OSJETLJIVOST TURIZMA NA NASILNE DOGAĐAJE U OKRUŽENJU

Milanović, Zorica

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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:124:367181

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split







SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

OSJETLJIVOST TURIZMA NA NASILNE DOGAĐAJE U OKRUŽENJU

Mentorica:

dr. sc. Šimundić Blanka

Studentica:

Milanović Zorica, 1133365

Split, rujan, 2017.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....1

1.1. Definicija problema.....1

1.2. Cilj rada.....1

1.3. Metode rada.....1

1.4. Struktura rada.....2

2. TURIZAM U SUVREMENOM OKRUŽENJU.....3

2.1. Obilježja značaj turizma u svijetu.....3

2.2. Razvoj suvremenog turizma.....4

2.2.1. Suvremeni trendovi koji utječu na globalni turizam.....6

2.2.2. Negativni utjecaji na turizam.....8

3. TERORIZAM KAO DETERMINANTA MEĐUNARODNOG TURIZMA…….....12

3.1. Općenito o terorizmu.....12

3.2. Turisti kao mete terorizma.....13

3.3. Primjeri napada s njihovim učincima na destinacije.....14

3.3.1. Napadi 11. rujna 2001.....15

3.3.2. Napad na Bali 2002. godine.....18

3.3.3. Teroristički napadi u Francuskoj.....22

4. KRIZNI MENADŽMENT U TURIZMU.....25

4.1. Kriza u turizmu.....25

4.2. Krizni menadžment u turizmu.....25

4.3. Mjere oporavka u slučaju nastanka krize.....26

4.3.1. Upravljanje terorizmom kao krizom.....27

4.4. Uloga medija.....28

5. ZAKLJUČAK.....30

LITERATURA.....32

POPIS TABLICA.....35

POPIS SLIKA.....35

POPIS GRAFIKONA.....35

SAŽETAK.....36

SUMMARY.....36

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U današnje vrijeme globalizacije i porasta međunarodnog turizma i nasilnih događaja (terorizam) u okruženju nameće se pitanje njihovog međusobnog odnosa i povezanosti. Opće je poznato da se na turizam gleda uglavnom kroz njegove pozitivne efekte dok je kod terorizma to upravo suprotno. Negativni efekti terorizma koje on proizvodi s ciljem destabilizacije regije predstavljaju prijetnju turizmu jer se destinacija onda percipira kao nesigurna što uzrokuje smanjenje broja turista. Iz tog razloga, u ovom završnom radu, definirani problem odnosi se na osjetljivost turizma na promjene u okruženju. Na temelju definiranog problema istraživanja predmet istraživanja ovoga završnog rada je utjecaj terorizma na kretanja međunarodnih turista.

1.2. Ciljevi rada

Paralelno s velikim priljevom ljudi u destinaciju povećava se i broj nasilnih događaja u istoj, što uzrokuje smanjenje ukupnih pozitivnih efekata turizma. Svrha ovog istraživanja je sveobuhvatan prikaz međunarodnog turističkog okruženja i osjetljivosti međunarodnog turizma na promjene u okruženju, te prikaz mogućnosti upravljanja turizmom u slučaju nastupanja iznenadnih događaja. Glavni ciljevi ovog rada su objasniti osjetljivost turizma na nasilne događaje u okruženju s naglaskom na terorizam, utjecaj tih događaja na priljev turista u određenim destinacijama i potrebu za kriznim menadžmentom u turizmu.

1.3. Metode rada

Metode koje će povezati ovaj rad i učiniti ga jedinstvenom cjelinom su:

- *metoda deskripcije* – postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- *metoda analize* – postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove

- *metoda sinteze* – postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije.
- *povijesna metoda*-postupak kojim se na temelju raznih dokumenata i dokaznog materijala može saznati sve što se u prošlosti dogodilo te kako i zašto se dogodilo**.**

1.4. Struktura rada

Ovaj završni rad sastoji se od pet međusobno povezanih cjelina.

Prva cjelina je „Uvod“ i u njemu su definirani predmet i cilj istraživanja, metode i izvori prikupljanja podataka te jasno opisana struktura i sadržaj rada.

Druga cjelina nosi naziv „Turizam u suvremenom svijetu“ i u njoj su opisana obilježja suvremenog turizma te činitelji utjecaja na njegov razvoj, zatim negativni oblici utjecaja na turizam te učinak terorističkih činova na ekonomiju destinacije i ponašanje turista.

Treća cjelina „Terorizam kao determinanta turizma“ čini drugi važan dio ovog završnog rada. U ovoj cjelini je objašnjen pojam terorizam zajedno s razlozima odabira turista za mete te utjecaj terorističkih činova na destinacije kroz primjere.

Četvrta cjelina „Krizni menadžment u turizmu“ daje opis krize u turizmu, definira ulogu medija i pruža prikaz instrumenata za borbu protiv krize.

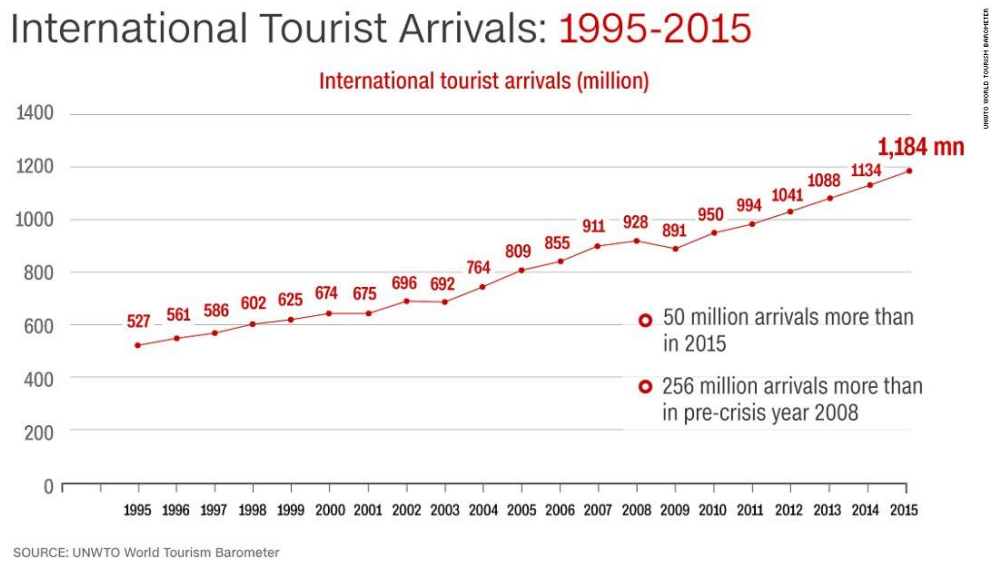
Posljednja, šesta cjelina „Zaključak“, predstavlja konačnu sintezu svih obrađenih i navedenih podataka i informacija i mišljenje o provedenim analizama u ovom predmetu rada.

2. TURIZAM U SUVREMENOM OKRUŽENJU

2.1. Obilježja turizma u svijetu

Tijekom desetljeća turizam je doživio kontinuirani rast te postao jedan od najbrže rastućih ekonomskih sektora u svijetu. S rastom broja posjetitelja, rasla je i važnost turizma u svijetu. Osim što je rastao , širio se u sve dijelove svijeta proizvodeći učinke na destinacije. Primarno kroz svoje ekonomske funkcije (multiplikativnu, induktivnu, konverzijsku, funkciju zapošljavanja,..) zatim i kroz sociokulturne (poticanje međukulturalne tolerancije, razmjene znanja), ali i okolišne učinke (doprinos uređenju okoliša, širenje svijesti o zaštiti okoliša) , rast turizma djelovao je na razvoj pojedinih destinacija.

Turizam danas, ima najveću ulogu kao generator velikog broja poslova te kao pokretač gospodarskog razvoja ponajviše zemalja u razvoju. Petu godinu za redom, rast industrije putovanja u 2015. od 2,8% nadmašio je rast ukupne svjetske ekonomije i drugih velikih sektora poput proizvodnje i maloprodaje. Ukupno, industrija putovanja u 2015. činila je 9.8% svjetskog BDP-a, generirala je 284 milijuna poslova, odnosno 1/11 svih poslova na svijetu bili su poslovi u turizmu. [1]Taj trend se nastavio i u 2016.



Graf 1: Broj međunarodnih posjetitelja u razdoblju 1995.-2015.

[1] UNWTO (2016): Tourism Highlights 2016.

Izvor: UNWTO, World Tourism Barometer

.Važnost turizma u 2016. prema Svjetskoj turističkog organizaciji (UNWTO) ogleda se u sljedećim činjenicama:

- turizam čini 10% svjetskog BDP-a
- zahvaljujući funkciji zapošljavanja kreira 1 od 10 poslova na svijetu
- turistička industrija čini 6% izvoza svih dobara i 30% izvoza svih usluga vrijednosti od 1.5 milijardi dolara [2]

Prepoznavši rastuću pojavu turizma i koristi koje može proizvesti u destinaciji, mnoge destinacije se uključuju u natjecanje na svjetskom turističkom tržištu. Porastom konkurencije raste i potreba za upravljanjem turizmom. Kako bi ostale konkurentne destinacije se trebaju prilagođavati sukladno uvjetima u kojima se odvijanju turistička kretanja. Nešto više o tome govorit će se u nastavku rada.

