

Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Zagrebu

Dumenčić, Mateja

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:188873>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-03**



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

Diplomski sveučilišni studij

MATEJA DUMENČIĆ

Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Zagrebu

Sustainable management of tourist resources in the city of Zagreb

Diplomski rad

Zabok, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Diplomski sveučilišni studij

Menadžment održivog razvoja

Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Zagrebu
Sustainable management of tourist resources in the city of Zagreb

Diplomski rad

Kolegij: Održivo upravljanje
turističkim resursima

Studentica: Mateja Dumenčić

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

Matični broj: ds3732

Zabok, travanj 2023.



**IZJAVA STUDENTA - AUTORA
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG
RADA**

Mateja Dumenčić
(ime i prezime studenta)


0116164030
(Matični broj studenta)

Izjavljujem da kao student - autor Diplomskog 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 / diplomskim / doktorskim* 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 Diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije **CC BY** Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 11.4.2023.

Student - autor:


(potpis)

SAŽETAK

Ponuda sunca, pijeska i mora ili tzv. „SSS“ model je oduvijek bio glavni turistički proizvod Republike Hrvatske zbog čega je sinonim za RH u svijetu turizma upravo sunce i more, no zadnjih par godina u glavnom gradu zabilježen je sve veći broj dolazaka i noćenja turista. Vizija suvremenog turizma je stvoriti održivu turističku destinaciju koja će se razvijati i biti upravljana na održiv način u ravnoteži ekonomskih, socijalnih i ekoloških elemenata. Isto tako prema konceptu održivog razvoja jedan od procesa je održivo upravljanje turističkim resursima i atrakcijama koje su zapravo jedan od temeljnih pokretača turističkih kretanja. Bez kvalitetnih turističkih resursa i atrakcija nema ni kvalitetnog turizma. U radu je fokusiran Zagreb kao turistička destinacija sa svojim turističkim resursima i atrakcijama, smještajnim kapacitetima, infrastrukturom, turističkom ponudom i potražnjom što je temelj za provedbu analize prema čijim će se rezultatima dati preporuke za daljnje planiranje održivog turističkog razvoja. Cilj rada je na temelju provedene analize istaknuti probleme i donijeti prijedloge poboljšanja pomoću kojih bi bio predstavljen smjer rasta i razvoja Zagreba kao održive destinacije. Isto tako bitno je identificirati i otkloniti slabosti i prijetnje koje bi mogle ugroziti postizanje održivosti turističke destinacije. Stoga je od izuzetne važnosti uvidjeti važnost održivosti kao imperativa 21. stoljeća i buduće aktivnosti razvijati u tom smjeru na dobrobit svih.

Ključne riječi: održivi razvoj; održivi turizam; cjelogodšnja destinacija; upravljanje turističkim resursima i atrakcijama

SADRŽAJ

1. Uvod	1
1.1. Predmet i problem istraživanja	1
1.2. Cilj istraživanja.....	1
1.3. Metode istraživanja.....	1
1.4. Znanstvene hipoteze	2
1.5. Struktura rada	2
2. Teorijsko određenje održivog razvoja.....	3
3. Povijesni pregled	9
4. Teorijsko određenje i pripadajuće klasifikacije turističkih resursa	12
5. Grad Zagreb kao turistička destinacija i pripadajuće analize.....	18
5.1. Analiza turističkih resursa	18
5.2. Analiza turističke potražnje grada Zagreba	25
5.3. Analiza smještajne ponude	28
6. Razvojni smjer.....	31
6.1. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine.....	31
6.2. Specifičnosti turizma grada Zagreba	36
6.3. Plan smjera razvoja grada Zagreba.....	38
7. Istraživanje	42
7.1. Metodologija.....	42
7.2. Rezultati istraživanja	42
8. Zaključak.....	57
BIBLIOGRAFIJA	58
POPIS TABLICA	60
POPIS GRAFIKONA	61
POPIS SLIKA.....	62

1. Uvod

Zagreb kao glavni grad, koji broji gotovo milijun stanovnika, je središte RH u svim segmentima te ima predispozicije da repositionira RH kao cjelogodišnju turističku destinaciju. Vrlo dobro je poznato da suvremeni turizam traži inovativnost, specijalizaciju i individualizaciju koji će turistu pružiti potpuno jedinstven i unikatan doživljaj. Također je u 21. stoljeću sve veći naglasak na održivi razvoj i implementaciju istoga kojeg cijela RH i grad Zagreb moraju usvojiti kako bi postigli konkurentsku prednost i očuvali svoje resurse.

1.1. Predmet i problem istraživanja

Radi trenutnih turističkih trendova vrlo važno je turizam razvijati u skladu s načelima održivog razvoja, stoga je osnovni problem održivost i održivo upravljanje turističkim resursima grada Zagreba koji će pomoći u formiranju cjelogodišnje održive turističke destinacije. Predmet istraživanja je nešto uže određen te se odnosi na analiziranje turističke destinacije u vidu turističke ponude i potražnje te trenutnog stanja turističkih resursa i atrakcija te planova i programa za daljnji održivi razvoj turizma.

1.2. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je analiza turističkih resursa i njihovo održivo upravljanje nakon koje će biti predstavljeni trenutni planovi održivosti grada Zagreba te će biti izneseni zaključci i prijedlozi poboljšanja pomoću kojih bi Zagreb bio percipiran kao cjelogodišnja održiva destinacija.

1.3. Metode istraživanja

U radu su korišteni podaci prikupljeni iz različitih knjiga, znanstvenih članaka, te domaća stručna i znanstvena literatura te internetski izvori koji su poslužili kao sekundarni izvori podataka. Glavni izvori sekundarnih podataka su publikacije Državnog zavoda za statistiku, Instituta za turizam i Turističke zajednice grada Zagreba. Za interpretaciju podataka primjenjivane su znanstvene metode analize, sinteze, dedukcije, uzorka, te metoda deskriptivne statistike.

1.4. Znanstvene hipoteze

Ovim diplomskim radom će biti potvrđene ili opovrgnute sljedeće hipoteze:

- Hipoteza 1: "U gradu Zagrebu prevladavaju antropogeni turistički resursi."
- Hipoteza 2: „Lokalno stanovništvo smatra da razvoj i rast turizma grada Zagreba treba dodatno poticati.“
- Hipoteza 3: "Lokalno stanovništvo smatra da trend povećanja turističkih aktivnosti negativno utječe na njihov život u gradu Zagrebu."
- Hipoteza 4: "Lokalno stanovništvo smatra da se gradom upravlja po načelima održivosti."

