

# Sigurnost kao presudan čimbenik u suvremenom turizmu

---

Penić, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:584311>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-20**

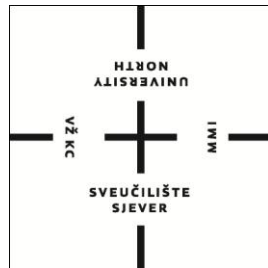


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER  
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



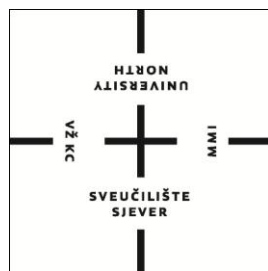
DIPLOMSKI RAD

**SIGURNOST KAO PRESUDAN ČIMBENIK U  
SUVREMENOM TURIZMU**

Josipa Penić

Varaždin, ožujak 2017.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**Studij Poslovna ekonomija – smjer Turizam**



DIPLOMSKI RAD br.

**SIGURNOST KAO PRESUDAN ČIMBENIK U  
SUVREMENOM TURIZMU**

Student:  
Josipa Penić

Mentor:  
doc. dr. sc. Petar Kurečić

Varaždin, ožujak 2017.

## SAŽETAK

Prateći dosadašnja ugrožavajuća zbivanja u turizmu i prosuđujući ona koja dolaze, lako se može zaključiti da niti jedna zemlja koja se želi baviti turizmom ne može imati koristi od te privredne grane, ako paralelno s turizmom ne razvija i sigurnost kao sastavni dio standardne turističke ponude.

Analizirajući turistička kretanja samo par godina u natrag, sigurnost se provlači kao odlučujući faktor putovanja u određenu destinaciju, te na takve sustave i mjere države ne smiju gledati kao na nepotrebnii trošak nego spomenuti elementi moraju naći svoje mjesto u organizaciji i u troškovima usluge.

Sve veće hotelske i turističke tvrtke trebale bi imati krizni menadžment, razrađene protokole postupanja u slučaju izvanrednih situacija, a turiste bi se trebalo pravodobno obavijestiti o potencijalnim opasnostima i o mjerama koje se poduzimaju da se iste spriječe, ali i o postupcima u takvom izvanrednom stanju. Također bi trebale postojati aplikacije na mobilnim telefonima koje omogućavaju poziv hitnoj službi, koje sadrže instrukcije za ponašanje u kriznim situacijama i slično. Svi moraju provoditi sofisticirane mjere sigurnosti poput korištenja nadzornih kamera, kontrole ulaza u objekte, razmjene informacija s kolegama i susjedima, komuniciranja sumnjivih pojava prema službama sigurnosti, obučavanja djelatnika za postupanja u kriznim situacijama. Nameće se dakle zaključak da je sigurnost definitivno jedan od presudnih čimbenika u razvoju turizma određene zemlje.

Ključne riječi: turizam, putovanja, sigurnost

## ABSTRACT

Following the latest threatening events in tourism and having in mind those yet to come, we can conclude that no country can benefit from the tourism industry if at the same time does not develop the security system as an integral part of the standard tourist offer.

Analysing the trends in tourism a few years back, the safety issue became a deciding factor when choosing a certain destination, and for that reason countries must not see safety systems and measures as an unnecessary expense but as an essential element in organizing overall tourist services.

All major hotel and tourism companies should have a crisis management, elaborated procedures in emergency situations, and tourists should be timely informed about the potential dangers and risks and the measures taken to prevent them, and on procedures in emergency situations. Also, it would be good to have mobile applications that would enable tourists to make direct emergency calls with instructions on behaviour in crisis situations. Besides everything mentioned above, it's essential to implement and put into effect sophisticated security measures such as using surveillance cameras, controlling access to buildings, information exchange with colleagues and neighbors, reporting the suspicious occurrences to the security services, training staff for crisis management. Having in mind everything stated above, the security issue is definitely one of the crucial factors in the development of tourism in specific country.

Key words: tourism, journeys, security

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metoda prikupljanja .....	1
1.3. Struktura i sadržaj rada .....	1
2. Opasnosti u turističkim destinacijama .....	3
2.1. Terorizam .....	3
2.2. Kriminal .....	5
2.2. 1. Krađe .....	6
2.2.2. Otmice .....	6
2.2.3. Silovanja .....	7
2.2.4. Ubojstva.....	8
2.3. Bolesti .....	8
3. Sigurnost u suvremenom turizmu .....	10
3.1. Sigurnost kao turistički proizvod.....	10
3.1.1. Vrste osiguranja .....	11
3.1.2. Krizni menadžment .....	13
3.1.3. Aplikacije na mobitelima .....	14
3.2. Sigurnost u turističkim objektima.....	15
3.3. Sigurnost prometa u turizmu .....	16
3.4. Sigurnost hrane .....	17
4. Utjecaji na donošenje odluka turista za putovanje .....	20
4.1. Mediji .....	20
4.2. Kriminal i terorizam.....	23
5. Hrvatski turizam i sigurnost .....	24
6. Analiza istraživanja.....	26
6.1. Analiza destinacija nakon terorističkih napada .....	26
6.2. Analiza anketnog upitnika.....	27
6.2.1. Opis uzorka.....	27
6.2.2. Sigurnost na putovanju .....	31

6.2.3. Utjecaj sociodemografskih elemenata na učestalost putovanja .....	34
7. Zaključak.....	37

## **POPIS SLIKA**

SLIKA 1 INSTITUCIJE U SUSTAVU KONTROLE SIGURNOSTI HRANE U RH.....	18
SLIKA 2 IZVORI INFORMACIJA .....	20

## **POPIS GRAFIKONA**

GRAFIKON 1 BROJ TERORISTIČKIH NAPADA 1970. - 2006. ....	4
GRAFIKON 2 UČESTALOST PUTOVANJA .....	29
GRAFIKON 3 MOTIVI ZA ODLAZAK U TURISTIČKU DESTINACIJU.....	30
GRAFIKON 4 KLJUČNI FAKTORI ZA ODABIR TURISTIČKE DESTINACIJE .....	30
GRAFIKON 5 INFORMACIJE O SIGURNOSTI .....	31
GRAFIKON 6 OPASNOSTI NA PUTOVANJIMA .....	32
GRAFIKON 7 PRIJEVOZNO SREDSTVO DO TURISTIČKE DESTINACIJE .....	32
GRAFIKON 8 PUTNO OSIGURANJE.....	34

## **POPIS TABLICA**

TABLICA 1 VRSTE OSIGURANJA, VRSTE PAKETA I IZNOS OSIGURATELJNOG POKRIĆA .....	11
TABLICA 2 SOCIODEMOGRAFSKI PODACI O ISPITANICIMA .....	28
TABLICA 3 UTJECAJ MEDIJA .....	33
TABLICA 4 UTJECAJ SPOLA NA UČESTALOST PUTOVANJA.....	35
TABLICA 5 UTJECAJ STUPNJA OBRAZOVANJA NA UČESTALOST PUTOVANJA ..	35
TABLICA 6 UTJECAJ UKUPNIH PRIMANJA NA UČESTALOST PUTOVANJA .....	36
TABLICA 7 UTJECAJ DOBI ISPITANIKA NA UČESTALOST PUTOVANJA .....	36



## **1. Uvod**

### **1.1. Predmet i cilj rada**

U ovom diplomskom radu opisuje se što je sigurnost i koje su opasnosti s kojima se turisti susreću u suvremenom turizmu te kakav utjecaj imaju masovni mediji i nesigurnost na odabir određene turističke destinacije.

Cilj ovog diplomskog rada je utvrditi koliko sigurnost utječe na suvremeni turizam te detaljnije objasniti povezanost sigurnosti i turizma.

### **1.2. Izvori podataka i metoda prikupljanja**

U pisanju ovog diplomskog rada, prikupljeni podaci se temelje na literaturi koja pokriva tematiku sigurnosti u suvremenom turizmu; razne knjige i članci te internet izvori koji su navedeni na kraju rada.

Prilikom metode prikupljanja podataka korišteni su primarni i sekundarni podaci. Primarni podaci su prikupljeni anonimnom anketom putem interneta. Podaci o utjecaju sociodemografskih elemenata na učestalost putovanja obrađeni u SPSS statističkom programu, korištenjem dvovarijatne analize.

### **1.3. Struktura i sadržaj rada**

Rad je podijeljen na sedam poglavlja:

1. Rad počinje uvodom u kojem je naveden cilj i metodologija rada.
2. Zatim u drugom poglavlju su opisane opasnosti u turističkim destinacijama. Opasnosti poput terorizma, kriminala, kojem pripadaju krađe, otmice, silovanja, ubojstva te bolesti koje su učestale u određenoj destinaciji.

3. U trećem poglavlju se govori o sigurnosti u suvremenom turizmu gdje će se pojasniti sigurnost kao turistički proizvod, sigurnost u turističkim objektima i prometu u turizmu kao i sigurnost hrane.
4. Nakon toga slijedi poglavlje u kojem se utvrđuje odnos medija i javnosti, kakav utjecaj imaju masovni mediji na donošenje odluka o putovanju.
5. Peto poglavlje opisuje hrvatski turizam i sigurnost.
6. U šestom poglavlju se nalazi analiza anketnog istraživanja.
7. Na kraju se nalazi zaključak te popis korištene literature.

## 2. Opasnosti u turističkim destinacijama

Opasnost upućuje na negativni događaj koji se može dogoditi u budućnosti te je potrebno biti pripremljen na neku takvu situaciju. Prilikom odabira neke turističke destinacije, turisti se suočavaju s mnogim pitanjima vezanim o dotičnoj destinaciji. Osim pitanja što im destinacija može ponuditi, što mogu za vidjeti, gdje se mogu zabavljati, kušati dobru hranu, postavljaju i pitanje što moraju izbjegavati, koji dijelovi grada su opasniji, kakva je stopa kriminala, moraju li se cijepiti protiv nekih bolesti i slično.

Upravo to predstavlja opasnosti u destinaciji. Kriminal, koji obuhvaća krađe, otmice, silovanja, ubojstva, zatim razne bolesti koje oduzimaju živote mnogim ljudima, ali i prirodne katastrofe poput požara, potresa, tsunamija te nažalost, sve rašireniji terorizam koji donosi velike štete razvoju turizma. Te opasnosti mogu biti dobro poznate i statistički određene, no mnoge od njih nitko ne može odrediti hoće li se baš u određenom trenutku dogoditi.

### 2.1. Terorizam

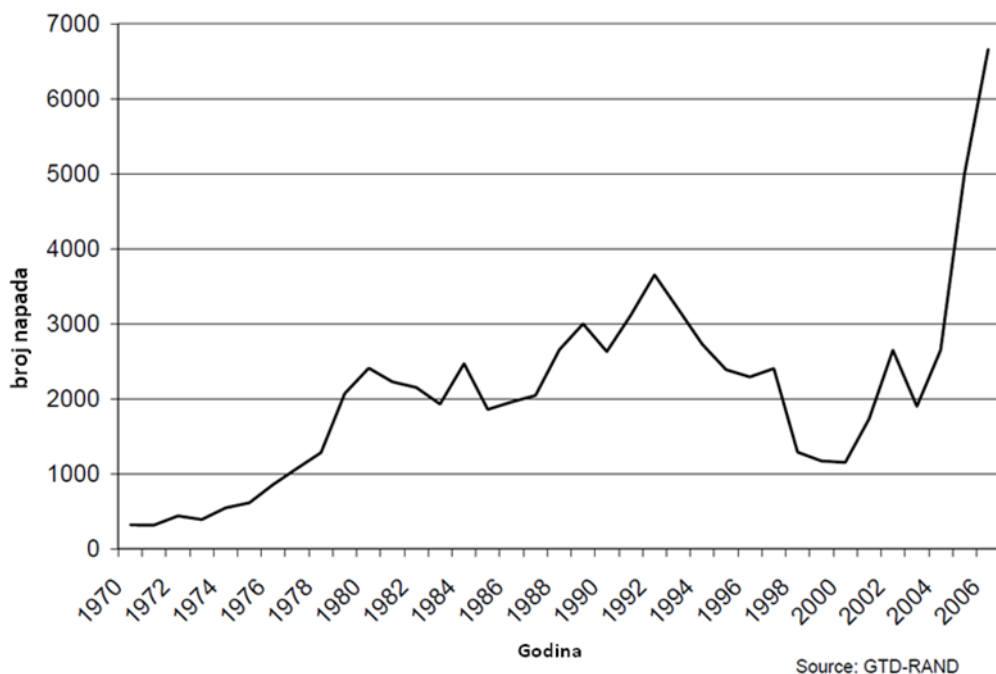
"Terorizam je smišljena uporaba nezakonitog nasilja ili prijetnje nezakonitim nasiljem radi usađivanja straha, s namjerom prisiljavanja ili zastrašivanja vlasti ili društva kako bi se postigli ciljevi koji su općenito politički, vjerski ili ideološki. Dolazi od latinske riječi *terror*, *terroris* što znači strava ili užas, stoga se korištenje terora za postizanje političkih ili ekonomskih ciljeva naziva terorizmom." Još tijekom Francuske revolucije, francuski revolucionari su 1793. godine, pod vodstvom Robespierrea<sup>1</sup> prozvali teror kao državno sredstvo moći i na temelju toga "vladavinu terora" ideološki opravdavali. (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Terorizam>)

Kada se govori o terorizmu, najčešće se upućuje na nasilje kojim se želi ostvariti neki, uglavnom politički cilj. Teroristički napadi proizvode strah kod velike većine populacije te na taj način terorizam želi utjecati na političke promjene. Terorističke akcije se provode i planiraju u tajnosti i uvijek uključuju kriminalne radnje, poput ubojstva, atentata, otmice, uzimanje taoca i slično. (Bilandžić, 2012.)

