

Urbani turizam u Zagrebu

Dujmović Šulc, Maja

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:191:559598>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-04**



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

MAJA DUJMOVIĆ ŠULC

Urbani turizam u Zagrebu

Urban tourism 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 turizmu

Urbani turizam u Zagrebu

Urban tourism in Zagreb

Završni rad

| | | | |
|----------|--|---------------|---------------------------|
| Kolegij: | Turistička geografija | Student: | Maja DUJMOVIĆ ŠULC |
| Mentor: | Izv. prof. dr. sc. Hrvoje GROFELNIK | Matični broj: | 25447/20 |

Opatija, rujan 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

Maja Dujmović Šulc

0066171757

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Urbani turizam 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/>.

Dujmović Šulc

U Opatiji, 10. rujna 2024.

Potpis studenta

Sažetak

U radu se istražuje urbani turizam u Gradu Zagrebu, jedan od najbrže rastućih oblika turizma u svijetu i oblik turizma koji sve više poprima obilježja masovnosti. Ciljevi rada su bili klasificirati turističke atrakcije u Zagrebu, utvrditi dosadašnji razvoj turizma i analizirati trenutni stupanj razvoja urbanog turizma u Zagrebu. Nakon teorijskog pristupa urbanom turizmu i pregleda općih obilježja Grada Zagreba, u prvom dijelu rada izrađena je klasifikacija turističkih atrakcija u Zagrebu prema Kušenovoj (2002) metodologiji te su izdvojene atrakcije prema hijerarhiji turističke atraktivnosti. U drugom dijelu rada prikazan je dosadašnji razvoj turizma u Zagrebu, od početka 20. stoljeća, s naglaskom na razdoblje nakon Drugog svjetskog rata. U trećem dijelu rada analizira se suvremeni razvoj turizma u Zagrebu, s usporedbom razdoblja neposredno prije pandemije COVID-19, pandemijskog i postpandemijskog razdoblja, i to zasebno turistička ponuda i turistička potražnja. Istraživanje je pokazalo da je Zagreb danas jedna od najposjećenijih turističkih destinacija u Hrvatskoj, ali da još nisu dosegnuti pretpandemijski turistički maksimumi. Također, s obzirom da broj turističkih dolazaka i noćenja te na urbani karakter grada, u Zagrebu još uvijek nije izražen pritisak turizma te ima prostora za njegov rast i razvoj.

Ključne riječi: turističke atrakcije, urbani turizam, turizam gradova, Zagreb, Hrvatska.

Abstract

The paper examines urban tourism in the City of Zagreb, one of the fastest growing types of tourism in the world and a type of tourism that is increasingly characterised by features of mass tourism. The aim of the paper was to classify the tourist attractions in Zagreb, to determine the current development of tourism and to analyse the current state of development of urban tourism in Zagreb. After a theoretical approach to city tourism and an overview of the general characteristics of the City of Zagreb, the first part of the paper classifies the tourist attractions in Zagreb according to the methodology of Kušen (2002), highlighting the attractions based on their tourist attractiveness hierarchy. The second part of the paper outlines the development of tourism in Zagreb since the early 20th century, focussing on the period after the Second World War. The third part analyses the current development of tourism in Zagreb, comparing the period immediately before the COVID-19 pandemic, the period of the pandemic and the post-pandemic period, with a particular focus on tourism supply and demand. The research showed that Zagreb is now one of the most visited tourist destinations in Croatia, even though it has not yet reached pre-pandemic levels. Given the number of tourist arrivals and overnight stays as well as the urban character of the city, tourism pressure in Zagreb is still not pronounced and there is room for growth and development.

Key words: tourist attractions, urban tourism, Zagreb, Croatia

Sadržaj

| | |
|---|----|
| Uvod | 4 |
| 1. Teorijski pristup urbanom turizmu | 5 |
| 2. Metodologija rada | 6 |
| 3. Opća obilježja Grada Zagreba | 10 |
| 4. Turistička atrakcijska osnova u Gradu Zagrebu | 12 |
| 5. Dosadašnji razvoj turizma u Zagrebu | 22 |
| 6. Suvremeni razvoj turizma u Zagrebu | 24 |
| 6.1. Turistička ponuda – Smještajni kapaciteti | |
| 6.2. Turistička potražnja | |
| 6.3. SWOT analiza | 31 |
| Zaključak | 32 |
| Bibliografija | 33 |
| Popis ilustracija | 34 |

Uvod

Urbani turizam u suvremenom razdoblju postaje sve masovniji oblik turizma, uz ljetni odmorišni i zimski skijališni turizam. Velika atraktivnost i raznolikost gradova privlače turiste različite motivacije, a razvoj bržih prijevoznih sredstava omogućuje kraća putovanja u gradske destinacije. Grad Zagreb se sve do prije desetak godina nije isticao kao značajnija turistička destinacija za turiste, te je privlačio uglavnom poslovne turiste koji su u grad dolazili radi konferencija, poslovnih sastanaka ili Velesajma. Noviji razvoj turizma u Zagrebu s jedne je strane vezan uz omasovljenje turizma u Europi općenito, zbog kojeg nekad nepoznate urbane destinacije doživljavaju snažan turistički rast, te s druge strane Zagreb se brendirao kao adventska destinacija.

Predmet ovog rada predstavlja urbani turizam u Gradu Zagrebu, definiran prvo prostorom na kojem se odvija turizam, uključujući različite motivacije, aktivnosti i atrakcije koje privlače turiste. Glavni ciljevi rada su:

- (1) kreirati popis i klasifikaciju turističkih atrakcija u Gradu Zagrebu,
- (2) utvrditi dosadašnji razvoj turizma u Gradu Zagrebu
- (3) analizirati trenutni stupanj razvoja turizma u Gradu Zagrebu.

Prostor istraživanja predstavlja Grad Zagreb, odnosno administrativno-teritorijalna jedinica koja odgovara razini područne i lokalne samouprave. Administrativni Grad Zagreb, površine 641 km², sa 767.131¹ stanovnika, obuhvaća gradsko naselje Zagreb i sedamdesetak naselja mješovitog tipa. Samo gradsko naselje obuhvaća najveću površinu, u njemu živi 663.592² stanovnika i u njemu je koncentriran najveći broj turističkih atrakcija koje posjećuju turisti. Izvangradsko područje trenutno privlači manji broj turista, pri čemu se ističu Park prirode Medvednica i pojedini lokaliteti prirodne i kulturne baštine.

U prvom poglavlju daje se pregled osnovnih postavki urbanog turizma relevantnih za gradove poput Zagreba. Zatim se prikazuju osnovna obilježja Grada Zagreba važna za razvoj turizma. Nakon toga analizira se turistička atrakcijska osnova Grada Zagreb i klasificiraju se turističke atrakcije prema vrsti i stupnju turističke atraktivnosti. U svezi s tim prikazuje

¹ Državni zavod za statistiku, <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>

² Ibid

se dosadašnji tijek razvoja turizma u Gradu Zagrebu te analizira suvremeni turistički razvoj, s aspekta turističke ponude i potražnje te se razmatra urbani turizam u Gradu Zagrebu pomoću Swot analize. U zaključnom dijelu rada daje se osvrt na ostvarene ciljeve i predviđeni budući tijek razvoja turizma.

1. Teorijski pristup urbanom turizmu

Urbani turizam danas je jedan od najbrže rastućih oblika turizma u svijetu te se pozicionira kao jedan od oblika koji privlači veliki broj sudionika, uz ljetni odmorišni turizam i kruzing turizam, te je uz to jedan od najbrže rastućih oblika turizma. Primjerice, 2014. godine urbani turizam je u strukturi međunarodnih turističkih putovanja motiviranih odmorom i rekreacijom imao udio od 20 % i petogodišnju godišnju stopu rasta od 50 %, a 2017. godine dosegao je već 26 %³. Za usporedbu, ljetni odmorišni turizam činio je 2014. godine 28 % putovanja, uz petogodišnju stopu rasta od 18 %, a 2017. 28 % te je imao tek neznatno viši udio od urbanog turizma⁴.