1.5. Struktura rada

Diplomski rad se sastoji osam cjelina. U uvodu određeno je područje istraživanja, predmet, svrha, metode korištene u izradi rada i struktura rada. U drugom dijelu istaknut je povijesni pregled održivog razvoja te napredak osvještavanja i implementacije istog, dok se u trećem dijelu rada definira pojam, značenje i načela održivog razvoja te važnost istoga. Četvrti dio je usmjeren na klasifikaciju i analizu turističkih resursa grada Zagreba, a peti dio fokusira analizu Zagreba kao destinacije. U šestom dijelu određuje trenutnu strategiju održivog razvoja turizma s preporukama za budućnost, dok je u sedmom dijelu moguće pronaći vlastito istraživanje lokalnog stanovništva održivom upravljanju turističkim resursima grada Zagreba pomoću kojeg će hipoteze biti potvrđene ili opovrgnute. Zatim zaključak, popis literature, tablica, grafičkih prikaza, slika i ilustracija.

2. Teorijsko određenje održivog razvoja

Moguće je reći kako je danas svijet najrazvijeniji nego ikad, no upravo suvremenost i veliki globalni razvoj pružaju i svoje kontraefekte u svim sferama društva. Upravo zato je u 21. stoljeću sve veći naglasak na održivi razvoj i implementaciju istoga. Održivi razvoj ima nebrojeno mnogo definicija čija je fokus točka koncept kvalitetnog upravljanja koji usklađuje ekonomske, ekološke i društvene aspekte. Jedna od najpoznatijih definicija je ona iz poznatog Brundlantovog izvješća koji održivi razvoj određuje kao razvoj koji omogućava zadovoljenje potreba sadašnjih generacija, a bez ugrožavanja potreba budućih generacija.¹ Riječ je o revolucioniranju, korjenitom mijenjanju načina (re)produciranja nekim temeljnih vrednota i odrednica suvremene civilizacije i kulture.²

Pojmom održivosti bave se razne struke za čije djelovanje je bitna suradnja i uvažavanje međusobnih gledišta. Tako ekonomisti održivi razvoj sužavaju i ograničavaju svodeći ekonomske ciljeve na ekonomski rast i učinkovitost, društvene na pravednu distribuciju i smanjenje siromaštva, a ekološka održivost nastoji se postići upravljanjem prirodnim resursima.³ Područje djelovanja održivog razvoja najbolje je prikazan na sljedećoj ilustraciji.

Tablica 1.: Trokut djelovanja održivog razvoja

Ekonomija	Ekologija	Društvo
<ul style="list-style-type: none">• profitabilnost tvrtke• lanac proizvodnje• tržišta i razmjena	<ul style="list-style-type: none">• prirodni resursi• održiv krajolik• bioraznolikost	<ul style="list-style-type: none">• briga za potrošače• etika i ponašanje• kulturna raznolikost

Izvor: Bilas V., Franc S., Ostojić R.: Višedimenzionalnost održivog razvoja, Notitia, Zagreb, 2017., str. 7

Vrlo je važno uskladiti sve ekonomske ciljeve u vidu profitabilnost tvrtke koja će voditi brigu o štetnim posljedicama svog djelovanja i nastojati ih otkloniti ili minimizirati, stvoriti odgovoran lanac proizvodnje i stvoriti te djelovati pravedno na tržištu. Ekološki aspekt održivog razvoja podrazumijeva očuvanje prirodnih resursa, održivo upravljanje okolišem s naglaskom na floru i faunu, te osiguranje bioraznolikosti – upravo ovo je potrebno za odvijanje svih prirodnih procesa koji su neophodni za nastavak života na Zemlji. Zatim društveni ciljevi

¹ Bilas V., Franc S., Ostojić R.: Višedimenzionalnost održivog razvoja, Notitia, Zagreb, 2017., str. 4

² Lay V.: Koncept održivog razvoja – neke pretpostavke ostvarivanja, Soc. Eko. Zagreb, Vol 2 (1993.) No 3 (377-388)

³ Bilas V., Franc S., Ostojić R.: Višedimenzionalnost održivog razvoja, Notitia, Zagreb, 2017., str. 3

stavljaju naglasak na brigu za potrošače ponajviše s naglaskom transparentnosti i pružanjem kvalitetnog proizvoda/usluge, zatim moralno ponašanje društva u vidu pravedne distribucije i smanjenja siromaštva te osiguranje kulturne raznolikosti.

Znanost razlikuje strogi/snažni i blagi/slabi održivi razvoj. Kod blage varijante održivog razvoja polazi se od činjenice da se priroda može zamijeniti kapitalom i da se, na kraju krajeva, sve može svesti na pitanje efikasnosti energije.⁴ Slabu održivost karakterizira jače iskorištavanje prirodnih resursa u sadašnjosti, u korist sadašnjih generacija, što znači da će manje ostati budućim generacijama, a nedostatak prirodnih resursa nadoknadit će se kapitalom odnosno znanjem. Kod stroge/snažne odnosno dosljedne varijante održivog razvoja, priroda se s ničim ne može nadomjestiti odnosno treba uzeti u obzir oskudnost prirodnih izvora.⁵

Održivi razvoj je trajni proces kojeg je potrebno kontinuirano usklađivati u skladu s trenutnim potrebama. Često protivnici održivog razvoja isti etiketiraju kao kočnicu ekonomskog rasta i razvoja, no održivi razvoj zagovara upravo to s isključivanjem ugroze ljudskog zdravlja, flore i faune i prirodnih procesa. Održivi razvoj pomiruje razvoj i ekološka pitanja u brzi ne samo za neku usko definiranu kvalitetu ljudskog života u jednoj generaciji već globalne procese razvoja uz očuvanje bogatstva ukupnog živog i neživog svijeta na zemlji.⁶

Kako bi se olakšalo upravljanje održivim razvojem donesena su načela koja postaju smjernice za uspješno formiranje i implementiranje održivog razvoja u sve sfere djelovanja. Načela održivog razvoja koja čine temelj strategije za održivi razvoj su:⁷

- 1) Poštovanje i briga za životnu zajednicu – pri upravljanju održivim razvojem važno je obratiti pažnju na sociološke komponente te se iste ne smiju ugroziti poradi implementacije
- 2) Poboljšanje kakvoće života
- 3) Zaštita raznolikosti Zemlje – upravo radi bioraznolikosti Zemlje ista je u biološkoj ravnoteži koju je potrebno održati
- 4) Minimiziranje korištenje neobnovljivih resursa – nije nepoznata činjenica kako su neobnovljivi izvori energije jedni od najvećih zagađivača
- 5) Poštivanje prihvatnog kapaciteta Zemlje – slično je potrebno primijeniti i na manja lokalna područja

⁴ Müller Hansruedi: Turizam i ekologija, Masmedia, Zagreb, 2004., str. 42

⁵ Ibid.