---

<sup>1</sup> Maximilien François Marie Isidore de Robespierre (1758. - 1794.), francuski revolucionar, fizički vođa Francuske revolucije, osnivač državne deističke religije, progonitelj katoličanstva i jedan od glavnih zagovornika revolucionarnog terora tijekom Jakobinske diktature 1793/1794. godine

Grafikon broj 1 prikazuje kako se broj terorističkih napada povećavao od 1970. do 2006. godine. Početkom sedamdesetih napadi su bili relativno rijetki, zabilježeno je manje od 1000 napada svake godine, dok se od 1976. taj broj udvostručio. To može biti i posljedica toga što su istraživači imali manji broj izvora za prikupljanje podataka ranijih godina. Na primjer, 1970. godine postoji samo 6 različitih izvora, dok je 1977. godine zabilježeno 53 različitih izvora. Zatim je veliki broj napada zabilježen 2005. godine, skoro 5000, točnije 4996, dok u 2006. godini je zabilježen broj od 6660 napada. Posljednji porast napada je rezultat svađa na Srednjem Istoku nakon američke invazije na Irak. Gotovo polovica svih napada 2003. godine su bili u Iraku. (Dugan, LaFree, Cragin, Kasupski, 2008.)



**Grafikon 1 Broj terorističkih napada 1970. - 2006.**

*Izvor: Dugan L., LaFree G., Cragin K., Kasupski A.; Building and analyzing a comprehensive open source data base on global terrorist events; March 2008; preuzeto s: <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/223287.pdf>*

Neki od terorističkih napada od 2001. su sljedeći:

- World Trade Center, rujan 2001.
- Noćni klub u Baliju 2002.
- Željeznički terminal u Madridu 2004.
- Škola u Beslanu u Ruskoj Federaciji 2004.

- Podzemna željeznica u Londonu 2005.
- Napad na dva kurdska sela, Al Katanija i Al Adnanija, 2007.
- Urbana turistička infrastruktura u Mumbaiju 2008.
- Restorani, Koncertna dvorana Bataclan, Nogometni stadion u Parizu, 2015
- Samoubilački napad u Jakarti, 2016.
- Bombaški napad u Ankari, 2016.
- Zračna luka i podzemna željeznica, Bruxelles 2016.

S obzirom na sve veći broj terorističkih napada, zabilježen je i veliki pad potražnje za turističkim aranžmanima u tim destinacijama. Također, turističke agencije osjete pad potražnje za putovanjima i u destinacije koje nisu bile izložene turističkom napadu, ali su u blizini napadnutih destinacija, jer su potencijalni turisti osjetili veliki strah i nesigurnost putovanja.

## **2.2. Kriminal**

„Kriminal (od lat. crimen „optužba, krivica, zlodjelo“) ili, kršenje zakona, je postupak, čin, djelo kažnjivo po zakonu, zlodjelo.“ (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Kriminal>) Turisti moraju biti na oprezu kada je riječ o kriminalu kako ne bi postale žrtve istoga. Neke zemlje su poznate po organiziranom kriminalu, spadaju u vrlo opasne destinacije te se ne smiju podcijeniti upozorenja koja izdaju države. Na primjer, Argentina je 2014. godine proglasila izvanredno stanje upravo zbog porasta kriminala. Postoji više vrsta kriminala, a neki od njih koji imaju utjecaj na kretanje turističkih dolazaka su krađe, otmice, silovanja, ubojstva. (<http://www.advance.hr/vijesti/zbog-porasta-kriminala-proglaseno-izvanredno-stanje-u-buenos-airesu/>)

Potrebno je imati informacije o trendovima kriminaliteta i javno mnijenje o kriminalitetu kako bi se bolje razumjele posljedice za turizam i u konačnici za cijelo društvo kako bi se poduzele preventivne mjere. Na razini Europske Unije priroda i opseg kriminaliteta može se mjeriti na dva načina:

- službene statistike o kriminalitetu koju vodi policija i
- Međunarodno istraživanje žrtava kriminala (ICVS).

U slučaju prvog izvora nije moguće uspoređivati apsolutne i relativne brojeve među državama članicama zbog mnogih razlika koje postoje među njima glede zakonskih propisa, te različitih načina izrade statističkih podataka o kriminalitetu. Međutim, ti podaci mogu biti korisni za razumijevanje trendova u određenom vremenskom razdoblju. Drugi način je najdalekosežniji program koji obuhvaća potpuno standardizirana istraživanja uzoraka koja proučavaju iskustva ukućana u svezi s kriminalitetom u različitim zemljama. (Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, 2005.)

### 2.2. 1. Krađe

S povećanim brojem dolazaka turista, povećava se i broj lopova i kradljivaca. Veliki broj krađa se događa na plažama, parkiralištima, hotelima, apartmanima i ostalim mjestima gdje cirkulira velik broj ljudi. Najčešće se krađu torbice i novčanici s osobnim dokumentima. Radi podizanja sigurnosti u Republici Hrvatskoj se od 1994. g. tijekom turističke sezone provodi se akcija TOURS kroz prevenciju kriminala i prekršaja te pojačanim mjerama u prometu i na granici. (<http://www.mup.hr/main.aspx?id=96913>)

Prema TURS-u turistima (gostima) se preporučuje:

- na plažu nikada ne nositi mnogo novca ili druge vrijednosti (pohraniti u sefove primjerice) i stvari na plaži držati pod nadzorom (mobiteli, fotoaparati, kamere i slično omiljena su meta kradljivaca),
- ako su pokradeni preporučuje se da do dolaska policije pretraže bližu okolicu, uoče mogućeg počinitelja i zapamte osobni opis sa što više detalja,
- u parkiranom vozilu ne ostavljajte vrijedne predmete na vidljivom mjestu,
- ako vozilo nije opremljeno sustavom zaštite parkirati se na vidljivom ili dobro osvijetljenom i prometnom mjestu, najbolje pod naplatom i osiguranom parkiralištu,
- u slučaju gubitka osobnih isprava događaj prijaviti najbližoj policijskoj postaji, a po povratku u mjesto prebivališta ili matičnu zemlju policijskoj postaji prema prebivalištu. (MUP RH, PU Primorsko-Gorsanska Rijeka, 2014.)

### 2.2.2. Otmice

Otmice mogu biti organizirane od strane terorista kako bi uplašili ljude i ostvarili neke političke ciljeve. Trenutno najveća prijetnja sigurnosti su islamistički ekstremisti koji već desetljećima mijenjaju svoju organizaciju, ali glavno sredstvo njihovog djelovanja je terorizam. U Južnoj Americi je na djelu druga vrsta terorizma - otmice i ucjene gdje su

ponovo na meti turisti i poslovni ljudi, a po tom pitanju posebno su opasni Kostarika i Meksiko. Teroristička prijetnja postaje sastavni dio života suvremenog doba i vjerojatno će se teško iskorijeniti. Na žalost neke zemlje, primjerice Jordan, postaju kolateralne žrtve percepcije nesigurnosti u regiji. Iako se u Jordanu u posljednjih jedanaest godina nije dogodio niti jedan nasilnički incident, broj dolazaka turista iz Europe pao je za 70% nakon navedenih događaja u Sjevernoj Africi (<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>).

Upravo se takva jedna otmica dogodila u ljeto 2015. godine, gdje je Islamska država pogubila jednog hrvatskog državljanina s privremenim radom u Egiptu. Egipatski portali su pisali da je taj slučaj imao dva cilja. Prvi cilj je da ostvare pad u turizmu, a drugi cilj da natjeraju sve stručnjake koji grade Egipat, da napuste zemlju. Analitičari smatraju da im je cilj negativni utjecaj na egipatsko gospodarstvo, pogotovo turizam. Također, cilj im je poremetiti javni mir i napraviti krizu između Egipta i zemalja Zapada. (<http://www.vecernji.hr/svijet/otmica-hrvatskog-drzavljanina-ima-dva-cilja-ugroziti-turizam-i-natjerati-sve-strane-strucnjake-da-napuste-egipat-1018338>).

### 2.2.3. Silovanja

Mnoge turističke destinacije mogu biti vrlo opasne za žene. One su često na meti lokalnih muškaraca i prijeti im opasnost od silovanja. Moraju biti na velikom oprezu i posebno prihvaćati upozorenja koja dobiju. Ne preporuča im se hodati same, pogotovo u večernjim satima. Obilježje kaznenog djela silovanja su sila i prijetnja, jer bez navedenog nema kaznenog djela. Najčešći objekt napada je dakle ženska osoba i njezina slobodna odluka po pitanju spolnosti. (Radančić, 2012.)

Prema ispitivanju indijske trgovinske komore, Indija je 2013. godine zabilježila veliki pad turističkih dolazaka, točnije 25 %, dok je broj turistica od siječnja do ožujka 2013. godine zabilježio pad od 35 %. Razlog tomu je grupno silovanje jedne mlade Indijke koje je šokiralo lokalnu i svjetsku javnost. Osim lokalnih djevojaka, ugrožene su i strankinje. Zabilježeno je i nekoliko slučajeva u kojima su stradale turistkinje iz razvijenih zapadnih država. Prema ispitivanju zabilježeno je 72 % stoniranja putovanja od ponuđača turističkih usluga, najčešće su to žene iz Velike Britanije, SAD-a, Kanade, Australije. (<http://www.dw.com/hr/zbog-slu%C4%8Dajeva-silovanja-turisti-ne-idu-u-indiju/a-16717210>)

#### 2.2.4. Ubojstva

Nažalost živimo u vremenu u kojem su nam poznata djela ubojstava koja itekako utječu na turizam. U vremenu od 07.01. 2015. godine kada se dogodilo pogubljenje članova uredništva francuskog satiričnog lista Charlie Hebdo do atentata u Ankari 17. 2. 2016., dogodio se cijeli niz terorističkih akcija gdje su stradali mnogi nedužni ljudi i to 18.3. 2015. u Tunisu, 26. 6. 2015. u Port El Kantauri, 10. 11. 2015. teroristički napad u Ankari, 31. 11. 2015. aktiviranje eksplozivne naprave u ruskom putničkom zrakoplovu iznad Egipta, 13. 11. 2015. masakr u Parizu, 12. 1. 2016. teroristički napad u Istanbulu. (<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>)

Turisti su bili žrtve napada u većini turističkih akcija, baš kao i turističke destinacije. Nakon pariškog masakra turistička tržišta su reagirala munjevito i drastično:

- Sjeverna Amerika je smanjila putovanja za 31%,
- Afrika za 14%
- Europa za 32%
- Azija i Pacifik za 44%.

„Čak 30% anketiranih obitelji i parova se izjasnilo da nakon pariškog događaja žele mijenjati planove za putovanja. Booking za ljeto 2016. do sada je manji za 8%, gotovo milijun Nijemaca nije rezerviralo putovanje za ljeto 2016. Najteže su pogođene destinacije poput Egipta, Turske i Tunisa u kojima su i stradali njemački turisti. Osjetan rast interesa za sada osjećaju Njemačka, Španjolska, Portugal, Caribbean Islands i dijelovi Afrike.“ (<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>)

#### 2.3. Bolesti

U Programu medicine putovanja (2005.) kanadske Agencije za javno zdravlje o turizmu i zdravlju napisano je: "Ostati zdrav tijekom putovanja u pravilu je pitanje zdravog razuma, uz uvjet da dodatno obratimo pozornost na mjere opreza vezane uz sigurnost i pouzdanost putovanja. Dakle, uz malu promjenu svog ponašanja vaše putovanje može biti isplativ, uzbudljiv i zdrav doživljaj!" (Gotovac, 2007.)

Prilikom posjeta nekoj turističkoj destinaciji, turist se mora informirati o lokalnim uvjetima života te destinacije, o rizicima opasnim po zdravlje ovisno o lokalitetu, smještaju, problemu sigurnosti i dostupnosti mreže sustava zdravstva. Za neke destinacije je obavezno cijepljenje,



dok za neke ovisi o godišnjem dobu i dijelu države koji se posjećuje. Također, mora potražiti informacije o malariji, prevenciji uboda komarca, mogućoj potrebi preventivnog uzimanja lijekova, opskrbi repelentima i mrežama za spavanje. Turisti se moraju raspitati i o zaraznim bolestima koje su karakteristične za određeno odredište. (Gotovac, 2007.)

