UTJECAJ TERORIZMA NA TURISTIČKU POTRAŽNJU - PRIMJER DRŽAVA ČLANICA EU

Bjelajac, Sunčica

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:351817

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

UTJECAJ TERORIZMA NA TURISTIČKU POTRAŽNJU - PRIMJER DRŽAVA ČLANICA EU

Mentor :

Prof. dr.sc. Petrić Lidija

Studentica:

univ.bacc.oec. Bjelajac Sunčica

Broj indeksa: 2160307

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD……...4

1.1. Problem istraživanja…….....5

1.2. Predmet istraživanja…….8

1.3. Istraživačka hipoteza……...11

1.4. Ciljevi istraživanja……..12

1.5. Metode istraživanja……13

1.6. Doprinos istraživanja……..14

1.7. Struktura rada……..15

2. TURIZAM KAO GLOBALNI FENOMEN……16

2.1. Analiza trendova turističke potražnje……..16

2.2. Analiza trendova turističke ponude……20

3. KRIZE KAO UGROZE SIGURNOSTI……..21

4. TERORIZAM KAO OBLIK KRIZA…….....25

4.1. Teorijska osnova razumijevanja terorizma……..25

4.2. Veza između terorizma i turizma…….....27

4.2.1. Turisti kao mete terorizma…….....27

4.2.2. Učinci terorizma na destinaciju……28

4.3. Učinci globalnog terorizma na turizam država članica EU……31

4.3.1. Značenje turizma u ekonomiji EU……34

4.3.2. Posljedice terorističkih djela na turizam država članica EU……39

4.4. Terorizam i turizam u RH…….....39

4.4.1. Značenje turizma u ekonomiji RH…….....39

4.4.2. Potencijalne terorističke ugroze turizma u RH……44

4.5. Sredstva praćenja i mjerenja intenziteta terorizma……45

5. UTJECAJ TERORIZMA NA TURISTIČKU POTRAŽNJU U DRŽAVAMA ČLANICAMA EU-EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE……53

5.1. Metode istraživanja…….....53

5.2. Definiranje varijabli……..55

5.3. Obrazloženje varijabli…….....55

5.3.1. Zavisna varijabla…….....55

5.3.2. Nezavisne varijable…….56
5.3.3. Kontrolna varijabla…….57
5.4. Konceptualni model istraživanja……..57
5.5. Hipoteza istraživanja……59
5.6. Rezultati i ograničenja istraživanja……..59
6. MOGUĆNOSTI DJELOVANJA U ZAŠTITI TURISTA I TURISTIČKIH DESTINACIJA OD GLOBALNOG TERORIZMA…….71
7. ZAKLJUČAK…….74
LITERATURA…….....76
PRILOZI……81
SAŽETAK / SUMMARY…….94

1. UVOD

Turizam je danas gospodarska djelatnost koja je inkorporirana u sve sfere društvenog i gospodarskog života. Turizam je još uvijek veoma mlada znanstvena disciplina, međutim velikom brzinom je postao masovna pojava te ekonomska kategorija koja je danas glavni generator potrošnje. Turizam je dinamična pojava koja se uvijek manifestira u nekoj okolini, koja mora imati privlačnu snagu za ljude željne rekreacije.[1]

Sredinom 19. stoljeća dolazi do razvoja prometne infrastrukture kao i smještajnih kapaciteta u turizmu. Pojavljuju se brojne nove turističke destinacije, kao i sve veći broj organizacija usko vezanih za turizam.[2]

Turistička kretanja i turistički promet u svijetu poprimaju masovniji karakter u periodu nakon Drugog svjetskog rata, zahvaljujući pozitivnom djelovanju nekih određenih faktora kao što su: politički, ekonomski, globalni, socijalni i tehnološki faktori. Osim navedenih faktora značajan doprinos putovanjima donijela je zračna industrija i njezin razvoj te je tako putovanje, nekoć označeno kao luksuz u kojem uživaju isključivo bogati, postalo pristupačno većim masama ljudi.

Ekonomsko značenje turizma danas je itekako vidljivo, primjerice kroz povećanje broja putovanja kao i povećanje broja noćenja u destinacijama što odražava sve veću važnost turizma u svjetskom gospodarstvu. Turistička industrija utječe na ekonomiju na različite načine. Turizam povećava državni porezni prihod, smanjuje stopu nezaposlenih i stvara raznolikost ekonomija.[3]

Ipak, u turizmu kao i u ostalim industrijama postoje mogućnosti za pojavu određene vrste kriza koje mogu onda značajno utjecati na turistička kretanja kao i turizam u globalu, a čije je proučavanje dobilo na značenju početkom 21. stoljeća kada se svijet suočio sa nekoliko velikih i jakih kriza koje su bitno utjecale na pad turističkog prometa.[4] Učinci ovakvih

[1] Vukonić, B i Keča, K: Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci, Mikorad, Zagreb, 2001., str. 79.
[2] Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016. Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 6.3.2018.)
[3] Thompson, A.S; Terrorism's effect on tourism: Developed vs. developing countries, Auburn, Alabama August 9, 2008., str.1-2. Dostupno na: https://etd.auburn.edu/bitstream/handle/10415/1178/Thompson_Alexi_0.pdf;sequence=1 (preuzeto: 6.3.2018.)
[4] Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016.

događanja na infrastrukturu, ali i imidž destinacije i konkurentnost destinacije su višestruko negativni.[5]

Iz svega prethodno navedenog jasno je kako turizam predstavlja industriju gdje i ponuda ali isto tako i potražnja mogu biti osjetljivi na ekstremne uvjete kao što su to krize. Odsutnost pak, kriza, temeljna je predispozicija za razvoj određene destinacije.[6] Turisti se odlučuju na putovanje u destinacije gdje se osjećaju sigurno. U zadnjem desetljeću svijet se suočio s rastućim brojem terorističkih napada, kao i drugim oblicima kriza.

Veza između terorizma s jedne strane te turizma s druge strane, odavno se očitovala. Samo neki od primjera su: situacije u kojima je IRA, teroristička skupina u Engleskoj ili ETA, separatistička skupina u Španjolskoj, koristila upravo turizam ili same turiste kao mete svojih napada, da bi ostvarili svoje zamišljene ciljeve. [7]

Zbog toga se postavlja pitanje koja je veza između terorizma i turističkih kretanja te kako djelovati u zaštiti turista i turističke destinacije od globalnog terorizma.

1.1. Problem istraživanja

Turizam kao složeni gospodarski i društveni fenomen zadire u sve pore društva. Gotovo je nemoguće pronaći čovjeka, a još manje državu koja nema apsolutno nikakvog doticaja sa ovim globalnim fenomenom. U prilog navedenom idu i podaci OECD-a za 2017. godinu. Turizam tako čini sektor koji uvelike pridonosi nacionalnim ekonomijama te u prosjeku čini 4,2% BDP-a, 6,9% ukupne zaposlenosti i 21,7% izvoza usluga država članica OECD-a. Isto tako, važno je spomenuti da je u 2016. godini nastavljen trend rasta broja turističkih dolazaka, prelazeći brojku od 1,2 milijardi dolazaka uz prognoze daljnjeg rasta od 1,8 milijardi dolazaka do 2030.[8] U vezi nastavka rasta međunarodnog turizma 2030. godine , iz UNWTO-a ističu da će taj rast biti umjereniji tijekom godina, usporavajući sa stope rasta od 3,8% na početku perioda do 2,9% na kraju 2030. godine. To pak znači u apsolutnom izrazu da će se u

Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 6.3.2018.)

[5] Mansfeld, Y i Pizam, A: Tourism, security and safety: From Theory to Practice, Elsevier Butterworth-Heinmann, UK, 2006., str. 29-30.

[6] Arana, J.E i Leon, C.J: The impact of terrorism on tourism demand, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain, 2008., str. 299. Dostupno na: doi:10.1016/j.annals.2007.08.003 (preuzeto: 6.3.2018.)

[7] Mansfeld, Y i Pizam, A: Tourism, security and safety: From Theory to Practice, Elsevier Butterworth-Heinmann, UK, 2006., str. 30.

[8] OECD Tourism Trends and Policies 2018., str.11. (preuzeto 21.3.2018.)

prosjeku svake godine 43 milijuna novih stranih turista pridružiti turističkim kretanjima.[9] Prethodno spomenuto predstavlja trendove sa strane turističke potražnje. No osim sa strane turističke potražnje uočljivi su trendovi rasta i sa strane turističke ponude, a koja je u uzročno-posljedičnoj vezi sa turističkom potražnjom. Jedan on najvažnijih trendova na strani turističke ponude je trend rastuće globalizacije turističke ponude. U skladu s tim uočljiv je rast broja destinacija, zbog povećanja turističke potražnje kao i njenih sve sofisticiranijih zahtjeva te tehnološke inovacije i "branding". Naime, suvremene računalne tehnologije promijenile su način poslovanja u turizmu. Postavši medij informacija i rezervacija, znatno su utjecale na način poslovanja turističkih poduzeća kao i cijelih destinacija. Turistima su dostupne najrazličitije informacije i to u relativno kratkom roku tako da je i njihovo pred kupovno ponašanje postalo drugačije u odnosu na ranija vremena. U tom kontekstu promatramo i nastojanja turističkih poduzeća, kao i destinacija, da stvore prepoznatljivo ime/brand koji će turiste privući i garantirati im određenu kvalitetu usluge. U skladu s navedenim razvili su se i novi oblici smještajnih kapaciteta i atrakcija što pokazuje usklađenost i praćenje trendova na strani turističke ponude.[10]

U današnje vrijeme stvarna svjetska ekonomska i politička situacija vrlo je prevrtljiva i nepredvidiva. Rivalstvo koje se javlja između različitih aktera međunarodne zajednice (uključujući državne i ne državne subjekte) na ideološkoj i političkoj razini, zamjenjuju se suparništvom na ekonomskom planu koji postaje kontekst gotovo svim oblicima suočavanja. Rezultat takvog stanja je činjenica da živimo u svijetu u kojem postoji kontinuitet prijetnji u rasponu od različitih oblika kriminala pa sve do terorizma i drugih opasnosti.[11] Osim navedenih, postoje i razne druge vrste kriznih situacija kao što su nemiri, ekološke krize, bolesti i epidemije, prometne nezgode, ekonomske krize i druge.

Internacionalni turizam suočio se s brojnim problemima za vrijeme velike svjetske ekonomske krize. Primjerice broj internacionalnih turista smanjio se za 4% na svjetskoj razini u 2009. godini. IATA je također tih godina potvrdila trend pada dolazaka turista pokazujući podatke u iznosu od 7,7% manje zračnih putovanja. Kriza 2008.-2009. godine je prva ozbiljna kriza koja je utjecala na turizam na globalnoj razini. Utjecala je na mijenjanje potrošačkih navika, te je primjerice došlo do zamjene dugih putovanja kratkima, uključujući domaća putovanja. Ipak, neke države uključujući i RH uspjele su se okoristiti ovom krizom. Naime,

[9] UNWTO Tourism Higlights, 2017 Edition, str. 14. (preuzeto 21.3.2018.)
[10] Petrić, L: Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, 2006. str. 109.
[11] Keković, Z i Marković, S: Security as a factor of competitive advantage in tourism, Tourism and Hospitality Management, Vol. 15, No. 2, 2009., str. 291. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/64646 (preuzeto: 6.3.2018.)

zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i reputaciji sigurne države, došlo je čak do porasta broja posjetitelja.

2010. godine započeo je proces oporavka globalnog turističkog sektora i to brže nego li je bilo za očekivati. Te godine ostvaren je rast od 7% u broju internacionalnih turističkih dolazaka.

Da bi se destinacija oporavila od posljedica krize najvažnije je imati djelotvoran i uspješan krizni menadžment koji će znati pravodobno djelovati u takvoj situaciji. Koraci koji se sukladno kriznom menadžmentu moraju poduzeti za djelovanje u krizi su:

- Prevencija,
- Pripremljenost,
- Odgovor i
- Oporavak.

Ipak, krizni menadžment u turizmu je tek nedavno ušao u fokus turističkog razmatranja. Razlog tome može se pronaći u činjenici da je turizam relativno novo područje proučavanja kao i to da je bio pošteđen nekih većih kriza tijekom faza stalnog rasta, a i onda kada bi se nešto dogodilo, relativno brzo bi došlo do oporavka, posebno u situaciji manjih incidenata. No, nažalost broj kriza s kojima se suočio turistički sektor u zadnjih nekoliko godina je porastao te su se sudionici u turizmu morali upoznati s kriznim menadžmentom. Iako destinacija ne može kopirati model djelovanja u krizi od drugih, neki njegovi temeljni dijelovi se mogu primijeniti na svaku destinaciju, primjerice prevencija neke teške situacije. Svakako je važno biti dobro pripremljen za neku krizu, što više nije pitanje isključivo javnog sektora. To je sada postala odgovornost svih aktera u industriji, kako bi osigurali kontinuitet poslovanja u što kraćem vremenskom razdoblju u cijeloj destinaciji, prateći periode kroz koje kriza prolazi. Također njihova je odgovornost i uspostaviti novi model kooperacije.[12] Globalne krize u turizmu više ne možemo promatrati na razini samo jedne ili nekoliko destinacija, a također i marketing u krizi nije više problem na razini destinacije već je to sada globalni problem. [13]

Dakle, problem istraživanja koji će se analizirati u ovom radu je terorizam kao vrsta krizne situacije te postojeća veza između terorizma i turizma, a samim time i povezanost terorizma sa kretanjima turističke potražnje na primjeru država članica EU-a.

[12] Petrić, L: Has the myth of tourist destination sustainability faded? Behind the curtains of the global crises, Tourism in Southern and Eastern Europe, 2013., str.19-32.
[13] Belau, D: The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, 2003., str. 4.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja u radu proizlazi iz samog problema istraživanja. U radu se prvenstveno obrađuju trendovi u turizmu sa strane turističke potražnje i turističke ponude, potom se daje teorijski pregled različitih vrsta i oblika kriza, a napose terorizma kao ugroze sigurnosti neke turističke destinacije. Potom se analizira veza između terorizma i turizma. Nadalje, navode se posljedice terorizma na turističku potražnju, a posebno se analiziraju potencijalne ugroze od terorizma na području Republike Hrvatske. Na kraju daje se pregled politika zaštite odabranih država i turista od potencijalnih terorističkih napada.

Terorizam je danas postao jedan od gorućih problema čovječanstva, u kojem pozitivni trendovi kao što je proces globalizacije i tehnološki napredak ili negativni trendovi kao što su sve veće razlike među ekonomskim razinama država i društva te siromaštvo, utječu na njegovu ekspanziju i povećanje negativnih posljedica. Metode terorizma se mijenjaju s obzirom na razvoj tehnologija i suvremenih metoda komunikacije, prijenosa različitih informacija te postizanja ciljeva terorističkih organizacija. Veza između terorizma i turizma tako gotovo da je neraskidiva, s obzirom na osnovne postavke oba ova pojma.

Terorizam predstavlja nezakoniti čin nasilja počinjen kako bi se prikupila otkupnina, svrgnula vlada, dobilo oslobođenje zarobljenika, izvršila osveta za stvarna ili zamišljena nedjela, ili kako bi se kaznili nevjernici neke religije.[14]

U svojim brojnim oblicima i načinu izricanja agresije terorizam je u sadašnje vrijeme u porastu. Svoju rasprostranjenost u suvremenom međunarodnom sustavu može zahvaliti tome što se pokazao kao jeftina, nisko rizična i potencijalno veoma korisna metoda borbe za sve režime.[15]

Logično je za vjerovati kako razumijevanje ciljeva terorističkih napada pomaže u shvaćanju veze između terorizma i turizma. Danas postoje studije koje se bave isključivo ovom vezom i većina njih potvrđuje kako je ciljanje turista i turističkih destinacija namjerno i pomaže teroristima u realizaciji njihovih ciljeva. Turisti su postali meta jer se smatraju ambasadorima svojih zemalja te imaju "simboličku vrijednost kao indirektni predstavnici političkih sustava iz kojih dolaze."[16] Tijekom godina, teroristi su postali svjesni snage terorističkih napada na neku

[14] Ball, D., et.al.: International business: The challenge of global competition, 13th ed., NY: McGraw-Hill., New York, 2013., str. 16.
[15] Wilkinson, P: Terorizam protiv demokracije, Golden marketing, Zagreb, 2002., str.5.
[16] Richter, L. K. i Waugh, W. L: Tourism Politics and Political Science: A Case of Not So Benign Neglect, Annals of Tourism Research, 1986., str.235.

turističku destinaciju sa svrhom bržeg postizanja cilja. Ako se teroristički napad odvije u domicilnoj destinaciji, on neće biti toliko medijski popraćen kao što će to biti teroristički napad u nekoj stranoj turističkoj destinaciji. Kada su turisti oteti ili ubijeni, napad se sam od sebe medijski dramatizira, što također pomaže u političkim konfliktima između terorista i institucije ili uvjerenja protiv kojeg se bore. Teroristi također mogu i cirkulirati među turistima i provesti transakcije u stranim valutama, a bez da se tome pridaje velika pažnja.[17] Teroristi ustvari napadaju turiste kako bi postigli svoje ideološke ciljeve, kaznili narode koji daju potporu svojim vladama te pokazali nespremnost i nesposobnost neke vlade za teroristički napad. U svakom slučaju, odabir turista kao mete terorističkih napada gotovo nikada nije slučajan.

Poznato je da se turizam uvijek promatra kroz njegove pozitivne efekte koje ostvaruje na ekonomiju neke države. Zbog toga su mnoge države investirale puno u turizam te su ostvarile visoku razinu ekonomske zavisnosti o turizmu. S druge strane na terorizam se gleda isključivo kroz njegove negativne efekte koje ostvaruje na državu. Situacija u kojoj se dogodio teroristički napad, individualno, može uzrokovati pad prihoda, nezaposlenost pa čak i siromaštvo.[18] Primjerice, napadi 11. rujna 2001. godine uzrokovali su pad prihoda aviokompanija u iznosu od 40 milijuna američkih dolara, gubitak od 83.000 radnih mjesta, što je uzrokovalo pad stope zaposlenosti u iznosu od 6%, neprocjenjiv pad globalnih tržišta itd.[19] Osim toga ovi napadi uzrokovali su i smanjenje broja turista za 10% u mjesecima nakon napada te gubitak poslova u turizmu u iznosu od 6 milijuna poslova.[20] Negativni efekti terorizma koje on ostvaruje te posljedice koje se iza toga zbrajaju predstavljaju opasnu prijetnju turizmu budući da se u slučaju terorističkog napada neka država smatra nesigurnom što uzrokuje smanjenje broja dolazaka turista iz razloga koji je već prethodno spomenut što će turisti u slučaju terorističkog napada taj događaj uzeti u obzir prilikom odabira svoje destinacije putovanja.

Turizam je značajna gospodarska djelatnost i za područje Europske Unije tj. njezine države članice. Više od polovice stanovništva Europske Unije putuje, a svaki šesti do deseti stanovnik putuje unutar njezinih granica. Važan je i podatak da se oko polovice izdataka ostvaruje upravo unutar Europske Unije.[21] 2017. godine broj noćenja u objektima turističkog

[17] Ibid.
[18] Beirman, D: Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach, CABI Publishing, UK i USA, 2003., str. 4.
[19] http://www.iags.org/costof911.html (pristupljeno 8.3.2018.)
[20] Belau, D: The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, 2003., str. 4.
[21] Vuković, I: Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji i implikacije na Hrvatsku, Tourism and Hospitality Management, Vol.12, No.1, 2006., str. 37. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/61770 (preuzeto: 26.3.2018.)

smještaja u Europskoj Uniji dosegao je broj veći od 3,2 milijarde noćenja, što je za 5,1% više u odnosu na 2016. godinu. Primjerice Španjolska je ostvarila 471 milijun noćenja što predstavlja rast od 3,6% u odnosu na 2016. godinu, Francuska je ostvarila 431 milijun noćenja, što predstavlja također rast u odnosu na 2016. godinu za 6,6%.[22] Iz ovih podataka je jasno vidljivo koliko je turizam kao što je to prethodno i rečeno važna djelatnost za područje Europske Unije. Ipak u prošlosti teroristički napadi nisu zaobišli ni ovo područje, a posljedice koje su ostavili za sobom uvelike su utjecale na turizam. Prisjetimo se napada na London 2005. godine. Četiri pripadnika islamske terorističke skupine detonirala su tri bombe u londonskoj podzemnoj željeznici. U napadu je ozlijeđeno 700 osoba, a 52 osobe su poginule. Broj turista koji je nakon napada otkazao svoje putovanje u London popeo se s 21% na njih 27%. Prve grube procijene tvrdile su kako je trošak napada u području turizma iznosio 300 milijuna funti. Čak su i atrakcije unutar samog Londona poput London Tower-a i Madam Tussad zabilježile pad broja dolazaka turista i to za 15%, dok su atrakcije na rubnom dijelu grada bilježile pad turista za 10 ili čak 14%.[23] U novije vrijeme jedan od najistaknutijih terorističkih napada je onaj u Francuskoj 2015. godine koji se smatra i najgorim u povijesti Francuske sa 150 smrtnih slučajeva i preko 500 ozlijeđenih osoba. Ovaj napad utjecao je na sigurnost cijele države i regije. Prema podacima Regionalnog turističkog odbora najveću štetu pretrpio je glavni grad s pokrajinom Ile de France čiji se broj posjetitelja u 2016. godini smanjio za 1,6 milijuna u odnosu na prošlu godinu. Zanimljiva je i činjenica da su za vrijeme napada najpoznatije pariške atrakcije poput Eiffelovog tornja i Disneyland-a bile zatvorene za posjetitelje.[24] Iz svega ovog jasno je vidljivo kakve i kolike sve posljedice jedan teroristički napad može ostaviti na turističku destinaciju.

Budući je i Republika Hrvatska članica Europske Unije važno ju je istaknuti kao jednu važnu turističku destinaciju. Država je tradicionalno turistički orijentirana, a s obzirom na turističke podatke iz 2017. godine može se jasno uočiti koliko je turizam zapravo dominantna djelatnost u Hrvatskoj. Prema podacima HNB-a u prvih devet mjeseci 2017. godine prihodi od turizma su iznosili 8 milijardi i 724 milijuna eura što predstavlja rast od 10% u odnosu na isti period prethodne godine. Također je važno za istaknuti da je udio turizma u BDP-u u prvih

[22] http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8609597/4-24012018-CP-EN.pdf/59bebc89-d5e5-4276-8402-028fab29d9a2 (preuzeto: 26.3.2018.)
[23] https://www.theguardian.com/uk/2005/aug/15/politics.shopping (preuzeto: 27.3.2018.)
[24] https://uk.france.fr/en (preuzeto: 27.3.2018.)

devet mjeseci 2017. godine, izražen u tekućim cijenama, iznosio 24% što također predstavlja porast od 0,9 postotnih poena u odnosu na isto to razdoblje prethodne godine.[25]

Iako se na Hrvatsku gleda kao na sigurnu zemlju, ipak prema popisu britanskih medija o zemljama koje pohode njihovi sugrađani kao i procjenu rizika od terorističkog napada, našla se na tom popisu kao zemlja kojoj ne prijeti izravna opasnost od terorizma, no ipak razina opasnosti je označena kao umjerena. Kada bi se potencijalno dogodio teroristički napad u Hrvatskoj, on bi zasigurno utjecao na pad broja turističkih dolazaka u Hrvatsku što bi se onda odrazilo i na cjelokupni sektor turizma.

Jakost odnosno intenzitet opasnosti koji država ima od međunarodnog terorizma moguće je pratiti uz pomoć raznih pokazatelja, no za potrebe ovog istraživanja odabrana su dva pokazatelja, i to globalni indeks terorizma i globalni indeks mira. Globalni indeks terorizma prati trendove u terorizmu od 2000. godine te se uz pomoć njega rangiraju države po listi utjecaja terorizma na tu državu, dok globalni indeks mira procjenjuje stanje globalnog mira u nekoj državi uz pomoć tri široke teme: razina socijalne sigurnosti, opseg domaćeg ili internacionalnog konflikta i stupanj militarizacije, na temelju kojih se onda dolazi do općeg zaključka o miroljubivosti destinacije. Važno je praćenje ova dva globalna indeksa kako bi se mogla ocijeniti sigurnost destinacija u međunarodnom turističkom prometu te dati preporuke turistima o sigurnosti putovanja a poduzetnicima o sigurnosti ulaganja u destinaciju.

1.3.Istraživačka hipoteza

Temeljna hipoteza koja se ovim radom želi dokazati glasi:

H: Postoji statistički značajna veza između terorizma i turističke potražnje

Istraživanjem veze između terorizma i turizma odnosno turističke potražnje bavi se značajan broj znanstvenika. Posebno ističemo rad autora Jorgea E. Arana i Carmela J. Leona[26] koji u svom radu istražuju utjecaj terorizma na turističku potražnju uz pomoć dva različita anketna upitnika koje su podijelili ispitanicima prije i nakon događaja u rujnu 2001. godine. Ovim istraživanjem autori su htjeli istražiti kako je događaj iz 2001. godine utjecao na odluku turista o njihovom putovanju na područje Mediteranskih zemalja i Kanarskih otoka. Istraživanjem su došli do zaključka da su događaji iz mjeseca rujna uzrokovali pad broja

[25] http://www.mint.hr/vijesti/rekordna-2017-turisticka-godina-ostvareno-102-milijuna-nocenja/11589 (preuzeto: 27.3.2018.)

[26] Arana, J.E i Leon, C.J: The impact of terrorism on tourism demand, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain, 2008. Dostupno na: doi:10.1016/j.annals.2007.08.003 (preuzeto: 6.3.2018.)

dolazaka turista, a što je povezano s nižim pogodnostima koje turizam kao djelatnost generira za pojedinca nakon šoka uzrokovanog samim napadom, a može se dovesti i u vezu sa stanjem anksioznosti koja okružuje turističku industriju u tom trenutku. Osim prethodno navedenog rada ističemo također rad autora Alexi Simons Thompsona[27] koji u svom radu dokazuje da je terorizam iznimno štetan za turizam zemalja u razvoju dok na turizam razvijenih zemalja terorizam utječe jako malo, a razlog tome je taj što ekonomska raznolikost i dostupnost resursa smanjuju učinak terorizma na turizam razvijenih zemalja. Do ovog zaključka u radu došlo se istraživanjem na uzorku od ukupno 60 zemalja.

Slijedom navedenih istraživanja u ovom radu ćemo pokušati istražiti učinke recentnih terorističkih napada na potražnju za zemljama EU kao turističkim destinacijama. Naše očekivanje jest da veza ne mora biti isključivo negativna jer i neki drugi čimbenici mogu utjecati na kretanje potražnje, između ostaloga, atraktivnost zemlje mjerena prije svega njezinom općom razvijenošću.

1.4.Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja u radu određen je problemom i predmetom istraživanja te prethodno postavljenom istraživačkom hipotezom. U skladu s time, osnovni cilj rada je utvrditi kakva je to veza između terorizma i turizma, odnosno turističke potražnje na temelju definiranog modela. Iz osnovnog cilja ovog rada moguće je definirati i pomoćne ciljeve:

- Analizirati aktualne trendove na tržištu turističke potražnje i ponude,
- Istražiti utjecaj kriza na sigurnost destinacija,
- Teorijski obraditi osnovne pojmove vezane za terorizam,
- Analizirati učinke turizma na destinaciju,
- Identificirati različite vrste utjecaja terorizma na turizam,
- Navesti metode praćenja i mjerenja intenziteta terorizma,
- Putem empirijskog istraživanja utvrditi vrstu veze između terorizma i turizma te s time povezane turističke potražnje
- Izložiti mogućnosti djelovanja u zaštiti turista i turističkih destinacija od globalnog terorizma.