⁶ Dakić S.: Zagreb u sustavu održivog razvitka, Gospodarstvo i okoliš, ISSN, 1330-1152, 1995., str. 44

⁷ Črnjar, K., Črnjar, K., Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, 2009, str. 85

6) Promjene osobnih stavova i postupaka – potrebna je korijenita promjena u ponašanju društva kako bi se navedeno mogli uspješno provoditi

7) Pravo zajednica za skrb o svom okolišu

8) Nacionalni okvir za integraciju razvoja i zaštite – prije svega potreban je kvalitetan zakonski okvir, strategija, implementacija i prožimanje ideje kroz sve sfere društva, ekonomije i ekologije

9) Osnivanje i poticaj globalnog saveza – potreban je dogovor i efikasan okvir koji će ujediniti sve države za ostvaranje cilja



Slika 1.: Načela održivog razvoja

Izvor: obrada autorice

Kao što je već spomenuto, održivi razvoj trebao bi slijediti navedena načela kako bi bio uspješno definiran i implementiran. Prije svega potrebno je etablirati trenutno stanje u ekološkom, socijalnom i ekonomskom aspektu odabrano entiteta. Potrebno je dati ocjenu zatečenog stanja koja će biti referenca za formiranje dokumenta i kasniju implementaciju. Tijekom implementacije potrebno je kontinuirano promatranje rezultata koji će biti signal ide li razvoj u željenom smjeru ili su potrebne razne korektivne akcije s ciljem povratka na planirani put.

U nastavku slijedi UNWTO metodologija koja predlaže sljedeće faze i korake u razvoju sustava pokazatelja:⁸

Inicijalna faza istraživanja i organiziranja

Korak 1: Definiranje (opis) destinacije

Korak 2: Primjena participativnog procesa (uključivanje svih dionika)

Korak 3: Identifikacija turističke imovine i rizika (destinacije)

Korak 4: Dugoročna vizija (turističkog razvoja) destinacije

I) Faza razvoja pokazatelja

Korak 5: Izbor prioriteta i pitanja (turističke) politike (destinacije)

Korak 6: Identifikacija željenih pokazatelja

Korak 7: Pregled izvora podataka

Korak 8: Postupci selekcije (podataka i pokazatelja)

II) Faza implementacije

Korak 9: Vrednovanje izvedbenih postupaka (odabir najadekvatnijih rješenja)

Korak 10: Prikupljanje i analiza podataka

Korak 11: Odgovornost i komuniciranje (svih sudionika)

Korak 12: Praćenje i vrednovanje primjene pokazatelja

Ova metodologija UNWTO-a može služiti kao polazna točka bilo kojem projektu koji za cilj ima razvoj sustava pokazatelja održivosti turizma. Obzirom da je ovo samo prijedlog svaki subjekt može donijeti vlastitu metodologiju i pokazatelje koji će mu biti korisni za razvoja

⁸ Mikulić J., Kožić I.: Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, Privredna kretanja i ekonomska politika, 21 (2011), 127; 57-81, str. 61

održivosti. Upravo tako Republika Hrvatska je 2009. godine po vodstvom Agencije za zaštitu okoliša izradila završnu verziju pokazatelja za područje turizma:⁹

1. Dolasci turista (s potpokazateljima Dolasci turista po km² te vezanim pokazateljima Noćenja turista i Turistički intenzitet);
2. Noćenja turista, uključujući noćenja u vikendicama (s potpokazateljima Noćenja turista po stanovniku i Noćenja turista po km² te vezanim pokazateljem Noćenja turista prema vrstama smještajnih objekata i njihova iskorištenost);
3. Udio turista na kružnim brodskim putovanjima («kruzerima»);
4. Broj posjetitelja u nacionalnim parkovima (s vezanim pokazateljem Broj posjetitelja u zaštićenim područjima);
5. Intenzitet turizma (s potpokazateljima Noćenja turista prema vrstama smještajnih objekata i njihova iskorištenost, Broj postelja na 1.000 stanovnika, Broj postelja po km² te Udio broja postelja obalnih županija u ukupnom broju postelja);
6. Turizam i prostor (s vezanim pokazateljima Noćenja turista prema vrstama smještajnih objekata i njihova iskorištenost, Broj postelja na 1.000 stanovnika i Broj postelja po km²);
7. Turistička potrošnja kao dio osobne potrošnje (kućanstva);
8. Osobna turistička potrošnja;
9. Gospodarski učinci turizma – direktni i indirektni (s vezanim pokazateljima Turistička potrošnja kao dio osobne potrošnje i Osobna turistička potrošnja)
10. Korištenje vode u turizmu (s vezanim pokazateljima Korištenje vode prema namjeni, Zalihe slatke vode, Ukupno iscrpljena voda i Ukupne akumulacije);
11. Proizvodnja otpada u stacionarnom turizmu (s vezanim pokazateljima Ukupna količina proizvedenog otpada te Količina proizvedenog komunalnog otpada).