### 3. Sigurnost u suvremenom turizmu

Suvremeni turizam i sigurnost su jako povezani. U današnje vrijeme sigurnost predstavlja i jedan od najvažnijih elemenata pri odabiru turističke destinacije. Sigurnost nikada ne može biti stopostotna jer neke situacije su nepredvidive i gotovo je nemoguće obraniti se protiv istih.

Islamistički ekstremisti predstavljaju najveću opasnost sigurnosti jer već godinama mijenjaju svoju organizaciju, ali je sredstvo njihovog djelovanja uvijek terorizam. U Južnoj Americi, gdje su kao najopasnije zemlje Meksiko i Kostarika, prevladava druga vrsta terorizma, a to su otmice i ucjene turista i poslovnih ljudi. Terorističke prijetnje postaju sastavni dio života suvremenog doba i vjerojatno će još dugo predstavljati opasnosti. Neke zemlje, poput Jordana, postaju kolateralne žrtve percepcije nesigurnosti u regiji. Iako se u Jordanu u posljednjih jedanaest godina nije dogodio niti jedan nasilnički incident, broj dolazaka turista iz Europe je pao za 70% nakon loših događaja koji su pogodili Sjevernu Afriku. (<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost>)

#### **3.1. Sigurnost kao turistički proizvod**

Svjetska turistička organizacija definira turističku destinaciju kao mjesto koje turist posjećuje tijekom putovanja. Predstavlja mjesto koje je drugačije od onoga na kojem svakodnevno prebiva. Glavna karakteristika je da putovanje mora biti kraće od 12 mjeseci i duže od 24 sata te turist ne smije obavljati nikakve lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.

Suvremeni turist ne kupuje samo smještaj, robu ili uslugu, nego kupuje iskustvo i doživljaj. Osjećaj nesigurnosti ili nezaštićenosti nije ugodan doživljaj, odnosno proizvod. Prema Maslowu, potreba za sigurnošću se nalazi na drugom mjestu u hijerarhiji ljudskih potreba, odmah nakon fizioloških potreba. Ukoliko se sigurnost izostavi, to će rezultirati nenadoknadivim (ljudskim) i marketinškim štetama. Povećana sigurnost ne utječe samo na turiste, nego i na kvalitetu života lokalnog stanovništva, unaprijeđuje se konkurentnost destinacije. (Prizmić, Lučić, 2014.)

Turistička destinacija može stvoriti dobru reputaciju i sliku na tržištu koja može nestati u trenu. Najčešće se slika destinacije narušava zbog nekog događaja koje je narušilo sigurnost

tog područja. Kao što je već ranije spomenuto, primjer Indije, gdje je zabilježen pad dolazaka žena od 35 % zbog učestalog silovanja, te su ta putovanja supstituirana zemljama poput Tajlanda, Malezije, Vijetnama. Iz toga je jasno vidljivo kako se nesigurnost jako negativno odrazila na turizam u Indiji. (<http://www.dw.com/hr/zbog-slu%C4%8Dajeve-silovanja-turist-ne-idu-u-indiju/a-16717210>)

### 3.1.1. Vrste osiguranja

Putovanja i odmori u inozemstvu najčešće su vezana uz ugodne doživljaje i lijepo uspomene. No, nažalost, na svakom putovanju moguće je doživjeti neki nepredviđen događaj koji može lako pokvariti odmor. Budući da je neke nepredviđene događaje nemoguće izbjeći, od istih i njihovih neugodnih posljedica je moguće se osigurati.

Polica turističkog osiguranja omogućuje sigurno i mirno putovanje i odmor. Ovisno o destinaciji i vremenskom periodu putovanja, moguće je izabrati jedan od paketa koje nudi osiguravajuća kuća. (<http://www.triglav.hr/osiguranja/osiguranje-za-fizicke-osobe/putna-osiguranja/turisticko-osiguranje>)

Tablica 1 Vrste osiguranja, vrste paketa i iznos osiguratelnog pokrivača

	Osiguranje	Iznos osiguratelnog pokrivača (u EUR)		
		Paket A	Paket B	Paket C
1.	<b>ZDRAVSTVENO OSIGURANJE NA PUTOVANJIMA U INOZEMSTVO S ASISTENCIJOM</b>  - Troškovi nužno potrebnog liječenja  - Troškovi prijevoza	do 15 000	do 15000	do 30000
		do 3500	do 3500	do 7000
2.	<b>OSIGURANJE BOLNIČKOG DANA U INOZEMSTVU</b>	50 na dan, ukupno	50 na dan, ukupno	100 na dan, ukupno najviše

		najviše 1000	najviše 1000	2000
3.	<b>OSIGURANJE U SLUČAJU SMRTI USLIJED NESRETNOG SLUČAJA</b>	/	/	10000
4.	<b>OSIGURANJE NAKNADE TROŠKOVA ZA PRAVNU POMOĆ U INOZEMSTVU</b>	/	/	do 3500
5.	<b>OSIGURANJE OD ODGOVORNOSTI</b>	do 25000	do 25000	do 50000
6.	<b>OSIGURANJE PRTLJAGE I OSOBNIH STVARI, osim:</b>  - Novca, vrijednosnih papira, dragocjenosti i sl.  ako se nalaze u zatvorenim i zaključanim prostorima  - Umjetničkih predmeta i zbirki  - Prtljage i osobnih stvari od opasnosti od krađe	/	do 400	do 1000
		/	do 75	do 75
		/	do 250	do 250
		/	do 75	do 75
		/	do 250	do 250
7.	<b>OSIGURANJE PREKIDA PUTOVANJA ILI KASNIJEG POVRATKA</b>	/	/	do 2500
8.	<b>OSIGURANJE ZLOUPORABE DEBITNIH ILI KREDITNIH KARTICA</b>	do 150	do 150	do 150
9.	<b>OSIGURANJE TROŠKOVA IZRADE NOVIH DOKUMENATA</b>	do 50	do 50	do 100

Izvor: izrada autorice prema <http://www.triglav.hr/osiguranja/osiguranje-za-fizicke-osobe/putna-osiguranja/turisticko-osiguranje>

### 3.1.2. Krizni menadžment

Krizni menadžment prema UNWTO-u obuhvaća strategije, procese i mjere koje se planiraju primijeniti u cilju sprečavanja izbijanja krize i svladavanja njezinih posljedica.

Kako bi se turizam zaštitio od učinaka kriza i prirodnih katastrofa, moraju se razumjeti, poznavati, istražiti krize i prirodne katastrofe koje su se ranije dogodile. Uz to je potrebno istražiti koje bi se strategije mogle koristiti kako bi zaustavili ili barem smanjili njihovi utjecaji na turizam. To je vrlo veliki i težak zadatak za menadžere jer imaju veliki pritisak u kratkom vremenu kako bi donijeli važne odluke i zbog kaotične prirode krize imaju ograničene mogućnosti kontrole te visoku razinu nesigurnosti. (Hendija, 2013)

„Prema stručnjacima UNWTO-a, postoji pet različitih skupina koje utječu na turizam uzrokujući promjene, ali i krize i katastrofe, a to su:

1. politički i društveni događaji (teroristički napadi, ratovi, kriminalističke aktivnosti i slično),
2. prirodne katastrofe i promjene u okolišu (potresi, erupcije vulkana, uragani, požari i slično),
3. ekonomske promjene (financijske krize i recesije, promjene tečajeva i slično),
4. opasne zarazne bolesti (H1N1, malarija i slično) te
5. tehnološki događaji (katastrofalne prometne nesreće i slično).“ (Hendija, 2014/2015)

Osnovna podjela kriza i katastrofa je:

- prema mjestu nastanka i
- prema duljini trajanja.

Prema mjestu nastanka mogu biti interne, ako su pod utjecajem internih promjena/događaja (npr. nesreće na poslu, pljačka gostiju, bolest gostiju/zaposlenika) ili eksterne, ako su pod utjecajem eksternih nepredvidivih promjena/događaja (npr. potresi, tsunamiji i sl.). Duljina trajanja ima tri moguća trajanja, a to su trenutačna, tj. neposredna za koju nema nikakvih unaprijed upozorenja te se ne mogu pripremiti za takvu situaciju (npr. potresi, tsunami i druge prirodne nepogode). Zatim krize i katastrofe u nastajanju koje se sporije razvijaju te je moguće zaustaviti ili ograničiti njihovo djelovanje (npr. poplave, uragani i sl.). Postoji i kontinuirana kriza koja može trajati tjednima, mjesecima i godinama (npr. Domovinski rat, sukob Izraela i Palestine). (Hendija, 2014./2015.)

### 3.1.3. Aplikacije na mobitelima

Kako tehnologija napreduje iz dana u dan, tako se očekuje da će uskoro napraviti aplikacije na mobitelima koje su povezane s pozivima hitnim službama, s instrukcijama za ponašanje u kriznim situacijama i slično. Na mjere sigurnosti se ne smije gledati kao na nepotrebni trošak, stoga bi se aplikacije za mobitele trebale pojaviti na tržištu. (<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>)

Od listopada 2015. godine moguće je putem mobilne aplikacije dojaviti policiji o potencijalnom prekršaju i/ili kaznenom djelu. Cijeli proces prijave slučaja je vrlo jednostavan; građanin prvo fotografira događaj pametnim telefonom, pri čemu je poželjno imati uključene geografske koordinate, zatim snimku pošalje centralnom portalu MUP-a. Uz to, može upisati i komentar gdje opisuje događaj te anonimnim putem nastaviti komunicirati s policijskim službenicima koji zaprime poruku, kako bi odmah odgovorili na neka moguća dodatna pitanja. Za svaku takvu dojavu, policijski službenici operativno – komunikacijskih centara pri policijskim upravama, odmah procjenjuju je li potrebno žurno postupanje te je šalju u rad nadležnoj službi, ili je pak odbiju kao nevažnu. (<http://www.mup.hr/221592.aspx>)

Povodom Europskog nogometnog prvenstva 2016. godine u Francuskoj, Francusko ministarstvo unutarnjih poslova je predstavilo mobilnu aplikaciju koja upozorava na terorističke napade. Besplatna aplikacija SAIP, što je skraćenica od "Système d'alerte et d'information des populations", odnosno u prijevodu "Sustav upozorenja i informiranja stanovništva" dostupna je na engleskom i francuskom jeziku. Putem te aplikacije svatko tko ju instalira na svoj pametni telefon može biti izravno upozoren u sumnje na teroristički napad ili neki drugi izvanredan događaj, kao što su nuklearni napad, pucanje brane i slično. Korisnik će u roku od 15 minuta od trenutka kada je policija primila upozorenje dobiti obavijest na svoj mobitel: "U tijeku intervencija snaga sigurnosti zbog atentata. Sklonite se. Ne izlažite se." Osim toga, dobit će informaciju o kakvoj je opasnosti riječ i kako se točno treba ponašati. Ova aplikacija je napravljena nakon iskustva s atentatima u studenom 2015. godine u Parizu, gdje je poginulo najmanje 120 ljudi. (<http://www.vecernji.hr/euro-2016-navijaci/dostupna-nova-aplikacija-koja-upozorava-na-teroristicki-napad-1090665>)

### **3.2. Sigurnost u turističkim objektima**

„Sigurnost turista u ugostiteljskim objektima je od velike važnosti za poslovanje svakog turističkog objekta. Kako bi sustav sigurnosti nekog turističkog objekta bio efikasan, potrebno je integrirati, organizirati i uskladiti nekoliko elemenata:

1. tehničke sustave sigurnosti
2. donošenje procedura postupanja u kriznim ili akcidentnim situacijama (prtokola)
3. nadzor poštivanja donešenih procedura postupanja
4. uvježbavanje radnji i postupaka po donesenim procedurama u kriznim ili akcidentnim situacijama, odnosno stalna edukacija zaposlenika.“ (Petar, Laušić, 2010.)

Potrebni su stručni ljudi kako bi se izgradio i implementirao sustav sigurnosti, koji će u određenom organizacijskom obliku operativno i pomoću suvremenih tehničkih dostignuća zaštite obavljati te aktivnosti. (Petar, Laušić, 2010.)

Sustav sigurnosti se dijeli u dvije skupine:

- 1. Safety (sigurnost)** koja predstavlja zaštitu ljudi i imovine od nesretnog slučaja ili elementarne:
  - sustav vatrodjave – obvezu ih imaju ugraditi objekti sa 3 ili više zvjezdica (zaštita od požara je propisana zakonom),
  - sustav plinodjave – predstavlja detekciju ugljičnog monoksida u zatvorenim garažama i detekcija benzinskih para – propisan je kao zakonska obveza,
  - sustav detekcije eksplozivnih plinova u kotlovnici
  - sustav odimljavanja – prema istraživanjima 80% poginulih u požaru uguši
- 2. Security (zaštita)** – zaštita ljudi i imovine od zlonamjernih djelovanja treće osobe
  - protuprovalni sustav - detektira ulazak u štíćeni prostor, generira alarm i uzbuñuje okolinu prodornim zvukom sirene, imamo i druge primjere primjerice „tiha dojava“, detekcija kretanja, loma stakla i nasilnog otvaranja vrata i prozora,
  - protuprepadni sustav - obvezni za mjenjačnice prema Zakonu o minimalnim mjerama zaštite u poslovanju gotovim novcem i vrijednostima,
  - video nadzor - recepcija, blagajna, parkiralište, ulazno-izlazni koridori, stubišta i hodnici i drugo.

