je, na kojim pozicijama. Na to pitanje odgovorila je, da je prije toga radila na sličnim pozicijama vezanim uz turizam i ugostiteljstvo u drugim kompanijama. Konkretno; Prvi poslovi bili su joj u jednostavnijim ugostiteljskim objektima poput cafe barova gdje je stekla prve vještine, ne samo tehničke nego i osnove rada s gostima. Vrlo lijepo iskustvo, kaže, ima iz hotela Esplanade u Zagrebu koji ju je naučio pružati uslugu na doista visokoj razini za svakoga gosta. Ondje je stekla mnogo znanja i samopouzdanja. „No, Hilton je imao „ono nešto“ što odlikuje najuspješnija poduzeća u sektoru, bio je to početak jedne nove priče na hotelskoj sceni Zagreba, pun svježine, ideja i optimizma.“ Najvažnije, Hilton je od prvoga dana imao fenomenalan tim ljudi koji je kroz godine rastao, a taj tim u kombinaciji s dobrim vodstvom je razlog zbog kojega ona voli raditi ovdje nakon gotovo 8 godina.

Kada se 2020-te dogodila pandemija i prvi lockdown u Hrvatskoj, pitanje za gospođu Haring bilo je u vezi prvih mjera koje su pogodile kompaniju. Premda hoteli nisu bili službeno zatvoreni mjerama stožera, ograničenja u međunarodnom, a potom i u domaćem kretanju putnika, ispraznila su hotele ne samo u Hrvatskoj, nego i u cijeloj Europi. U Zagrebu je ostala nekolicina stranih državljana koja je uglavnom rješenje potražila u privatnim smještajnim kapacitetima. Imajući to na umu, te zbog činjenice da su ugostiteljske jedinice hotela mogle usluživati samo hotelske goste, velika većina zagrebačkih hotelskih kapaciteta bila je u potpunosti zatvorena od polovine ožujka pa sve do kraja svibnja 2020. Period je bio krajnje neizvjestan i ključno je bilo razmišljati izvan okvira, predvidjeti buduće potrebe njihovih gostiju u svijetu koji više ne funkcionira na isti način. Sami period lockdowna iskorišten je za detaljne tehničke preglede zgrada, sitnije renovacije i planiranje operacija u periodu koji slijedi, odnosno zadovoljavanje novih standarda važnih za poslovanje tijekom epidemije.

Zatim je pitanje bilo jesu li kao kompanija uveli nove načine poslovanja, odnosno je li se od kada je proglašena pandemija radi i funkcionira unutar kompanije drugačije nego se to ikada prije radilo. Naravno, mnogo se toga promijenilo, prvenstveno u smislu higijenskih, protuepidemijskih standarda koje je bilo važno ispuniti kako bi se zaštitilo zdravlje gostiju i zaposlenika, a istovremeno omogućilo kvalitetno pružanje usluga. Svi djelatnici mjere temperaturu, nose zaštitne maske, vode računa o dezinfekciji zajedničkih prostorija hotela u kojima je protok ljudi veći. Hilton hoteli imali su i odlične smjernice na globalnoj razini putem programa „Clean Stay“. Clean Stay skrenuo je pažnju na kritične točke u gostinjskim sobama, ali i drugim prostorima, koje je izrazito važno propisno očistiti i dezinficirati. Nakon inspekcije čiste sobe, svaka soba „zapečaćena“ je Hilton Clean Stay naljepnicom kako bi svaki gost bio siguran da ulazi u potpuno dezinficiranu i sigurnu sobu.

Kako bi se ubrzao proces prijave i smanjio kontakt uvedene su i neke nove tehnologije poput digitalnog ključa za pristup sobama. Ugostiteljski i kongresni kapaciteti prilagođeni su epidemiološkim mjerama. Sav pribor za jelo se nakon dezinfekcije pakira u setove za 1 osobu kako ne bi došao u štetan doticaj prije korištenja. Buffet ponuda ne funkcionira više po modelu samoposluge. Zaštićena je staklenim stijenama – gost odabire što želi, a zatim se hrana i piće sukladno njegovim željama serviraju za stol. Također, usluge dostave hrane postale su posebno tražene. Najveći dio posla u ugostiteljskom sektoru prvih pola godine odvijao se online putem dostavnih kanala. Mnogi su radili od kuće, mogućnosti za druženje izvan kućanstva bile su male, ali ljudi su i dalje htjeli uživati u hrani iz omiljenog restorana ili kafi za van. Taj segment poslovanja, bio je važan ne samo za generiranje prihoda i očuvanje

radnih mjesta, nego i za održavanje optimizma u cijeloj branši. „Konačno, iako se nadamo da će se način života što prije približiti onomu prije pandemije, naučili smo se funkcionirati u novoj okolini i napraviti najbolje moguće u promijenjenim uvjetima.“

