

GLOBALIZACIJA TURIZMA

Grgičin, Romana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:268934>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-25**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Ekonomska politika i regionalni razvoj

Romana Grgičin

GLOBALIZACIJA TURIZMA

Završni rad

U Osijeku, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Ekonomska politika i regionalni razvitak

Romana Grgičin

GLOBALIZACIJA TURIZMA

Završni rad

Kolegij: Globalizacija i globalna ekonomija

JMBAG:0010223755

E-mail:rgrgicin@efos.hr

Mentor: prof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study Economic Policy and Regional Development

Romana Grgičin


GLOBALIZATION OF TURISM

Final paper

Osijek, 2021

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELJEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Romana Grgičin

JMBAG: 0010223755

OIB: 84387493332

e-mail za kontakt: rrgicic@gmail.com

Naziv studija: Preddiplomski sveučilišni studij

Naslov rada: Globalizacija turizma

Mentor/mentorica diplomskog rada: prof. Dr. Sc. Ivana Barković Bojanić

U Osijeku, 22.09.2021. godine

Potpis Grgičin Romana

GLOBALIZACIJA TURIZMA

SAŽETAK

Globalizacija je proces smanjivanja svijeta, stvaranja takozvanog globalnog sela, koji ima značajan utjecaj na gospodarstvo i društvo. Njezine posljedice osjete se u svim gospodarskim granama i to ne samo pozitivne već i negativne. Turizam je jedan od onih sektora koji je posebno izložen globalizaciji i globalizacijskim trendovima jer se jača konkurencija između turističkih destinacija, mijenjaju se trendovi u turističkoj potražnji, a onda kroz to i ponudi.

Ovaj završni rad opisuje globalizaciju kao proces koji utječe na turizam kao gospodarsku djelatnost koja „uživa“ u prilikama koje globalizacija donosi, ali su opasnosti veliki izazov.

Ključne riječi: globalizacija, turizam, globalni trendovi

GLOBALISATION OF TOURISM

ABSTRACT

Globalization is a process of shrinking the world, creating a so-called global village, which has a significant impact on the economy and society. Its consequences are felt in all economic sectors and they are not only positive but negative as well. Tourism is one of those sectors that is particularly exposed to globalization and globalization trends because competition between tourist destinations is intensifying, trends in tourist demand are changing, and then through it supply.

This final paper describes globalization as a process that affects tourism as an economic activity that “enjoys” the opportunities that globalization brings, but the dangers are a great challenge.

Keywords: globalisation, tourism, global trends

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 6 |
| 2. GLOBALIZACIJA..... | 7 |
| 2.1. Pojmovno određenje | 7 |
| 2.2. Uzroci globalizacije..... | 9 |
| 2.3. Prednosti globalizacije..... | 10 |
| 2.4. Nedostatci globalizacije..... | 11 |
| 3. TURIZAM..... | 13 |
| 3.1. Pojmovno određenje | 13 |
| 3.2. Funkcije turizma | 14 |
| 3.3. Turistička potražnja | 15 |
| 3.4. Turistička ponuda | 16 |
| 4. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA TURIZAM..... | 17 |
| 4.1. Višestruki utjecaji globalizacije..... | 17 |
| 4.2. Očekivani turistički trendovi | 21 |
| 4.3. Pandemija COVID-19 i turizam | 24 |
| 5. RAZVOJ POZNATIH TURISTIČKIH DESTINACIJA: IZABRANI PRIMJERI..... | 26 |
| 5.1. Dubai | 26 |
| 5.2. Macao | 28 |
| 6. ZAKLJUČAK | 30 |
| LITERATURA..... | 31 |

1. UVOD

Globalizacija je suvremeni proces koji se može definirati i razmijeti na različite načine, ovisno s kojeg aspekta se promatra. Netko smatra kako je globalizacija pozotovani proces koji donosi puno dobrobiti poput dostupnije tehnologije i pomoću te tehnologije povezivanje svijeta, povećanje proizvodnje i smanjivanje troškova, proširenje tržišta i sl. S druge strane, postoje i protivnici globalizacije koji u njoj vide ekonomsku, društvenu i drugu opasnost poput prevlasti ekonomskih velesila, gubitak nacionalnog identiteta i sl. Globalizacija zaista izaziva dvojne i zato ostaje nepresušni izvor rasprave kako u teoriji tako i u praksi.

Globalizacija kao proces bitno utječe na gospodarstvo i sve gospodarske djelatnosti. Turizam je upravo jedna od gospodarskih grana koja je pod stalnim utjecajem globalizacije. Svjetski turizam doživljava rast pojavom novih trendova kao i sve većom edukacijom turista i rastom interesa za različitim atrakcijama u destinacijama. Globalizacija mijenja turističke trendove i pred turistička poduzeća, odnosno turističke destinacije stalno stavlja nove izazove kako opstati u sve konkurentnijem globalnom okruženju.

Svrha je ovog istražiti kako globalizacija utječe na turizam te pokazati nekoliko izabranih primjera gradova koji su, između ostalog, profitirali od procesa globalizacije.

Rad je strukturiran u 6 poglavlja. Nakon uvoda, drugo poglavlje bavi se globalizacijom kao procesom koji proizlazi iz različitih izvora te ima pozitivne i negativne aspekte. Treće poglavlje govori o turizmu, njegovim funkcijama kao i o pojmovima turističke ponude i potražnje. Četvrto poglavlje usmjereno je na utjecaj globalizacije na turizam. Osim navođenja nekih od važnijih trendova, u poglavlju se osvrće i na pandemiju COVID 19 koja je ozbiljno ugrozila ne samo turizam već i druge sektore. U petom poglavlju istaknuta su dva primjera – Dubai i Macao – kao turističke destinacije koje su zahvaljujući globalizaciji, razvoju tehnologije i sl. postale svjetski poznate sa spektakularnim sadržajima usprkos geografski nepovoljnom položaju. Šesto poglavlje je zaključno nakon kojeg slijedi popis korištene literature.

U radu su se koristile opće znanstvene metode, poput metode indukcije i dedukcije, analize i sinteze te deskripcije. Izvori podataka su sekundarni, a riječ je o znanstvenoj i stručnoj literaturi te web izvorima.

2. GLOBALIZACIJA

2.1. Pojmovno određenje

Globalizacija jest složen proces kojemu se može pristupiti sa različitih područja znanosti kao na primjer s područja politologije, sociologije, povijesti, ekonomije, filozofije i psihologije te mnogih drugih područja djelovanja. Zapravo iz tog razloga postoje brojne definicije samog pojma globalizacije. Prema Hrvatskoj enciklopediji (2021) globalizaciju čine različiti gospodarski, društveni, politički i kulturni procesi koji vode preobrazbi životnih uvjeta te sve većoj povezanosti i međuovisnosti pojedinih dijelova suvremenoga svijeta.

Globalizacija potiče jačanje društvenih odnosa diljem svijeta te povezuje geografski udaljena područja na način da na neke događaje koji su lokalnog karaktera utječu svjetski. Zato se često i govori o globalizaciji kao o prirodnoj sili. Osim toga, globalizaciju neki smatraju i političkom koncepcijom. (Braica, 2004). Plevnik smatra kako se globalizacija može promatrati kao povezivanje raznih država putem stalnoga rasta komunikacije, suradnje i trgovine, što dovodi do integriranoga i međuovisnog svjetskog sustava te jedinstvenoga životnoga mjesta (Plevnik, 2003 u Braica, 2004).