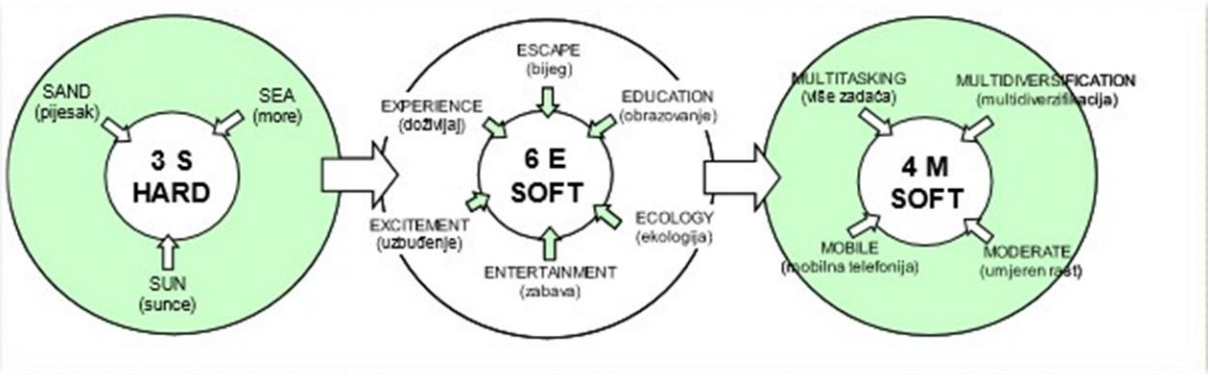
2.2. Razvoj suvremenog turizma

Rast značaja turizma u svijetu dogodio se pod djelovanjem eksternih ili vanjskih utjecaja, ali i promjena u njemu samom , internih ili unutrašnjih. Sve one izravno i neizravno i dalje utječu na promjene u turizmu, posebno u turističkoj potražnji, ali i u turističkoj ponudi. Stručnjaci UNWTO-a su 1995. godine identificirali vanjske i glavne unutarnje utjecaje koji ponekad pozitivno, a ponekad negativno utječu na turizam. Prema UNWTO-u to su sljedeći utjecaji:

- ✓ vanjski ili eksterni utjecaji: ekonomski i financijski razvoj, demografske i socijalne promjene, tehnološke inovacije i unapređenja, sigurnost putovanja i boravka u destinaciji, politički čimbenici, zagađenje okoliša, prirodne katastrofe, klimatske promjene, promjene u okolišu
- ✓ unutarnji ili utjecaji: promjene turističke potražnje, promjene turističke ponude, promjene distribucijskih kanala, promjene turističkih proizvoda i usluga[3]

[2] UNWTO (2017): Tourism Highlights 2017.

Pod utjecajem eksternih i internih promjena s pozitivnim i negativnim učincima turizam se postepeno mijenjao i poprimio drugačija obilježja, pa se može govoriti o tri oblika suvremenog turizma i dvjema fazama strukturne transformacije turizma. Tri oblika suvremenog turizma su: "3 S" , "6 E" i "4 M".



Slika 1 : Tri oblika suvremenog turizma

Izvor: Hendija, Z. (2014./2015.): Međunarodni turizam, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str. 13

Od 1950. do danas nastale su dvije strukturne transformacije turizma:

I. faza : čiji je razvoj kada se tzv. "3 S" turizam (sunce,more, pijesak) transformirao u "6 E" turizam uz koji se vežu pojmovi E označavaju zabavu, uzbuđenja, obrazovanje, bijeg, iskustvo i okoliš

II. faza: započela je nakon terorističkih napada na SAD 11.9.2001. godine i traje do danas, ona nije tako izražena kao prethodna već se može govoriti o proširenju odnosno produbljivanju druge faze. U toj fazi "6 E" soft turizam transformirao se u "4 M" soft turizam, diferenciranijeg i segmentiranijeg turizma od prijašnje faze, pri čemu pojmovi M označavaju umjeren rast, više zadaća, multidiversifikaciju turističke potražnje i ponude i mobilnu telefoniju.

Faza multidiverzificiranog soft 4 M turizma započeta u SAD-u traje i danas. Trendovi u turizmu uočeni u 6 E razdoblju još se više produbljuju i pojačavaju. Turizam današnjice je pod utjecajem sljedećih čnitelja:

- sigurnost putovanja i boravka u destinaciji
- ekologija i klimatske promjene

- briga za očuvanjem vlastitog psihofizičkog zdravlja
- veća briga za kulturu.[4]

2.2.1. Suvremeni trendovi koji utječu na globalni turizam

Trend se može se definirati kao sklonost odnosno tendencija prema nečemu. Trendovi se također javljaju i u turizmu, ali zbog specifičnih odnosa koji vladaju na turističkom tržištu različito se dijele, ovisno o tome promatraju li se prema mjestu nastanka, vrsti turističkog tržišta, sadržaju proučavanja te snazi djelovanja odnosno prema prostornoj rasprostranjenosti kao što je prikazano u tablici 1.

Tablica 1: Vrste trendova

Prema mjestu nastanka na turističkom tržištu	**trendovi turističke potražnje** **trendovi turističke ponude**
Prema vrsti turističkog tržišta	**trendovi na emitivnim turističkim tržištima** **trendovi na receptivnim turističkim tržištima**
Prema sadržaju proučavanja	**kvantitativni trendovi (uspoređuju podatke)** **kvalitativni trendovi (uspoređuju obilježja)**
Prema snazi djelovanja odnosno prostornoj rasprostranjenosti	**lokalni** **regionalni** **nacionalni** **globalni ili tzv. Megatrendovi**

Izvor: Hendija , Z.(2014./2015.): Međunarodni turizam, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str.4

Tijekom vremena pod utjecajem trendova turizam je doživio strukturnu transformaciju. Na strukturnu transformaciju turizma uvelike su utjecali globalni kvalitativni trendovi kao što su preobrazba tradicionalnog industrijskog društva, tehnološke promjene, korištenje slobodnog vremena te obilna ponuda.

Tradicionalno industrijsko društvo 20. stoljeća preobrazilo se u suvremeno informatičko-komunikacijsko društvo 21. stoljeća. Tehnološke promjene najviše su obilježile suvremeno doba.

[4] Hendija ,Z.(2014./2015.): Međunarodni turizam, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str.17

Posredstvom interneta moderni čovjek obavlja posao i druži se, kupuje te informira o turističkim destinacijama prilikom procesa donošenja odluke o putovanju. Promijenjeni su uvjeti poslovanja korištenjem interneta, mobilne telefonije, automatizirane tehnologije. Fleksibilna organizacija rada zajedno sa korištenjem novih tehnologija utjecala je na promjene radnog vremena, pa i na promjene kod raspoloživog slobodnog vremena što je u turizmu rezultiralo trendom češćih putovanja pa se jedno putovanje godišnje zamijenilo sa više kraćih putovanja tijekom godine. [5]

Zbog promjena u organizaciji rada, te zbog produljenog životnog vijeka i moguće radne sposobnosti, kao i veće uključenosti svih kategorija stanovništva u radni proces, zapošljavanje postaje sve veći problem te mnoge zemlje vide priliku za rješavanje ovog problema u turizmu i s njime povezanim djelatnostima.

Osnovno je obilježje današnjega društva da raspoloživi prihodi i slobodno vrijeme zaostaju za sve većom ponudom roba i usluga jer se stalno nude nove i bezbrojne mogućnosti potrošnje. Turističkim riječnikom, sve više destinacija uključuje se u međunarodna turistička kretanja nudeći svoje proizvode. Preobilna ponuda višestruko nadmašuje postojeću potražnju pa između mnogobrojnih različitih i istovrsnih ponuditelja, vlada na tržištu oštra konkurentska borba za svakog posjetitelja.

Procesi poput globalizacije i liberalizacije društva, dostignuća u tehnologiji te svima dostupni komunikacijski sustavi, utjecali su na sveopće promjene u društvu i gospodarstvu, pa tako i na turizam. Zbog posebnosti turizma i turističkog tržišta, ponajviše prostorne odvojenosti turističke potražnje i turističke ponude, turizam iskazuje vrlo visok stupanj osjetljivosti na sve vrste promjena. [6][7] S obzirom da turizam ima veliku ulogu u svijetu danas kroz svoje učinke i rasprostranjenost bilo kakve promjene u okruženju mogu snažno utjecati na promjene u turizmu koje posljedično, izazivaju učinke u destinacijama koje njeguju turizam.

[5] Moutinho L. (2005) Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb, str. 20
[6] Hendija ,Z.(2014./2015.): Međunarodni turizam, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str.20
[7] Bakan, R. (2015):Obilježja turističkog tržišta i glavni trendovi, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica

2.2.2. Negativni utjecaji na turizam

Od samih početaka razvoja turizma osim brojnih pozitivnih činitelja koji su utjecali (utječu) na njegov rast, on je također bio (je) izložen i raznovrsnim negativnim utjecajima. Niz nepredvidivih događaja, gospodarska i politička previranja, prirodne katastrofe, zarazne bolesti utjecali na sigurnost putovanja te posljedično, dinamiku rasta turizma. Zajedničko obilježje svih tih događaja jest da su potpuno nepredvidivi i iznenadni, te da nastaju pod utjecajem prirodnih zbivanja i katastrofa (na što se ne može djelovati), ali i uslijed ljudske aktivnosti.[8]

Kako bi se prepoznali mogući negativni utjecaji ovakvih događaja na turizam UNWTO ih je sistematizirao podijelivši ih kao što je vidljivo u Tablici 2.

Tablica 2: Vrste kriznih događaja s kojima se suočava suvremeni turizam

Politički i socijalni događaji	**Teroristički napadi** **Ratovi** **Građanski nemiri i državni udar** **Kriminalističke aktivnosti, pljačke i otmice**
Prirodne katastrofe	**Potresi, erupcije vulkana, tsunamiji** **Poplave, požari, uragani, olujni vjetrovi i drugi ekstremni vremenski uvjeti**
Promjene u okolišu	**izlijevanje nafte u mora i drugi oblici zagađenja okoliša koje izaziva nesvjesna ljudska aktivnost**
Ekonomske promjene	**financijska kriza** **ekonomska recesija** **drastične promjene tečaja valuta**
Opasne zarazne bolesti	**Ptičja gripa, svinjska gripa, kravlje ludilo, salmonela**
Tehnološki događaji	**Katastrofalne prometne nesreće s puno ljudskih žrtava**

