

Marko Polo 2015.  
Okrugli stol „Terorizam i turističko novinarstvo”

**TURIZAM I SIGURNOST:  
Stavovi turista o razini osobne sigurnosti u Hrvatskoj**  
Sanda Čorak i Zrinka Marušić

Novinarski dom, Zagreb, 11. prosinca, 2015.

## TURIZAM I SIGURNOST – TEORIJA

- **Sigurnost** – osnovna ljudska potreba prema hijerarhiji A. Maslowa (1943)
- **Sigurnost**, sloboda, stabilnost, zaštita, isključivanje straha od svih nesigurnih situacija
- **Sigurnosni problemi u turizmu** i mjere sigurnosti (D. Matika i A. Gugić, udžbenik Turizam i sigurnost, 2007)
- Preporučene **mjere za sigurnost u turizmu** (identifikacija potencijalnih rizika, usvajanje sigurnosnih standarda i prakse, osiguranje prikladne zakonske zaštite i osiguranje odgovarajućih informacija)

# ZNANSTVENA KONFERENCIJA (1997.) I POSEBNI BROJ ČASOPISA (1999.)

*International Conference*  
**WAR  
TERRORISM  
TOURISM**  
*Times of Crisis and Recovery*

DUBROVNIK  
CROATIA  
September 25-27, 1997

*Abstracts*



*Međunarodni skup*  
**RAT  
TERORIZAM  
TURIZAM**  
*Vrijeme krize - vrijeme oporavka*  
DUBROVNIK  
25-27. rujna 1997.

*Sazeci*

# TURIZAM

SPECIAL ISSUE  
**"TOURISM AND VIOLENCE:  
CRISIS AND RECOVERY"**

Vol. 47 - No. 1 / 1999 / 1 - 88

UDK 338.481.5 N0494 - 2639



CROATIA

TOURISM: TOWARD A MODEL FOR CRISIS MANAGEMENT  
Guti Santana

RISK MANAGEMENT WITHIN TOURISM AND TRAVEL  
Anders Steene

TOURISM-RELATED CRIME - FORMS, CAUSES AND PREVENTION  
Ante Caric

IMPACT OF DISTANCE AND AVAILABILITY OF INFORMATION ON TRAVEL TO CONFLICT REGIONS  
Zoran Klarić

THE MEDITERRANEAN - A REGION OF CONFLICTS AND ENCOUNTERS  
Vesna Mikačić, Zvezdana Hendija and Zrinka Marušić

WAR AND TOURISM IN CROATIA - CONSEQUENCES AND THE ROAD TO RECOVERY  
Ante Radnić and Neven Ivandić

THE ROLE OF CULTURE DURING THE PERIOD OF RECOVERY AND THE DEVELOPMENT OF TOURISM  
Božena Horvat

TOURISM DROP AND RECOVERY AFTER THE WAR - THE CASE OF SLOVENIA  
Tanja Mihalić

RECONSIDERING TOURISM STRATEGY AS A CONSEQUENCE OF THE DISINTEGRATION OF YUGOSLAVIA -  
THE CASE OF SLOVENIA  
Anton Gosar

MARKETING BELFAST AS A TOURISM DESTINATION  
Gerry Lennon

IZVJEŠTAJI / RESEARCH REPORTS  
TURIZAM U BROJKAMA / TOURISM IN FIGURES  
NOVOSTI / NEWS  
BIBLIOGRAFIJA / BIBLIOGRAPHY

## EU projekt MIRTO (2010-2012): **M**inimizing forest fire **R**isks for **T**ourists **(Smanjivanje opasnosti od šumskih požara na ljetovanju)**

### CILJEVI:

- Podizanje razine svijesti turista **o zaštiti** od šumskih požara (prevenciji) i **pravilnom ponašanju** u slučaju šumskih požara tijekom ljetovanja na područjima visoke opasnosti od požara
- Povećanje učinkovitosti kampanja o prevenciji šumskih požara usmjerenih na turiste
- .....