No, ima i svijetla na kraju tunela, turistička sezona 2021-e godine bila je dobra i mnogi su ostvarili dobre rezultate. Stoga je sljedeće pitanje za gospođu Haring bilo kakvo je njihovo iskustvo bilo i koje su rezultate postigli do sada, obzirom na dobru turističku sezonu 2021-e godine. Premda je poslovni ciklus na kontinentalnom djelu nešto drugačiji od poslovne sezone na moru, ovako dobri rezultati odlični su za poticaj cijelog sektora i gospodarstvo općenito. Vrlo je važno znati da je Hrvatska i dalje vrlo atraktivna posjetiteljima i da će, kada za to nema prepreka, gosti i dalje rado dolaziti. Zagreb je ljeti bio destinacija posebno zanimljiva turističkim grupama i one su činile značajan dio okupiranosti hotela. Nažalost, grupna putovanja još uvijek nisu moguća na način kakav je bio uobičajen prije, što zbog samih mjera i preporuka, ali i dobrim dijelom jer se gosti osjećaju ugodnije putovati individualno i s obiteljima. Hotel posjećuje sve više obitelji, a posebno je lijepo, kaže Haring, vidjeti da je i mnogo više domaćih posjetiteljima koji su prepoznali Zagreb kao odličnu „city break“ destinaciju.

Kao što je u uvodnom djelu i najavljeno, za kraj je ostavljeno pitanje oporavka od posljedica pandemije. Dakle, kakav je taj proces, postoji li u slučaju ove kompanije oporavak ili ne, te kakva su predviđanja za buduće rezultate i uspješnost u oporavku ovog hotela. Izabela je objasnila da je oporavak proces koji, kao takav traje i trajat će zasigurno još neko vrijeme. No, ovo je bio svojevrsni test izdržljivosti u kojemu je hotel pojačao svoju konkurentnost, osnažio svoj tim i naučio još brže reagirati na promjene u poslovnoj okolini. Predviđanja su optimističnija nego prošle godine i hoteli bilježe sve bolje rezultate, sada preostaje i dalje voditi računa o zaštiti zdravlja svih nas kako bi se ovi pozitivni trendovi nastavili.

4.2.3. Stanje nakon pandemije

Još je rano za govoriti o stanju nakon pandemije, pošto još traje, no definitivno se može analizirati to „stanje nakon pandemije“ kao stanje nakon početka pandemije. Naravno, kao što je već prikazano u radu, mnogo industrija uključujući i hotelsku je imalo teško razdoblje. Neki su imali toliko sreće da uspiju preživjeti ono najteže, i opstati na tržištu, kao što je kompanija Zagreb City Hotels, no nažalost mnogi nisu imali toliko sreće te su propali i morali u konačnici zatvoriti svoja vrata zauvijek. Iz sigurnosnih razloga, jasno je da nam gospođa Izabela nije mogla dati točne i detaljne informacije o trenutnom financijskom stanju, a i onima u prošlosti, svoje kompanije. Uzevši u obzir sve što je ispitanica rekla, da se

zaključiti da je kompanija imala dosta teško razdoblje, ali je uspjela dovoljno dugo izdržati i nastaviti raditi da su dočekali malo lakša vremena i bolje sezone.

4.3. Rezultati istraživanja

Iz istraživanja, odnosno intervjua, saznalo se da je kompanija Zagreb City Hotels, kao i sve ostale, imala poteškoća sa poslovanjem. Unatoč tome što hoteli nisu bili službeno zatvoreni prema mjerama stožera, zbog ograničenja kretanja stranih i domaćih putnika, hoteli su bili skoro potpuno prazni. Stranci koji su i bili u Hrvatskoj za to vrijeme su, kako je saznano od ispitanice, tražili ponajviše privatne smještaje. Većina zagrebačkih hotela je iz tog razloga zatvorila svoja vrata u periodu od ožujka do kraja svibnja 2020. godine, što je naravno bilo loše za njihovo poslovanje i financijsko stanje, ali drugog izbora nije bilo. Zagreb City Hotels je taj period iskoristio za obavljanje potrebnih renovacija, tehničke preglede i uvođenje novih standarda potrebnih za poslovanje tijekom pandemije.