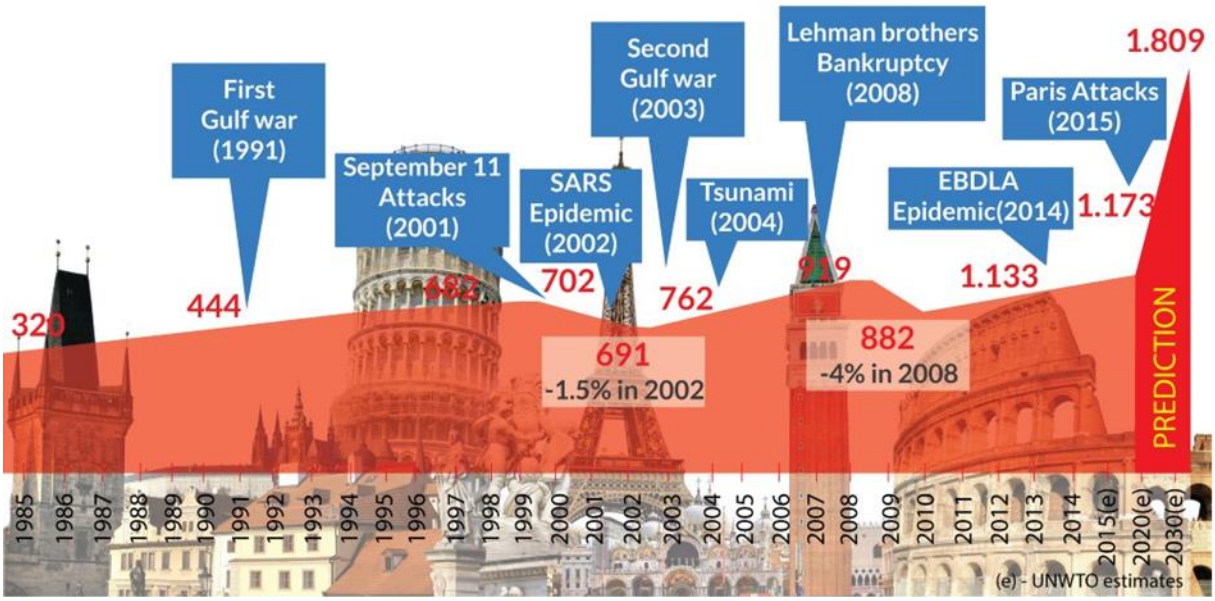
Izvor: UNWTO (2011): Priručnik za kriznu komunikaciju u turizmu , Madrid, str. 6

[8] Ritchie, B. W. (2004): Chaos, crisis and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry, Tourism management, vol. 25., str. 669

Ekonomske promjene javljaju se u obliku recesija ili drugih valutno-monetarnih nestabilnosti na globalnoj ili regionalnoj razini koje mogu u velikoj mjeri utjecati na opće blagostanje stanovništva i njegovu financijsku mogućnost putovanja.

Politička previranja, ratovi i teroristički napadi također se definiraju kao krizni događaji u turizmu. Porast ovih nasilnih događaja u destinaciji jedna je od popratnih negativnih socio-kulturnih učinaka pojave masovnog turizma

Ako pogledamo sliku 1, možemo vidjeti da u posljednjih tridesetak godina, turistička industrija je bila pod djelovanjem raznih oblika kriza i nepredvidljivih događaja koji su u određenim godinama utjecali na smanjen broj međunarodnih putovanja, ali je u globalu cijela industrija nastavila rast, u tom smjeru idu i buduća predviđanja.



Slika 2: Međunarodna turistička putovanja (u milijunima)

Izvor: http://www.tourism-review.com/2015-international-tourist-arrivals-up-news4863 (pristup 28.8.2017.)

Iako je cijela industrija zabilježila rast kroz godine, ovakvi eksterni utjecaji mijenjali su turističke tokove mijenjajući obilježja turističke potražnje.

Prilikom odabira destinacije turisti rade analizu koristi i troškova više alternativa. Osim tipičnih troškova putovanja, smještaja, hrane i zabave mogu uključiti i psihološke, socijalne te vremenske troškove. Još jedan trošak posebice na međunarodnim putovanjima uključuje rizik od pojave bolesti, nesreća, kriminala te terorizma. Razumno je zaključiti da rizik od pojave ovih događaja povećava trošak putovanja te će između više alternativa sa sličnim koristima turisti radije odabrati onu koja ima smanjen rizik, odnosno sigurnija je.[9]

Uzimajući u obzir da turisti danas na odmoru žele relaksaciju i odmor duha i tijela te je jedna od glavnih karakteristika turista briga o zdravlju i sigurnosti na putovanju, ovakve nestabilnosti mogu negativno utjecati na turizam u pojedinim destinacijama ovisno o percepciji rizika od događaja. U tom smjeru razvila se teorija rizika. Prema teoriji rizika turisti su podijeljeni u tri skupine ovisno o njihovoj percepciji rizika :

- neutral risk- turisti koji smatraju da turizam u destinaciji ne uključuje nikakav rizik
- functional risk- turisti koji smatraju da rizik povezan s turizmom u destinaciji se može manifestirati u obliku organizacijskih problema i mehaničkih kvarova
- place risk- turisti koji smatraju da je posjet destinaciji poprilično riskantan.[10]

U 1985. od 28 milijuna Amerikanaca koji su putovali izvan zemlje njih 162 je ubijeno ili ozlijeđeno tijekom terorističkih napada. Vjerojatnost da tijekom putovanja američki turisti budu pogođeni iznosila je 0,00057%. Međutim, premda je bilo malo vjerojatno da budu pogođeni, gotovo 2 milijuna Amerikanaca promijenilo je svoje planove o putovanju.[11] U ovom slučaju, percipirani rizik od nastanka događaja nadvladao je realni što je uzrokovalo promjene u turističkim kretanjima. U sladu s tim, može se zaključiti, da osjetljivost turizma u destinaciji na krize i nasilne događaje ovisi primarno o reakciji posjetitelja.

[9] Sonmez, S., Graefe, A.R. (1998): Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. Annals of Tourism Research, Vol. 25, str 113.
[10] Baker D. (2014): The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, International journal of religious tourism and pilgrimage, Vol. 2, str. 59.
[11] Sonmez, S.F., Apostolopolus, Y., Tarlow, P. (1999): Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism, . Journal of Travel Research, Vol. 28 , str. 15

Osim što ovakvi događaji imaju utjecaja na turističke tokove, štete i ekonomiji destinacije. S obzirom da turizam čini dio ekonomije destinacije, učinci nasilnih događaja na ekonomiju destinacije posljedično utječu i na turizam, ali i obrnuto. Sa ekonomskog stajališta među glavne učinke terorizma mogu se nabrojiti:

- smanjenje ljudskog i fizičkog kapitala kroz uništenu infrastrukturu i ljudske žrtve,
- podizanje razine nesigurnosti ulaganja čime se smanjuje razina ulaganja posebice direktnih stranih ulaganja,
- povećavaju se troškovi kroz izdatke za protuterorističke politike dok se smanjuju ulaganja u produktivne sektore,
- posebno negativno utječe na trgovinu te interdisciplinarne sektore poput turizma
- indirektno smanjuje BDP, utječe na inflatorna kretanja i povećanje nezaposlenosti.

Koliki će biti ukupni ekonomski učinak ovisi o tome radi li se o razvijenim ekonomijama ili onima u razvoju. Prema istraživanjima, razvijene ekonomije koje među ostalim imaju razvijen turistički sektor puno se brže oporavljaju od negativnih učinaka. Zemlje u razvoju najčešće ostvaruju prihode kroz s turizmom povezane djelatnosti te su osjetljivije na iznenadne događaje pa se sporije i oporavljaju od učinaka istih.[12]

Teroristički napadi, ratovi te kriminalne aktivnosti imaju odmah uočljive direktne ekonomske učinke u pogledu uništene turističke infra i suprastrukture uključujući smještajne i rekreacijske kapacitete međutim, njihov učinak na turističku potražnju može biti puno složeniji i utjecati na razvoj turizma u destinaciji.[13]

[12] Gardeazabal, J., Abadie, A. (2008): Terrorism and the world economy, European economic review, Vol. 52, str. 2.
[13] Baker D. (2014): The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, International journal of religious tourism and pilgrimage, Vol. 2, str 59.

3. TERORIZAM KAO DETERMINANTA MEĐUNARODNOG TURIZMA

3.1. Općenito o terorizmu

Terorizam je postao jedan od velikih problema današnjice, u kojem pozitivni trendovi kao što je tehnološki napredak te negativni trendovi, kao što je sve veća razlika između razvijenih i nerazvijenih država i društava te siromaštvo, utječu na njegov rast i širenje negativnih učinaka.

S obzirom da se karakter terorizma mijenjao kroz vrijeme , ne postoji jednoznačna definicija pojma terorizam. Sama riječ terorizam dolazi od latinske riječi "terror" što označava stravu ili užas, stoga se korištenje terora za postizanje političkih ili ekonomskih ciljeva naziva terorizmom. Terorizam se može definirati kao smišljena uporaba nezakonitog nasilja ili prijetnje nezakonitim nasiljem radi usađivanja straha, s namjerom prisiljavanja ili zastrašivanja vlasti ili društva kako bi se postigli ciljevi koji su općenito politički, vjerski ili ideološki.

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 prenosioc poruke, meta je primatelj poruke, poruka je sam teroristički čin, dok je povratna informacija reakcija primatelja na poruku.[14]

Povijest terorizma seže od drevnih vremena, kada su suparnici pokušavali na razne načine, od zastrašivanja do tjelesnog nasilja, poraziti jedni druge. Prvi teroristi o kojima postoje provjerene informacije bili su židovski nacionalisti pod imenom Zeloti koji su se pojavili u 6. stoljeću za vrijeme rimske uprave nad Judejom i ubijali sve koji su priznavali rimsku vlast.[15] Kasnije se sam termin spominje za vrijeme Francuske revolucije i korištenja nasilja u političke svrhe ("vladavina terora").

Terorizam svoju masovnost dobiva u 20. stoljeću kada se zemlje približavajući se početku novog tisućljeća bore s glađu, bolestima i raznim drugim socioekonomskim i okolišnim problemima. Raste brojka svjetske populacije i stvara se plodno tlo za teroriste koji lako regrutiraju svoje članove nudeći im bolje uvjete života.[16] U dinamičkom smislu suvremeni terorizam se može podijeliti na: etapu ekspanzije (1960. - 1981.), etapu povlačenja u ilegalu (1982. - 1984.), etapu oživljavanja, međusobnog povezivanja, sponzoriranja internacionalizacije djelovanja (1985. -

[14] Sonmez, S.F. (1998): Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 416
[15] Maric, S. (2012): Terorizam kao globalni problem, Medianali, Vol 6. , str. 90
[16] Sonmez, S.F. (1998): Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 418

1990.) i sadašnju etapu kada je terorizam postao sveprisutan pa govorimo o "globalnom terorizmu". [17]

3.2. Turisti kao mete terorizma

Teroristički ciljevi mogu se u širem smislu definirati kao revolucionarni (uski i široki; protuvladini) ili subrevolucionarni (promjene zakona ili osoba na vlasti). Uže definirano, ciljevi mogu biti ideološki, strateški i taktički.[18]Taktički ciljevi su kratkoročni i motivirani legitimnim problemima te se često realiziraju pljačkama i odabiranjem meta poput napučenih turističkih destinacija, samih turista i odmarališta u kojima odsjeda elita.