U industrijskom razdoblju, sve do 1970-ih godina gradovi su prvenstveno imali ulogu emitivnih turističkih tržišta, odnosno područja iz kojih su ljudi putovali radi odmora i promjene sredine u primorska, planinska i ruralna područja⁵. Od 1970-ih godina, s promjenom motivacije turista na turističkom tržištu gradovi postaju sve popularnija odredišta za putovanja, a to se poklapa s intenzivnim razvojem automobilizacije i smanjenjem cijena prijevoza u zračnom prometu⁶. Obrazac putovanja turista u važnijim emitivnim državama postaje skraćivanje glavnog godišnjeg odmora ljeti, koji se i dalje odvija u okviru ljetnog odmorišnog turizma, i veći broj kraćih (vikend) putovanja tijekom godine, od kojih neka uključuju posjete gradovima⁷. Taj proces odvija se paralelno s deindustrijalizacijom samih gradova, pri čemu razvoj novih složenih gospodarskih djelatnosti u gradovima prihvaća turizam kao jedan od novih oblika prihoda i generatora

³ Internationale Tourismus Börse, https://www.aptservizi.com/wp-content/uploads/2013/03/ITB_World_Travel_Trends_Report_2015_2016.pdf

⁴ Internationale Tourismus Börse, <https://www.aptservizi.com/wp-content/uploads/2019/03/ITB-2019-Press-Release1.pdf>

⁵ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

⁶ Ibid

⁷ Williams, *Tourism Geography: A New Synthesis*

zapošljavanja⁸. Međutim, istraživanja urbanog turizma značajno kasne za pojavom tog fenomena iz nekoliko razloga: (1) urbani turizam je vrlo važan oblik turizma u svijetu, ali ga je teško precizno definirati kao fenomen, (2) turisti posjećuju gradove iz različitih motiva, (3) najposjećeniji gradovi su veliki multifunkcionalni entiteti koji bez problema apsorbiraju turiste pa posjetitelji nisu lako uočljivi u fizionomskom i ekonomskom smislu, (4) turisti intenzivnog koriste različite urbane objekte i usluge, ali malo ih je osnovano samo za njihovu upotrebu, (5) što je ekonomska ovisnost grada o turizmu veća, to je ekonomska korist od turizma manja⁹.

Gradovi se razlikuju koncentracijom i raznolikošću funkcija, objekata, kulture i ljudi te je zbog toga teško identificirati raznovrsne, često i višestruke razloge, zbog kojih posjetitelji dolaze u grad te odrediti profil urbanih turista¹⁰. Neki istraživači smatraju da je pogrešno pretpostaviti da su svi turisti u gradu urbani turisti jer dio njih u gradu prakticira aktivnosti koje se tu nalaze slučajno i mogli bi ih prakticirati i u nekom drugom izvangradskom ambijentu¹¹. Veliki gradovi imaju značajnu komparativnu prednost pred manjim naseljima jer imaju kritičnu masu atrakcija i usluga da ponude kompleksniji proizvod¹². Suvremeni gradovi mogu zadovoljiti sve potrebe posjetitelja, ali danas se suočavaju s rastućom konkurencijom sve brojnijih urbanih destinacija na tržištu, zbog čega je nužna njihova efikasna promocija i slika koju stvaraju na tržištu¹³. S obzirom na navedeno, temeljnu prednost gradova čini mogućnost kombiniranja više aktivnosti u istoj destinaciji – primjerice poslovni turisti mogu u slobodno vrijeme konzumirati kulturne sadržaje, a kulturni turisti mogu sudjelovati u shoppingu¹⁴. Ti sadržaji utječu na odluku potencijalnog turista o destinaciji, dužini boravka i planiranoj visini potrošnje¹⁵.

Uz prethodno naveden veći broj odmora tijekom godine, na rastuću potražnju za urbanim turizmom utječu i različiti drugi faktori, među kojima se posebno ističu: (1) rast niskotarifnih letova, (2) pravo na duži godišnji odmor i odsustvo, (3) raspored i trajanje praznika koji omogućavaju produženi vikend i city break putovanja, (4) ekonomski uvjeti, posebno

⁸ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

⁹ Ashwort i Page, *Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes*

¹⁰ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

¹¹ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

¹² Ibid

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

¹⁵ Ibid

ostvarivanje dvije plaće po kućanstvu, (5) percepcija putovanja kao socijalne, psihološke i rekreativne potrebe, i (6) prostorno-vremenska konvergencija kao rezultat tehnološkog razvoja brzih prometnih veza (brzi vlakovi, autoceste, zračni promet) te, posebno, direktni letovi od domicila do destinacije bez potrebe za presjedanjem¹⁶.

Urbani turizam se zbog svojih obilježja i masovnosti ne može (više) smatrati selektivnim oblikom turizma, a još manje alternativnim, imajući u vidu da turizam u većem broju gradova ima obilježja masovne pojave, a neki od njih, pogotovo manji povijesni gradovi, već su dosegili ili premašili kapacitet nosivosti prostora¹⁷. Urbani turizam bi trebalo sagledavati u kontekstu specifičnog multifunkcionalnog prostora u kojem se zadovoljavaju različite i složene motivacije turista¹⁸. Stoga urbani turizam predstavlja oblik turizma koji je najsloženiji za upravljanje¹⁹.

Različiti istraživači razvili su različite tipologije urbanih destinacija, no jedna od najvažnijih i najraširenijih je tipologija²⁰, koji su predložili deset tipova gradova: (1) globalni ili svjetski gradovi (npr. New York), (2) nacionalne prijestolnice (npr. Bukurešt), (3) kulturne prijestolnice (npr. Prag), (4) gradovi sa spomeničkom baštinom (npr. Venecija), (5) umjetnički gradovi (npr. Firenca), (6) industrijski gradovi (npr. Bilbao), (7) kreativni gradovi (npr. Helsinki), (8) sportski gradovi (npr. Melbourne), (9) festivalski gradovi (npr. Rio de Janeiro) i (9) futuristički gradovi (npr. Dubai). Zagreb bi se, prema navedenoj tipologiji, najbolje uklopio u kategoriju nacionalne prijestolnice. Taj tip gradova ima važnu ulogu u turizmu zbog kombinacije političke, ekonomske, administrativne, kulturne i simboličke funkcije te zbog koncentracije kulturnih atrakcija i ustanova predstavljaju prestižne kulturne centre i nacionalne simbole²¹.

S obzirom na kompleksnu i složenu motivaciju urbanih turista, posebno važnu ulogu u njihovom privlačenju imaju turistički resursi u gradovima. Law²² razlikuje primarne, sekundarne i dopunske resurse u urbanom turizmu. Pod primarnim resursima pretpostavljaju se osnovne atrakcije zbog kojih turisti posjećuju gradove²³. Obuhvaćaju povijesne četvrti

¹⁶ Page, *Urban tourism: Evaluating tourists' experience of urban places*

¹⁷ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

¹⁸ Sharpley, *Travel and Tourism*

¹⁹ Smith i dr., *Key Concepts in Tourist Studies*

²⁰ Ibid

²¹ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

²² Law, *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*

²³ Ibid

(npr. Gotička četvrt u Barceloni), kulturno-povijesni spomenici (npr. Colosseum u Rimu ili zgrada parlamenta u Budimpešti), kulturni objekti (npr. opera La Scala u Milanu ili muzej Prado u Madridu), sportski objekti (npr. stadion Maracana u Rio de Janeiru), objekti i festivali za zabavu (npr. casino u Monte Carlu ili Ultra u Splitu)²⁴. Primarni turistički resursi mogu obuhvaćati obale i dokove (npr. regenerirana luka u Genovi), kongresne centre i izložbe (npr. Fiera Milano City), posebne turističke četvrti (npr. Red Light District u Amsterdamu), festivale i događaje (npr. Olimpijske igre)²⁵. U sekundarne turističke resurse uglavnom se ubrajaju ugostiteljski objekti (smješta, prehrana i piće) i trgovine, odnosno mogućnost shoppinga²⁶. Dopunske elemente predstavljaju promet i turističke informacije koji, iako važni za uspjeh urbanog turizma, nisu presudni za motivaciju posjetitelja²⁷.

²⁴ Ryan, „Motives, behaviours, body and mind“ 27-57

²⁵ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

²⁶ Law, *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*

²⁷ Rabotić, *Selektivni oblici turizma*

2. Metodologija rada

Turistička atrakcijska osnova u radu klasificira se prema Kušenovoj (2002) klasifikaciji. Turističke atrakcije napisane su prema već određenim kategorijama u skupine te su navedene one koje su realne atrakcije (koje se već koriste u turizmu) i na potencijalne atrakcije, koje još ne privlače turiste, ali bi mogle u budućnosti privlačiti. Podaci su dobiveni iz različitih izvora, najviše preko Turističke zajednice Grada Zagreba te drugih internetskih stranica koje sadrže informacije o lokalitetima vrijednima posjeta.

