

Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije

DAMIR KREŠIĆ & JOSIP MIKULIĆ

Globalna zdravstvena kriza kojoj svjedočimo događaj je bez presedana u novijoj svjetskoj povijesti i kako vrijeme prolazi sve je izvjesnije da se turizam (kao ni drugi segmenti svjetskog gospodarstva) neće tako lako ni brzo oporaviti. Glavni razlog tome je činjenica da COVID-19 pandemija ugrožava same temelje turističkog gospodarstva, odnosno:

1. iznos diskrecijskog dijela dohotka koji se troši na turizam i putovanja se smanjuje zbog globalne gospodarske krize i pada BDP-a većine razvijenih zemalja koje su istodobno i glavna emitivna tržišta,
2. smanjuje se prometna povezanost emitivnih i receptivnih turističkih regija zbog uspostave epidemioloških mjera usmjerenih na suzbijanje brzog širenja bolesti i destinacije su sve teže dostupne ili nisu dostupne uopće,
3. smanjuje se i sloboda kretanja građana unutar matične države što dovodi do smanjenja domaće potražnje,
4. bolest COVID-19 najviše ugrožava starije dobne skupine (65 godina i više, tzv. „srebrene pantere“) koje su do sada bili jedan od najvažnijih tržišnih segmenata za produženje turističke sezone a koji će vjerojatno ubuduće biti znatno manje skloni putovanjima pa će se samim time i produbiti problem sezonalnosti, koji muči ne samo hrvatski turizam nego i turizam svih zemalja

čija se ponuda temelji na turizmu „sunca i mora“ te

5. općenito govoreći, narušava se povjerenje između turističke ponude i potražnje, što je možda i najveći problem s obzirom na to da se povjerenje dugo gradi i lako se gubi, ali to predstavlja očekivanu reakciju ljudi na nekontrolirano i brzo širenje nove, nepoznate i potencijalno smrtonosne zarazne bolesti.

S obzirom na sve navedeno, nije nerazumno pretpostaviti da gospodarska kriza uzrokovana COVID-19 pandemijom neće proći tako brzo i jednostavno kako je to izgledalo još krajem veljače ove godine te da će turizam biti jedan od segmenata globalnog gospodarstva koji će ovom krizom biti najviše pogođen. WTTC navodi da je u slučaju dosadašnjih epidemija/pandemija (npr. SARS, Ebola, Zika i sl.) turističkom gospodarstvu u prosjeku trebalo 20 mjeseci da se vrati u predkrizno razdoblje. O jačini krize dovoljno govori i procjena UNWTO-a da će se broj međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. smanjiti za 20-30% i da će ova kriza po svome intenzitetu biti znatno jača od svih prethodnih kriza. Procjena UNWTO-a o smanjenju broja međunarodnih putovanja od 20-30% je napravljena krajem ožujka a već je u trenutku pisanja ovoga teksta (sredina travnja) izvjesno da će smanjenje međunarodnih turističkih dolazaka biti i puno veće.

S druge strane, kao što pandemija ima svoj ciklus odnosno početnu fazu, fazu rasta, fazu maksimuma odnosno platoa i fazu opadanja, može se pretpostaviti i da se oporavak turističkog gospodarstva neće dogoditi odjednom, odnosno da se nakon završetka epidemije nećemo odmah vratiti na razine

turističkog prometa koje su zabilježene rekordne 2019. godine. Umjesto toga turizam će se vjerojatno oporavljati postepeno odnosno destinacije će prolaziti kroz nekoliko različitih faza oporavka dok se konačno ne dosegne predkrizna razina turističke aktivnosti. Faze turističkog oporavka bi po svojim obilježjima mogle nalikovati fazama životnog ciklusa destinacije (TALC – Tourism Area Life Cycle, Butler, 1980), pri čemu će brojne destinacije koje su prije krize bile afirmirane na turističkom tržištu preskočiti početne faze TALC modela (fazu upoznavanja i uvođenja na tržište) ali će ih kriza iz faze zrelosti ili saturacije vjerojatno vratiti u fazu rasta gdje će se morati ispočetka dokazivati i boriti za svakog gosta, čak i za one goste koji su prije krize bili izrazito lojalni destinaciji.

Prva faza oporavka turizma terminski će se preklopiti sa zadnjom fazom epidemije i u toj fazi, koja će najvjerojatnije trajati od srpnja do listopada 2020. godine (bar prema sadašnjim spoznajama) većinu turističke potražnje će generirati lokalno stanovništvo i regionalna turistička potražnja (naravno pod pretpostavkom da se otvore nacionalne granice onih zemalja koje pandemiju budu držale pod kontrolom). Pod pojmom regionalna turistička potražnja misli se prvenstveno na tržišta koja su nam tradicionalno naklonjena i koja su se i nakon Domovinskog rata prva vratila na Jadran, dakle na Bosnu i Hercegovinu, Sloveniju, Mađarsku, Češku, Slovačku, Poljsku i sl. Intenzitet potražnje s naših najvažnijih emitivnih tržišta – Njemačke, Austrije i Italije – u velikoj će mjeri ovisiti o ekonomskoj situaciji u tim zemljama i od poruka koje njihove vlade budu slale svojim građanima vezano za odlazak ili neodlazak na ljetovanje u inozemstvo. Pri tome valja kazati da niti ova lokalna potražnja po svome opsegu, intenzitetu i veličini neće biti na razini rekordne 2019. godine. Ovoj potražnji treba dodati i određeni broj jednodnevnih posjetitelja, te potražnju koja se registrira u nekomercijalnim smještajnim kapacitetima.