[27] Thompson, A.S; Terrorism's effect on tourism: Developed vs. developing countries, Auburn, Alabama August 9, 2008. Dostupno na: https://etd.auburn.edu/bitstream/handle/10415/1178/Thompson_Alexi_0.pdf;sequence=1 (preuzeto: 6.3.2018.)

1.5. Metode istraživanja

Rad će u osnovi biti podijeljen u dva velika djela. U prvom djelu rada će se teorijski izložiti i sistematizirati spoznaje prikupljene iz sekundarnih izvora podataka kao što su to knjige, članci, novinski članci, znanstvene studije, Internet izvori.

Stoga će se u ovom teorijskom djelu rada koristiti sljedeće metode istraživanja:

- *Metoda analize-* podrazumijeva postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmova, sudova i zaključaka) na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela (i elementa) za sebe i u odnosu na druge dijelove, odnosno cjeline.[28]
- *Metode sinteze-* podrazumijeva postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenijih u još složenije, povezujući izdvojene elemente, pojave, procese i odnose u jedinstvenu cjelinu u kojoj su njezini dijelovi uzajamno povezani.[29]
- *Metoda indukcije-* podrazumijeva sistematsku i dosljednu primjenu induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu.[30]
- *Metoda dedukcije-* podrazumijeva sustavnu i dosljednu primjenu deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni te se dolazi do konkretnih pojedinačnih zaključaka.[31]
- *Povijesna metoda-* na temelju raznovrsnih dokumenata i drugog materijala egzaktno možemo saznati ono što se u prošlosti dogodilo.[32]

Drugi dio rada odnosi se na empirijsko istraživanje koje će se provesti prikupljanjem sekundarnih izvora podataka te njihovim spajanjem u model pomoću kojeg će se nastojati doći do spoznaje o vrsti veze između terorizma i turističkih kretanja koristeći metodu višestruke linearne regresije. Za obradu navedenog modela koristit će se program za statističku obradu podataka – *SPSS (eng. Statistical Package for the Social Sciences)* u svrhu prihvaćanja ili odbacivanja prethodno postavljene hipoteze.

[28] Zelenika, R.: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, 2000., str. 327.
[29] Ibid., str.330.
[30] Ibid., str.323.
[31] Ibid., str. 325.
[32] http://www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/2013-2014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf (preuzeto. 7.3.2018.)

Nezavisne varijable u modelu su: globalni indeks mira i globalni indeks terorizma, kao dva statistički najznačajnija indeksa praćenja utjecaja terorizma na turističku destinaciju odnosno razine sigurnosti destinacije za putovanje. Kontrolnu varijablu u modelu predstavlja GDP per capita tj. bruto domaći proizvod po glavi stanovnika izražen u realnim cijenama koji smo odlučili iskoristiti iz tog razloga što bez obzira na oba navedena indeksa koji mogu utjecati na turističku potražnju za nekom destinacijom i ova varijabla, koja ujedno predstavlja stupanj razvijenosti neke turističke destinacije, također može utjecati na broj posjeta određenoj destinaciji. Zavisnu varijablu u modelu predstavlja turistička potražnja mjerena brojem noćenja turista u različitim smještajnim jedinicama.

1.6. Doprinos istraživanja

Istraživanje koje će se provesti u ovom radu doprinijet će ukazivanju na problem koji je sve prisutniji u svijetu zahvaljujući brojnim terorističkim skupinama spremnima na izvršenje napada iz bilo kojeg razloga. Radom bi se trebalo ukazati na vrstu veze koja postoji između terorizma i turizma. Istraživanjem bi se također trebalo ukazati na utjecaj terorizma na kretanje turističke potražnje mjerenje noćenjima.

Iz dobivenih rezultata istraživanja očekuje se također i pronaći vezu između varijabli u modelu te ukazati na moguće mjere kojima će nositelji politike nastojati pravovremeno ublažiti posljedice terorizma na destinaciju.

Nadamo se da će rezultati ovog istraživanja potaknuti razmišljanja nositelja politike o tome koliko zaista prijetnja terorizma može utjecati na kretanje turističke potražnje, a s time onda i na poduzimanje aktivnih mjera djelovanja u zaštiti turista i same destinacije od terorizma.

1.7. Struktura rada

Diplomski rad podijeljen je u 7 cjelina.

U uvodom dijelu rada predstavljeni su problem samog istraživanja kao i predmet istraživanja na temelju kojih je definirana istraživačka hipoteza koja će se u samom radu nakon statističke obrade prikupljenih podataka prihvatiti ili odbaciti. Dalje su definirani ciljevi istraživanja kao i znanstvene istraživačke metode koje će se koristiti u diplomskom radu, doprinos istraživanju te u konačnici i sadržaj rada.

U drugom djelu rada objasnit će se pojam turizma kao globalnog fenomena te će se dati pregled i analiza trendova u turizmu najprije sa strane turističke potražnje, a potom i sa strane turističke ponude.

Treći dio rada odnosi se na pojam kriza kao ugroza sigurnosti u kojem će se objasniti vrste kriza te oblici djelovanja krize na turističku destinaciju.

Četvrti dio rada daje pregled teorijske osnove terorizma kao i vrstu veze koju terorizam ima sa turizmom. Osim toga u ovom djelu rada promatra se kako i na koji način terorizam utječe na neku državu te se daje pogled na to što ako su sami turisti mete terorističkog čina. Također se u ovom djelu rada analizira i veza između terorizma i turizma u RH te se daje pregled metoda praćenja i mjera intenziteta terorizma.

Peti dio diplomskog rada predstavlja empirijsko istraživanje u kojem će se prvo definirati metode istraživanja, zatim će se definirati i uzorak istraživanja, dati obrazloženje varijabli sukladno konceptualnom modelu istraživanja i prikupljenim sekundarnim podacima korištenima u samom modelu te testirati navedena hipoteza i u konačnici dati kritički osvrt na donesene zaključke istraživanja.

U šestom djelu rada ukazat će se na mogućnosti za zaštitu destinacije od potencijalnih terorističkih napada čime bi se trebala omogućiti dodatna sigurnost destinacije kao i samih turista koji u njoj borave.

Posljednji, dakle sedmi dio rada daje pregled donesenih zaključaka sintezom teorijskog i empirijskog dijela rada. U ovom djelu rada biti će izložene sve relevantne činjenice i spoznaje do kojih se došlo provođenjem istraživanja.

2. TURIZAM KAO GLOBALNI FENOMEN

2.1. Analiza trendova turističke potražnje

Sve veći broj destinacija diljem svijeta otvorio se ulaganju u turizam, pretvarajući ga tako u pokretača socio-ekonomskih promjena putem stvaranja novih radnih mjesta i poduzeća, prihoda od izvoza i infrastrukturnog razvoja. Tijekom proteklih šest desetljeća turizam je doživio svoju ekspanziju i diversifikaciju te je postao jedan od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih sektora u svijetu. Mnoga nova odredišta nastala su pored već tradicionalnih odredišta u Europi i Sjevernoj Americi.

Turizam se tijekom vremena razvijao gotovo bez prekida, unatoč povremenim šokovima, pokazujući tako veliku otpornost i snagu. Međunarodni turistički dolasci pokazali su rastući trend na globalnoj razini s 25 milijuna dolazaka 1950. godine na 278 milijuna 1980. godine, 674 milijuna 2000. godine i 1.235 milijuna dolazaka u 2016. godini. Isto tako,

međunarodni turistički prihodi zarađeni po destinacijama diljem svijeta porasli su s 2 milijarde američkih dolara u 1950. godini na 1.220 milijardi američkih dolara u 2016. godini.



Slika 1: Internacionalni turizam u 2016. godini

Izvor: UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition, dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029, preuzeto: 20.05.2018.

Međunarodni turizam predstavlja 7% svjetskog izvoza roba i usluga, nakon što je porastao za 1% u odnosu na 2015. godinu, a rastao je brže od svjetske trgovine u zadnjih pet godina. Kao svjetska izvozna kategorija nalazi se na trećem mjestu, nakon kemikalija i goriva te ispred automobilskih proizvoda i hrane. U mnogim zemljama u razvoju turizam predstavlja najvažniju izvoznu kategoriju. [33]

Međunarodni turistički dolasci (noćenja posjetitelja) u 2016. godini porasli su za 3,9% što je ukupno 1. 235 milijuna u svijetu, a što predstavlja povećanje od 46 milijuna u odnosu a prethodnu godinu. Potražnja za međunarodnim turizmom pratila je pozitivan trend prethodnih godina, s mnogim odredištima koja izvještavaju o zvučnim rezultatima, dok se samo nekolicina njih suočila sa nekim sigurnosnim incidentima.

[33] UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition, str. 2. Dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029 (preuzeto: 20.5.2018.)

Azija i Pacifik su predvodili rast sa 9% više međunarodnih dolazaka, nakon čega slijedi Afrika sa 8% i Amerike sa 3% više međunarodnih dolazaka. Najposjećenija regija, Europa (+2%) pokazala je raznovrsne rezultate ovisno o užem području, dok dostupni podaci za Bliski Istok pokazuju pad dolazaka. Međunarodni prihodi od turizma realno su porasli 2,6% uzimajući u obzir fluktuacije tečaja i inflaciju.

Očekuje se da će međunarodni turistički dolasci u svijetu porasti za 3,3 % godišnje između 2010. i 2030. godine do 1,8 milijardi do 2030. godine prema UNWTO-ovom dugoročnom izvješću Turizam prema 2030. godini.[34]

Europa je 2016. godine ugostila 616 milijuna stranih turista, što je polovica ukupnog svijeta, a što predstavlja povećanje od 13 milijuna u odnosu na 2015. godinu. Prihodi od međunarodnog turizma u Europi rasli su za 1% što u realnom iskazu iznosi 447 milijardi američkih dolara, odnosno 404 milijuna eura, što iznosi 37 % prihoda širom svijeta. Sjeverna Europa predvodila je rast u regiji s porastom od 6% u međunarodnim dolascima odnosno 5 milijuna više noćenja u odnosu na 2015. godinu. U Srednjoj i Istočnoj dolasci su porasli za 4% u 2016. godini, dok je rast u Južnoj i Mediteranskoj Europi bio nešto skromniji, tek 1% . U Zapadnoj Europi nije zabilježen rast dolazaka. [35]

[34] Ibid, str. 3

[35] Ibid, str. 7

Tablica 1: Broj internacionalnih dolazaka za regiju Europa u 2016. godini (zbirni rezultati)

Destinacije	Internacionalni turistički dolasci				Promjena		
	(1000)				%		
	2010	2014	2015	2016*	14/13	15/14	16*/15
Europa	488,945	576,128	603,658	616,190	1,7	4,8	2,1
Sjeverna Europa	62,845	70,799	75,410	80,244	5,3	6,5	6,4
Zapadna Europa	154,362	175,313	181,413	181,467	2,2	3,5	0,0
Centralna/Istočna Europa	98,490	115,167	121,376	126,021	-9,1	5,4	3,8
Južna/Mediteranska Europa	173,258	214,848	225,459	228,458	6,9	4,9	1,3

Izvor: Obrada autora prema UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition, dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029, preuzeto: 20.5.2018.

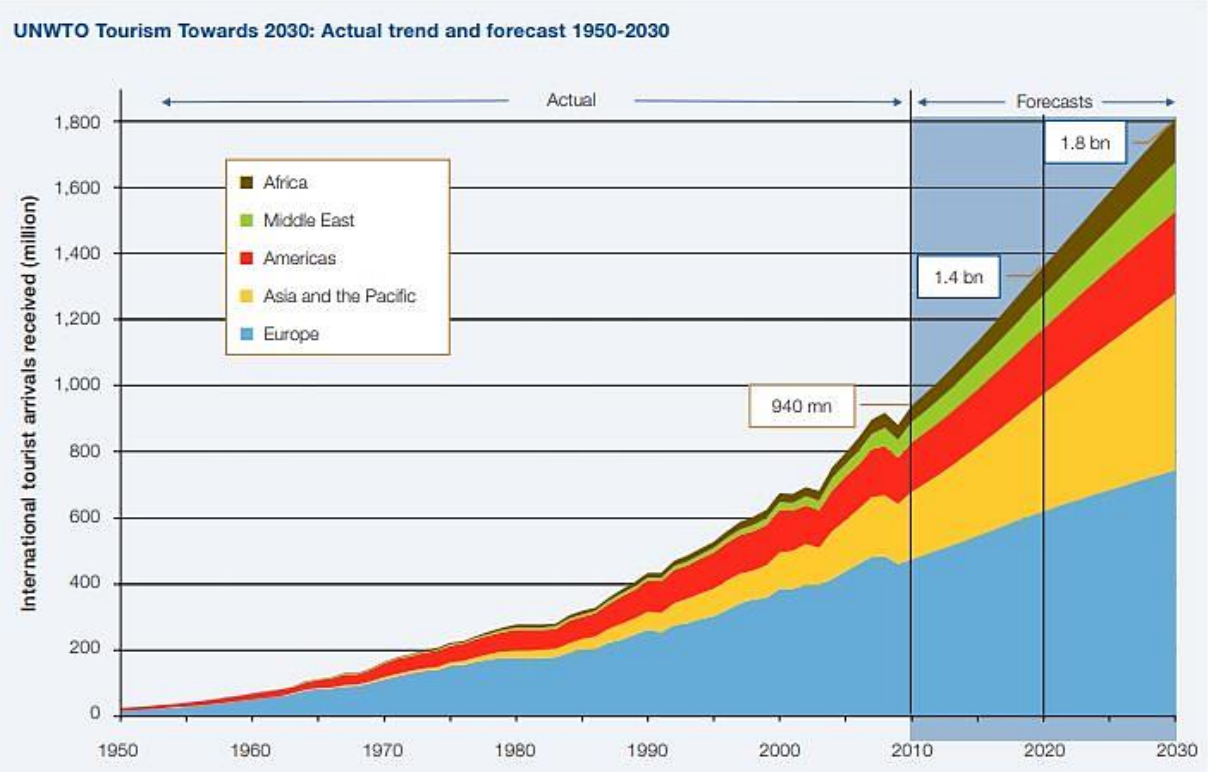
Većina turista posjećuje područja unutar vlastite regije, s oko četiri od pet dolazaka širom svijeta koji potječu iz iste regije. Europa trenutno i dalje ostaje vodeća regija za izlazni turizam, generirajući gotovo polovinu svjetskih međunarodnih dolazaka. [36]

Isto tako valja spomenuti i to kako je nekadašnju turističku ponudu obilježavala masovnost, sezonalnost turističke ponude te razvoj turizma koji nije uključivao selektivne oblike te kvalitetu usluge kakva je ona na današnjoj razini. Turizam se danas individualizirao, približio samom turistu te tako sve više obraća pažnju na kvalitetu i ponudu turističke usluge. Razvijaju se novi, selektivni oblici turizma koji onda povećavaju zadovoljstvo pruženom turističkom uslugom. Vidljiv je i trend produljenja turističke sezone, a što je rezultiralo obogaćenjem ponude u smislu pojave novih turističkih oblika kao što su to primjerice festivali, ali i drugi različiti eventi i događaji koji imaju za cilj zabavu i razonodu posjetitelja.

[36] Ibid, str. 12

Posredstvom interneta današnji čovjek obavlja posao i druži se ali isto tako donosi odluke o kupnji nekog proizvoda pa samim time i o odlasku na putovanje u neku destinaciju. Suvremeni turist danas točno zna što želi i nastoji onda optimalno zadovoljiti svoje potrebe. Priroda i prirodne ljepote nisu više dovoljne da bi se privukli posjetitelji u neku od turističkih destinacija. Usluge poput prijevoza i smještaja više ne igraju ključnu ulogu u odabiru destinacije za putovanje jer se takve usluge moraju pružiti u bilo kojoj destinaciji. Ključnu ulogu u odabiru destinacije imaju dodatne usluge u destinaciji (kao što su prethodno navedeni festivali i eventi) u sklopu turističke ponude.

Kako je već prethodno i spomenuto očekuje se da će do 2030. godine broj međunarodnih turističkih dolazaka rasti u prosjeku za 3,3%, a što znači da će broj internacionalnih turista doseći brojku od 1,4 bilijuna do 2020. godine odnosno 1,8 bilijuna do 2030. godine. Najveći rast među regijama očekuje se u Aziji i Pacifiku dok je kod obje Amerike i Europe predviđen također rast dolazaka ali mnogo sporije što će onda posljedično utjecati na to da će ove dvije regije doživjeti daljnji pad u njihovom udjelu u međunarodnom turizmu.[37]



Slika 2: Predviđeni rast broja dolazaka prema UNWTO-u do 2030. godine po regijama

[37] Ibid, str. 14

Izvor: UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition, dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029, preuzeto: 20.5.2018.

2.2. Analiza trendova turističke ponude

Najvažniji trend na strani turističke ponude je globalizacija same turističke ponude koju je nemoguće promatrati izvan okvira tehnološkog napretka i to posebno razvoja zračnog prijevoza i revolucionarnih promjena u informacijskoj tehnologiji. Turizam i informacijska tehnologija stoga se mogu označiti kao dvije najdinamičnije aktivnosti globaliziranog svjetskog gospodarstva.

Putem interneta turist obavlja i posao rezervacije smještaja i to ne više samo i isključivo hotelskog smještaja, već i privatnog smještaja čime ušteđuje vlastito vrijeme.

Promjene na strani informacijskih tehnologija te trgovanja putem interneta dovele su i do pojave problema u malim i srednje razvijenim poduzećima u regijama i zemljama koje nemaju niti dovoljno znanja, a niti dovoljno kapitala da bi uložile u informacijske tehnologije te se toga povećava jaz i konkurencija između njih i velikih i razvijenih zemalja odnosno poduzeća. Za samog potrošača ovo znači dobivanje i mogućnost odabira između većeg broja ponuda te na kraju odabiranja onoga što u potpunosti zadovoljava njegove potrebe. Stoga je svim turističkim destinacijama koje se međusobno natječu na globalnom turističkom tržištu u cilju stvoriti jak brand kojim će onda privući potrošača. Zbog toga nositelji turističkih aktivnosti posežu za strategijom vertikalne ili pak horizontalne integracije. Dolazi do okrupnjavanja u turoperatorskom poslovanju i u hotelijerstvu, a što donosi jačanje konkurentske prednosti, jačanje imidža, uvođenje jedinstvenog rezervacijskog sustava i djelotvornije istraživanje globalnog turističkog tržišta.[38] Za turiste se bori sve veći broj postojećih ali i novih turističkih destinacija što dovodi to toga da ukoliko neki segment turističkog tržišta želi postati konkurentan ne može zaobići pridruživanje nekoj većoj grupaciji, jer će u protivnom biti potpuno istisnut sa tržišta.

Sve ovo prethodno navedeno dovodi do zaključka da ovakvi trendovi čine današnji turizam znatno drugačijim od turizma prošlog stoljeća, pa se stoga može zaključiti da turistički sektor kontinuirano doživljava ekspanzivan napredak, a sve u skladu s kontinuitetom tog rasta.

[38] Feige, M.: Turizam na početku novog tisućljeća, Turizam, Vol. 48, No. 2, 2000., str. 111.

3. KRIZE KAO UGROZE SIGURNOSTI

Kriza u najužem smislu riječi može biti definirana kao specifičan, neočekivan, i sasvim ne rutinski događaj koji kod ljudi može stvoriti jaki osjećaj nesigurnosti i straha dok krizno razdoblje označava vrijeme preokreta u kojem dolazi do nekog opasnog razvoja krizne situacije ili pak njezinog vrhunca. Jednostavno krize se mogu označiti kao negativne promjene u ekonomskom, političkom, socijalnom, biološkom ili okolišnom smislu.[39] O krizi se govori u raznim područjima života te u različitim znanstvenim disciplinama. Svi krizni teoretičari slažu se s time da je kriza neočekivani događaj i isto tako neželjeni događaj nastao pod utjecajem različitih vanjskih ili pak unutarnjih promjena.

Kada se radi o krizama koje se pogodile turizam, njih onda možemo definirati kao neočekivane događaje koji mogu utjecati na putnikovo povjerenje u neku određenu destinaciju i koji ometaju mogućnost normalnog obavljanja poslovanja. Međutim osim što kriza utječe na povjerenje posjetitelja, dolazi i do promjene trendova u turističkim zahtjevima uslijed povećanog straha od putovanja i brige za sigurnost. Smanjuje se broj međunarodnih dolazaka, odsjedanja u hotelima, odlazaka u restorane, posjete turističkim atrakcijama, iznajmljivanje automobila, kupovina općenito i sl. Skraćuje se vrijeme putovanja, izbjegavaju se problematične, a biraju one destinacije koje su bliže i dostupnije te isto tako i prijevozna sredstva koja se smatraju sigurnima. Također se radije putuje individualnom vrstom prijevoza nego masovnim vrstama prijevoza.[40]

U turizmu kriza se može javiti na svim razinama:

- užoj ili mikrorazini – kriza se javlja na razini poduzeća ili nekog drugog pružatelja usluga,
- široj ili makro razini – kriza se javlja u turističkoj destinaciji.

Najbolju definiciju krize u turizmu dali su stručnjaci Svjetske turističke organizacije. Prema UNWTO-u kriza u turizmu je ''neželjeni, izvanredni, često neočekivani događaj s ambivalentnim razvojnim mogućnostima za organizaciju ili turističku destinaciju koji zahtjeva

[39] Petrić, L: Has the myth of tourist destination sustainability faded? Behind the curtains of the global crises, Tourism in Southern and Eastern Europe, 2013.,str.19.
[40] Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016. Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 22.5.2018.)

brzo odlučivanje i mjere za suprotstavljanje, s ciljem uspostavljanja stare ravnoteže ili ograničavanja negativnih učinaka krize.''[41]

Krize se inače mogu podijeliti prema tome tko je uzročnik, prirodna ili ljudska aktivnost kao i to da li su namjerne ili ne namjerne pa tako primjerice krize koje uzrokuje događaj u prirodi karakteriziraju tsunami, uragani, poplave, zemljotresi i druge dok krize nastale pod utjecajem ljudske aktivnosti karakteriziraju teroristički napadi, kriminalne aktivnosti, ratovi, nemiri, političke i ekonomske turbulencije, nesreće u bilo kojem tipu prijevoza i druge. Postoje i one krize koje su kombiniranog nastanka, dakle po svom nastanku su prirodne ali ipak uzorkovane ljudskim djelovanjem, kao primjerice zagađenje životne sredine tj. krize nastale u okolišu, ili pak u obrnutom smjeru, epidemije i druge bolesti. Ono što je zajedničko svim ovim događajima je ogroman negativan utjecaj na živote građana u području koje je pogođeno krizom, a posebno na ekonomiju i na turizam. Destinacija ili neki poslovni brand mogu također pretrpjeti veliku štetu. Imidž destinacije nakon krize se također može dovesti u pitanje, dok ljudi mogu izgubiti osjećaj samopoštovanja i svoje osobne vrijednosti. Čitava kulturna zajednica može biti kompromitirana.[42]

Iako su se negativni događaji koji uzrokuju krize oduvijek događali, njihova duljina trajanja kao i opseg utjecaja, posebno na turizam promijenili su se iz faze dramatičnog rasta mjerenog u turizmu i drugim ljudskim aktivnostima do toga da se razvijeni svijet često opisuje kao hipermobilni. Zbog hipermobilnosti, utjecaji lokalne ili pak regionalne krize mogu se lako proširiti na svijet kao lančana reakcija, uzrokujući krizu na globalnoj razini. Najbolji primjer takvog jednog događaja je ekonomska kriza u Aziji kasnih 1990-ih godina koja je poprimila globalni opseg te se uplela u posljedice događaja 11.rujna i naknadnog čina terorizma. Ista stvar se dogodila i sa nedavnom ekonomskom krizmom iz 2007./2008.-2009. godine. Ova kriza smatra se najgorom ekonomskom krizom u svijetu poslije Velike Depresije 1930. godine. S druge strane, neki od globalnih problema kao što je to efekt globalnog zatopljenja uzrokuju štetu pojedinim destinacijama toliku da je njihovo postojanje ugroženo. Tako krize u turizmu pokazuju svoju ambivalentnost u smislu da moguće lokalno prouzrokovana kriza na kraju ipak poprima globalni utjecaj.

[41] UNWTO, 2011.

[42] Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016. Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 22.5.2018.)

Kriza 2008.-2009. godine bila je prva takva ozbiljna kriza koja je uzrokovala pad u turističkom sektoru na globalnoj razini. Međutim, 2010. godine globalni turizam se oporavio brže nego li je to bilo za očekivati od ekonomske krize koja se dogodila u tom periodu, ostvarivši rast broja dolazaka internacionalnih turista za 7%.

Važno je i za spomenuti ovdje, a već je i prethodno navedeno u tekstu da su neke države kao što je to između ostalih i Republika Hrvatska iskoristile krizne situacije u svoju korist, zahvaljujući svom geografskom položaju i reputaciji sigurne zemlje kao glavnom fokusu promotivnih kampanja u svrhu privlačenja gostiju. Naime, Republika Hrvatska je u periodu od 2008. godine do 2011. godine ostvarila prosječan rast u broju turističkih dolazaka i noćenja u iznosu od 2,6%. [43]

Iako su krize danas neizbježne, menadžeri postaju svjesni činjenice da su štete nastale djelovanjem krize znatno manje ako je destinacija pripremljena na krizu, pa je tako temeljni zadatak kriznog menadžmenta njegovo pro aktivno djelovanje. Izuzetno je važno da menadžeri postanu svjesni mogućnosti različitih vrsta kriza i iznenadnih događaja te da budu spremni pro aktivno djelovati kako bi se smanjili negativni učinci tih događaja.

Tri su temeljne faze za upravljanje krizom od strane kriznog menadžmenta:

- preventivno djelovanje koje označava uočavanje simptoma krize, nastojanje da se kriza preduhitri provođenjem različitih mjera opreza, u ovoj fazi ustvari dolazi do razvoja strategije i planova,

- prepoznavanje krize tj. faza primjene u kojoj se treba prepoznati je li kriza nastupila, ukoliko je koja je vrsta krize nastupila i kakva je njezina snaga te se u ovoj fazi primjenjuju planirane aktivnosti za smanjenje kriznih učinaka,

- pro aktivno djelovanje tj. reaktivno upravljanje krizom koje označava ovladavanje krizom i borbu s istom. Ovo predstavlja najvažniju fazu za menadžere jer se u ovoj fazi oni pitaju što učiniti kako bi izašli iz krize.[44]

U svim fazama krize naglasak se stavlja na uspješnu komunikaciju zasnovanu na principima iskrenosti i transparentnosti. Navedeni principi stvaraju kredibilitet kojeg je jako

[43] Petrić, L: Has the myth of tourist destination sustainability faded? Behind the curtains of the global crises, Tourism in Southern and Eastern Europe, 2013.,str. 22-23.
[44] Ritchie, B.W.: Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in tourism industry, Tourism Managemen, Vol. 25, 2004., str. 674.

važno za postići za vrijeme trajanja krize. Kredibilitet je jako važan te se zbog toga uvijek mora govoriti istina.[45]

Krize se ne mogu riješiti bez stalne suradnje između partnera za vrijeme svih faza trajanja krize, a suradnja je također potrebna i između javnog sektora i privatnog sektora. Da bi se prevalila neka od kriznih situacija važno je da svaki poslovni subjekt ali i sve organizacije u turizmu djeluju u skladu sa zakonodavstvom, a sve u svrhu stvaranje sigurne destinacije. Potrebno je da javni i privatni sektor usklade sve aktivnosti te da kroz njih djeluju preventivno i korektno. Svakoj krizi u turizmu mora se pristupiti sa značajnom brigom, jer turizam zavisi od troškova potrošača i njihovih namjera da borave u turističkoj destinaciji, odnosno da se ponovno vrate u nju.[46]

Stoga, turističke destinacije, a posebno one koje ovise o turizmu nemaju drugog izbora nego primijeniti strategije i mjere kriznog menadžmenta u borbi protiv nepredvidljivih događaja, kakvi su upravo krize, a sve u svrhu toga da bi ostale konkurentne na međunarodnom tržištu putovanja.