Prema Deardorff i Sternu (2011) globalizacija predstavlja povećanje međunarodne razmjene na tržištima dobara, usluga i tržištu nekih faktora proizvodnje, uključujući rast i razvoj institucija koje premošćuju nacionalne granice – poduzeća, vlade, međunarodne institucije i nevladine udruge” (Deardorff i Stern, 2001:2). Svjetska banka definira globalizaciju kao “slobodu i mogućnost pojedinaca i poduzeća da svojevoljno iniciraju razmjenu sa stanovnicima i poduzećima u drugim zemljama” (Milanović, 2002:3).

Globalizaciju se može promatrati kao prekretnicu svjetova, tradicija, običaja, kulture, tehnologije, modernizacije svijeta i na mnogo drugih načina. Može je se sagledati kao proces liberalizacije raznih tržišta te njihovog spajanja u jedno veliko globalno tržište. Globalizacija u suvremenim uvjetima predstavlja posebni stadij u kontinuiranom procesu društvenih promjena, a njezini se procesi posebno pojačavaju 80- tih godina 20. stoljeća. Moglo bi se reći kako globalizacija predstavlja novi val promjena u gospodarstvu, tehnologiji i društvu. Pogrešno bi bilo misliti da je globalizacija pojam (Milardović, 1999: 3).

Johannes Varwick navodi globalizaciju kao “pojam koji se veoma često upotrebljava u političkim, publicističkim i privrednim debatama i pritom s jedne strane označava “prijetnju”, a s druge “šansu” (Veselica, 2003: 7).

Moguće je reći da je globalizacija pokrenula novi val promjena tehnologije, društva, gospodarstva i znanosti. Ukidanjem i širenjem granica je omogućila slobodno kretanje ljudi, kapitala, roba te informacija. Globalizacijom je usvojena nova tehnologija te načini efikasnije proizvodnje koji su ne samo omogućili bržu i kvalitetniju proizvodnju proizvoda i uslugu već i veću sigurnost radnika na radnim mjestima proizvodnje. Zahvaljujući njoj su odnosi među zemljama poboljšani te oni sve više počinju razmišljati globalno te shvaćati svijet sa drugog stajališta. Problem su oni koji ovaj proces ne shvaćaju ozbiljno te nisu u korak s njome, nakon nekog vremena počinju ozbiljno zaostajati te nisu u mogućnosti nadoknaditi nova saznanja i načine djelovanja.

U današnjem svijetu je sve važniji koncept cjeloživotnog učenja iz razloga što više nego ikada znanje zastarijeva, nešto što je vrijedilo i bilo bitno jučer, danas ne mora biti od velikog značenja, štoviše čak i radna mjesta koja su nekada postojala više ne postoje te se otvaraju nova za koja se prije nikada nije ni čulo.

Moglo bi se, dakle, zaključiti kako globalizacija nema univerzalnu definiciju kojom bi ju se moglo objasniti, već izvedenice raznih autora i njihovih poimanja. U ovom radu ćemo globalizaciju objasniti kao pojavu koja se dogodila kao posljedica napretka tehnologije, slobodnih migracija, znanosti, demokracije te slobode govora.

2.2. Uzroci globalizacije

Globalizacija je postojala puno prije nego li se o njoj počelo tako intenzivno diskutirati. Neki od uzroka globalizacije koji se najčešće izdvajaju su prikazani na slici 1.

Slika 1. Uzroci globalizacije



5

Izvor: Milardović, 2008.

Tehnološki razvoj omogućava razvoj proizvodnje te efikasnije i brže plasiranje proizvoda na tržište nego što je to bilo moguće uobičajenim proizvodnim metodama, time se postiže da proizvodna poduzeća brže dovršavaju radne naloge te imaju mogućnost proširiti proizvodnju na nove proizvode ili pak povećati proizvodnju postojećih proizvoda.

Nekada je bilo nezamislivo naručiti robu s drugog kraja svijeta te da on bude dostavljena na kućnu adresu svega tjedan dana od dana narudžbe. Danas je uz pomoć tehnologije to ne samo moguće već je postalo uobičajeno. Brzina i troškovi transporta su toliko napredovali da se roba ili putnici mogu prevesti brže, jeftinije i sigurnije no ikada.

Svakako je vrlo bitan faktor nastanka globalizacije bio utjecaj kraja hladnog rata. Tokom hladnog rata može se reći da je svijet bio razdijeljen, nije postojala međusobna suradnja unutar država. Završetkom hladnog rata odnosi između Istočnih i Zapadnih država su se poboljšavali. Države istoka su sve više iskakale na svjetsko tržište koje im je sada bilo dostupno, također se sve više promovirala demokracija i tržišna ekonomija.

2.3. Prednosti globalizacije

Sa svakog stajališta gledanja, bilo to političko, ekonomsko, društveno, socijalno ili kulturološko stajalište, globalizacija ima niz posljedica.

Politička globalizacija počinje osnutkom UN-a, čijim se nastankom omogućuje sudjelovanje manjih naroda u upravljanju. Također, osim Ujedinjenih naroda velik utjecaj na političku globalizaciju i njenu strukturu ima Europska unija. Njen cilj je stvoriti jedinstvo među zemljama Europe te ih ujediniti u jednu zajednicu koja omogućuje zajedničko upravljanje te dinamičnu političku zajednicu koja bi sudjelovala u određivanju svjetske politike. Pojavom globalizacije postaje moguće, otvaranjem granica te podupiranjem međunarodne suradnje, produbiti suradnju među zemljama stvaranjem dobrosusjedskih odnosa te trgovinskim vezama. Zemljama je omogućeno proširivanje svoje ponude na tržištu te omogućavanje izvoza za svoja poduzeća. Nadalje, neki pozitivni učinci uključuju: poduzetnost i inovativnost, efikasnu organizaciju rada, razvoj novih tehnika i tehnologija proizvodnje, razvijanje novih izvora energije, razvoj znanosti i medicine. Grupi pozitivnih utjecaja također pripadaju regionalna udruživanja, prijenos znanja i tehnologije, obrazovanje radnika, mogućnost tehničko-tehnološkog i proizvodnog obrazovanja mladih ljudi, i dr. (Galović, 2017).

Stvaranjem takozvanog „svjetskog tržišta“ siromašnijim je zemljama omogućeno uključivanje preko izvoza industrijskih dobara i usluga te istovremeno povećavanje mobilnosti stanovnika, što istovremeno omogućuje seobu radnika iz siromašnih i nerazvijenih ruralnih područja u razvijenija urbana područja koja im pružaju veću mogućnost zaposlenja. Sve navedeno doprinosi zadovoljstvu stanovnika koji, zadovoljniji životom u svojoj sredini, postaju produktivniji radnici. Uz prethodno navedene pozitivne aspekte sagledavanja globalizacije, također se mogu spomenuti i ukidanje prepreka za uvoz i izvoz dobara, širenje svijesti o važnosti očuvanja okoliša te prevenciji daljnjeg zagađenja, međudjelovanje različitih kultura, konstantno povećanje dostupnosti i transfera informacija, povećanje ljudskih sloboda i prava.