Međunarodni turizam i terorizam dijele određene karakterstike; oboje prelaze nacionalne granice, uključuju građane drugih zemalja i koriste putovanja i komunikacijske tehnologije. Glavni ciljevi terorističkih napada na destinacije uključuju ugrožavanje ekonomije područja, privlačenje međunarodne javnosti i samopromociju.[19]

Ako promotrimo turiste kao ambasadore mira zemlje iz koje dolaze u zemlju koju dolaze to nam može pomoći u razumijevanju terorističkih ciljeva i otkrivanju veze između turizma i terorizma. Turisti predstavljaju lake mete, teroristi mogu cirkulirati među turistima i provesti financijske transakcije u stranim valutama bez dobivanja puno pažnje te napadom na turiste lako mogu poslati svoju poruku koja vrlo često ne bi bila medijski popraćena da je riječ o lokalnom stanovništvu. Teroristi su svjesni da će teroristički čin protiv turista biti visoko medijski popraćen te će oni dobiti punu pažnju za izjašnjavanje svojih ciljeva.

Druge teorije se baziraju na tome da razlozi terorističkih napada mogu biti upravo socijalne i ekonomske razlike među turistima i rezidentima. Kada se lokalno stanovništvo koje živi u nepovoljnim uvjetima susretne s turistima koji uživaju u naglašenom luksuzu postaju ogorčeni. Razlog može biti sudar različitih kultura i vrijednosti. Određena ponašanja turista poput poput konzumacije alkohola i svinjetine u zemljama Islama gdje se turizam može percipirati kao oblik

[17] Maric, S. (2012): Terorizam kao globalni problem, Medianali, Vol 6. , str. 92
[18] Richter, L. K., Waugh, W. L. (1986): Tourism Politics and Political Science: A case of not so benign neglect, Annals of Tourism Research, str.235
[19] Sonmez, S.F. (1998), Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 418

neokolonijalizma i prijetnja tradicionalinim normama i vrijednostima društva mogu dovesti do nasilja kada lokalno stanovništvo osjeti da su njihova kultura, tradicija i religija ugroženi.[20]

3.3. Primjeri terorističkih napada s njihovim učincima na destinacije

Od pojave terorizma mijenjali su se ciljevi i motivi terorističkih napada. Suvremeni terorizam je u začetcima uglavnom uključivao otmice aviona, međutim, kako se terorizam sve više širio u sve zemlje svijeta cilj postaju velike materijalne štete i ljudske žrtve. Kada govorimo o međunarodnom terorizmu, na meti napada su posebice turističke destinacije. Lista meta uključivala je različite objekte od zrakoplova i autobusa, restorana i kafića, pa sve do festivala, kulturnih i sportskih manifestacija. Krajem '70-ih općenito se intezivirao broj terorističkih napada da bi se početkom '90-ih godina, veliki broj terorističkih napada dogodio upravo u poznatim turističkim destinacijama, taj trend se nastavio i do današnjih dana.

Neki od najpoznatijih napada na turističke destinacije poredani kronološki su:

- studeni 1997: Luxor (Egipat)
- rujan 2001: New York (SAD)
- listopad 2002: Bali (Indonezija)
- ožujak 2004: Madrid (Španjolska)
- srpanj 2005: Sharm-el-Sheikh (Egipat)
- srpanj 2005: London (UK)
- travanj 2006: Dahab (Egipat)
- studeni 2015: Pariz (Francuska)

Kako terorizam utječe na turizam destinacije pokazat će se u nastavku rada na primjeru napada odabranih destinacija.

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

3.3.1. Napadi 11. rujna 2001.

Povijest terorističkih napada u SAD-u započela je davno prije 11. rujna. Kao jedan od lidera u ekonomskom i političkom pogledu u svijetu oduvijek su bile na meti napada zbog svog političkog utjecaja i ekonomskih interesa, ali su zbog svoje snage i veličine uživali imidž "nedodirljive" destinacije. Prije napada na Svjetski trgovački centar (WTC) 11. rujna SAD je doživio tri velika teroristička napada: bombardiranje WTC-a 1993., bombardiranje u gradu Oklahoma 1995. i ekplozija bombe u Atlanti tijekom Olimpijskih igara 1996. međutim nijedan nije imao tako snažne učinke kao onaj 11. rujna.

Toga dana, 19 terorista krenilo je na samoubilačku misiju otimajući četiri aviona puna putnika koristeći ih kao sredstvo bombardiranja najpoznatijih američkih simbola moći. Prema službenom izvještaju Povjerenstva 911 (povjerenstvo osnovano 2002. s ciljem analize napada i njegovih posljedica) dva su udarila u Svjetski trgovački centar (WTC) na Manhattanu u New Yorku, ubrzo nakon čega su se oba nebodera srušila. Treći je zrakoplov udario u Pentagon, glavno sjedište Ministarstva obrane SAD-a. Četvrti se zrakoplov srušio u ruralnom dijelu općine Somerset u Pennsylvaniji 130 km istočno od Pittsburga. Pretpostavka je da je četvrti zrakoplov za metu imao Bijelu kuću ili zgradu Kongresa, ali nije uspio u naumu zbog otpora posade i putnika.[21]

Činjenica da je moguće da je ovakav napad izvršen na SAD uzdrmala je ne samo američku već i svjetsku javnost. Imidž SAD-a kao snažne i sigurne svjetske velesile naglo je srušen, što je imalo ogromne posljedice ne samo na turizam u SAD-u već i u svijetu.

[21] https://en.wikipedia.org/wiki/Terrorism_in_the_United_States (pristup 1.8.2017.)



Slika 3: Pogled na kip slobode i tornjeve WTC-a neposredno nakon napada

Izvor: http://www.amistadresource.org/the_future_in_the_present/911_and_the_iraq_war.html (pristup 19.8.2017.)

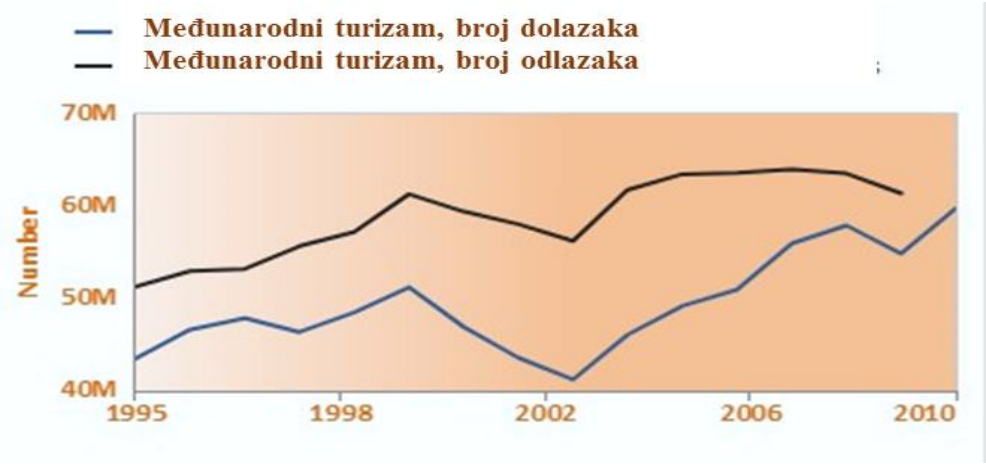
Napad je rezultirao smrću 2996 ljudi, ranio preko 6000 ljudi i nanio materijalnu štetu od najmanje 10 milijardi dolara.[22]Izvještaj Povjerenstva 911 je pokazao da su napadači pretvorili otete zrakoplove u najveće samoubilačke bombe u povijesti te su izvršili najubitačnije napade ikad počinjene protiv Sjedinjenih Američkih Država.

Američko tržište kao jedno od najvećih turističkih tržišta u prva dva tjedna od napada zabilježilo je gubitke u iznosu od 2 milijarde dolara , a stopa zaposlenosti opala je za 6% : 141 000 poslova izgubljeno je dijelu smještajnih kapaciteta dok je zračni sektor pretrpio gubitak od 93 000 poslova. Putovanja izvan zemlje smanjila su se sa 60.9 milijuna u 2000. na 54.2 milijuna u 2003. Veliki broj putovanja unutar zemlje zamijenio je međunarodna putovanja, a strah od sigurnosti letenja povećao je korištenje automobila, buseva i vlakova kao prijevoznih sredstava. Stroži vizni režim zajedno sa nesigurnošću putovanja učinio je SAD kao destinaciju manje atraktivnom.

Kada govorimo o utjecaju napada na svjetsku turističku industriju kratkoročni efekt je bio smanjenje broja turista za 10% u mjesecima nakon napada kao rezultat izgubljeno je 6 milijuna

[22] http://www.iags.org/costof911.html (pristup 19.8.2017.)

poslova, odnosno svaki dvanaesti radnik u turizmu izgubio je posao do kraja 2002. Najveći gubitci zabilježeni su u SAD-u, susjednim zemljama (Kanada, Meksiko) i Bliskom istoku. Ubrzo je postalo jasno kako su se svjetski turistički tokovi pod utjecajem terorističkih napada promijenili u korist zemalja Mediterana poput Hrvatske i Turske koje su ostvarile porast turističkih kretanja od 12% .[23]



Graf 2: Kretanje broja međunarodnih dolazaka i odlazaka u SAD 1995.-2010.

Izvor: https://hawaii.knoema.com/gjeywzb/economic-impact-of-tourism-before-and-after-9-11 (pristup: 31.8.2017.)

