

# Strateško upravljanje razvojem turizma u Zagrebu

---

**Horvat, Marko**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:620690>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-28**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

**Sveučilišni prijediplomski studij**

**HORVAT MARKO**

**Strateško upravljanje razvojem turizma u Zagrebu**

**Strategic management of tourism development in Zagreb**

Završni rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

**Sveučilišni prijediplomski studij**

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

**Strateško upravljanje razvojem turizma u Zagrebu**

**Strategic management of tourism development in Zagreb**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment turističke  
destinacije**

Student: **Marko Horvat**

Mentor: **Prof. dr. sc. Zrinka Zadel**

Matični broj: **ps24822/19**

Opatija, srpanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

MARKO HORVAT

(ime i prezime studenta)

PS 24822

(matični broj studenta)

STRATEŠKO UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURIZMA U ZAGREBU

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2024.

Marko Horvat

Potpis studenta

## Sažetak

Grad Zagreb, glavni je grad Republike Hrvatske i središte Zagrebačke županije. Smješten je u središnjem dijelu zemlje, okružen Medvednicom i rijekom Savom. Svojom bogatom kulturnom baštinom i prirodnim ljepotama, Zagreb privlači različite oblike turizma. Odredište je za kulturne, kongresne, zdravstvene, sportske i manifestacijske turiste tijekom cijele godine, nudeći široki spektar događaja i aktivnosti prilagođenih svim uzrastima.

Ovaj rad istražuje koncepciju i strategiju razvoja turizma u Zagrebu kroz šest poglavlja i jedanaest pod poglavlja. Analizira se trenutno stanje turizma u gradu, životni ciklus destinacije te se provodi SWOT analiza, ističući ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje. Metode istraživanja uključuju deskripciju i kompilaciju rezultata prethodnih istraživanja.

Grad Zagreb ima prednosti poput prometnog položaja i prometne povezanosti s europskim i svjetskim metropolama te raznovrsnu ponudu smještajnih i ugostiteljskih objekata. Međutim, suočava se s izazovima kao što su upravljanje otpadom, starenje stanovništva, depopulacija te prekomjerna izgradnja koja ugrožava povijesni identitet grada. Ulaskom u EU, otvaraju se nove prilike za financiranje projekata obnove i razvoja turističke ponude.

Zagreb kao turistička destinacija nudi bogatu povijest, raznoliku hranu te brojne znamenitosti, što ga čini jednim od najposjećenijih gradova na Balkanu. Sveobuhvatna analiza i razmatranje strategija ključni su koraci u osiguravanju održivog turizma i daljnjeg prosperiteta grada Zagreba.

Ključne riječi: grad Zagreb, strategija razvoja, turističko tržište, razvoj turizma

# Sadržaj

Uvod.....	1
1. Temeljno određenje destinacije.....	3
1.1. Definiranje destinacije.....	3
1.2. Proces planiranja.....	5
2. Razine upravljanja.....	8
3. Preduvjeti razvoja turizma grada Zagreba.....	10
3.1. Geografski i prirodni resursi.....	10
3.2. Kulturno-povijesni resursi.....	11
3.3. Demografska obilježja.....	13
4. Analiza turističkog tržišta grada Zagreba.....	14
4.1. Analiza turističke ponude.....	14
4.2. Analiza turističke potražnje.....	21
4.3. Životni ciklus destinacije.....	22
5. SWOT analiza.....	24
6. Strateško upravljanje destinacijom grada Zagreba.....	27
6.1. Uloga turističkih zajednica.....	27
6.2. Uloga turističkih zajednica grada Zagreba.....	29
6.3. Strateški dokument razvoja turizma grada Zagreba.....	31
Zaključak.....	34
Literatura.....	35
Popis ilustracija.....	36

## Uvod

Glavni grad Republike Hrvatske, Zagreb, leži u srcu zemlje, okružen prekrasnom Medvednicom i pitomom rijekom Savom. Ova živopisna metropola nije samo središte Zagrebačke županije, već u neiscrpan izvor kulturnog blaga i prirodnih čuda. Svojim posjetiteljima nudi širok spektar iskustva, od bogatstva kulturne baštine do čarolije prirodnih ljepota, otvarajući vrata raznolikim oblicima turizma.

Zagreb je očaravajuća destinacija za sve ljubitelje kulture, kongresa, zdravstva, sporta i manifestacija. Tijekom cijele godine, grad pulsira životom zahvaljujući raznovrsnim manifestacijama, izložbama, koncertima i događajima koji su prilagođeni svim generacijama. Bez obzira na godišnje doba ili interese, svatko tko posjeti Zagreb pronaći će nešto što će ga osvojiti i očarati.

Cilj i svrha ovog rada je proučiti koncepciju i strategiju grada Zagreba, zatim razviti nove strategije te formirati nove spoznaje na temelju dobivenih rezultata. Sam rad sastoji se od šest poglavlja i jedanaest pod poglavlja.

U prvom se poglavlju objašnjava što je to koncepcija razvoja i strategija. Zatim, u drugom dijelu govori se o razinama upravljanja razvoja turističke destinacije grada Zagreba, dok se u trećem dijelu opisuju preduvjeti za razvoj turizma u gradu kao što su geografski, prirodni, kulturno-povijesni i demografski. Četvrti dio rada odnosi se na analizu sadašnjeg stanja turizma grada Zagreba i njegov životni ciklus. Ovaj dio obuhvaća kvalitativnu i kvantitativnu analizu ponude i potražnje. Poglavlje pet istražuje duboko u srž SWOT analizu grada Zagreba, otkrivajući njegove ključne snage koje ga izdvajaju, slabosti koje zahtijevaju pažnju, prilike koje se otvaraju i prijetnje koje se nadvijaju nad njim. Ovaj dio zapravo pokazuje na čemu bi grad trebao obratiti pozornost kako bi se uspješno razvijao u budućnosti. Šesto te ujedno i posljednje poglavlje rada navodi i opisuje dokumente koji se koriste u strateškom upravljanju gradom te se govori o ulozi turističkih zajednica u upravljanju gradom Zagrebom.

Metode koje su primijenjene u istraživanju obuhvaćaju metodu deskripcije, koja se temelji na jednostavnom opisivanju i očitavanju činjenica. Također, korištena je i metoda kompilacije koja uključuje proces preuzimanja rezultata istraživačkih radova, opažanja, spoznaja i zaključaka drugih autora koji su se bavili ovom temom.

Kako bi se ostvario i stekao sveobuhvatan pregled i informacije potrebne za izradu ovog završnog rada, kombinirane su različite perspektive i sažeci koji su preuzeti iz relevantnih znanstvenih izvora.



# 1. Temeljno određenje destinacije

Važno je razumjeti razliku između ključnih pojmova kako bi se izbjegla konfuzija tijekom čitanja. Stoga, ovo poglavlje detaljno će analizirati nekoliko bitnih pojmova i definicija koji su temeljni za razumijevanje cjelokupnog rada. Iako se definicije mogu mijenjati s vremenom i sukladno trendovima, u ovom su istraživanju precizno definirane temeljem pristupa nekoliko autora, čime se osigurava dosljednost i jasnoća u interpretaciji terminologije.

## 1.1. Definiranje destinacije

Pojam destinacije počeo se širiti i na istraživanja u turizmu, početkom sedamdesetih godina 20-og stoljeća, postajala je sve više istoznačnica za turistički lokalitet, zonu, regiju, skup zemalja pa čak i kontinent.<sup>1</sup>

Riječ „destinacija“ koristi se u svim romanskim jezicima, a vrlo je česta i u zemljama engleskog govornog područja. U svom izvornom značenju sinonim je za odredište ili cilj, bilo konačan ili usputan. Ovaj termin u turizam je ušao putem prometa, posebno zračnog koji koristi englesku terminologiju.<sup>2</sup>

U početnim istraživanjima, turistička destinacija bila je definirana i usredotočena na proučavanje geografskih karakteristika koje definiraju turističku destinaciju. Turizam se kao industrija javlja na određenim područjima i/ili na značajkama koje je stvorio čovjek, a koje privlače ne lokalne posjetitelje za razne aktivnosti<sup>3</sup>. Turistička odredišta izuzetno su dinamična, podložna su neprestanim promjenama koje proizlaze ne samo iz utjecaja turizma, već i zbog konstantne evolucije ponude tijekom vremena. Osnovni cilja svake turističke destinacije, uključujući i grad Zagreb, jest pružiti visoku kvalitetu usluga svojim posjetiteljima, istovremeno osiguravajući dugoročnu održivost za stanovnike samog grada. To zahtijeva kontinuirano prilagođavanje, inovacije i suradnju svih dionika u turističkoj industriji kako bi se osiguralo da iskustvo posjetitelja ostane izvanredno, dok se istovremeno poštuju lokalne zajednice i okoliš.

---

<sup>1</sup> Magaš, Vodeb i Zadel., Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 9.

<sup>2</sup> Prema: Magaš, Dragan, Turistička destinacija, str. 10.

<sup>3</sup> Prema: Jovičić, Dobrica Z.: „From the Traditional Understanding of Tourism Destination to the Smart Tourism Destination „, Current Issues in Tourism 22 (3): 276-282, str. 2.

Također, potrebno je razlikovati turističku destinaciju od turističkog mjesta zbog toga što je turistička destinacija fluidna i mijenja se zajedno s potrebama potrošača i novih trendova, dok za razliku od turističke destinacije, turističko mjesto ima određene administrativne granice što zapravo može predstavljati ograničavajući čimbenik u daljnjem razvoju. Mnogi autori destinaciju shvaćaju odnosno uzimaju kao najvažniji element u turizmu zbog toga što je destinacija zapravo glavni razlog odnosno motiv zbog kojeg turisti putuju.

**Slika 1: Model koncepcije razvoja**



**Izvor:** Izradio autor prema: Stipanović, C.: Konceptija i strategija razvoja u turizmu, Sustav i poslovna politika, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2006.

Iz prethodno navedenog modela razvojne koncepcije jasno proizlazi da razvojna strategija započinje prvom fazom – koncepcijom razvoja. Ova faza predstavlja temeljni korak koji se sastoji od detaljne pisane dokumentacije podijeljene u tri ključna segmenta: analizu trenutnog stanja, postavljanje ciljeva i identifikaciju strategija potrebnih za njihovo ostvarenje. Ova koncepcija usmjerena je na dugoročne vremenske razdoblje od tri godine što pruža okvir za planiranje i implementaciju razdvojenih aktivnosti.