Pojavom globalizacije uvelike se počelo miješati stanovništvo raznih nacionalnosti, rasnih ili vjerskih pripadnosti koji su započeli suživot. Primjećuje se značajno povećanje poslovnih subjekata koji potiču mala poduzeća da šire svoja proizvodna poduzeća te proizvode na šira,

udaljenija tržišta na nacionalnoj razini koja se s vremenom mogu proširiti sve do globalne razine. Samim širenjem malih i zapravo svih ostalih poduzeća na svjetsko, takozvano globalno tržište, desio se skok u konkurenciji na nacionalnoj razini tržišta. Cijeli proces je naposljetku rezultirao time da postojeće kombinacije proizvodnih procesa, materijala, rada i kapitala nisu dovoljne da drže poduzeće u korak sa rastućom konkurencijom i njihovim proizvodima i uslugama. Kao rješenje tih problema počele su se uvoditi specijalizacije kojima se nastoji povećati produktivnost poduzeća.

Kako bi i ekonomski slabije razvijene zemlje osjetile pozitivne učinke globalizacijskog procesa, nužno je da država (Stiglitz, 2006):

- istovremeno otvara prostor slobodnom unutarnjem i vanjskom tržištu roba, kapitala i radne snage, kao i slobodnom poduzetništvu, te da zadrži usmjeravajuću, regulatornu i korektivnu ulogu u društveno – ekonomskom razvoju,
- nacionalnom strategijom razvitka kontrolira ključne prirodne resurse i ekonomske potencijale, te da štiti dugoročne nacionalne i opće društvene interese,
- ekonomski razvoj ne shvaća samo kao povećanje bruto društvenog proizvoda, već kao sredstvo za povećanje zaposlenosti, obrazovnog, zdravstvenog i općeg standarda stanovništva, čime se osigurava socijalna kohezija i politička stabilnost.

2.4. Nedostatci globalizacije

Osim pozitivnih, postoje i negativne posljedice globalizacije koje su vrlo izazovne. Povezivanjem ljudi različitih nacionalnosti, vjerskih opredjeljenja ili rasne skupine, smanjuju se te, na koncu, nestaju razlike naroda točnije, ugrožava se nacionalni identitet. Promovira se „globalna kultura“ kojom se životni stilovi pojedinaca više ne razlikuju te se ugrožavaju povijest, jezici te kulture manjih naroda.

Globalizacija svim svojim prethodno spomenutim pozitivnim učincima omogućuje širenje na globalno tržište, no istovremeno uzrokuje bogaćenje bogatih te siromašenje siromašnih. To znači da bogati, u ovom slučaju velike kompanije, koristeći sve pogodnosti (kvalitetniji materijal, produktivniji način proizvodnje, obrazovaniju i sposobniju radnu snagu, otvaranje granica i ukidanje izvoznih prepreka i carina) povećavaju svoju nadmoć nad manjim, slabijim tvrtkama kojima je već na početku bilo teško probiti se na tržište i postati prepoznatljivim

kupcima. Poistovjećujući male i velike kompanije sa malim i velikim zemljama, slijedom događaja povećavaju se ekonomske nejednakosti među zemljama. Pozitivni se učinci mogu dugoročno preobraziti u negativne učinke. Naime, uključivanje slabije razvijenih zemalja u jedinstveno svjetsko tržište može ujedno povećati njihovu ovisnost o visokorazvijenim zemljama.

Postupnim smanjenjem demokracije u nerazvijenim zemljama dovodi do oduzimanja nacionalnog identiteta i mogućnosti sudjelovanja u donošenju odluka koje bi njima omogućile povećanje životnog standarda. Ukidanjem trgovačkih zapreka omogućeno je velesilama ulazak na njihovo tržište te smanjenje utjecaja domaćih proizvoda i usluga. Zabrinjavajuća je činjenica da državama, u kojima živi 75% svjetskog stanovništva, vlada siromaštvo, nerazvijenost i glad, dok je s druge strane većina moći, utjecaja i svjetskog bogatstva akumulirana u samo tridesetak razvijenih zemalja svijeta (Beker, 2005).

Pojavom globalizacije i razvojem industrija te povećanim brojem pogona dovodi do onečišćenja okoliša. Takvo onečišćenje ogleda se u onečišćenju vode, obradivih površina, zraka, ozona, negativnog utjecaja na opće zdravlje stanovništva te kvalitetu života.

3. TURIZAM

3.1. Pojmovno određenje

Turizam je pojam koji u današnje vrijeme ima sve veće značenje za gospodarstvo pojedinih država. Turizam označava posjećivanje lokacija koji nisu mjesto stanovanja osobe te koja se na toj lokaciji neće zadržavati dulje vrijeme te mijenjati mjesto prebivališta. Razlozi takvih posjećivanja su često zbog različitog kulturnog sadržaja, prirodnih ljepota, arhitekture koja se razlikuje od mjesta stanovanja osobe, promjena klime, radi godišnjih odmora i drugih razloga. Osoba koja putuje na ovaj način se naziva turist. „Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova“ (Pirjevec, 1998: 23).

S obzirom da ljudi žele odmor, promjenu sredine, upoznavanje drugih kultura i sl. turizam danas postaje globalna pojava. Iako se od davnina putovalo, turizam danas i povijesti bitno se razlikuju. Turizam je nekoć bio namijenjen samo bogatima, dok je globalizacija i prednosti koje donosi današnjem stanovništvu omogućila jeftinije i brže kretanje. Možemo reći kako je globalizacija utjecala i na promjenu turizma u smislu da ljudi više ne putuju samo da bi se odmorili već često putuju i kako bi stekli određeno iskustvo, doživljaj i sl. Iz tog razloga globalizacija je i utjecala na stvaranje mnogih specijalnih oblika turizma kao što je vjerski turizam, sportski turizam, medicinski turizam itd.

Kratko se podsjetimo se kako se ova gospodarska grana razvijala kroz povijest. Prema Pirjevcu (1998: 31) postoji pet vremenskih razdoblja turističkih putovanja:

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

Danas je turizam je danas jedan od glavnih izvora prihoda u velikom broju država. Sve većim populariziranjem turizma postiže se specijaliziranje određenih država za turizam, iz tog razloga neke poznate turističke destinacije proizvode većinu svog ostvarenog prihoda. Velika prednost

turizma jest ta što omogućava otvaranje novih radnih mjesta u uslužnom sektoru i mjesta za druga zanimanja. Konkretno u uslužnom sektoru postoji mnogo djelatnosti s kojima je on usko povezan, to su na primjer smještaji u hotelima, kampovima, privatnim apartmanima, prijevoz avionima, autobusima, taxi službama, brodovima, katamaranima, također u to spadaju zabavne aktivnosti poput adrenalinskih parkova, kockarnica, trgovačkih centara i drugih.