- sustav kontrole pristupa - 3 grupe primjene: za goste, za osoblje i za vozila korištenjem kartica za otvaranje i zatvaranje soba – sustav „pametna soba“, ali i pristup ostalim sadržajima kao npr. bazeni, wellnes i drugo,
- sustav zaštite od krađe u trgovinama
- sustav evakuacijske rasvjete
- sustav za upravljanje parkingom
- tjelesna zaštita - čuvarske usluge, usluge zaštitarske ophodnje, preventivni nadzorni obilasci interventne grupe, redarske usluge na otvorenim i u zatvorenim prostorima, usluge pratnje novca i drugih vrijednosnih pošiljki, bodygard usluge za VIP goste. (MUP RH, PU Primorsko-Gorsanska Rijeka, 2014.)

Mnogi stručnjaci za sigurnost se slažu s tvrdnjom da je safety (sigurnost) dio tehničke zaštite koja je važnija s obzirom da se odnosi na zaštitu ljudi i imovine od nesretnog slučaja ili elemntarne nepogode. To je sustav zaštite koji je strogo definiran i određen zakonom. Preporučljivo je da se safety sustav uvede i u objekte koji nisu u kategoriji objekta za koji postoji zakonska obveza budući da podizanjem sigurnosti objekt ostvaruje konkurentsku prednost. (Petar, Laušić M, 2010.)

### ***3.3. Sigurnost prometa u turizmu***

Veliki je značaj prometa u turizmu. Turisti do određene destinaciju koriste prijevozno sredstvo koje im najbolje odgovara zbog vremenskih prilika, udobnosti, sigurnosti, cijene ili nečeg trećeg. U današnje vrijeme imaju veliki izbor kojim će prijevoznim sredstvom stići do destinacije. U prošlosti se putovalo jako sporo na udaljene destinacije, jer su bili ograničeni s prijevoznim sredstvom i lošim prometnim putevima, poput kamenih cesta u rimskom carstvu. Masovni turizam se počeo razvijati pojavom željeznica početkom 19. stoljeća, dok je krajem 19. stoljeća pojava automobila označila temelj cestovnog prometa. Globalni značaj turizam dobiva izumom aviona i prvim letom početkom 20. stoljeća.

Loša prometna infrastruktura može uzrokovati pad turističke potražnje. Budući da u današnje vrijeme turisti imaju veliku dostupnost informacija, prilikom planiranja putovanja mogu se informirati o prometnoj sigurnosti destinacije. Ukolika je prometna infrastruktura loša, velika



je vjerojatnost da će i prometna sigurnost biti loša. O tome također ovisi i konkurentnost destinacije, stoga je mnogima u cilju razvoja turizma, razvoj sigurne prometne infrastrukture.

„U funkciji turizma, promet obavlja sljedeće uloge:

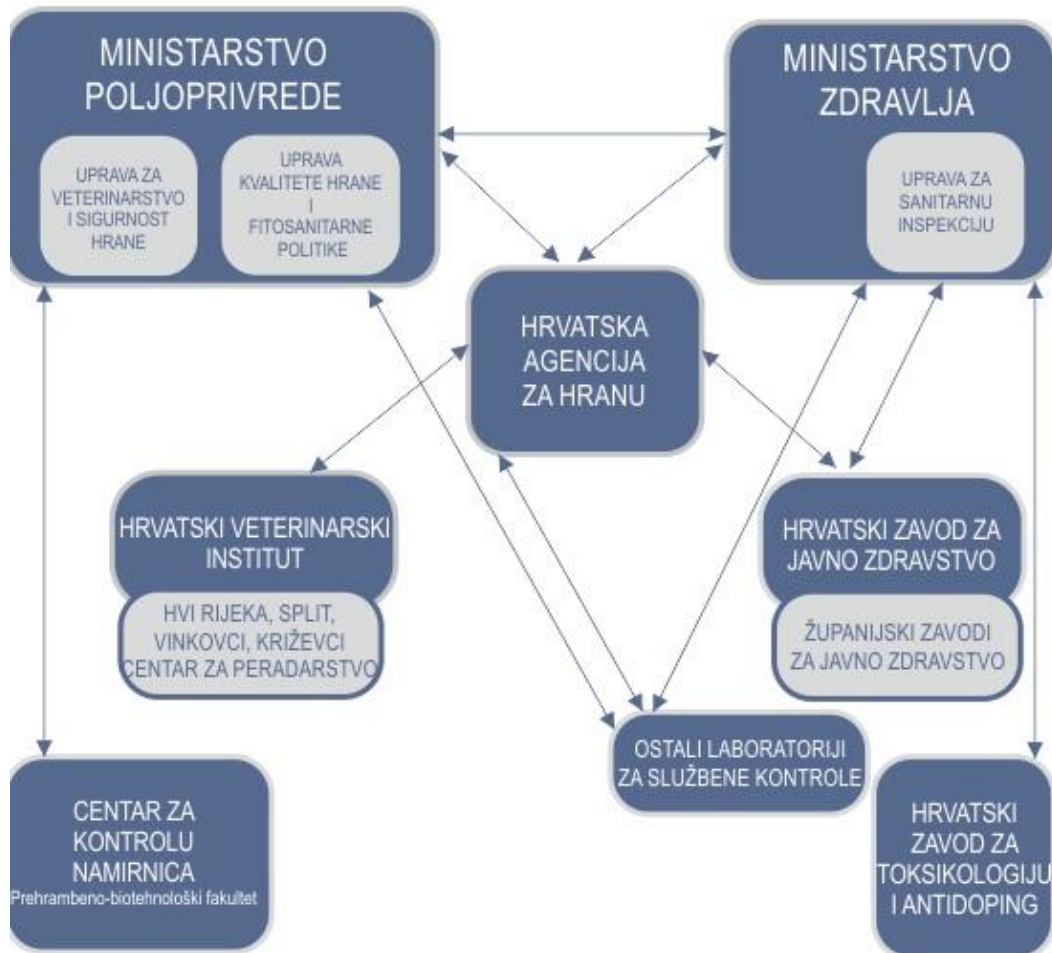
- a) osigurava dostupnost turističke destinacije pomoću objekata prometne infrastrukture;
- b) osigurava “kvalitetno putovanje” – turist mora putovanje doživjeti kao udobno, brzo, sigurno i cjenovno prihvatljivo (ekonomično);
- c) Pretvara putovanje u “turistički doživljaj” – putovanje u turističke svrhe (npr. na godišnji odmor) turistu mora “ostati u sjećanju” kao nešto zanimljivo i još nedoživljeno, kao nešto “nezaboravno”, nešto što je dio turističke ponude;
- d) osigurava mobilnost turista u samoj turističkoj destinaciji – prošlo je vrijeme pasivnog odmora za turiste suvremenog vremena, koji putuju, istražuju, upoznaju i žele doživjeti nešto novo;
- e) osigurava kvalitetnu opskrbu turističke destinacije – turist u svom odredištu, a i za vrijeme samog putovanja do njega, troši i kupuje, što pretpostavlja nužnost pravodobne, količinski dostatne i efikasne opskrbe zasnovane na suvremenim logističkim principima (just-in-time, door-to-door i drugi);
- f) realizira posebne oblike prometnih usluga kao “turističku atrakciju” u turističkim odredištima – turistički vlak i brodić na Plitvičkim jezerima, izleti drvenim brodicama u primorskim mjestima ili prijevoz žičarom na Bjelolasici, sastavni su dio turističke ponude Hrvatske i svojevrsna turistička atrakcija koja turističkom odredištu daje prepoznatljivost i dodatnu dimenziju kvalitete.“ (Šolman, 2010.)

### **3.4. Sigurnost hrane**

"Sigurnost hrane znanstvena je disciplina koja se bavi rukovanjem, pripremom i pohranom hrane radi prevencije trovanja hranom. Ona uključuje postupke koje treba slijediti radi izbjegavanja potencijalno ozbiljnih zdravstvenih rizika. Hranom se mogu prenositi bolesti s jedne osobe na drugu, a hrana može služiti kao medij za rast bakterija koje uzrokuju trovanje hranom." ([https://hr.wikipedia.org/wiki/Sigurnost\\_hrane](https://hr.wikipedia.org/wiki/Sigurnost_hrane))

Slika 1 prikazuje institucije koje se nalaze u sustavu kontrole sigurnosti hrane prema važećim zakonima i propisima. Ministarstvo poljoprivrede kao nadležno tijelo za sigurnost hrane u

Republici Hrvatskoj u suradnji s drugim ministarstvima, agencijama, zavodima, službenim laboratorijima te predstavnicima subjekata u poslovanju s hranom izradilo je Plan upravljanja krizom u području sigurnosti hrane i hrane za životinje.



**Slika 1** Institucije u sustavu kontrole sigurnosti hrane u RH

Izvor: <http://www.hah.hr/sigurnost-hrane/> 29.5.2016.

Prilikom posjeta nekoj turističkoj destinaciji, mnogi vole kušati tradicionalne specijalitete te destinacije. Hrana može ispričati priču turistima, povijest određenog mjesta te time zainteresirati turiste i lokaciju učiniti atraktivnijom. Međutim, prilikom kušanja objeda, može doći do trovanja hranom. Iz tih razloga se mora pripaziti na kojim mjestima je preporučljivo jesti, odnosno na kojima nije. U mnogim zemljama se može naići na svježe meso ili ribu koje se prodaje na tržnici na velikim vrućinama dok je negdje to nezamislivo. Domaće stanovništvo je naviknuto na takav režim prehrane i oni se možda neće otrovati, ali turisti koji imaju drugačiji organizam, mogu se lako otrovati. Svaka hrana ima svoju odgovarajuću boju, miris i okus te ne bi smjela sadržavati štetne kemijske tvari i nedopuštene aditive. Ukoliko to sve odgovara, hrana se može definirati kao zdravstveno ispravna, odnosno neškodljiva.

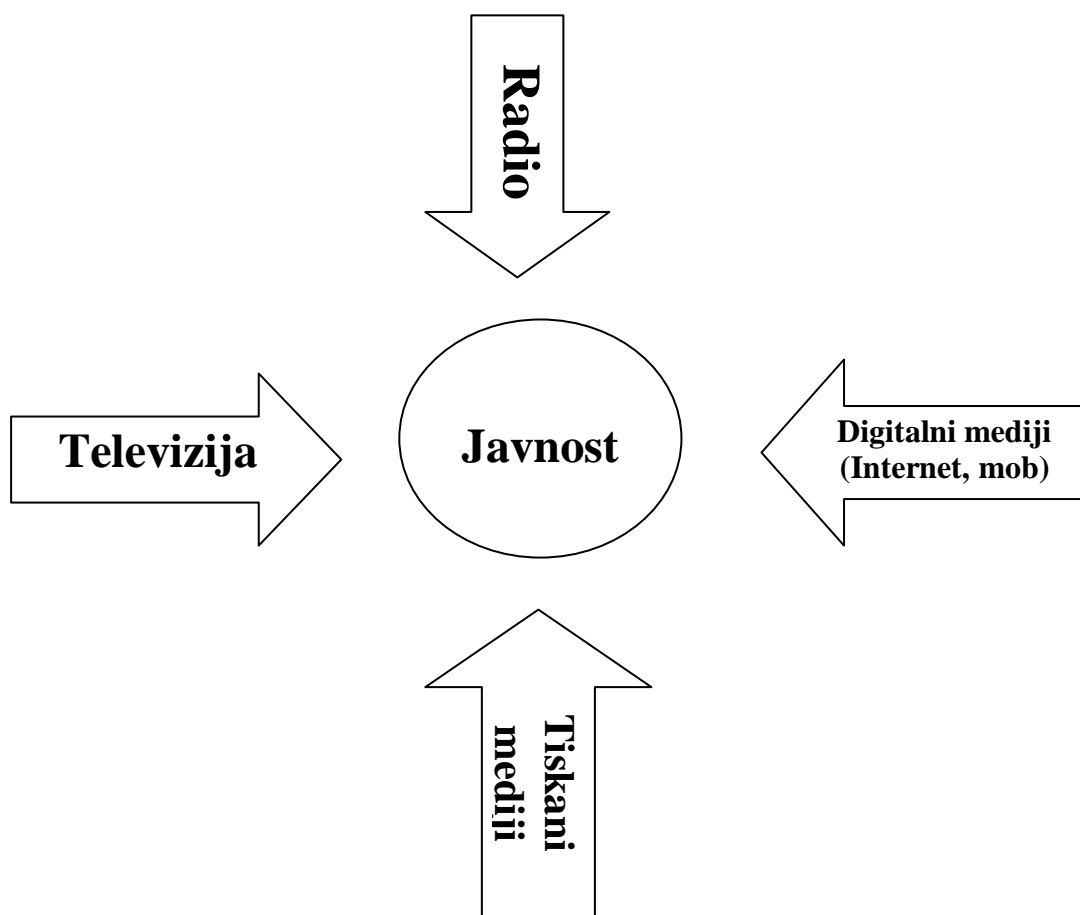
Danas je sigurnost hrane ugrožena štetnim mikroorganizmima – bakterijama, virusima i parazitima, od kojih su najučestaliji Salmonela, E. coli, Campylobacter, Clostridium perfringens, Rota virus, enterovirusi, Trihinela, Giardia lamblia i drugi. Opasnost predstavljaju i nedopuštena i neadekvatno korištena kemijska sredstva (primjerice pesticidi, aditivi) te nova tehnološka dostignuća koja razvijaju nove rizike i sve su češća prijetnja zdravlju populacije. (<http://www.jatrgovac.com/2011/06/sigurnost-hrane-kolektivna-odgovornost/>)