### AKTIVNOSTI:

- video spotovi emitirani na trajektima
- brošure u kampovima
- e-priručnik za vlasnike kuća za odmor
- praćenje učinkovitosti

# STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA DO 2020.: SUSTAV VRIJEDNOSTI NOVE VIZIJE HRVATSKOG TURIZMA

KAKAV BI HRVATSKI  
TURIZAM TREBAO  
BITI?

prepoznatljiv  
(brendiranje)

cjelogodišnji  
(produženje sezone)

razvijen na cijelom  
prostoru

raznovrstan  
(diferencirana ponuda)

inovativan i prilagodljiv  
preferencijama turista

KOJI SU KLJUČNI  
PREDUVJETI RAZVOJA  
HRVATSKOG TURIZMA?

dugoročna zaštita  
prostora i održivo  
upravljanje  
ekosustavom

konkurentnosti  
atraktivnost za  
investicije

aktiviranje državne  
imovine u svrhu  
turističkog razvoja

povećanje znanja i  
vještina na svim  
razinama

destinacijsko  
upravljanje

ČIME ĆE HRVATSKI  
TURIZAM PRIVLAČITI  
POTRAŽNU?

gostoljubivost

kvaliteta  
(izvrsnost)

autentičnost  
(očuvanje izvornosti)

raznovrsnost sadržaja i  
doživljaja

sigurnost

## STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA DO 2020.: VIZIJA

*Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, **sigurnost** i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.*

## KAKVA JE PERCEPCIJA TURISTA O SIGURNOSTI U HRVATSKOJ? - IZVORI PODATAKA

- Istraživanje **TOMAS Ljeto od 1987. do 2014.**
  - Utjecaj 'osjećaja sigurnosti u zemlji' na izbor destinacije
  - Stupanj zadovoljstva elementom 'osobna sigurnost'
  - Ocjena 'osjećaja sigurnosti u zemlji' u odnosu na konkurenčki krug zemalja na Mediteranu
- Istraživanje **TOMAS Zagreb od 1998. do 2012. godine**
  - Stupanj zadovoljstva elementom 'osobna sigurnost'

# ‘OSOBNA SIGURNOST’ U LJETNOM, ODMORIŠNOM TURIZMU U HRVATSKOJ

- Utjecaj elementa ‘osjećaj sigurnosti u zemlji’ na izbor destinacije provođenja ljetnog odmora

(Izvor: TOMAS Ljeto 2010., Institut za turizam)

- **Drugi prema važnosti** element (poslije ljepote krajolika, od ukupno 14 elemenata)
  - Važnost ‘osjećaja sigurnosti’ raste s porastom dobi turista
  - ‘Osjećaj sigurnosti’ važniji je onima koji putuju s članovima obitelji ili samo s partnerom, a manje važan onima u društvu prijatelja ili onima bez pratnje
  - U 2010. godini znatno je **povećana važnost ‘osjećaja sigurnosti’** u odnosu na 2007. godinu (sa šestog na drugo mjesto)