3.2. Funkcije turizma

Opće je poznato da iz turizma proizlazi niz koristi i pozitivnih ishoda, upravo iz tog razloga je turizam stekao status kakav danas ima. Funkcije turizma se dijele na društvene i na ekonomske funkcije (Hrvatska enciklopedija, 2021). Društvene funkcije turizma uključuju napredovanje čovjeka u smislu doživljavanja novih lokacija, kultura, učenja o novim mjestima, stvaranju novih spoznaja i učenju novih aktivnosti. Svi ti doživljaji oblikuju čovjeka kao osobu i iz svakog mjesta se vraća sa novim naučenim vještinama ili spoznajama.

Ekonomske funkcije turizma uključuju sve aktivnosti koje se usmjeravaju na postizanje određenih gospodarskih efekata. Ti efekti mogu uključivati izravno investiranje, izvoz roba i usluga, turističku potrošnju, smanjenje nezaposlenosti, stvaranje novih radnih mjesta, razvoj nerazvijenih područja i slično.

Kao i svako tržište, tako je i turističko tržište vođeno utjecajem ponude i potražnje, kako se svako područje razlikuje po resursima i mogućnostima koje pruža koje se baziraju na sezonska obilježja, njihovu ponudu, elementima potražnje, itd.

3.3. Turistička potražnja

Turistička potražnja je sva ona roba i sve usluge koje turisti hoće kupiti ili koristiti u vremenu boravka u turističkoj destinaciji u kojoj borave, to je također ukupnost osoba koje učestvuju u turističkim strujanjima ili teže uključenju u turistička gibanja kako bi uživale turističke usluge u mjestu van njihovog prebivališta ili mjesta obavljanja rada. Neki čimbenici koji oblikuju turističku potražnju su životni standard, raspoloživa sredstva, bila to novčana sredstva koja su turisti spremni ili u mogućnosti potrošiti ili slobodno vrijeme koje oni imaju na raspolaganju.

Klima nekog područja također uvelike određuje potražnju turističkog područja, svakako neće jednaku potražnju imati destinacija koja ima nepovoljnu klimu koja je poznata po niskim temperaturama sa čestim promjenama vremena, tučom, tornadom i drugim, ili s druge strane destinacija koju karakteriziraju ugodna temperatura zraka, vlažnost zraka, mala povijest vremenskih neprilika kao što su uragani, grmljavinska nevremena itd.

Ponuda stambenih prostora je svakako čimbenik koji također uvelike utječe na broj turista koji žele posjetiti lokaciju iz razloga što su smještajni kapaciteti često unaprijed rezervirani i popunjeni te mnogi turisti već unaprijed rezerviraju smještaj, no nisu svi u mogućnosti daleko unaprijed planirati godišnje odmore kako bi mogli pronaći dostupne smještaje. Utjecaj ponude je jedan od najvećih faktora koji oblikuju potražnju.

Kada se osoba odluči za putovanje svakako će odabrati turističku destinaciju koja odgovara njegovim preferencijama i očekivanjima koje on ima od svog odmora i koja on hoće da ta destinacija zadovoljava. Upravo je iz tog razloga bitno da odredište ima široko razvijenu ponudu kojom ona privlači turiste iz raznih dijelova regije ili čak svijeta. Širina ponude koju ona nudi gostima je upravo ona zbog koje je oni posjećuju, obuhvat usluga koje se nude i koje turisti mogu uživati, visina cijena koje se kreću u tom predjelu moraju biti ekvivalentne pruženim uslugama i moraju odgovarati ljudima koji dolaze. Svakako se sva odredišta moraju na neki način promovirati kako bi uopće bila vidljiva ljudima koji traže svoju sljedeću turističku destinaciju.

3.4. Turistička ponuda

Turistička ponuda čini dio turističkog tržišta te je uvelike odgovorna za količinu posjetitelja određenog područja točnije za potražnjom te destinacije. Ista ta ponuda čini mjesto na kojima turisti pronalaze željene proizvode, usluge te zadovoljavaju svoju turističku potrebu zbog koje su se odlučili posjetiti lokaciju. Ona obuhvaća sve turističke usluge i proizvode koji se nude, sve sudionike koji pružaju te usluge u toj zemlji i koji doprinose širenju ponude turistima.

U turističku ponudu spadaju objekti namijenjeni za smještaj turista, objekti namijenjeni za prehranu, svi oblici zabavnih i rekreativnih objekata. Bitne pretpostavke turističke ponude uključuju atraktivnost područja, prometna dostupnost, izgrađene kapacitete te dobru promociju. Atraktivnost prostora može se svrstati na atraktivnost prirodnih resursa ili atraktivnost društvenih obilježja. Atraktivnost prirodnih resursa uključuje klimatska obilježja, prirodne osebnosti i znamenitosti, bogatstvo flore i faune koja boravi na tom području. Društvena obilježja su ponuda zabavnog i rekreativnog sadržaja te kulturno-umjetnički sadržaj područja.

Primjera radi, slika 2. prikazuje što to turisti vide kao turističku ponudu Republike Hrvatske.

Slika 1. Razlozi dolaska na odmor u Hrvatsku



Izvor: <https://www.adriagate.com/blog-iznajmljivaci/novosti/koji-trendovi-u-turizmu-nas-ocekiju-u-2019-godini/> pristupljeno 16.07.2021.

4. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA TURIZAM

4.1. Višestruki utjecaji globalizacije

Globalizacija je uvelike pridonijela širenju turizma i njegovom razvoju tokom godina. Poznato je da se globalizacijom „brišu“ granice među državama, točnije pojednostavljeno je kretanje ljudi te time automatski razne turističke destinacije postaju dostupne i pristupačne svim ljudima koji su u mogućnosti putovati.

Utjecaj globalizacije na turizam može se promatrati sa pet elemenata gledajući na: tehnologiju, kulturu, politiku, gospodarstvo i ekologiju.

S tehnološkog stajališta su se dogodile velike promjene glede protoka i dostupnosti informacija koje su pridonijele dramatičnim promjenama u cijeloj ekonomiji te isto tako i razvoju turizma. Informacije postaju javno dostupne putem interneta koji igra veliku ulogu u turizmu. Svaka destinacija kojoj je u interesu probiti se na neke veće razine tražiti će načine kako se promovirati s ciljem vidljivosti sve većeg broja ljudi te privući interes turista i postati njihova nova turistička destinacija. Sva ta javna dostupnost informacija omogućava turistima da pronađu sve što ih interesira o nekom mjestu koje je potencijalno za njihov boravak, od cijena smještaja, mogućnosti rezervacija preko interneta, zanimljivosti, političke sigurnosti, kulturnih dostignuća i zanimljivosti, arhitekture, bogatstva flore i faune itd.

Značajke kulture odnose se na postupanje turista kada se nalaze van svojih uobičajenih prebivališta. U suvremenom turizmu se podrazumijeva da će turist prije posjeta nekoj zemlji proučiti pravila i norme ponašanja kojih se mora držati kako bi izbjegao neki sukob ili jednostavno neugodne situacije na svom putovanju.