Nakon koncepcije razvoja, dolazi strategija razvoja koja zapravo predstavlja aktivnosti pomoću kojih se koncepcija provodi u djelo. Svrha joj je ostvariti postavljene ciljeve te ona može biti i neformalna te može predstavljati živi proces koji pomaže smanjiti neizvjesnosti koje okolina nameće. Postoji nekoliko vrsta strategija, a to su: cjelovite ili korporacijske strategije, strategije poslovnih područja te funkcijske ili operacijske strategije.

Treći aspekt ovog modela obuhvaća sistem razvoja poslovanja koji se temelji na sinergiji među svim segmentima destinacije ili poduzeća. Sinergija ovdje djeluje kao ključni element, doprinoseći tome da ukupni rezultat nadmaši zbroj pojedinačnih doprinosa. Kroz brzu interakciju i efikasno korištenje resursa svih sudionika, postižu se izvanredni poslovni rezultati.

Ova međusobna podrška i koordinacija omogućuju ostvarenje sinergijskih efekata koji su ključni za uspjeh.

Poslovna politika predstavlja posljednju, ali iznimno važnu komponentu u modelu koncepta razvoja. Ona ne samo da obuhvaća opću strategiju poslovanja, već i pet ključnih područja politike: proizvodnju, prodaju, financije, ljudske resurse te razvojnu politiku. Sveobuhvatno, poslovna politika promatra sadašnjost, tako i budućnost poduzeća s naglaskom na strategijama razvoja. Razvojna politika, kao sastavni dio poslovne politike, usmjerena je prema osiguranju održivog rasta i dugoročne perspektive poduzeća. U njezinu temelju leže principi racionalnosti, trajnosti, stabilnosti i likvidnosti.

Esencija koncepta razvoja leži u aktivnostima koje teže unapređenju poslovanja i stvaranju konkurentske prednosti na dinamičnom tržištu. Učinkovitost ovog modela ovisi o sinergiji i interakciji svih njegovih komponenti koje zajedno čine osnovu za uspješno vođenje poduzeća u promjenjivom poslovnom okruženju.

## **1.2. Proces planiranja**

Upravljanje turizmom kompleksan je organizacijski proces čiji je glavni cilj usklađivanje ponude s potrebama budućih događaja. Ova esencijalna funkcija podrazumijeva ne samo planiranje, već i njihovu efikasnu implementaciju u stvarnom svijetu. Svaki korak u ovom procesu podložan je utjecaju tehnoloških promjena, što dodatno komplicira izazove kako u planiranju tako i u upravljanju.

Interakcija između lokalnih i globalnih faktora igra ključnu ulogu u postizanju optimalnih rezultata uz minimalne troškove. Stoga je važno kontinuirano prilagođavanje strategija i taktika kako bi se adekvatno odgovorilo na dinamično okruženje turizma. Sposobnosti brzog reagiranja i prilagođavanja novim trendovima te tehnološkim inovacijama ključna je za uspješno upravljanje turističkim destinacijama u današnjem svijetu.

Kada je riječ o metodama i tehnikama uključivanja aktera destinacije u proces odlučivanja i planiranja navode se slijedeći mogući pristup i, a to su:<sup>4</sup>

- Diseminacija informacija
- Javni skupovi
- Uzimanje komentara u obzir
- Upitnici
- Obuka i tehnička podrška
- Fokusne grupe
- Proces planiranja u velikim skupinama.

Svaka razina angažiranog menadžmenta zahtijeva različitu vrstu tehnika. Zbog toga, variraju stupnjevi uključenosti i načini komunikacije pojedinaca, ovisno o kontekstu. Upravo zbog te raznolikosti, menadžment kontinuirano prilagođava svoj pristup, napore, doprinos i komunikaciju prema specifičnim potrebama svakog pojedinog slučaja. Kao primjer, diseminacijom informacija može se zahtijevati manje angažmana i interakcije pojedinca u usporedbi s radnim skupinama, gdje se dijele prava i odgovornosti na višoj razini među sudionicima. Stoga nije iznenađujuće što se suočavaju s preprekama u primjeni ovih tehnika i metoda u stvarnim situacijama.

Najčešći izazovi pri uključivanju aktera su:<sup>5</sup>

- Nerazumijevanje između skupina aktera
- Osiguravanje pravednosti i jednakopravnosti
- Problematika među institucijama
- Manjak sredstava i vremena
- Kompleksnost u mjerenju učinaka

U procesu planiranja i održivog razvoja, ključno je aktivno uključiti lokalnu zajednicu te implementirati koncept kvalitete u turizmu. Uključiti lokalnu zajednicu u ovaj proces neophodno je s obzirom da će pozitivni utjecaji na turizam biti ostvarivi i samo ako se uzmu u obzir želje i potrebe lokalnog stanovništva. Ukoliko se lokalna zajednica zanemari i isključi iz

---

<sup>4</sup> Magaš, Ksenija i Zadel.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 61.

<sup>5</sup> Magaš, Vodeb i Zadel.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 61.

procesa donošenja odluka, to može znatno oštetiti dugoročni održivi razvoj destinacije i zadovoljstvo lokalnog stanovništva.

Isto tako, koncept kvalitete povezuje se s uspješnim marketinškim aspektom razvoja. Bitno je razumjeti razliku između kvalitetnog i skupog turizma, budući da ova dva pojma nisu sinonimi i potrebni ih je razlikovati. Kvalitetan turizam uključuje pažljiv marketinški pristup koji ne šteti okolišu i lokalnom stanovništvu te donosi odluke koje postižu ravnotežu između vrijednosti i novca koji se ulaže.

Od iznimne je važnosti inkorporiranje koncepta kvalitete u planiranje, razvoj i upravljanje u turizmu. Proces planiranja obuhvaća nekoliko ključnih koraka, uključujući pripremu, postavljanje ciljeva, analizu svih elemenata, analizu i sintezu, formuliranje plana i politike, iznošenje dodatnih preporuka, te konačno primjenu i nadgledavanje provedbe istih.

Svaki proces planiranja započinje sa temeljnom pripremom koja postavlja osnovu i usmjerava cijeli proces. Ključni element u toj pripremi su smjernice koje služe za definiranje detaljnih planova te postavljanje ciljeva koje je potrebno postići. Smjernice imaju ulogu identificirati određene probleme koji zahtijevaju pažnju kao što su to: ekonomski problemi, problem pitanja zaštite okoliša ili sociokulturnih aspekata. U tom se procesu isto tako prezentiraju i tehnike koje se koriste za implementaciju.

## 2. Razine upravljanja

Kako bi menadžment mogao pravilno funkcionirati, potrebno je sustavno vođenje destinacije koje se može podijeliti na tri razine upravljanja, a to su:<sup>6</sup>

1. Politika destinacije obuhvaća odluke što globalno utvrđuju budući razvoj kao cjeline
2. Planiranje u destinaciji kojim se ne osnove odluka o politici destinacije određuju konkretni dugoročni, srednjoročni i kratkoročni ciljevi, mjere i proračun
3. Operacionalizacija koja obuhvaća dnevno rukovođenje, najčešće usmjereno prema neposrednim izvršnim aktivnostima i kontroli.

Sve gore spomenute forme upravljanja zajednički djeluju u sinergiji, dopunjujući jedna drugu kako bi stvorile skladan sustav. Te razine upravljanja možemo prikazati u obliku piramide, gdje se na vrhu nalazi najviša razina – strateško upravljanje. Na toj razini, definiraju se vizije, misije, ciljevi i strategije koje usmjeravaju dugoročni razvoj i opstanak tvrtke. Drugi naziv za ovu razinu je i top menadžment čija je uloga procjena, odobravanje, i ostvarivanje postavljenih planova. Ove strategije usmjeravaju aktivnosti na nižim razinama upravljanja, poput taktičkog i operativnog upravljanja, osiguravajući da se ostvari skladan lanac odlučivanja i izvršenja u tvrtki.

Na drugoj razini nalazilo bi se taktičko planiranje čija je osnovna svrha provođenje strateških ciljeva u specifične ciljeve za različite dijelove organizacije. Ovo planiranje uključuje definiranje ključnih aktivnosti koje će svaka organizacijska jedinica provoditi kako bi se mogli postići ciljevi. Na najnižoj razini hijerarhije, operativno planiranje preuzima glavnu ulogu. Ono se fokusira na konkretne procedure i procese, usmjeravajući se na pojedinačne zadatke i radna mjesta. Operativno planiranje također uključuje i raspored radnih obaveza unutar određenog okvira s naglaskom na optimalnu uporabu dostupnih resursa.

Suvremeni turizam, oblik je koji se ističe kao profitabilan i istovremeno društveno odgovoran, pružajući vrijednost zajednici i pružateljima usluga. U vezi s time, destinacijski menadžment ima ključnu ulogu u složenom procesu upravljanja destinacijom i razvoju novih proizvoda. Upravo zbog toga destinacijski menadžment obuhvaća planiranje, organizaciju te kontrolu svih važnih čimbenika koji pridonose razvoju destinacijskog proizvoda.

---

<sup>6</sup> Magaš, D.: Turistička destinacija, str. 55.

Značenje planiranja u uvjetima suvremenog dinamičnog razvoja višestruko je, a osobito s gledišta upravljanja budući da se planiranjem: <sup>7</sup>

- Određuju ciljevi
- Integrira razvoj u sustav
- Određuju vremenske sekvence razvoja
- Usklađuju potrebe i mogućnosti
- Usklađuje razvoj i okolina
- Standardiziraju odnosi između gospodarstva, prirodnih resursa i kvalitete života
- Određuju temeljni pravci razvoja, namjena prostora i korištenje prirodnih resursa
- Zaštićuju stvorene prirodne vrijednosti i čovjekova okolina.

Osim toga, za uspješnu provedbu planiranih aktivnosti ključna je odgovarajuća organizacija. Pri organizaciji suočavamo se s organizacijskom kulturom i organizacijskom strukturom. Organizacijska struktura izrađuje, prihvaća, provodi, prati i prilagođava zacrtani plan. Zbog toga mora udovoljavati sljedećim načelima: <sup>8</sup>

- Jasne, jednostavne strukture upravljanja i načina odlučivanja
- Razdvajanje različitih funkcija, te eventualno različito financiranje istih
- Osiguranje nadzora i prava sudjelovanja u odlučivanju, skupštine, vijeća.

