

## Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?

NEDA TELIŠMAN-KOŠUTA

Tijekom proteklog 50-godišnjeg razdoblja intenzivnog globalnog rasta turizam se nerijetko suočavao s različitim tipovima kriza. Reakcija je obično bila burna, s gotovo trenutnim i dramatičnim padom potražnje. I ovaj put je tako. Kao posljedicu pandemije korona virusa, na koju je svijet gotovo unisono reagirao lock-downom, UNWTO prognozira pad međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. godini od 20% do 30%, OECD smanjenje od 45% do 70%. Projekcije za Hrvatsku u optimističnom scenariju govore o 30 postotnom padu turističke potrošnje. Turizam je nedvojbeno širom svijeta jedna od pandemijom najteže pogođenih gospodarskih aktivnosti što, s obzirom na njegov značaj u svjetskoj ekonomiji, niti jednu zemlju ne ostavlja imunom, a posebno ne one, poput Hrvatske, koje su izrazito ovisne o međunarodnim turističkim kretanjima.

Iskustvo govori da se turizam u pravilu brzo oporavlja nakon prestanka ugroze. Ljudi vole putovati i putovanja su danas snažno prisutna aspiracija ili, čak, potreba u razvijenim i u zemljama u razvoju. Turizam će se sigurno oporaviti nakon pronalaska lijeka i izuma cjepiva protiv korona virusa, odnosno s dovoljnim razinama procijepljenosti i imuniteta stanovništva koji će garantirati sigurnost kretanja. No, pitanje je kakav će biti turizam nakon doba korone. Možemo li očekivati jednostavno povratak na staro ili se

trebamo pripremiti za pandemijom potaknute promjene?

Činjenica je, naime, da je kriza izazvana korona virusom bitno drugačija od dosadašnjih kriznih iskustava. Zahvatila je cijeli svijet, ne događa se negdje drugdje i nekom drugom, već pogađa sve nas. To je iskustvo koje oblikuje kolektivnu svijest. Svjedoci smo, nadalje, do sada neviđenog razmjera zatvaranja zemalja, zaustavljanja društvenih i gospodarskih aktivnosti te izoliranja pojedinaca u humanom cilju očuvanja zdravlja. Ovo je iskustvo koje mijenja obrasce ponašanja. Konačno, po svemu sudeći pandemija će potrajati, doduše u on-off modu, još neko vrijeme, predviđa se do proljeća 2021., možda i dulje, a lako je moguće da ćemo se u budućnosti opetovano susretati s novim virusima. Ovo je iskustvo koje će se duboko usjeći u pamćenje. Ne čini se stoga pretjeranim ustvrditi da kriza izazvana korona virusom ima snagu utjecanja i trajn(og)ijeg mijenjanja naših vrijednosti, stavova i stilova života, time mijenjajući naše obrasce ponašanja kao turista i domaćina.

Iskustvo s pandemijom usađuje 'novu svijest' i posljedično će mijenjati turizam. Već je u kratkom roku realno očekivati određene promjene faktora uspjeha na operativnoj razini, ali i dodatni 'vjetar u leđa' već duže prisutnim, iako u implementaciji sporim strateškim usmjerenjima opiranja postojećem modelu agresivnog masovnog turizma. Među očekivanim ključnim područjima promjena valja istaknuti:

- **Odnos prema prostoru** – inzistiranje na socijalnom distanciranju u funkciji smanjenja mogućnosti prijenosa kapljične zaraze virusom mijenja, odnosno povećava, čak i kod nas južnjaka

intuitivno sklonih blizini u kontaktu, veličinu osobnog prostora potrebnu kako bi se osjećali ugodno. U sljedećim iteracijama, to mijenja prihvatljivu gustoću sadržaja i ljudi koji konzumiraju određeni prostor u isto vrijeme te time redefinira prostorne standarde i dizajn prostora. Ova rastuća intolerancija na gužve dodatno će aktualizirati itekako za turizam bitna pitanja upravljanja prostorom, od propitivanja nosivog kapaciteta destinacije u cjelini ili nekih njenih pojedinačnih sadržaja poput znamenitosti, plaža i staza do upravljanja tokovima posjetitelja na posebno atraktivnim i opterećenim mjestima. Biti će poželjno redizajnirati neke do sada popularne i uobičajene zajedničke sadržaje gdje smo po defaultu zbijeni kao što su buffet-integrali, community stolovi, kongresne dvorane, pa čak i veliki hoteli. Prednost će imati manji, intimniji prostori namijenjeni nekolicini ili pak prostrana, otvorena, prirodna mjesta gdje je moguće biti 'zajedno-sam', odnosno istovremeno zajedno s drugima, ali i u svom prostoru.