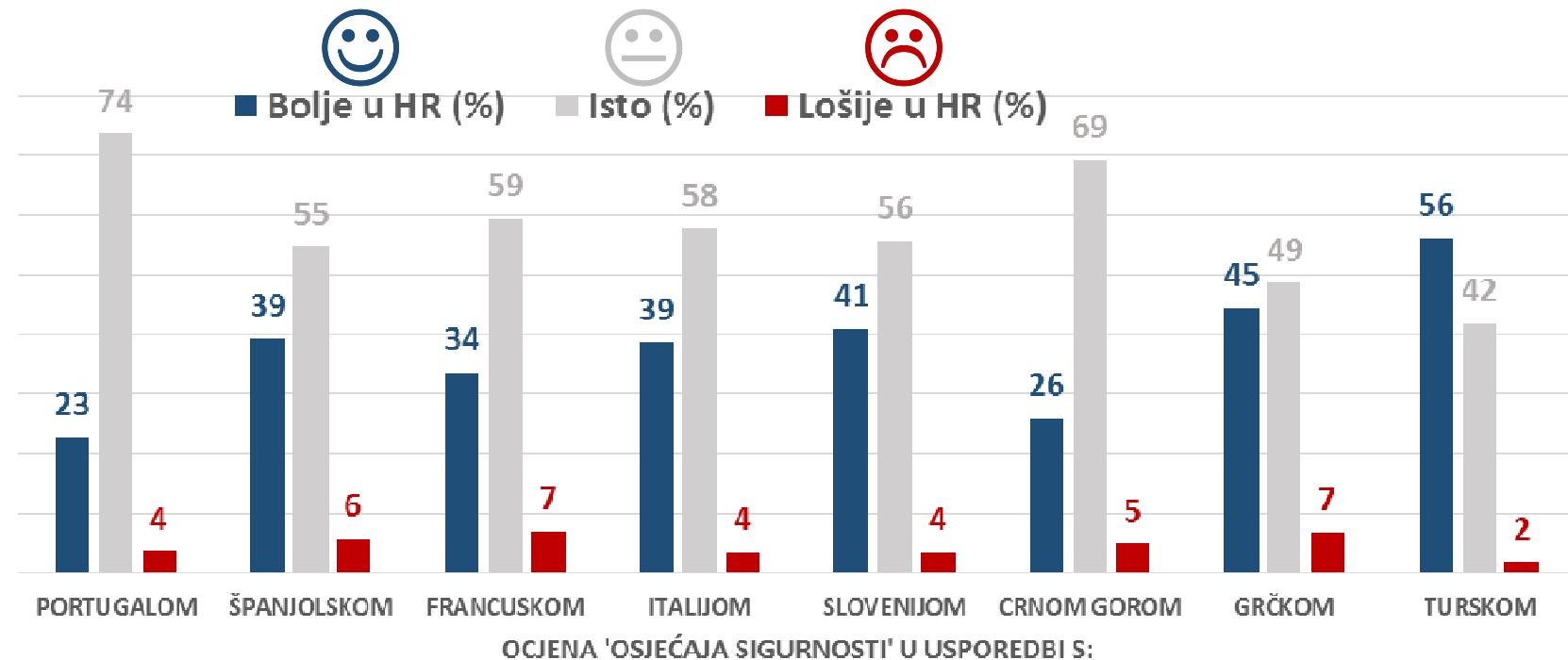
# ‘OSOBNA SIGURNOST’ U LJETNOM, ODMORIŠNOM TURIZMU U HRVATSKOJ

Rang ocjene ‘osobne sigurnost’ na skupu od 28 elemenata		
• Stupanj zadovoljstva turista razinom ‘osobne sigurnosti’ (na skupu od 28 elemenata ponude)	2014.	4.
• <b>Vrlo visok</b> stupanj zadovoljstva ‘osobnom sigurnošću’ u cijelom razdoblju provođenja istraživanja (1987. – 2014.)	2010.	5.
• Na 2. mjestu u 1987. i 1989. godini (poslije ljeptote krajolika)	2007.	3.
• Između 3. i 5. mesta u razdoblju 1994. - 2014.	2004.	3.
• Zadovoljstvo osobnom sigurnošću raste s porastom dobi i učestalosti posjeta Hrvatskoj	2001.	4.
	1997.	5.
	1994.	5.
	1989. *	2.
	1987. *	2.