Organizacijska kultura igra ključnu ulogu u određivanju autoriteta odgovornih ljudi za donošenje odluka, vođenje i pružanje savjeta drugima, čiji će rad zatim utjecati na uspješnost organizacije i zadovoljstvo zaposlenika. Svaka osoba koja ima autoritet također bi trebala posjedovati i osobine kao što su: odgovornost, pouzdanost, radna etika te izgradnja povjerenja svojih zaposlenika.

U kontekstu destinacijskog menadžmenta, kontrola je ta koja ima ključnu ulogu. To zapravo znači kako bi svaki pojedinac koji se nalazi u sustavu morao jasno razumjeti svoju poziciju i odgovornosti kako i se postigla ukupna visoka kvaliteta. U poslovnom se menadžmentu funkcija kontrole primjenjuje na sve tri faze radnog ili uslužnog procesa, obuhvaćajući unos, obradu te izlazne rezultate.

---

<sup>7</sup> Dulčić i Petrić.: Upravljanje razvojem turizma, str. 343.-344.

<sup>8</sup> Magaš, Vodeb i Zadel.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 135.

### **3. Preduvjeti razvoja turizma grada Zagreba**

Grad Zagreb najveći je grad u Hrvatskoj te je ujedno i glavni grad Republike Hrvatske. Administrativno je sjedište Zagrebačke županije, ali i Hrvatske. Sam grad izvrsno je prometno povezan s ostatkom Hrvatske, ali i ostatkom Europe. Najvažnija autocesta je A1 Zagreb – Split – Dubrovnik koja spaja južni dio Hrvatske. Zatim je tu autocesta A3 Bregana – Zagreb – Lipovac koja povezuje središnji dio Hrvatske sa Slavonijom i Baranjom, ali i Slovenijom i Srbijom. Treća ključna autocesta je A6 koja povezuje Zagreb s rijekom, najbližom jadranskom lukom. Također, tu je i autocesta A4 Zagreb – Goričan koja Zagreb povezuje sa Mađarskom.

Uz cestovni promet, Zagreb je također značajno središte željezničkog prometa. Grad je važan željeznički čvor, kroz koji prolaze dva ključna europska koridora. Paneuropski željeznički koridor V proteže se od mađarske granice do Rijeke, dok kroz Zagreb prolazi i Paneuropski željeznički koridor X.

Zagreb također ima i svoju zračnu luku „Franjo Tuđman“ s novim terminalom koji je u funkciji od 2017. godine te se time Zagreb povezuje s velikim europskim i svjetskim metropolama. Pored zračne luke tu je još i manji sportski aerodrom te zračno pristanište Lučko.

U samom gradu postoji i javni gradski prijevoz ZET sa svojih 476 autobusa i 266 tramvajskih vozila te uspinjačom i žičarom.

#### **3.1. Geografski i prirodni resursi**

Grad Zagreb smješten je na južnom rubu Srednje Europe na prijelazu prema europskom Sredozemlju, udaljenom oko 170 kilometara od Jadranskog mora. Nalazi se na jugozapadnom dijelu Panonske nizine na raskrižju između alpske, dinarske, jadranske i panonske regije. Grada je smješten južno do planine Medvednice i proteže se uz obale rijeke Save. Veći do grada Zagreba nalazi se na nadmorskoj visini od 112 metara, a grad zauzima površinu od 641 kvadratnih kilometara. Administrativno, grad Zagreb podijeljen je na 17 gradskih četvrti: Donji grad, Gornji grad - Medveščak, Trnje, Maksimir, Peščenica-Žitnjak, Novi Zagreb (istok i zapad), Trešnjevka (sjever i jug), Črnomerec, Gornja Dubrava, Donja Dubrava, Stenjevec, Podsused-Vrapče, Podsljeme (Šestine, Gračani, Markuševac), Sesvete i Brezovicu. Osim ovih četvrti, grad se sastoji i od 70 manjih naselja.



Prirodni resursi igraju ključnu ulogu u ispunjavanju turističkih potreba ljudi zbog toga što pružaju rekreativne mogućnosti koje će pozitivno utjecati na fiziološke funkcije, poput osvježenja, oporavka i odmora. Ovi resursi mogu se podijeliti prema svojim karakteristikama na pejzažne, biogeografske, hidogeografske, klimatske i geomorfološke.

U blizini grada Zagreba nalazi se planina Medvednica sa svojih 1033 metra nadmorske visine i vrhom po nazivu Sljeme. Na Medvednici se nalazi skijalište, a do vrha vodi asfaltirana cesta te novootvorena žičara. Sljeme predstavlja idealan odabir za kvalitetan aktivan odmor i opuštanje te posjetitelje oduševljava u svim godišnjim dobima. Isto tako tu je i utvrda Medvedgrad sagrađena u 13. stoljeću na visini od 593 metara.

U samom gradu nalazi se i zoološki vrt u park šumi Maksimir koji. Idealno je to mjesto gdje se mogu vidjeti različite vrste životinja, ali i dobro se opustiti. Na zapadnom dijelu grada izgrađeni su rekreativno-sportski centri Jarun i Mladost te park Bundek. Otvorenjem spomenutih centara, Zagreb nastavlja tradiciju kao grada profesionalnog i rekreativnog sporta. Jarun je izgrađen povodom Univerzijade 1987. godine. Izgrađene su pješačke i biciklističke staze, jezero s veslačkim stazama, restorani i kavane. Pored toga uređene su i plaže, staze za trčanje i minigolf.

### **3.2. Kulturno-povijesni resursi**

Arheološki nalazi pokazuju postojanje života oko Zagreba oko 35 000 godina pr. Kr., a daljnji nalazi pokazuju naseljavanje Ilira. U 4. stoljeću pr. Kr. dolaze Rimljani koji grade veliki centar Andautoniju. Današnji Zagreb i njegova jezgra nastali su zapravo u srednjem vijeku na dva brežuljka Gradecu i Kaptolu. Godine 1094. mađarski kralj Ladislav je na svom putu prema Jadranu osnovao zagrebačku nadbiskupiju i tada nastaje prvi pisani spomen Zagreba. U 13. stoljeću, grad napadaju Tatari te se dio stanovništva iseljava no njihovim odlaskom ljudi su se ponovo vratili u grad te je grad dobio Zlatnu bulu od kralja Bele IV.. Pored toga, nalazi se i kula Lotrščak s koje svaki dan top puca točno u podne, a s koje se u srednjem vijeku pozivalo ljude da se vrate u utvrdu jer su se vrata grada zatvarala i zaključavala. Također, tu su i Kamenita vrata koja su u 18. stoljeću izgorjela, no slika Svete Marije ostala je sačuvana i dan danas stoji na oltaru te se svake godine 31.5. organizira procesija i na taj dan Zagreb slavi dan grada.

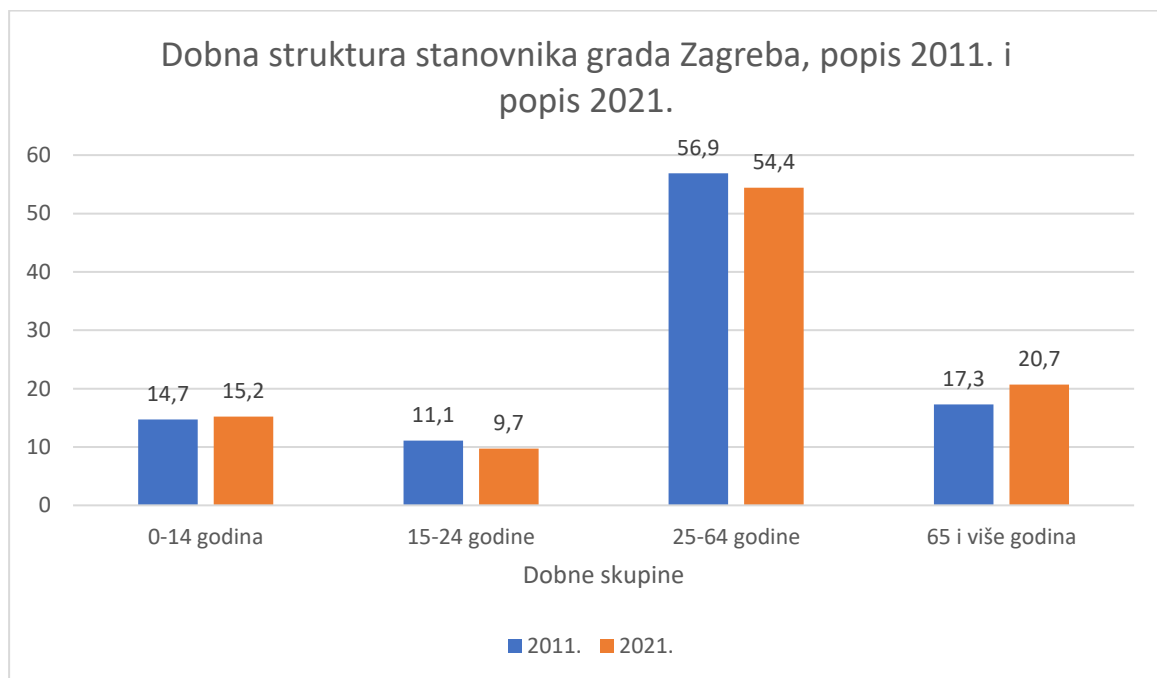
Grad Zagreb ima mnogo kulturnih resursa koje je vrijedno spomenuti. Prvi od njih je Trg bana Josipa Jelačića koji je spajao dva naselja Kaptol i Gradec, a na kojem se nalaze zgrade iz doba bidmajera, secesije i neostilova i fontana Manduševac. Nedaleko od trga, nalazi se Hrvatsko

narodno kazalište osnovano 1860. godine u kojem se izvode ponajbolje domaće i svjetske predstave, baleti, opere. U Gornjem gradu, nalazi se najpoznatiji kulturno povijesni spomenik, a to je crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije ili kako je svi zovu katedrala koja je građena u neogotičkom stilu. Katedralu okružuju zidine i kule starog Kaptola. Zatim, tu je i Muzej naivne umjetnosti koji je prvi muzej takve vrste u svijetu. Na trgu svetog Marka nalazi se istoimena crkva koja je jedna od najstarijih arhitektonskih spomenika grada te je ujedno i najstarija župna crkva. Poznata po svom krivu koji je ukrašen s dva grba, a to su grb Trojedne kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije te grbom grada Zagreba. Isto tako tu su još i crkava svete Katarine te grkokatolička konkatedrala sv. Ćirila i Metoda. Gornji dio grada poznat je i po svojim baroknim palačama i kućama, a neke od njih su: Klovićevi dvori, zgrade Sabora i Vlade, barokna palača u Matoševoj ulici, palača Raffay itd.. Pored spomenutih palača tu je još i Strossmayerovo šetalište i tunel Grič koji spaja nekoliko dijelova grada te je služio kao sklonište od bombardiranja za vrijeme drugog svjetskog rata.