Osim prethodno navedenih dionika važnu ulogu za vrijeme trajanja krize imaju i mediji koji izvještavaju o samoj kriznoj situaciji u nekoj turističkoj destinaciji. Veoma je važno da kao i ostali dionici govore istinite informacije, kao i to da su uključeni u sam sustav kriznog upravljanja.

4. TERORIZAM KAO OBLIK KRIZA

4.1. Teorijska osnova razumijevanja terorizma

Terorizam je danas postao veliki problem u kojem pozitivni trendovi kao što je to primjerice tehnološki napredak, dolaze stalno u sraz sa negativnim trendovima kao što je to sve veći jaz između razvijenih i nerazvijenih turističkih destinacija i siromaštvo, a što onda utječe na pojavu samog čina terorizma kao i na njegovo neprestano širenje i rast.

S obzirom na to da se terorizam kroz povijest neprestano mijenjao, njegova definicija se još ni dan danas ne može točno utvrditi. Sama riječ terorizam dolazi od latinske riječi "terror"

[45] Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016. Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 22.5.2018.)

[46] Prema: Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016. Dostupno na: http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2016/0354-30991618051M.pdf (preuzeto: 22.5.2018.)

koja označava stravu ili užas, pa se stoga korištenje terora u svrhu ostvarivanja političkih ili pak ekonomskih ciljeva naziva terorizmom. Terorizam uništava ljudske živote, materijalne stvari, ljudske vrijednosti, dovodi u pitanje ne samo sigurnost lokalnog područja nego i cijele globalne zajednice, a ponajviše djeluje na psihičko stanje ljudi usađujući im strah.

Jedna od teorija nastala u pokušaju objašnjenja pojma terorizam jest da je to simbolični akt koji se može izučavati kao i druga sredstva komunikacije: terorist je prenositelj poruke, meta je primatelj poruke, poruka je sam teroristički čin, dok je povratna informacija reakcija primatelja na poruku.[47]

Samo neke od definicija terorizma su:

"Terorizam je namjerno i sustavno ubijanje, sakaćenje i ugrožavanje nevinih kako bi se u njih utjeralo strah radi neke političke svrhe."[48]

"Terorizam je specifičan oblik agresivnog djelovanja protiv naroda, životne sredine i materijalnih dobara neke zemlje u miru i ratu."[49]

FBI primjerice definira terorizam kao nezakonitu upotrebu sile ili nasilja protiv ljudi ili imovine, sa ciljem da se preplaši ili na nešto prisili neka vlada, civilno stanovništvo ili bilo koji drugi segment vlade ili stanovništva, a da bi se postigli neki politički ili društveni ciljevi."[50]

“Terorizam nije oblik gerilskog ratovanja, niti je to politički, niti ideološki pokret. To je metoda kojom određene grupe koje imaju neka svoja politička, filozofska ili religijska uvjerenja djeluju kako bi destabilizirale određenu zemlju ili regiju i kao bi na taj način promovirali svoja religijska, ekstremistička, radikalno marksistička, rasna ili fašistička uvjerenja.”[51]

Kao što je već i prethodno rečeno, problem u definiranju pojma terorizma jest taj što se on kroz godine mijenjao kroz povijest. Nekada je to bila borba za vjersku slobodu, za svrgavanje društvenog poretka, a danas bi smo mogli reći da se ustvari pojam "antiterorizam"[52] zamjenjuje s pojmom terorizma. Terorizam postoji i kao takav dio je globalnog svijeta, međutim svaki događaj, bila to pljačka ili nasilje, osveta prema nekom, bilo bi previše nazvati

[47] Sonmez, S.F.: Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, 1998. str. 416
[48] Harmon, C.: Terorizam danas, Zagreb, Golden marketing, 2002., str. 19.
[49] Cvjetković, Branko: Terorizam- sredstva i posljedice, Split, Kupola Laus, 2002., str. 35
[50] http://www.fbi.publish/terror/terrusa.html
[51] Vukadinović, R.: Međunarodni politički odnosi, Zagreb, Politička kultura, 2004., str. 205.
[52] http://www.encyclopedia.com/doc/1O999-antiterrorism.html

činom terorizma. Terorizam jest globalni problem i raširen je po cijelom svijetu i ne postoji mogućnost da ijedna zemlja bude isključena iz terorističkih akcija, no isto tako da bi nešto mogli okarakterizirati i definirati kao teroristički čin treba točno utvrditi njegovu definiciju.[53]

Sam pojam terorizma nije još uvijek definiran ni od strane mnogih vlada, ni međunarodnih institucija. Tako primjerice Ujedinjeni narodi nemaju još uvijek jasnu definiciju terorizma. Rasprava koja se održava oko usvajanja definicije terorizma podijelila je vlade mnogih zemalja, jer naime dok jedni to smatraju kao borbu za nacionalnu slobodu i samoopredjeljenje, drugi to proglašavaju terorističkim činom. Međutim, iz svih ovih definicija postoji jedna zajednička odrednica koja bi pomogla u definiranju terorizma, a ona je da je terorizam napad ili nasilje nad nedužnim stanovništvom u političke ili neke druge svrhe, a započinju je elementi koji se ne označavaju kao državni (iako vrlo često znaju to biti).[54]

4.2. Veza između terorizma i turizma

Veza između terorizma i turizma može se objasniti na način da se kaže da u zemljama u kojima je turizam slabo razvijen nema ni terorističkih napada te rastu ulaganja u turizam. Daljnjim razvojem turizma takva zemlja onda postaje zanimljiva teroristima koji napadima utječu na smanjenje investicija. Nakon što se dogodi smanjenje investicija, smanjuje se i broj posjetitelja. To dovodi do toga da se smanjuje i broj terorističkih napada na tu destinaciju, te je takva jedna destinacija ponovno na početku kruga. Različiti autori zapravo različito i objašnjavaju terorističke napade, ali se ipak svi slažu u jednoj činjenici, a ta je da terorističkim napadom na turizam teroristi nanose značajnu štetu zemlji u kojoj se napadi događaju. Država ulaže u turizam pa se teroristički napad na turizam neke države ustvari može označiti kao izravan napad na samu tu državu. U mnogim se zemljama značajan dio prihoda ostvaruje upravo kroz turizam, a teroristički napadi onda te prihode smanjuju. Odluke posjetitelja da ostanu kod kuće ili da odaberu destinaciju koja je sigurnija za putovanje od one u koju su mislili putovati zapravo znači ogromne gubitke za industriju te zemlje u kojoj se događaju teroristički napadi.

Opasna je također i percepcija kako turistički razvoj zapravo ne doprinosi lokalnom blagostanju, a što onda lako može izazvati nasilje. Mišljenje kako je turizam ustvari kriv za iskorištavanje i uništavanje autohtonih industrija i kultura vrlo je opasna te može kao takva onda dovesti do terorističkih napada.

[53] Marić, S.: Terorizam kao globalni problem, pregledni rad, Medianali, Vol.6, No.11, 2012. str. 91-92.
[54] Ibid., str. 93

Jednostavno rečeno, turizam može biti poruka ali isto tako i medij komunikacija terorista. Turizam može inspirirati nasilje katalizirajući različita politička, društveno ekonomska te kulturološka zamjeranja te se često koristi kao efikasan instrument za iznošenje šire poruke o ideološkoj ili političkoj opoziciji, a također i statistike jasno pokazuju kako rizik od terorizma u nekoj turističkoj destinaciji može utjecati na turističku potražnju upravo za tom destinacijom. .

4.2.1 Turisti kao mete terorizma

Odabir turista kao mete terorista gotovo nikada nije slučajan. Za terorista, simbolika, poruka pa čak i medijska pokrivenost napada je prevrijedna da takvo nešto ne bi iskoristio.

Turisti su danas ciljana meta terorističkih organizacija iz tog razloga što su najpogodnija skupina za ubijanje, a ukoliko ih promotrimo kao ambasadore mira zemlje iz koje dolaze u zemlju koju dolaze, to nam može itekako pomoći da razumijemo terorističke ciljeve. Jedna je stvar ako se teroristički napad dogodi u domicilnoj zemlji jer tada on nije toliko medijski popraćen, no ako se dogodi u inozemnoj zemlji dobiva međunarodni publicitet. Ukoliko se dogodi otmica turista ili pak ubojstvo turista, dodatno se povećava se dramatičnost te se produbljuju i konflikti između zemlje koja je napadnuta i one zemlje koja napada. Turisti naime predstavljaju lake mete, dok teroristi mogu čak i cirkulirati među turistima, a da ne privuku preveliku pažnju. Napadom na turiste mogu lako poslati poruku koja vrlo često ne bi bila toliko medijski popraćena da se radi samo o lokalnom stanovništvu. Teroristi su svjesni da će njihov napad na turiste privući pozornost svih aktera u zemlji te će oni na takav način dobiti punu pažnju za izjašnjavanje svojih ciljeva.

Neka druga tumačenja baziraju se na tome da razlozi terorističkih napada mogu biti socijalne i ekonomske razlike među turistima i rezidentima. Kada se lokalno stanovništvo koje živi u nepovoljnim uvjetima susretne s turistima koji uživaju u luksuzu, to može dovesti do ogorčenosti. Razlog može također biti i sudar različitih kultura i vrijednosti. Određena ponašanja turista kao primjerice konzumacija alkohola ili pak svinjetine u islamskim zemljama mogu dovesti do sukoba jer lokalno stanovništvo gleda na turiste kao na prijetnju njihovim tradicionalnim normama i kulturnim vrijednostima.[55]

[55] Baker, D: The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, International journal of religious tourism and pilgrimage, Vol. 2., 2014. str 58.

Kada turist odabire destinaciju svoga putovanja, on želi znati da je ta destinacija sigurna za putovanje i boravak. Već sam imidž destinacije kao nesigurne, odbija turista da ju posjeti. Terorizam predstavlja veliki rizik za turizam, turista i destinaciju.

4.2.2 Učinci terorizma na destinaciju

Kako je u uvodnom djelu rada i rečeno, turizam se najčešće promatra kroz njegove pozitivne učinke koje ostvaruje u nekoj određenoj turističkoj destinaciji dok se terorizam promatra isključivo kroz njegove negativne efekte.

Jedan od najznačajnijih i ujedno najpoznatijih terorističkih napada je onaj 11. rujna 2001. godine u SAD-u. Iako je prije toga napada SAD pretrpio još nekolicinu terorističkih napada, ovaj se svima duboko urezao u pamćenje. Toga dana ukupno 19 terorista krenulo je na samoubilačku misiju otimajući četiri putnička zrakoplova koja su u tom trenutku bila puna putnika u cilju da ih iskoristi kao sredstva za bombardiranje američkih simbola moći. Prema služenom izvještaju Povjerenstva 911 utemeljenog 2002. godine, a s ciljem analize napada kao i njegovih posljedica, dva od ukupno četiri oteta aviona su se sjurila na Svjetski trgovački centar (WTC) u New Yorku nakon čega su se oba nebodera urušila u jako kratkom vremenskom periodu. Treći oteti zrakoplov je udario u zgradu Pentagona, glavno sjedište Ministarstva obrane SAD-a. Četvrti se zrakoplov srušio u ruralnom dijelu općine Somerset u Pennssylvaniji 130 km istočno od Pittsburga. Pretpostavlja se da je četvrti zrakoplov imao za metu Bijelu kuću ili pak Kongres, no zbog otpora putnika i posade nije uspio u naumu. Napad je rezultirao smrću 2.996 osoba, ranio preko 6.000 osoba te nanio materijalnu štetu od najmanje 10 milijardi dolara.[56] Američko tržište kao jedno od najvećih, u prva dva tjedna zabilježilo je gubitke u iznosu od 2 milijarde dolara, a stopa zaposlenosti je opala za 6%. Putovanja izvan zemlje smanjila su se sa 60.9 milijuna u 2000. godini na 54.2 milijuna u 2003. godini. Veliki broj putovanja unutar zemlje zamijenio je međunarodna putovanja, a strah od sigurnosti letenja povećao je korištenje automobila, buseva i vlakova kao prijevoznih sredstava. Strogi vizni režim zajedno sa nesigurnošću putovanja učinio je tako SAD manje atraktivnom destinacijom.[57]

Kada govorimo o utjecaju napada na svjetsku turističku industriju, kratkoročni efekt je bio smanjenje broja turista za 10% u mjesecima nakon napada. Ubrzo je postalo jasno da su se svjetski turistički tokovi kao posljedica terorističkog napada okrenuli u korist mediteranskih

[56] http://www.iags.org/costof911.html
[57] Prema: Belau, D: The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, 2003. i https://hawaii.knoema.com/gjeywzb/economic-impact-of-tourism-before-and-after-9-11dog

zemalja, pa su tako zemlje kao što su Hrvatska i Turska ostvarile porast turističkih kretanja u iznosu od 12%.[58]

Napadi 11.rujna zapravo predstavljaju najznačajniji negativni događaj koji se dogodio u 21. stoljeću u smislu ekonomskih, socijalnih, kulturnih i vojnih posljedica koje su iza toga pogodile SAD ali i ostale dijelove svijeta.

Godinu dana nakon napada u SAD-u, 2002. godine dogodio se teroristički napad na otoku Bali, točnije u poznatom odmorištu Kuti i to na samom vrhuncu sezone. U tom terorističkom napadu ubijeno je 202 ljudi, od kojih je čak 38 lokalaca, a ostalo su ljudi različitih nacionalnosti, a ponajviše njih je bilo iz Australije. Napad se dogodio detoniranjem tri bombe od strane bombaša samoubojice te eksplodiranjem automobila koji je bio pun bombi. Odabir Kute kao mete terorističkog napada nije bio slučajan iz tog razloga što to područje obiluje sjevernoameričkim i europskim turistima s niskim mjerama sigurnosti pa je samim time predstavljalo laku metu terorističkog napadan s velikim štetnim posljedicama.

U statističkim procjenama koje su učinjene nakon napada, broj međunarodnih dolazaka i to posebice onih sa zapadnog tržišta na Bali opao je za 22% u odnosu na prethodnu godinu. Smanjen broj dolazaka rezultirao je padom popunjenosti hotelskih smještajnih kapaciteta sa 68% na 27%.[59]

Budući da su radom u turizmu stanovnici Balija ostvarivali većinu prihoda oni nakon napada i nisu imali puno alternativa. Pad broja posjetitelja rezultirao je padom prihoda stanovnika, a što je onda dovelo do negativnih pojava poput depresije i kriminala.

Vlada Balija zajedno sa turističkim tijelima razvila je nakon terorističkog napada plan obnove turizma na čelu s Ministarstvom kulture i turizma. Izazovi s kojima su se suočili bili su pronalazak sredstava za obnovu uništene infrastrukture, kako ohrabriti pogođeno stanovništvo, ali i kako povratiti reputaciju Balija kao sigurne destinacije. Premda je bilo potrebno preko godine dana da se destinacija oporavi, uspjeli su u svom naumu te je Bali tako 2004. godine dosegnuo svog milijuntog posjetitelja.[60]

U mjesecu studenom 1997. godine dogodio se napad na arheološko nalazište te jednu od najvećih turističkih atrakcija u Egiptu, Luxor koji je u povijesti poznat pod terminom Luxorški masakr. Ovaj masakr bio je posljednji veliki masakr od strane islamista protiv turista

[58] Belau, D.: The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, 2003., str. 4
[59] https://eturbonews.com/31694/ten-years-significance-bali-bombings-tourism-industry
[60] http://www.insideindonesia.org/post-bomb-lessons

u Egiptu tijekom dvadesetog stoljeća. U napadu je ubijeno najmanje 70 ljudi, od kojih je najviše njih bilo turista. [61]

Nakon napada na Luxor, turistički oporavak u Egiptu bio je potpomognut kombinacijom implementacije Burson-Marsteller modela oporavka i pojačanom internom sigurnosti. Također se radilo i na intenzivnim marketinškim kampanjama od strane Egipatskih vlasti u području turizma koje su predstavile Egipat kao tisućljetnu destinaciju.

Najveći pad broja turističkih dolazaka odrazio se na japansko tržište za koje je Egipat predstavljao egzotičnu destinaciju sve do 1997. godine. Budući da su u napadu na Luxor Japanci također između ostalih nacionalnosti bili žrtve napada, broj njihovih dolazaka u Egipat se nakon napada drastično smanjio.

U skladu sa prethodno navedenim modelom oporavka destinacije, egipatska vlast kao i tvrtka za zračni prijevoz usko su surađivali sa privatnim sektorom, a u cilju toga da potaknu turiste na njihov povratak u Egipat. Također vlada u Egiptu je i masovno povećala razinu zaštite i sigurnosti u svim velikim turističkim kompleksima, a ovaj potez je također bio popraćen i slomom islamističkih grupa. Pet godina nakon napada na Luxor te svih mjera zaštite i oporavka destinacije nakon istog, nisu zabilježeni napadi na turiste u Egiptu.

Jedan marketinški faktor koji je također ubrzao proces opravka Egipta kao turističke destinacije bio je taj da se Egipat promovira na dva načina. Prvi način je promocija Egipta kao destinacija prikladna za hodočašća zbog uvjerenja da je Isus sa svojom obitelji proveo tri godine u Egiptu dok je drugi način promocije Egipta kao turističke destinacije zasnovan na tradicionalnoj atrakciji – Velikoj Piramidi.

Prema dostupnim podacima nakon napada na Luxor smanjio se broja dolazaka turista u Egipat i to za 12,7%, odnosno u apsolutnom izrazu, smanjio se sa 3,961.000 u 1997. godini na 3,456.000 u 1998. godini. No već 1999.godine broj turističkih dolazaka ponovno raste i to za čak 27,5%. No prema podacima egipatskog instituta za turizam, egipatska turistička industrija doživjela je svoj potpuni oporavak tek 2000.-ih godina. Jedino tržište koje nisu uspjeli vratiti nakon masakra je japansko tržište, no usprkos tome Egipat je uspio proširiti i nadograditi svoju turističku infrastrukturu te povećati cijene u turizmu tijekom 1999.-e godina. [62]

[61] https://www.nytimes.com/1997/11/18/world/70-die-in-attack-at-egypt-temple.html
[62] Prema: Beirman, D., Restoring tourism destinations in crisis: a strategic marketing approach., CABI Publishing, 2003. str. 79-84.

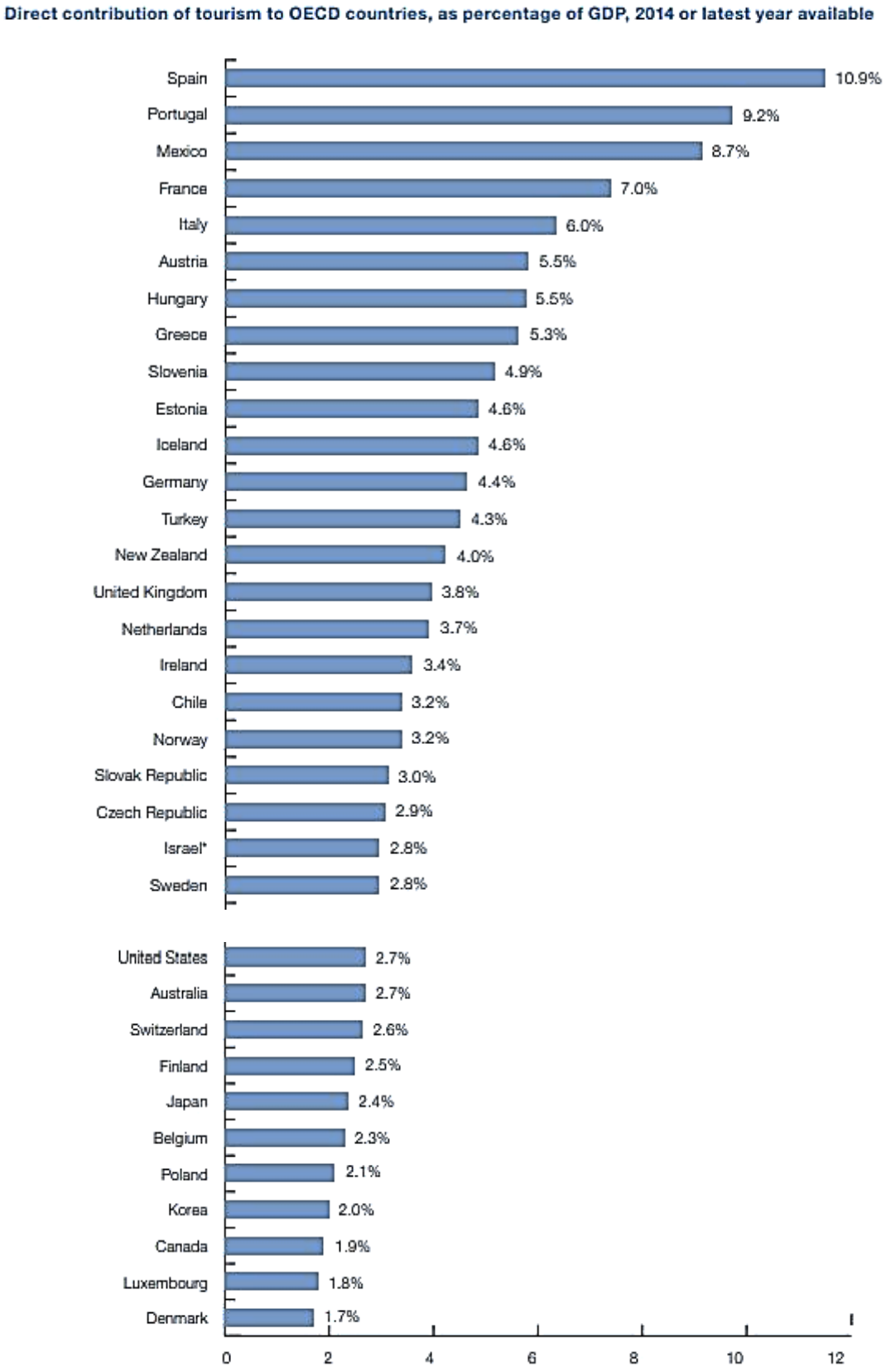
Iz svega prethodno navedenog vidljivo je kako i koliko terorizam može negativno utjecati na turizam bilo koje od turističkih destinacija te u potpunosti promijeniti percepciju potrošača u smislu odabira neke turističke destinacije kao destinacije svog predstojećeg putovanja.

4.3. Učinci globalnog terorizma na turizam članica država EU

4.3.1. Značenje turizma u ekonomiji EU

Turizam ima vrlo važnu ulogu u većini zemalja EU-a, te neprekidno pokazuje tendenciju rasta i razvoja u zemljama Europske Unije, te im donosi značajnu financijsku korist što je vidljivo iz sljedećih podataka:

Europska Unija ugostila je 538 milijuna internacionalnih posjetitelja u 2017. godini, što u postotku iznosi 40% od ukupnog iznosa u svijetu. Što se tiče turističke potražnje na razini EU, izmjereno je 3 milijarde noćenja godišnje od čega polovina otpada na domaće goste, a druga polovina na internacionalne goste. Turizam čini oko 6% ukupnog izvoza EU dok je izravni doprinos turizma na pojedinačna gospodarstva EU dostigao iznos od 11% BDP-a.

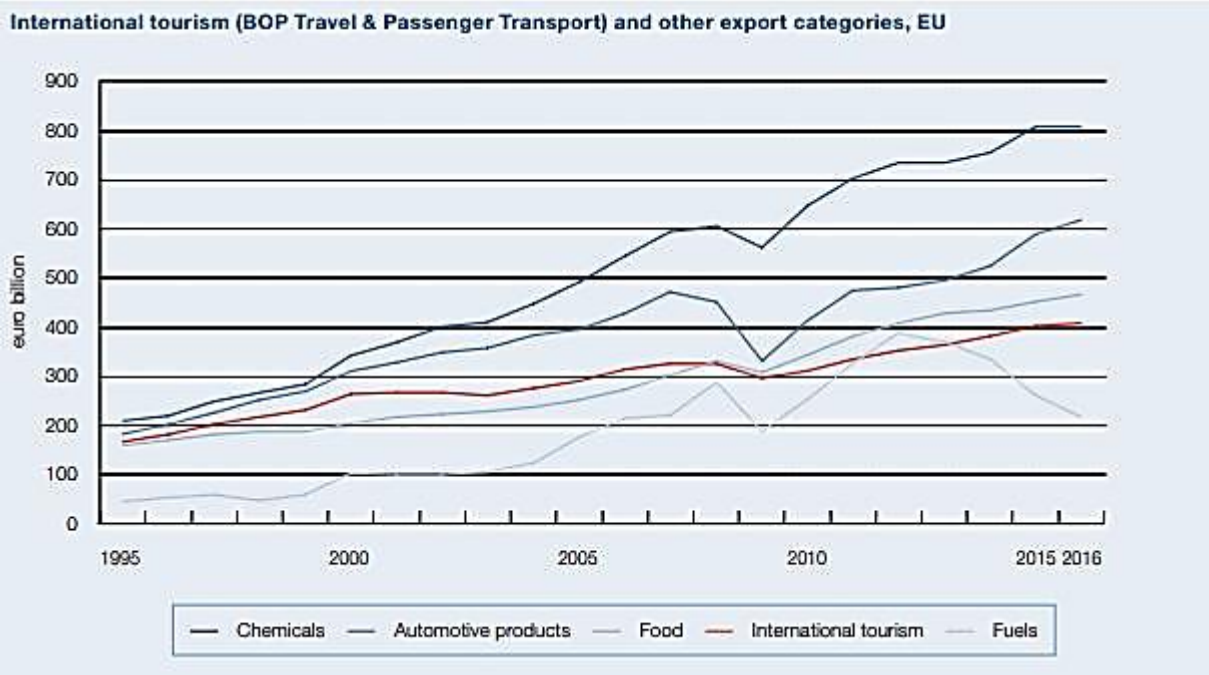


Slika 3: Direktan doprinos turizma na GDP zemalja članica EU

Izvor: UNWTO: European Union Tourism Trends, str. 56. Dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470, preuzeto: 28.5.2018.

Zemlje EU-a zaradile su 342 milijarde eura međunarodnih prihoda od turizma u 2016. godini što čini 31% ukupnog svjetskog izvoza, a što je značajan doprinos njihovoj bilanci plaćanja. Kako destinacije EU-a zarađuju više u međunarodnim prihodima od turizma nego što rezidenti EU-a troše na međunarodni turizam, EU ima bilancu turističke trgovine sa viškom od 27 milijardi eura.