## 4. Utjecaji na donošenje odluka turista za putovanje

### 4.1. Mediji

Mediji, poput televizije, novina, radija i interneta, nas svakodnevno informiraju o aktualnim događanjima kod nas i u svijetu. Veliku moć imaju mediji kojom utječu na društvo ili pojedinca. Utjecaji mogu biti pozitivni, ali i negativni, to ovisi o samim ljudima na koji će način prihvatiti neke informacije i kako će na njih reagirati. U medijima se može dobiti informacija o nekom negativnom događaju u nekoj turističkoj destinaciji koji će na određenu skupinu turista odmah djelovati negativno te će odustati od putovanja u tu destinaciju.

Prema Jergoviću, mali je broj ljudi koji imaju osobni kontakt, tj. informacije iz prve ruke, a i u tim slučajevima, kad se informacije dobivaju iz društvene skupine, one opet dolaze iz medija.



Slika 2 Izvori informacija

Izvor: vlastiti rad autorice, prema Perinić, Mediji u krizama i katastrofama

U prva 24 sata, mediji raspolažu s malo činjenica, odnosno informacija te tako javnost nagađa o mogućim uzrocima i posljedicama. Slike u glavama potječu uglavnom od onoga što čujemo i vidimo u masovnim medijima, pri čemu se stvarno postojeći svijet razlikuje od pseudosredine i subjektivnog zapažanja tog svijeta (novinarsko zapažanje). Jedan od pet najvažnijih događaja koji sačinjavaju "dobru novinarsku priču" je kriza uzrokovana katastrofom. Medije obično zanima:

- Što se dogodilo?
- Zašto se to dogodilo?
- Što će se poduzeti? (Perinić, 2014.)

Mediji svojim izvještavanjem oblikuju mišljenje različitih javnosti o sustavu i time sudbonosno utječu na njihov ugled.

Masovni mediji vrlo su utjecajni za vrijeme trajanja kriznih situacija, filtrirajući i uobličavajući slike mogućih rješenja nastalog stanja, s tendencijom da pojačaju već prisutne pristranosti (stereotipi, predrasude i slično) koje postoje u javnosti. (Perinić, 2014)

„Što se utjecaja medija na javnost tiče, možemo doći do zaključka da su mediji odlučujuće važni za formiranje javnog mnijenja, javnost lako pada pod utjecaj medija te uglavnom misle ono što mediji sugeriraju. Mediji ne određuju što ljudi misle, ali stvaraju platformu za diskusiju i mogu pojačati javno mnijenje ako neka tema potakne maštu.“ (Perinić, 2014.)

Razlog pada broja gostiju neke destinacije mogu biti upravo mediji koji prenose informacije o nekom negativnom događaju u destinaciji. Tako je na Tajvanu pala potražnja za hotelskim kapacitetima za 50 % jer su različiti novinari iznosili različite neutemeljene podatke nakon pojave SARS-a. Također, nakon tsunamija u jugoistočnoj Aziji, kao odgovor na pisanje zapadnih medija, opala je turistička potražnja, što je uvelike utjecalo na turizam Tajlanda. (Perinić, 2014.)

„Četiri su glavne uloge medija u kriznom menadžmentu:

- 1.) Mediji mogu potaknuti eskalaciju krize i da se manji incident pretvori u kriznu situaciju. ( npr. senzacionalistička vijest u tisku o pojavi ptičje gripe u Hrvatskoj, kasnije je demantirana, ali je skrenula pozornost stranim gostima koji planiraju odmor

u RH). Medijskim izvještavanjem o krizi moraju se dati točne informacije javnosti, ono mora biti brzo, točno i dosljedno. Medijsko izvještavanje može pomoći u širenju upozorenja prije nadolazećih katastrofa i pružati neophodne informacije tijekom oporavka, ali isto tako može ometati hitne službe sa širenjem lažnih informacija ili kritiziranjem njihovih akcija, kao i davanjem demantirajućih informacija premda još nisu sanirane sve posljedice kriznog događaja. (npr. objava u medijima kako uragan Andrew nije naštetio hotelima u Floridi 1992. godine i poziv da ih mogu posjetiti, pri čemu se zanemarila činjenica da je ostala infrastruktura u destinaciji još uvijek ostala devastirana).

- 2.) Mediji imaju mogućnost da potpuno prekinu poslovnu aktivnost (npr. Nakon izbijanja Meksičke gripe (kasnije preimenovane u H1N1) trebalo je pet dana da se počne kontrolirano izvještavati o stvarnoj situaciji – do tada preuveličavani, kaotični senzacionalistički izvještaji, što je uzrokovalo veliku štetu za meksički turizam).
- 3.) Mediji imaju mogućnost da usmjere veću pozornost javnosti na krizom/katastrofom pogođeno područje, pa tako mogu potaknuti brži opravak
- 4.) Također, mediji imaju veliku ulogu u obnavljanju imidža destinacije ili organizacije te vraćanju povjerenja u iste. (npr. nakon erupcije islandskog vulkana Eyjafjallajökull 2010. godine zabilježen je pad broja turističkih dolazaka u svijetu za 1,5% u razdoblju od siječnja do studenog te godine. Ubrzo je pokrenuta medijska kampanja čiji je cilj bio privući što više turista. Ljudska priroda je zanimljiva i postoji jako dobar razlog zašto mediji prikazuju snimke brojnih šumskih požara, erupcija vulkana, poplava i tornada, a to je najviše da privuku pozornost ljudi, jer je ljudska znatiželja jedan od najjačih turističkih motiva. Premda je Island ostvario pad broja međunarodnih turističkih dolazaka 2010. u odnosu na prethodnu godinu za 0,6%, već sljedeće godine (2011.) zabilježen je rast broja turističkih dolazaka za 12% u odnosu na 2010.).“ (Hendija, 2014/2015.)

## **4.2. Kriminal i terorizam**

Nesigurnost turista je povećala strah i pruzročila otkazivanje putovanja. Tunis, prema podacima Njemačkog udruženja turoperatora (DRV) bilježi pad broja gostiju u dvoznamenkastom postotku iako nije izdano nikakvo upozorenje za tu zemlju od strane njemačkog Ministarstva vanjskih poslova. Početkom 2016. godine u Istanbulu se dogodio teroristički napad u kojem je poginulo deset njemačkih turista te je Ministarstvo vanjskih poslova upozorilo turiste da izbjegavaju veća okupljanja na trgovima i oko turističkih atrakcija. Zbog negativnih događaja koje su stvorile nesigurnost u arapskim zemljama, velika je vjerojatnost da će zemlje na Mediteranu profitirati, prvenstveno Španjolska.

(<http://www.dw.com/hr/kako-teror-utje%C4%8De-na-turizam/a-18977816>)

Francuska, kao najjača receptivna turistička zemlja, nakon terorističkog napada u studenom bilježi pad broja gostiju. Prema istraživanju tvrtke Forward Keys u danima nakon napada, broj letova za Pariz je pao, u usporedbi s istim razdobljem prošle godine, za 27 %. Francuska zrakoplovna kompanija Air France – KLM kao i najveći hotelski lanac Accor pretrpjeli su velike gubitke na burzi. (<http://www.dw.com/hr/gospodarstvo-u-sjeni-pari%C5%A1kih-napada/a-18882645>)

## 5. Hrvatski turizam i sigurnost

Na osnovi povoljnog geografskog položaja i povoljne klime Hrvatska ima dobre predispozicije za razvoj turizma. Iz godine u godinu se broj zadovoljnih turista povećava. Osim toga, Hrvatsku krase i prekrasna priroda. Prelijepi otoci, kojih je više od tisuću, točnije 1244, 8 nacionalnih parkova i 11 parkova prirode su jedan od razloga koji privlače turiste. Također, uz to, Hrvatska ima zabavne sadržaje, poput koncerata, predstava i manifestacija koji privlače turiste iz cijelog svijeta neovisno o starosnoj dobi.

2005. godine Hrvatska je proglašena najboljom destinacijom od strane Lonely Planet-a, dok je iduće godine proglašena najboljom destinacijom od strane Magazin National Geographic Adventure-a. Također, američki Travel Leaders proglasio ju je top međunarodnom destinacijom na području Europe 2012. godine. Zagrebačka zimska manifestacija Advent u Zagrebu je proglašen najboljim u Europi 2015. godine, dok je Zadar proglašen najboljom destinacijom u Europi 2016. godine od strane belgijskog portala European Best Destination.

Hrvatska je privlačna turistima i zbog sigurnosti budući da nema neposredne opasnosti od terorizma, a i stopa kriminala i kaznenih djela je niska. Po svim pokazateljima, Hrvatska je sigurna zemlja i zbog brojnih obilježja vrlo poželjna destinacija. Lokalni ratovi i krize u smislu velikih migrantskih tokova i terorističkih aktivnosti Hrvatska bi mogla iskoristiti kao konkurentnu prednost u odnosu na ostale, manje sigurne turističke destinacije.

(<http://www.mup.hr/236898.aspx>)

### **Sigurna turistička sezona**

Kako bi se podigla sigurnost tijekom ljetnih mjeseci, odnosno turističke sezone, u Hrvatskoj se od 1994. godine provodi akcija TOURS koja prevencijom kriminala i prekršaja i pojačanim mjerama u prometu i na graničnim prijelazima omogućuje turistima siguran dolazak i boravak u Hrvatskoj. Od ljeta 2006. akcija se proširila uvodeći nove sadržaje koja je stvorila međunarodnu policijsku suradnju "Policija u odori", danas poznatu kao "Sigurna turistička sezona".

Strani policijski službenici se raspoređuju po onim turističkim mjestima gdje u određenom trenutku, prema evidencijama turističkih zajednica boravi najviše turista koji dolaze iz istih



zemalja kao i policijski službenici. Od 2007. godine strani policajci su počeli sudjelovati u patrolama hrvatske prometne policije i u patrolama Mobilnih jedinica prometne policije za prevenciju kriminala.

Prve godine u projektu je sudjelovalo 12 zemalja, dok ove, 2016. godine sudjeluju 74 policijska službenika iz 17 zemalja (Albanije, Austrije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Češke, Francuske, Italije, Kosova, Mađarske, Makedonije, Njemačke, Poljske, Rumunjske, Slovačke, Slovenije, Srbije i Ukrajine). (<http://www.mup.hr/main.aspx?id=96913>)

## 6. Analiza istraživanja

### 6.1. Analiza destinacija nakon terorističkih napada

Na kongresu ITB (Internationale Tourismus-Börse Berlin) u Berlinu, tema o sigurnosti kao odlučujućem faktoru pri izboru određene destinacije okupila je nekoliko stručnjaka iz tog područja. U razdoblju od godinu dana dogodio se povećani broj terorističkih napada koji su ostavili trag na turistička kretanja. Od 07.01. 2015. kada se dogodila egzekucija članova uredništva francuskog satiričnog lista Charlie Hebdo, do atentata u Ankari 17. 2. 2016., dogodio se je klaster terorističkih akcija i to 18.3. 2015. u Tunisu, 26. 6. 2015. u Port El Kantauri, 10. 11. 2015. teroristički napad u Ankari, 31. 11. 2015. aktiviranje eksplozivne naprave u ruskom putničkom zrakoplovu iznad Egipta, 13. 11. 2015. masakr u Parizu, 12. 1. 2016. teroristički napad u Istanbulu. Žrtve su u većini slučajeva bili turisti i turističke destinacije. Nakon pariškog masakra turistička tržišta su reagirala munjevito i drastično: Sjeverna Amerika je smanjila putovanja za 31%, Afrika za 14% Europa za 32% Azija i Pacifik za 44%. Čak 30% anketiranih obitelji i parova se izjasnilo nakon pariškog događaja da žele mijenjati planove za putovanja. Booking za ljeto 2016. do sada je manji za 8%, gotovo milijun Nijemaca nije rezerviralo putovanje za ljeto 2016. Najteže su pogođene destinacije poput Egipta, Turske i Tunisa u kojima su i stradali njemački turisti. Osjetan rast interesa za sada osjećaju Njemačka, Španjolska, Portugal, karipski otoci i dijelovi Afrike.