### 3.3. Demografska obilježja

Prema najnovijem popisu stanovništva iz 2021. godine, u gradu Zgrebu živi 767.131 stanovnika, što predstavlja smanjenje od 2,9% u odnosu na popis stanovništva iz 2011. godine kada je grad imao 790.017 stanovnika. U trenutnom ukupnom broju stanovnika, 358.616 su muškarci, dok je 408.515 žena. Najbrojnija dobna skupina su osobe koje su stare od 40 do 44 godine. Podaci o dobnoj strukturi stanovnika grada Zagreba prema popisima iz 2011. i 2021. godine prikazani su na grafu u nastavku.

Slika 2: Dobna struktura stanovnika grada Zagreba 2021.



Izvor: Državni zavod za statistiku

## 4. Analiza turističkog tržišta grada Zagreba

Analiza sadašnjega stanja ključan je korak koji omogućuje daljnji napredak destinacije. Ova procjena uključuje kvantitativnu i kvalitativnu analizu poduzeća ili destinacije. Kvantitativna analiza fokusira se na statistiku i brojke koje opisuju stvarno stanje destinacije, dok se kvalitativna analiza odnosi na ocjenu kvalitete same destinacije. Na primjeru grada Zagreba, analizirati će se broj smještajnih objekata i ugostiteljskih objekata, podaci o potražnji, broju dolazaka i noćenja te ukupni prihodi i rashodi grada.

### 4.1. Analiza turističke ponude

Kao što je već spomenuto, kvantitativnom analizom proučavaju se ponuda i potražnja grada. Što se ponude tiče, grad Zagreb nudi nekoliko smještajnih objekata kao što su hoteli, pansioni, apartmani, sobe, prenoćišta te planinarski domovi. Isto tako, mogu se pronaći i raznovrsni ugostiteljski objekti koji nude domaću kuhinju, svjetsku kuhinju, pizzerie, grillovi, wine barovi te pubovi. Zajedno doprinose kako bogatstvu tako i raznovrsnosti turističke ponude grada Zagreba. U pokazateljima potražnje izdvojen je broj posjetitelja, broj dolazaka domaćih i stranih gostiju te broj noćenja. Grad Zagreb jedan je od gradova u Hrvatskoj u kojem se održavaju mnoge manifestacije, koncerti, izložbe, sportska događanja te zbog toga svojim posjetiteljima mora ponuditi i adekvatan smještaj to jest smještaj kojeg će si moći priuštiti velika većina ljudi. U dolje navedenoj tablici prikazana je ponuda smještajnih objekata grada Zagreba.

Tablica 1: Ponuda smještajnih objekata grada Zagreba

Hoteli	Hosteli	Prenoćišta i planinarski domovi	Privatni smještaj
5*: <ul style="list-style-type: none"><li>• DobleTree by Hilton Zagreb</li><li>• Esplanade Zagreb</li><li>• Le Premier Hotel</li><li>• Met Boutique</li><li>• Sheraton Zagreb</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• HI Hostel Zagreb</li><li>• Hostel arena</li><li>• Grad mladih Garnešina</li><li>• Hostel Lika</li><li>• Hostel Mali Mrak</li><li>• Hostel Fun Lounge</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planinarski dom Runolist</li><li>• Kameni svati</li><li>• Lojzekov izvor</li><li>• Planinarski doma Glavica</li><li>• Planinarski dom Grafičar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Izzy</li><li>• Divia</li><li>• City Centar Garden</li><li>• Marlot</li><li>• Mare</li><li>• Twins</li><li>• Princess</li><li>• Ilica</li><li>• Main Square</li><li>• Prince i dr.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Westin Zagreb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hostel Shappy</li> <li>• Hostel Palmers Lodge</li> <li>• Hostel Temza</li> <li>• Hostel Fancy</li> <li>• Hostel Swanky Mint</li> <li>• Hostel Centar</li> <li>• Hostel Bureau</li> <li>• Hostel Love Croatia</li> <li>• Hostel Main Square</li> <li>• Hostel Rooms 71</li> <li>• Hostel Movin</li> <li>• The Dots Hostel</li> <li>• Hostel Vincentinum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planinarski doma Grofica</li> <li>• Planinarski dom Ivan Pačvinski</li> <li>• Planinarski dom Risnjak</li> <li>• Dom crvenog križa</li> <li>• Casablanca</li> </ul>	
<p>4*:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 Hotel</li> <li>• Academia Hotel</li> <li>• Admiral Hotel</li> <li>• Amadria park hotel Capital</li> <li>• Antunović Hotel East</li> <li>• Antunović Zagreb</li> <li>• Aristos</li> <li>• Art'otel Zagreb</li> <li>• As Hotel</li> <li>• Best Western Premier Astoria</li> <li>• Conopy By Hilton Zagreb Hotel</li> <li>• Diplomat Hotel</li> </ul>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubrovnik – Zagreb</li> <li>• Garden Hotel</li> <li>• Gran Hotel Zagreb</li> <li>• Integralani Hotel Blue</li> <li>• International</li> <li>• Mövenpic Zagreb</li> <li>• Palace Hotel Zagreb</li> <li>• Park 45 Hotel</li> <li>• Phoenix</li> <li>• Puntijar Hotel</li> <li>• Republika Hotel</li> <li>• Zonar zagreb</li> <li>• Zovko</li> </ul>			
<p>3*:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Art Hotel Like</li> <li>• Best Western Hotel Stella</li> <li>• Calypso</li> <li>• Central</li> <li>• Croatia</li> <li>• Delminivm</li> <li>• Domino</li> <li>• Europa Hotel</li> <li>• Galerija Hotel</li> <li>• Gallus Hotel</li> <li>• Jadran</li> <li>• Jägerhorn</li> <li>• Jarun</li> <li>• Laguna</li> <li>• Livris</li> <li>• Magdalena Hotel</li> <li>• Maroon</li> <li>• Meridijan 16</li> <li>• Ntional Hotel</li> <li>• Novi Zagreb Hotel</li> </ul>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orient Zagreb</li> <li>• Raca Hotel</li> <li>• Residence</li> <li>• Sliško</li> <li>• The Loop</li> <li>• Tomislavov dom</li> <li>• Vienna</li> <li>• Vila Tina</li> </ul>			
2*: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fala</li> <li>• Martini</li> <li>• Plitvice</li> </ul>			

Izvor: izradio autor prema: <https://www.infozagreb.hr/hr> (12.3.2024.)

Iz tablice se može jasno vidjeti kako u gradu Zgrebu postoji bogata i raznovrsna ponuda smještajnih objekata koji se nalaze po cijelom gradu i njegovoj okolini te si svaki posjetitelj koji dolazi u posjetu gradu može odabrati smještajni objekt u skladu sa svojim primanjima i preferencijama. U tablici se jasno može vidjeti kako u gradu postoje hoteli sa pet zvjezdica, ali i dalje najviše onih sa četiri zvjezdice, ali ono što je dobro je to da nema ni jednog hotela sa jednom zvjezdicom što je pohvalno i pokazatelj je da se nastoji dizati i ulagati u kvalitetu smještajnih objekata. Također, postoji puno hostela koji su popularni među mlađim generacijama. Pored hotela i hostela ima dovoljan broj prenoćišta i planinarskih domova, dok u privatnom smještaju ima mnogo soba i apartmana, ali zbog velike količine u tablici su navedeni samo neki od njih.

**Tablica 2: Ugostiteljski objekti za prehranu**

Lokalna kuhinja	Internacionalna kuhinja	Pizzerie i grillovi	Pubovi
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restoran Uspinjača</li> <li>• Restoran Lanterna na Dolcu</li> <li>• La Štruk</li> <li>• Mr. MooBar &amp; Restaurant</li> <li>• Stari fijaker</li> <li>• Vallis Aurea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asia Gold</li> <li>• Wok One Restaurant</li> <li>• Kungfu Express</li> <li>• Tekka</li> <li>• Silk Zgreb</li> <li>• Loro Di Napoli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accubo</li> <li>• Restoran Rustica</li> <li>• Batak Grill Cvjetni</li> <li>• R&amp;B Food "Gouse of ribs"</li> <li>• Pizzeria Viva</li> <li>• Vagabund</li> <li>• Batak grill Kvatrić</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Craft Room</li> <li>• Wine Bar Bornstein</li> <li>• Bustan Bar</li> <li>• Pivnica Medvedgrad</li> <li>• Old Pharmacy Pub</li> </ul>

Izvor: izradio autor

Iz tablice se može zaključiti kako grad Zagreb obiluje raznolikom gastronomskom ponudom, s mnoštvom restorana koju nude kako domaću, tako i svjetsku kuhinju. Osim toga, tu su i brojne pizzerie, grill restorani i pubovi koji doprinose bogatstvu izbora. Bitno je istaknuti kako su u tablici navedeni samo neki od tih mjesta što sugerira da je raznolikost još veća.