Procjenjuje se da indirektni učinci turizma iznose 67 milijardi eura, a što je rezultiralo ukupnim izvoznim zaradama od međunarodnog turizma od 409 milijardi eura. To predstavlja ukupno 6% izvoza roba i usluga EU, te čini turizam četvrtom najvećom izvoznom kategorijom.



Slika 4: Internacionalni turizam u usporedbi s ostalim izvoznim kategorijama

Izvor: UNWTO: European Union Tourism Trends, str. 56. Dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470, preuzeto: 28.5.2018.

Što se tiče poduzeća kojima je primarna djelatnost bavljenje turizmom, a nalaze se unutar Europske Unije, bilo da su mala ili srednje velika poduzeća, zapošljavaju oko 12 milijuna ljudi. Ključna je pri tome činjenica da je 6 od 10 ljudi zaposlenih u turizmu ženskog spola. Isto tako turizam stvara priliku za rad i za mlade osobe između 15 godina i 24 godine.

Smještajni objekti u EU u 2016. godini pružali su ukupno 31 milijun kreveta. Od 1,5 milijardi međunarodnih noćenja, 1,1 milijardu ostvarili su gosti iz zemalja EU i 413 milijuna gostiju iz inozemstva.[63]

[63] http://www2.unwto.org/press-release/2018-04-25/joint-eu-unwto-report-provides-better-understanding-tourism-european-union (preuzeto 28.5.2018.)

Postotak turizma u ukupnom izvozu turističkih destinacija, članica EU najveći je u južnoj te mediteranskoj Europi od čega ostvaruju Hrvatska 36%, Grčka 29%, Cipar 22%, Portugal 20%. Najlošije udjele ostvaruju zapadnoeuropske destinacije kao što su Belgija (3%) i Nizozemska (2%).

Od zemalja EU, Španjolska ostvaruje najveći trgovinski višak (37 milijardi eura), zatim slijedi Italija (14 milijardi eura) i Grčka (11 milijardi eura). To objašnjava povoljne putničke bilance južne i mediteranske Europe. Za razliku od navedenih zemalja, zemlje sjeverne i zapadne Europe ostvaruju deficit u bilanci putničke trgovine.[64]

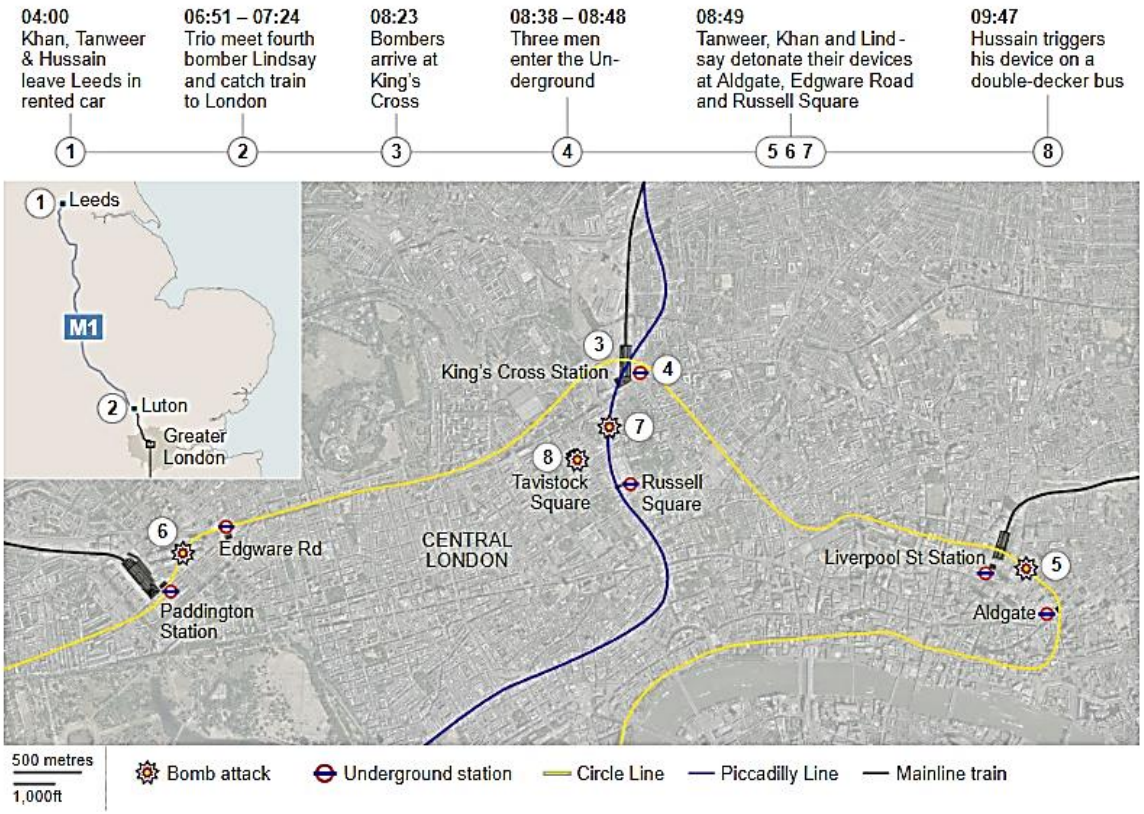
Vidljivo je kako je upravo turizam dominantna djelatnost Europske Unije i s obzirom na tu činjenicu treba biti posebno pažljiv kada se njima upravlja, a osobito pažljiv treba biti kada se upravlja krizom u turizmu jer samo jedna veća kriza može nanijeti puno štete turističkom sektoru i poništiti sve ono dobro što je njime ostvareno.

4.3.2. Posljedice terorističkih djela na turizam država članica EU

2005. godine, na dan 7. srpnja dogodila se serija koordiniranih samoubilačkih napada u centru Londona, a glavni cilj napada bili su civili u javnoj prijevozničkoj mreži rano ujutro.

[64] Ibid.

Četiri pripadnika islamističke terorističke skupine detonirala su tri bombe u nizu u londonskom metrou te četvrtu bombu na poznatom londonskom turističkom autobusu na Tavistok trgu.



Slika 5: Prikaz bombaških napada u Londonu po satima i mjestima napada

Izvor: http://www.bbc.com/news/uk-33253598 (preuzeto: 29.5.2018)

Preko 700 osoba je ranjeno, a 52 osobe su ubijene u ovom činu, najgorem kojeg Ujedinjeno Kraljevstvo pamti. Istraživanja pokazuju kako je ovaj napad u Londonu smanjio razinu ekonomskih aktivnosti zemlje na razinu kakva nije bila zabilježena još od rata u Iraku 2003. godine. Napadi su se dogodili tik pred turističku ljetnu sezonu, ali i u jako nepogodno ekonomsko razdoblje. Naime u vrijeme prije ovog napada London je bio u najvećoj ekonomskoj krizi nakon 1993. godine. Broj turista koji su otkazali svoje putovanje popeo se sa 21% na čak 27%. Prve grube procjene koje su uslijedile nakon napada tvrdile su da je ukupni trošak napada u području turizma iznosio 300 milijuna funti. Čak su i turističke atrakcije unutar samog Londona, u ovisnosti o svojoj lokaciji imale drugačije reakcije turista. Središnji dio grada te atrakcije kao što su London Tower te Madam Tussauds zabilježili su pad broja turista za 15% u odnosu na isti period posjeta godinu dana ranije, dok su atrakcije na rubnim dijelovima grada kao što su vrtovi Kew i druge bilježile porast broja turista za čak 10% do 14%.

Ipak, već 2006. godine, časopis The Guardian je objavio kako je zabilježeno rekordnih 30 milijuna dolazaka unatoč prvotnim pesimističkim procjenama. Strani turisti su ostvarili potrošnju od 14,2 milijardi funti prema podacima Nacionalnog statističkog ureda. [65]

U ožujku 2004. godine, u jutarnjim satima, aktivirane su tri bombe u vlakovima Madrida, u blizini stanice Atocha. Potom su aktivirane još četiri u neposrednoj blizini, te još jedna na stanici Santa Eugenia i El Pozo del Tio Raimundo.[66]



Slika 6: Prikaz bombaških napada u Madridu po mjestima napada

Izvor: https://www.openstreetmap.org/#map=11/40.3973/-3.7930 (preuzeto: 29.05.2018.)

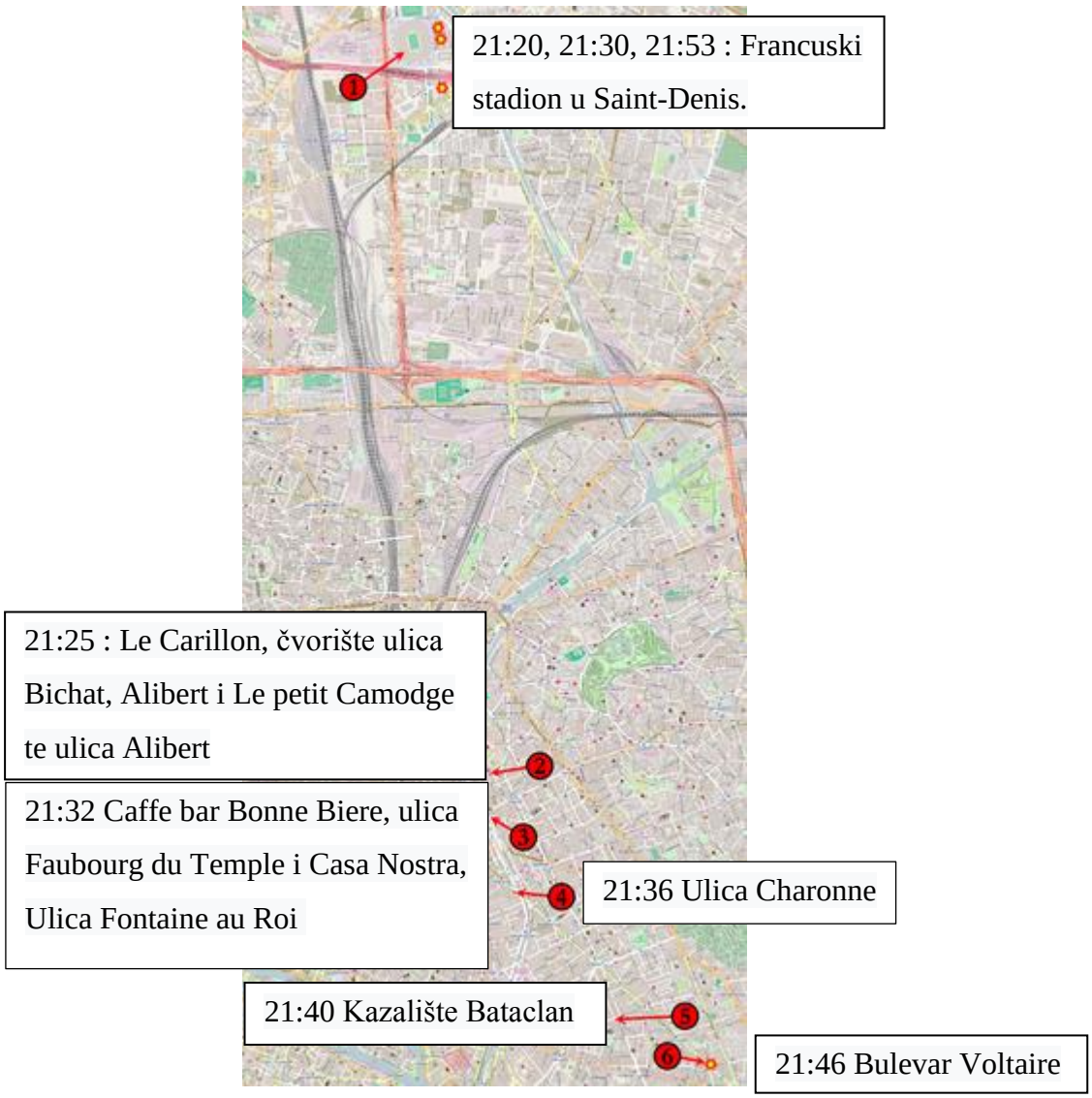
U ovim napadima poginulo je 190 ljudi te je više od 2000 ljudi ranjeno. Ovaj napad smatra se najsmrtonosnijim terorističkim napadom u Španjolskoj, nakon bombardiranja Pan

[65] The Guardian, Plan to coax shoppers back to west end after bombs, 2005.
[66] Buesa, M., et.al.: The economic cost of march 11: Measuring the direct economic cost of the terrorist attack on march 11, 2004 in Madrid, Terrorism&Political violence, No.19., Vol.4., 2007., str. 489-509.

Am leta 103, 1988. godine. Ipak, prema istraživanjima turizam u Španjolskoj nije bio jako narušen nakon napada 2004. godine. Od preko 1200 španjolskih turističkih tvrtki, samo je njih 1/3 zabilježila manji utjecaj od 5% na prodaju tijekom dana koji su uslijedili nakon napada. Ostalih 2/3 tvrtki nastavilo je s radom bez ikakvih negativnih utjecaja. Antonio Nieto, generalni direktor turizma za Madridsku regiju, tvrdio je kako podaci Španjolskog statističkog instituta pokazuju da je broj stranih turista unatoč napadu u ožujku 2004. godine narastao za više od 7,4%. Ovaj podatak ukazuje na to kako je Madrid, zadržao status jake turističke destinacije bez obzira na taj snažan teroristički napad.

Terorizam nije strana pojava ni u Francuskoj. Kroz povijest ova zemlja bilježi brojne slučajeve terorističkih napada, još od 19. stoljeća pa sve do danas. Glavni grad Pariz tako je često bio na meti terorističkih napada. Najpoznatiji napad dogodio se 2015. godine nad uredništvom Charlie Hebdo časopisa te u jednoj od robnih kuća, a što je onda uzrokovalo brojne demonstracije. Drugi val napada u Parizu dogodio se samo nekoliko mjeseci nakon napada na redakciju Hebdo, točnije 13. studenog 2015. Taj napad smatra se najgorim u povijesti Francuske sa 150 smrtnih slučajeva i preko 500 ozlijeđenih ljudi, a što je utjecalo na smanjenu globalnu i lokalnu sigurnost cijele regije. Tog dana, kojeg u medijima često nazivaju crni petak, sedam simultanih terorističkih napada dogodili su se diljem Pariza. Prema službenim informacijama, 129 ljudi je ubijeno i više od 350 ih je ranjeno. Najmanje sedmorica terorista bila su uključena u ovaj teroristički napad. Trojica terorista detonirala su bombe na svojim prslucima u neposrednoj blizini nogometnog stadiona oko 21:00 sat, a četvrti je učinio isto u restoranu na Boulevard Voltaire. Ostali teroristi bili su uključeni u masovnu pucnjavu za vrijeme koncerta u Bataclan koncertnoj dvorani, gdje su ubili više od 80 ljudi.[67]

[67] International Institute for counter-terrorism, The black Friday attacks, 2015., str.2



Slika 7: Prikaz terorističkih napada diljem Pariza 2015. Godine

Izvor: OpenStreetMap (preuzeto: 29.5.2018.)

Teroristički napadi koji su se dogodili u Francuskoj dolaze baš u vrijeme kada se u Europi odvija migrantska kriza, a što dodatno zaoštrava globalne političke i društvene odnose.

Ekonomsko stanje u regiji bitno se pogoršalo ovim napadom. Vidljive su jasne promjene i padovi u području dioničkog poslovanja, posebice turistički vezane dionice poput različitih aviokompanija, booking agencija i kruzera.

Priroda napada na nedužne ljude koji su uživali u hrani, kulturi i sportu koji privlači milijune turista svake godine u Pariz, loša je pogotovo za putničke agencije, hotelijere te druga poslovanja, a koja su vezana za uslužni sektor. U jednom trenutku poznati Eiffelov toranj bio je zatvoren za posjetitelje kao i Disneyland Paris.

Direktno i indirektno turizam je odgovoran za oko 9% francuskog BDP-a i 10% ukupne zaposlenosti, stoga bilo kakav dugoročni negativni utjecaj na turizam može ozbiljno narušiti ekonomsko stanje države. Međutim, srećom turisti, slično kao i investitori vrlo brzo zaboravljaju terorističke događaje.

Prema istraživanju Synhorcat, prodaja u gradskim kafićima, barovima i restoranima opala je u tjednu koji je uslijedio nakon napada za čak 44% u odnosu na isti period godinu dana ranije, dok su hoteli bilježili pad od čak 57%. Također otkazani su i brojni koncerti od strane bendova poput U2, Foo Fighters i drugih, a što je također utjecalo na brojna otkazivanja internacionalnih dolazaka. Odmah iza toga, postavila su se pitanja o cjelokupnoj ekonomiji Fracuske u vrijeme osjetljivog rasta.[68]

4.4. Terorizam i turizam u RH

4.4.1. Značenje turizma u ekonomiji RH

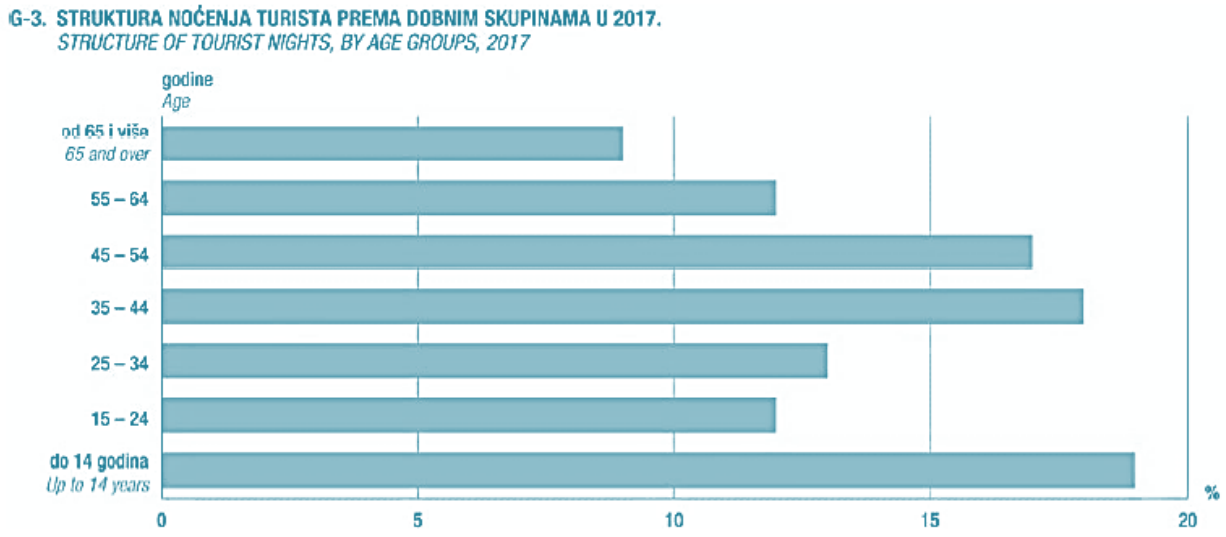
Hrvatska je tradicionalno orijentirana turistička zemlja u kojoj je turizam glavni generator gospodarskog razvoja te kao takav mora držati korak sa postojeći ali i onim nadolazećim trendovima na turističkom tržištu kako bi i dalje mogla opstati na tržištu konstantno povećavajući svoju konkurentnost.

Hrvatska je 1990. godine bila srednje razvijena turistička destinacija te je ostvarivala oko 7% udjela po ostvarenom broju noćenja. 1995. godine udio turizma u BDP-u iznosio je 2,1% dok je 2002. godine taj udio iznosio 3%. [69] 2017. godine pak udio turizma u BDP-u iznosio je 19,6%, a što predstavlja rast od 0,7 postotnih poena u odnosu na godinu ranije.

Dakle, u 2017. godini došlo je ukupno 17,4 milijuna turista koji su ostvarili 86,2 milijuna noćenja u smještajnim objektima diljem Hrvatske. U 2017. ostvareno je 13% više dolazaka i 11% više noćenja turista u odnosu na 2016. godinu. U strukturi ukupno ostvarenih dolazaka turista 89% njih čine dolasci stranih turista, a 11% njih čine dolasci domaćih turista. U 2017. godini u odnosu na 2016. godinu došlo je dakle do porasta dolazaka domaćih turista i to za 5%, odnosno do porasta dolazaka stranih turista i to za 14%. U strukturi ukupno ostvarenih noćenja, 93% ostvarili su strani turisti dok su domaći ostvarili 7% noćenja. [70] Najviše noćenja ostvarili su turisti u dobnoj skupini od 14 godina i to 16 milijuna noćenja, što je 19% ukupno ostvarenih

[68] Thompson, A.: Paris suffers steep fall safter terrorist attacks, Financial times, 2015.
[69] Vuković, I.: Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji i implikacije na Hrvatsku, Toursim and Hospitality Management, Vol.12, No.1, 2006. str. 47.
[70] http://hrturizam.hr/dzs-dolasci-nocenja-u-2017/, preuzeto: 29.5.2018.

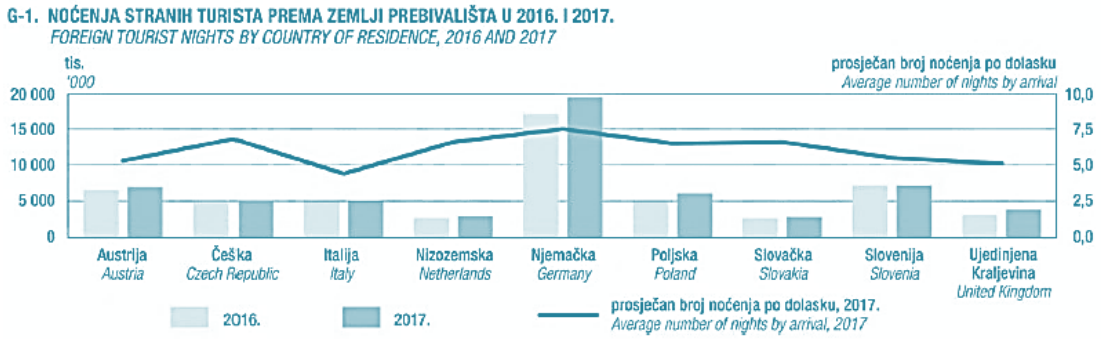
noćenja. Slijede ih turisti u dobnoj skupini od 35 do 44 godine s ostvarenih 15 milijuna noćenja, što je ukupno 18% ostvarenih noćenja.



Slika 8: Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2017. godini

Izvor: http://hrturizam.hr/dzs-dolasci-nocenja-u-2017/ , preuzeto: 29.5.2018.

Turisti iz Njemačke su ostvarili najviše noćenja 2017. godine i to 19,5 milijuna, što je ukupno 24% ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. Slijede noćenja turista iz Slovenije i Austrije, svaka po 9%, Poljske 8%, Češke i Italije 6%, UK-e 5%, Nizozemske, Mađarske i Slovačke 4% što je ukupno 79%. Turisti iz ostalih zemalja ostvarili su 21% noćenja. [71]



Slika 9: Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u 2016. i 2017. godini

Izvor: Ibid.

[71] Ibid.

Turisti su najviše noćili u skupini objekata odmarališta i sličnim objektima za kraći odmor. Domaći turisti najviše su noćili u gradu Zagrebu, dok su strani turisti najviše noćenja ostvarili u gradu Dubrovniku. Istarska županija opet je prednjačila ispred drugih županija po broju ostvarenih noćenja dok je grad Dubrovnik preuzeo titulu grada s najviše ostvarenih noćenja.[72]

Prema podacima HNB-a tijekom 2017. godine, prihodi u turizmu od stranih gostiju iznosili su 9 milijardi i 493 milijuna eura što u odnosu na 2016. godinu predstavlja rast i to od 10%.

Rezultati istraživanja Tomas Ljeto iz 2017. godine pokazali su značajne promjena u stavovima i potrošnji turista u odnosu na 2014. godinu kada je ovo istraživanje zadnji put provedeno. Prosječna dnevna potrošnja turista tako je u 2017. godini iznosila 79 eura po osobi i noćenja što predstavlja rast od 19% u odnosu na 2014. godinu. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49% se odnosi na smještaj, 17% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34% na sve ostale usluge. [73]

[72] Ibid.
[73] http://hrturizam.hr/objavljeni-rezultati-istrazivanja-stavovi-potrosnja-turista-u-hrvatskoj-tomas-ljeto-2017/ , preuzeto: 29.5.2018.

Tablica 2: Potrošnja u destinaciji za 2017. godinu

Potrošnja u destinaciji		
Prosječna dnevna potrošnja po osobi		
	€	%
Ukupno	78,77	100
Smještaj*	38,77	49
Hrana i piće izvan objekta	12,96	17
Kupnja	12,03	15
Kultura i zabava	2,72	19
Sport i rekreacija	3,05	
Izleti	2,66	
Lokalni prijevoz	4,70	
Ostalo	1,89	

Izvor: Obrada autora prema Tomas Ljeto, Institut za turizam, 2017.

Najviše su u prosjeku trošili gosti iz SAD-a potom iz Velike Britanije, Španjolske, Rusije te gosti iz skandinavskih zemalja. [74]

[74] Ibid.

Tablica 3: Prosječna potrošnja gostiju po zemlji podrijetla

Prosječna dnevna potrošnja po osobi u eurima	
	€
SAD	158
Velika Britanija	139
Španjolska	126
Rusija	121
Skandinavija	119
Francuska	96
Srbija	95
Austrija	91
Nizozemska	79
Italija	76
Njemačka	75
Mađarska	72
Češka	71

Izvor: Obrada autora prema Tomas Ljeto, Institut za turizam, 2017.

Prema dostupnim podacima za 2018. godinu iz mjeseca ožujka vidljivo je kako je ostvaren rast broja turističkih dolazaka za 28,5% od čega rast broja dolazaka domaćih turista iznosi 7,4% dok rast broja dolazaka stranih turista iznosi 38,6%. Rast je također vidljiv i u broju ostvarenih noćenja po svim kategorijama (ukupan rast, rast domaćih noćenja i rast stranih noćenja). [75]

Udio prihoda od turizma u BDP-u od 19,6% u 2017. godini (prema zadnjim dostupnim podacima o udjelima) pokazuje ustvari loše stanje Hrvatskoga gospodarstva. Glavni problem nije sam turizam već su problem ostali sektori koji nisu adekvatno razvijeni, a koji bi uz turizam

[75] http://www.mint.hr , preuzeto: 29.5.2018.

trebali biti razvijeni. Udio turizma u BDP-u Hrvatske daleko je najviši u Europi. Usporedbe radi, jedna Njemačka je imala prošle godine udio turizma u BDP-u 1,1% , Italija 2,2%, Francuska 1,9%, Španjolska 4,7%, Austrija 4,9% i slično. No, ipak kako je prethodno već rečeno, to nije problem samo turizma kao djelatnosti nego svih ostalih gospodarskih sektora koji ne funkcioniraju kako bi trebali funkcionirati. [76]

4.4.2. Potencijalne terorističke ugroze turizma u RH

Načelno, opasnost terorizma u Hrvatskoj je moguća, a razina opasnosti u zemlji od strane teroristička skupine ISIL, doduše ne direktno Republici Hrvatskoj već Hrvatima koji žive na Balkanu, a posebno u Bosni i Hercegovini označena je kao umjerena.[77] Terorizam Islamske države u svijetu predstavlja novi, drugačiji oblik organizacije. Naime njihova struktura je difuzna što znači da ako neki poklonik te političke struje procijeni da bi mogao djelovati, on će onda akciju poduzeti na svoju ruku.