Gospodarski gledano, sve više turističkih poduzeća se odlučuje za međusobnu suradnju. Takve suradnje dovode do izbacivanja manjih i slabijih subjekata iz konkurencije te ostavljanje prostora za još veće širenje već postojećih velikih subjekata. Kao što je već spomenuto, turistička tržišta su procesom globalizacije postala otvorena za sve zainteresirane, bilo to samo do otvorenosti i dostupnosti turistima ili dostupnosti za stranim investitorima. Fascinantna je činjenica da su prije procesa globalizacije konkurencija destinacijama bile destinacije koje pružaju jednake ili slične mogućnosti te se nalaze na relativno malim udaljenostima, no danas je, nakon globalnih promjena konkurencija vrlo složenija. Na primjer, konkurencija na

jadranskoj obali se nekada sastojala od lokacija koje se nalaze na obali jer nije bilo uobičajeno da će domaći turisti ići na ljetovanje izvan granica države. Danas je sve zastupljeniji odlazak na odmor van granica države.

S ekološkog aspekta, tu je na žalost globalizacija pokazala svoje negativne strane. Te negativne strane su se projicirale na prirodne resurse te na okoliš u obliku krčenja šuma, zagađenja pitke vode, efekata staklenika, širenju ozonskih rupa itd.

Također je zanimljiva činjenica da se sve više povećava broj turista starijih od 65 godina, odnosno turista treće dobi (Ministarstvo turizma i sporta, 2016). Veliki broj starijih turista putuje iz razloga kao i svi drugi turisti, doživljavanja destinacije, isprobavanja tradicionalnih specijaliteta i posebnosti gastronomije, no važno je napomenuti kako mnogi putuju i iz zdravstvenih razloga kao što su posjećivanje toplica, izvora ljekovite vode, ljekovitog blata itd.

Globalizacija je izvor stalnih promjena koje utječu na sve gospodarske djelatnosti pa tako i na turizam. U tom smislu, neki od najbitnijih faktora koji danas utječu na razvoj turizma su ograničenja rasta tržišta, kvaliteta, obnova destinacije i diferencijacija, odgovorni ili socijalni marketing, promjena političkih struktura, promjena distribucije u turizmu. (Nedeljković, Jovanović i Đokić, 2013)

Utjecaj globalizacije na turizam je višestruk te se može promatrati s ekonomskom, tehnološkom, kulturološkom, ekološkom i političkom aspekta kako je to prikazano u tablici 1 (Nedeljković, Jovanović i Đokić, 2013). S ekonomskog stajališta utjecaj globalizacije ogleda se kroz horizontalne i vertikalne strategije integracije turističkih poduzeća, različite strategije ulaganja u hotele i turističke atrakcije, sve veći broj globalnih igrača koji često stvaraju strateške alijanse ne bi li ostali konkurentni u tržišnoj utakmici. Menadžment turističkih poduzeća mora biti globalnog karaktera te je sve veća globalna konkurencija turističkih područja.

S tehnološkog gledišta se stvara takozvani globalni sustav rezerviranja koji se u zadnjih desetak godina znatno promijenio. Sve su češće rezervacije smještaja, restorana, wellnessa i sličnih ponuda preko mobitela odnosno putem interneta. Lakoćom uporabe te dostupnošću informacija ovakav je način rezerviranja sve prisutniji te pruža najtočnije te najvažnije podatke koji se svakodnevno ažuriraju. Tu su svakako sveprisutne standardizirane tehnologije kod transportnih

sustava, koje su promijenile način transporta kako bi on funkcionirao brže, jeftinije i učinkovitije.

Gledajući sa kulturološke strane sve je češći pojam svjetski turist koji zapravo govori o tome kako ljudi nisu ograničeni na putovanja koja su u blizini njihova boravišta već imaju mogućnost putovanja diljem svijeta. Isto tako se češćim putovanjima i putovanjima na različite lokacije povećava ujednačavanje ponašanje putnika.

Veliki značaj zauzima pitanje ekologije. Povećanjem turizma se povećava i broj letova te vožnji raznim prijevoznim sredstvima, povećava se koncentracija ljudi na jednom području te se samim time i povećava zagađenje i onečišćenje okoliša. Promjenom klime na određenim područjima dovelo je do promjene uvjeta i načina života na tim mjestima.

S političkog stajališta je važno napomenuti sve veći značaj međunarodnih turističkih organizacija, nužnost globalne koordinacije i regulacije prometa putnika zbog sve većeg broja turista te održivi razvoj kao kvaliteta i ideja vodilja. Održivi razvoj je u ovom segmentu iznimno važan zbog ideje da se trenutna ponuda i mogućnosti koje se pružaju danas, održavaju i za nadolazeće buduće generacije.

Tablica 1. Značaj globalizacije u turizmu

| |
|---|
| <p>EKONOMIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horizontalne i vertikalne strategije integracije turističkih poduzeća • Strategija ulaganja u hotele i turističke atrakcije • Globalni igrači i strateške alijanse • Globalni turistički menadžeri • Globalna konkurencija turističkih područja |
| <p>TEHNOLOGIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalni sustav rezerviranja • Standardizirane tehnologije kod transportnih sustava |
| <p>KULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalni „svjetski turist“ • Ujednačavanje ponašanja putnika |
| <p>EKOLOGIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turizam kao globalni sindrom ekološkog problema • Posljedice promjene klime na ciljna područja |
| <p>POLITIKA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rastuće značenje međunarodnih turističkih organizacija • Nužnost globalne koordinacije i regulacije prometa putnika • Održivi razvoj kao kvaliteta i ideja vodilja |

Izvor: Nedeljković, Jovanović i Đokić (2013)

Konkurencija i tržište uvjet su uspješnosti i efikasnosti poslovanja, što nacionalnog što međunarodnog. Velik dio ekonomije međunarodnog gledišta jest upravo međunarodni turizam. Time povezani, rast međunarodne ekonomije ne može se dogoditi bez rasta turizma. Veliki utjecaj na rast turizma ima stupanj razvijenosti infrastrukture područja. Kako bi se područje moglo razvijati i postati poželjna turistička destinacija turista te biti prepoznata diljem svijeta, privredna poduzeća moraju ulagati u istraživanje i razvoj tržišta. Samo pravodobnim i temeljitim istraživanjem i konstantnim proširivanjem svoje ponude zemlja može osigurati opstanak te na poslijetku svoj rast i razvoj.

4.2. Očekivani turistički trendovi

Svako doba obilježeno je nekim svojim trendovima, trendovima u oblačenju, glazbi, festivalima, gastronomiji, kulturi, dizajnu, umjetnosti, stvaralaštvu pa tako i u turizmu. Postoje različita stajališta i mišljenja raznih autora o pitanju u kojem će smjeru ići turizam te što će u budućnosti privlačiti turiste u turističke destinacije. Isto tako se navode razni čimbenici koji će određivati privlačnost i smjer razvoja turističkih destinacija i turizma, neki od njih su (Veselčić, 2017):

- Ograničenja rasta tržišta;
- Kvalitetu, obnova destinacije i diferencijacija;
- Odgovorni ili socijalni marketing;
- Promjena političkih struktura;
- Promjena distribucije u turizmu.