Izvor: TOMAS Ljeto 1987. - 2014.,  
Institut za turizam

# ‘OSOBNA SIGURNOST’ U LJETNOM, ODMORIŠNOM TURIZMU U HRVATSKOJ

- ‘Osjećaj sigurnosti’ u Hrvatskoj ocijenjen boljim u odnosu na konkurenčki krug zemalja na Mediteranu



Izvor: TOMAS Ljeto 2014., Institut za turizam

## ‘OSOBNA SIGURNOST’ U GRADSKOM TURIZMU GRADA ZAGREBA

- **Vrlo visok** stupanj zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja razinom osobne sigurnosti u gradu Zagrebu u 2012. godini
- Stupanj zadovoljstva razinom osobne sigurnosti neovisan o razdoblju boravka u Zagrebu, vrsti i kategoriji smještaja ili zemlji porijekla gostiju
- U razdoblju 1998. – 2012. stupanj zadovoljstva osobnom sigurnošću ocijenjen kao ‘visok’ (2003. – 2008.) ili ‘vrlo visok’ (1998. i 2012.)

*Izvor: TOMAS Zagreb 1998., 2003., 2005., 2006., 2008. i 2012., Institut za turizam*

## ‘SIGURNOST’ U PUTOVANJIMA EUROPLJANA

- **Sigurnost smještaja** po prvi puta uključena u praćenje preferencija Euroljana u 2013. godini
- **95%** turista na razini EU **zadovoljno** sigurnošću smještajnog objekta u 2014. (66% jako zadovoljno, 29% zadovoljno)
- Nešto lošije sigurnost smještaja ocjenjuju Turci i Grci
- Sigurnosne pritužbe u 2014. godini imalo 7% ispitanika; najviše vezanih uz trovanje hranom i padove



Flash Eurobarometer 414

PREFERENCES OF EUROPEANS TOWARDS  
TOURISM

REPORT

Fieldwork: January 2015  
Publication: March 2015

This survey has been requested by the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs and co-ordinated by Directorate-General for Communication.

This document does not represent the point of view of the European Commission.  
The interpretations and opinions contained in it are solely those of the authors.

Flash Eurobarometer 414 - TNS Political & Social



## ‘SIGURNOST’ U PUTOVANJIMA EUROPLJANA

- Europljani sve više **zabrinuti** mogućnošću (terorističkog) napada tijekom putovanja
- ‘**Rizik od napada**’ osnovni je čimbenik izbora turističke destinacije, prije klimatskih uvjeta i budžeta
- **Nijemci i Austrijanci** i dalje ostaju najosjetljiviji na ‘rizik od napada’ u izboru destinacije provođenja odmora
- ‘Rizik od napada’ na trećem mjestu na listi ‘briga’ tijekom putovanja na odmor (37% jako zabrinuto, još 14% donekle zabrinuto)



# IMIDŽ HRVATSKE NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA U 2011.



## PRVE ASOCIJACIJE NA SPOMEN HRVATSKE

	%
Lijepa obala, more, otoci	28.0
Plaže	19.0
Lijepa priroda, zeleno, planine/šume, očuvan prostor	16.9
Turistička zemlja, nova, zemlja za posjet	16.0
Topla, sunce	14.6
Rat	14.1
Povijest i kultura, gradske jezgre	9.9
Jugoslavija	7.4
Prepoznatljivi gradovi	6.7
Sport (nogomet, nogometaši, kvaliteta sporta, rukomet, košarka, tenis...)	6.3
Lijepa zemlja	5.5
Balkanska, istočno-europska zemlja	5.5
Gastronomija	4.4
Jeftina	4.3
Siromašna i u razvoju	3.4
Mederanska	2.7
Gostoljubivi ljudi	2.4
Ostalo	20.4

Izvor: Institut za turizam, 2011., Istraživanje provedeno za potrebe izrade Strategije turizma RH, na uzorku od 2.574 inozemnih ispitanika u Njemačkoj, Velikoj Britaniji, Poljskoj, Španjolskoj, Švedskoj i Danskoj koji odlaze na putovanja u inozemstvo, a nisu nikada posjetili Hrvatsku.



Dr. sc. Sanda Čorak  
Institut za turizam  
Vrhovec 5, 10000 Zagreb

Tel: 01 3909 666  
Fax: 01 3909 667  
Email: sanda.corak@itzg.hr  
Web: [www.itzg.hr](http://www.itzg.hr)