S obzirom na to da se opasnost ne može zanijekati, u Hrvatskoj se često spominje susjedna Bosna i Hercegovina kao moguće ishodište napada na samu RH. Ipak se često u skladu s tim čuju različite i na žalost neodgovorne procjene u službi partikularnih i dnevnopolitičkih interesa.

Ugroza nacionalne sigurnosti djeluje na povećanje troškova, smanjuje potražnju i prihode te utječe na buduća ulaganja inozemnih ulagača. Terorizam kratkoročno rezultira materijalnim gubitcima, ljudskim žrtvama te stvaranjem neizvjesnog investicijskog okruženja. Na dugi rok, djeluje na povećanje izdataka zbog antiterorističkih aktivnosti i mjera sigurnosti, a također može utjecati i na priljeve FDI-ja ali i na gospodarski rast.

Ukoliko bi se dogodio teroristički napad na RH, vidjeli smo po primjerima iz Europe, to bi se negativno odrazilo na turizam, a negativne posljedice tog čina bi se posljedično prelile na cijelo gospodarstvo.

4.5. Sredstva praćenja i mjerenja intenziteta terorizma

Indikatori predstavljaju opći naziv za pokazatelje stanja ili promjene stanja nekog sustava (primjerice gospodarski indikator rasta). U ekonomiji poznate su tri vrste indikatora i

[76] http://hrturizam.hr/prosle-godine-ostvaren-rast-prihoda-od-turizma-od-10-posto-sto-cini-196-posto-bdp/ , preuzeto: 29.5.2018.
[77] Riječi Pava Kalinića, politologa koji se bavi sigurnošću i šefa zagrebačkog Gradskog ureda za upravljanje u hitnim situacijama, dostupno na: https://www.express.hr/top-news/upozorio-hrvatska-je-najrealnija-meta-isil-a-10949 (preuzeto 20.8.2018.)

to redom: vodeći pokazatelji koji nastoje predvidjeti smjer kretanja gospodarstva, zatim indikatori koji pokazuju ekonomsku aktivnost kao što je to GDP, te tzv. tromi indikatori. Tromi indikatori postaju vidljivi tek nakon što se u gospodarstvu dogodi ekonomska promjena. Neki od primjera ove vrste indikatora su kamatne stope, indeks potrošačkih cijena i drugi.[78]

Kada govorimo o indikatorima vezanim za praćenje i mjerenje intenziteta terorizma, možemo ih podijeliti na indikatore koje prate namjeru i sposobnost terorista za napad te indikatore koje mjere utjecaj samog terorističkog čina. Indikatori koji prate namjeru i sposobnost terorista za napad mogu se podijeliti tri veće slijedeće skupine: bihevioralni, geografski i vremenski. Što se tiče ovih indikatora ne postoji posebna institucija koja ih prati te bilježi već se podaci vezani uz njih dobivaju praćenjem određene skupine terorista ili iz policijskih izvješća o terorističkim napadima kao i intervjuima s nadležnim osobama. Također je važno spomenuti da za ove indikatore ne postoji standardizirana baza podataka po kojoj bi se onda mogli izgraditi profili terorističkih skupina ili terorista pojedinca. Ipak, korisnost ovih indikatora leži u njihovoj sposobnosti informiranja procesa procjene prijetnje te mogućnosti usporedbe terorističkih skupina ili pojedinaca između sebe. [79]

Dva najčešća, a ujedno i najbolja indikatora za praćenje i mjerenje intenziteta terorizma su globalni indeks terorizma i globalni indeks mira.

Globalni indeks terorizma predstavlja godišnje izvješće kojeg objavljuje Institut za ekonomiku i mir[80], a razvijen je od strane poduzetnika i informatičkog stručnjaka Stevea Killelea. Ovaj indeks pokazuje sveobuhvatni sažetak globalnih trendova i uzoraka terorizma od 2000. godine te proizvodni kompozitni rezultat kako bi se uspješno rangiralo države prema indeksu rizika i utjecaja terorizma. U uzorak obuhvaća trendove 163 države svijeta, odnosno pokriva 99,7% svjetske populacije. Globalni indeks terorizma baziran je na podacima koje prikuplja Nacionalni konzorcij studija terorizma i odgovora na terorizam (START)[81] sveučilišta u Marylandu (SAD). Baza podataka sadrži više od 150.000 slučajeva terorizma te je stoga to najveća takva baza podataka na svijetu.

[78] http://www.businessdictionary.com/definition/economic-indicators.html (preuzeto: 20.08.2018.)
[79] https://www.researchgate.net/publication/279183176_Indicators_of_Terrorist_Intent_and_Capability_Tools_for_Threat_Assessment (preuzeto: 20.8.2018.)
[80] http://economicsandpeace.org/ (pristupljeno: 20.8.2018.)
[81] http://www.start.umd.edu/

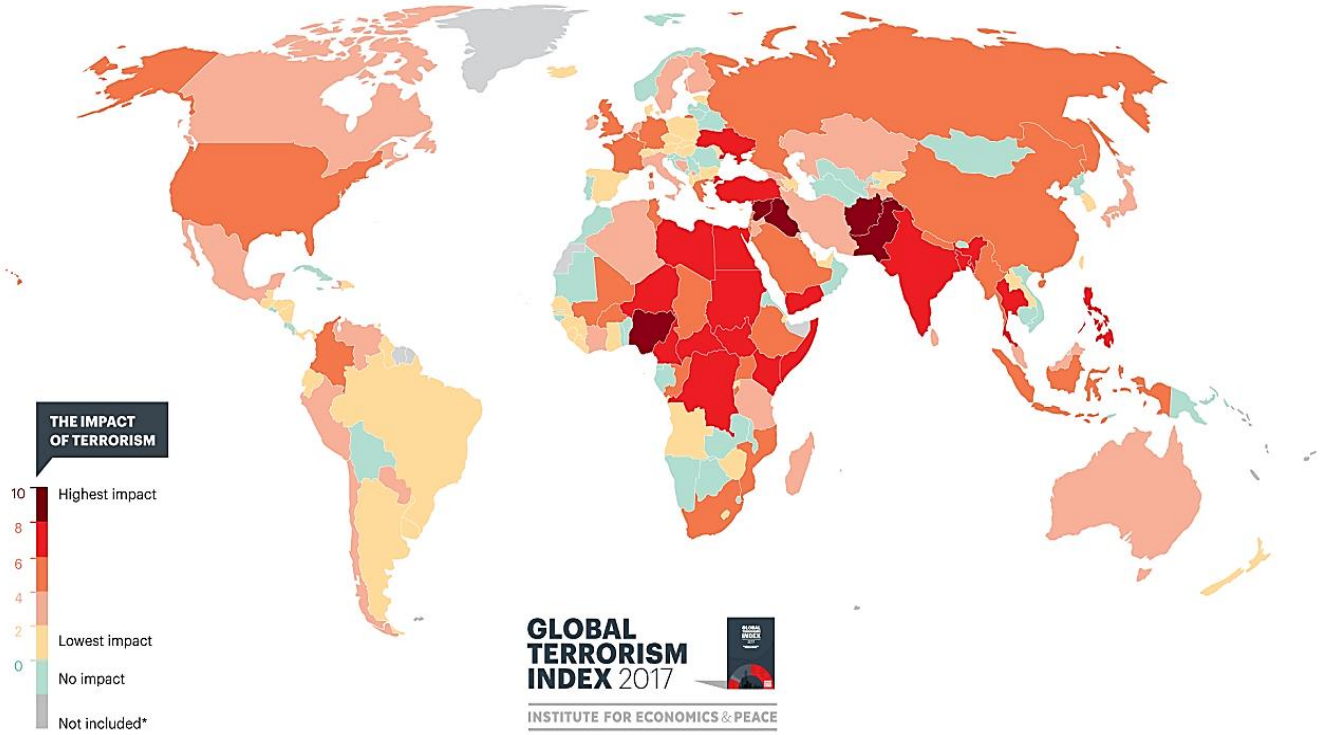
Da bi se neki slučaj okarakterizirao kao teroristički čin te tako ušao u ovu bazu podataka on mora ispuniti uvjet baze, dakle mora biti namjerni čin nasilja ili prijetnje nasiljem od strane ne-državnog aktera, a to pak znači da incident mora ispuniti tri kriterija kako bi bio teroristički čin: mora biti namjeran, mora značiti određenu razinu nasilja ili makar prijetnje nasiljem uključujući pri tom i oštećenje imovine, kao i samo nasilje nad ljudima te su počinitelj/i izgreda obično pripadnici nacionalnih manjina. Ova baza podataka ne uključuje akte državnog terorizma.

Ocjena globalnog indeksa terorizma za neku državu u određenoj godini temelji se na jedinstvenom sustavu bodovanja kako bi se uzeo u obzir relativan utjecaj incidenata u godini dana. Tako se četiri faktora broje u godišnjoj ocjeni svake od država. Ta četiri faktora su slijedeća:

- Ukupan broj terorističkih incidenata u određenoj godini,
- Ukupan broj smrtnih slučajeva uzrokovanih terorizmom u određenoj godini,
- Ukupan broj ozljeda uzrokovanih terorizmom u određenoj godini,
- Ukupna razina ukupne imovinske štete uzrokovane terorizmom u određenoj godini.

Svaki od navedenih faktora se ponderira drukčije te se primjenjuje petogodišnji ponderirani prosjek koji odražava dugotrajni psihološki učinak terorističkih akata tijekom godina. Najveći ponder pripisuje se smrtnosti dok se mjera oštećenja imovine dodatno razvrstava u četiri razine, ovisno o izmjerenom opsegu oštećenja imovine koju je nanio neki incident.

Kako je u 2017. godini izgledao izmjereni globalni indeks terorizma po državama u svijetu može se vidjeti na priloženoj slici:



Slika 10: Prikaz globalnog indeksa terorizma na mapi svijeta u 2017. godini

Izvor: http://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/terrorism-spreading-less-deadly-2017/ (preuzeto:5.6.2018.)

Globalni indeks terorizma poprima vrijednosti od 0 do 10. Vrijednost 0 znači da u nekoj državi uopće nema terorizma te s toga na tu državu terorizam uopće ne utječe, dok viša vrijednost označava sve veći utjecaj terorizma na neku državu. Oznaka 10 na skali utjecaja terorizma na državu znači da terorizam u toj državi ima najviši utjecaj i da postoji velika opasnost od napada.

Naša početna intencija je bila u radu koristiti ovaj indeks kao jednu od nezavisnih varijabli u konceptualnom modelu istraživanja, no nakon uvida u bazu podataka iz koje nismo mogli doći do istih za globalni indeks terorizma odlučili smo se iskoristiti varijablu koja predstavlja njegovu alternativu. Tako smo u radu kao nezavisnu varijablu koristili broj incidenata koja ima veze sa terorizmom. Navedena varijabla za uzorak od 26 država članica Europske Unije poprima vrijednosti od 0 do 137 gdje vrijednost 0 znači da u nekoj državi u određenoj godini **t** uopće nije bilo terorističkih napada, dok vrijednost 137 znači da je u određenoj državi opet u određenoj godini **t** ukupan broj napada bio 137.

Globalni indeks mira drugi je značajni indikator mjerenja intenziteta terorizma. Ovaj indeks mjeri relativnu poziciju miroljubivosti naroda i regija. Kao i globalni indeks terorizma, rangira ukupno 163 nezavisne države i teritorije prema njihovoj razini miroljubivosti.

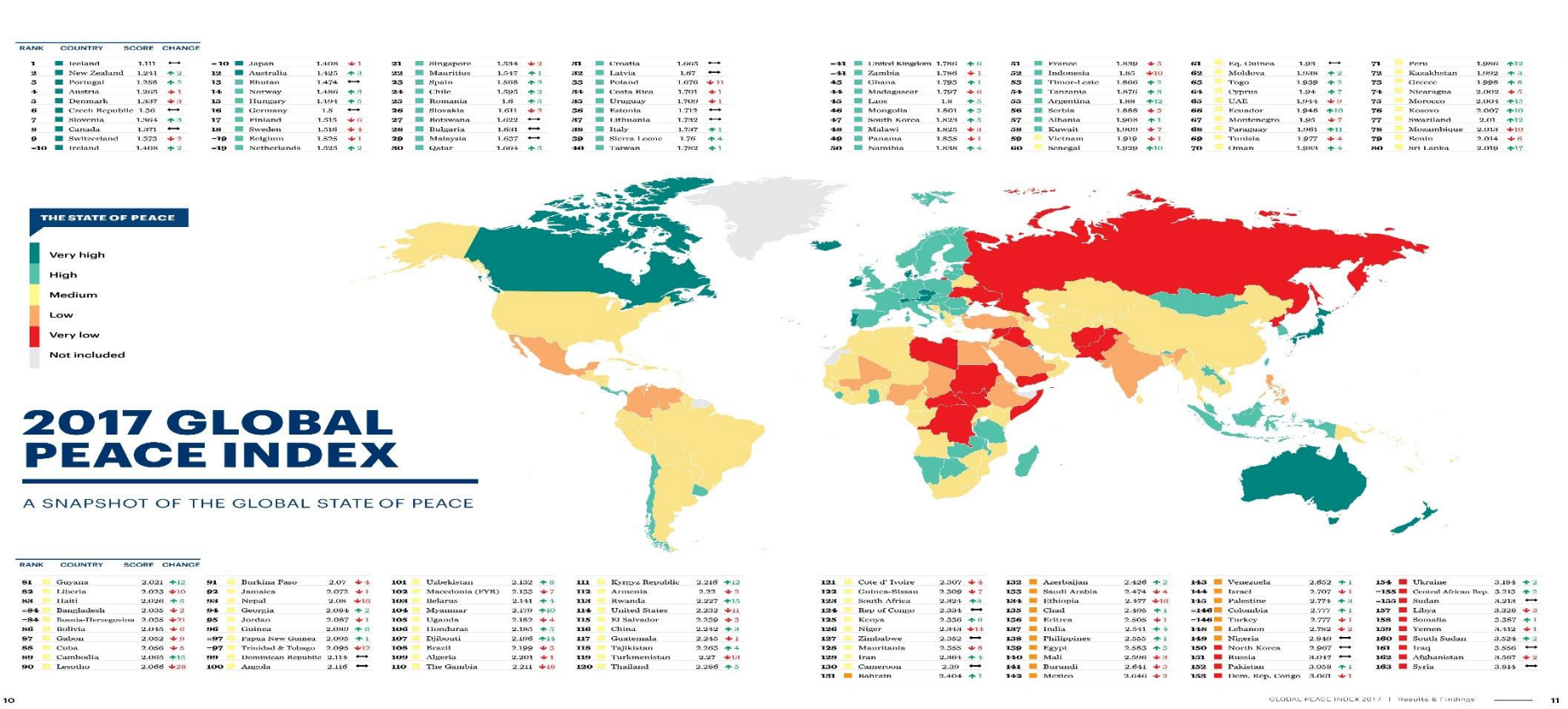
Indeks je prvi put pokrenut 2007. godine, a objavljuje se u Izvješćima koja izrađuje Institut za ekonomiju i mir. Razvijen se u dogovoru sa međunarodnim panelom mirovnih stručnjaka iz mirovnih instituta i tzv. think tankova s podacima prikupljenima i podijeljenima od strane ekonomske obavještajne jedinice Economic Intelligence Unit-a. Tvrdi se da je ova studija prva takva koja rangira države prema njihovoj razini miroljubivosti. U 2017. godini rangirano je ukupno 163 države što predstavlja veliki napredak u odnosu na 2007. godinu kada ih je bilo rangirano ukupno 121. U proteklom desetljeću ovaj globalni indeks mira ukazao je na trend povećanog globalnog nasilja.

Globalni indeks mira procjenjuje globalni mir pomoću tri široke teme:

- Razina društvene sigurnosti i sigurnosti općenito,
- Opseg trajnih domaćih i međunarodnih sukoba,
- Stupanj militarizacije.

No, čimbenici mogu biti i unutarnji kao što su to primjerice razina nasilja i zločina unutar zemlje i vanjski kao što su to vojni izdaci i ratovi.

Izvješće o globalnom indeksu mira za 2017. godinu pokazuje da su Island, Novi Zeland, Portugal, Austrija i Danska ocijenjene kao najugodnije i najmirnije zemlje za boravak, dok su Sirija, Afganistan, Irak, Južni Sudan i Jemen ocjenjene kao najmanje mirne zemlje.



Slika 11: Prikaz globalnog indeksa mira po državama za 2017. godinu

Izvor: http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/06/GPI17-Report.pdf, preuzeto: 6.6.2018.

Dugoročni rezultati indeksa mira pokazuju manje miran svijet u proteklih deset godina, povećanje nejednakosti između najviše i najniže miroljubivih zemalja, dugoročno smanjenje indeksa mira te širenje utjecaja terorizma, s povijesno velikim brojem ubijenih ljudi u terorističkim incidentima tijekom proteklih 5 godina.

Ukoliko se gleda na miroljubivost neke države onda globalni indeks mira pokazuje u kojoj mjeri države sudjeluju u kontinuiranim domaćim i međunarodnim sukobima. Također, ovaj indeks želi ocijeniti i razinu sklada ili neslaganja unutar naroda što se ocjenjuje uz pomoć deset pokazatelja. Kako bi se za neku državu moglo reći da je ona miroljubiva s obzirom na stanje u istoj državi , važno je da ispunjava kriterije kao što su to: niska stopa kriminala, minimalna intencija terorističkih akcija i nasilnih demonstracija, skladni odnosi sa susjednim državama, stabilna politička scena te mali dio stanovništva koji se interno raseljava ili mali broj izbjeglica u državi.

Indeks može poprimiti vrijednosti od 1 do 5 na ljestvici. Vrijednost 1 znači da je neka država izuzetno mirna odnosno da je stanje mira u državi na izuzetno visokoj razini. Sve veći broj na ljestvici vrijednosti znači da je stanje mira u državi sve slabije, dok najveći broj na ljestvici označava da u nekoj državi uopće ne vlada mir.

2017. godine korištena su ukupno 23 indikatora za utvrđivanje ocjene miroljubivosti svake države. Indikatori su izvorno odabrani već 2007. godine od strane stručnog vijeća, a stručni odbor indikatore pregledava od tada na godišnjoj razini. Bodovi za svaki od indikatora normaliziraju se na ljestvici od 1 do 5, pri čemu se kvalitativni indikatori spajaju u pet skupina, dok kvantitativni indikatori dobivaju ocjenu od 1 do 5, zaokruženo do tri decimalna mjesta. Tablica sa indikatorima biti će prikazana u nastavku:[82]

Tablica 4: Indikatori za utvrđivanje stupnja miroljubivosti svake od država

[82] http://economicsandpeace.org/

	Indikator	Bodovi
1	Broj i duljina trajanja internog konflikta	Ukupni broj
2	Broj smrtnih slučajeva od strane eksterno organiziranog konflikta	Ukupni broj
3	Broj smrtnih slučajeva od strane interno organiziranog konflikta	Ukupni broj
4	Broj, trajanje, i uloga u eksternim konfliktima	Ukupni broj
5	Jačina unutarnjeg organiziranog konflikta	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
6	Odnosi sa susjednim zemljama	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
7	Razina percipiranog kriminaliteta u društvu	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
8	Broj izbjeglica i raseljenih osoba kao postotak stanovništva	Izbjeglička populacija prema zemlji ili području podrijetla, plus broj raseljenih osoba kao postotak ukupnog stanovništva zemlje
9	Politička nestabilnost	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
10	Utjecaj terorizma	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
11	Politički teror	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
12	Broj ubojstava na 100,000 ljudi	Ukupni broj
13	Razina nasilnih zločina	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
14	Vjerojatnost nasilnih demonstracija	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5
15	Broj uhićenih osoba na 100,000 osoba	Ukupni broj
16	Broj službenika unutarnje sigurnosti i policije na 100,000 ljudi	Ukupni broj; civilna policija različita od nacionalnih čuvara ili lokalne policije
17	Vojni izdaci kao postotak BDP-a	Novčani izdaci središnje ili savezne vlade za udovoljavanje troškovima nacionalnih oružanih snaga, kao postotak BDP-a, rezultat su od 1 do 5 na temelju postotka
18	Broj naoružanih osoba u službi na 100,000 stanovnika	Cjelokupno osoblje aktivnog oružanog servisa sa punim radnim vremenom

19	Obujam prijevoza glavnih konvencionalnih oružja kao primatelja (uvoza) na 100,000 ljudi	Uvoz velikog konvencionalnog oružja na 100,000 ljudi
20	Obujam transfera velikih konvencionalnih naoružanja kao dobavljača (izvoza) na 100,000 ljudi	Izvoz velikog konvencionalnog oružja na 100,000 ljudi
21	Financijski doprinos mirovnim misijama UN-a	Postotak "nepodmirenih uplata zemalja u odnosu na njihovu godišnju procjenu proračuna sadašnjih mirovnih misija" u prosjeku za tri godine postigao je ocjenu 1-5 na temelju postotka obećanih doprinosa
22	Sposobnost nuklearnog i teškog naoružanja	Ljestvica 1-5 na temelju akumuliranih točaka; 1 bod po oklopnom vozilu i topničkim dijelovima, 5 bodova po tanku, 20 bodova po borbenom zrakoplovu, 100 bodova po ratnom brodu, 1000 bodova za nosače zrakoplova i nuklearnu podmornicu
23	Jednostavnost pristupa malom i lakom oružju	Kvalitativna ljestvica, rangirana od 1 do 5

Izvor: Obrada autora prema http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/06/GPI-2017-Report-1.pdf

Ukupni rezultat Globalnog indeksa mira za 2017. godinu neznatno se poboljšao u odnosu na prethodnu godinu. Više zemalja pokazalo je poboljšanu razinu miroljubivosti nego što je to pogoršalo: 93 u usporedbi sa 68. Globalni ekonomski utjecaj nasilja iznosio je 14,3 trilijuna PPP-a u 2016. godini, a što odgovara 12,6 % globalnog GDP-a ili 1,935 dolara po osobi.

Inače, nacije koje se smatraju mirnijima imaju niže indeksne rezultate. 2013. godine istraživači Instituta za ekonomiju i mir uskladili su bazu Globalnog indeksa mira kako bi se osiguralo da su rezultati usklađeni s vremenom. GPI Expert Panel je odlučio da se indeks odnosi na zemlje i teritorije, ali ne i mikro države. Zemlje koje pokriva Globalni indeks mira moraju imati populaciju veću od 1 milijun ili površinu veću od 20.000 četvornih metara.[83]

5. UTJECAJ TERORIZMA NA TURISTIČKU POTRAŽNJU U DRŽAVAMA ČLANICAMA EU-EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

5.1. Metode istraživanja

Kako je već i prethodno rečeno u radu u empirijskom djelu istraživanja prikupljat će se sekundarni podaci koji će se potom obraditi kroz statistički program *SPSS* i to modelom višestruke linearne regresije, a sve to kako bi se došlo do zaključka je li veza između terorizma i turizma statistički značajna te da bi se navedene hipoteze u radu prihvatile ili pak odbacile.

Budući se problem koji se obrađuje u radu može tretirati kao problem jedne zavisne (regresand) i *k* nezavisnih (regresorskih), promjenjivih varijabli te kontrolne varijable koja se u radu neće posebno istraživati, radi se o pogodnoj situaciji za korištenje metode višestruke linearne regresije. Ukoliko je veza između varijabli linearna, model se svodi na višestruki linearni model.

Opći oblik modela glasi:

$Y_i = \beta_0 + \beta_1 * X_{1,i} + \beta_2 * X_{2,i} + \ldots + \beta_k * X_{k,i} + e_i$ gdje su:

Y_i – *vrijednosti zavisne varijable tj.regresand varijable,*

X_i – *vrijednosti nezavisnih varijabli,*

[83] http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/06/GPI17-Report.pdf

e_i – vrijednost slučajne varijable, za koju se pretpostavlja da ima normalnu distribuciju s konstantnom varijancom i očekivanjem jednakim nuli,

β_0 – konstantni član tj. vrijednost zavisne varijable u originalnim jedinicama mjere kada su sve nezavisne varijable jednake nuli,

β_j – regresijski koeficijent koji pokazuje prosječnu promjenu zavisne varijable u originalnim jedinicama mjere kada odgovarajuća nezavisna varijabla poraste za 1 jedinicu, uz uvjet da su sve ostale neovisne varijable neizmijenjene. [84]

Cilj ovakve analize modela je ispitivanje da li nezavisne varijable objašnjavaju značajni dio varijabiliteta zavisne varijable tj. da li među njima postoji veza. Osim toga ovom metodom nastoji se odrediti i koji dio varijabiliteta zavisne varijable može biti objašnjen nezavisnim djelom tj. ispituje se jačina veze. Također cilj ove analize je i odrediti samu strukturu veze te predvidjeti vrijednosti zavisne varijable.

Kako bi regresijski model imao konzistentne, nepristrane i efikasne procjene vrijednosti parametara potrebno je provjeriti da model nema problem multikolinearnosti nezavisnih varijabli, heteroskedastičnosti varijance reziduala i autokorelacije grešaka relacije.

Problem multikolinearnosti prisutan je ako su dvije ili više regresorskih varijabli približno linearno zavisne.

Ukoliko postoji, dovodi do:

1. problema invertiranja matrice $X^T X$,

2. velikih standardnih grešaka parcijalnih regresijskih koeficijenata,

3. nepouzdanih vrijednosti parcijalnih regresijskih koeficijenata, možda i netočnih predznaka,

4. isključivanja teorijski relevantnih varijabli koje nisu statistički značajne.

Problem heteroskedastičnosti postoji kada nije ispunjena pretpostavka o konstantnosti varijance. Heteroskedastičnost dovodi do linearnih i nepristranih, ali ne i efikasnih procjena parametara. Odnosno uzrokuje niske ili podcijenjene standardne greške parametara, visoke

[84] Pivac, S: Statstičke metode, e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2010.

vrijednosti t-omjera, odnosno F-testa i netočne zaključke da su ocijenjeni parametri statistički značajni.

Problem autokorelacije se javlja ako nije ispunjena pretpostavka o nezavisnosti slučajnih varijabli.[85]

5.2. Definiranje varijabli

Pregledom dostupne literature kao i baza podataka u model su uključene ukupno 4 varijable.

1. Turistička potražnja izražena u broju noćenja, zavisna je varijabla formirana na način da su sa baze podataka *Eurostat* preuzeti podaci o broju noćenja za ukupno 26 država članica Europske Unije u vremenskom periodu od 2008. do 2016. godine.

2. Globalni indeks mira, prva je nezavisna varijabla u modelu formirana na način da su sa pripadajuće baze podataka preuzeti podaci o stanju globalnog mira za ukupno 26 država članica Europske Unije razmatranih modelom u vremenskom periodu od 2008. do 2016. godine.

3. Broj incidenata, druga je nezavisna varijabla u modelu koja je formirana na način da su sa baze podataka START preuzeti podaci o broju incidenata kao najrelevantniji podaci vezani uz terorizam. U razmatranje su uzeti podaci za 26 država članica Europske Unije u periodu od 2008. do 2016. godine.

4. BDP per capita, u modelu predstavlja kontrolnu varijablu čiji su podaci preuzeti sa baze podataka *Eurostat* i to ponovno za 26 država članica Europske Unije u periodu od 2008. do 2016. godine.