(<http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>)

U hrvatskom turizmu sigurnost je jedan od ključnih čimbenika koji omogućuju konkurentnost na tržištu. U Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. sigurnost je jedan od pet faktora (uz gostoljubivost, kvalitetu, autentičnost, raznovrsnost sadržaja i doživljaja) kojima će se privlačiti potražnja. Prema anketnom istraživanju Instituta za turizam (TOMAS Ljeto 2010.) utjecaj elementa 'osjećaj sigurnosti u zemlji' je drugi prema važnosti od ukupno 14 elemenata, odmah nakon ljepote krajolika. Važnost osjećaja sigurnosti raste s porastom dobi turista te je također taj osjećaj važniji onima koji putuju s članovima obitelji ili samo s partnerom, dok je onima koji putuju u društvu prijatelja ili bez partnera taj osjećaj manje važan. U razdoblju od tri godine (od 2007. do 2010.) osjećaj za sigurnost je značajno porastao, od šestog mjesta

došao je na drugo mjesto. 'Osobna sigurnost' u ljetnom, odmorišnom turizmu u Hrvatskoj ima vrlo visok stupanj zadovoljstva kroz sve godine provođenja istraživanja (1987. – 2014.).

Također, zadovoljstvo osobnom sigurnošću u Hrvatskoj raste s porastom dobi te učestalošću posjeta Hrvatskoj.

Osnovni čimbenik izbora turističke destinacije je 'rizik od napada' zato što su euroljani (u kojem prednjače Nijemci i Austrijanci) sve više zabrinuti mogućnošću (terorističkog) napada tijekom putovanja. 'Rizik od napada' je na trećem mjestu na listi 'briga' tijekom putovanja na odmor. U postotcima je 37 % jako zabrinuto dok je 14 % donekle zabrinuto. (Čorak, Marušić, 2015.)

## **6.2. Analiza anketnog upitnika**

### **6.2.1. Opis uzorka**

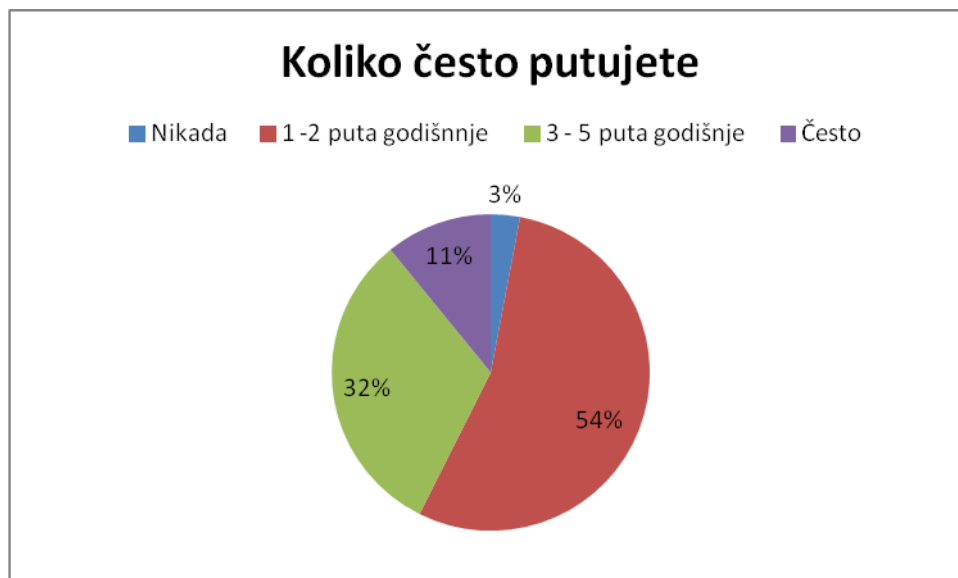
U anketnom ispitivanju sudjelovao je 101 ispitanik, od kojih je 56,4 % žena te 43,6 % muškaraca. Prevladava mlađa populacija, točnije 56 % ispitanika je u dobi između 23 i 35 godina, 20 % ispitanika je mlađe od 23 godine te isto toliko ih je u dobi od 36 do 45 godina. Samo 4 % ispitanika je starije od 45 godina. Većina ispitanika ima završenu Višu školu odnosno Fakultet, njih 58,4 %, dok završen magisterij ili doktorat ima 13,9 %. Budući da prevladava mlađa populacija, većina ih još studira te 27,7 % ispitanika se izjasnilo da ima završenu srednju školu. Primanja kućanstva su uglavnom srednja ili viša (52,5 %, odnosno 37,6 %), dok niska primanja ima 5,9 %, a visoka primanja 4 %. (Tablica 2)

**Tablica 2 Sociodemografski podaci o ispitanicima**

		% ispitanika
Spol ispitanika	Žensko	56,4 %
	Muško	43,6 %
Dob ispitanika	Do 22	20 %
	23 – 35	56 %
	36 – 45	20 %
	Više od 46	4 %
Stupanj obrazovanja	Srednja škola	27,7 %
	Viša škola/Fakultet	58,4 %
	Magisterij/Doktorat	13,9 %
Primanja kućanstva	Niska primanja	5,9 %
	Srednja primanja	52,5 %
	Viša primanja	37,6 %
	Visoka primanja	4 %

Izvor: Vlastito istraživanje

Većina ispitanika putuje jednom do dva puta godišnje, točnije njih 54 %. Tri do pet puta godišnje putuje njih 32 %, dok često putuje 11 % ispitanika. Također, 3 % ispitanika je odgovorilo kako nikada ne putuje. (Grafikon 2)



**Grafikon 2** Učestalost putovanja

**Izvor: Vlastito istraživanje**

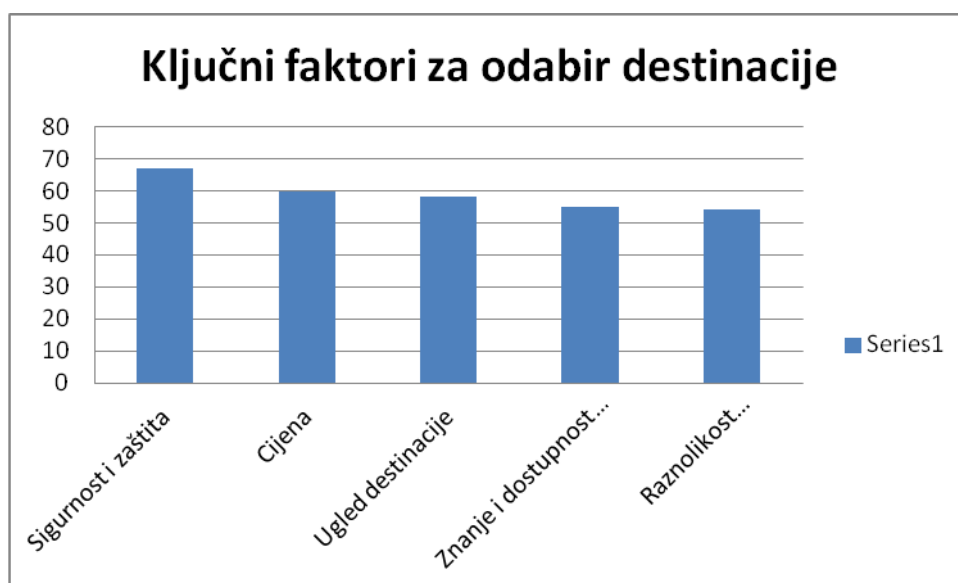
Glavni razlozi za odabir nove turističke destinacije za odmor omjer cijene i kvalitete (57, 4 %) te atraktivnost destinacije (55, 4 %). Sigurnost destinacije se nalazi na trećem mjestu s 42, 6 %, dok je preporuka prijatelja/rodbine (33, 7 %) i odgovarajuća klima (29, 7 %) odmah iza toga. U ovom pitanju je bila mogućnost izbora više odgovora odjednom te mogućnost samostalnog unosa motiva. Dodatni odgovor je bio da ispitanik putuje iz znatiželje te je jedan ispitanik odgovorio da uvijek putuje na istu turističku destinaciju. (Grafikon 3)



Grafikon 3 Motivi za odlazak u turističku destinaciju

Izvor: Vlastito istraživanje

U jednom istraživanju koje je provedeno između listopada i prosinca 2012. godine sudjelovalo je 3106 ispitanika iz više od 70 zemalja svijeta koji su regrutirani putem CNN internetske stranice. Na pitanje koji su ključni faktori koji utječu na izbor njihove turističke destinacije, najveći postotak odgovora je sigurnost, zatim cijena te na trećem mjestu ugled destinacije. Zatim slijede znanje i dostupnost informacija te raznolikost sadržaja koje moraju posjetiti. (Grafikon 4)

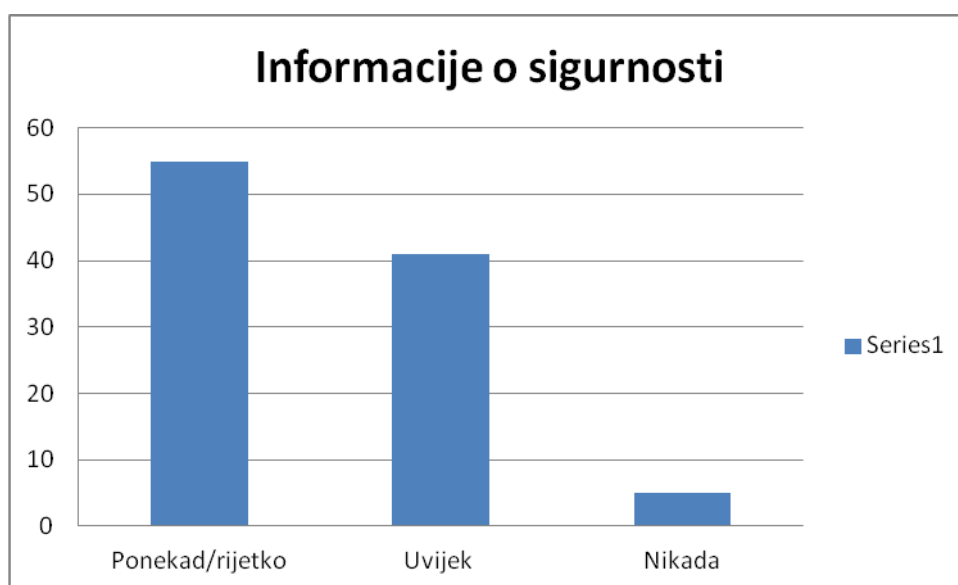


Grafikon 4 Ključni faktori za odabir turističke destinacije

Izvor: Izrada autorice prema <http://travel.cnn.com/biggest-concerns-international-travelers-safety-and-security-745936/>

## 6.2.2. Sigurnost na putovanju

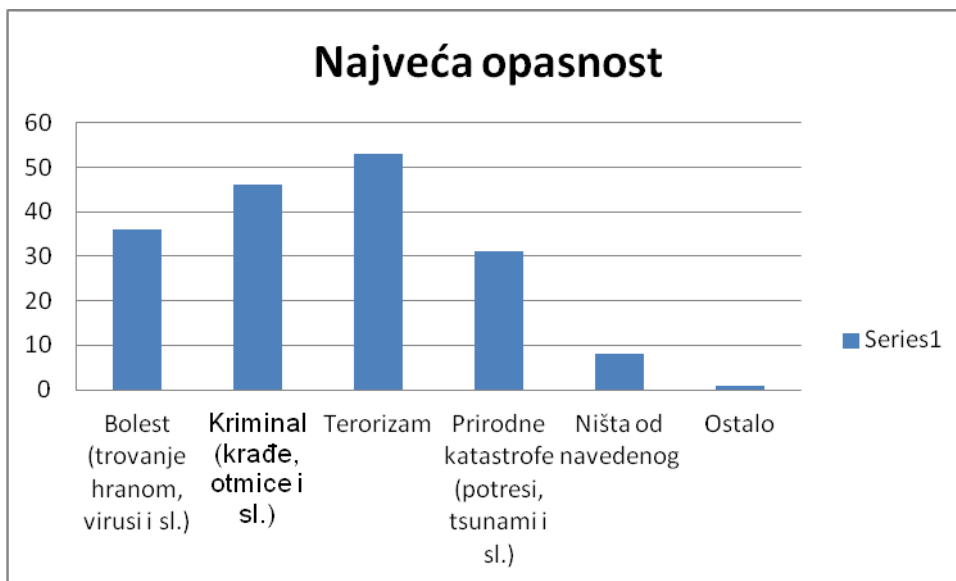
Informacije o sigurnosti destinacije u koju putuju, ponekad ili rijetko traži 54 % ispitanika. Malo manji postotak, 41 % čine ispitanici koji uvijek traže informacije o sigurnosti destinacije, dok ih 5 % nikada ne traži informacije o sigurnosti destinacije. (Grafikon 5)