**Tablica 3: Istaknuti događaji u gradu Zagrebu**

Proljeće	Ljeto	Jesen	Zima
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagreb Guitar Festival</li> <li>• Festival svjetla</li> <li>• Muzički biennale za velike malene</li> <li>• Zagreb International Blues Festival</li> <li>• Festival Svetog Marka</li> <li>• Festival znanosti</li> <li>• Cest is d'best</li> <li>• Zagreb Beer Fest</li> <li>• Gastro Music Fest</li> <li>• Muzeji izvan muzeja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekt Ilica: Q'art</li> <li>• Aquabike european festival</li> <li>• INmusic festival</li> <li>• Međunarodni festival vatrometa</li> <li>• Ljeto u MSU</li> <li>• Fantastic Zagreb Film Festival</li> <li>• Zagreb Classic</li> <li>• Pop Up Summer Graden</li> <li>• Art Park Zgreb</li> <li>• Ljeto na Štrošu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rujanfest</li> <li>• Zagreb Burger Festival</li> <li>• Food Film Festival Zagreb</li> <li>• Festival Svijet na tanjuru</li> <li>• Festival svjetske književnosti</li> <li>• Memorijal Borisa Hanžekovića</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagrebački maraton</li> <li>• Yammatovo</li> <li>• ZFF-Zagreb Film Festival</li> <li>• Zagreb Jazz Festival</li> <li>• Reboot Infogamer</li> <li>• Interliber</li> <li>• Zlatna pirueta</li> <li>• Advent</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagreb Comic Con</li> <li>• International Dance Open</li> <li>• Zagreb Design Week</li> <li>• Zagreb Book Festival</li> <li>• Floraart</li> </ul>			
--	--	--	--

**Izvor:** Izradio autor prema dostavljenim podacima od strane TZGZ, Horwath HTL, 2020., str. 9.

Grad Zagreb kao destinacija nije sezonskog karaktera već ima cjelogodišnji karakter. To u stvari znači kako se tokom cijele godine organiziraju različite izložbe, događanja, koncerti i festivali, a ne samo kroz ljetne mjesece kako je to običaj u većini obalnih gradova. To potvrđuje i prethodno navedena tablica u kojoj su navedeni svi važni događaji koje grad Zagreb organizira. Vrlo je važno ovdje napomenuti kako se neki festivali i događaji organiziraju dugi niz godina i koji su tako reći tradicionalna postava grada Zagreba, a zbog kojih u grad dolaze posjetitelji iz svih krajeva zemlje i svijeta. Neki od istaknutijih su sljedeći: Festival svjetla, Floraart, Projekt Ilica: Q'art, INmusic festival, Ljeto na Štrosu, Rujanfest, Memorijal Borisa Hanžekovića, ZFF-Zagreb Film Festival, Reboot Infogamer, Interliber te Advent.

**Festival svjetla** jedan je od novijih festivala koji se održava u mjesecu ožujku od 2018. godine na više lokacija u užem centru grada Zagreba odnosno na lokacijama Donjeg grada. Postavljene su svjetlosne instalacije, animacije te raznobojni objekti.

**Floraart** međunarodna je vrtna izložba koja se održava krajem svibnja i početkom lipnja i ujedno je to i najveći hortikulturni događaj u ovom dijelu Europe na koji dolazi veliki broj kako domaćih tako i inozemnih izlagača. Prvi Floraart održan je na Gornjem gradu 1966. godine pod organizacijom Večernjeg lista. Od 2006. godine festival se seli na Bundek gdje se festival održava i dan danas, a ulaz je besplatan.

**Projekt Ilica: Q'art** bavi se transformacijom napuštenih javnih prostora u središtu Zagreba, odnosno njegovoj glavnoj ulici Ilici. Sam projekt započeo je 2000. godine s ciljem dugoročne

promjene urbanog iskustva kroz društveno djelovanje umjetnika, udruga, sveučilišta, obrta i građana unutar zajednice.<sup>9</sup>

**INmusic festival** glazbeni je festival koji se održava krajem mjeseca lipnja na jezeru Jarun. To je ujedno i najveći open air festival u Hrvatskoj koji se upisao na kartu jednih od najboljih europskih festivala na otvorenom. Na festivalu nastupaju svjetski poznati izvođači te je sam festival osvojio i mnogo nagrada. Ono po čemu je festival poznat je Teslin toranj koji je visok 30 metara koji spaja znanost, kulturu, umjetnost i obrazovanje te funkcionira i kao posebna audio-vizualna pozornica.<sup>10</sup>

**Ljeto na Štrosu** događaj je koji se odvija u večernjim satima na Strossmayerovom šetalištu na Gornjem gradu. Ujedno je ovo i najdulja kulturno-turistička manifestacija u gradu Zagrebu. Tokom trajanja ove manifestacije, održavaju se razne lutkarske predstave za djecu, nastupaju brojni izvođači. Također, mogu se probati i brojni kokteli, vina i craft piva te pojesti sladoled ili burgeri i druge delicije.

**Rujanfest** je gastronomsko-glazbeni festival koji se održava u mjesecu rujnu na jezeru Bundek. Na sedam pozornica nastupaju brojni poznati izvođači, a pored toga nalazi se i gourmet zona u kojoj se mogu kušati razne delicije. Također, za one najmlađe postavljen je i lunapark.

**Memorijal Borisa Hanžekovića** najstarija je sportska priredba koja se održava u mjesecu rujnu od davne 1951. godine u čast poginulom atletičaru Borisu Hanžekoviću. Sam miting održava se na tri lokacije, a to su: Trg bana Josipa Jelačića, Gradske fontane i stadion Mladosti uz Savu. Na mitingu sudjeluju najbolji svjetski atletičari i olimpijci.

**ZFF-Zagreb Film Festival** održava se u studenome i jedan je od najposjećenijih kulturnih manifestacija i ujedno i najveći međunarodni filmski festival u Hrvatskoj. Na festivalu se predstavljaju domaći i međunarodni nezavisni filmovi te debitantski radovi redatelja i redateljica iz cijelog svijeta.

**Reboot Infogamer** najveći je gaming sajam u ovom dijelu Europe koji se prostire na čak tri paviljona Zagrebačkog velesajma, a održava se u studenome. Na sajmu se mogu vidjeti i isprobati nove videoigre, simulatori, nova oprema za igranje videoigrica i tako dalje.

---

<sup>9</sup> Prema: <https://projektilica.com/o-projektu-2019/> (2.5.2024.)

<sup>10</sup> Prema: <https://www.inmusicfestival.com/about> (2.5.2024.)

**Interliber** je sajam knjiga koji se također održava na Zagrebačkom velesajmu te je to ujedno i najveća književna manifestacija u Hrvatskoj gdje se promoviraju knjige, pisci, te se razmjenjuju znanja i iskustva. Sajam se održava punih 45 godina, a ulaz je besplatan.

**Advent** božićni je sajam koji započinje krajem studenog i završava početkom siječnja. Tri godine za redom proglašen je najboljim božićnim sajmom u Europi, a cijeli je događaj raspoređen na nekoliko lokacija u užem centru grada.

## 4.2. Analiza turističke potražnje

Kada se govori o turističkim trendovima, analizirani su faktori kao što si posjećenost, dolasci i boravci turista. Razina razvijenosti destinacije i opseg događanja, koji se manifestiraju kroz ponudu, mogu direktno utjecati na količinu turističke aktivnosti koja se mijenja iz godine u godinu. Za razliku od većine obalnih gradova, Zagreb nije ograničen sezonskim turizmom; umjesto toga tijekom cijele godine nudi različite manifestacije i događaje. U priloženoj tablici prikazani su brojevi dolazaka i noćenja turista u gradu Zgrebu od 2021. do 2023. godine.

**Tablica 4: Dolasci i noćenja turista u gradu Zagrebu**

	DOLASCI			NOĆENJA		
	2021.	2022.	2023.	2021.	2022.	2023.
Domaći turisti	133.102	176.296	264.961	276.463	338.667	479.789
Strani turisti	377.386	725.134	1.035.733	842.909	1.529.507	2.027.665
UKUPNO	510.488	901.430	1.300.694	1.119.372	1.563.373	2.507.454

**Izvor.** Izradio autor pomoću podataka iz sustava eVisitor

Iz tablice se može zaključiti kako grad Zagreb posjećuju ponajviše strani turisti te ih je najviše bilo 2023. godine njih čak 1.035.733 te su ostvarili i najviše noćenja iste godine njih čak 2.027.665. Posjećenost Zagreba od domaćih turista nije toliko zastupljena kao kod stranih, ali može se vidjeti kako iz godine u godinu i ta brojka lagano raste što je vrlo pohvalno.

**Tablica 5: Proračun grada Zagreba (2014.-2020.)**

UKUPNO U MIL. KUNAMA		2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
	UK. PRIHODI	6.650,64	6.206,27	6.427,02	6.571,57	7.280,21	7.628,71	7.331,13
	UK. RASHODI	7.633,23	6.098,43	6.680,22	6.949,50	7.568,89	8.082,32	7.862,30
	DEFICIT/SUFICIT	-982,59	107,84	-153,20	-377,94	-288,68	-453,61	-531,6

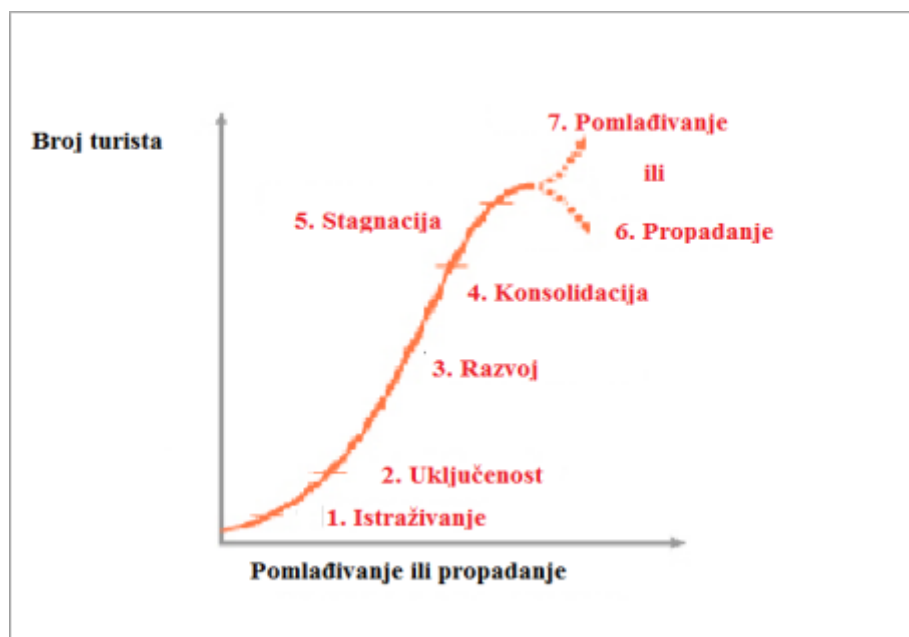
**Izvor:** podaci preuzeti sa stranice: <https://www.ijf.hr/hr/transparentnost-2022/karta> (12.3.2024.)