5.3.Obrazloženje varijabli

5.3.1 Zavisna varijabla

Zavisna varijabla u modelu predstavlja onu varijablu za koju istraživanjem nastojimo utvrditi da li i na koji način zavisi od nezavisne varijable ili nekoliko nezavisnih varijabli. Ulogu zavisnih varijabli u modelu imaju one varijable koje želimo bolje razumjeti i objasniti.

[85] Jurun, E: Kvantitativne metode u ekonomiji, Split, 2007. str.18-34.

U ovom radu zavisnu varijablu predstavlja turistička potražnja mjerena u broju noćenja u različitim smještajnim objektima po godinama za ukupno 26 država članica Europske Unije.

Turistička potražnja inače po definiciji predstavlja količinu roba, odnosno usluga koje se plasiraju na nekom tržištu i to u određenom vremenu i uz to određenu cijenu. Ona također predstavlja i skupinu potencijalnih turista – potrošača koja svojim stavovima, navikama, željama i mogućnostima određuje količinu, kvalitetu i cijenu pojedinih roba i/ili usluga na turističkom tržištu. [86] U teoriji turizma razlikujemo idealnu, potencijalnu i efektivnu turističku potražnju, ali pri tome treba naglasiti da postoje i apsolutni ne potrošači ili apstinenti od turizma. Turističku potražnju karakteriziraju: dislociranost od turističke ponude, heterogenost, elastičnost, dinamičnost i sezonski karakter.

U ovom radu turistička potražnja čiji podaci za ovaj model su preuzeti iz baze podataka Eurostat[87] kako je već i spomenuto prije u radu, nosi ulogu zavisne varijable kako je već i prethodno spomenuto iz razloga što će se konceptualnim modelom istraživanja istražiti utjecaj dvaju indikatora terorizma uz BDP per capita kao kontrolnu varijablu na njezino kretanje. Utvrditi će se postojanje odnosno ne postojanje statistički značajne veze između turizma odnosno turističke potražnje mjerenje brojem noćenja i terorizma.

5.3.2. Nezavisne varijable

Nezavisne varijable su one varijable putem kojih želimo bolje razumjeti promjene u zavisnoj varijabli. Po pravilu, osoba koja se bavi nekim istraživanjem polazi od pretpostavke da zavisna varijabla predstavlja ishod nezavisne varijable koja joj prethodi ili vremenski ili konceptualno te je stoga ona njezin antecendent, drugim riječima, ona je njezin činilac ili uzrok njezina javljanja.

Nezavisne varijable u ovom radu predstavljaju jedan indikator za praćenje i mjerenje intenziteta terorizma odnosno mira i broj incidenata. Broj incidenata tako ustvari predstavlja varijablu koja mjeri ukupan broj terorističkih napada u nekoj turističkoj destinaciji u jednoj godini. Promatra se na godišnjoj razini tako da se za svaku godinu mogu pronaći relevantni podaci po državama. Kao što je već i prethodno spomenuto ova varijabla poprima vrijednosti na skali od 0 do 137 pri čemu nula znači da u određenoj državi nema terorističkih napada dok 137 znači da je nekoj državi u određenoj godini bilo ukupno 137 terorističkih napada. Globalni

[86] https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-f8fb2b9cac890e748dd61ac0552807c2.pdf (preuzeto: 21.8.2018.)
[87] https://ec.europa.eu/eurostat

indeks mira predstavlja drugu nezavisnu varijablu u modelu. Njime se mjeri razina miroljubivosti i regija na skali od 1 do 5. Isto kao i za globalni indeks terorizma podaci o ovom indeksu izlaze na godišnjoj razini. Baze podataka kojima se može pristupiti da bi se došlo do ovih podataka su baza podataka START[88] za podatke o globalnom indeksu terorizma, a što je već spomenuto u radu, dok je baza podataka koja se koristi za globalni indeks mira Institut za ekonomiju i mir[89] tj. njihova godišnja izvješća. Iscrpan i detaljan opis navedenih varijabli dan je još u poglavlju 4.5.

5.3.3. Kontrolna varijabla

Kontrolna varijabla je ona varijabla koja može utjecati na rezultat (efekt) istraživanja. No, istraživač njezin efekt ne želi istražiti, već je kako joj to i samo ime kaže drži pod kontrolom. Ponekad se naziva još i kovarijat. [90]

U ovom radu kontrolnu varijablu predstavlja BDP per capita izražen u realnim cijenama. Realni BDP per capita predstavlja mjeru ukupnog ekonomskog outputa neke države podijeljen prema broju ljudi te prilagođen utjecaju inflacije. Koristi ga se kao mjeru za usporedbu standarda života između različitih zemalja tijekom godina. Realni BDP podijeljen je s populacijom neke zemlje kako bi se mogao izračunati i dobiti iznos realnog BDP-a po glavi stanovnika. Ovo predstavlja najbolji način za usporedbu ekonomskih pokazatelja kao što je to upravo i sam BDP za zemlje u kojima broj stanovnika varira kroz godine. [91]

Ovu varijablu smo izabrali u model iz tog razloga što može utjecati na turističku potražnju neke zemlje jer predstavlja razvijenost same turističke destinacije te broj turista u nekoj destinaciji može ovisiti o tome koliko je neka destinacija razvijena. Bolje razvijena i bogatija destinacija brže se i oporavlja nakon terorističkog akta te se na taj način ublažavaju njegove posljedice.

5.4. Konceptualni model istraživanja

S obzirom na prikupljenu literaturu te oslanjajući se na opći model višestruke regresijske analize, konceptualni model koji koristimo u radu glasi:

[88] http://www.start.umd.edu/
[89] http://economicsandpeace.org/
[90] https://metodologija.org/master/tipovi-varijabli/ (preuzeto:14.9.2018.)
[91] Prema: https://www.thebalance.com/real-gdp-per-capita-how-to-calculate-data-since-1946-3306028 (preuzeto:22.8.2018.)

$$\mathbf{Y_t = \beta_0 + \beta_1 * X1_{t-1} + \beta_2 * X2_{t-1} + \beta_3 * X3_{t-1} + e_i}$$

Gdje je:

Y_t – zavisna varijabla, turistička potražnja mjerena brojem noćenja, u promatranoj godini t

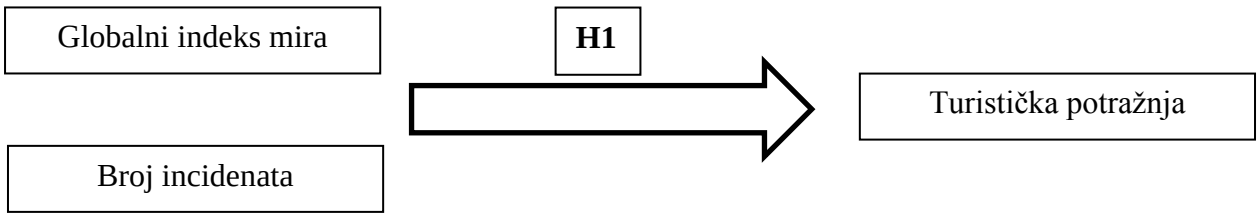
$X1_{t-1}$ – globalni indeks mira,

$X2_{t-1}$ – broj incidenata, što odgovara varijabli globalni indeks terorizma

$X3_{t-1}$ – BDP per capita izražen u realnim cijenama.

Svaka od tri nezavisne varijable koje su ušle u konceptualni model promatrane su s pomakom u vremenu (t-1) jer svaka od njih u prethodnoj godini može utjecati na turističku potražnju u idućoj godini. Tako primjerice izmjereni globalni indeks mira, broj incidenata te BDP per capita izmjereni u 2015. godini utjecati će na izmjerenu turističku potražnju u 2016. godini.

Grafički prikaz konceptualnog modela izgleda kako je prikazano na slici u daljnjem dijelu rada:



Slika 12: Konceptualni model utjecaja terorizma na turističku potražnju

Izvor: Istraživanje autorice

U nastavku je također dan i grafički prikaz očekivanog utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu.

Tablica 5: Očekivani utjecaj nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu

Varijabla	Očekivani utjecaj
Broj incidenata	+/-
Globalni indeks mira	+
BDP per capita	+/-

Izvor: Istraživanje autorice

Pregledom literature[92] i prikupljenih podataka napravljena je tablica očekivanog utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu. Varijable kao što su to broj incidenata i BDP per capita na zavisnu varijablu mogu imati i pozitivan i negativan učinak što je u skladu s postavljenom hipotezom istraživanja. Dakle ukoliko s obzirom na BDP per capita neka zemlja spada u skupinu više razvijenih zemalja, onda broj incidenata koji se dogodi u toj državi neće pretjerano loše utjecati na turističku potražnju za istom, dok je u slučaju niže razvijenih zemalja situacija obrnuta. Kod globalnog indeksa mira u tablici je naveden znak plus iz tog razloga što mir pozitivno utječe na turističku potražnju u smislu da mirnu turističku destinaciju predstavlja ona destinacija u kojoj nema terorističkih napada, a što znači da je takva destinacija sigurna, te je s toga za očekivati da će onda potražnja za turističkom destinacijom rasti ukoliko raste i globalni indeks mira.

5.5. Hipoteza istraživanja

Analizom dostupne literature te sukladno predstavljenoj problematici u radu postavljena je temeljna istraživačka hipoteza:

H: Postoji statistički značajna veza između terorizma i turističke potražnje.

Za testiranje hipoteza korištena je višestruka regresijska analiza, sa jednom zavisnom varijablom i 3 nezavisne varijable s vremenskim pomakom.

5.6. Rezultati i ograničenja istraživanja

Istraživanje za ovaj rad provedeno je uz pomoć prikupljenih sekundarnih podataka s dostupnih baza kroz mjesece srpanj i kolovoz 2018. godine. Baze podataka koje su sadržavale

[92] Thompson, A.S; Terrorism's effect on tourism: Developed vs. developing countries, Auburn, Alabama August 9, 2008. Dostupno na: https://etd.auburn.edu/bitstream/handle/10415/1178/Thompson_Alexi_0.pdf;sequence=1 (preuzeto: 6.3.2018.)

podatke bitne za ovo istraživanje, a kojima se moglo besplatno pristupiti, nakon njihovog prikupljanja obradile su se u statističkom programu *IBM SPSS,* a u nastavku su predstavljeni rezultati istraživanja.

U istraživanje su uključene ukupno 234 opservacije odnosno N=234. U program *IBM SPSS* kao zavisna varijabla unesena je Turistička potražnja (broj noćenja), dok su sve ostale varijable unesene kao nezavisne varijable. Prije same regresijske analize koja je provedena u ovom radu u svrhu odgovaranja na predstavljenu hipotezu, kratko ćemo se osvrnuti na rezultate deskriptivne statistike.

Tablica 6: Pregled rezultata deskriptivne statistike

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
GPI	234	1,150	2,052	1,55313	,012774	,239	,159
GDP per capita	234	5000	53600	22790,17	790,994	,299	,159
Turistička potražnja	234	2543111	454957250	98705341,24	8632667,829	1,512	,159
Broj incidenata	234	0	137	7,99	1,315	3,905	,159
Valid N (listwise)	234						

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječna turistička potražnja za promatrani period od 2008. do 2016. godine, dakle sveukupno 8 godina iznosila je 98.705.341,24 noćenja, uz prosječno odstupanje od 8.632.667,829 noćenja. Turistička potražnja kretala se u rasponu od 2.543.111 noćenja, što ujedno označava i najmanje ostvarenu potražnju dok je maksimum iznosio 454.957.250 noćenja. Distribucija turističke potražnje po simetriji je desnostrano asimetrična, odnosno može se zaključiti da se većina ostvarenih noćenja nalazi desno od očekivane vrijednosti distribucije.

Prosječni broj incidenata, a koji odgovara varijabli globalnog indeksa terorizma za isti period za koji je promatrana i zavisna varijabla iznosi 7,99 odnosno 8 napada, uz prosječno odstupanje od 1,315 napada. Broj incidenata odnosno globalni indeks terorizma kretao se u rasponu od 0 do 137, pri čemu 0 označava najmanji broj napada, dok 137 označava najveći broj napada u promatranom periodu od 8 godina. Distribucija broja napada također je desnostrano asimetrična.

Prosječni globalni indeks mira (GPI) iznosio je 1,55313, uz prosječno odstupanje od 0,012774. Kretao se u rasponu od 1,150 do 2,052 što ujedno označava i najveći postignut globalni indeks mira. Distribucija globalnog indeksa mira je kao i za prethodne dvije varijable desnostrano asimetrična.

Prosječni GDP per capita (BDP per capita) izražen u realnim cijenama iznosio je za navedeni period 22.790,17 eura, uz prosječno odstupanje od 790,994 eura. Kretao se u rasponu od 5.000 eura do 53.600 eura što ujedno predstavlja i najveći postignuti iznos GDP per capita u navedenom periodu. Distribucija za ovu varijablu je isto tako kao i za sve ostale prethodno navedene desnostrano asimetrična.

U svrhu detaljnije analize o dinamici odnosa između varijabli predstavljenih u modelu, inicijalno se provela korelacijska analiza na cjelokupnom uzorku od 26 zemalja u promatranom periodu od 8 godina i to uz pomoć Personovog koeficijenta korelacije koji se koristi za uzorke N>35, kako bi se detektirali ključni i statistički značajni odnosi u modelu utjecaja terorizma na turističku potražnju, a rezultati iste su dani u nastavku.

Tablica 7: Korelacijska materica varijabli

Correlations

		GPI	GDP per capita	Turistička potražnja	Broj incidenata
GPI	Pearson Correlation	1	-,480**	,161*	,270**
	Sig. (2-tailed)		,000	,014	,000
	N	234	234	234	234
GDP per capita	Pearson Correlation	-,480**	1	,296**	,209**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001
	N	234	234	234	234
Turistička potražnja	Pearson Correlation	,161*	,296**	1	,403**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000		,000
	N	234	234	234	234
Broj incidenata	Pearson Correlation	,270**	,209**	,403**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	
	N	234	234	234	234

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

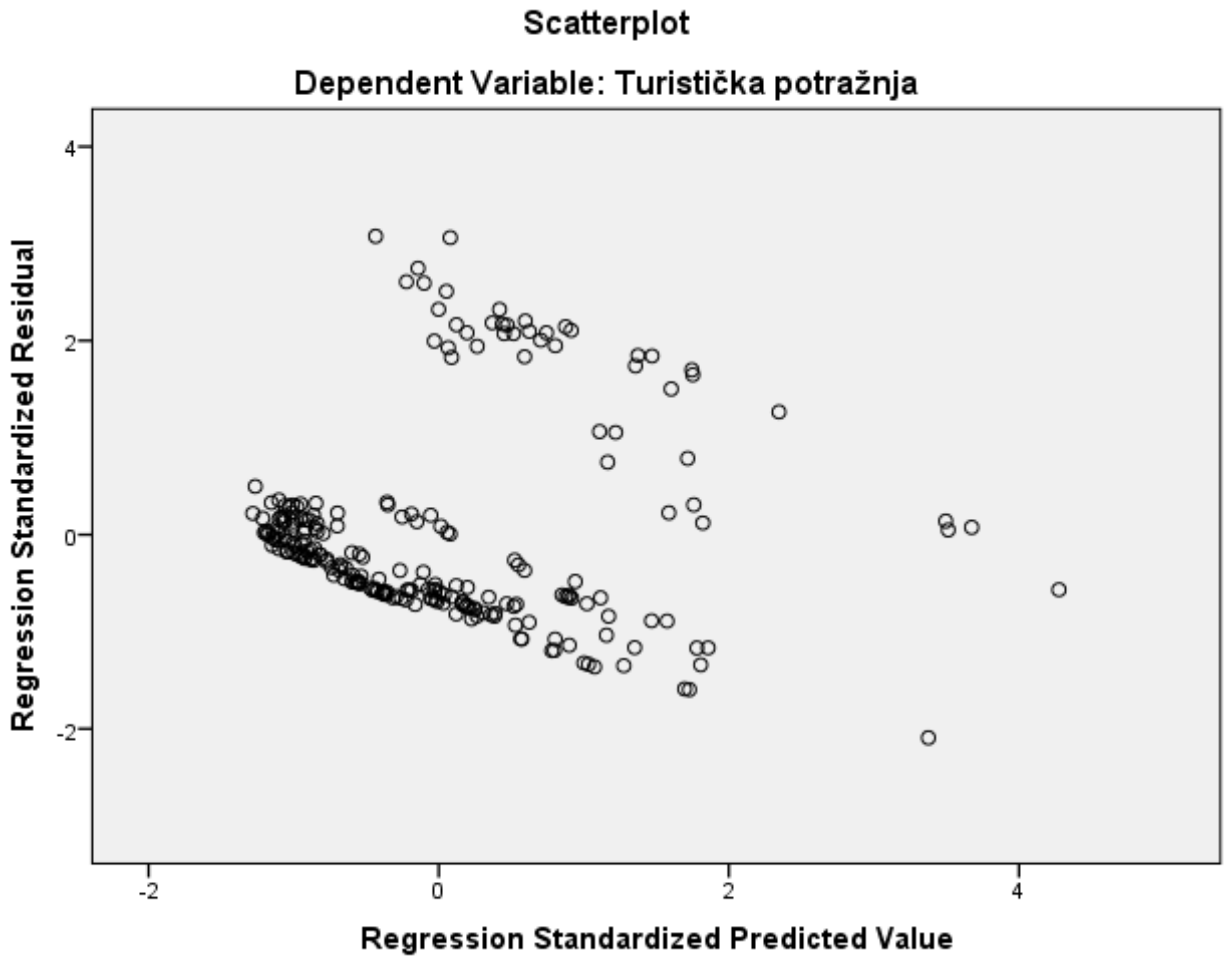
Izvor: Istraživanje autorice

Na temelju predstavljene korelacijske matrice detektirani su statistički značajni odnosi u modelu. Naime, prema rezultatima korelacijske analize može se zaključiti da se svi koeficijenti nalaze u statistički značajnoj korelaciji. Prvo ćemo krenuti od toga da što je globalni indeks mira veći to će i turistička potražnja za nekom turističkom destinacijom rasti. Koeficijent korelacije između te dvije varijable iznosi 0,161 te je statistički značajan pri razini signifikantnosti od 5%. Podsjetimo se da se globalni indeks mira kreće u rasponu od 0 do 5 što znači da što je koeficijent bliži 1 to je država sigurnija, a ako je bliži 5 onda se država smatra nesigurnom. U prilogu 2 prikazana je tablica sa koeficijentima globalnog indeksa mira. GDP per capita također statistički značajno korelira sa zavisnom varijablom, turističkom potražnjom, što znači da će turistička potražnja za nekom destinacijom rasti što je stupanj razvijenosti te zemlje koji se mjeri upravo uz pomoć BDP per capita, veći. Koeficijent korelacije između ove dvije varijable iznosi 0,296 te je statistički značajan pri razini signifikantnosti od 1%. Na kraju broj incidenata također statistički značajno korelira sa zavisnom varijablom, turističkom potražnjom. Koeficijent korelacije između ove dvije varijable iznosi 0,403, a značajan je pri razini signifikantnosti od 1%. Pozitivan predznak ispred parametra uz varijablu broj incidenata objašnjen je u nastavku rada.

Što se tiče korelacije nezavisnih varijabli iz tablice korelacije je vidljivo da i one međusobno značajno statistički koreliraju uz razinu signifikantnosti od 1 % ili 5% što je već i prethodno spomenuto, a rezultati korelacije navedenih varijabli predstavljeni su u tablici 7.

Budući da su svi koeficijenti prikazani u korelacijskoj tablici statistički značajni, model ostavljamo kako je prikazan, u inicijalnom obliku te nad njim ne vršimo nikakve transformacije.

Kako nam rezultati regresijske analize koja se provodi za ovaj model ukazuju na samo neke od statistički značajnih prediktora u modelu utjecaja terorizma na turističku potražnju, prethodno regresijskoj analizi napravljena je provjera homoskedastičnosti i multikolinearnosti u modelu. Prvo je napravljena vizualna analiza homoskedastike, a na temelju dijagrama rasipanja moguće je pretpostaviti mogući problem narušavanja homoskedastike.

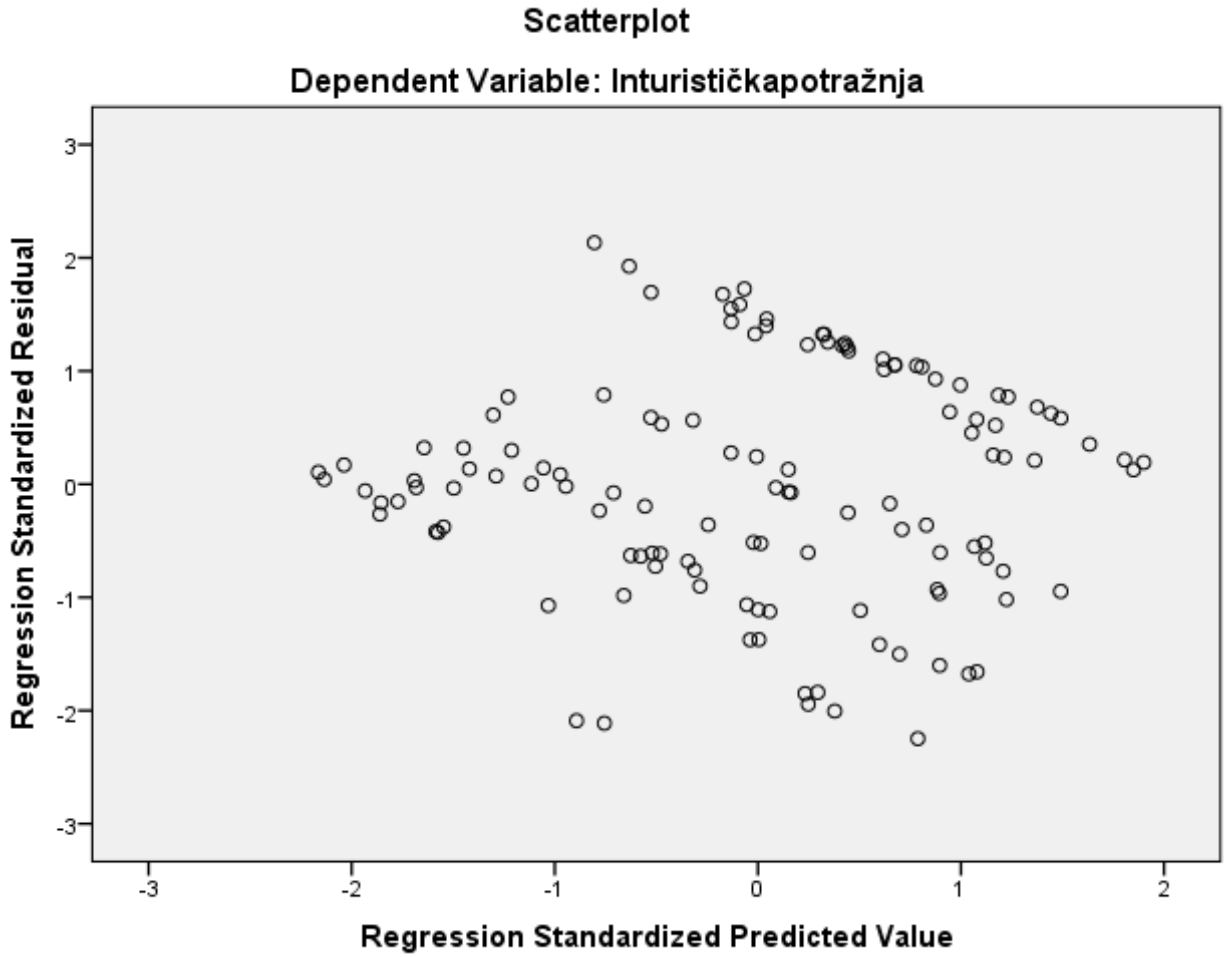


Slika 13: Dijagram rasipanja

Izvor: Istraživanje autorice

Na temelju predstavljenog dijagrama rasipanja zaključuje se da bi se u modelu mogao javiti problem heteroskedastičnosti. U tu svrhu provodi se Breusch-Pagan i Koenker test o narušenosti homoskedastičnosti modela. Rezultati testa potvrdili su sumnju. Unutar modela postoji problem homoskedastičnosti. (BP=51,399, $\alpha<0,05$; Koenker=34,099, $\alpha<0,05$).

Kako bismo eliminirali problem heteroskedastičnosti izvršili smo prirodno logaritmiranje varijabli u modelu.



Slika 14: Dijagram rasipanja nakon izvršenog prirodnog logaritmiranja
Izvor: Istraživanje autorice

Rezultati dobiveni nakon što je izvršeno prirodno logaritmiranje varijabli u svrhu eliminacije heteroskedastičnosti modela su bolji za razliku od inicijalnih ali još uvijek nedovoljno dobri. Naime ponovno se javlja problem heteroskedastičnosti u modelu kao što se to može vidjeti sa dijagrama rasipanja ali i iz ponovljenih testova za provjeru postojanja hetroskedastičnosti. (BP=8,627, $\alpha<0,05$; Koenker=11,700, $\alpha<0,05$).

Iz navedenog da se zaključiti da rezultate ovog modela možemo uzeti u obzir ali s oprezom.

Nakon izvršene provjere heteroskedastičnosti inicijalnog modela, napravljena je i provjera multikolinearnosti za inicijalni model, a rezultati su navedeni u nastavku.

Tablica 8: Tablica koeficijenata varijabli u inicijalnom modelu utjecaja terorizma na turističku potražnju

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-294472208,304	85483744,259		-3,445	,001	-462903545,715	-126040870,892		
	GPI	184629659,890	48556867,205	,273	3,802	,000	88956521,625	280302798,155	,627	1,596
	GDP per capita	4093,286	771,991	,375	5,302	,000	2572,208	5614,363	,646	1,547
	Broj incidenata	1644802,246	423249,113	,251	3,886	,000	810861,071	2478743,421	,778	1,285

a. Dependent Variable: Turistička potražnja

Izvor: Istraživanje autorice

U inicijalnom modelu nije prisutan problem multikolinearnosti. Naime za sve tri nezavisne varijable u modelu TOL je veći od 20%. Za varijablu GPI, TOL iznosi 62,7%, za GDP per capita, TOL iznosi 64,6% , dok za varijablu Broj incidenata, TOL iznosi 77,8%. Isto to možemo potvrditi i uz pomoć VIF. Dakle, VIF za sve tri nezavisne varijable iznosi manje od 5.

Rezultati regresijske analize pokazuju prema tablici 8 da s obzirom na razinu signifikantnosti sve tri varijable statistički značajno utječu na zavisnu varijablu, turističku potražnju. Za sve tri varijable razina signifikantnosti iznosi manje od 1%.

Dobiveni rezultati tako pokazuju da je parametar uz varijablu Broj incidenata statistički značajan, ali i pozitivan, no to se događa iz tog razloga što smo za metodu ispitivanja istinitosti hipoteze koristili višestruku regresiju. Naime za detaljniju analizu značajnosti i smjera veze bilo bi bolje koristiti Panel analizu ali u tome nas je ograničio broj godina te smo tako ostali pri navedenoj metodi višestruke regresije. Međutim, ta metoda omogućava uvid u stanje na razini cijelog uzorka (značajnost), a ne i smjer veze. Zato smo prilikom analize i dobili pozitivan predznak jer ako i dolazi do negativnog učinka na noćenja u jednoj zemlji, druge zemlje odmah iskorištavaju priliku i povećavaju broj noćenja (i sama Republika Hrvatska se okoristila situacijom u susjednim državama) tako da se na razini svih 26 država promatranih u uzorku veza pokazala pozitivnom i to je zapravo onda i očekivano.