No moguće je primijetiti kako ovi pokazatelji ne obuhvaćaju sva tri aspekta održivosti (ekologija, društvo i ekonomija) te kao takvi nisu adekvatni već služe kao pomoć i prijedlog za donošenje budućih pokazatelja. Jedne od najvažnijih podataka za turizam prikuplja Institut za turizam pomoću kojih se može odrediti trenutno stanje i odrediti trendove, no osim Instituta u prikupljanju podataka sudjeluje i Hrvatska narodna banka, Financijska agencija i mnogi drugi subjekti. Iako navedene institucije u Republici Hrvatskoj prikupljaju značajan broj pokazatelja isti nisu dovoljni za kvalitetno praćenje održivog razvoja te je potrebno dodatno definiranje istih. Prema ukazanim nedostacima moguće je definirati četiri obilježja koji svi pokazatelji trebaju imati kako bi cijeli sustav bio odgovarajuć; shodno tome dobar pokazatelj mora biti

⁹ Mikulić J., Kožić I.: Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, Privredna kretanja i ekonomska politika, 21 (2011), 127; 57-81, str. 68

intuitivan, izračunljiv te prostorno i vremenski usporediv.¹⁰ Prva karakteristika mora odrediti dimenziju održivosti turizma na koju se odnosi. Druga karakteristika govori kako pokazatelj treba biti izražen kvantitativno kako bi bio lakše usporediv. Treća karakteristika govori da pokazatelj mora biti usporediv na različitim prostornim razinama (lokalno, regionalno, nacionalno i međunarodno). Četvrta karakteristika govori da bi pokazatelj trebao biti usporediv i na različitim vremenskim razinama (dnevno, tjedno, mjesečno, kvartalno, godišnje...). Definiranjem kvalitetnih pokazatelja uspostavlja se temelj kvalitetnoj provedbi održivog razvoja.

¹⁰ Mikulić J., Kožić I.: Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 21 (2011), 127; 57-81, str. 73

3. Povijesni pregled

Iako je pojam održivog razvoj karakterističan za 21. stoljeće, isti se spominjao kroz cijelu povijest čovječanstva formuliran u drugačijem obliku. Kroz cijelu povijest čovječanstva, od Egipta, Mezopotamije, Grčke i Rima, ljudi su se bavili pitanjem zaštite okoliša ponajviše u vidu prekomjernog krčenja šuma. Problem prekomjernog krčenja šuma spominje se i u 18. stoljeću kada nedostatak drva kao resursa postaje ozbiljan problem jer je isto bilo glavni resurs u gotovo svim gospodarskim aktivnostima. Upravo važnost održivosti prvi se put spominje u djelu „Sylvicultura Oeconomica“ autora Hansa Carla von Carlowtiza koji je 1713. godine definirao održivost i održivu uravnoteženu uporabu drva na način da se sječa odvija samo na starijim stablima i da se svako stablo mora zamijeniti jednim novim. Zatim značajniji glas za održivost se podiže u 19. stoljeću kada ugljen postaje glavno gorivo i pokretač industrijskog razvoja, ali i zagađivač okoliša. Zatim 20. i 21. stoljeće je obilježilo uporaba nafte i nagli porast broja stanovništva što izravno ugrožava pojam održivosti koji je postao imperativ današnjice. Danas se svijet nalazi na prekretnici koja će determinirati budućnost; hoće li svijet u potpunosti prihvatiti koncept održivog razvoja i osigurati kvalitetan život za buduće generacije ili će nepovratno uništiti sve potrebne resurse i generirati globalne probleme?

Začetak službenih akcija u svijetu na području zaštite okoliša bila je Stockholmska konferencija o okolišu održana 1972. godine. Formirane su razne akcije i načela koji su bili veliki poticaj dosadašnjoj provedbi aktivnosti i nekoliko novih u sustavu UN-a, uključujući i sustavnije praćenje stanja okoliša. No nedostatak akcija i planova bila je neobvezujuća osnova i fokusiranost na simptome umjesto na uzroke ekoloških problema. Godine 1987. u izvješću „Naša zajednička budućnost“ prvi put je određen pojam održivog razvoja kojeg je objavila Svjetska komisija za okoliš, a ideolog je predsjednica komisije ujedno i norveška ministrica Gro Harlem Brundtland koja je iznijela najpoznatiju definiciju održivog razvoja; „Razvoj koji susreće potrebe sadašnjih generacija bez kompromitiranja mogućnosti budućih generacija da susretnu svoje vlastite potrebe.“

Zatim 1992. godine konferencija u Rio de Janeiru je istaknula kako su različiti društveni, ekonomski i prirodni čimbenici međusobno ovisni i zajedno se razvijaju, te kako uspjeh u jednom segmentu zahtijeva međusobnu suradnu svih segmenata. Jedan od glavnih rezultata UNCED konferencije bila je Agenda 21 koja poziva na nove strategije ulaganja u budućnost kako bi se postigao održivi razvoj u 21. stoljeću. Preporuke su obuhvaćale nove metode obrazovanja sve do novih načina očuvanja prirodnih resursa i načina sudjelovanja u održivom gospodarstvu.

Protokol iz Kyota usvojen je 1997. godine čiji je cilj bila operacionalizacija Konvenciju UN o klimatskim promjenama koja je nastojala ograničiti emisiju stakleničkih plinova pogotovo u zemljama visoke razine industrijalizacije. Konvencija zahtijeva od zemalja da usvoje politike i mjere te da periodično izvješćuju UN o napretku. Glavni nedostatak Kyoto protokola je nesudjelovanje Sjedinjenih Američkih Državam, Kine i Indije koje su zaprave jedne od najvećih onečišćivača okoliša.

Milenijska deklaracija potpisana je 2000. godine u New York-u čime su se zemlje potpisnice obvezale na borbu protiv bolesti, gladi, siromaštva, nepismenosti, diskriminacije žena i degradacije okoliša. Ukupno je formirano 8 ciljeva:¹¹

1. Iskorjenjivanje ekstremnog siromaštva i gladi
2. Postizanje općeg primarnog obrazovanja
3. Promicanje ravnopravnosti spolova i osnaživanje žena
4. Smanjivanje mortaliteta djece
5. Poboljšanje zdravlja majki
6. Borba s HIV-om/AIDS-om, malarijom i drugim bolestima
7. Osiguravanje održivosti okoliša
8. Uspostavljanje globalnog partnerstva za razvoj

Na konferenciji u Rio de Janeiru 2012. godine (Rio20+) okupili su se brojni politički čelnici, gospodarske organizacije, neprofitne organizacije (...) kako bi oblikovali način smanjenja siromaštva, unaprjeđenje društvene jednakosti i osiguranje zaštite okoliša na planeti. Rezultiralo je političkim ishodnim dokumentom s različitim mjerama u cilju održivosti.