Prema grafu 2 je vidljivo da se broj međunarodnih kretanja turista, dolazaka i odlazaka, u SAD-u drastično smanjio u vrijeme napada u promatranom razdoblju, a svoj pad započeo je puno prije, što bi se moglo objasniti time da je američka ekonomija bila u nezavidnoj poziciji i prije napada.

Premda je američka ekonomija i prije napada bila u nezavidnoj poziciji zbog događaja kao što je pad naftne kompanije Enron, vlasti su odlučile uložiti velika sredstva u sigurnosne sustave i borbe na Bliskom istoku.

Osim ekonomskih, uslijedile su socio-kulturne poljedice. Veći značaj se počeo pridavati druženju s obitelji, posjetu religijskim ustanovama te isticanju patriotizma.[24]

Kao način borbe protiv napada američka je vlada izglasala nove zakone i uvela sigurnosne mjere poput skeniranja torbi, povećanog sigurnosnog nadzora, nasumično pretresanje putnika te se

[23] Belau, D. (2003) The impact of the 2001-2002 crisis on the hotel and tourism industry, str. 4
[24] https://prezi.com/m5a4dpcstlqw/social-change-911/ (pristup 20.8.2017.)

povezala sa europskim obavještajnim agencijama kako bi mogla pratiti kretanje sumnjivih osoba. Osim ulaganja u sigurnosne sustave, prepoznata je potreba za promotivnim aktivnostima u privlačenju turista pa je izglasan Travel promotion act čija je svrha povećanje broja međunarodnih dolazaka u sva područja SAD-a, komuniciranje prekomorskih politika putovanja te olakšavanje procedura ulazaka u zemlju. [25]

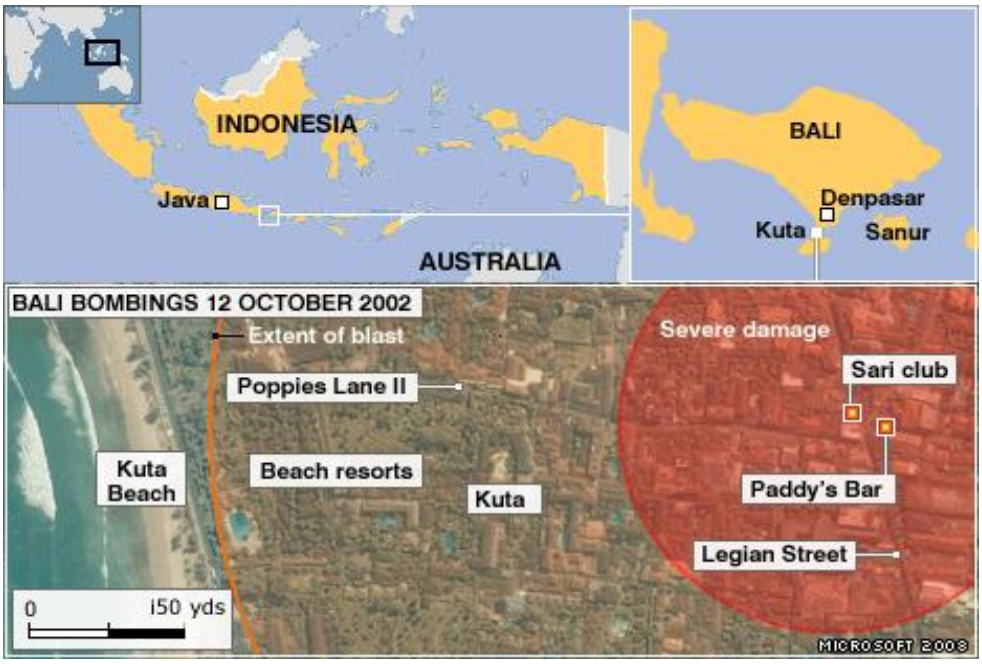
Napadi 11. rujna predstavljaju prekretnicu kao najznačajniji događaj koji se do sada dogodio u 21. stoljeću u smislu općih ekonomskih, socijalnih, kulturnih i vojnih posljedica koje su uslijedile u toj državi i mnogim drugim dijelovima svijeta. Tek se nakon njih počelo više govoriti o važnosti sigurnosti putovanja i upotrebe kriznog menadžmenta na svim poljima pa i u turizmu.

3.3.2. Napad na Bali 2002. godine

Godinu dana poslije napada u SAD-u, dogodio se napad na indonezijskom otoku Bali. Teroristički napad na Bali dogodio se 12. listopada 2002. godine u poznatom turističkom odmaralištu Kuti u vrhuncu sezone. U napadu je ubijeno 202 ljudi, od kojih je 38 lokalnih stanovnika, a ostatak su osobe raznih nacionalnosti, ponajviše Australci. Napad se dogodio detoniranjem tri bombe bombaša samoubojice te eksplodiranjem automobila punog bombi. Jedna od lokacija napada bila je plaža Kuta poznata kao okupljalište australskih sportskih ekipa. Odabir Kute kao mete napada nije bio slučajan. Kao poznato odmaralište prepuno sjevernoameričkih i europskih turista s niskim mjerama sigurnosti, predstavljala je laku metu s velikim štetnim posljedicama.

Prije napada Bali je generirao više od 25% ukupnog indonezijskog priljeva deviza i imao udio od 1,3% u ukupnoj ekonomiji Indonezije.

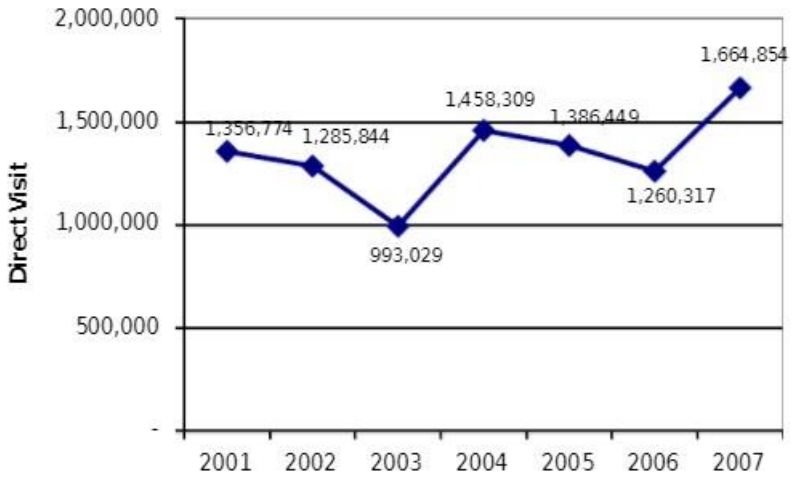
[25] http://www.travelweekly.com/Travel-News/Travel-Agent-Issues/10-Years-How-9/11-changed-travel (pristup 31.8.2017.)



Slika 4: Područje zahvaćeno napadom

Izvor: http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/asia-pacific/3157478.stm (pristup 19.8.2017.)

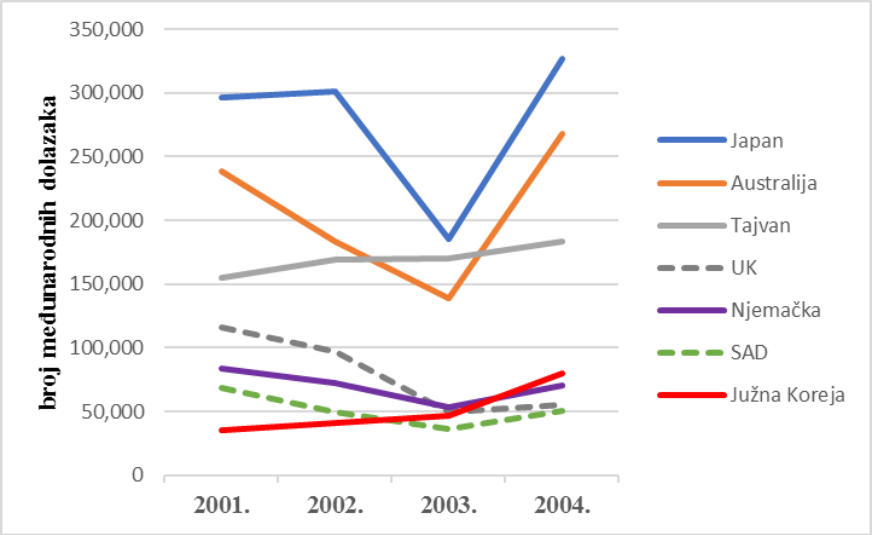
U statističkim procjenama nakon napada, broj međunarodnih dolazaka posebice sa zapadnih tržišta na Bali je naglo opao za 22% u odnosu na godinu prije napada te se izmijenila njegova struktura.



Graf 3: Broj međunarodnih dolazaka na Bali u razdoblju 2001.-2007.

Izvor: Statistics of Bali province, https://bali.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi_page=29# (pristup 20.8.2017.)

Graf 3 prikazuje kretanje broja posljetitelja na otoku Bali u razdoblju od 2001. do 2007. Analizom kretanja broja posjetitelja može se zaključiti da je posjećenost u godinama koje su uključivale terorističke napade na Baliju (2002. i 2005.) te onima koje su uslijedile neposredno, imala izrazito okomiti pad dok je rast ostvaren u svim drugim godinama.



Graf 4: Broj međunarodnih dolazaka na Bali prema državama podrijetla

Izvor: izrada autorice prema podacima Bali Tourism Board; http://www.balitourismboard.org/stat_arrival.html (pristup 27.8.2017.)

Graf 4 pokazuje kretanje broja međunarodnih dolazaka na Bali prema odabranim zemljama podrijetla u razdoblju od 2001.-2004. Prema grafu je vidljivo da je teroristički napad na broj međunarodnih dolazaka svih zemalja imao negativan učinak jer su sve zemlje zabilježile pad dolazaka u 2003. Najdrastičniji pad dolazaka zabilježen je upravo s onih tržišta koja su imala najveći broj dolazaka prije napada: Japana i Australije. Već u sljedećoj godini (2004.) vidljiv je rast broja dolazaka sa svih tržišta u odnosu na stanje u prethodnoj godini. Najveći postotni rast zabilježen je od strane Japana, Australije te Južne Koreje dok je Tajvan zabilježio umjeren rast dolazaka tijekom cijelog promatranog razdoblja.