Pojavom i utjecajem globalizacije kroz vrijeme su se razvile posebne vrste turizma koje se sve više pojavljuju i u našim krajevima. U nastavku će se navesti i opisati najznačajniji trendovi koji se predviđaju u budućnosti.¹

Ekološki turizam je u počecima bio zapravo turizam sa socijalno odgovornim komponentama putovanja, danas on ima mnogo veću ulogu i značenje za turizam. Veliki je nedostatak globalizacije zagađenje okoliša, stoga se sve veći broj turista okreće ekološki prihvatljivim oblicima putovanja te im je zaštita okoliša postala smjernica za pronalazak i oblikovanje putovanja. Danas eko-turizam predstavlja takozvano putovanje s prirodnim komponentama. On posjetiteljima nudi upoznavanje prirodnih područja, podupiranje i financiranje zaštićenih područja, posjet netaknutim dijelovima prirode, sve uz njeno očuvanje i zaštitu. Ovakav oblik turizma, iako vrlo nov, se provodi u svakojakim oblicima, od biranja transportnih sredstava koji nemaju velike emisije štetnih plinova, do najma električnih automobila, isto tako se sve veći

¹ Izvor podataka: <https://hrturizam.hr/trendovi-u-turizmu-u-2020-godini-i-u-novom-desetljeću/> (pristupljeno 16.9.2021.)

broj turista odlučuje na putovanja s elementima volontiranja poput čišćenja onečišćenih područja.

Upoznavanje novog neotkrivenog. Moderni turisti ne žele boraviti u hotelima ili resortima izolirani od tradicije i običaja koji prevladavaju na području koje su posjetili, oni žele živjeti životom koji živi lokalno stanovništvo, iskusiti lokalnu tradicionalnu kuhinju, naučiti običaje i tradiciju tog područja. Iz tog razloga sve veći broj turista posjećuje manja područja umjesto velikih prenapučenih gradova, posjećuju ta područja posebice tokom razdoblja praznika ili nekih lokalnih festivala tokom kojih mogu doživjeti tradiciju područja. Ovakav oblik turizma omogućuje malim sredinama razvoj svoje turističke ponude i poboljšanje ekonomije uz istovremeno očuvanje svoje tradicije i kulture. Neki od oblika ovakvog turizma su branje maslina u Istri ili mandarina u dolini Neretve, karnevali malih područja, Picokijada koja se održava u Đurđevcu u trajanju od 3 dana koja sadržava scenski prikaz obrane malog gradića od osmanskih osvajanja uz pregršt programa poput izložbi umjetnina, najljepšeg pijetla Podravine, natjecanja u pripremi tradicionalnih jela, povorke sa narodnim nošnjama i mnogo drugih tradicionalnih sadržaja. Pojavom ovog oblika turizma veliki se gradovi uklanjaju iz fokusa te se malim, slabije razvijenim područjima pruža prilika za razvoj. Turistima je ovakav oblik turizma zanimljiv zbog nižih cijena, neistraženih područja, manje gužve te su mala mjesta zanimljivija jer nisu uobičajene turističke lokacije.

Lokalna kuhinja, organski uzgojena hrana i veganstvo. Mijenjanjem prehrambenih navika stanovništva i sve većim fokusom na zdrav život i raznoliku prehranu, mijenja se i kulinarska ponuda. Sve veća potražnja za kvalitetnom prehranom a istovremeno ukusnom i inovativnom kuhinjom pokreće stvaranje novih trendova u turizmu. Ljudima postaje prioritet zdrava hrana isto koliko i uživanje u raznim okusima. Ugostitelji su primorani prilagođavati se potrebama turista iz razloga da sve veći broj turista i općenito stanovnika želi konzumirati isključivo organski proizvedenu hranu. Uz organski proizvedenu hranu koja uključuje povrće i voće uzgajano bez uporabe pesticida, GMO i koja je uzgojena po ekološkim standardima, sve više ljudi se okreće veganstvu. Povećanjem potražnje za veganskim opcijama, restorani svuda po svijetu proširuju svoju vegansku ponudu na jelovnicima te se uvode posebne radionice za vegane koji omogućuju turistima da nauče nove metode pripreme hrane.

Bleisure i migracije milenijalsa. Već desetljećima je popularan koncept u kojem se kombiniraju poslovne obveze i putovanja. Radnici u Internet industriji, odnosno svi radnici koji rade na poslovima koji se mogu obavljati preko interneta i nemaju klasično radno mjesto sve se češće

nazivaju „digitalnim nomadima“. Sve više radnih mjesta ukida uobičajeno radno vrijeme od 7:00-15:00 ili od 8:00-16:00 i slično. Ekonomisti diljem svijeta i investicijska banka Morgan Stanley predviđaju kako će više od polovice radne snage Amerike provoditi trend fleksibilnog radnog vremena do 2027. godine.

Solo turisti. Iako je godišnji odmor za mnoge ljude vrijeme koje provode sa obitelji i sebi bliskim osobama, sve je popularniji odlazak na godišnji odmor bez ikoga. Klasični odlasci na obiteljska putovanja ili putovanja sa partnerima su i dalje veoma uobičajena, no mnogi ljudi se odlučuju na samačka putovanja u kojima se mogu posvetiti sebi i odmoru.

DNA putovanja. Mnogi ljudi žele posjetiti mjesto i upoznati se sa tradicijom i kulturom područja iz kojega potječu njegovi predci. Ovaj trend je populariziran pojavom i razvojem DNA tehnologije. Ovaj oblik turizma koji se još naziva i turizam predaka je trenutno u porastu s obzirom na sve veći razvoj tehnologije te sa sve većim brojem tvrtki koje nude nove mogućnosti putovanja orijentirane na ovakav oblik. Sve je dostupnije i povoljnije dobiti uvid u svoj DNA zapis te pregled i saznanje u to odakle predci zapravo potječu. Ponuda se sastoji od DNA zapisa uz koji dolazi karta postotaka koja otkriva podrijetlo te područje ili državu.

Putovanja izvan sezone. Iako najveći broj turista posjećuje turističke destinacije u doba kada je sezona, sve veći broj turista se odlučuje na posjet tim lokacijama van sezone. Osim što ovakav način omogućuje značajnu uštedu i izbjegavanje gužvi koje su u toku sezone uobičajene, posjet turističkim destinacijama van sezone omogućava turistima da upoznaju mjesto onakvim kakvo ono zapravo jest, bez mnogo turista i gužvi, sa lokalnim stanovništvom koje van sezone bude mnogo opuštenije i smirenije.

U današnje vrijeme, posebno zbog utjecaja pandemije COVID-19, nije moguće sa sigurnošću predvidjeti smjer kretanja turističkih trendova iz razloga što je rast i razvoj turizma strogo zaustavljen.

4.3. Pandemija COVID-19 i turizam

Pandemija COVID-19 virusa svakako je događaj koji je uvelike utjecao na svjetski turizam. Ovim virusom, koje se još naziva korona virus, do danas se zarazilo više od 219 milijuna ljudi, uzevši u obzir prostor na koji se ovaj virus proširio, smatra se najvećom pandemijom u svjetskoj povijesti. Ovaj virus se proširio na skoro sve dijelove svijeta i promijenio živote ljudi diljem svijeta. Od koronavirusa najviše su stradali glavni i najveći gradovi, osobito New York u SAD-u, Madrid u Španjolskoj, London u Ujedinjenoj Kraljevini, Pariz u Francuskoj, Teheran u Iranu i Istanbul u Turskoj. Osim Kine, dakle COVID-19 pandemijom su pogođene mnoge države i njihove regije. Tako recimo, talijanska regija Lombardija i njezin glavni grad Milano pretrpjeli su težak pandemijski udarac, a kasnije se COVID-19 proširio na sve dijelove svijeta. Jedini donekle pošteđeni prostori od pandemije odnose se na udaljena i izolirana područja, uglavnom u ruralnim prostorima i slabije razvijenim zemljama (Klarić, 2020).² Mogli bi reći da su sve zemlje koje su po snažnim utjecajem globalizacije kroz ekonomske aktivnosti i kretanje stanovništva upravo kroz pandemiju COVID-19 dokazale moć globalizacijskih pritisaka.