Zatim 2015. godine u Parizu se održava konferencija gdje se donosi tzv. „Pariški sporazum“ koji je pravno obvezujući međunarodni ugovor o klimatskim promjenama čiji je glavni cilj ograničiti globalno zagrijavanje na razini ispod 2 stupnja celzijusa u usporedbi s predindustrijskim razinama. U skladu s tim EU je iznijela plan kako će do 2050. postane prvo klimatski neutralno gospodarstvo i društvo. Pariški sporazum prati i velika kontroverza kada je američki predsjednik Donald Trump više puta izjavio da je Sporazum generira negativne efekte po Sjedinjene Američke Države te je, vođen tom teorijom, SAD 1. lipnja 2017. istupio iz sporazuma. No dolaskom novog predsjednika Joe Bidena, SAD se vraća u sporazum.

¹¹ Bilas V., Franc S., Ostojić R.: Višedimenzionalnost održivog razvoja, Notitia, Zagreb, 2017., str. 58

UN je 2015. formirao Program održivog razvoja do 2030. sa 17 ciljeva koji su zapravo nacrt za postizanje kvalitetnije i održive budućnosti za sve ljude. Prepoznata je važnost međusobnog djelovanja i suradnje i da razvoj mora uravnotežiti socijalnu, ekološku i održivost. Globalni ciljevi održivog razvoja su:¹²

1. Svijet bez siromaštva
2. Svijet bez gladi
3. Zdravlje i blagostanje
4. Kvalitetno obrazovanje
5. Rodna ravnopravnost
6. Čista voda i sanitarni uvjeti
7. Pristupačna energija iz čistih izvori
8. Dostojanstven rad i ekonomski rast
9. Industrija, inovacija i infrastruktura
10. Smanjenje nejednakosti
11. Održivi gradovi i zajednice
12. Održiva potrošnja i proizvodnja
13. Zaštita klime
14. Očuvanje vodenog svijeta
15. Očuvanje života na zemlji
16. Mir, pravda i snažne institucije
17. Partnerstvom do ciljeva

Postoji još niz konferencija i djelovanja na temu zaštite okoliša i održivog razvoja, no svi naglašavaju isti cilj koji mora biti implementiran u sve sfere djelovanja. Put k održivom razvoju je dug i zahtjevan no ne smije obeshrabriti sve aktere društva u promicanju i djelovanju održivosti. Nužna je sinergija svih aktera i svih područja s naglaskom na uspostavljanje međusobne ravnoteže ekologije, društva i ekonomije.

¹² UN Environment Management Group, <https://unemg.org/our-work/supporting-the-sdgs/the-un-sustainable-development-goals/> (16. 12. 2022.)

4. Teorijsko određenje i pripadajuće klasifikacije turističkih resursa

Kako u RH, tako i cijelom svijetu, turizam je generator mnogih ekonomskih i socijalnih učinaka koji podupiru razvoj i rast gospodarstva. Ovu tezu podupiru statistički podaci koji govore kako je 1950. broj turističkih dolazaka bilježio broj od 25 milijuna, dok 2018. godine isti bilježi 1,4 milijarde dolazaka.¹³ Već 2019. godine turistički dolasci dosežu brojku od 1,5 milijardi, što u odnosu na prethodnu godinu predstavlja rast od 4%, a u pandemijskoj 2020. godini turizam bilježi samo 400 milijuna dolazaka (pad od 74% u odnosu na prethodnu godinu).¹⁴ Sljedeća 2021. godina bilježi blagi porast turističkih dolazaka od 4% odnosno 415 milijuna dolazaka.¹⁵ U početku turizma kakav je danas poznat, glavna karakteristika je tzv. „hard“ turizam čiji je glavni proizvod sunce, more i pijesak. No današnji suvremeni turizam karakterizira diverzificiranost, unikatnost i prilagođenost različitim ciljnim skupinama pomoću specifičnih oblika turizma. Isto tako navodi se važnost održivog upravljanja turizmom koji u masovnom obliku proizvodi brojne negativne posljedice. Kako bi se turizam na određenom području uopće mogao razvijati, ono mora imati određene turističke resurse i atrakcije koji predstavljaju temelj razvoja turizma.

Prije svega potrebno je definirati značenje riječi resurs koja u hrvatskom jeziku predstavlja određen potencijal ili mogućnost za razvoj. Turističkim resursima smatraju se sva ona sredstva koja se mogu privesti korisnoj svrsi u turizmu nekog područja. Turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti (valorizirati).¹⁶ Potrebno je razlučiti kako turistički resurs nije nužno turistička atrakcija, ali svaka turistička atrakcija je turistički resurs. Ključna razlika je to što je turistički resurs već valoriziran te se koristi u turističke svrhe. Kao primjer moguće je uzeti NP Plitvička jezera koja su turistički resurs i atrakcija jer uvelike privlače turiste u RH, no da ista nisu gospodarski iskorištena predstavljala bi samo jedno vrlo atraktivno prirodno područje. Proces same valorizacije započinje identifikacijom turističkog resursa koji postaje predmet istraživanja raznih stručnjaka koji će procijeniti turistički kapacitet, kvalitetu i ostale posebnosti određene atrakcije. Vrednovanje se dijeli na razvojno i marketinško. Razvojno vrednovanje obuhvaća procjenu kategorije turističke atrakcije

¹³ Škorić S.: Kvantitativni trendovi u turizmu do kovidijalne krize uz osvrt na sportski turizam, ur. Bartoluci M., Škorić S., Andrijašević M. i suradnici: Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, Narodne novine, Zagreb, 2021., str. 27

¹⁴ <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (08. 05. 2022.)

¹⁵ <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (08. 05. 2022.)

¹⁶ Ćorluka G.: Organizacija turizma, Sveučilište u Splitu, 2019., str. 38

(međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna), sezonalnosti (cjelogodišnja ili sezonska), boravišno-izletničkih značajki (stacionarna, izletnička ili mješovita), nosivoga kapaciteta (istodobno, tijekom jednog sata ili dnevno) i šireg sustava turističkih atrakcija. Marketinško vrednovanje obuhvaća turističku dostupnost (fizičku, javnu i informativnu, oznake, tiskani materijali, specifična oprema) i stupanj turističkoga korištenja turističke atrakcije (100%, 50%, 25%).¹⁷ Turistička resursna osnova dio je cjelokupne gospodarske osnove određenog proizvoda koja sadrži:¹⁸

- Temeljni turistički resursi
- Ostali izravni turistički resursi
- Neizravni turistički resursi