Uslijed pokušaja vraćanja turista na Bali i podizanja konkurentnosti destinacije nuđeni su jeftini turistički paketi pa se sjevernoameričko i europsko tržište potrošača zamijenilo domaćim azijskim i autralskim sa kraćim posjetima i reduciranom dnevnom potrošnjom. Smanjen broj dolazaka rezultirao je padom popunjenosti hotelskih kapaciteta sa 68% na 27%. Strah od sličnih napada na

području sjeveroistočne Azije rezultirao je naglašenim putničkim upozorenjima o rizičnosti putovanja posebice u Australiji, što je imalo utjecaja na ukupnu posjećenost Indonezije, ali i zemalja u okruženju. [26]

Radom u turizmu stanovnici Balija ostvarivali su većinu prihoda i nisu imali puno alternativa. Iz tog razloga, pad broja posjetitelja imao je snažan utjecaj na dohodak stanovništva te je uzrokovao negativne pojave poput depresije i kriminala. Analitičari sa King's College u Londonu proveli su istraživanje[27] među trgovcima o utjecaju napada. Rezultati su pokazali da je smanjen dolazak turista na Bali imao sljedeći utjecaj:

- porast troškova života smanjenjem prihoda za 2/3
- porast stresa, depresije, alkoholizma i kriminala
- porast tenzija između lokalnog stanovništva i muslimanskih imigranata iz razloga što su lokalci krivili imigrante za napade
- porasla je negativna konkurentnost među trgovcima zbog smanjenog broja turista

Zaključak istraživanja je bio da je teroristički napad imao negativan učinak na resurse destinacije u smislu obrazovanja, pristupa financijama, infrastrukturi i vladinim uslugama, ali i na socijalne veze između ljudi: one između obitelji i prijatelja su ostale snažne, dok su između lokalnog hindu i muslimanskog stanovništva bile narušene.

Vlada Balija zajedno sa turističkim tijelima, razvila je plan obnove turizma na čelu s Ministarstvom kulture i turizma. Izazovi s kojim su se suočavali bili su pronalazak sredstava za obnovu uništene infrastrukture, kako ohrabriti pogođeno stanovništvo, ali i povratiti reputaciju Balija kao sigurne destinacije za turiste. Premda je bilo potrebno preko godinu dana da se pojave prvi znakovi oporavka, uspjeli su u svom naumu pa je Bali dobio mnoga turistička priznanja i dosegnuo milijuntog posjetitelja u 2004.[28] [29]

S obzirom da veliki broj stanovništva u poznatim turističkim destinacijama kao što je Bali nije imao alternativnih opcija zapošljavanja, a mjere zaštite od pojave iznenadnih događaja nisu bile

[26] https://eturbonews.com/31694/ten-years-significance-bali-bombings-tourism-industry (pristup: 26.7.2017.)
[27] https://eturbonews.com/31694/ten-years-significance-bali-bombings-tourism-industry (pristup: 26.7.2017.)
[28] http://www.insideindonesia.org/post-bomb-lessons (pristup 1.9.2017.)
[29] Kaučić, L. (2016): Terorizam kao ugroza svjetskom turizmu – izabrani primjeri, Sveučilište Sjever, Varaždin, str. 36..-37.

uspostavljene, učinci koje mogu prouzročiti nasilni događaji kao što su teroristički napadi, ostavljaju duboki utjecaj na turizam i destinaciju u cijelosti, međutim, pravilnim upravljanjem moguće je reducirati negativne učinke.

3.3.3. Teroristički napadi u Francuskoj

Sama riječ terorizam veže se uz Francusku i Robespierovu "vladavinu terora" kojom su se opisivale nasilne aktivnosti francuske vlade tijekom Francuske revolucije.[30] Francuska ima dugu povijest terorističkih napada od 19. stoljeća do danas, međutim tijekom zadnje dvije godine preživjela je nekoliko velikih napada, posebice u glavnom gradu.

Glavni grad Pariz često je bio meta terorističkih napada. Najpoznatiji napad tijekom 2015. godine dogodio se nad uredništvom Charlie Hebdo. Drugi val napada u Parizu dogodio se samo nekoliko mjeseci nakon Hebdo napada, 13. studenog 2015. godine koji se smatra najgori u povijesti Francuske sa 150 smrtnih slučajeva i preko 500 ozlijeđenih ljudi, što je utjecalo na smanjenu globalnu i lokalnu sigurnost cijele regije. Na crni petak, kako se često navodi u medijima, sedam terorističkih napada dogodilo se diljem Pariza. Trojica terorista detonirala su bombe u svojim prslucima u blizini nogometnog stadiona Stade the France dok je četvrti to učinio u restoranu na Boulevard Voltaire. Ostali su bili uključeni u masovnoj pucnjavi za vrijeme koncerta u Bataclan koncertnoj areni gdje su ubili više od 80 ljudi.

[30] http://www.history.com/topics/french-revolution (pristup 19.8.2017.)



Slika 5: Lokacije terorističkih napada u Parizu

Izvor:http://cnnphilippines.com/world/2015/11/16/Paris-attack-suspects-may-still-be-at-large-source-says.html (pristup 27.8.2017.)

Dok je još trajao stupanj pripravnosti u Francuskoj, niti godinu dana nakon napada na Charlie Hebdo, dogodio se napad u Nici. 14. srpnja 2016. , na dan pada Bastilje koji se slavi kao državni praznik. Zaletivši se teretnim vozilom u veliku masu ljudi koja je sudjelovala u proslavi na obali Nice napadač je prouzročio smrt 86 ljudi i ranio 458. Od ukupnog broja žrtava polovica su bila francuski državljani dok je druga polovica drugih nacionalnosti (Italija, Alžir, Maroko,..) .Islamska država (ISIL) preuzela je odgovornost za ovaj napad tvrdeći da se dogodio kao osveta Francuskoj za borbu protiv ISIL-a.

Direktno i indirektno, turizam je odgovoran za oko 7,4% francuskog BDP-a s dva milijuna zaposlenih u turizmu stoga se pojavila osnovana sumnja da bi ovi napadi mogli ozbiljno naštetiti francuskom turizmu i ekonomiji.

Napad na turiste koji u milijunima posjećuju Pariz svake godine pokazala se lošom za putničke agencije, hotelijere i druge djelatnosti vezane uz uslužni sektor. Nakon napada usljedilo je otkazivanje javnih događaja, koncerata, pala je vrijednost dionica na europskom tržištu te se povećala netrepeljivost prema muslimanskom stanovništvu. Prema podacima Regionalnog turističkog odbora najveću štetu pretrpio je glavni grad zajedno s pokrajinom Ile de France čiji se broj posjetitelja u 2016. smanjio za 1.5 milijuna u odnosu na godinu prije, ponajviše zahvaljujući padu broja kineskih i japanskih turista koji predstavljaju najveće potrošače. Tijekom napada

poznate pariške atrakcije: Eiffelov toranj i Disneyland Pariz bile su zatvorene za posjete, ali i zračne luke koje su zaustavile odvijanje zračnog prometa.

Kao protuterorističku mjeru francuski premijer pozvao je sve građane da se pridruže rezervnim snagama u očuvanju sigurnosti, a francuska turistička organizacija Atout France, obnavljajući imidž Francuske kao destinacije, lansirala je novu promotivnu kampanju, zajedno sa partnerima koji uključuju turističke agencije i prijevoznike, u kojem je Francuska prikazana kao moderna bajka, a njeni gradovi vezani uz poznate francuske simbole i asocijacije.[31]

Ovi napadi u Parizu došli su u vrijeme kada je Europa bila usred migrantske krize, što je dodatno povećalo nesigurnost putovanja i zaoštrilo globalne političke i društvene odnose.[32] Povećao se strah od napada, a usred migracija ljudi sa Bliskog istoka i Afrike mnoge zemlje unutar Europske unije zatvorile su svoje granice. Time je počinjena šteta Schengenskoj zoni koja je omogućavala slobodu kretanja unutar 26 europskih zemalja pa postoji mogućnost da bi u budućnosti ovakve situacije mogle utjecati na transfer dobara i turistička kretanja.[33]

Međutim, dvije godine nakon napada, prema izvješću Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC-a), Francuska je i dalje najposjećenija destinacija od strane međunarodnih posjetitelja s preko 83 milijuna međunarodnih turista, unatoč padu rasta ukupnog broja posjetitelja, popunjenosti smještajnih kapaciteta, broju rezerviranih letova te posjeta najvećim atrakcijama u kvartalima neposredno nakon napada.[34] Premda je francuski turizam bio pod utjecajem ovako snažnih napada, iz ovoga se može izvesti zaključak da je učinak ovih napada na turizam Francuske kratkotrajan, dok bi se dublje posljedice mogle očekivati u budućnosti u vidu političkih nestabilnosti.[35]

[31] http://uk.france.fr/ (pristup 3.9.2017.)
[32] http://www.investopedia.com/articles/investing/111715/paris-attacks-and-world-economy.asp (pristup 19.8. 2017.)
[33]https://www.forbes.com/sites/laurielaird/2015/11/16/the-paris-attacks-and-the-economic-impact-of-terrorism/#5178672b5560 (pristup 14.8.2017.)
[34] WTTC (2016): Travel and Tourism report 2016.
[35] Kaučić, L. (2016): Terorizam kao ugroza svjetskom turizmu – izabrani primjeri, Sveučilište Sjever, Varaždin, str. 51.-53.

4. KRIZNI MENADŽMENT U TURIZMU

4.1. Kriza u turizmu

Kriza označava tešku situaciju dok krizno razdoblje predstavlja vrijeme preokreta u kojem dolazi do nekog opasnog razvoja ili vrhunca. O krizi se govori u mnogim područjima života te znanstvenim disciplinama. Svi krizni teoretičari slažu se da je kriza neočekivani i neželjeni događaj ili situacija nastao pod utjecajem unutarnjih ili vanjskih promjena.

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 makrorazin - kriza se javlja u turističkoj destinaciji.

Najbolju definiciju krize u turizmu, koja se može primijeniti za poduzeća i za destinacije 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 zahtijeva brzo odlučivanje i mjere za suprotstavljanje, s ciljem uspostavljanja stare ravnoteže ili ograničavanja negativnih učinaka krize."