Takva potražnja, iako ne ostvaruje dodatna komercijalna noćenja, ipak generira i podiže razinu ekonomske aktivnosti u destinaciji, te također može dati važan doprinos i poticaj ekonomskom oporavku destinacije. Kada je riječ o turističkim proizvodima, u ovoj (prvoj) fazi fokus će biti na turističkim proizvodima kod kojih nema intenzivnog kontakta većeg broja ljudi i koji se događaju u prirodi odnosno u područjima koja su otvorena i rijetko naseljena i gdje su mogućnosti za širenje bolesti najmanje. U ovu skupinu proizvoda spadaju turistički proizvodi kao što su nautički turizam, sve vrste aktivnosti na otvorenom (bicikliranje, planinarenje, šetanje i sl.), turizam u zaštićenim prirodnim područjima i sl., a turisti će preferirati smještaj na plovilima, OPG-ovima, kampovima i u kućama za odmor koje se nalaze u rijetko naseljenim područjima. Općenito govoreći, dok se pandemija potpuno ne stavi pod kontrolu, pretpostavka je da će na tržištu biti veća potražnja za onim vrstama turističkih proizvoda i smještajnih objekata u kojima je lakše održavati tzv. „socijalnu distancu“ i u kojima se najlakše pridržavati propisanih mjera higijensko-epidemiološke zaštite.

Druga faza oporavka turističkog tržišta najizravnije je povezana sa stvaranjem osnovnih preduvjeta za neometano pružanje turističkih usluga u širem smislu riječi, odnosno s ponovnim otvaranjem granica svih europskih zemalja te s uspostavom redovitih zračnih, kopnenih i pomorskih veza između europskih država a kasnije i između ostalih država diljem svijeta. Trajanje druge faze oporavka je teško procijeniti bez preciznijih epidemioloških procjena o tome kada će pandemija završiti, ali prema sadašnjim saznanjima ovu fazu opravka turističkog tržišta možemo očekivati (u optimističnom scenariju) krajem 2020. godine i početkom 2021. godine. Ova faza biti će obilježena intenzivnom konkurencijom na međunarodnom turističkom tržištu jer će brojne destinacije i poduzeća u kratkom roku nastojati povratiti predkrizne tržišne pozicije i

nadoknaditi promet koji su izgubili tijekom 2020. godine. S obzirom da je Hrvatska i do sada imala reputaciju izuzetno sigurne destinacije, koja je kompetentnim kriznim menadžmentom pandemije dodatno učvršćena, to može predstavljati značajnu konkurentsku prednost hrvatskog turizma, osobito u odnosu na destinacije poput Italije i Španjolske, koje će iz krize izaći sa bitno narušenom reputacijom. S obzirom na krizu koja je dugotrajna i neizvjesna, i u kojoj će svi dionici turističkog lanca vrijednosti imati značajne gubitke, može se pretpostaviti da će u drugoj fazi oporavka na turističkom tržištu vrijediti darvinistički princip preživljavanja najsposobnijih. Stoga je izuzetno važno da naše destinacije i poduzeća u ovu fazu uđu spremni s kvalitetnim poslovnim strategijama i jasno postavljenim ciljevima.

Treća faza oporavka hrvatskog turizma dogoditi će se u razdoblju kada se gospodarstva država koje su naša glavna emitivna tržišta počnu oporavljati i kada stope rasta BDP-a i kupovna moć potrošača u ovim državama (Njemačka, Italija, Austrija...) budu na razinama koje mogu podnijeti trošak odlaska na inozemna turistička putovanja. Ova faza očekuje se tijekom 2022. godine, ili eventualno i ranije (druga polovica 2021. godine) a ovisno o globalnoj ekonomskoj situaciji te sentimentu koji u tim državama bude vladao prema putovanjima u inozemstvo. I u ovoj trećoj fazi oporavka, Hrvatska će potencijalno kapitalizirati svoje brojne prednosti, ovaj put činjenicu da je geografski blizu značajnim emitivnim tržištima, a što ju čini relativno lakše dostupno cestovnim prijevozom, za razliku od brojnih drugih konkurentskih destinacija na Sredozemlju. Prema podacima TOMAS ljeta 2017. istraživanja, 85% turista u RH dolazi cestovnim prijevozom, a tek 14% zračnim prijevozom, što se bitno razlikuje od globalnog prosjeka sa udjelima od 37% cestovnog prijevoza i 58% zračnog prijevoza (UNWTO Tourism Highlights, 2019). Naime, do potpunog prestanka opasnosti od COVID-

19 bolesti, može se očekivati da će se sve one destinacije koje bitno ovise o zračnom prijevozu znatno sporije oporavljati zbog takozvanog sindroma „blizine doma“, a prema kojemu je sklonost putovanja daleko od doma u vremenima krize i neizvjesnosti smanjena.

Potpuni oporavak turizma, globalno ali i u Hrvatskoj koja je dio globalnih turističkih tijekova, dogoditi će se kada više ne bude opasnosti od bolesti COVID-19 i kada se na globalnom turističkom tržištu ponovo uspostavi ravnoteža i povjerenje između turističke ponude i potražnje, što je nužan preduvjet bilo kojeg turističkog rasta i razvoja.

Doc. dr. sc. Damir Krešić, ravnatelj Instituta za turizam

Izv. prof. dr. sc. Josip Mikulić, pročelnik Katedre za turizam Ekonomskog fakulteta u Zagrebu