Tablica 2.: Funkcionalna struktura turističke resursne osnove

A. TEMELJNI TURISTIČKI RESURSI
1. Potencijalne i realne turističke atrakcije
B. OSTALI IZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Turističko-ugostiteljski objekti
2. Prateći turistički sadržaj
3. Turistički kadrovi
4. Turističke zone
5. Turistička mjesta
6. Turističke destinacije
7. Turističke agencije
8. Turistička organiziranost (turističke zajednice i sl.)
9. Turističke informacije i promidžbeni materijali
10. Sustav turističkog informiranja
11. Turistička educiranost lokalnog stanovništva
12. Turistička atraktivnost susjednih destinacija
C. NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Očuvani okoliš
2. Geoprometni položaj
3. Prometna povezanost
4. Komunalna infrastruktura
5. Kvaliteta prostorne organizacije
6. Oblikovanje objekata, vanjskih uređaja i zelenih površina
7. Mirnodopsko stanje i politička stabilnost
8. Ostali resursi

Izvor: Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 17

¹⁷ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 22

¹⁸ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 15

Temeljni turistički resursi predstavljaju proizvod ili uslugu koja je zapravo motivirala turiste da posjete određenu destinaciju kako bi doživjeli određenu lokaciju i kulturu.¹⁹ Ona je ujedno i turistička atrakcija jer je resurs valoriziran i postao je pokretač dolaska turista u određenu destinaciju. Kao primjer temeljnog turističkog resursa (ujedno i turistička atrakcija) u gradu Puli je pulska Arena, dok su u gradu Dubrovniku to zidine. Upravo zbog toga se turistički resursi smatraju najvažnijim činiteljem turističke ponude te im se pridaje značajna pozornost pri planiranju i upravljanju.

Ostali izravni turistički resursi su rezultat ranije turističkog i ugostiteljskog djelovanja na području turističke destinacije, a koji osiguravaju uvjete za udoban boravak i odvijanje turističkih aktivnosti.²⁰ Oni su: smještajno-ugostiteljski objekti, turistički kadrovi, turistička mjesta i destinacije, turističke zajednice, turističke zone, sustavi turističkog informiranja, educiranost i mnogi drugi. Jedan od većih poteškoća s kojima se hrvatski turizam suočava je manjak ljudskog kadra, što rezultira pružanjem manje kvalitetne usluge (npr. gužva na recepciji koja uzrokuje nezadovoljstvo kod gosta) i uvozom inozemne radne snage te se time djelomično gubi autohtonost hrvatskog turizma.

Neizravni turistički resursi su rezultat organiziranog djelovanja lokalnog stanovništva u okviru zadovoljavanja svojih životnih i radnih potreba.²¹ Oni su: komunalna infrastruktura, okoliš, prometna povezanost, politička stabilnost, prostorna organizacija itd. Poznato da turizam koristi najatraktivniji prostor što bi značilo da je očuvani okoliš je zapravo jedan od preduvjeta i imperativ razvoja turizma na određenom prostoru.

Turističke resurse je također moguće podijeliti na:²²

- Prirodni turistički resursi
- Kulturno-povijesna baština u turizmu
- Klimatski uvjeti
- Infrastruktura
- Turističke usluge i sadržaji

¹⁹ Ibidem, str. 41

²⁰ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002. str. 18

²¹ Ibidem, str. 20

²² Ibidem, str. 48

U nastavku se nalazi klasifikacija turističkih resursa.

Tablica 3.: Klasifikacija turističkih resursa

<p>Prirodni turistički resursi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plaže • Koraljni grebeni • Planine • Pustinje • Šume • Slapovi • Jezera • Rijeke • Spilje • Fauna • Ostalo 	<p>Infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prijevoz i pristup • Izvori energije • Opskrba vodom • Zbrinjavanje otpadnih voda • Zbrinjavanje krutog otpada • Komunikacije • Banke i mjenjačnice • Zdravstvene usluge
<p>Kulturno-povijesna baština</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povijesne zgrade i mjesta • Spomenici • Arheološki lokaliteti • Folklor i tradicija • Rukotvorstvo • Muzeji • Predstave, vizualna i primijenjena umjetnost • Znanstveni i tehnološki resursi • Ostalo 	<p>Turističke usluge i sadržaji</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smještaj • Usluge prehrane • Prijevozne i turističke agencije • Snabdjevači i turistički vodiči • Kupnja • Rekreacija i zabava • Sport • Turističke informacije • Turistički kadrovi
<p>Klimatski uvjeti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prosječne temperature • Relativna vlažnost • Količina padalina • Broj sunčanih dana • Učestalost i snaga vjetrova • Čistoća zraka 	

Izvor: Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002. str. 49

Važno je napomenuti kako su svi turistički resursi izuzetno bitni te zajedničkim djelovanjem daju karakter destinaciji koja potom može zadovoljiti sve potrebe turista i motivirati ih na ponovni dolazak.

Kao najznačajni prirodni turistički resursi RH je voda, odnosno Jadransko more koje je zbog svoje atraktivnosti najvažniji motiv dolaska. Osim atraktivnosti, kroz povijest velik broj trgovine odvijao se pomorskim putem što je utjecalo na razvoj današnjih gradova i kulture gdje je vidljiv utjecaj mediteranske kulture. More pruža mogućnost sportskih aktivnosti kao što su jedrenje, ronjenje, veslanje (...), nautički turizam, gospodarske aktivnosti... Također Hrvatska ima i

velik broj tekućica koje najčešće nisu plovne te kao takve gube strateški gospodarski značaj. Naravno velik broj njih vrlo je estetično zbog čega najčešće služe kao spas od vrućina u ljetnim mjesecima. Vrlo je interesantan i krški reljef s brojnim geomorfološkim objektima poput spilja, jama, ponikvi, ponora itd. koji omogućuju sportsko-rekreacijske i edukacijske aktivnosti te je jedan od najatraktivnijih područja. Tome svjedoči većina hrvatskih nacionalnih parkova koji se nalaze upravo na krškom području nastali pod najvećim utjecajem vjetra, vode i sunca; NP Plitvička jezera, NP Brijuni, NP Risnjak, NP Sjeverni Velebit, NP Paklenica, NP Kornati, NP Mljet i NP Krka. Nacionalni parkovi su značajno posjećeni od kojih je NP Plitvička jezera apsolutno rekord kada je 2019. godine ostvario preko 1,6 milijuna dolazaka, no zbog prevelike opterećenosti prostora i saturacije isti je bio prisiljen ograničiti dnevni broj posjetitelja.