4.2. Krizni menadžment u turizmu

Krizni menadžment u turizmu počeo se sustavno proučavati tek nakon terorističkog napada na SAD 11. rujna 2001. godine. Od tada do danas objavljeno je niz radova na tu temu, od knjiga do znanstvenih članaka koji svaki na svoj način istražuju neke aspekte kriznog menadžmenta u raznim situacijama u turizmu.

Zahvaljujući razvoju kriznog menadžmenta u turizmu u današnje vrijeme je puno lakše ovladati kriznim situacijama te ekonomija i turizam u destinaciji postaju otporniji na vanjske šokove poput nasilnih incidenata. Stručnjaci Svjetske turističke organizacije UNWTO-a definiraju krizni menadžment u turizmu tako što navode da krizni menadžment obuhvaća strategije, procese i mjere koje se planiraju primijeniti u cilju sprečavanja izbijanja krize i svladavanja njezinih posljedica. U priručniku o upravljanju krizom u turizmu dali su preporuku kako uspješno ovladati kriznom situacijom.

Teoretičari kriznog menadžmenta smatraju da je u fazi prije izbijanja krize najvažnije biti pripremljen na krizu. Ta faza obuhvaća više aktivnosti: priprema plana upravljanja kriznim

menadžmentom, priprema marketinškog plana u slučaju izbijanja krize te procjena sigurnosnih sustava. U fazi tijekom krize potrebno je minimizirati efekte krize osiguravanjem pogođenog područja, komuniciranjem promotivnih poruka s lica mjesta te taktički izučiti situaciju. U posljednjoj fazi, nakon krize, potrebno je povratiti povjerenje turista i dobar imidž destinacije prije napada korištenjem promotivnih aktivnosti i iskazivanjem samopouzdanja te je na temelju zaključaka taktičkim izučavanjem situacije potrebno napraviti procjenu i unapređenje sustava upravljanjem sigurnosti.[36]

4.3. Mjere oporavka turizma u slučaju krize

Krize su danas neizbježne, no menadžeri postaju svjesni činjenice da su njihove štetne posljedice daleko manje ukoliko je destinacija pripremljena na krizu, pa je temeljni zadatak kriznog menadžmenta proaktivno djelovanje. Izuzetno je važno da menadžeri (vlasnici organizacija i osobe zadužene za upravljanje destinacijama, u prvom redu Vlade) postanu svjesni mogućnosti izbijanja raznih vrsta kriza i iznenadnih događaja te da budu spremni proaktivno djelovati kako bi se smanjili negativni učinci tih događaja.

Tri su temeljne faze upravljanja krizom za menadžere:

- preventivno djelovanje: - uočavanje simptoma, preduhitriti krizu uvođenjem mjera opreza, prevencije, u toj fazi dolazi do razvoja strategije i planova
- prepoznavanje krize tj. faza primjene – prepoznavanje da li je kriza nastupila, koja vrsta krize i kakva joj je snaga te primjena planiranih aktivnosti za smanjenje kriznih učinaka
- proaktivno djelovanje tj. reaktivno upravljanje krizom: - ovladavanje krize i borba s krizom.kao najvažnija faza za menadžere suočene s krizom jer se ovdje pitaju što učiniti da bi izašli iz krize[37]

Turističke destinacije, posebice one koje ovise o turizmu, nemaju izbora već primjeniti strategije i mjere upravljanja kriznim menadžmentom u borbi protiv nepredvidljivih događaja kako bi ostale konkurentne na međunarodnom tržištu putovanja.

[36] Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): Tourism principles and pratice, Prentice Hall, London, str. 667

[37] Ritchie, B.W. (2004): Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in tourism industry, Tourism Management, Vol. 25, str. 674.

4.3.1. Upravljanje terorizmom kao krizom

Ovisno o fazi upravljanja kriznim menadžmentom u kojoj se nalazi destinacija razlikuju se i metode i instrumenti smanjivanja terorističkih efekata. Upravljanje krizom nastalom nasilnim događajima poput terorizma ne razlikuje se puno od upravljanja bilo kojom drugom kriznom situacijom osim možda u primjeni nekih od starteških mjera.

Kada govorimo o strateškim naporima ovladavanjem terorizmom kao kriznom situacijom, razlikujemo preventivne mjere prije nastanka krize i mjere u procesu oporavka nakon krize. [38]Preventivne mjere mogu uključivati:

- ulaganje velikih financijskih sredstava u razvoj sustava sigurnosti (kreiranje informativnih sigurnosnih programa)
- pozadinsku provjeru zaposlenih u turizmu
- nuđenje turističkih proizvoda otpornih na krizu (turistički resorti sa visokim stupnjem sigurnosti bez mogućnosti pristupa lokalcima)
- održavanje mjera sigurnosti te njihovo postrožavanje (korištenje policije u civilu, angažiranje stranih policijskih službenika)
- educiranje i poticanje lokalnog stanovništva o važnosti prijava sumnjivih događaja i mogućih učinaka (nuđenjem nagrada za informacije o kriminalnim radnjama)
- formuliranje sveobuhvatnog kontingecijskog plana (detaljan plan postupanja u slučaju nastanka krize sa definiranim ulogama svih uključenih stakeholdera)

Mjere procesa oporavka osim infrastukturne obnove pogođenih područja uključuju ponajviše marketinške napore u povratku povjerenja turista u sigurnost destinacije te povećanja njezine atraktivnosti. One uključuju:

- reduciranje cijena turističkih aranžmana
- identifikaciju i razvoj novih tržišnih segmenata (npr. razvijanje dark turizma)
- suradnju vladinih i nevladinih organizacija na čelu s Ministarstvom turizma u kreiranju marketinških kampanja (udruživanje s međunarodnim turističkim agencijama, touroperatorima i prijevoznicima)

[38] Althnayan, A. (2012): Tourism and terrorism: A crisis management perspective, University of Hull, str. 42.-45.

- korištenje instrumenata odnosa s javnošću za odašiljanje pozitivnih slika o destinaciji
- održavanje i uspostavljanje diplomatskih odnosa te suradnja sa drugim destinacijama
- poticanje domicilnog stanovništva na putovanja unutar destinacije

Preventivne mjere služe za borbu protiv krize kako bi se ona spriječila. S obzirom da u definiciji krize stoji da su krize često nepredvidivi događaji, neke od ovih mjera također služe da bi se učinci krizne situacije donekle mogli predvidjeti i na njima bi se trebao nalaziti fokus menadžera prilikom upravljanja. Pravilnim provođenjem ovih mjera minimizira se mogućnost pojave terorističke krize, a i kada ona nastupi njeni ukupni negativni učinci i trajanje bit će umanjeni.

4.4. Uloga medija

Svaka krizna situacija pa i ona izazvana terorističkim djelovanjem apsolutno je velik izazov za aktere sustava kriznog upravljanja koji nastoje održati razinu nacionalne, ali i globalne sigurnosti na kvalitetnoj razini. U tom procesu nipošto se ne smije zanemariti i podcijeniti utjecaj medija. Masovni mediji potencijalno mogu imati presudnu ulogu u tome kako će se određena krizna situacija pa i teroristički napad percipirati u domaćoj i svjetskoj javnosti.

Mediji često imaju potrebu preuveličavati situaciju kako bi privukli pozornost i pospješili svoje poslovanje. S obzirom da rasprava u medijima znatno pridonosi tome hoće li se neki napad smatrati terorističkim aktom ili nekim drugim tipom incidenta, to u konačnici posredno može utjecati na razvoj cijele krizne situacije i njene posljedice.

Mediji tijekom izvještavanja svakako trebaju djelovati u korist sustava kriznog upravljanja i to tako da pružaju blagovremene, točne i pouzdane informacije. U tome im trebaju pomoći menadžeri kriznog upravljanja dajući im relevatne informacije, ne ostavljajući im puno prostora za senzacionalističko izvještavanje.

S obzirom da je već spomenuto kako teroristi svojim djelovanjem žele postići stanje panike i straha, važno je da mediji u kriznoj situaciji ne pridonose tom terorističkom cilju. Važnost uloge medija ne očituje se samo neposredno nakon izbijanja krize već i mnogo nakon nje.[39]

[39]Sonmez, S.F. (1998): Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 418

Vlade i ostali stakeholderi mogu upotrijebiti snagu medija za promoviranje marketinških kampanja koje sadrže poruke o stabilizaciji destinacije, obnavljaju pozitivan imidž destinacije te vraćaju povjerenje turista u sigurnost destinacije.

U skladu s tim, poželjno je njihovo uključivanje u sustav kriznog upravljanja kako bi se postigla harmonizacija svih instrumenata kriznog upravljanja tijekom terorističkih napada.[40] Turističke destinacije, posebice one koje se u velikoj mjeri oslanjaju na turizam nemaju izbora već primijeniti strategije upravljanja kriznog menadžmenta kako bi se nosili s nepredvidljivim događajima i pojavama poput terorizma.

[40] Došen, B. (2016): Utjecaj terorizma na koncept upravljanja krizama, Sveučilište u Zagrebu, str. 5

5. ZAKLJUČAK

Brzi rast turizma u svijetu popraćen je nizom povoljnih faktora među kojima su jak ekonomski rast, porast raspoloživog dohotka i slobodnog vremena, razvoj tehnologije i komunikacije. Uslijed utjecaja tih faktora turizam je poprimao različita obilježja, širio se i prometnuo u jedan od najznačajnih sektora na svijetu utječući uglavnom pozitivno na razvoj destinacija kroz svoje ekonomske, sociokulturne i okolišne učinke.

Od pojave suvremenog turizma, osim niza povoljnih faktora koji su utjecali na dinamiku njegovog razvoja, on je bio popraćen i raznim negativnim utjecajima i kriznim situacijama, koji su doprinjeli strukturnoj transformaciji turizma i rezultirali povećanom brigom turista o zdravlju i sigurnosti na putovanju. Među njima se ističu nasilni događaji poput terorizma.