Iz prethodno dane tablice može se jasno vidjeti kako grad Zagreb raspolaže sa velikim proračunom, no u većini slučajeva kroz protekle godine ima više rashoda nego prihoda što rezultira velikim deficitom. Jedina godina kojoj je grad Zagreb poslovao u suficitu bila je 2015. godina.

### 4.3. Životni ciklus destinacije

Svaka turistička destinacija uključujući i grad Zagreb, prolazi kroz svoj jedinstveni životni ciklus koji je oblikovan kroz šest faza: rađanje, rani rast, zrelo razdoblje i pad. Bez adekvatnog planiranja i upravljanja, turističke destinacije sklonije su opadanju u kvaliteti koju nude svojim posjetiteljima. Butler je predložio model razvojnih faza destinacije, koji se temelji na konceptu životnog ciklusa proizvoda, koji obuhvaća sedam ključnih faza: istraživanje, uključivanje, razvoj, konsolidacija, stagnacija te konačno pad ili revitalizacija. Ovaj model naglašava potrebu za stalnim praćenjem i prilagodbama kako bi se osigurala održavanje vitalnosti turističke destinacije tijekom vremena.

Slika 3: Razvojne faze destinacije prema Bulteru



**Izvor:** izradio autor prema: Butler, R. W. (1980): The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for management of resources, Canadian Geographer, Vol. 24, No. 1, str. 7.

Obilježja prethodno navedenih faza mogu se opisati na sljedeći način:

1. **Istraživanje:** U ovoj fazi, samo mali broj turista dolazi u posjet određenom području. Područje je još uvijek netaknuto i očuvano s vrlo malo turističkih sadržaja i infrastrukture.
2. **Uključenost:** Lokalno stanovništvo počinje nuditi osnovne usluge i sadržaje za posjetitelje. Polako se oblikuje prepoznatljiva turistička sezona.
3. **Razvoj:** Zemlja koja je domaćin počinje aktivno razvijati i promovirati područja koja sada postaju prepoznata kao značajne turističke destinacije.
4. **Konsolidacija:** Područje nastavlja privlačiti turiste, ali se stopa rasta broja posjetitelja smanjuje. U ovoj fazi često dolazi do napetosti između lokalnog stanovništva i turista.
5. **Stagnacija:** Turistički sadržaji i infrastruktura počinju pokazivati znakove starosti i propadanja, a broj turista počinje se naglo smanjivati.
6. **Pomlađivanje:** Postoji mogućnost novih ulaganja te modernizacije destinacije što uvelike može poboljšati njenu atraktivnost i ponovo povećati broj posjetitelja.
7. **Propadanje:** Ukoliko ne dođe do pomlađivanja, destinacija postepeno propada, a kao posljedica toga je gubitak radnih mjesta za ljude koji su vezani uz turizam.

S obzirom na analizirane i prikazane podatke o turističkoj ponudi i potražnji za grad Zagreb i navedene i objašnjene faze životnog ciklusa turističke destinacije, može se reći kako je grad Zagreb trenutno u dvije faze istovremeno. Te dvije faze su konsolidacija i stagnacija. U konsolidaciji je zato što nakon pandemije korona virusa broj posjetitelja je porastao i stagnirao, ali ne značajno kako je to bilo prije pandemije. Što se pak stagnacije tiče, grad Zagreb posjetiteljima nudi mnogo atrakcija i sadržaja koje posjetitelji mogu posjetiti tijekom cijele godine, no u posljednjih nekoliko godina nije se otvorila ili predstavila nova atrakcija što svakako nije u redu. Također, ponuda smještaja i ugostiteljskih objekata za prehranu je u redu, ali isto tako nije predstavljen ni jedan novitet na tržištu. A kada je riječ o manifestacijama, tu bi se čak Advent u gradu Zagrebu mogao naći i u fazi blagog propadanja zato što u protekle tri godine sama ukrašenost i broj lokacija adventa se smanjuje, gastronomska ponuda je svugdje ista i cijene su visoke pa sve zajedno to izgleda siromašno i nedopustivo u odnosu na ostale europske metropole koje su nam konkurenti za advent.

## 5. SWOT analiza

SWOT analiza koristan je alat za procjenu situacije u poduzeću ili destinaciji. Koristeći SWOT analizu, identificiraju se ključni faktori iz vanjskog okruženja koji mogu biti prilike ili prijetnje, te faktori iz unutarnjeg okruženja koji se mogu smatrati snagama ili slabostima. Snage predstavljaju pozitivne inertne čimbenike koji mogu pomoći u ostvarenju strateških ciljeva, dok slabosti ukazuju na područja koja zahtijevaju poboljšanje radi suočavanja s izazovima.

Kada se razmatraju snage ili prednosti grada Zagreba u usporedbi s drugim gradovima, važno je fokusirati se na jedinstvene karakteristike koje ga čine privlačnim i razlikuju ga od ostalih. Identificiranje slabosti ili nedostataka destinacije zahtijeva prepoznavanje svih elemenata koji mogu narušiti njen položaj na tržištu te ih pritom promijeniti kako bi destinacija postala konkurentnija.

Prilike grada Zagreba obuhvaćaju neiskorištene potencijale grada koji postoje, ali nisu potpuno iskorišteni ili promovirani. Razvoj grada može se poticati kroz iskorištavanje ovih prilika. S druge strane, prijetnje koje se pojavljuju iz okoline nešto su na što grad ne može direktno utjecati. U nastavku se može vidjeti detaljna analiza prilika, prijetnji, snaga i slabosti grada Zagreba.

Tablica 6: SWOT analiza grada Zagreba

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• bogata povijesna i kulturna baština</li> <li>• pristupačne cijene smještaja</li> <li>• visoki broj poslovnih subjekata i poduzetnika</li> <li>• odlična pokrivenost urbanih područja komunalnom infrastrukturom</li> <li>• dobra prostorna pokrivenost javnim prijevozom</li> <li>• raznovrsna prirodna osnova</li> <li>• arhitektonska baština</li> <li>• raznoliki i očuvani prirodni resursi: savski vodonosnik, šume, poljoprivredno tlo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neučinkovita promocija kulturnih i prirodnih znamenitosti (npr. niska posjećenost muzeja)</li> <li>• loše održavanje građevinske baštine, posebno povijesnog središta grada</li> <li>• izostanak integriranog sustava javnog prijevoza za Zagreb i okolicu</li> <li>• slab odaziv i promocija događanja</li> <li>• zapošljavanje stranih radnika</li> <li>• manjak sportskih i rekreativnih objekata, njihova dotrajalost i nejednaka raspodjela</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pristupanjem države europskoj uniji otvaraju se nove mogućnosti za financiranje i modernizaciju turističke ponude</li> <li>• rastuća svijest o važnosti zaštite okoliša dovodi do pokretanja raznih međunarodnih programa i projekata kao izvora financijskih sredstava</li> <li>• proširenje ponude noćnog života i organizacije većeg broj koncerata i manifestacija za mlade s ciljem privlačenja mlađih turista</li> <li>• organiziranje međunarodnih sportskih i kulturnih događanja</li> <li>• globalni trendovi povećanje potražnje za urbanim, kulturnim, kongresnim, zdravstvenim i agroturizmom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opasnost o seizmičkih aktivnosti</li> <li>• manjak sredstava za obnovu i očuvanje povijesnog dijela grada (propadanje arhitektonske baštine)</li> <li>• ekspanzija grada bez urbanističkog plana</li> <li>• pretjerana izgradnja i nadogradnja modernih objekata u povijesnom centru (gubitak gradskog identiteta)</li> <li>• konkurencija drugih europskih gradova u prijavama i korištenju sredstava iz EU fondova</li> <li>• globalna i nacionalna ekonomska kriza te opća kriza vrijednosti</li> <li>• zavisnost razvojnih strategija, projekata i programa o političkim promjenama i političkoj volji u gradu</li> </ul>

Iz SWOT analize može se vidjeti kako je jedna od glavnih snaga grada Zagreba bogato povijesno kulturno naslijeđe što svakako potvrđuju razni stilovi gradnje, spojevi raznih kultura i vjera koji zajedno djeluju u sinergiji. Također, sam grad vrlo je dobro pokriven mrežom javnog prijevoza te se s lakoćom može doći s jednog kraja grada na drugi.

Kao jedna od većih slabosti grada Zagreba je nedovoljno održavanje povijesne jezgre i graditeljske baštine što je rezultiralo velikim uništenjem i urušavanjem zgrada kada je Zagreb pogodio snažan potres. Posljedica toga je što se sada sve te zgrade u centru grada obnavljaju i ne mogu se dobro vidjeti pošto su pod skelama te to svakako narušava vizuru grada i sve se čini

kao jedno veliko i opasno gradilište što posjetiteljima svakako nije privlačno. U današnje vrijeme svjedočimo sve većem dolasku stranih radnika i to ponajviše iz Azije ne samo u grad Zagreb već i u ostatak Hrvatske i to u području uslužnih djelatnosti. Problem koji tu nastaje je problem u sporazumijevanju. Naime da bi se dobila radna dozvola za stranog radnika nije potrebno poznavati hrvatski jezik pa tako onda strani zaposlenici mogu pričati engleskim jezikom dok domaće stanovništvo pogotovo ono starije ga ne priča pa ne mogu onda dobro komunicirati. Isto tako kao jedna od većih slabosti grada Zagreba je i slabo održavanje ili gradnja novih sportskih i rekreativnih objekata. Najviše se toga izgradilo za vrijeme Jugoslavije i Univerzijade, a u novije doba za vrijeme održavanja svjetskog prvenstva u rukometu koje se održalo 2009. godine kada je za tu priliku izgrađena Arena Zagreb.