Oslanjajući se na dobivene rezultate prikazane u gornjoj tablici izvlačimo zaključak da se može potvrditi glavna hipoteza istraživanja koja glasi:

H: Postoji statistički značajna veza između terorizma i turističke potražnje.

Nastavno na rezultate inicijalnog modela može se zaključiti da je modelom protumačeno 25,6 % ukupnih odstupanja, što znači da je ovaj model granično reprezentativan (veza srednje jakosti). Skupnim testom dokazana je značajnost prediktora modela utjecaja terorizam na turističku potražnju. Također je dokazano i da je sam regresijski model statistički značajan. ($F=26{,}390$, $\alpha<5\%$). Prethodno navedeni rezultati prikazani su u tablici 9.

Tablica 9: Analiza varijance regresijskog modela i sažetak modela višestruke regresije

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1040454964341702140,000	3	346818321447234050,000	26,390	,000[b]
	Residual	3022685525483110400,000	230	13142110980361350,000		
	Total	4063140489824812500,000	233			

a. Dependent Variable: Turistička potražnja

b. Predictors: (Constant), Broj incidenata, GDP per capita, GPI

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,506[a]	,256	,246

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 10: Korelacijska materica između varijable globalni indeks mira i turističke potražnje

Correlations

		GPI	Turistička potražnja
GPI	Pearson Correlation	1	,161*
	Sig. (2-tailed)		,014
	N	234	234
Turistička potražnja	Pearson Correlation	,161*	1
	Sig. (2-tailed)	,014	
	N	234	234

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Izvor: Istraživanje autorice

Kako bismo barem donekle ukazali na smjer i jačinu veze između dvaju indikatora i turističke potražnje proveli smo korelacijsku analizu za svaki od indikatora posebno i bez utjecaja BDP per capita.

Rezultati vidljivi iz prethodne tablice nam kažu da je veza između globalnog indeksa mira i turističke potražnje pozitivna i slaba, a što znači da kada se globalni indeks mira poveća, povećat će se i turistička potražnja. Dakle što je neka destinacija u promatranom uzorku od 26 zemalja članica Europske Unije sigurnija, to će i potražnja za tom destinacijom biti veća.

Što se tiče jačine i smjera veze između broja incidenata i turističke potražnje promatranih korelacijskom analizom, rezultati prikazani u tablici 11 ukazuju na granično srednje pozitivnu vezu. To pak znači da rastom broja incidenata raste i turistička potražnja. Ovakvu vezu možemo objasniti time što smo kao i kod regresijske analize promatrali uzorak od 26 država članica Europske Unije te se zbog toga između ove dvije varijable javlja pozitivan predznak. Kako je već i prethodno spomenuto u radu, države koje u određenoj godini **t** nisu doživjele teroristički napad za razliku od susjednih država koje su patile zbog napada, tu situaciju su iskoristile za povećanje svoje turističke potražnje tako da je u principu ovaj smjer veze sasvim logičan.

Tablica 11: Korelacijska materica između broja incidenata i turističke potražnje

Correlations

		Turistička potražnja	Broj incidenata
Turistička potražnja	Pearson Correlation	1	,403**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	234	234
Broj incidenata	Pearson Correlation	,403**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	234	234

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: Istraživanje autorice

Prethodno empirijskom istraživanju bili su prezentirani očekivani utjecaji nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu. Zbog što bolje preglednosti u tablici 12 prezentirani su rezultati očekivanih utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu i dobiveni rezultati. Oznaka **z** označava da je varijabla statistički značajna u modelu.

Tablica 12: Usporedba očekivanih utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu i dobiveni rezultati

Varijabla	Očekivani utjecaj	Rezultati
Broj incidenata	+/-	**z** +/-
Globalni indeks mira	+	**z** +
BDP per capita	+/-	**z** +/-

Izvor: Istraživanje autorice

U inicijalnom modelu sve tri ispitivane varijable pokazale su se statistički značajne tako da model nije trebalo mijenjati. Rezultati dobiveni višestrukom linearnom regresijom pokazali su nam da njima shodno možemo prihvatiti glavnu hipotezu postavljenu u radu. Isto tako uz pomoć rezultata višestruke linearne regresije potvrdili smo i rezultate očekivanih utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu u predstavljenom konceptualnom modelu. Cilj ovog istraživanja predstavljen na samom početku ovog rada tako je ispunjen. No ipak za vrijeme

provođenja ovog istraživanja naišlo se i na neka ograničenja i probleme prilikom njegove same provedbe, a isti su predstavljeni u nastavku.

Dakle ograničenja i problemi na koje se naišlo za vrijeme provođenja istraživanja bili bi zaista (na svu sreću po državama, ali ne i po istraživanju) mali broj terorističkih incidenata koji su u modelu poslužili kao alternativa varijabli globalni indeks terorizma. Naime u velikom broju država obuhvaćenih uzorkom istraživanja broj incidenata je iznosio 0 zbog čega se onda prilikom provođenja istraživanja javljao veliki broj nula u modelu. Također bi istakli i nepotpunost podataka primjerice za države Maltu i Luxemburg koje smo, sukladno tome morali onda izbaciti iz uzorka istraživanja. Isto tako u inicijalnom modelu se javio problem heteroskedastičnosti za hipotezu nad kojom se vršilo testiranje te smo zbog toga u modelu proveli transformaciju varijabli modela na prirodne logaritme. Međutim prevođenje na prirodne logaritme nije dalo rezultate te se i nakon toga u modelu nastavio javljati problem heteroskedastičnosti zbog čega rezultate ovoga istraživanja onda treba uzeti s dozom opreza kako je već i navedeno u radu. Također, još jednom ističemo da višestrukom linearnom regresijom nije moguće utvrditi jačinu i smjer veze među varijablama pa smo koristeći korelacijsku analizu pokušali ukazati na isto. Rezultati koji se javljaju u toj analizi temeljeni su na uzorku od 26 država korištenih u modelu pa su zaključci koji se javljaju logični s obzirom na promatrani uzorak. No bez obzira na sve navedene probleme i ograničenja glavnu hipotezu predstavljenu u radu smo prihvatili te su rezultati istraživanja zapravo na kraju proizašli onakvim kakvim su se i očekivali.

6. MOGUĆNOSTI DJELOVANJA U ZAŠTITI TURISTA I TURISTIČKIH DESTINACIJA OD GLOBALNOG TERORIZMA

Terorizam je unutar granica Europske Unije dobio na značenju nakon napada 11.rujna 2001. godine na zgradu WTC-a u New Yorku. Međutim, treba istaknuti da moderna era borbe protiv terorizma na razini EU-a nije započela tek 2001. godine. Borba protiv terorizma započela je davno prije. Osnivanjem skupine za terorizam, radikalizam, ekstremizam i međunarodno nasilje, poznatom i pod nazivom TREVI kao i Europskom konvencijom o suzbijanju terorizma, 1997. godine započela je ta borba. Skupina TREVI djelovala je do 1995. godine kada je zamijenjena odredbama iz trećeg stupa ugovora iz Maastricht-a. Osnova djelatnost TREVI skupine odnosila se na razmjenu informacija o terorističkim aktivnostima, sigurnosnim pitanjima zračnog prometa, nuklearki i raznih drugih osjetljivih ciljeva. Osim navedene skupine, Europa je osnovala i neke dodatne organizacije za borbu protiv terorizma kao što su to Policijska radna skupina o terorizmu te Protuteroristička skupina. Ugovorom iz Maastricht-

a borba protiv terorizma uključena je u formalnu strukturu Europske Unije, a jedan od prvih dokumenata u borbi protiv terorizma je Deklaracija o terorizmu, usvojena od strane Vijeća ministra pravosuđa i unutarnjih poslova. Također, ugovorom iz Amsterdama određeno je da je cilj Unije pružanje sigurnosti svojim građanima, a što se postiže suzbijanjem raznih oblika kaznenih djela među kojima se posebno izdvaja terorizam.

Reakcija EU-a na napade 11.rujna 2001. godine bila je brza i efikasna, a sastojala se u brojnim sastancima, zaključcima, inicijativama, akcijama kao i raznim mjerama poduzetim na diplomatskom, zakonodavnom, financijskom i prometnom polju. Sastalo se izvanredno vijeće ministra pravosuđa i unutarnjih poslova, a također je održan i sastanak Europskog vijeća na kojem su usvojeni zaključci i plan akcije koji su predstavljali odgovor Europske Unije na terorističke napade u SAD-u. Valja spomenuti i konferenciju održanu u Bruxellesu na kojoj je sudjelovala i Hrvatska, a na kojoj su države članice EU-a shvatile da u borbi protiv terorizma trebaju zajednički djelovati. Od tog trenutka borba protiv terorizma postala je glavni prioritet EU-a. Nakon napada na Madrid i London, 2005. godine usvojena su dva nova strateška dokumenta od izravnog značaja za suzbijanje terorizma: EU antiteroristička strategija te EU strategija za borbu protiv radikalizma i regrutiranja terorista. Na kraju treba se osvrnuti i na Stockholmski program te Lisabonski ugovor u borbi protiv terorizma. Ovim se definiralo osiguranje temeljnih sloboda uz jačanje sigurnosti odnosno podigla demokratska kontrola antiterorističke politike Europske Unije. [93]

Osim prethodno navedenog, Europska komisija je u travnju 2016. godine predstavila Komunikaciju o jačim i naprednijim informacijskim sustavima za granice i sigurnost kojima je pokrenula raspravu o tome kako se uz pomoć informacijskih sustava u Europskoj Uniji mogu pojačati upravljanje granicama i unutarnja sigurnost. Još od 2015. godine Europska komisija radi i na tome da se sa Interneta ukloni sav teroristički sadržaj, u suradnji s vodećim europskim poduzećima kao i na jačanju otpornosti na cyber napade. [94]

Također, na sustave i mjere sigurnosti se ne bi trebalo gledati kao na nepotreban trošak, već ovi elementi moraju naći svoje mjesto u organizaciji i u troškovima usluge. Vodeće hotelske i turističke tvrtke trebale bi imati krizni menadžment kao i razrađene protokole postupanja u slučaju vanrednih situacija. Turiste bi trebalo pravodobno obavijestiti o potencijalnim opasnostima kao i o mjerama koje se poduzimaju da ih se spriječi i o postupcima u vanrednom

[93] https://www.vecernji.hr/vijesti/kako-se-europska-unija-bori-protiv-terorizma-557144 (preuzeto: 23.8.2018.)
[94] https://mreza.bug.hr/eu-boljim-informacijskim-sustavom-protiv-terorizma/ (preuzeto: 23.8.2018.)

stanju. Trebale bi postojati aplikacije na mobilnim telefonima koje omogućavaju poziv hitnim službama, sa instrukcijama za ponašanje u kriznim situacijama i tome slično. Svi moraju provoditi sofisticirane mjere sigurnosti poput nadzornih kamera, razmjene informacija sa kolegama i susjedima, obučiti djelatnike za postupanje u kriznim situacijama. S javnosti treba komunicirati na transparentan način, a destinacija se mora prezentirati u realnom svjetlu iz tog razloga što svaki putnik ima pravo znati istinite informacije vezane za destinaciju u koju putuje te ga na putu ne smiju dočekati neugodna iznenađenja. Treba educirati i male tvrtke te poduzetnike koji nemaju mogućnosti uposliti kriznog menadžera. [95]

Ključ obrane gradova od terorističkih napada je suradnja, kao prvo intenzivna suradnja između policije i drugih sigurnosnih službi, a zatim i kontakt s općinama. Policija mora izgraditi povjerenje tako što će se pobrinuti za sigurnost unutar lokalnih zajednica, te na taj način znati da li se netko radikalizirao kao i to što se pred njima događa. Rad policije u gradskim četvrtima i općinama glavna je pretpostavka za sigurnost u gradovima. [96]

Također važno je i to da destinacija ima izrađen Plan upravljanja u kriznim situacijama i to po fazama kako se kriza javlja. Dakle prevencijska faza iziskuje smanjenje i redukciju rizika povezanih sa novom konstrukcijom, planiranjem i redizajniranjem infrastrukture, procesima i aktivnostima za buduće krize. U fazi pripravnosti važno je poduzeti zadatke i aktivnosti koji grade sposobnost zajednice za efikasan i organiziran odgovor. Faza odgovora na krizu zahtijeva poduzimanje svih akcija usmjerenih prema stabilizaciji ili kontroli krize ili izvanrednim uvjetima. Na kraju faza oporavka od krize zahtjeva uspostavu normalnim ili barem donekle normalnih uvjeta nakon krize te uključuje popravak, restauraciju ili pak rekonstrukciju oštećenih ili potpuno uništenih domova i infrastrukture. [97]

Dobru mogućnost djelovanja u zaštiti i obrani od terorizma predstavlja i ideja EU-a i NATO-a da države članice izdvajaju 2 posto BDP-a za obranu, a 2016. godine je također usvojena i globalna strategija vanjske i sigurnosne politike koja je sada u fazi provedbe. Isto tako izrada nove strategije nacionalne sigurnosti kao i novog zakona o domovinskoj sigurnosti predstavlja dobru mogućnost za sprečavanje širenja terorizma. [98]

[95] http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/ (preuzeto: 23.8.2018.)
[96] https://www.dw.com/hr/sigurnost-gradova-u-vrijeme-terorizma/a-40513846 (preuzeto:24.8.2018.)
[97] Petrić, L: Has the myth of tourist destination sustainability faded? Behind the curtains of the global crises, Tourism in Southern and Eastern Europe, 2013.,str.29
[98] https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/plenkovic-prijetnja-terorizma-je-realnost-europe-povecali-smo-izdvajanja-za-obranu-idemo-u-dobrom-smjeru/6132746/ (preuzeto: 24.8.2018.)

Pokazne vježbe obrane od terorizma isto mogu jako dobro poslužiti kao mogućnost djelovanja u borbi protiv terorizma zbog toga što na tim vježbama sudjeluju pripadnici krovnih državnih institucija i ustanova, a istakli smo već da je suradnja među institucijama ključna prilikom obrane od terorizma. Ovim vježbama želi se ukazati na to kako stvarno treba izgledati zaštita ljudi. [99]

Na kraju bi još istakli i znanstvene skupove o suzbijanju terorizma na kojima se donose važne preporuke vezane za isto, a koji svakako daje svoj doprinos povećanju stupnja nacionalne sigurnosti. [100]

7. ZAKLJUČAK

S obzirom na provedeno empirijsko istraživanje utvrdili smo ono što smo na početku i pretpostavili, a to je da postoji statistički značajna veza između terorizma i turizma premda rezultati istraživanja ukazuju da veza ne mora uvijek biti samo i isključivo negativna.

Također smo istraživanjem potvrdili i ono što praksa pokazuje, a to je da se države s većim stupnjem razvijenosti mjeren BDP per capita lakše oporavljaju od učinaka terorizma zbog; postojanja bogate i raznovrsne ponude teritorijalno diversificirane, boljeg promotivnog učinka, pružanja raznih subvencija i beneficija operatorima u turizmu kako bi ih se ponovno privuklo i sl. Dakle, što je neka država više razvijena to će se na nju teroristički napad manje odraziti za razliku od onih niže razvijenih država. Kroz cijeli rad ipak dalo se naslutiti da će se provođenjem istraživanja doći do ovakvih rezultata. Vidljivo je to na primjerima brojnih svjetskih destinacija koje su doživjele terorističke napade kao što je to New York, Bali, Luxor u Egiptu kao i na destinacije unutar same Europske Unije od kojih možemo izdvojiti prvenstveno Francusku kojoj terorizam nije stran pojam, potom Španjolsku pa i Ujedinjeno Kraljevstvo gdje turizam predstavlja glavnu granu gospodarstva, a samim time i glavni izvor prihoda. Nakon što je teroristički čin izvršen na bilo koju od ovih destinacija turistička potražnja za tom destinacijom pada barem u godini u kojoj se desio napad, što iskorištavaju onda one destinacije u kojima se napad nije dogodio kako bi ostvarile što veću turističku potražnju, a to se moglo vidjeti i provedenim istraživanjem. Ipak, već iduće godine ili za dvije godine destinacije u kojima se napad dogodio oporavljaju se naravno ulažući jako puno napora u svoj

[99] http://cityportal.hr/vjezba-obrane-od-terorizma-uvod-u-medunarodnu-konferenciju-dani-kriznog-upravljanja/ (preuzeto: 24.8.2018.)
[100] http://www.sibensko-kninska.policija.hr/1747/531.aspx (preuzeto: 24.8.2018.)

oporavak uz pomoć raznih marketinških kampanja i tome slično, te ponovno postaju izrazito posjećene od strane gostiju.

U radu se ukazalo kako teroristički napadi utječu na ekonomiju zemlje u kojoj se desio napad kao i na svijest ljudi o toj destinaciji. No isto tako dalo se vidjeti da posjetitelji imaju brzu moć zaboravljanja negativnog, skoro jednako brzu kao i potencijalni investitori u toj državi i da se ne boje ponovno posjetiti neku od tih destinacija.

Također važno je za istaknuti da nijedna država nije sigurna od terorističkog napada što je jasno vidljivo i po primjeru same Republike Hrvatske gdje je prijetnja terorizma od strane teroristička skupine ISIL označena kao umjerena prijetnja, ali ipak postoji. Sigurnost bilo koje od turističkih destinacija stoga jako je važna kako bi u toj destinaciji svake godine dolazilo što više gostiju te kako bi sama ta destinacija od toga onda mogla i trebala ostvarivati koristi u turizmu.

Sukladno tome navedene su mogućnosti i dane su preporuke nositeljima turističke politike kako i na koji način se zaštiti od potencijalnih terorističkih ugroza. Ključna je pri tome suradnja na svim razinama u državi kao i uspostava tima kriznog menadžmenta koji će znati kako se ponašati u toj situaciji te izrada Plana upravljanja kriznim situacija po fazama kako se kriza javlja u destinaciji.

Stoga, terorizam treba shvatiti jako ozbiljno i prema njemu uložiti sve napore kako bi ga se pokušalo barem donekle eliminirati.

LITERATURA:

Knjige:

1. Beirman, D: Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach, CABI Publishing, UK i USA, 2003.
2. Belau, D: The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, 2003.
3. Harmon, C.: Terorizam danas, Zagreb, Golden marketing, 2002.
4. Jurun, E: Kvantitativne metode u ekonomiji, Split, 2007.
5. Mansfeld, Y i Pizam, A: Tourism, security and safety: From Theory to Practice, Elsevier Butterworth-Heinmann, UK, 2006.
6. Petrić, L: Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, 2006.
7. Pivac, S: Statstičke metode, e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2010.
8. Thompson, A.S; Terrorism's effect on tourism: Developed vs. developing countries, Auburn, Alabama August 9, 2008.
9. Vukadinović, R.: Međunarodni politički odnosi, Zagreb, Politička kultura, 2004.
10. Vukonić, B i Keča, K: Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci, Mikorad, Zagreb, 2001.
11. Wilkinson, P: Terorizam protiv demokracije, Golden marketing, Zagreb, 2002.
12. Zelenika, R.: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, 2000.

Članci:

1. Arana, J.E & Leon, C.J: The impact of terrorism on tourism demand, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain., 2008.
2. Baker, D: The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, International journal of religious tourism and pilgrimage, Vol. 2., 2014.
3. Ball, D., et.al.: International business: The challenge of global competition, 13th ed., NY:McGraw-Hill., New York, 2013.
4. Buesa, M., et.al.: The economic cost of march 11: Measuring the direct economic cost of the terrorist attack on march 11, 2004 in Madrid, Terrorism&Political violence, No.19., Vol.4., 2007.

5. Feige, M.: Turizam na početku novog tisućljeća, Turizam, Vol. 48, No. 2, 2000.
6. Keković, Z i Marković, S: Security as a factor of competitive advantage in tourism, Tourism and Hospitality Management, Vol. 15, No. 2, 2009.
7. Marić, S.: Terorizam kao globalni problem, pregledni rad, Medianali, Vol.6, No.11, 2012.
8. Milićević, S. i Ervaćanin, V: Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, broj 18, 2016.
9. Petrić, L: Has the myth of tourist destination sustainability faded? Behind the curtains of the global crises, Tourism in Southern and Eastern Europe, 2013.
10. Richter, L. K. i Waugh, W. L: Tourism Politics and Political Science: A Case of Not So Benign Neglect, Annals of Tourism Research, 1986.
11. Ritchie, B.W.: Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in tourism industry, Tourism Managemen, Vol. 25, 2004.
12. Sonmez, S.F.: Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, 1998.
13. UNWTO, 2011.
14. Vuković, I.: Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji i implikacije na Hrvatsku, Toursim and Hospitality Management, Vol.12, No.1, 2006.

Instituti i organizacije:

1. International Institute for counter-terrorism, The black Friday attacks, 2015.
2. OECD Tourism Trends and Policies 2018.
3. UNWTO Tourism Higlights, 2017 Edition.

Novine:

1. The Guardian, Plan to coax shoppers back to west end after bombs, 2005.
2. Thompson, A.: Paris suffers steep fall safter terrorist attacks, Financial times, 2015.

Internet izvori:

1. http://cityportal.hr/vjezba-obrane-od-terorizma-uvod-u-medunarodnu-konferenciju-dani-kriznog-upravljanja/
2. http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8609597/4-24012018-CP-EN.pdf/59bebc89-d5e5-4276-8402-028fab29d9a2

3. http://economicsandpeace.org/
4. https://eturbonews.com/31694/ten-years-significance-bali-bombings-tourism-industry
5. https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-f8fb2b9cac890e748dd61ac0552807c2.pdf
6. https://hawaii.knoema.com/gjeywzb/economic-impact-of-tourism-before-and-after-9-11dog
7. http://hrturizam.hr/dzs-dolasci-nocenja-u-2017/
8. http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/
9. http://hrturizam.hr/objavljeni-rezultati-istrazivanja-stavovi-potrosnja-turista-u-hrvatskoj-tomas-ljeto-2017/
10. http://hrturizam.hr/prosle-godine-ostvaren-rast-prihoda-od-turizma-od-10-posto-sto-cini-196-posto-bdp/
11. https://metodologija.org/master/tipovi-varijabli/
12. https://mreza.bug.hr/eu-boljim-informacijskim-sustavom-protiv-terorizma/
13. https://uk.france.fr/en
14. http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/06/GPI17-Report.pdf
15. http://www.bbc.com/news/uk-33253598
16. http://www.businessdictionary.com/definition/economic-indicators.html
17. http://www.encyclopedia.com/doc/1O999-antiterrorism.html
18. http://www.fbi.publish/terror/terrusa.html
19. http://www.iags.org/costof911.html
20. http://www.insideindonesia.org/post-bomb-lessons
21. http://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/terrorism-spreading-less-deadly-2017/
22. http://www.mint.hr
23. http://www.mint.hr/vijesti/rekordna-2017-turisticka-godina-ostvareno-102-milijuna-nocenja/11589
24. http://www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/2013-2014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf
25. http://www.sibensko-kninska.policija.hr/1747/531.aspx
26. http://www.start.umd.edu/
27. http://www2.unwto.org/press-release/2018-04-25/joint-eu-unwto-report-provides-better-understanding-tourism-european-union

28. https://www.dw.com/hr/sigurnost-gradova-u-vrijeme-terorizma/a-40513846
29. https://www.dzs.hr/
30. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470
31. https://www.express.hr/top-news/upozorio-hrvatska-je-najrealnija-meta-isil-a-10949
32. https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/plenkovic-prijetnja-terorizma-je-realnost-europe-povecali-smo-izdvajanja-za-obranu-idemo-u-dobrom-smjeru/6132746/
33. https://www.nytimes.com/1997/11/18/world/70-die-in-attack-at-egypt-temple.html
34. https://www.openstreetmap.org/#map=11/40.3973/-3.7930
35. https://www.researchgate.net/publication/279183176_Indicators_of_Terrorist_Intent_and_Capability_Tools_for_Threat_Assessment
36. https://www.thebalance.com/real-gdp-per-capita-how-to-calculate-data-since-1946-3306028
37. https://www.theguardian.com/uk/2005/aug/15/politics.shopping
38. https://www.vecernji.hr/vijesti/kako-se-europska-unija-bori-protiv-terorizma-557144

SLIKE:

Slika 1: Internacionalni turizam u 2016. godini……str.17

Slika 2: Predviđeni rast broja dolazaka prema UNWTO-u do 2030. godine po regijama…str.20

Slika 3: Direktan doprinos turizma na GDP zemalja članica EU…….str.32

Slika 4: Internacionalni turizam u usporedbi s ostalim izvoznim kategorijama……str.33

Slika 5: Prikaz bombaških napada u Londonu po satima i mjestima napada……str.35

Slika 6: Prikaz bombaških napada u Madridu po mjestima napada…….str.36

Slika 7: Prikaz terorističkih napada diljem Pariza 2015. godine……...str.38

Slika 8: Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2017. godini……str.40

Slika 9: Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta u 2016. i 2017. godini……str.40

Slika 10: Prikaz globalnog indeksa terorizma na mapi svijeta u 2017. godini ……str.47

Slika 11: Prikaz globalnog indeksa mira po državama za 2017. godinu……str.49

Slika 12: Konceptualni model utjecaja terorizma na turističku potražnju……str.56

Slika 13: Dijagram rasipanja……str.64

Slika 14: Dijagram rasipanja nakon izvršenog prirodnog logaritmiranja……str.65

TABLICE:

Tablica 1: Broj internacionalnih dolazaka za regiju Europa u 2016. godini (zbirni rezultati)……...……str.18

Tablica 2: Potrošnja u destinaciji za 2017. godinu……...…...str.42

Tablica 3: Prosječna potrošnja gostiju po zemlji podrijetla…….str.43

Tablica 4: Indikatori za utvrđivanje stupnja miroljubivosti svake od država……..str.50 -52

Tablica 5: Očekivani utjecaj nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu……..str.59

Tablica 6: Pregled rezultata deskriptivne statistike…….str.61

Tablica 7: Korelacijska materica varijabli……...str.62

Tablica 8: Tablica koeficijenata varijabli u inicijalnom modelu utjecaja terorizma na turističku potražnju……..str.66

Tablica 9: Analiza varijance regresijskog modela i sažetak modela višestruke regresije……str.68

Tablica 10: Korelacijska materica između varijable globalni indeks mira i turističke potražnje……...str.69

Tablica 11: Korelacijska materica između broja incidenata i turističke potražnje……...str.70

Tablica 12: Usporedba očekivanih utjecaja nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu i dobiveni rezultati……str.70

PRILOZI:

Prilog 1: Broj internacionalnih dolazaka za regiju Europa u 2016. godini (po državama)

		International tourist arrivals						
		(1000)				Change (%)		
Destinations	Series	2010	2014	2015	2016*	14/13	15/14	16*/15
Europe		**488,954**	**576,128**	**603,658**	**616,190**	**1.7**	**4.8**	**2.1**
Northern Europe		**62,845**	**70,799**	**75,410**	**80,244**	**5.3**	**6.5**	**6.4**
Denmark	TF	8,744	10,267	10,424	..	20.0	1.5	..
Finland	TCE	2,319	2,731	2,622	2,789	-2.3	-4.0	6.4
Iceland	TF	489	998	1,289	1,792	23.6	29.2	39.0
Ireland	TF	7,134	8,813	9,528	..	6.7	8.1	..
Norway	TF/TCE	4,767	4,855	5,361	..	1.6	10.4	..
Sweden	TCE/TF	4,951	10,522	..	..	-4.2	..	..
United Kingdom	TF	28,296	32,613	34,436	35,814	5.0	5.6	4.0
Western Europe		**154,362**	**175,313**	**181,413**	**181,467**	**2.2**	**3.5**	**0.0**
Austria	TCE	22,004	25,291	26,728	28,121	1.9	5.7	5.2
Belgium	TCE	7,186	7,887	8,355	7,479	2.6	5.9	-10.5
France	TF	77,648	83,701	84,452	82,600	0.1	0.9	-2.2
Germany	TCE	26,875	33,005	34,971	35,579	4.6	6.0	1.7
Liechtenstein	TCE	64	61	57	69	2.7	-7.5	21.7
Luxembourg	TCE	793	1,038	1,091	1,054	9.9	5.1	-3.5
Monaco	THS	279	329	331	336	0.3	0.7	1.4
Netherlands	TCE	10,883	13,926	15,007	15,828	9.0	7.8	5.5
Switzerland	THS	8,628	9,158	9,305	10,402	2.1	1.6	n/a
Central/Eastern Europe		**98,490**	**115,167**	**121,376**	**126,021**	**-9.1**	**5.4**	**3.8**
Armenia	TF	687	1,204	1,192	1,260	11.3	-1.0	5.7
Azerbaijan	TF	1,280	2,160	1,922	2,045	1.4	-11.0	6.4
Belarus	TCE	677	973	860	..	0.7	-11.6	..
Bulgaria	TF	6,047	7,311	7,099	8,252	6.0	-2.9	16.2
Czech Republic	TF	8,629	10,617	11,619	12,090	3.1	9.4	4.1
Estonia	TF	2,372	2,917	2,989	3,143	1.5	2.5	5.2
Georgia	TF	1,067	2,229	2,282	2,715	7.9	2.4	19.0
Hungary	TF	9,510	12,139	14,316	15,256	14.3	17.9	6.6
Kazakhstan	TF	2,991	4,560	..	..	-7.4	..	..
Kyrgyzstan	VF	855	2,849	3,051	..	-7.4	7.1	..
Latvia	TF	1,373	1,843	2,024	1,793	20.0	9.8	-11.4
Lithuania	TF	1,507	2,063	2,071	2,296	2.5	0.4	10.8
Poland	TF	12,470	16,000	16,728	17,463	1.3	4.6	4.4
Rep. Moldova	TCE	64	94	94	121	-1.8	0.5	28.6
Romania	TCE	1,343	1,912	2,235	2,471	11.5	16.9	10.6
Russian Federation	VF	22,281	25,438	26,852	24,551	-17.4	5.6	-8.6
Slovakia	TF	5,415	6,020	..	..	-11.7	..	..
Tajikistan	VF	160	213	414	..	2.5	94.0	..
Turkmenistan	TF	..	..	..	..	..	..	..
Ukraine	TF	21,203	12,712	12,428	13,333	-48.5	-2.2	7.3
Uzbekistan	TF	975	..	..	..	..	..	..