Pregledavajući relevatnu literaturu da se zaključiti da turisti i turizam nisu bili primarne mete terorista koji su kasnije shvatili snagu kojom napadi na turističke destinacije mogu doprinijeti ostvarivanju njihovih ciljeva. Terorizam u destinaciji, kao što je vidljivo iz obrađenih primjera terorističkih napada, proizvodi snažne negativne efekte na cijelu ekonomiju u vidu materijalne štete, gubitka poslova i smanjenja broja prihoda; te društvo, potičući razvoj siromaštva i međukulturalnu netrepeljivost. Osim toga, direktno umanjuje pozitivne efekte turizma na području destinacije izmjenjivanjem; spriječavanjem ili preusmjeravanjem turističkih tokova tako mijenjajući sliku turizma u svijetu. Veličina tih efekata primarno ovisi o percipiranom riziku posjetitelja i imidžu destinacije čime se direktno utječe na turističku potražnju za destinacijom.

Analizirajući kretanja međunarodnih turista kroz vrijeme može se zaključiti da je rast i širenje turizma s vremenom pokazalo relativnu otpornost prema pojavi nasilnih događaja. Učinci se razlikuju od destinacije do destinacije prema njihovim karakteristikama; imidžu, ekonomskoj snazi i spremnosti upravljanja nastalim iznenadnim događajima. Kako bi zadržale poziciju i ostale konkurentne na međunarodnom turističkom tržištu destinacije trebaju proaktivno i preventivno djelovati. Kvalitetnim kriznim menadžmentom moguće je djelovati na oporavak destinacije i turizma te smanjivanje njihove osjetljivosti na nasilne događaje i krize, pritom se nesmije zanemariti uloga ni utjecaj masovnih medija. Masovni mediji imaju veliku ulogu u percipiranju veličine krize te posredno utječu na razvoj cijele krizne situacije i njenih učinaka. Iz tog razloga, nužno ih je uključiti u planove kriznog menadžmenta zajedno sa preventivnim mjerama te mjerama

procesa oporavka, posebice marketinškim. Korištenje planova kriznog menadžmenta zajedno sa marketinškim naporima predstavlja imperativ za turističke destinacije koje žele obnoviti pozitivan imidž i zadržati posjetitelje u budućnosti.

LITERATURA

1. Althnayan, A. (2012): Tourism and terrorism: A crisis management perspective, Doktorski rad, University of Hull, str. 42.-45. , dostupno na: https://hydra.hull.ac.uk/assets/hull:6064a/content
2. Bakan, R. (2015):Obilježja turističkog tržišta i glavni trendovi, PowerPoint prezentacija, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, dostupno na: http://www.vsmti.hr/hr/nastava/nastavni-materijali/cat_view/139-menadment-ruralnog-turizma.html
3. Baker D. (2014): The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry, International journal of religious tourism and pilgrimage, Vol. 2, str. 57.-67. , dostupno na: http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=ijrtp
4. Belau, D. (2003): The impact of the 2001.-2002. crisis on the hotel and tourism industry, International labour organisation, UN, dostupno na: http://www.tourmag.com/attachment/19389/
5. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): Tourism principles and pratice, knjiga, Prentice Hall, London
6. Došen, B. (2016): Utjecaj terorizma na koncept upravljanja krizama, Seminarski rad, Sveučilište u Zagrebu, str. 5, dostupno na:https://www.fpzg.unizg.hr/_news/59450/Utjecaj%20terorizma%20na%20koncept%20upravljanja%20krizama_Bruno%20Dosen.pdf
7. Gardeazabal, J., Abadie, A. (2008): Terrorism and the world economy, European economic review, Vol. 52, str. 1.-27. dostupno na: https://economics.mit.edu/files/11864
8. Hendija, Z. (2014./2015.): Međunarodni turizam, Skripta, Sveučilište u Zagrebu, dostupno na: http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%203%20do%2049%20str.pdf
9. Kaučić, L. (2016): Terorizam kao ugroza svjetskom turizmu – izabrani primjeri, Diplomski rad, Sveučilište Sjever, Varaždin, dostupno na: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:579177
10. Maric, S. (2012): Terorizam kao globalni problem, Medianali, Vol 6. , str. 90 , dostupno na: http://hrcak.srce.hr/109161

11. Moutinho, L. (2005) Strateški menadžment u turizmu, knjiga, Masmedia, Zagreb, dostupno na: http://www.poslovni.hr/media/Data/Webshop/Strateski%20menadzment%20u%20turizmu.pdf
12. Petrić, L. (2013/2014): Uvod u turizam, Skripta, Sveučilište u Splitu, Split
13. Ritchie, B.W. (2004): Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in tourism industry, Tourism Management, Vol. 25, str. 669.-683. dostupno na:http://www.academia.edu/290519/Chaos_Crises_and_Disasters_a_Strategic_Approach_to_Crisis_Management_In_the_Tourism_Industry
14. Sonmez, S.F. (1998): Tourism, terrorism, and political instability, Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 416.-456. , dostupno na: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738397000935
15. Sonmez, S.F., Apostolopolus, Y., Tarlow, P. (1999): Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism, Journal of Travel Research, Vol. 28, str. 13.-18., dostupno na: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728759903800104
16. Sonmez, S., Graefe, A.R. (1998): Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. Annals of Tourism Research, Vol. 25, str. 112.-144. dostupno na: http://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/S_Sonmez_Influence_1998.pdf
17. UNWTO (2016): Tourism Highlights 2016. dostupno na: http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145
18. UNWTO (2017): Tourism Highlights 2017. dostupno na: http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029
19. WTTC (2017): Travel and Tourism report 2016. dostupno na:https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf

Ostali izvori s interneta:

1. http://www.nytimes.com/2002/07/07/nyregion/fatal-confusion-troubled-emergency-response-9-11-exposed-deadly-flaws-rescue.html?mcubz=3 (pristup 21.8.2017.)
2. http://inhomelandsecurity.com/americas-greatest-intelligence-failure/

(pristup 21.8.2017.)

3. https://prezi.com/m5a4dpcstlqw/social-change-911/ (pristup 20.8.2017.)
4. http://www.iags.org/costof911.html (pristup 19.8.2017.)
5. https://en.wikipedia.org/wiki/Terrorism_in_the_United_States (pristup 1.8.2017.)
6. http://www.amistadresource.org/the_future_in_the_present/911_and_the_iraq_war.htm (pristup 19.8.2017.)
7. https://en.wikipedia.org/wiki/2016_Nice_attack (pristup 19.7.2017.)
8. http://www.history.com/topics/french-revolution (pristup 19.8.2017.)
9. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_terrorist_incidents_in_France (pristup 19.8.2017.)
10. https://eturbonews.com/31694/ten-years-significance-bali-bombings-tourism-industry (pristup: 26.7.2017.)
11. http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/asia-pacific/3157478.stm (pristup 19.8.2017.)
12. http://www2.unwto.org/content/why-tourism (pristup 13.8.2017.)
13. http://www.bbc.com/news/business-34965000 (pristup 14.8.2017.)
14. https://www.forbes.com/sites/laurielaird/2015/11/16/the-paris-attacks-and-the-economic-impact-of-terrorism/#5178672b556 (pristup 14.8.2017.)
15. https://hawaii.knoema.com/gjeywzb/economic-impact-of-tourism-before-and-after-9-11 (pristup: 31.8.2017.)
16. http://www.travelweekly.com/Travel-News/Travel-Agent-Issues/10-Years-How-9/11-changed-travel (pristup 31.8.2017.)
17. http://en.visitparisregion.com/ (pristup 30.8.2017.)
18. http://uk.france.fr/ (pristup 3.9.2017.)

POPIS TABLICA

Tablica 1: Vrste trendova.....6

Tablica 2: Vrste kriznih događaja s kojima se suočava suvremeni turizam.....8

POPIS SLIKA

Slika 1: Tri oblika suvremenog turizma 5

Slika 2: Međunarodna turistička putovanja (u milijunima) 9

Slika 3: Pogled na kip slobode tornjeve WTC-a nesporedno nakon napada 16

Slika 4: Područje zahvaćeno napadom 19

Slika 5: Lokacije terorističkih napada u Parizu.....23

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Broj međunarodnih posjetitelja u razdoblju 1995.-2015.....3

Grafikon 2: Kretanje broja međunarodnih dolazaka i odlazaka u SAD 1995.-2010.....17

Grafikon 3: Broj međunarodnih dolazaka na Bali u razdoblju 2001.-2007.....19

Grafikon 4: Broj međunarodnih dolazaka na Bali prema državama podrijetla.....20

SAŽETAK

Međunarodni turizam danas u svijetu ima veliki značaj kao generator velikog broja poslova i svjetskog dohotka. Rast međunarodnog turizma dogodio se pod utjecajem različitih eksternih trendova, ali i pod utjecajem promjena u njemu samom. Te promjene uvjetovale su nastanak triju faza suvremenog turizma i dviju strukturnih transformacija. Sukladno tome, turizam danas se nalazi u fazi 4 M koju obilježava povećana briga turista o zdravlju i sigurnosti na putovanju. Na rast i razvoj turizma utječu nepredvidljive krizne situacije i događaji među kojima se mogu izdvojiti nasilni događaji: politička previranja, ratovi, kriminalne aktivnosti te *terorizam*. Teroristički napadi u destinacijama mijenjaju obilježja turizma na razini destinacije, ali i svijeta, utječući primarno na turističku potražnju. Kako bi se smanjili negativni *učinci* nepredvidljivih i nasilnih pojava poput terorizma, važno je korištenje kriznog menadžmenta. Kriznim menadžmentom u turizmu može se preventivno djelovati u cilju sprječavanja krize, ali i na turističke tokove povraćajući imidž destinacije u procesu oporavka.

Ključne riječi: *međunarodni turizam, terorizam, učinci terorističkih napada na destinacije*

SUMMARY

International tourism today has a huge importance in the world as a generator of numerous jobs and world income. The growth of international tourism has been occuring under many external trends but also changes within. Those changes resulted in three stages and two structural transformations of modern tourism. According to that, tourism today is in the stage 4 M whose main characteristic is increased tourist care about his health and security while travelling. Tourism growth and spreading is influenced by unpredictable crisis situations and incidents. Many of them being violent: political turmoils, wars, criminal activities and *terrorism*. Terrorist attacks in destinations change tourism characteristics in the destination, but also in the world, primarly having an impact on tourism demand. To meet the negative *effects* of unpredictable and violent incidents as terrorism it is important to use crisis management. Crisis management in tourism can be used for prevention of the crisis, but also to regain the positive image of the destination during the recovery process.

Key words: *international tourism, terrorism, the effects of terrorism on destinations' economies*