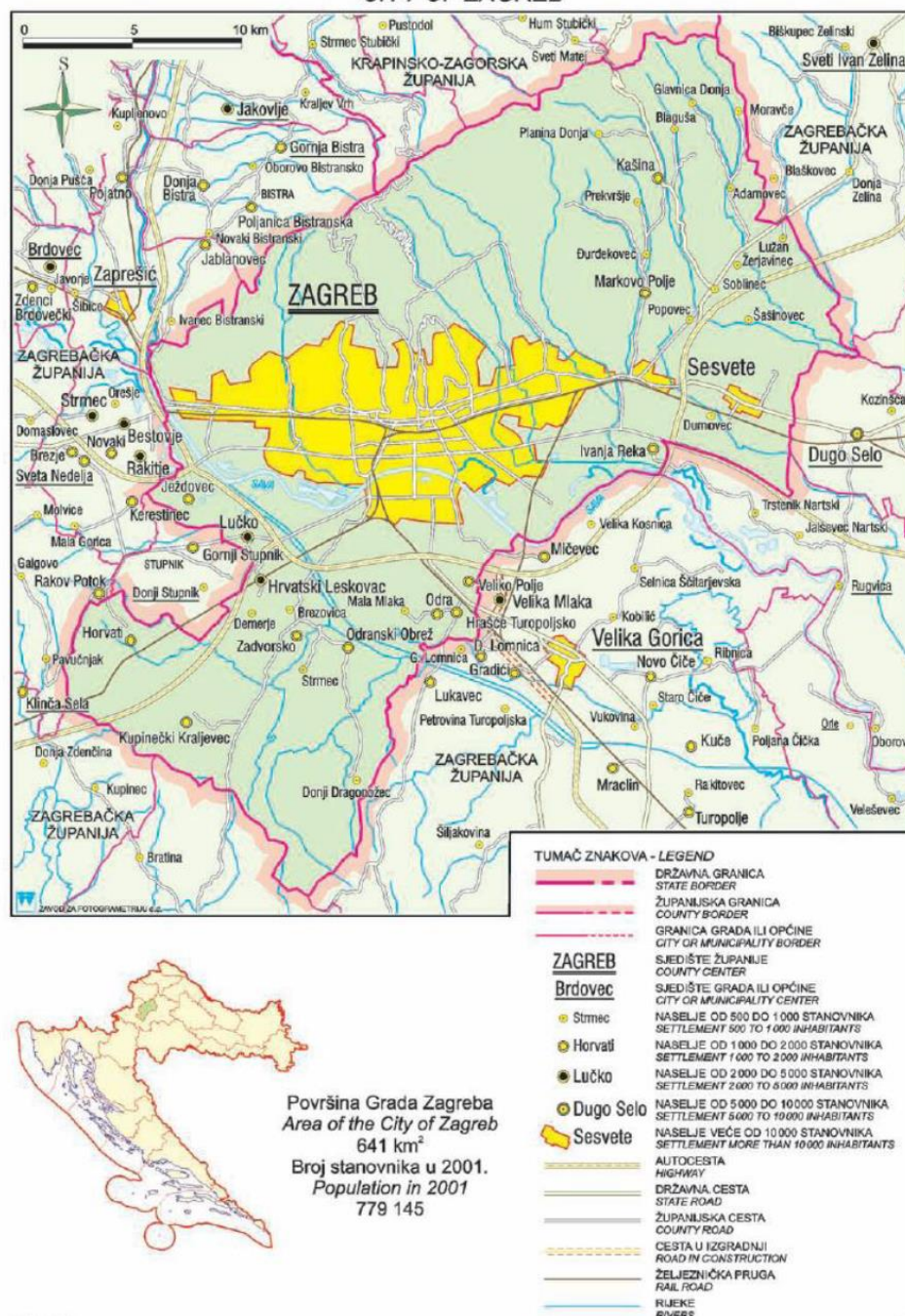
Analiza ponude i potražnje u Gradu Zagrebu provedena je temeljem podataka gradskog Ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, koji pruža podatke o turističkim posteljama, dolascima i noćenjima na mjesečnoj i godišnjoj razini. Za potrebe ovog rada uzeti su podatci na godišnjoj razini, od 2015. do 2023. godine, čime je obuhvaćeno razdoblje prije pandemije (2015. – 2019.), pandemijsko razdoblje (2020. i 2021.) i postpandemijsko razdoblje (2022. i 2023.). Turističke postelje, dolasci i noćenja iskazani su apsolutnom vrijednostima i relativnim brojevima (indeksima i stopama promjene) te su prikazani odgovarajućim dijagramima.

3. Opća obilježja Grada Zagreba

Grad Zagreb, glavni grad Republike Hrvatske smješten je na obroncima Medvednice i na obalama rijeke Save. Važno je hrvatsko turističko središte i značajno europsko prometno čvorište pa nema samo tranzitno turističko značenje, nego je i sam cilj turističkih kretanja. Zagreb je smještan na krajnjem jugu Srednje Europe, na prijelazu prema europskom Sredozemlju. Nalazi se na sjecištu važnih prometnica između jadranske obale i Srednje Europe. Osim urbaniziranog gradskog područja, Zagrebačka aglomeracija obuhvaća i veći dio gorskog masiva Medvednice, prigradsko naselje Zaprešić s užom okolicom te prigradska naselja Sesvete, Veliku Goricu i Samobor sa širom okolicom. Grad Zagreb, kao administrativna jedinica, graniči sa samo dvije županije: manjim dijelom Krapinsko-zagorskom na sjeveru, te Zagrebačkom županijom sa svih ostalih strana. Grad je udaljen 170 km od Jadranskog mora, nadmorska visina na Griču je 158, a na Zrinjvcu (centar grada) 122 metara. Za razdoblje od 2010.-2019. godine srednja temperatura siječnja je oko 2°C, a srpnja skoro 23°C.

Prirodni uvjeti za razvoj turizma odnose se prvenstveno na umjereno toplu vlažnu klimu s toplim ljetom, koja s obzirom na relativno povoljne klimatske uvjete i blage zime, omogućava razvoj turizma tijekom cijele godine u Zagrebu. Od ostalih prirodnih faktora relevantni su važna je relativna blizina većeg broja zaštićenih područja, koja omogućavaju posjet turistima koji produžuju svoj boravak u Zagrebu prije ili nakon poslovnog dijela putovanja te članovima njihove obitelji. U okviru jednodnevnih izleta iz Zagreba turistima su dostupni parkovi prirode Medvednica i Žumberak-Samoborsko gorje za planinarenje i šetnje po gorju, kao i Park prirode Papuk s geološkim fenomenima te Park prirode Lonjsko polje sa specifičnom močvarnom faunom. Turistima su u okviru jednodnevnih izleta dostupni i nacionalni parkovi u Gorskoj Hrvatskoj, posebno Plitvička jezera (pod zaštitom UNESCO-a), Sjeverni Velebit i Risnjak.

GRAD ZAGREB CITY OF ZAGREB



Sl. 1. Kartografski prikaz Grada Zagreba

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2019.

U prometu, Zagreb je jedno od najvažnijih prometnih raskrižja Europe jer se u njemu križaju europski prometni pravci od zapada prema jugoistoku Europe i Bliskom Istoku te od istočnih dijelova srednje Europe i Baltika prema Sredozemlju. Glavni međunarodni cestovni pravci

jesu: Trst-Ljubljana-Zagreb, Graz-Maribor-Zagreb, Klagenfurt-Ljubljana-Zagreb te Budimpešta-Varaždin-Zagreb. Zračna luka Franjo Tuđman je od Zagreba udaljena samo 17 km, a autobusni i željeznički kolodvor se nalaze u središtu grada. Javni gradski prijevoz odvija se tramvajima i autobusima. Manje važna kao prijevozna sredstvo, ali za turiste znatno atraktivnija je uspinjača koja prevozi putnike iz Donjeg u Gornji Grad. Teritorijalno upravna jedinica Grada Zagreba obuhvaća površinu od 641 km² te ovdje živi skoro 767 tisuća stanovnika (prema popisu stanovništva iz 2021. godine).

4. Turistička atrakcijska osnova u Gradu Zagrebu

Urbani turizam obuhvaća različitu motivaciju turista koji posjećuju gradove te različite aktivnosti koje prakticiraju tijekom boravka u gradu. S obzirom da je značajan dio turista motiviran kulturnom (i dijelom prirodnom) baštinom te kulturnim aktivnostima u gradu, u ovom poglavlju se daje pregled turističke osnove u Gradu Zagrebu te ocjena pogodnosti svakog elementa za uključivanje u urbani turizam. Za potrebe ovog rada izrađena je funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija u Gradu Zagrebu (prema metodologiji E. Kušena (2002)). Odabrane su one turističke atrakcije koje se već koriste u turizmu ili koji imaju visoki potencijal uključivanja u turističku ponudu. Uz svaku turističku atrakciju navedeni su glavni turistički motivi zbog kojih ih turisti posjećuju te moguće važnije aktivnosti koje turisti prakticiraju na tim lokalitetima.

U pretposljednem stupcu ocijenjena je pogodnost svake atrakcije za uključivanje u urbani turizam (visoka, srednja ili niska), pri čemu ista atrakcija može imati visoku pogodnost za turizam općenito (npr. Medvednica), ali stupanj pogodnosti za urbani turizam može biti niži. U slučaju pojedinačnih atrakcija koje su dio većih cjelina (npr. fortifikacijski sustav Kaptola) navodi se samo veća cjelina (npr. spomenička cjelina Kaptola), a pojedinačne građevine unutar tih cjelina navode se samo ako imaju višu razinu opće turističke atraktivnosti (npr. Katedrala sv. Stjepana).