Grafikon 5 Informacije o sigurnosti

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje što smatraju kao najveću opasnost prilikom putovanja u turističku destinaciju, ispitanici su mogli izabrati više ponuđenih odgovora. Tako je najveći strah terorizam (52, 5 %), zatim strah od kriminala (45, 5%), na trećem mjestu je strah od bolesti (35, 6 %) i slijedi strah od prirodnih katastrofa (30, 7%). Ništa od navedenog, tj. ostalo čine ukupno 8 % odgovora. Jedan ispitanik je dao odgovor da ne razmišlja negativno, već samo pozitivno. Kako razmišljaš, tako će ti biti i u životu. (Grafikon 6)



**Grafikon 6 Opasnosti na putovanjima**

**Izvor: Vlastito istraživanje**

Idući graf prikazuje iz kojih razloga turisti biraju prijevozna sredstva za putovanja. Najveći razlog je cijena (60, 4 %), zatim vrijeme (50, 5 %) koje utječe na odabir tako što turisti biraju ono prijevozno sredstvo s kojim će u najkraćem vremenu stići do određene turističke destinacije. Na trećem mjestu je turistima važna udobnost putovanja (47, 5 %) te na zadnjem mjestu odabiru prijevozno sredstvo zbog sigurnosti (34, 7%). U ovom pitanju je također bila mogućnost odabira više odgovora. (Grafikon 7)



**Grafikon 7 Prijevozno sredstvo do turističke destinacije**



**Izvor: Vlastito istraživanje**

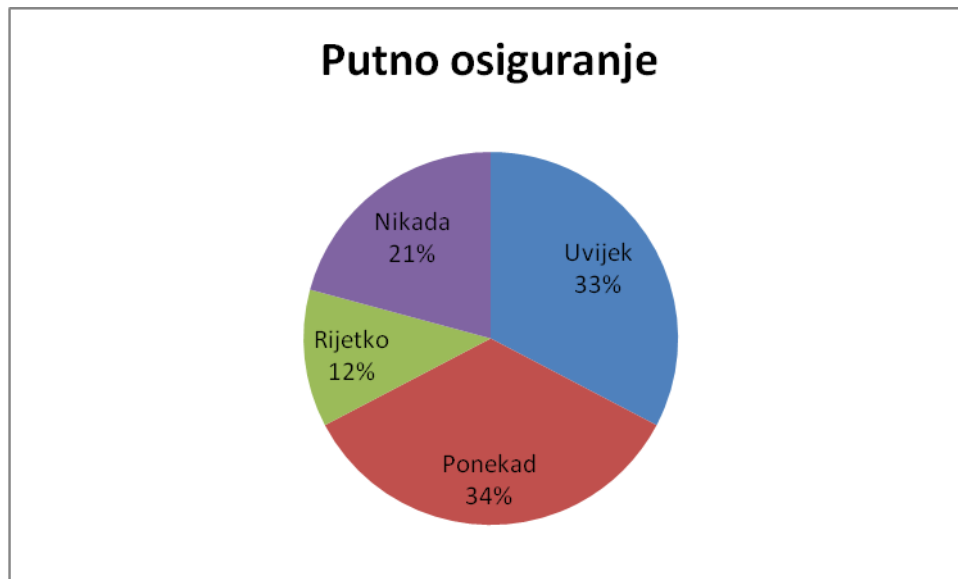
Na pitanje koliko mediji utječu na odabir određene destinacije, ispitanici su odgovorili s ocjenom od 1 do 5, pri čemu je 1 označavalo da mediji uopće nemaju nikakav utjecaj dok je 5 označavao jako veliki utjecaj. Rezultat je pokazao da u velikoj mjeri mediji utječu na odabir destinacije, točnije ocjenu 4 je dalo 37,6 % ispitanika, a ocjenu 3 je dalo 34,7% ispitanika koji smatraju da mediji niti utječu, ali niti ne utječu. Postotak od 11,9 % smatra da mediji uopće ne utječu na njihov odabir destinacije, te 9,9 % smatra da nemaju mediji utjecaja. Samo 5,9 % ispitanika se izjasnilo da mediji imaju jako veliki utjecaj na odabir destinacije. (Tablica 3)

**Tablica 3 Utjecaj medija**

Izjava	% ispitanika
Uopće ne utječu	11,9
Ne utječu	9,9
Niti utječu niti ne utječu	34,7
Utječu	37,6
Jako utječu	5,9

**Izvor: Vlastito istraživanje**

Prilikom putovanja većina ispitanika uzima putno osiguranje, točnije, njih 34 % uzima ponekad, ali 33 % uvijek. Također je veliki postotak i osoba koje nikad ne uzimaju putno osiguranje, 21 % i rijetko ih uzima 12 % ispitanika. (Grafikon 8)



**Grafikon 8 Putno osiguranje**

**Izvor: Vlastito istraživanje**

### 6.2.3. Utjecaj sociodemografskih elemenata na učestalost putovanja

Hi-kvadrat test ( $p < 0,05$ ) je pokazao da spol ispitanika utječe na njihovu učestalost putovanja. Naime, utjecaj nije jako vidljiv, ali se u čestim putovanjima ističe muška populacija, 18,2 % dok ženska populacija bilježi 5,3 % čestih putovanja godišnje. Ženski dio ispitanika bilježi najveći postotak pri umjerenom putovanju, odnosno do dva puta godišnje (59,6 %), dok muški dio ispitanika također ima najveći postotak pri tom odgovoru, ali je za 11,9 % manji nego kod ženske populacije. (Tablica 4)

**Tablica 4 Utjecaj spola na učestalost putovanja**

Učestalost putovanja	SPOL		Pearson Chi-Square
	Muško	Žensko	
Nikada	2, 3 %	3, 5 %	0, 205
1 – 2 puta godišnje	47, 7 %	59, 6 %	
3 – 5 puta godišnje	31, 8 %	31, 6 %	
Često	18, 2 %	5, 3 %	

**Izvor: Vlastito istraživanje**

Međutim, utjecaj stupnja obrazovanja s učestalim putovanjima je velik, Hi-kvadrat test iznosi 0, 066. Ispitanici sa završenom srednjom školom bilježe 64, 3 % učestalost putovanja do dva puta godišnje, dok osobe sa završenim fakultetom također bilježe najveći postotak pri putovanju do dva puta godišnje, ali za 10, 1 % više ih je odgovorilo da putuju do pet puta godišnje. Ispitanici sa završenim magisterijem/doktoratom najčešće putuju, dok nijedan ispitanik nije zabilježio da nikada ne putuje. (Tablica 5)

**Tablica 5 Utjecaj stupnja obrazovanja na učestalost putovanja**

Učestalost putovanja	STUPANJ OBRAZOVANJA			Pearson Chi-Square
	Srednja škola	Viša škola/fakultet	Magisterij/doktorat	
Nikada	3, 6 %	3, 4 %	0 %	0, 066
1 – 2 puta godišnje	64, 3 %	54, 2 %	35, 7 %	
3 – 5 puta godišnje	25 %	35, 6 %	28, 6 %	
Često	7, 1 %	6, 8 %	37, 7 %	

**Izvor: Vlastito istraživanje**

Ukupna primanja kućanstva još više imaju utjecaj na učestalost putovanja, Hi-kvadrat test iznosi 0, 030. Svi ispitanici s niskim primanjima putuju do dva puta godišnje, kao i ispitanici sa srednjim primanjima. Međutim, neki od ispitanika sa srednjim primanjima putuje i do pet puta godišnje, a isti broj ispitanika je zabilježio da nikada ne putuje, kao i da često putuje. Osobe sa visokim ili višim primanjima uglavnom putuju do pet puta godišnje, a njih 18, 6 % i više od toga. (Tablica 6)

Tablica 6 Utjecaj ukupnih primanja na učestalost putovanja

Učestalost putovanja	UKUPNA PRIMANJA KUĆANSTVA			Pearson Chi-Square
	Niska primanja	Srednja primanja	Visoka/viša primanja	
Nikada	0 %	5, 9 %	0 %	0, 030
1 – 2 puta godišnje	100 %	60, 8 %	41, 9 %	
3 – 5 puta godišnje	0 %	27, 5 %	39, 5 %	
Često	0 %	5, 9 %	18, 6 %	

Izvor: Vlastito istraživanje

Kod utjecaja dobi ispitanika na učestalost putovanja, Hi-kvadrat test iznosi 0, 041. Više od 5 puta godišnje, odnosno često najviše putuju ispitanici u dobi od 36 do 45 godina, dok do dva puta godišnje najviše ih putuju ispitanici stariji od 45 godina. Ispitanici u starosti do 22 godine, najčešće putuju do dva puta godišnje, kao i ispitanici do 35 godina. Međutim, za razliku od ispitanika koji su stariji od 45 godina, mlađi ispitanici bilježe i određeni postotak u putovanjima do pet puta godišnje, kao i u češćim putovanjima. (Tablica 7)

Tablica 7 Utjecaj dobi ispitanika na učestalost putovanja

Učestalost putovanja	DOB ISPITANIKA				Pearson Chi-Square
	Do 22	23 - 35	36 - 45	Više od 45	
Nikada	10 %	0 %	0 %	25 %	0, 041
1 – 2 puta godišnje	65 %	52, 6 %	47, 4 %	75 %	
3 – 5 puta godišnje	15 %	36, 8 %	36, 8 %	0 %	
Često	10 %	10, 5 %	15, 8 %	0 %	

Izvor: Vlastito istraživanje

## 7. Zaključak

Sigurnost u današnje vrijeme ima nikad veći značaj za jednu turističku destinaciju te samim time esencijalan je dio turističkog proizvoda. Kako bi se turist u destinaciji osjećao što bolje, što ugodnije, kako bi doživio jedno pozitivno i vedro iskustvo, ponajprije se mora osjećati sigurno i zaštićeno. Danas, nažalost, sigurnosna prijetnja ne poznaje geografske i vremenske granice. Kad pričamo o sigurnosnim izazovima, ne zaustavljamo se na kriminalu, na uličnim razbojstvima, otmicama, silovanjima, prirodnim katastrofama.. Ono što ponajviše tjera strah u kosti jest sve veća opasnost od terorističkih napada koji se događaju sve češće i u skoro svakom kutku zemaljske kugle. U posljednje vrijeme na udaru terorizma je ponajviše Europa odnosno njeni građani, Europljani. Iz napada u napad postavlja se pitanje, do kada? Do kad će se napadi rasplamsavati, koliko ljudskih žrtava moramo podnijeti da bi se dogodila neka promjena? Ne samo da je ljudsko dostojanstvo dovedeno u pitanje uslijed svih tih napada, već se u velikoj i zabrinjavajućoj mjeri ruši jedan zdrav ekonomski i društveni poredak, ruše se osnove slobodnog kretanja...ruši se budućnost ekonomije, a jedna od tih grana je i turizam.

Problem sigurnosti u Europi, mnogi će se složiti, nije dobro riješen, a za to postoji nekoliko glavnih razloga:

1. suradnja među nacionalnim službama sigurnosti nije na zadovoljavajućoj razini
2. još uvijek ne postoji jedinstvena, europska služba sigurnosti
3. vrlo loša koordinacija i nadziranje izbjegličke krize; neadekvatna evidencija izbjeglica prilikom njihovog ulaska u Europu (<http://otok-krk.org/krk/hrvatska/itb-berlin-2016.-3.-turizam-i-sigurnost>)

Ipak, anketirajući 101 ispitanika došli smo do zaključka da ljudi i dalje u velikoj mjeri putuju, bez obzira na česte negativne pojave koje se događaju u svijetu. U anketi su sudjelovali uglavnom mladi ispitanici koji imaju želju za otkrivanjem novih stvari i stjecanjem iskustva upoznavajući različite kulture. Najčešće putuju do dva puta godišnje, veći dio čak i do pet puta godišnje dok često putuje tek manji broj ispitanika. Najvažniji čimbenik planiranja putovanja je cijena te se na temelju nje odabire i prijevozno sredstvo do turističke destinacije. Čak 41 % ispitanika uvijek i obavezno traži informacije o sigurnosti prije putovanja, dok ostali to čine rijetko ili nikada. Najveću opasnost ispitanici vide u terorizmu, slijedi opasnost

od kriminala, zatim opasnost od zaraze nekom bolesti te kao najmanju opasnost smatraju prirodne katastrofe. Utjecaj medija je kod ispitanika vidljiv te je većina odgovorila da svakako uzimaju u obzir medijske poruke, objave i promotivne aktivnosti prilikom odabira neke turističke destinacije. Putno osiguranje uglavnom ispitanici uzimaju prije puta u neku destinaciju. Vidljiv je utjecaj obrazovanja i ukupnih primanja na učestalost putovanja kod ispitanika. Tako ispitanici s većim obrazovanjem te većim ukupnim primanjima kućanstva i češće putuju, za razliku od onih s nižim obrazovanjem i nižim ukupnim primanjima. Također, osobe starije životne dobi rjeđe putuju od osoba mlađe životne dobi.