RH posjeduje veliko kulturno-povijesno bogatstvo koja je osnova za razvoj kulturnog turizma što je, uz kupališni turizam, najvažniji motiv dolaska. Turisti najčešće doživljavaju kulturno nasljeđe u obliku arhitektonskih spomenika.²³ No ne smiju se zaboraviti i mnogobrojni arheološki lokaliteti koji svjedoče dugoj povijesti civilizacije na ovim prostorima. Jedan od najvažnijih lokaliteta je nalazište pračovjeka u Krapini gdje se danas nalazi tematski muzej te je kao takav jedan od najbogatijih paleolitskih staništa neandertalaca u Europi. RH ima bogatu folkloru tradiciju na cijelom svom teritoriju gdje i dan danas velik broj omanjih mjesta poštuje narodne običaje koji predstavljaju način upoznavanja lokalne kulture i identiteta. Kao primjer moguće je navesti dubrovački ples linđo, korčulansku morešku i mnogi drugi plesovi koji su tradiciju formirali u konkretan turistički proizvod.

Povoljni klimatski resursi kao takvi su značajan preduvjet za razvoj turizma kada ugodna temperatura s ostalim klimatskim čimbenicima motivira dolazak turista. Kao klimatski čimbenici javljaju se temperatura, vjetar, tlak zraka, vlaga, naoblaka, padaline i insolacija koje zajedničkim djelovanjem čine klimu područja. Kao najpogodnija klima javlja se mediteranska s dugim toplim ljetima i blagim zimama koje omogućuju bijeg od hladnije. Velik broj ljudi putuje u toplija područja iz zdravstvenih razloga gdje morski zrak i ugodna klima pomažu fizičkoj i psihičkoj regeneraciji ljudskog tijela. Također vrlo je bitna čistoća zraka za ugodan boravak u destinaciji kojoj ne pogoduju sve veća onečišćenja pogotovo u većim industrijaliziranim gradovima. Javlja se i velik problem ozonskih rupa i efekta staklenika koji izazivaju određene klimatske promjene, a posljedično tome i promjene u turističkim aktivnostima.

²³ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 99

Infrastruktura obuhvaća velik broj podržavajućih aktivnosti gdje je jedan od značajnih promet bez kojeg se turistička putovanja ne bi mogla odvijati. Isti u RH obuhvaća prijevoz cestovnim, zračnim, željezničkim i vodnim putem od kojih je najzastupljeniji cestovni te je RH percipirana kao auto-destinacija. Željeznički promet u RH je vrlo zastarjelih značajki (stari vlakovi, neodržavane pruge, učestala kašnjenja...) te kao takav nije konkurentan niti uvelike značajan za hrvatski turizam iako bi, ukoliko bi se investirala značajna financijska i ostala sredstva, bio ekološki odgovorniji i efikasniji za razliku od cestovnog. Hrvatske mora biti ekološki orijentirana i mora se osigurati stabilna ekološka ravnoteža, kvalitetno koristiti okoliš, štedljivo trošiti oskudna dobra, odnosno težiti obnovljivim izvorima energije poput vode, sunca i vjetra. Važno je osigurati kvalitetnu komunalnu infrastrukturu s naglaskom na adekvatno zbrinjavanje krutog otpada i otpadnih voda prema kojem bi onečišćenja bila minimalna, a s čijim ignoriranjem bi se dovela opasnost zagađenjem podzemnih voda.

Zatim slijede turističke usluge i sadržaji gdje je jedan od elemenata smještajna ponuda koju u RH karakterizira privatni smještaj. Orijentacija razvoja smještajne ponude trebala bi se orijentirati na hotelski smještaj jer isti uključuje veći broj sudionika te time ima jači multiplikativni učinak na lokalno gospodarstvo (npr. suradnja s lokalnim OPG-om). Također razvoj bi trebao biti usmjeren i na smještaj visoke kategorije što bi generiralo i veće financijske priljeve u lokalno i cjelokupno gospodarstvo RH. Velik broj hrvatskih gradova njeguje bogatu gastronomsku tradiciju što pridonosi atraktivnosti i bogatstvu turističke ponude sa smjerom razvoja gastronomskog turizma. Zahvaljujući činjenici da se RH nalazi na sjecištu raznih kulturoloških utjecaja, danas postoji velik broj autohtonih hrvatskih kuhinja s mediteranski, turskim i germanskim elementima. Osim prirodnih i kulturnih atrakcija, velik broj destinacija stvara umjetne atrakcije koje ne moraju ovisiti o lokalnim značajkama u kojima se stvaraju. Kao primjer mogu se navesti razni zabavni parkovi, vodeni parkovi itd. koji upotpunjuju turističku ponudu, no isto iziskuje odgovornost i strateško promišljanje s pogledom u budućnost. Jedan od većih poteškoća s kojima se hrvatski turizam suočava je manjak ljudskog kadra i nekvalitetnim obrazovnim sustavom, što rezultira pružanjem manje kvalitetne usluge (npr. gužva na recepciji koja uzrokuje nezadovoljstvo kod gosta) i uvozom inozemne radne snage.

5. Grad Zagreb kao turistička destinacija i pripadajuće analize

Ranoj povijesti Zagreba svjedoče ostaci pračovjeka u špilji Veternica na gori Medvednica, no još važniji trenutak u povijesti je bilo osnivanje dvaju srednjovjekovna naselja pod imenima Grad i Kaptol sa svojim zidinama čije je ostatke i danas moguće vidjeti. Nakon toga važno je istaknuti i 1094. godinu kada je osnovana Zagrebačka biskupija te 1242. godinu kada je Bela IV. Gradecu poklonio tzv. Zlatnu bulu te je time Gradec proglašen slobodnim kraljevskim gradom. Nekoliko stoljeća kasnije, bogate plemićke obitelji i razni europski trgovci prepoznaju Zagreb kao gospodarsko i kulturno središte čime se površina Zagreba značajno povećava te uistinu postaje europska metropola. Zagrebu također pogoduje povoljan geoprometni položaj, na padinama Medvednice i obali rijeke Save te na sjecištu Dinarida, Jadranskog mora i Panonske nizina čime se stvaraju preddispozicije za turistički rast i razvoj.