Southern/Medit. Europe		**173,258**	**214,848**	**225,459**	**228,458**	**6.9**	**4.9**	**1.3**
Albania	TF	2,191	3,341	3,784	4,070	16.9	13.3	7.5
Andorra	TF	1,808	2,363	2,663	2,831	1.5	12.7	6.3
Bosnia & Herzg.	TCE	365	536	678	777	1.5	26.5	14.5
Croatia	TCE	9,111	11,623	12,683	13,809	6.2	9.1	8.9
Cyprus	TF	2,173	2,441	2,659	3,187	1.5	8.9	19.8
FYR Macedonia	TCE	262	425	486	510	6.4	14.2	5.1
Greece	TF	15,007	22,033	23,599	24,799	23.0	7.1	5.1
Israel	TF	2,803	2,927	2,799	2,900	-1.2	-4.4	3.6
Italy	TF	43,626	48,576	50,732	52,372	1.8	4.4	3.2
Malta	TF	1,339	1,690	1,783	1,966	6.8	5.5	10.2
Montenegro	TCE	1,088	1,350	1,560	1,662	2.0	15.6	6.5
Portugal	TCE	6,832	9,277	10,140	11,423	11.8	9.3	12.7
San Marino	THS	60	75	54	60	6.3	-27.7	10.2
Serbia	TCE	683	1,029	1,132	1,281	11.6	10.1	13.2
Slovenia	TCE	1,869	2,411	2,707	3,032	6.7	12.3	12.0
Spain	TF	52,677	64,939	68,519	75,563	7.0	5.5	10.3
Turkey	TF	31,364	39,811	39,478	..	5.3	-0.8	..

Izvor: UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition, dostupno na: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029, preuzeto: 20.5.2018.

Prilog 2: Kretanje globalnog indeksa mira u periodu od 2008. do 2016. za 26 država članica Europske Unije

Zemlja	Godina	GPI
Austria	2008	1,291
Austria	2009	1,240
Austria	2010	1,290
Austria	2011	1,337
Austria	2012	1,328
Austria	2013	1,250
Austria	2014	1,200
Austria	2015	1,198
Austria	2016	1,278
Belgium	2008	1,368
Belgium	2009	1,365
Belgium	2010	1,400
Belgium	2011	1,413
Belgium	2012	1,376
Belgium	2013	1,339
Belgium	2014	1,354
Belgium	2015	1,365
Belgium	2016	1,528
Bulgaria	2008	1,720

Bulgaria	2009	1,738
Bulgaria	2010	1,785
Bulgaria	2011	1,845
Bulgaria	2012	1,699
Bulgaria	2013	1,663
Bulgaria	2014	1,637
Bulgaria	2015	1,607
Bulgaria	2016	1,646
Croatia	2008	1,760
Croatia	2009	1,669
Croatia	2010	1,707
Croatia	2011	1,699
Croatia	2012	1,648
Croatia	2013	1,571
Croatia	2014	1,548
Croatia	2015	1,550
Croatia	2016	1,633
Cyprus	2008	1,664
Cyprus	2009	1,650
Cyprus	2010	1,895
Cyprus	2011	2,013
Cyprus	2012	2,013
Cyprus	2013	1,957
Cyprus	2014	1,840
Cyprus	2015	1,844
Cyprus	2016	1,924
Czech Republic	2008	1,435
Czech Republic	2009	1,430
Czech Republic	2010	1,360
Czech Republic	2011	1,320
Czech Republic	2012	1,396
Czech Republic	2013	1,404
Czech Republic	2014	1,381
Czech Republic	2015	1,341
Czech Republic	2016	1,360
Denmark	2008	1,238
Denmark	2009	1,263

Denmark	2010	1,341
Denmark	2011	1,289
Denmark	2012	1,239
Denmark	2013	1,207
Denmark	2014	1,193
Denmark	2015	1,150
Denmark	2016	1,246
Estonia	2008	1,650
Estonia	2009	1,720
Estonia	2010	1,751
Estonia	2011	1,798
Estonia	2012	1,715
Estonia	2013	1,710
Estonia	2014	1,635
Estonia	2015	1,677
Estonia	2016	1,732
Finland	2008	1,273
Finland	2009	1,297
Finland	2010	1,352
Finland	2011	1,352
Finland	2012	1,348
Finland	2013	1,297
Finland	2014	1,297
Finland	2015	1,277
Finland	2016	1,429
France	2008	1,750
France	2009	1,779
France	2010	1,636
France	2011	1,697
France	2012	1,710
France	2013	1,863
France	2014	1,808
France	2015	1,742
France	2016	1,829
Germany	2008	1,406
Germany	2009	1,443
Germany	2010	1,398
Germany	2011	1,416
Germany	2012	1,424
Germany	2013	1,431
Germany	2014	1,423
Germany	2015	1,379
Germany	2016	1,486

Greece	2008	1,810
Greece	2009	1,850
Greece	2010	1,887
Greece	2011	1,947
Greece	2012	1,976
Greece	2013	1,957
Greece	2014	2,052
Greece	2015	1,878
Greece	2016	2,044
Hungary	2008	1,452
Hungary	2009	1,574
Hungary	2010	1,495
Hungary	2011	1,495
Hungary	2012	1,476
Hungary	2013	1,520
Hungary	2014	1,482
Hungary	2015	1,463
Hungary	2016	1,534
Ireland	2008	1,310
Ireland	2009	1,393
Ireland	2010	1,337
Ireland	2011	1,370
Ireland	2012	1,328
Ireland	2013	1,370
Ireland	2014	1,384
Ireland	2015	1,354
Ireland	2016	1,433
Italy	2008	1,620
Italy	2009	1,693
Italy	2010	1,701
Italy	2011	1,775
Italy	2012	1,690
Italy	2013	1,663
Italy	2014	1,675
Italy	2015	1,669
Italy	2016	1,774
Latvia	2008	1,700
Latvia	2009	1,774
Latvia	2010	1,827
Latvia	2011	1,793
Latvia	2012	1,774
Latvia	2013	1,772
Latvia	2014	1,745

Latvia	2015	1,695
Latvia	2016	1,680
Lithuania	2008	1,670
Lithuania	2009	1,675
Lithuania	2010	1,713
Lithuania	2011	1,760
Lithuania	2012	1,741
Lithuania	2013	1,784
Lithuania	2014	1,797
Lithuania	2015	1,674
Lithuania	2016	1,735
Netherlands	2008	1,555
Netherlands	2009	1,609
Netherlands	2010	1,610
Netherlands	2011	1,628
Netherlands	2012	1,606
Netherlands	2013	1,508
Netherlands	2014	1,475
Netherlands	2015	1,432
Netherlands	2016	1,541
Poland	2008	1,610
Poland	2009	1,597
Poland	2010	1,618
Poland	2011	1,545
Poland	2012	1,524
Poland	2013	1,530
Poland	2014	1,532
Poland	2015	1,430
Poland	2016	1,557
Portugal	2008	1,385
Portugal	2009	1,426
Portugal	2010	1,366
Portugal	2011	1,453
Portugal	2012	1,470
Portugal	2013	1,467
Portugal	2014	1,425
Portugal	2015	1,344
Portugal	2016	1,356
Romania	2008	1,537
Romania	2009	1,580
Romania	2010	1,749
Romania	2011	1,742
Romania	2012	1,627

Romania	2013	1,584
Romania	2014	1,677
Romania	2015	1,542
Romania	2016	1,649
Slovakia	2008	1,533
Slovakia	2009	1,532
Slovakia	2010	1,536
Slovakia	2011	1,576
Slovakia	2012	1,590
Slovakia	2013	1,622
Slovakia	2014	1,467
Slovakia	2015	1,478
Slovakia	2016	1,603
Slovenia	2008	1,370
Slovenia	2009	1,343
Slovenia	2010	1,358
Slovenia	2011	1,358
Slovenia	2012	1,330
Slovenia	2013	1,374
Slovenia	2014	1,398
Slovenia	2015	1,378
Slovenia	2016	1,408
Spain	2008	1,550
Spain	2009	1,640
Spain	2010	1,588
Spain	2011	1,641
Spain	2012	1,548
Spain	2013	1,563
Spain	2014	1,548
Spain	2015	1,451
Spain	2016	1,604
Sweden	2008	1,282
Sweden	2009	1,253
Sweden	2010	1,354
Sweden	2011	1,401
Sweden	2012	1,419
Sweden	2013	1,319
Sweden	2014	1,381
Sweden	2015	1,360
Sweden	2016	1,461
United Kingdom	2008	1,740

United Kingdom	2009	1,710
United Kingdom	2010	1,631
United Kingdom	2011	1,631
United Kingdom	2012	1,609
United Kingdom	2013	1,787
United Kingdom	2014	1,798
United Kingdom	2015	1,685
United Kingdom	2016	1,830

Izvor: Istraživanje autorice

Prilog 3: Excel tablica korištena za obradu podataka u statističkom programu SPSS

Zemlja	Godina	GPI	GDP per capita	Turistička potražnja	Broj incidenata
Austria	2008	1,291	36.300	104.709.683	7
Austria	2009	1,240	34.800	102.833.458	3
Austria	2010	1,290	35.400	103.942.335	0
Austria	2011	1,337	36.300	105.339.662	1
Austria	2012	1,328	36.400	109.540.720	0
Austria	2013	1,250	36.200	110.687.373	1
Austria	2014	1,200	36.200	110.440.776	0
Austria	2015	1,198	36.200	113.365.901	0
Austria	2016	1,278	36.300	117.957.253	3
Belgium	2008	1,368	33.900	29.971.839	0
Belgium	2009	1,365	32.900	29.250.381	1
Belgium	2010	1,400	33.500	30.298.026	0
Belgium	2011	1,413	33.800	31.379.844	0
Belgium	2012	1,376	33.700	31.267.441	1
Belgium	2013	1,339	33.600	31.448.180	0
Belgium	2014	1,354	33.800	32.605.681	2
Belgium	2015	1,365	34.100	38.380.415	0
Belgium	2016	1,528	34.500	36.855.214	7
Bulgaria	2008	1,720	5.100	18.182.923	2
Bulgaria	2009	1,738	5.000	15.277.000	0
Bulgaria	2010	1,785	5.100	16.139.116	0
Bulgaria	2011	1,845	5.300	18.656.061	2
Bulgaria	2012	1,699	5.300	20.252.038	2

Bulgaria	2013	1,663	5.400	21.617.474	3
Bulgaria	2014	1,637	5.500	21.698.391	1
Bulgaria	2015	1,607	5.800	21.397.816	2
Bulgaria	2016	1,646	6.000	25.185.996	1
Croatia	2008	1,760	11.500	38.532.072	2
Croatia	2009	1,669	10.600	37.484.621	1
Croatia	2010	1,707	10.500	37.009.182	0
Croatia	2011	1,699	10.500	39.250.790	0
Croatia	2012	1,648	10.300	62.183.925	0
Croatia	2013	1,571	10.300	64.418.292	2
Croatia	2014	1,548	10.300	66.124.991	0
Croatia	2015	1,550	10.600	71.339.000	0
Croatia	2016	1,633	11.000	77.824.114	0
Cyprus	2008	1,664	24.700	14.380.375	0
Cyprus	2009	1,650	23.600	13.003.669	0
Cyprus	2010	1,895	23.300	13.800.788	0
Cyprus	2011	2,013	22.800	14.284.731	0
Cyprus	2012	2,013	21.700	14.576.573	1
Cyprus	2013	1,957	20.500	14.048.529	9
Cyprus	2014	1,840	20.400	13.715.342	5
Cyprus	2015	1,844	20.900	13.374.837	3
Cyprus	2016	1,924	21.500	15.348.884	2
Czech Republic	2008	1,435	15.400	39.283.474	2
Czech Republic	2009	1,430	14.600	36.662.192	1
Czech Republic	2010	1,360	14.900	36.908.811	0
Czech Republic	2011	1,320	15.200	38.235.088	1
Czech Republic	2012	1,396	15.100	43.278.457	0
Czech Republic	2013	1,404	15.000	43.308.279	1
Czech Republic	2014	1,381	15.400	42.946.929	5
Czech Republic	2015	1,341	16.200	47.093.906	4
Czech Republic	2016	1,360	16.500	49.696.957	2
Denmark	2008	1,238	45.700	28.027.029	1
Denmark	2009	1,263	43.200	26.491.463	0
Denmark	2010	1,341	43.800	27.146.947	1
Denmark	2011	1,289	44.200	28.211.086	0
Denmark	2012	1,239	44.200	28.040.235	0
Denmark	2013	1,207	44.400	28.500.837	1

Denmark	2014	1,193	44.900	29.646.899	0
Denmark	2015	1,150	45.300	30.809.340	4
Denmark	2016	1,246	45.800	31.896.255	1
Estonia	2008	1,650	12.600	4.602.212	0
Estonia	2009	1,720	10.800	4.122.526	0
Estonia	2010	1,751	11.000	4.700.680	0
Estonia	2011	1,798	11.900	5.399.392	1
Estonia	2012	1,715	12.500	5.544.537	0
Estonia	2013	1,710	12.800	5.734.033	0
Estonia	2014	1,635	13.200	5.809.464	0
Estonia	2015	1,677	13.400	5.781.870	2
Estonia	2016	1,732	13.700	6.228.128	0
Finland	2008	1,273	37.300	19.465.620	1
Finland	2009	1,297	34.000	18.567.338	0
Finland	2010	1,352	34.900	19.248.057	0
Finland	2011	1,352	35.600	19.987.871	0
Finland	2012	1,348	34.900	20.317.582	0
Finland	2013	1,297	34.500	20.241.057	0
Finland	2014	1,297	34.200	19.786.022	0
Finland	2015	1,277	34.100	19.738.123	9
Finland	2016	1,429	34.700	20.343.433	3
France	2008	1,750	31.400	301.042.789	14
France	2009	1,779	30.300	294.689.672	9
France	2010	1,636	30.800	391.222.795	3
France	2011	1,697	31.200	401.006.928	8
France	2012	1,710	31.100	400.525.558	65
France	2013	1,863	31.200	408.126.035	12
France	2014	1,808	31.300	402.315.167	14
France	2015	1,742	31.500	410.052.887	36
France	2016	1,829	31.700	404.763.426	26
Germany	2008	1,406	32.500	323.876.009	3
Germany	2009	1,443	30.800	314.118.544	4
Germany	2010	1,398	32.100	325.439.525	1
Germany	2011	1,416	33.300	339.021.466	8
Germany	2012	1,424	33.400	350.349.425	4
Germany	2013	1,431	33.500	354.871.005	0
Germany	2014	1,423	34.000	366.527.398	13
Germany	2015	1,379	34.300	378.048.084	64
Germany	2016	1,486	34.700	388.851.871	41
Greece	2008	1,810	22.600	65.624.563	53
Greece	2009	1,850	21.500	84.362.746	115
Greece	2010	1,887	20.300	83.743.820	49
Greece	2011	1,947	18.500	87.551.176	11

Greece	2012	1,976	17.200	80.566.672	22
Greece	2013	1,957	16.800	89.105.445	53
Greece	2014	2,052	17.000	95.116.396	26
Greece	2015	1,878	17.100	98.617.558	31
Greece	2016	2,044	17.100	101.855.381	31
Hungary	2008	1,452	10.500	19.974.414	2
Hungary	2009	1,574	9.800	18.709.746	1
Hungary	2010	1,495	9.900	19.030.734	0
Hungary	2011	1,495	10.100	19.434.914	0
Hungary	2012	1,476	10.000	23.169.533	0
Hungary	2013	1,520	10.200	24.426.148	0
Hungary	2014	1,482	10.700	26.053.873	1
Hungary	2015	1,463	11.000	27.542.898	1
Hungary	2016	1,534	11.300	29.291.168	1
Ireland	2008	1,310	38.400	26.548.221	5
Ireland	2009	1,393	36.300	25.942.514	0
Ireland	2010	1,337	36.800	26.785.442	4
Ireland	2011	1,370	37.700	27.140.568	4
Ireland	2012	1,328	37.600	28.884.907	29
Ireland	2013	1,370	38.100	28.286.434	27
Ireland	2014	1,384	41.200	29.166.382	33
Ireland	2015	1,354	51.400	29.710.054	28
Ireland	2016	1,433	53.600	31.105.668	15
Italy	2008	1,620	28.200	373.666.712	2
Italy	2009	1,693	26.500	370.762.377	4
Italy	2010	1,701	26.800	375.542.550	10
Italy	2011	1,775	26.900	386.894.732	3
Italy	2012	1,690	26.000	380.711.483	10
Italy	2013	1,663	25.400	376.785.615	7
Italy	2014	1,675	25.400	377.770.806	7
Italy	2015	1,669	25.600	392.763.886	5
Italy	2016	1,774	25.900	402.858.297	11
Latvia	2008	1,700	9.900	3.501.063	0
Latvia	2009	1,774	8.600	2.543.111	0
Latvia	2010	1,827	8.500	2.834.104	0
Latvia	2011	1,793	9.200	3.294.232	0
Latvia	2012	1,774	9.700	3.546.736	0
Latvia	2013	1,772	10.000	3.775.192	0
Latvia	2014	1,745	10.300	4.158.418	0
Latvia	2015	1,695	10.700	4.109.910	0
Latvia	2016	1,680	11.000	4.416.597	0
Lithuania	2008	1,670	10.100	3.249.339	0
Lithuania	2009	1,675	8.700	2.548.114	0

Lithuania	2010	1,713	9.000	2.792.135	0
Lithuania	2011	1,760	9.800	3.266.858	0
Lithuania	2012	1,741	10.300	5.741.252	0
Lithuania	2013	1,784	10.800	6.089.056	0
Lithuania	2014	1,797	11.300	6.465.004	0
Lithuania	2015	1,674	11.600	6.581.192	0
Lithuania	2016	1,735	12.000	6.992.674	0
Netherlands	2008	1,555	39.400	84.452.200	1
Netherlands	2009	1,609	37.700	84.516.100	1
Netherlands	2010	1,610	38.000	84.873.200	1
Netherlands	2011	1,628	38.500	85.368.400	2
Netherlands	2012	1,606	37.900	84.050.408	0
Netherlands	2013	1,508	37.700	96.074.132	0
Netherlands	2014	1,475	38.100	99.751.562	1
Netherlands	2015	1,432	38.800	103.534.302	3
Netherlands	2016	1,541	39.500	106.212.858	6
Poland	2008	1,610	8.900	56.645.518	0
Poland	2009	1,597	9.100	55.020.067	0
Poland	2010	1,618	9.400	55.794.467	0
Poland	2011	1,545	9.900	57.148.253	0
Poland	2012	1,524	10.000	62.014.890	0
Poland	2013	1,530	10.200	62.959.452	0
Poland	2014	1,532	10.500	66.579.589	0
Poland	2015	1,430	10.900	71.234.421	0
Poland	2016	1,557	11.200	79.393.860	2
Portugal	2008	1,385	17.200	47.328.837	0
Portugal	2009	1,426	16.700	44.364.742	0
Portugal	2010	1,366	17.000	45.035.005	0
Portugal	2011	1,453	16.700	46.857.858	2
Portugal	2012	1,470	16.100	46.781.091	0
Portugal	2013	1,467	16.000	49.888.259	0
Portugal	2014	1,425	16.300	54.979.437	0
Portugal	2015	1,344	16.600	59.419.938	0
Portugal	2016	1,356	16.900	66.014.226	0
Romania	2008	1,537	6.700	20.725.981	1
Romania	2009	1,580	6.400	17.325.410	0
Romania	2010	1,749	6.200	16.051.135	0
Romania	2011	1,742	6.400	17.979.439	0
Romania	2012	1,627	6.500	19.091.379	0
Romania	2013	1,584	6.700	19.301.768	0
Romania	2014	1,677	7.000	20.230.245	0
Romania	2015	1,542	7.300	23.445.286	0
Romania	2016	1,649	7.700	25.274.649	0

Slovakia	2008	1,533	12.600	12.259.115	0
Slovakia	2009	1,532	11.900	10.252.657	0
Slovakia	2010	1,536	12.400	10.240.479	0
Slovakia	2011	1,576	12.900	10.415.637	0
Slovakia	2012	1,590	13.100	10.770.328	0
Slovakia	2013	1,622	13.200	11.345.641	0
Slovakia	2014	1,467	13.600	10.781.015	0
Slovakia	2015	1,478	14.100	12.176.275	0
Slovakia	2016	1,603	14.600	13.894.782	1
Slovenia	2008	1,370	19.200	8.870.148	0
Slovenia	2009	1,343	17.500	8.556.122	0
Slovenia	2010	1,358	17.700	8.424.741	0
Slovenia	2011	1,358	17.800	8.860.328	0
Slovenia	2012	1,330	17.300	9.406.009	0
Slovenia	2013	1,374	17.000	9.471.571	0
Slovenia	2014	1,398	17.500	9.470.452	0
Slovenia	2015	1,378	17.900	10.224.207	0
Slovenia	2016	1,408	18.500	11.057.731	0
Spain	2008	1,550	24.400	375.693.309	37
Spain	2009	1,640	23.300	348.554.453	21
Spain	2010	1,588	23.200	364.863.944	3
Spain	2011	1,641	22.900	389.858.477	0
Spain	2012	1,548	22.200	382.670.976	1
Spain	2013	1,563	21.900	389.211.987	5
Spain	2014	1,548	22.300	403.963.022	4
Spain	2015	1,451	23.100	422.226.376	1
Spain	2016	1,604	23.800	454.957.250	3
Sweden	2008	1,282	39.800	46.540.868	1
Sweden	2009	1,253	37.400	47.390.976	1
Sweden	2010	1,354	39.400	47.900.298	3
Sweden	2011	1,401	40.100	48.422.673	1
Sweden	2012	1,419	39.700	48.585.972	2
Sweden	2013	1,319	39.800	49.710.427	0
Sweden	2014	1,381	40.500	52.280.371	5
Sweden	2015	1,360	41.900	55.611.847	37
Sweden	2016	1,461	42.600	57.234.148	16
United Kingdom	2008	1,740	30.600	251.505.661	39
United Kingdom	2009	1,710	29.100	262.204.519	22
United Kingdom	2010	1,631	29.300	234.263.131	57
United Kingdom	2011	1,631	29.500	230.590.553	47

United Kingdom	2012	1,609	29.800	303.564.528	54
United Kingdom	2013	1,787	30.200	319.354.095	137
United Kingdom	2014	1,798	30.900	339.011.917	103
United Kingdom	2015	1,685	31.300	348.336.672	114
United Kingdom	2016	1,830	31.700	352.904.553	104

Izvor: Istraživanje autorice

SAŽETAK:

Turizam danas u svijetu ima veliki značaj kao generator svjetskog dohotka i velikog broja poslova. Rast u turizmu dogodio se pod utjecajem različitih trendova na strani potražnje i ponude. Međutim na rast turizma utječu i nepredvidljive krizne situacije kao i nasilni događaji poput: političkih previranja, ratova i terorizam. Teroristički napadi mijenjaju obilježja turizma na razini neke turističke destinacije ali i na svjetskoj razini utječući primarno na turističku potražnju, što se nastojalo pokazati i ovim istraživanjem uz pomoć metode višestruke regresije. Utjecaj terorizma na turističku potražnju ne mora nužno biti negativan što je dokazano i provedenim istraživanjem zbog toga što stupanj utjecaja ovisi o razvijenosti zemlje. Kako bi se smanjili negativni učinci nasilnih pojava kao što je to terorizam važno je korištenje kriznog menadžmenta. Osim toga važna je i suradnja među nositeljima turističke politike te sigurnost koju je potrebno njegovati kako bi destinacija zadržala goste.

Ključne riječi: turizam, trendovi, terorizam, krizni menadžment

SUMMARY:

Tourism today has a huge impact in the world as a generator of world income and numerous jobs. Growth in tourism has been occuring under many different trends on the side of tourism demand and tourism supply. But, tourism growth is influenced by unpredictable crisis situations and incidents like: political turmoils, wars and terrorism, Terrorist attacks in destinations change tourism characteristics in the destination, but also in the world, primarly having an impact on tourism demand, what has been proved by this research . Terrorist impact on tourism demand still doesn't have to be only negative as proven by the research conducted because the influence of terrorism depends on the level of development of the country. To meet the negative effects of unpredictable and violent incidents as terrorism it is important to use crisis

management. Besides that cooperation between tourism policy makers is important like the security which needs to be maintained in order for the destination to keep the guests.

Key words: tourism, trends, terrorism, crisis management