Sl. 2. Katedrala sv.Stjepana u Zagrebu

Izvor: Gentur, online turistička agencija



Sl. 3. Crkva sv. Marka na Gradecu u Zagrebu

Izvor: MC-Bauchemie 2024

Uz to je izrađena hijerarhija turističke atraktivnosti atrakcija u Zagrebu, na temelju procjene privlačnosti atrakcija za potencijalne turiste. Atraktivnost turističkih atrakcija ocijenjena je kroz četiri moguće razine:

1. Lokalna atraktivnost – mogućnost atrakcije da privuče posjetitelje koji su već u destinaciji.
2. Regionalna atraktivnost – mogućnost atrakcije da privuče posjetitelje iz uže regije (Zagrebačka regija ili Središnja Hrvatska).
3. Nacionalna atraktivnost – mogućnost atrakcije da privuče posjetitelje iz cijele Hrvatske.
4. Međunarodna atraktivnost – mogućnost atrakcije da privuče posjetitelje iz inozemstva.

Ista atrakcija može imati različitu razinu privlačnosti za različite skupine turista. Primjerice, zgrada Hrvatskog Sabora za domaće turiste ima nacionalnu atraktivnost zbog svoje nacionalne političke važnosti, dok za međunarodne turiste ima samo lokalnu ili regionalnu atraktivnost. Važno je napomenuti kumulativni učinak atrakcija – naime, iako pojedine atrakcije ne moraju nužno imati visoku turističku atraktivnost, njihova koncentracija na

jednom mjestu može imati daleko veći domet privlačnosti zbog činjenice da se nalaze, primjerice, u povijesnoj jezgri glavnog grada Hrvatske.

Tab. 1. Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija u Zagrebu za potrebe kongresnog turizma²⁸

| Skupina | Naziv | Motiv i aktivnost | Pogodnost za urbani turizam | Turistička atraktivnost (razina) |
|--|------------------------------------|--|-----------------------------|----------------------------------|
| Geološke i geomorfološke značajke prostora | Medvednica | <ul style="list-style-type: none"> • Planinarenje • Doživljavanje gorskog krajolika • Vožnja brdskim biciklom | Srednja | Regionalna |
| Geološke i geomorfološke značajke prostora | Veternica | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Edukacija • Upoznavanje ljepota | Niska | Lokalna |
| Voda | Rijeka Sava | <ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija na nasipu (šetnja, trčanje, vožnja biciklom) | Niska | Lokalna |
| Voda | Jezero Jarun | <ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija (šetnja, trčanje, vožnja biciklom, veslanje) • Noćni izlasci (klubovi) | Srednja | Lokalna |
| Voda | Jezero Bundek | <ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija (šetnja, trčanje, vožnja biciklom, veslanje) | Srednja | Lokalna |
| Biljni svijet | Botanički vrt | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Promatranje prirode • Doživljavanje prirode • Edukacija | Srednja | Lokalna |
| Životinjski svijet | Zoološki vrt | <ul style="list-style-type: none"> • Promatranje životinja • Upoznavanje životinja | Visoka | Regionalna |
| Zaštićena prirodna baština | Park Maksimir | <ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija (šetnja, trčanje, vožnja biciklom) • Promatranje • Fotografiranje • Igre na otvorenom • Doživljavanje krajolika | Visoka | Regionalna |
| Zaštićena prirodna baština | Značajni krajobraz Savica (jezera) | <ul style="list-style-type: none"> • Rekreacija (šetnja, trčanje, vožnja biciklom) • Promatranje • Ribolov | Niska | Lokalna |
| Zaštićena prirodna baština | Park prirode Medvednica | <ul style="list-style-type: none"> • Promatranje • Fotografiranje • Pješačenje • Igre na otvorenom | Srednja | Regionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – | Kaptol | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Spoznaja povijesnih događaja • Edukacija • Doživljavanje umjetničkih djela | Visoka | Nacionalna |

²⁸ Kušen, *Turistička atrakcijska osnova*

| | | | | |
|---|--------------------------|---|--------|------------|
| spomeničke cjeline | | | | |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – spomeničke cjeline | Gradec | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Spoznaja povijesnih događaja •Edukacija •Doživljavanje umjetničkih djela | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – spomeničke cjeline | Tkalčićeva ulica | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Spoznaja povijesnih događaja •Doživljavanje umjetničkih djela •Zabava (ugostiteljstvo; noćni izlasci) | Visoka | Regionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – spomeničke cjeline | Donji Grad | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Spoznaja povijesnih događaja •Edukacija •Doživljavanje umjetničkih djela | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – memorijalna područja | Groblje Mirogoj | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Spoznaja povijesnih događaja •Doživljavanje umjetničkih djela | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – memorijalna područja | Spomen-park Dotrščina | <ul style="list-style-type: none"> •Spoznaja povijesnih događaja •Edukacija •Doživljavanje umjetničkih djela | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Katedrala sv. Stjepana | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja •Vjerski motivi | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Crkva sv. Franje Asiškog | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Vjerski motivi | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Crkva sv. Marka | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja •Vjerski motivi | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna | Crkva sv. Katarine | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela | Visoka | Regionalna |

| | | | | |
|---|---|--|---------|------------|
| baština – pojedinačne sakralne građevine | | <ul style="list-style-type: none"> • Spoznaja povijesnih događaja • Vjerski motivi | | |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Grkokatolička crkva sv. Ćirila i Metoda | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Vjerski motivi | Visoka | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Crkva Preobraženja Gospodnjeg | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Vjerski motivi | Srednja | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Bazilika Srca Isusovog | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Vjerski motivi | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne sakralne građevine | Crkva sv. Blaža | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Vjerski motivi | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Kamenita vrata | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Vjerski motivi | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Banski dvori | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Spoznaja povijesnih događaja | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Hrvatski sabor | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Spoznaja povijesnih događaja | Visoka | Nacionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Stara gradska vijećnica | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Fotografiranje • Doživljavanje umjetničkih djela • Spoznaja povijesnih događaja | Srednja | Lokalna |

| | | | | |
|---|----------------------------------|--|---------|------------|
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Palača Vraniczany-Dobrinović | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Kula Lotrščak | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja •Panoramski pogled na grad | Visoka | Regionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Popov toranj | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja | Niska | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Uspinjača | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Vožnja | Srednja | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Hrvatsko narodno kazalište | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Spoznaja povijesnih događaja •Sudjelovanje na predstavama | Visoka | Regionalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Zgrada Sveučilišta u Zagrebu | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela •Sudjelovanje na konferencijama | Visoka | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Državni arhiv | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Doživljavanje umjetničkih djela | Srednja | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Hotel Esplanade | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Spoznaja povijesnih događaja | Srednja | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna baština – pojedinačne profane zgrade | Glavni kolodvor | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje •Putovanje | Srednja | Lokalna |
| Zaštićena kulturno-povijesna | Dom hrvatskih likovnih umjetnika | <ul style="list-style-type: none"> •Razgledavanje •Fotografiranje | Srednja | Regionalna |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--|---------|-------------|
| baština – pojedinačne profane zgrade | | <ul style="list-style-type: none"> • Doživljavanje umjetničkih djela • Spoznaja povijesnih događaja • Posjeti izložbama | | |
| Kultura života i rada | Medičarstvo | <ul style="list-style-type: none"> • Promatranje • Dokoličarska kupovina | Srednja | Lokalna |
| Kultura života i rada | Zagrebačka škola crtanog filma | <ul style="list-style-type: none"> • Edukacija • Zabava | Niska | Lokalna |
| Znamenite osobe i povijesni događaji | Josip Jelačić | <ul style="list-style-type: none"> • Upoznavanje povijesti • Edukacija | Visoka | Nacionalna |
| Znamenite osobe i povijesni događaji | Nikola Tesla | <ul style="list-style-type: none"> • Upoznavanje života i rada • Upoznavanje povijesti • Edukacija | Visoka | Međunarodna |
| Znamenite osobe i povijesni događaji | Franjo Tuđman | <ul style="list-style-type: none"> • Upoznavanje povijesti • Edukacija | Srednja | Nacionalna |
| Znamenite osobe i povijesni događaji | Braća hrvatskog zmaja | <ul style="list-style-type: none"> • Upoznavanje života i rada • Upoznavanje povijesti • Edukacija | Niska | Lokalna |
| Manifestacije – kulturne | Ljeto na Štrosu | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Zabava • Aktivno sudjelovanje | Srednja | Regionalna |
| Manifestacije – zabavne | Koncerti i partyji u klubovima i barovima | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Plesanje • Zabava • Aktivno sudjelovanje | Srednja | Regionalna |
| Manifestacije – sportske | Snow Queen Trophy | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Doživljavanje • Zabava | Niska | Međunarodna |
| Manifestacije – gospodarske | Zagrebački velesajam (različite manifestacije) | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Doživljavanje • Profesionalno sudjelovanje • Aktivno sudjelovanje | Srednja | Nacionalna |
| Manifestacije – ostale | Advent u Zagrebu | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Zabava • Aktivno sudjelovanje • Konzumiranje hrane i pića | Visoka | Međunarodna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Muzej Grada Zagreba | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje • Edukacija • Spoznavanje | Srednja | Regionalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Muzej suvremene umjetnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje • Edukacija • Spoznavanje | Srednja | Regionalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Muzej prekinutih veza | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje | Srednja | Regionalna |