Razvoj tehnologije odigrao je značajnu ulogu u definiranju života ljudi u današnjem vremenu. Tehnologija omogućuje jednostavniji i brži pristup podacima i informacijama koje mogu biti od velike koristi u ovom uurbanom vremenu. Upravo tako utječe i na sve učestalija putovanja po sve povoljnijim cijenama. Uz to, turisti se koristeći razne oblike moderne tehnologije lako mogu informirati o sigurnosnim uputama za određenu turističku destinaciju, a koje, primjerice, izdaju državne agencije na vlastitim internet stranicama.

Sigurnost ne možemo ni u kojem kutku Zemlje garantirati, budući da raznih katastrofa može biti bilo gdje i bilo kada. Na kraju, koliko god čovjeku bile dostupne razne informacije i (ne)upozorenja, na njemu je samome da odluči hoće li ići u željenu destinaciju ili će ostati u svom već poznatom okruženju. Shodno zadnjim analizama i statističkim podacima, osobe koje su sklone putovanjima zaobilaze turističke destinacije gdje vlada visoki stupanj opreznosti te iste zamjenjuju nekom manje opasnom destinacijom.

Ovaj rad se može završiti s jednom prigodnom izrekom Williama Shakespearea: "*Svijet je zanimljiv onoliko koliko smo mi radoznali*". U naravi je čovjeka da konstantno istražuje, da testira svoje granice, strahove, da izlazi iz svoje zone komforta i ugodnosti. S tim u vezi, današnje suvremeno vrijeme i sve opasnosti koje ono donosi nas ne smiju zaustaviti u naumu da širimo svoja znanja i iskustva. Ponekad je prkos najbolji odgovor za strah koji osjećamo, nekad je najlakše ići 'glavom kroz zid' i otputovati negdje gdje se drugi ne usude otputovati. Izazov je to, čini nas superiornijima i jačima ako prevladamo svoj strah i probijemo granice, ali uvijek i zauvijek, bitno je oslušivati svijet oko sebe, s dozom opreza ići naprijed, putovati i širiti vidike, samo tako smo sigurni da će nas *radoznalost* iz izreke odvesti na pravi put.

U Varaždinu, ožujak 2017.

## LITERATURA

1. M. Bilandžić (2012.), Geopolitika suvremenog terorizma, [www.azoo.hr/images/razno/Terrorizam.ppt](http://www.azoo.hr/images/razno/Terrorizam.ppt), pristupljeno 01.06.2016.
2. Čorak S., Marušić Z. (2015.), Turizam i sigurnost: Stavovi turista o razini osobne sigurnosti u Hrvatskoj, [http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2015/Turizam-i-sigurnost\\_11\\_12\\_2015.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2015/Turizam-i-sigurnost_11_12_2015.pdf), preuzeto 05.06.2016.
3. Dugan L., LaFree G., Cragin K., Kasupski A. (2008.), *Building and analyzing a comprehensive open source data base on global terrorist events*, <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/223287.pdf>, pristupljeno 25.06.2016.
4. Gotovac P. (2007.), Turizam i zdravlje, [file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN\\_1\\_Gotovac\\_hrvatski.pdf](file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN_1_Gotovac_hrvatski.pdf), pristupljeno 25.05.2016.
5. Hendija Z. (2013.), Krizni menadžment u MT, [http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202013-14/MT%202013\\_03\\_krizni%20management\\_21%2011%202013.pdf](http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202013-14/MT%202013_03_krizni%20management_21%2011%202013.pdf), preuzeto 27.05.2016.
6. Hendija Z. (2014./2015.), Skripta za kolegij "Međunarodni turizam", [http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT\\_ZH\\_10%2011%202014\\_od%203%20do%2049%20str.pdf](http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%203%20do%2049%20str.pdf), preuzeto 20.06.2016.
7. Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske (2005.), Prevenција kriminaliteta u Europskoj Uniji, <http://www.mup.hr/UserDocsImages/Prevenција-kriminaliteta.pdf>, pristupljeno 19.07.2016.
8. MUP RH, PU Primorsko-Gorsanska Rijeka (2014.), Pojave koje ugrožavaju sigurnost turista s posebnim osvrtom na fenomenologiju kriminaliteta, <http://www.kvarner.hr/docs/kvarner2011HR/documents/1023/1.0/Original.pdf>, pristupljeno 15.06.2016.
9. Perinić J. (2014.), Mediji u krizama i katastrofama, <http://zastita.info/UserFiles/file/zastita/SIGTUR%202014/PDFprezentacije/JadranPerinic.pdf>, 01.06.2016.

10. Petar S., Laušić M., (2010.), Sigurnosne procedure u hotelima, [file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN\\_04\\_02\\_Petar\\_Lausic%20\(2\).pdf](file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN_04_02_Petar_Lausic%20(2).pdf), pristupljeno 28.05.2016.
11. Prizmić V., Lučić T. (2014.), Gorska služba spašavanja, Sigurnost kao turistički proizvod, <http://www.zastita.info/UserFiles/file/zastita/SIGTUR%202014/PDFprezentacije/VinkoPrizmic.pdf>, pristupljeno 26.05.2016.
12. Radančić I. (2012.), Kazneno djelo silovanja: Pitanja definicije, (ne)odgovornosti za otklonjivu zabludu o pristanku i postojanje rodni stereotipa u sudskom postupku na primjeru prakse županijskog suda u Zagrebu, <file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/Radacic.pdf>, preuzeto 20.07.2016.
13. Šolman S.(2010.), Uloga cestovnog prometa u turizmu Hrvatske, [file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN\\_04\\_02\\_Solman.pdf](file:///C:/Local%20Documents/Download%20Internet/ATN_04_02_Solman.pdf), preuzeto 29.05.2016.
14. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Terrorizam>, pristupljeno 24.5.2016.
15. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Kriminal>, pristupljeno 24.05.2016.
16. <http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>, 19.7.2016.
17. <http://www.vecernji.hr/svijet/otmica-hrvatskog-drzavljanina-ima-dva-cilja-ugroziti-turizam-i-natjerati-sve-strane-strucnjake-da-napuste-egipat-1018338>, pristupljeno 25.05.2016.
18. <http://www.dw.com/hr/zbog-slu%C4%8Dajeva-silovanja-turisti-ne-idu-u-indiju/a-16717210>, 25.5.2016.
19. <http://www.triglav.hr/osiguranja/osiguranje-za-fizicke-osobe/putna-osiguranja/turisticko-osiguranje>, 26.5.2016.
20. <http://www.mup.hr/221592.aspx>, 26.5.2016
21. <http://www.vecernji.hr/euro-2016-navijaci/dostupna-nova-aplikacija-koja-upozorava-na-teroristicki-napad-1090665>, 20.6.2016.
22. [https://hr.wikipedia.org/wiki/Sigurnost\\_hrane](https://hr.wikipedia.org/wiki/Sigurnost_hrane), 01.06.2016.
23. <http://www.hah.hr/sigurnost-hrane/> 29.5.2016.
24. <http://www.jatrgovac.com/2011/06/sigurnost-hrane-kolektivna-odgovornost/>, 29.5.2016.



25. <http://www.dw.com/hr/kako-teror-utje%C4%8De-na-turizam/a-18977816>, preuzeto 31.5.2016.
26. <http://www.dw.com/hr/gospodarstvo-u-sjeni-pari%C5%A1kih-napada/a-18882645>, preuzeto 31.05.2016.
27. <http://www.mup.hr/236898.aspx>, preuzeto 01.06.2016.
28. <http://www.mup.hr/main.aspx?id=96913>, preuzeto 01.06.2016.
29. <http://hrturizam.hr/itb-turizam-i-sigurnost/>, preuzeto 05.06.2016.
30. <http://www.advance.hr/vijesti/zbog-porasta-kriminala-proglaseno-izvanredno-stanje-u-buenos-airesu/>, preuzeto 24.05.2016.
31. <http://otok-krk.org/krk/hrvatska/itb-berlin-2016.-3.-turizam-i-sigurnost>, preuzeto 15.10.2016.

## PRILOG 1 Anketni upitnik

### Anketni upitnik-Sigurnost kao presudan čimbenik u suvremenom turizmu

Poštovani,  
za potrebe diplomskog rada provodim anketno ispitivanje na temu Sigurnost kao presudan čimbenik u suvremenom turizmu. Zamolila bih Vas da izdvojite nekoliko minuta svog vremena i iskreno i kratko odgovorite na sva pitanja.  
Hvala unaprijed.

Studentica Josipa Penić  
Sveučilište Sjever, Poslovna ekonomija

1. Koliko imate godina? \_\_\_\_\_
2. Spol?  
 M  Ž
3. Stupanj obrazovanja?  
 Osnovna škola  Srednja škola  
 Visoka škola/fakultet  Magisterij/doktorat
4. Koliko često putujete u neke nove destinacije?  
 1 – 2 puta godišnje  3 – 5 puta godišnje  Često  Nikada
5. Kada putujete, koliko često tražite informacije o sigurnosti u destinaciji?  
 Uvijek  Ponekad  Rijetko  Nikada
6. Što smatrate najvećom opasnošću prilikom putovanja u destinaciju?  
 Bolest (trovanje hranom, zaraze i sl.)  Kriminal (krađe, otmice, silovanja i sl.)  Terorizam  Prirodne katastrofe (potres, tsunami i sl.)
7. Prijevozno sredstvo kojim putujem biram zbog:  
 Sigurnosti  Udobnosti  Biram najpovoljniju varijantu  Biram zbog najmanje potrošenog vremena na put
8. Koliko mediji utječu na Vaš stav prema nekoj destinaciji? (od 1 – 5 )  
1 – Uopće nema utjecaja 2 – nema utjecaja 3 – niti utječe niti ne utječe 4 – ima utjecaja 5 – ima jako puno utjecaja
9. Uzimate li putno osiguranje prilikom putovanja?  
 Uvijek  Ponekad  Rijetko  Nikada

# Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija  
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Josipa Penić	MATIČNI BROJ	0134/336D
NASLOV RADA	Sigurnost kao presudan čimbenik u suvremenom turizmu		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Security as a crucial factor in modern tourism		
KOLEGIJ	Sigurnost u turizmu		
MENTOR	doc. dr. sc. Petar Kurečić		
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Goran Kozina, predsjednik		
	2. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, član		
	3. doc. dr. sc. Petar Kurečić, mentor		
	4. doc. dr. sc. Darijo Čerepinko, zamjenski član		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ	166/PE/2017
OPIS	

Sigurnost je jedan od presudnih čimbenika u razvoju turizma određene zemlje. Cilj ovog diplomskog rada je utvrditi koliko sigurnost utječe na suvremeni turizam te detaljnije objasniti povezanost sigurnosti i turizma.

U ovom diplomskom radu opisuje se što je sigurnost i koje su opasnosti s kojima se turist susreće u suvremenom turizmu. Sve opasnosti s kojima se turist može susresti, kao što su kriminal (krađe, silovanja, otmice, ubojstva), terorizam, bolesti te prirodne katastrofe, detaljnije su objašnjene u radu.

Uz to, opisana je sigurnost kao turistički proizvod. Kupnjom smještaja ili usluge, turist kupuje i iskustvo i doživljaj. Ovisno o njegovom osjećaju (ne)sigurnosti ovisit će i iskustvo i doživljaj koje je dobio na putovanju.

Također, veliki utjecaj imaju masovni mediji na odabir određene turističke destinacije. Masovni mediji mogu imati i pozitivan i negativan utjecaj na javnost.

Hrvatska kao turistička zemlja je vrlo sigurna i poželjna turistička destinacija. U Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, sigurnost je jedan od pet faktora kojim će se privlačiti pažnja potencijalnim turistima.

U pisanju ovog diplomskog rada prikupljeni podaci se temelje na literaturi koja pokriva tematiku sigurnosti u suvremenom turizmu. Prilikom metode prikupljanja podataka, korišteni su primarni i sekundarni podaci. Primarni podaci su prikupljeni anonimnom anketom putem interneta. Podaci o utjecaju sociodemografskih elemenata na učestalost putovanja obrađeni u SPSS statističkom programu, korištenjem dvovarijantne analize

U VARAŽDINU, DANA

13.03.2017.

POTPIS MENTORA

Petar Kurečić

DIR 01 PE



IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, JOŠIPA PENIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom SIGURNOST KAO PRESUDAN ČIMBENIK U SUVREMENOM DUBLETU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Penić  
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, JOŠIPA PENIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom SIGURNOST KAO PRESUDAN ČIMBENIK U SUVREMENOM DUBLETU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Penić  
(vlastoručni potpis)