Kod prilika za grad Zagreb, poželjno bi bilo istaknuti svjetski trend u potražnji za kongresnim i zdravstvenim turizmom. Grad raspolaže sa kongresnim dvoranama koje su većinom u sklopu hotela te nacionalne i sveučilišne knjižnice te u sklopu Zagrebačkog velesajma, ali i Kaptol centra koji je ujedno i shopping centar, no nisu dovoljno velike ili opremljene suvremenom tehnologijom te upravo zbog toga ne bi bilo loše pronaći dobru lokaciju i na njoj izgraditi jedan veliki kongresni centar sa svim pripadajućim sadržajima. S druge strane, kada je riječ o zdravstvenom turizmu, u gardu postoji veliki broj bolnica, bolničkih centara, privatnih klinika i poliklinika koje su specijalizirane većinom za estetsku kirurgiju. Velika bi se prednost dobila kada bi se obnovio najveći zapušteni bolnički kompleks na Blatu, a to je Sveučilišna bolnica koja nikad nije dovršena. Kada bi se to obnovilo smanjile bi se liste čekanja, poboljšale bi se medicinske i zdravstvene usluge, te bi to bio jedan od većih kompleksa u Europi te bi upravo zbog toga na liječenje dolazili i strani državljani i dobio bi se pristup novom tržištu.

Naposljetku, najveća prijetnja gardu Zagrebu je upravo potres. Potres kao pojava je teško predvidjeti kao i njegu jačinu i destrukciju zbog čega se grad može svrstati u potencijalno nesiguran grad što svakako nije dobro za turizam. Pored potresa tu je i izgradnja novih modernih zgrada u užem centru grada koje se ne uklapaju u povijesni stil gradnje koja je tamo zastupljena te se automatski time narušava vizura grada i gubi se njegova originalnost. Zatim tu je i širenje grada bez valjanog urbanističkog plana koji onda omogućuje gradnju modernih zgrada u užem centru grada, a on bi to trebao zabraniti i omogućiti gradnju novih zgrada u postojećem stilu. I kao zadnja važnija prijetnja je inflacija. Zbog rasta cijena životni standard se smanjuje i većina ljudi si ne može priuštiti vlastiti stan ili kuću zbog toga što je cijena kvadrata izuzetno velika, a u gradu Zagrebu je jedna od najvećih u Hrvatskoj te zbog toga Zagrebu prijeti depopulacija stanovništva i odlazak ljudi i manja i jeftinija mjesta gdje je životni standard veći i kvalitetniji.



## **6. Strateško upravljanje destinacijom grada Zagreba**

Strateško upravljanje praksa je koja svoje korijene vuče još od početaka ljudske civilizacije. Kroz različite epohe, mnogi stručnjaci definirali su suštinu strateškog upravljanja. Njegove ključne komponente i načine na koje se može primijeniti kako bi se osigurala visoka razina učinkovitosti.

U svojoj osnovi, strateško upravljanje predstavlja proces donošenja ključnih odluka koje oblikuju dugoročno funkcioniranje i poslovnu politiku organizacije. Taj proces uključuje nekoliko važnih koraka: identifikaciju i analizu ključnih faktora i mogućnosti, oblikovanje odgovarajućih strategija i ciljeva, implementaciju tih strategija te kontinuirano praćenje i evaluaciju izvedbe kako bi se osigurao napredak prema postavljenim ciljevima.

Ukratko, strateško upravljanje obuhvaća aktivno planiranje i vođenje organizacije prema postavljenim ciljevima i viziji za budućnost, omogućujući organizaciji da se prilagođava promjenjivim uvjetima i iskoristi dostupne prilike na najbolji mogući način.

### **6.1. Uloga turističkih zajednica**

Razvijanje vlastitih proizvoda, poboljšavanje ponude te širenje djelokruga prirodni su koraci koje svaka turistička destinacija mora poduzeti kako bi privukla što je više moguće posjetitelja. Da bi privukle potencijalne goste i postigle pozitivne nacionalne i regionalne ekonomske učinke turizma, destinacije moraju biti fleksibilne, prilagođavati se promjenama te kreirati nove proizvode.

U razvoju turističke destinacije, značajan čimbenik su sami turisti. Uz razvoj tehnologije i široko dostupnim informacijama, turisti postaju sve obrazovaniji i upravo zbog toga i sve zahtjevniji. Kao posljedica toga, turisti očekuju personalizirani pristup te obilje mogućnosti prilikom posjeta odabrane turističke destinacije.

U Republici Hrvatskoj, koncept turističkih zajednica obuhvaća: zajednice mjesta, općina, gradova, regija, županija te turističku zajednicu grada Zagreba i Hrvatsku turističku zajednicu.

U upravljanju razvojem turističke destinacije, ključnu ulogu imaju turističke zajednice. U Hrvatskoj postoji dvostruki sustav turističkih zajednica. Lokalne turističke zajednice osnivaju se na području određene lokalne samouprave, dok na regionalnoj razini djeluju regionalne turističke zajednice, pokrivajući područje regionalne samouprave. Takav dvostruki sustav omogućuje jedno učinkovito vođenje svih turističkih aktivnosti kako na lokalnoj tako i na regionalnoj razini te promicanje turizma na svim razinama.

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:<sup>11</sup>

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Za provođenje navedenih odgovornosti i zadaća turističkih zajednica, odgovorna su sljedeća tijela:

- skupština
- turističko vijeće
- nadzorni odbor
- predsjednik turističke zajednice

Svi prethodno navedeni sudionici imaju svoju svrhu u legalnom obavljanju djelatnosti. Skupština, kao najviše tijelo turističke zajednice redovito se sastaje kako bi se usvojili različiti programi rada i poslovanje, pri čemu se zastupaju interesi članova skupštine.

---

<sup>11</sup> Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_05\\_52\\_990.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_05_52_990.html) (18.3.2024.)

Turističke zajednice u Hrvatskoj trebale bi slijediti načela održivog razvoja, što podrazumijeva pažljivo planiranje i provedbu turističkih strategija uzimajući u obzir dobrobit lokalnog stanovništva te zaštitu okoliša. Održivost zapravo znači da sve aktivnosti moraju biti usmjerene na dugoročnu korist svih strana koje su uključene, uključujući lokalnu zajednicu, posjetitelje te prirodni okoliš. Ključno je da se pri razvoju turizma balansira između ekonomskog rasta i očuvanja prirodnih resursa, tako da koristi od turizma budu ravnomjerno raspodijeljene i da ne dođe do degradacije okoliša. Turističke zajednice trebaju promovirati odgovorno ponašanje među turistima te ih poticati na sudjelovanje u aktivnostima koje podržavaju lokalnu kulturu i tradiciju čime bi se doprinijelo ostvarenju cilja općeg dobra te stvaranju održive turističke zajednice.

## **6.2. Uloga turističkih zajednica grada Zagreba**

U gradu Zgrebu, nalaze se „Turistička zajednica grada Zagreba“, „Turistički informativni centri“ i „Turistička zajednica zagrebačke županije“. Turistička zajednica grada Zagreba nalazi se na adresi Kaptol ulica 5, čija je direktorica dr. sc. Martina Bienenfeld. Turistički informativni centri nalaze se na Trgu bana Josipa Jelačića, kuli Lotrščak te u zračnoj luci Franjo Tuđman. Turistička zajednica Zagrebačke županije nalazi se na adresi Preradovićeve ulica 42, a direktorica je Ivana Alilović.

Upravljanje turističkom destinacijom zahtijeva dobro definirane strateške dokumente. Jedan od takvih ključnih dokumenata je „Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027. godine“, koji je javno dostupan na internetskim stranicama Zagrebačke županije. Ovaj plan obuhvaća ciljeve poput razvoja poticajnog poduzetničkog okruženja, unapređenja kontinentalnog turizma, poboljšanja infrastrukture i kvalitete života.

Turistička zajednica grada Zagreba postavlja kratkoročne i dugoročne ciljeve u skladu sa zadacima lokalnih turističkih zajednica, propisanim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Misija, vizija i ciljevi grada Zagreba kao turističke destinacije provode se kroz djelovanje turističke zajednice s ciljem osiguravanja što kvalitetnijeg i ugodnijeg boravka za sve stanovnike i posjetitelje Zagreba.

Misija, vizija i ciljevi turističke zajednice grada Zagreba mogu biti formulirani na sljedeći način:

Misija:

Turistička zajednica grada Zagreba posvećena je promicanju i unapređenju turističke ponude, kulture i atrakcija u Zagrebu te pružanju visokokvalitetnog iskustva posjetiteljima i turistima.

Vizija:

Želimo postati vodeća destinacija u regiji koja privlači posjetitelje iz cijelog svijeta svojom bogatom kulturnom baštinom, raznolikom turističkom ponudom te izvrsnom uslugom.

Ciljevi:

1. Povećanje broja turista i posjetitelja kroz ciljane marketinške kampanje i promociju atrakcija i događanja u gradu
2. Unapređenje infrastrukture i turističkih sadržaja radi pružanja boljeg iskustva posjetiteljima
3. Diversifikacija turističke ponude kako bi se privukli različiti segmenti turista i produžilo vrijeme boravka
4. Stvaranje održivog turizma koji poštuje kulturnu baštinu, okoliš i lokalnu zajednicu
5. Suradnja s lokalnim dionicima, uključujući hotele, restorane, muzeje i druge subjekte, radi jačanja turističke industrije i zajedničkog prosperiteta.

Lokalne turističke zajednice igraju ključnu ulogu u unapređenju turističkih ponuda na svojim područjima. Njihova glavna zadaća je sudjelovanje u planiranju i realizaciji važnih javnih investicijskih projekata koji poboljšavaju turizam. Također, aktivno podupiru projekte koji su usmjereni na povećanje konkurentnosti destinacija na tržištu. Ovi napori rezultiraju stvaranjem aktivnih turističkih proizvoda i ponuda koje privlače posjetitelje i potiču lokalni turizam.

Osim toga, nastoje uskladiti i učinkovito komunicirati s privatnim i javnim dionicima unutar destinacije. Takve aktivnosti potiču razvoj različitih aspekata turističke ponude, naglašavajući atraktivnosti destinacije tijekom cijele godine. Ključni faktor je osiguravanje visoke kvalitete turističke ponude i aktivno sudjelovanje u razvoju turističkih strategija. Također je važno upravljati javnom turističkom infrastrukturom i surađivati na provedbi marketinških projekata koje definira nacionalna turistička zajednica.

Druga odgovornost lokalnih turističkih zajednica uključuje prikupljanje i analizu podataka putem istraživanja te promociju destinacije putem društvenih mreža i web stranica. Također, potrebno je sudjelovati u sustavim za prijavu gostiju i drugim turističkim informacijskim sustavima što uključuje vođenje evidencije o posjetiteljima i raznim oblicima turističke ponude.