| | | | | |
|--|--------------------------------------|--|---------|------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Edukacija • Spoznavanje | | |
| Kulturne i vjerske ustanove | Muzej za umjetnost i obrt | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje • Edukacija • Spoznavanje | Niska | Lokalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Muzej Mimara | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje • Edukacija • Spoznavanje | Niska | Lokalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Galerija Klovićevi dvori | <ul style="list-style-type: none"> • Razgledavanje • Doživljavanje • Edukacija • Spoznavanje | Visoka | Regionalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Hrvatsko narodno kazalište | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Edukacija | Srednja | Regionalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Kazalište Gavella | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Edukacija • Zabava | Niska | Lokalna |
| Kulturne i vjerske ustanove | Koncertna dvorana Vatroslav Lisinski | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje • Slušanje • Doživljavanje • Edukacija • Zabava | Srednja | Regionalna |
| Sportsko-rekreacijske građevine i tereni | Arena Zagreb | <ul style="list-style-type: none"> • Sportska rekreacija • Gledanje sportskih manifestacija • Slušanje • Doživljavanje • Zabava | Srednja | Nacionalna |
| Sportsko-rekreacijske građevine i tereni | Dinamov stadion u Maksimiru | <ul style="list-style-type: none"> • Gledanje sportskih manifestacija • Slušanje • Doživljavanje • Zabava | Niska | Regionalna |
| Sportsko-rekreacijske građevine i tereni | Žičara na Medvednici | <ul style="list-style-type: none"> • Prijevoz • Doživljavanje krajolika | Niska | Regionalna |

Izvori: Google (2023); vlastito istraživanje

Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija u Zagrebu pokazuje da se urbani turizam lakše nadopunjuje s kulturnim turističkim atrakcijama, posebno s kulturno-povijesnim spomenicima smještenim u središtu grada, koje turisti imaju prilike posjetiti tijekom kraćeg boravka u gradu, s obzirom da se turista u Zagrebu ostaje vrlo kratko (prosječni boravak

2022. iznosi tek 2 noćenja). Najveću važnost pritom imaju spomeničke cjeline Kaptola, Gradeca i Donjeg Grada s pojedinačnim značajnijim spomenicima sakralne i profane arhitekture koji se najčešće kombiniraju tijekom posjeta Zagrebu. Kao posebno atraktivna manifestacija ističe se Advent u Zagrebu koji već više od desetljeća privlači veliki broj domaćih i međunarodnih posjetitelja tijekom prosinca i početkom siječnja. Uz to, kulturne ustanove s većim potencijalom uključivanja u kongresni turizam su one koje imaju izložbeni postav više razine atraktivnosti (npr. Klovićevi dvori) ili su nekonvencionalne u odnosu na prevladavajuće izložbe (npr. Muzej prekinutih veza).



Sl. 4. Kula Lotrščak i uspinjača u Zagrebu

Izvor: Ivo Biocina, Hrvatska turistička zajednica

5. Dosadašnji razvoj turizma u Zagrebu

Razvoj turizma u Zagrebu započinje s kulturnim ustanovama i kavanama još u drugoj polovici 19. st., no opseg takvog boravišnog turizma bio je neusporediv s tadašnjim primorskim sredozemnim destinacijama. Početak organiziranog turizma započinje početkom 20. st. s izgradnjom Hotela *Fortuna* 1908., kojeg kasnije, 1912. godine, zamjenjuje hotel *K caru Austrijanskomu* u Ilici. Godine 1925. gradi se Hotel *Esplanade*, jedan od najznačajnijih hotela u povijesti grada, a bio je namijenjen smještaju turista koji su dolazili vlakom *Orient Express*. Hotel je čini značajan dio gradskog poslovnog i kulturnog života s brojnim događajima i izložbama koje su se tamo održavale.



Sl. 5. Hotel Esplanade u Zagrebu

Izvor: Službene stranice Hotela Esplanade

Tijekom 1930-ih, paralelno s urbanističkim razvojem grada, raste broj turističkih sadržaja. Na glavnom gradskom trgu gradi se Hotel *Milinov*, s kojim je Zagreb 1929. dosegno brojku od 18 hotela. Te je godine Zagrebu posjetilo oko 108.000 posjetitelja, od čega četvrtinu

stranih, a ostvarili su 500.000 noćenja. Većina inozemnih turista dolazila je iz Austrije i Njemačke²⁹. Tijekom 1930-ih grad posjećuju brojni turisti, no turistički razvoj prekida Drugi svjetski rat.

U ranom poslijeratnom razdoblju nema planskog razvoja turizma u gradu, ali se poticao odlazak domaćeg stanovništva na godišnje odmore. Ipak, značajnu promjenu predstavlja osnivanje Ugostiteljske komore za grad Zagreb koja potiče osnivanje Turističkog društva Zagreb, s ciljem razvoja i unaprjeđenja turizma u gradu i okolici³⁰. Jedan od najznačajnijih događaja 1950-ih bilo je otvaranje Hotela *International* 1959., tada najmodernijeg u Jugoslaviji s 300 soba i 405 postelja, a značajno je otvaranje i kavane *Neboder* na vrhu nebodera na početku Ilice³¹.

Za vrijeme snažnog turističkog vala u Zagrebu, 1964. Hotel *Esplanade* uključuje se u međunarodnu mrežu hotela *Inter-Continental* te u njemu boravi engleska kraljica Elizabeta II. i još neki mnogi poznati državni službenici pa čak i filmski glumci i umjetnici³². Godine 1970. broj turističkih dolazaka doseže 800.000, pri čemu međunarodni turisti (475.000) brojčano nadmašuju domaće (325.000). Tijekom 1980-ih događa se ulaganje stranog kapitala u zagrebačke hotele te se sredinom desetljeća rekonstruiraju brojni hoteli. Najznačajniji turistički događaj svakako predstavlja Univerzijada koja se odvijala od 8. do 19. srpnja 1987. Osim što je bila jedna od najvećih sportskih manifestacija ikad održanih u tadašnjoj Jugoslaviji, utjecala je na urbanistički razvoj i obnovu zapadnog dijela grada. U turističkom smislu, osim kratkotrajnog efekta povećanja turističkih dolazaka i noćenja, Univerzijada je pridonijela porastu imidža Zagreba na turističkom tržištu i porasta interesa turista za posjetom.

Nažalost, Domovinski rat prekida turistički razvoj Zagreba i cijele Hrvatske, te se intenzivniji oporavak bilježi tek nakon 1995. godine. Zagreb pritom relativno zaostaje za primorskim turističkim destinacijama zbog ponovnog porasta dominacije ljetnog odmorišnog turizma. Unatoč snažnom razvoju kratkih i city break putovanja, Zagreb turisti uvelike zaobilaze te relativno malobrojni turisti ostaju kratko. Sve do kraja 2000-ih Grad ne ulaže značajnije napore u razvoj turističke ponude te ga niti potencijalni turisti ne doživljavaju kao turističku destinaciju vrijednu posjeta. Krajem 2000-ih, međutim, mijenja

²⁹ Vukonić, *Tempus fugit: povijest turizma Zagreba*

³⁰ Ibid

³¹ Ibid

³² Ibid

se pristup prema razvoju turizma te se značajni napori i financijska sredstva ulažu u razvoj turizma i promociju na međunarodnom tržištu. Zagreb u sve većem broju posjećuju međunarodni turisti, često u okviru organiziranih višednevnih tura, pri čemu se posebno ističu korejski turisti. Turističkom razvoju značajno pridonosi razvoj manifestacije *Advent u Zagrebu* koja se kvantitativno i prostorno širi iz godine u godinu, a imidžu Grada kao *city break* i adventske destinacije posebno doprinosi osvajanje nagrade za najbolji advent 2016., 2017. i 2018. od strane web stranice *European Best Destinations*, na temelju čega se Zagreb snažno promovira na međunarodnom turističkom tržištu.



Sl. 6. Advent na Trgu kralja Tomislava u Zagrebu

Izvor: Davor Rostuhar

6. Suvremeni razvoj turizma u Zagrebu

U ovom poglavlju se analizira razvoj turizma u Zagrebu u posljednjih desetak godina, na način da je obuhvaćeno razdoblje prije pandemije bolesti COVID-19, pandemijsko razdoblje i postpandemijsko razdoblje. Razvoj turizma promatra se na temelju analize turističke ponude i potražnje, s naglaskom na one elemente koji su važni za urbani turizam, pod pretpostavkom da značajni dio turizma u Zagrebu čini upravo urbani turizam.

6.1. Turistička ponuda – smještajni kapaciteti

S obzirom na nedostupnost statističkih podataka o strukturi smještajnih kapaciteta u Zagrebu, u ovom dijelu se analizira smještajna struktura za prosinac 2019., zadnji pretpandemijski mjesec za koji su dostupni podaci o strukturi smještaja te se oni uspoređuju s dostupnim podacima za prosinac 2023.