Što se samog načina poslovanja tiče, promijenilo se puno toga, najviše u smislu higijenskih i protuepidemijskih standarda. Svi djelatnici se drže mjera stožera, i Hilton hoteli koriste program Clean Stay, koji je već spomenut i objašnjen u intervjuu. Za generiranje prihoda tijekom prve polovice 2020-e, od važnosti bila je dostava hrane jer su mnogi radili od kuće, te nije baš bilo mogućnosti za druženjem izvan kuće, ali ljudi su svejedno htjeli uživati u hrani u kojoj su uživali prije pandemije. Iako se djelatnici u Hilton hotelima nadaju da će se način života što prije vratiti onome kakav je bio prije pandemije, naučili su se funkcionirati i raditi na način na koji trenutno rade. Zagreb City Hotels su imali uspješniju 2021. poslovnu godinu i u procesu oporavka su sa optimističnim predviđanjima za budućnost, no nisu svi imali te sreće, te su se jako puno hotela i kompanija koje se bave turizmom ili ugostiteljstvom zatvorili i propali.

5. ZAKLJUČAK

Turizam je, iz svega što se moglo naučiti iz ovog rada, gospodarska grana Republike Hrvatske koja izrazito ovisi o turistima i njihovom ponašanju, pa nije ništa čudno da je u vrijeme pandemije turizam bio jedna od najoštetćenijih gospodarskih grana i jedna od najviše pogođenih negativnim posljedicama bolesti COVID-19. Kao što je vidljivo iz povijesti svjetskih pandemija, znaju biti razorne i u potpunosti promijeniti način na koji se do prije njihove pojave živjelo. One mijenjaju ljudske navike, potrebe, želje, osjećaje i tjeraju ih na preispitivanje prioriteta na način da se u takvim trenucima osobe u potpunosti odreknu nekih stvari bez kojih su prije mislili da ne mogu živjeti ili ih se nisu htjeli odreći. To su npr. mjesečna, godišnja, ljetna, zimska ili luksuzna putovanja, izlasci, druženja, shopping, korištenje luksuznih usluga i slično. Nešto što je većina ljudi tek sada nažalost shvatila i naučila je da su zdravlje, sigurnost i obitelj najbitnije stvari. To je rezultiralo smanjenjem domaćih i inozemnih putovanja, naravno i zbog mjera stožera i Svjetske zdravstvene organizacije, trošenja novaca na proizvode i usluge koji nisu potrebni, pa i na izlaske i odlaske u kafiće, restorane, kina, kazališta i slične usluge koje se često koriste. Veliki broj uslužnih djelatnosti nažalost nije uspio opstati na tržištu, no za one koji jesu, polagani povratak je već prisutan. Unatoč tome što je dosta ljudi zadesila teška financijska situacija, i što ih mnogobrojni faktori sprječavaju u putovanjima, odlascima na odmore, i korištenju usluga uslužnih djelatnosti, način na kojeg su navikli živjeti nije se tako lako odreći. Ekonomski i društveni udarac ove pandemije osjetiti će se još nekoliko godina, i biti će potrebno imati strpljenja kako bi se dočekao završetak pandemije, postepeni i u krajnosti i potpuni povratak na način na koji se nekada prije pandemije živjelo.