Glavni uzročnik širenja virusa su zapravo velika mobilnost stanovništva te velika turistička kretanja. Aktualna pandemija ima za posljedicu zatvaranje granica te onemogućavanje slobodnog kretanja na koje su ljudi bili navikli. Zatvaranje granica nije pružalo mogućnost provedbe turističkih djelatnosti te su zaposleni u turističkom sektoru bili primorani zatvarati svoje objekte stalno ili barem privremeno. Postrožavanjem mjera zaštite protiv virusa dovelo je do velikog povećanja broja nezaposlenih u uslužnom sektoru, mnogi restorani, ugostiteljski objekti, prenoćišta i drugi objekti bili su primorani otpuštati svoju radnu snagu ili u najgorem slučaju zatvarati svoje objekte. Pod utjecajem pandemije rast i razvoj turizma je zaustavljen bez velikih mogućnosti za turističke djelatnike.

Ipak, s vremenom i napretcima u medicini, pronalaskom cjepiva zahvaljujući zajedničkim naporima globalne zdravstvene zajednice, ekonomski i socijalni život se normalizira uz poštivanje epidemiloških mjera koje su postale – u većoj mjeri - nova stvarnost u svijetu. Jedna od potvrda da sa svijet polako rekuperira i da se prilagođava novom normalnom je upravo i ljetna sezona 2021. Tako na primjer, podaci Državnog zavoda za statistiku pokazuju kako je u

² http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Klari%C4%87-Z_2020.pdf (pristupljeno 16.9.2021.)

lipnju 2021. godine ostvareno 1,4 milijuna dolazaka u komercijalnim smještajnim objektima te 6,5 milijuna noćenja turista u Republiku Hrvatsku. Ovaj podatak nam prikazuje porast dolazaka turista za 71,8% i porast noćenja za 81,6% u odnosu na lipanj 2020. godine kada je pandemija korona virusa brojila veliki broj zaraženih te su bile na snazi stroge mjere sprječavanja njenog širenja.³ Drugim riječima, hrvatski turizam se ipak vraća na normalnu, što je ohrabrujući znak u ekonomskom i inom pogledu.

³ Izvor podataka: Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja.html (pristupljeno 16.9.2021.)

5. RAZVOJ POZNATIH TURISTIČKIH DESTINACIJA: IZABRANI PRIMJERI

Pojavom globalizacijskog procesa te obraćanjem pozornosti na trendove i istraživanje i razvoj tržišta, neke zemlje su znale iskoristiti sve prednosti te pretvoriti svoja područja u jedne od najtraženijih destinacija današnjeg doba. U nastavku će se opisati dvije destinacije koje će služiti kao primjer kako se mogu kvalitetno iskoristiti sve prednosti i maksimalno umanjiti nedostaci nekog prostora te razviti se u traženu turističku destinaciju.

5.1. Dubai

Nadaleko poznati Dubai, smješten je na Arapskom poluotoku, južno od Perzijskog zaljeva. Zajedno sa još 6 emirata čini UAE ili Ujedinjene Arapske Emirate. To su Abu Dhabi, Ajman, Fujairah, Ras al-Khaimah, Sharjah i Um mal-Quwian.

Dubai je istovremeno i grad i emirat koji je u današnje vrijeme jedna od najpoznatijih turističkih destinacija. No, to nije bilo uvijek tako, čak štoviše, ovaj grad je početkom 1990-ih bio tek pustinja. U prošlosti je glavna djelatnost u Dubai-u bio ribolov i lov na školjkaše. Pronalaskom nafte se cijela priča za Dubai mijenja. Pronalaskom nafte ova država napreduje sve na vrh svjetskih proizvođača nafte. Nakon osnutka Ujedinjenih Arapskih emirata 1971. godine otvaraju se brojne mogućnosti za razvoj čitavog emirata. No, znajući kako izvori nafte nisu vječni, vodstvo Dubai-a započelo je planiranje razvoja u smjeru svjetskog turističkog središta. Velike svote novca dobivene od prodaje nafte ulagale su se u izgradnju grada. Pristizala je radna snaga iz Indije i Pakistana te iz mnogih drugih zemalja. Značajnim povećanjem cijena nafte nakon rata, Dubai se i dalje zalaže za razvoj u smjeru trgovine i turizma.

Prodajom nafte i značajnim ulaganjem u izgradnju infrastrukture i razvoj grada Dubai je sagradio moderan grad u vrlo kratkom roku. Prikaz razvoja grada od 1990. do 2003. je moguće vidjeti na slici broj 4.

Slika 2. Dubai 1990. i 2003.



Izvor: <https://sites.google.com/site/dubai7c/home/povijest-dubaija> (pristupljeno 16.07.2021.)

Dubai je grad sa prostranim pješčanim plažama, izrazito plavim morem, bogatim noćnim životom, prilikama za avanturistički pustinjski safari, izvrsnim restoranima, luksuznim hotelima i mnoštvom primamljivih ponuda koje će zadovoljiti svačiji ukus. Interes da Dubai postane top turistička destinacija moguće je vidjeti na svim koracima. U gradu koji trpi temperature od 40 stupnjeva istovremeno nudi kupanje na tropskoj plaži i s druge strane skijanje u zatvorenoj hali punoj snijega. Kombinacijom ponude dvije potpuno različite aktivnosti Dubai pruža posjetiteljima širu paletu aktivnosti te pokriva veću ciljanu skupinu.

Dubai drži ugled ekskluzivnog i luksuznog odredišta te samim time pruža posjetiteljima odsjedanje u luksuznim hotelima kao što je Burj Al Arab, jedini hotel na svijetu sa sedam zvjezdica. Ovaj luksuzni hotel sagrađen za samo 18 mjeseci, oblika jedrilice, visok 320 metara jedini je takav na svijetu. Ulazak i razgledavanje hotela koštaju 60 eura. A noćenje košta od 7500 do svega 15000 dolara. Jasno je da Dubai drži takve cijene zato jer može, dugogodišnjim ulaganjima i težnji ka savršenstvu stvorili su takav prestiž koji se ne viđa često. Proces globalizacije je svakako zaslužan za to. Otvaranjem granica i prodajom nafte u svjetskim razmjerima, stvorena je mogućnost razvoja grada u smjeru u kojem je on išao, daljnjim razvojem, promocijom i kretanjem u smjeru luksuza održava je ime te reputacija ovog svakako posebnog turističkog mjesta.