U prosincu 2019. u Gradu Zagrebu bilo je registrirano ukupno 352 objekta koja su pružala smještaj turistima. Od tog broja 67 objekata činili su hoteli (60) i slični oblici smještaja (7 objekata), 43 objekta su bili hosteli, a najveći broj (čak 242) činio je individualni smještaj u privatnim kućanstvima – sobama, apartmanima i kućama za odmor (tab. 1.).

Tab. 2. Smještajni kapaciteti u Gradu Zagrebu u prosincu 2019.

| VRSTA | BROJ OBJEKATA | BROJ POSTELJA | UDIO POSTELJA (%) |
|--------------------------|---------------|---------------|-------------------|
| Hoteli i sličan smještaj | 67 | 8.768 | 44,8 |
| Hosteli | 43 | 2.197 | 11,3 |
| Privatna kućanstva | 242 | 8.586 | 43,9 |
| Ukupno | 352 | 19.551 | 100,0 |

Izvor: Grad Zagreb (2020)³³

³³ Grad Zagreb, 2020:

<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2019/turizam%202019/Turizam%20%20XII.%202019%20.pdf>

Unatoč velikoj razlici u broju objekata, kapaciteti hotela su izjednačeni s kapacitetima privatnog smještaja (44,8 % i 43,9 %), dok postelje u hostelima čine nešto više od 10 % svih smještajnih kapaciteta u Gradu (11,3 %). Iako hoteli čine manje od polovice ukupnih kapaciteta, takva struktura smještaja povoljnija je nego na razini Hrvatske u cjelini, i predstavlja osnovni oblik smještaja za turiste, koji uglavnom borave u ovom obliku smještaja.

Za 2024. godinu još nisu dostupni usporedivi podaci o strukturi turističkih postelja, pa je ukupni broj postelja dopunjen podacima Turističke zajednice Grada Zagreba o hotelima i hostelima, ali uz napomenu da taj popis vjerojatno nije potpun. U Zagrebu postoji 70 hotela, čak 10 više nego u prosincu 2019. godine, što pokazuje da broj, a time i kapaciteti hotela u Zagrebu kontinuirano rastu, unatoč smanjenju uzrokovanom pandemijom bolesti COVID-19³⁴. S druge strane, broj hostela iznosi 34, što je za 7 manje nego u prosincu 2019., ali ovaj broj treba uzeti uz ogradu jer je moguće da nisu svi hosteli oglašeni na stranicama TZ Grada Zagreba. Ipak, ukupni broj postelja u Zagrebu u prosincu 2023. iznosio je 16.919, što predstavlja smanjenje za sedminu (13,5 %) u odnosu na isti mjesec pretpandemijske 2019. godine³⁵. Uzimajući u obzir rast kapaciteta u hotelima, to smanjenje vjerojatno je generirano smanjenjem broja i kapaciteta objekata u privatnom smještaju, uslijed pandemije i potresa 2022., zbog čega je dio objekata postao nedostupan za kratkoročni najam ili je dobio drugu funkciju.

6.2. Turistička potražnja

Turističku potražnju u urbanom turizmu statistički je nemoguće izdvojiti iz ukupne turističke potražnje, iz razloga što ne postoje zasebni statistički pokazatelji za urbani turizam, ali i zbog toga što se većina turizma u Zagrebu može smatrati urbanim turizmom. Stoga se u ispitivanju turističke potražnje analizira broj turističkih dolazaka i noćenja u Gradu Zagrebu od 2015. do 2023. godine, a struktura turističkih dolazaka i noćenja prema zemlji podrijetla te vremenska dinamika odnose se na 2023. godinu.

³⁴ Turistička zajednica Grada Zagreba, 2023: <https://www.infozagreb.hr/planiranje-putovanja/smjestaj/hoteli>
<https://www.infozagreb.hr/planiranje-putovanja/smjestaj/hosteli>

³⁵ Grad Zagreb, Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, 2023: https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2022/turizam%202022/Turizam%20XII.%202022_w eb.pdf

U promatranom razdoblju, od 2015. do 2023. godine, broj turističkih dolazaka u Gradu Zagrebu povećan je za 27,6 %, a noćenja za 43,6 %. Ipak, rast nije bio kontinuiran te je 2019. postignut maksimum od 1,5 milijuna dolazaka i 2,6 milijuna noćenja. Nakon toga uslijedilo je veliko smanjenje uzrokovano pandemijom bolesti COVID-19 (ali i posljedicama potresa), zbog čega je broj noćenja 2020. smanjen na tek četvrtinu broja prethodne godine, a broj dolazaka na manje od 30 %. To se posebno odnosi na organizirana putovanja međunarodnih turista jer su se u najvećoj mjeri izbjegavala grupna putovanja i aktivnosti koje uključuju veći broj sudionika te je najveće smanjenje bilježio avionski promet, a u pretpandemijskom razdoblju najbrojniji međunarodni posjetitelji Zagreba dolazili su iz Južne Koreje. U 2021. godini uslijedio je blagi oporavak, još uvijek pod pandemijskim mjerama, a 2022. godina je bila prva prava postpandemijska godina sa slobodnim putovanjima, kada se turizam približava predpandemijskim brojkama, a 2023. se može smatrati normalnom turističkom godinom. Ipak, u 2023. godini Zagreb s 1,3 milijuna dolazaka i 2,5 milijuna noćenja još uvijek nije dostignuo rekordnu pretpandemijsku 2019. godinu (tab. 2.; sl. 1.).

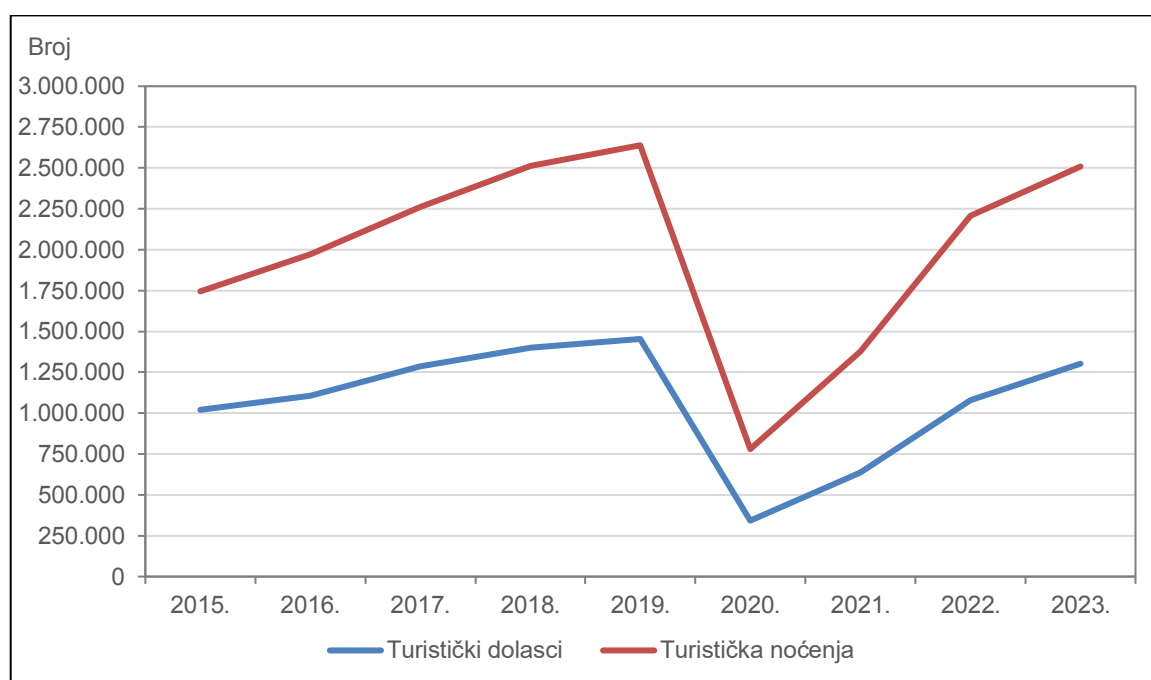
Tab. 3. Turistički dolasci, noćenja i prosječni boravak u Gradu Zagrebu 2015. – 2023.

| Godina | Turistički dolasci | Turistička noćenja | Prosječni boravak (dani) |
|---------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| 2015. | 1.019.617 | 1.746.129 | 1,7 |
| 2016. | 1.108.600 | 1.972.109 | 1,8 |
| 2017. | 1.286.087 | 2.263.758 | 1,8 |
| 2018. | 1.400.201 | 2.511.817 | 1,8 |
| 2019. | 1.454.019 | 2.638.962 | 1,8 |
| 2020. | 342.472 | 780.077 | 2,3 |
| 2021. | 634.795 | 1.375.248 | 2,2 |
| 2022. | 1.078.669 | 2.206.044 | 2,0 |
| 2023. | 1.300.694 | 2.507.454 | 2,0 |

Izvori: Grad Zagreb³⁶

³⁶ : Grad Zagreb (2020; 2024) (Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2020: Priopćenja za 2020., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>; Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2024: Priopćenja za 2023., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>)

Prosječni boravak turista u Zagrebu je vrlo kratak (2,0 dana 2023. godine) i neznatno se u odnosu na pretpandemijsko razdoblje (1,7 dana 2015. godine) (tab. 2.). Kratki prosječni boravak karakteristika je urbanog turizma, u okviru kojeg turisti često posjećuju gradove tijekom *city break* i vikend putovanja, ali i u okviru poslovnog turizma, što ima relativno kraće trajanje. S druge strane, tako kratki prosječni boravak može upućivati i na nedostatak sadržaja i/ili interesa turista za duži boravak u gradu. Nešto duži prosječni boravak 2020. i 2021. godine može se povezati s činjenicom da su tijekom pandemije turisti putovali manje, ali da su pritom ostajali malo duže u razdoblju prije pandemije.