- **Odnos prema zdravstvenoj sigurnosti** – iskustvo izloženosti pandemiji intenzivirati će našu osjetljivost na zdravstvenu sigurnost u mjestima koja posjećujemo. Očekivat ćemo pojačane obavezne sanitarne standarde u turističkim objektima, ali i višu medicinsku ekipiranost destinacije u cjelini, predvidiv je i rast dobrovoljnih shema certificiranja sanitarne i zdravstvene izvrsnosti kao dodatne garancije gostima, moguće je uvođenje nekog tipa zdravstvene putovnice u međunarodnim putovanjima kao dokaza cijepjenja ili stečenog imuniteta. Pri tome će biti umijeće osigurati osjećaj zdravstvene sigurnosti bez stvaranja psihoze.
- **Odnos prema okolišu** – svjedoci smo tijekom ove pandemije primjera izuzetno brzog oporavka okoliša, od pročišćenih

venecijanskih kanala u kojima sada plivaju meduze i labudovi do pada emisija CO<sub>2</sub> i smanjenja zagađenosti zraka u svjetskim megalopolisima. Ovakav dramatičan detox prirode, snagom svima evidentnih dokaza, pokazuje da je još uvijek moguće imati zdrav okoliš ako se smanji korištenje fosilnih goriva. To je ujedno i do sada neviđeno senzibiliziranje milijuna ljudi diljem svijeta o pitanjima zagađenja, odgovornosti, dragocjenosti okoliša. Naša kolektivno 'uzdrmana' svijest može biti dodatni poticaj za promjene. Uključujući i u turizmu kao jednoj od djelatnosti koja najviše ovisi i istovremeno najviše troši okoliš. Nakon inicijalne post-korona faze stabilizacije turističkog sektora, očekivat će se i nagraditi okolišno osjetljiva praksa turističkih poduzeća i destinacija.

- **Ljudski odnosi** – na razne načine pandemija korona virusa izvukla je iz nas ono najbolje, humanost i kreativnost. Solidarnost, zahvalnost, podrška, humor, novi formati komuniciranja obrazovnih, umjetničkih i zabavnih sadržaja postali su dio naše svakodnevnice. Sportske zvijezde podučavaju djecu tjelesni odgoj na TV, policajci plešu za liječnike, svuda su obavijesti s kontaktima za pomoć starijima, ljudi zajedno pjevaju na balkonima, kazališta besplatno izvode najljepše dijelove svojih repertoara u gradskim parkovima, itd., itd. Može se reći da je ovo refleksno ponašanje ljudi koji se u(s)prkos nesreće povezuju. No, može se i pretvoriti u dodatni impuls jačanju post-materijalističkih vrijednosti društva. Prevedeno na turizam, za očekivati je da će takva kretanja dodatno potaknuti interes za iskrenim i emotivnim sadržajima, bilo da je riječ o vođenom obilasku, gastronomskoj ponudi, dnevnom animacijskom programu, oblikovanju smještaja ili nekim drugim elementom turističke ponude.
- **Odnos prema tehnologiji** – u proteklim mjesecima lock-downa tehnologija nam

je omogućavala da se naši životi nastave odvijati koliko-toliko normalno. Omogućila nam je da nastavimo raditi, sudjelovati u nastavi, opskrbljivati se, plaćati račune, zabavljati se, družiti se. Čak i prema tehnologiji uobičajeno nepovjerljive starije generacije, državne institucije ili OPG-ovi nevjerojatno su brzo postali aktivni i entuzijastični korisnici raznih digitalnih servisa. Štoviše, imajući ovo iskustvo organizacije života, svijet u kojem tehnologija, uz neminovni daljnji razvoj 5G mreža, virtualne i proširene realnosti, supstituira urede, škole, kazališta, kongresne centre, pa i turističke destinacije ne čini se samo scenarijem novog sci-fi filma. Realno, teško je zamisliti potpuni povratak na staro. No, barem kada je riječ o turizmu realan je daljnji prodor tehnologije u poslove komunikacije s tržištem ili u obavljanje raznih administrativnih, repetitivnih i jednostavnijih poslova, dok će putovanje 'u živo' (još) uvijek ostati nezamjenjivo kao nadasve emotivna investicija.

Pandemija korona virusa ostavit će dubok trag. Za početak, očekuju se jedna od najgorih recesija u proteklih tri-četvrt stoljeća i, specifično, u turizmu izuzetno teška godina te višegodišnje zaustavljanje rasta. Na dugi rok, globalno iskustvo s pandemijom trajno će utjecati na naše vrijednosti i promijeniti aspekte naših života te, specifično, u turizmu može rezultirati pomakom ka prostorno, okolišno i društveno odgovornijem ponašanju. Turizam nakon doba korone biti će drugačiji, mogao bi i trebao bi biti bolji.

Mr.sc. Neda Telišman-Košuta,  
Institut za turizam