Posljednji zadatak lokalnih turističkih zajednica je distribucija, što podrazumijeva suradnju s regionalnim turističkim zajednicama u operativnim marketinškim aktivnostima te pripremu i slanje podataka o turističkoj ponudi regionalnim i nacionalnim turističkim zajednicama.

### **6.3. Strateški dokument razvoja turizma grada Zagreba**

Upravljanje poduzećem, a posebice turističkom destinacijom nikako nije moguće bez odgovarajućeg i važećeg strateškog dokumenata. Na internetskim stranicama grada Zagreba može se pronaći dokument pod nazivom „Plan razvoja grada Zagreba za razdoblje 2021.-2027.“ te na internetskim stranicama Zagrebačke županije može se pronaći javno dostupan dokument pod nazivom „Plan razvoja zagrebačke županije za period 2021.-2027.“ u kojima je detaljno opisano što se želi ostvariti u zadanom periodu.

Plan razvoja grada Zagreba za razdoblje 2021.-2027. je srednjoročni strateški dokument koji je osmišljen kako bi se uspjele odrediti smjernice za budući razvoj grada te kako bi se ujedno mogao koristiti i kao strateška podloga za korištenje sredstava iz EU fondova. Ovaj plan definira viziju budućeg razvoja grada, uzimajući u obzir globalne izazove kao što su klimatske promjene, degradacija okoliša te potencijalne nove zdravstvene krize.

U procesu izrade plana posebna pažnja posvećena je ublažavanju posljedica koronavirusa i potresa koji je pogodio Zagreb 2020. godine. Temeljni dio plana čini strateški okvir koji je definiran u skladu s razvojnim potrebama i potencijalima grada, a temelji se na prethodno provedenoj analizi stanja i SWOT analizi.

Plan razvoja sastoji se od četiri ključna prioriteta javne politike te uključuje 17 posebnih ciljeva i pripadajuće mjere. Ovi prioriteti i ciljevi postavljeni su kako bi osigurali sveobuhvatan i održiv razvoj grada Zagreba, istovremeno omogućujući prilagodbu grada na buduće izazove i optimalno korištenje dostupnih resursa.

Plan razvoja usklađen je s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine, a temelji se na integraciji ciljeva, mjera te aktivnosti iz svih sektora društva i gospodarstva. Pri tome, uzimaju se u obzir nacionalni razvojni smjerovi te strateški ciljevi kako bi Hrvatska optimalno iskoristila svoje potencijale te ubrzala razvoj. Takav pristup proizašao je

iz interaktivnog dijaloga predstavnika svih segmenata zajednice stvarajući osnovu za razvoj Plana razvoja.<sup>12</sup>

Priprema Plana razvoja Zagrebačke županije za razdoblje 2021.-2027. godine započela je već u prvoj polovici 2019. godine kako bi se spremili za novo programsko razdoblje s obzirom na to da je Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije trajala do kraja 2020. godine. Do sredine 2020. godine utvrđene su već bile razvojne potrebe i potencijali te su definirani ključni smjerovi razvoja za budućnost.

Zagrebačka županija odgovorna je za izradu Plana razvoja Zagrebačke županije za razdoblje od 2021. do 2027. godine, dok je vođenje cijelog postupka povjereno regionalnom koordinatoru, Razvojnoj agenciji Zagrebačke županije. Za izradu ovog plana formirana je Radna skupina koja broji 31 člana, među kojima su predstavnici upravnih tijela Zagrebačke županije, ustanova i trgovačkih društava osnovanih od strane Zagrebačke županije, Hrvatske gospodarske komore – Komore Zagreb, Obrtničke komore Zagreb te Regionalnog ureda Zagreb Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.<sup>13</sup>

Plan razvoja Zagrebačke županije posebice će pridonijeti provedbi Nacionalne razvojne strategije (NRS) u njegovom razvojnom smjeru 4. „Ravnomjieran regionalni razvoj“ koji je detaljno razrađen kroz dodatna dva strateška cilja (SC), a to su:<sup>14</sup> SC 12. Razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima (razvoj potpomognutih i brdsko-planinskih područja) i SC 13. Jačanje regionalne konkurentnosti (pametna specijalizacija i jačanje pozicije regionalnog gospodarstva u globalnim lancima vrijednosti).

Ostvarenjem prethodno navedenih strateških ciljeva dotaknut će se i problematika potpomognutih područja, ali i samim time će se povećati kvaliteta života na takvim područjima te će se ojačati pozicija regionalnog gospodarstva.

---

<sup>12</sup> Prema: Plan razvoj grada Zagreba za razdoblje 2021.-2027.,

<https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/001/Nacr%20Plana%20razvoja%20Grada%20Zagreba%202021.%20-%202027..pdf>, str. 1. (19.3.2024.)

<sup>13</sup> Prema: Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027., [https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer\\_public/3f/e0/3fe0a165-7cd5-47d2-a831-02ae7c94617b/11\\_privitak\\_-\\_plan\\_razvoja\\_zagrebacke\\_zupanije\\_za\\_period\\_2021-2027.pdf](https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/e0/3fe0a165-7cd5-47d2-a831-02ae7c94617b/11_privitak_-_plan_razvoja_zagrebacke_zupanije_za_period_2021-2027.pdf), str. 5. (19.3.2024.)

<sup>14</sup> Op.cit. str. 47.

Dodatno, provedbom Plana razvoja Zagrebačke županije aktivno će se doprinijeti i postizanju ostalih strateških ciljeva iz NRS-a, a posebice:<sup>15</sup>

- SC 1. Konkurentno i inovativno gospodarstvo
- SC 2. Obrazovani i zaposleni ljudi
- SC 3. Učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom
- SC 5. Zdrav, aktivan i kvalitetan život
- SC 8. Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost
- SC 9. Samodostatnost u hrani i razvoju biogospodarstva

---

<sup>15</sup> Op.cit. str. 6.

## Zaključak

Grad Zagreb destinacija je koja ima bogatu kulturnu baštinu te prirodne ljepote pomoću kojih dobiva potencijal za razvoj različitih oblika turizma. Tijekom cijele godine odvijaju se različite manifestacije, izložbe, koncerti i događaji koji su prilagođeni svim uzrastima te naravno tu je i advent koji je vrlo popularan posljednje vrijeme. Upravo zbog bogate raznovrsnosti događaja svatko će pronaći nešto što mu se sviđa i odgovara. Zagreb kao grad ima veliku prednost zbog svog prometnog položaja i prometne povezanosti, a ujedno je i veliko željezničko čvorište. Zahvaljujući dobroj prometnoj povezanosti, grad Zagreb je povezan sa svim većim i bitnim kako europskim tako i svjetskim metropolama.

U gradu postoji puno smještajnih objekata u svim vrstama i kategorijama, ali najviše je onog sa četiri i tri zvjezdice kada govorimo o hotelskom i privatnom smještaju. Poželjno bi bilo kada bi se u gradu otvorio još koji hotel s pet zvjezdica te ne bi bilo loše pokušati otvoriti i kamp. Ponuda ugostiteljskih objekata za prehranu ima mnogo te je pohvalno što se u gradu nalaze restorani koji nude tradicionalna i autohtona jela koja su poznata u tom kraju te pored njih tu su i restorani koji nude internacionalnu kuhinju.

U današnje vrijeme, neki od najvećih izazova za grad Zagreb uključuju pronalaženje rješenja za zbrinjavanje nagomilanog otpada, problem starenja i smanjenja broja stanovnik te prekomjernu gradnju i modernizaciju povijesnog centra što rezultira gubitkom gradskog identiteta. Također, obnova zgrada oštećenih u potresu 2020. godine predstavlja značajan izazov. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju, otvorile se nove mogućnosti za financiranje obnove i razvoja turističke ponude, organizaciju međunarodnih sportskih i kulturnih događaja, te povećanu ekološku svijest koja vodi do međunarodnih programa i projekata kao izvor financiranja što je izuzetno korisno za grad poput Zagreba.

Zagreb kao turistička destinacija nudi bogatu povijest, veliki broj znamenitosti, te gastronomske užitke koji će zadovoljiti i najveće kritičare. Upravo zbog toga, grad Zagreb nalazi se na listi najposjećenijih gradova na Balkanskom poluotoku. Uz kontinuirani razvoj i rješavanje postojećih izazova, grad Zagreb ima potencijal postati još privlačnija destinacija za turiste iz cijelog svijeta.



## Literatura

### Knjige:

1. Cetinski, V: Strateško upravljanje razvojem turizma i organizacijska dinamika, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2005.
2. Čavlek, N., Mato B., Darko P., Oliver K.: Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
3. Jovičić, Dobrica Z.: „From the Traditional Understanding of Tourism Destination to the Smart Tourism Destination „, Current Issues in Tourism 22 (3): 276-282
4. Magaš, D., Ksenija V., Zrinka Z.: Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018.
5. Magaš, D.: Destinacijski menadžment: modeli i tehnike, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2008.
6. Stipanović, C.: Konceptija i strategija razvoja u turizmu: sustavi i poslovna politika, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija, 2006.

### Internetske stranice:

1. Grad Zagreb službene stranice: <https://zagreb.hr/>
2. Državni zavod za statistiku: <https://dzs.gov.hr/>
3. Institut za turizam: <https://iztztg.hr/hr/>
4. Ministarstvo turizma i sporta: <https://mint.gov.hr/>
5. Turistička zajednica grada Zagreba: <https://www.tzgz.hr/>

### Zakon:

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_05\\_52\\_990.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_05_52_990.html)

## Popis ilustracija

### Slike

<b>Slika 1: Model koncepcije razvoja</b> .....	4
<b>Slika 2: Dobna struktura stanovnika grada Zagreba 2021.</b> .....	13
<b>Slika 3: Razvojne faze destinacije prema Bulteru</b> .....	22

### Tablice

<b>Tablica 1: Ponuda smještajnih objekata grada Zagreba</b> .....	14
<b>Tablica 2: Ugostiteljski objekti za prehranu</b> .....	17
<b>Tablica 3: Istaknuti događaji u gradu Zagrebu</b> .....	18
<b>Tablica 4: Dolasci i noćenja turista u gradu Zagrebu</b> .....	21
<b>Tablica 5: Proračun grada Zagreba (2014.-2020.)</b> .....	21
<b>Tablica 6: SWOT analiza grada Zagreba</b> .....	25