Sl. 7. Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2015. – 2023.³⁷

Izvori: Grad Zagreb (2020; 2024)

U strukturi turističkih dolazaka i noćenja u Gradu Zagrebu brojčano prevladavaju međunarodni turisti, koji ostvaruju 79,6 % dolazaka i 80,9 % noćenja, dok turisti iz Hrvatske generiraju petinu turističkih dolazaka i noćenja (tab. 3.). Takva struktura pokazuje malo veći

³⁷ Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2020: Priopćenja za 2020., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>; Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2023: Priopćenja za 2023., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>

udjel domaćih dolazaka i noćenja od Hrvatske u cjelini, a djelomično je vezana uz činjenicu da je Zagreb glavni grad koji posjećuje relativno veći udio turista iz Hrvatske. Po kontinentima, Grad Zagreb posjećuje najveći broj turista iz Europe koji ostvaruju 71 % svih dolazaka i noćenja. Od europskih država udjelom prevladavaju turisti iz Njemačke (8,5 % dolazaka i noćenja), Italije (6,1 % dolazaka i 6,9 % noćenja), Ujedinjenog Kraljevstva (3,7 % dolazaka i 4,4 % noćenja) te Francuske, Slovenije i Srbije, od kojih svaka ostvaruje 3-4 % dolazaka i noćenja međunarodnih turista u Zagrebu (Grad Zagreb, 2024).

Na drugom mjestu po dolascima, slijede turisti iz Azije, koji ostvaruju 12,4 % dolazaka i 10,5 % noćenja, pri čemu se ne ističe niti jedna od država (Izrael, Indija, Južna Koreja, Malezija, Singapur, Japan...). Korejski turisti, koji su prevladavali u pretpandemijskom razdoblju, 2022. godine još se nisu vratili u većem broju, a njihov povratak vjerojatno će biti vidljiv u 2024. godini.

Na trećem mjestu po dolascima, ali na drugom po noćenjima, su turisti iz Angloamerike (10,6 % dolazaka i 11,6 % noćenja), i to pretežno iz SAD-a (8,3 % dolazaka i 9,1 % noćenja). Turisti s ostalih kontinenata su slabije zastupljeni, i to uglavnom iz manjeg broja država (Australija, Brazil, Argentina) (Grad Zagreb, 2024).

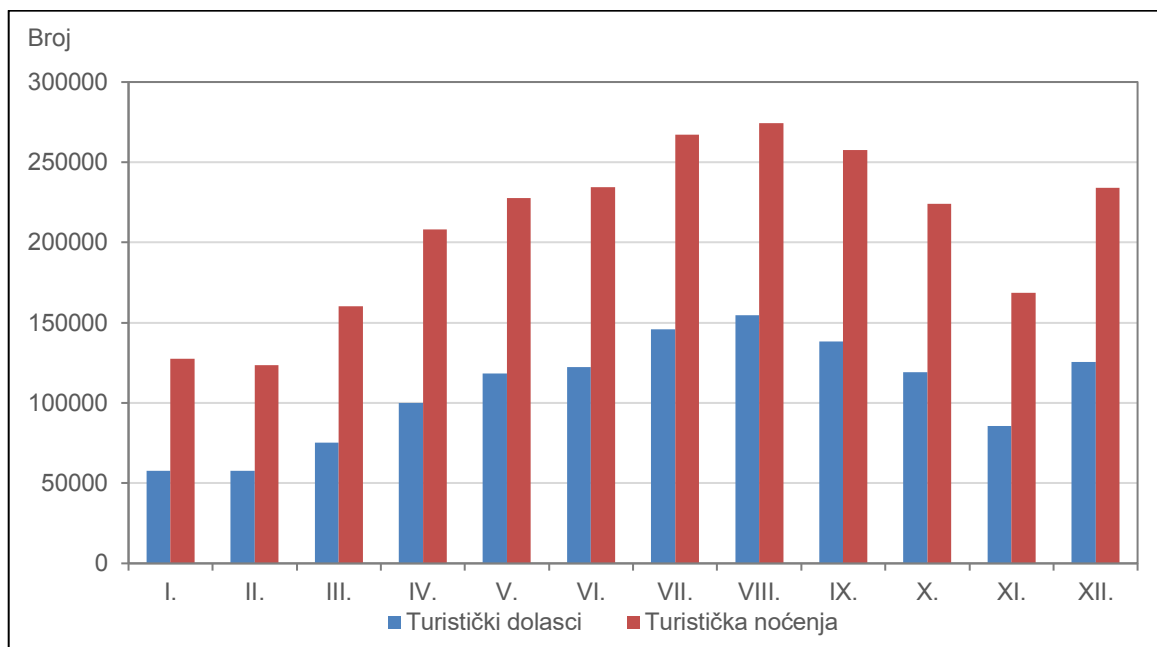
Tab. 4. Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2022. prema podrijetlu turista

| | Dolasci | Noćenja | Dolasci (%) | Noćenja (%) |
|-------------------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| Domaći turisti | 264.961 | 479.789 | 20,4 | 19,1 |
| Međunarodni turisti | 1.035.733 | 2.027.665 | 79,6 | 80,9 |
| - Europa | 732.285 | 1.436.305 | 70,7 | 70,8 |
| - Azija | 128.812 | 213.641 | 12,4 | 10,5 |
| - Angloamerika | 109.417 | 235.392 | 10,6 | 11,6 |
| - Latinska Amerika | 29.829 | 66.236 | 2,9 | 3,3 |
| - Australija i Oceanija | 29.240 | 61.187 | 2,8 | 3,0 |
| - Afrika | 6.150 | 14.904 | 0,6 | 0,7 |
| UKUPNO | 1.300.694 | 2.507.454 | 100,0 | 100,0 |

Izvor: Grad Zagreb (2024) Grad Zagreb, Odjel za turizam³⁸, 2023

³⁸ Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2020: Priopćenja za 2020., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>; Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2023: Priopćenja za 2023., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>

Za razliku od hrvatskog turizma u cjelini, a posebno ljetnog odmorišnog turizma, turizam u Zagrebu pokazuje relativno manju sezonalnost (sl. 2.). Najveći broj turističkih dolazaka i noćenja ostvaruje se tijekom srpnja i kolovoza (23,1 % i 21,6 %), ali i u cijelom razdoblju od travnja do listopada zabilježen je veći turistički promet. Drugi vrhunac u prosincu, koji je peti najposjećeniji mjesec, posljedica je manifestacije Advent u Zagrebu, koja privlači veliki broj domaćih i međunarodnih izletnika i turista. Nešto slabiji turistički promet ostvaruje se tijekom siječnja i veljače kada je, zbog niskih temperatura, manji broj turističkih putovanja. Analiza pokazuje smanjenu sezonalnost turizma u Zagrebu, što je uobičajeno za urbani turizam.



Sl. 8. Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2023. po mjesecima

Izvor: Grad Zagreb (2023)³⁹

³⁹ Grad Zagreb (2023) Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2023: Priopćenja za 2023., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031>

6.3. SWOT analiza

U ovom poglavlju analiziraju se osnovne snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje urbanom turizmu u Gradu Zagrebu na temelju SWOT analize.