POPIS LITERATURE

- Čavlek, N., Prebežac, D., Bartoluci, M. i Kesar, O. (2011). *Turizam : ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska Knjiga.
- DZS 2020., https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html, <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-aktivnost.html>, https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja.html, preuzeto dana 13.08.2021.
- Fininfo.hr, „Analiza izloženosti gospodarstva pandemiji koronavirusa“, https://www.fininfo.hr/Content/documents/Analiza_izlozenosti_hrvatskog_gospodarstva_pandemiji_koronavirusa.pdf, preuzeto dana 02.06.2021.
- <https://www.mphonline.org/worst-pandemics-in-history/>, preuzeto dana 26.05.2021.
- [https://www.physio-pedia.com/Endemics, Epidemics and Pandemics](https://www.physio-pedia.com/Endemics,_Epidemics_and_Pandemics), preuzeto dana 27.05.2021.
- HTZ, „Analiza turističke sezone 2020.“, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf>, preuzeto dana 11.06.2021.
- HTZ, „Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima“, https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Preferencija%20smje%C5%A1tajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima_2018_0.pdf, preuzeto dana 17.07.2021.
- Institut za turizam, Zagreb, Hrvatska, 2021 'Utjecaj pandemije Covid-19 bolesti na turizam.'
- Kuhar, M., i Fatović-Ferenčić, S. (2020). 'Pobjede i porazi: borbe s pandemijama virusnih bolesti tijekom posljednjih stotinu godina', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 107-113.
- Pirjevec, B. (1998). *Ekonomska obilježja turizma*. Zagreb: Golden Marketing.
- *Report of the Committee on Tourism and Competitiveness, Annex I.*
- Smith, S.L.J., *Tourism Analysis*, Longman, Essex, UK, 1995.
- Sveučilište John Hopkins 19.04.2020., <https://www.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>, preuzeto dana 13.07.2021.
- TOMAS, „Analiza sezonalnosti turističkog prometa na području Republike Hrvatske“, 2020.
- TOMAS, „Turizam u brojkama“, 2019., TOMAS, „Turizam u brojkama“, 2020.
- *Visual Capitalist*, <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>, preuzeto dana 21.06.2021.
- www.zagrebcityhotels.hr, preuzeto dana 27.08.2021.

POPIS SLIKA

Slika 1: Definicije osnovnih pojmova.....	4
Slika 2: Čimbenici utjecaja turističke ponude.....	9
Slika 3: Iznos i struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u mjestu boravka u € i %.....	14
Slika 4: Kako se širi zaraza.....	16
Slika 5: Koliko je zarazna koja bolest.....	17
Slika 6: Pandemije prema stopi mortaliteta.....	20
Slika 7: Pandemije prema stopi mortaliteta.....	22
Slika 8: Smrtni i novi slučajevi HIV-a.....	23
Slika 9: Grafički prikaz oboljelih dana 03.04.2020.....	25
Slika 10: Grafički prikaz oboljelih.....	26
Slika 11: Izloženost različitih sektora gospodarstva.....	31
Slika 12: Izloženost različitih sektora gospodarstva.....	31
Slika 13: Prihodi od turizma 2019. i 2020. godine.....	34
Slika 14: Broj dolazaka i noćenja ostvaren prema vrstama smještajnih objekata.....	35
Slika 15: Broj cijepljenih u Hrvatskoj i svijetu 23.08.2021.....	37
Slika 16: Glavni razlozi nedolaska na privatna višednevna putovanja u 2019. i 2020.g.....	38
Slika 17: Dolasci turista u komercijalnim smještajnim objektima u RH.....	40
Slika 18: Noćenja turista od 2000. do 2020. godine.....	41
Slika 19: Hilton Garden Inn Zagreb.....	46

PODSJETNIK ZA INTERVJU

1. Koje je Vaše ime i prezime?
2. Kako se zove Vaša kompanija?
3. Tko su vlasnici?
4. Imate li više poslovnih jedinica u istom vlasništvu (npr. više hotela)?
5. Koja je Vaša funkcija unutar kompanije?
6. Koliko godina radite u ovoj kompaniji?
7. Jeste li radili na drugim funkcijama unutar ove kompanije?
8. Da li ste radili na sličnim pozicijama vezanim uz turizam ili ugostiteljstvo u drugim kompanijama, i ako da, na kojim pozicijama?
9. Kada se 2020-te dogodila pandemija i prvi lockdown u Hrvatskoj, koji su bile prve mjere koje su pogodile Vašu kompaniju, da li su Vas privremeno „zatvorili“, ograničili rad i slično?
10. Da li ste kao kompanija uveli neke nove načine poslovanja, npr. da li imate neki primjer koji biste podijelili s nama da se od kada je proglašena pandemija radi i funkcionira unutar kompanije drugačije nego se to ikada prije radilo?
11. Obzirom na dobru turističku sezonu ove 2021-e godine, kakvo je Vaše iskustvo i koje ste Vi rezultate postigli do sada?
12. Jeste li se oporavili od posljedica?