Slika 3. Hotel Buraj Al Arab



Izvor: <https://smart-travel.hr/burj-al-arab-najluksuzniji-hotel-na-svijetu/> (pristupljeno 16.07.2021.)

5.2. Macao

Macao je smješten oko 60 kilometara jugozapadno od Hong Konga te se sastoji od poluotoka i dva otoka. Makao je u prošlosti bio otok, no djelovanjem prirodnih pojava te na posljetku ljudskim djelovanjem dogodilo se spajanje kopna te se taj otok pretvorio u poluotok. U Makau ne postoje obradive površine, pašnjaci ni šume zbog guste prometne mreže, upravo zbog toga su stanovnici tog područja u prošlosti bili prisiljeni na korištenje resursa koji im je bio jedini dostupan, more. Stanovništvo je bilo usredotočeno na ribarstvo te lovom mekušaca i školjkaša. Utjecajem globalizacije Macau je danas poznatiji kao „Monte Carlo orijenta“ i „Las Vegas istoka“, to proizlazi iz činjenice da je prvenstvena turistička aktivnost postojanje velikog broja kockarnica. Macao je jedini grad u Kini gdje su kockarnice legalne te čine najveći izvor prihoda grada te drže najveći prihod od kockarnica u svijetu.

Makao se može pohvaliti velikim brojem povijesnih i kulturnih znamenitosti, kao što su crkve, hramovi, vrtovi, muzeji, i mnogo drugih. Macao pruža mnogo aktivnosti turistima nevezanih uz kockarnice.

Slika 4. Casino u Macau



Izvor:

https://shootplanet.photoshelter.com/search?I_DSC=macao&I_DSC_AND=t&_ACT=search

(pristupljeno 16.07.2021.)

U gradu je moguće posjetiti muzeje, kulturne centre, knjižnice i poznatu Kuću plešuće vode. Kuća plesne vode još se naziva „najskupljom predstavom u Macau“, tu predstavu čine vodene atrakcije raznih vodoskoka. Na izgradnju navedene vodene atrakcije uloženo je 250 milijuna dolara s ciljem privlačenja velikog broja turista i diverzificiranja od ostalih atrakcija. U gradu također postoji Bungy Jump s mosta koji nosi titulu najvišeg komercijalnog bungy skoka na svijetu. Ulaganjem u sve navedene atrakcije Macao je stvorio dobar balans između kulture i umjetnosti u obliku muzeja, knjižica i građevina, te modernih atrakcija za turiste željnih alternativnih načina zabave u obliku kockarnica, vodoskoka i bungy jumpinga.

Macao pokazuje kako je destinacija koja je u korak sa procesom globalizacije te privlači turiste svojim prirodnim ljepotama i istovremeno ulaže u moderne atrakcije za turiste diljem svijeta.

6. ZAKLJUČAK

Proces globalizacije donio je svijetu mnogo pozitivnih stvari poput bržeg ekonomskog rasta, pune zaposlenosti, novih proizvoda i usluga te je unaprijedio živote mnoštvu stanovništva, kao i svaka pojava ona ima i svoje negativne strane kao što su smanjenje nacionalnog suvereniteta pojedinih zemalja, socijalne skrbi, ekološki nepovoljne pojave i druge. Turizam je pojava koja se događa kada ljudi napuštaju mjesto svog boravka na razdoblje dulje od 1 dana i kraće od 1 godine. Turizam je svakako profitirao od pojave globalizacije u smislu otvaranja granica i time su turističke destinacije dostupne posjetiteljima iz svih dijelova svijeta, isto tako razvoj tehnologije i protoka informacija pospješuje širenje informacija te pomaganju širenja informiranosti o raznim destinacijama. Svaka turistička destinacija bi trebala težiti biti u korak sa modernim pojavama i ugledati se u najuspješnije destinacije svijeta jer su one praćenjem trendova i unaprjeđivanju svojih ponuda postigle takav status u svijetu.

Možemo zaključiti kako je globalizacija sveprisutna pojava u različitim područjima djelovanja poput kulturnog, političkog i društvenog područja. Kako proces globalizacije ne pogađa jednakim intenzitetom sve zemlje tako se razlike među zemljama još više povećavaju iz razloga što ona svjetskim velesilama omogućuje još veći rast i razvoj, a siromašnim područjima povećava konkurenciju i stvara standarde koje oni ne mogu pratiti te time oni sve slabije rastu te na posljetku stagniraju.

LITERATURA

1. Beker E. (2005.). Ekonomski aspekti globalizacije, Privredna izgradnja XLVIII, Novi Sad.
2. Braica, S (2004). Pokušaj definicija pojma globalizacije, *Ethnologica Dalmatica* Vol. 13. Split. 2004.
3. Feige, M. (2000). Turizam na početku novog tisućljeća, *Turizam*, vol. 48, no. 2.
4. Galović, T. (2017). Putevima krupnog kapitala i globalizacije. *prvo. [online]*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet.
5. Hitrec, T. (1998). Politički aspekti turizma kao čimbenika mira i sigurnosti s posebnim osvrtom na Hrvatsku, *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja*, Vol. 7 No. 6 (38).
6. Kaluđerović, Ž. (2009). Poimanje globalizacije, *Filozofska istraživanja*, 29 (1), str. 15-29.
7. Lončar, J. (2005). Globalizacija kao nositelj suvremenih promjena u svijetu', *Geoadria*, 10(1), str. 91-104.
8. Milardović, A. (1999). Globalizacija, Osijek-Zagreb-Split, Pan liber.
9. Nedeljković, O., Jovanović, R. , Đokić, M. (2013). Trendovi razvoja i utjecaj globalizacije na turizam, *EMC Review - Časopis za ekonomiju – APEIRON*.
10. Pirjevac, B. (1998),.Ekonomska obilježja turizma, Zagreb, Golden Marketing.
11. Stiglitz E. J. (2006.). *Making Globalization Work*, W.W. Nonton & Company, New York.
12. Veselčić, A. (2017). Globalizacija u turizmu, završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
13. Veselica, V. (2003). Globalizacija i nova ekonomija, Zagreb, Ekonomski fakultet.

Web izvori:

1. Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja.html (pristupljeno 8.9.2021.)
2. Hrvatska enciklopedija, *mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 8.9. 2021.)
3. UNWTO International tourism highlights, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> (pristupljeno 16.07.2021.)
4. <http://svarog.nubl.org/wp-content/uploads/2014/12/Prof.-dr-Slobodan-S.-%C5%BDupljanin-prof.-dr-Mladenka-Balaban-GLOBALIZACIJA-I-TRANSNACIONALNE-PRAKSE.pdf> (pristupljeno 16.07.2021.)
5. <https://mint.gov.hr/vijesti/eurostat-u-povodu-svjetskog-dana-turizma-stariji-65-ostvaruju-20-posto-svih-nocenja-eu-turista/11070?impaired=1> (pristupljeno 16.07.2021.)
6. https://www.researchgate.net/publication/301416918_POZITIVNI_EFEKTI_PROCESA_GLOBALIZACIJE_NA_TURIZAM (pristupljeno 16.07.2021.)
7. <https://hrturizam.hr/trendovi-u-turizmu-u-2020-godini-i-u-novom-desetljeću/> (pristupljeno 19.09.2021.)