Tab. 5. SWOT analiza urbanog turizma u Gradu Zagrebu

| PREDNOSTI | NEDOSTACI |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Relativna blizina europskim emitivnim tržištima• Dobra cestovna povezanost i relativno kratko vrijeme putovanja do većih srednjoeuropskih gradova• Povoljan geoprometni položaj• Status glavnog grada kao faktor privlačnosti• Kulturna baština iz različitih vremenskih razdoblja• Imidž dinamičnog grada s brojnim manifestacijama• Veliki broj i povoljna struktura smještajnih kapaciteta, posebno hotela• Razvijeni kongresni turizam i turizam događaja• Relativno razvijena dodatna turistička ponuda (kulturne manifestacije, sport, muzeji...)• Dojam sigurne destinacije za turiste | <ul style="list-style-type: none">• Relativno slaba povezanost zračnim prometom u usporedbi s drugim europskim glavnim gradovima• Problemi u javnom gradskom i izvangradskom prijevozu• Slaba razvijenost željezničkog putničkog prometa i nedostatak brzih željeznica• Slabo razvijena cjelokupna turistička ponuda koja ne uspijeva duže zadržati turiste• Kratki prosječni boravak• Manjak prepoznatljivosti Zagreba kao city break destinacije• Relativno manje atraktivna kulturno-povijesna baština u usporedbi s drugim većim srednjoeuropskim gradovima• Nedostatak kongresnog centra za razvoj kongresnog turizma• Manjak ugostiteljske ponude, posebno izvan užeg centra grada |

| MOGUĆNOSTI | OPASNOSTI |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bolje povezivanje Zagreba izravnim (niskotarifnim) letovima s većim brojem europskih i izvaneuropskih destinacija • Izbor nekoliko vrhunski turističkih atrakcija i brendiranje grada u skladu s njima • Obogaćivanje turističke ponude postojećim muzejima i prirodnim atrakcijama • Povezivanje grada Zagreba sa sekundarnim turističkim destinacijama u blizini radi posjećivanja turista • Organizacija većeg broja međunarodno prepoznatljivih i atraktivnih događaja • Izgradnja kongresnog centra • Produženje prosječnog boravka turista u Gradu | <ul style="list-style-type: none"> • Ostanak Zagreba u sjeni ljetnog odmorišnog turizma na obali • Zaostajanje Zagreba za urbanim turističkim destinacijama u okruženju • Gubitak turistički atraktivnih manifestacija (poput Snow Queen Trophy) • Neprepoznatljivost turističke ponude grada • Usmjeravanje turističkog razvoja samo na temelju jedno segmenta atrakcijske osnove (npr. kulturna baština ili Advent u Zagrebu) • Pretvaranje Grada Zagreba u usputnu (tranzitnu) destinaciju na putovanju prema obali ili Jugoistočnoj Europi • Usmjeravanje turističkih ulaganja samo na obalu • Ekonomska recesija |

Izvor: izrada autora

Zaključak

U radu je provedena klasifikacija turističkih atrakcija prema atraktivnosti i analizirana je turistička ponuda i potražnja u Gradu Zagrebu prije, tijekom i nakon pandemije bolesti COVID-19. Unatoč činjenici da Zagreb atraktivnošću baštine i nedostatkom međunarodno atraktivnih lokaliteta baštine zaostaje za mnogim europskim glavnim gradovima, ipak ostvaruje značajan turistički promet zahvaljujući ugodi i šarmu za posjet. Zagreb je danas jedna od pet najposjećenijih turističkih destinacija u Hrvatskoj (iako još nisu dosegnuti pretpandemijski maksimumi). Sve veći broj letova iz Zagreba prema europskim i izvan europskim gradovima, posebno niskotarifnih, predstavlja potencijal daljnjeg razvoja turizma. Za razliku od nekih primorskih turističkih destinacija, koje su već do sad dosegnule ili nadmašile prihvatni kapacitet, u Zagrebu se još uvijek ne može govoriti o prevelikom pritisku turizma na prostor, a još manje o prekomjernom turizmu jer postoji veliki prostor za njegovo širenje.

Zagreb ima brojne prednosti za privlačenje domaćih i međunarodnih turista. Uz dobru prometnu povezanost, posebno se ističe kvalitetna struktura smještaja, u kojoj ima visoki udio hotela, blizina atraktivnih lokaliteta prirodne i kulturne baštine, što bi se u budućnosti potencijalno moglo iskoristiti za produženje prosječnog boravka turista i njihovo duže zadržavanje u Gradu. Uz posjećivanje kulturnih atrakcija i muzeja u okviru kratkotrajnih boravaka turista, značajnu perspektivu ima i kongresni turizam, u kojem se Zagreb polako uzdiže kao jedan od glavnih centara u Hrvatskoj, zajedno s Opatijom i Dubrovnikom. Najveći nedostatak je nepostojanje kongresnog centra koji bi omogućio još više i veće kongresne skupove. Srećom, Zagreb raspolaže s brojnim i kvalitetnim hotelima koji preuzimaju uloge mini kongresnih centara u kojima se održavaju poslovni skupovi te ostvaruju sva noćenja.

Uz osnovnu smještajnu ponudu, potrebno je još dosta napora uložiti u razvoj dodatne turističke ponude, posebno restorana, kojih još uvijek nedostaje, osobito izvan uske povijesne jezgre, i to ne samo skupih ekskluzivnih restorana, nego širokog raspona koji će zadovoljiti različite skupine turista tijekom njihovog boravka u Gradu.

U bližoj budućnosti očekuje se jača afirmacija Grada Zagreba kao destinacije urbanog turizma, posebno kao city break destinacije, dostupne zračnim i cestovnim prometom.

Daljnji razvoj turizma mogao bi potaknuti i razvoj ugostiteljstva te zabavnih i kulturnih aktivnosti, od kojih bi koristi mogli imati i građani Zagreba. Dodatni naponi trebali bi se uložiti u razvoj i popularizaciju novih aktivnosti i još uvijek nevaloriziranih turističkih atrakcija, kako bi se omogućio duži boravak turista u Gradu Zagrebu. S druge strane, potrebno je kvalitetno turističko i urbano planiranje Grada, posebno kontrolirati proces pretvaranja stambenog prostora u stanove za iznajmljivanje turistima, kako se centar Zagreba ne bi pretvorio u prostor namijenjen pretežno turistima, bez stalnog stanovništva. S obzirom na navedeno, očekuje se daljnji razvoj i diversifikacija turizma u Gradu Zagrebu.

Bibliografija

Ashworth, Gregory, and Stephen J. Page. "Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes". The University of Groningen research portal, 2011.

Državni zavod za statistiku, 2022, <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (pristupljeno 6. rujna 2024.)

Grad Zagreb (2023) Grad Zagreb, Odjel za turizam, 2023: Priopćenja za 2023., <https://www.zagreb.hr/turisticki-pokazatelji-i-smjestajni-kapaciteti/1031> (pristupljeno 10. prosinca 2023.)

Kušen, Eduard, *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam, 2002.

ITB, 2015: ITB World Travel Trends Report 2014/2015, https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/ITB_2015_WTTR_Report_A4_4.pdf (10.12.2023.).

ITB, 2017: IPK's World Travel Monitor: Global Travel Trends 2016/2017 at ITB Berlin 2017, <https://news.gtp.gr/2017/03/08/ipks-world-travel-monitor-global-travel-trends-itb-berlin-2017/> (10.12.2023.).

ITB. *ITB World Travel Trends Report 2014/2015*, 2015. https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/ITB_2015_WTTR_Report_A4_4.pdf (pristupljeno 10. prosinca 2023).

ITB. IPK's World Travel Monitor. *Global Travel Trends 2016/2017*. ITB Berlin 2017. <https://news.gtp.gr/2017/03/08/ipks-world-travel-monitor-global-travel-trends-itb-berlin-2017/> (pristupljeno 10. prosinca 2023).

Law, Christopher M.. *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. London: Continuum, 2002.

Page, Stephen J.. „Urban tourism: Evaluating tourists' experience of urban places“. In *The tourist experience, 2nd edition* edited by C. Ryan, 112-136. Andover: Cengage Learning, 2010.

Rabotić, Branislav. *Selektivni oblici turizma*. Drugo, prerađeno i dopunjeno izdanje, Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.

Ryan, Chris. „Motives, behaviours, body and mind“. In *The Tourist Experience* edited by : C. Ryan 27-57. Andover: Cengage Learning, 2010.

Sharpley, Richard. *Travel and Tourism*. London: SAGE Publications, 2006.

Smith, Melanie, Macleod, Nicola, Hart Robertson, Margaret. *Key Concepts in Tourist Studies*. London: SAGE Publications, 2010.

Vukonić, Boris. *Tepmus fugit: Povijest turizma Zagreba*. Zagreb: AGM. HAZU, 1994.

Williams, Stephen. *Tourism Geography: A New Synthesis*, 2nd ed. Routledge, London i New York, 2009.

Popis ilustracija

Tablice

| | | |
|------------|--|----|
| Tablica 1. | Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija u Zagrebu za potrebe kongresnog turizma | 15 |
| Tablica 2. | Smještajni kapaciteti u Gradu Zagrebu u prosincu 2019. | 25 |
| Tablica 3. | Turistički dolasci, noćenja i prosječni boravak u Gradu Zagrebu 2015. – 2023. | 27 |
| Tablica 4. | Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2022. prema podrijetlu turista | 29 |
| Tablica 5. | Swot analiza urbanog turizma u Gradu Zagrebu | 31 |

Slike

| | | |
|----------|---|----|
| Slika 1. | Kartografski prikaz Grada Zagreba | 11 |
| Slika 2. | Katedrala sv. Stjepana | 13 |
| Slika 3. | Crkva sv. Marka na Gradecu u Zagrebu | 14 |
| Slika 4. | Kula Lotrščak i uspinjača u Zagrebu | 21 |
| Slika 5. | Hotel Esplanade u Zagrebu | 22 |
| Slika 6. | Manifestacija Advent u Zagrebu | 24 |
| Slika 7. | Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2015. – 2023. | 28 |
| Slika 8. | Turistički dolasci i noćenja u Gradu Zagrebu 2023. po mjesecima | 30 |