5.1. Analiza turističkih resursa

Za razvoj turizma u destinaciji ključni su turistički resursi i atrakcije koji postaju jedan od pokretača posjeta destinaciji, no važno je istaknuti ukoliko područje ne posjeduje atrakcije onda se isto ne može kategorizirati kao turistička destinacija, ni razvijati turizam. Turistička atrakcija označava svojstvo pojedinih dijelova žive ili nežive prirode te materijalnih i nematerijalnih ljudskih tvorevina da po osiguranju određenih posebnih uvjeta mogu privući turiste.²⁴ Atrakcije određuju privlačnost područja i time pokreću turiste na putovanje kako bi se odmaknuli od svakodnevnice. Prije svega potrebno je identificirati određeni turistički resurs koji će biti valoriziran od strane lokalne uprave pa tako i samih turista nakon čega isti postaje turistička atrakcija. Također velik broj turista devastira atrakciju kojom je potrebno upravljati i zaštititi je od uništenja što je moguće isključivo kontinuiranom evaluacijom i poduzimanjem postupaka za dobrobit atrakcije, ali i same turističke destinacije. Kao primjer moguće je istaknuti NP Plitvička jezera koji je radi prekomjernog broja posjetitelja, ograničio dnevni broj ulaznica te organizirao isključivo kupnju istih unaprijed kako bi se kvalitetno pratio broj posjetitelja i stanje parka.

²⁴ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002. str. 240

U nastavku slijedi klasifikacija prirodnih resursa grada Zagreba koji su klasificirani po tipologiji i važnosti istih.

Tablica 4.: Analiza važnosti prirodnih resursa

NAZIV RESURSA	TIP RESURSA	VAŽNOST
Gora Medvednica	Geomorfološki	Nacionalna
Park Maksimir	Biogeografski	Regionalna
Jezero Bundek	Hidrografski	Regionalna
Rijeka Sava	Hidrografski	Regionalna
Jezero Jarun	Hidrografski	Regionalna

Izvor: izrada autorice

Prirodni turistički resursi značajno utječu na atraktivnost destinacije, no grad Zagreb ne obiluje prirodnim resursima te su oni većinom od regionalnog značaja. Medvednicu odnosno Sljeme možemo izdvojiti kao najznačajniji prirodni resurs Zagreba s najvećim turističkim potencijalom koji se najviše očituje u mjesecu siječnju kada se održava skijaška utrka „Snježna kraljica“ koja privlači velik broj skijaša, popratnog osoblja i sportskih turista u destinaciju. Često su navedeni resursi vrlo važni za lokalno stanovništvo koji iste koristi u rekreativne i sporske svrhe. Razlog tome je izrazita metropolitizacija sa značajnim antropogenim resursima na temelju kojih grad Zagreb formira svoju turističku ponudu.

Kako bismo izvršili ocjenu atraktivnosti turističkih resursa, potrebno je definirati kriterije ocjenjivanja:

- Afirmirana atrakcija – već konkurentan i prepoznatljiv turistički proizvod na turističkom tržištu te za takvim proizvodom postoji inozemna i domaća potražnja turista
- U procesu afirmacije – za takvom atrakcijom ne postoji još potražnja stranih nego samo domaćih turista
- Neafirmirana atrakcija – za takvim proizvodom ne postoji inozemna i domaća potražnja, nego samo potražnja lokalnog stanovništva
- Nije atrakcija – atrakcija još nije u turističkoj funkciji niti će biti u bliskoj budućnosti (do sljedeće sezone) jer ne postoji potražnja

U nastavku slijedi ocjena atraktivnosti prirodnih resursa.

Tablica 5.: Ocjena prirodnih resursa

NAZIV RESURSA	Afirmirana atrakcija	U procesu afirmacije	Neafirmirana atrakcija	Nije atrakcija
Gora Medvednica	X			
Park Maksimir		X		
Jezero Bundek		X		
Rijeka Sava				X
Jezero Jarun	X			

Izvor: obrada autorice

Prema prikazanoj tablici moguće je zaključiti kako su gora Medvednica i jezero Jarun afirmirane atrakcije koje privlače domaće i strane turiste najčešće radi sportskih motiva u aktivnom ili pasivnom obliku. Dok su park Maksimir i jezero Bundek u procesu afirmacije te svoju prepoznatljivost nalaze kod domaćih turista kao zelena oaza u gradu Zagrebu. Rijeka Sava nije atrakcija te kao takva nema turističku vrijednost, moguće je reći kako je ista turistički resurs no nije atrakcija.

Važan prirodni resurs je gora Medvednica koja sa svojim najvišim vrhom Sljemenom doseže visinu od 1033 metara nadmorske visine te je od samog centra grada do vrha potrebno otprilike pola sata vožnje autom, ili i manje novootvorenom gradskom žičarom. Medvednica je oduvijek bila najdraže izletišta za Zagrepčane gdje se mogu baviti raznim sportskim aktivnostima tijekom cijele godine. No tijekom zime na vrhu Medvednice se nalazi Zagrepčanima omiljeno poznato skijalište Sljeme sa nekoliko skijaških staza čija ukupna duljina iznosi 4045 metara.



Slika 2.: Gorje Medvednica

Izvor: <https://blog.dnevnik.hr/zauzetemisli/2022/12/1632399602/na-sljeme-na-sljeme.html>
(30. 01. 2023.)

Zahvaljujući biskupu Maksimilijanu Vrhovcu danas se u Zagrebu nalazi istoimena park šuma Maksimir koja služi građanima još od 1794. godine, no za današnji izgled zaslužan je biskup Juraj Haulik prema čijem naputku je park uređen u engleskom stilu. Park kao takav je dio sustava zaštite kulturnih dobara te je kategoriziran kao spomenik parkovne arhitekture.

Zatim u nastavku slijedi kategorizacija antropogenih resursa koji su klasificirani po tipologiji i važnosti istih.

Tablica 6.: Analiza antropogenih resursa

NAZIV RESURSA	TIP RESURSA	VAŽNOST
Katedrala	Kulturno-povijesni	Nacionalna
Muzej Mimara	Kulturno-povijesni	Nacionalna
Crkva sv. Marka	Kulturno-povijesni	Nacionalna
HNK	Kulturno-povijesni	Nacionalna
Lenuzzijeva potkova	Kulturno-povijesni	Regionalna
Kula Lotrščak	Kulturno-povijesni	Regionalna
Medvedgrad	Kulturno-povijesni	Regionalna
Kamenita vrata	Kulturno-povijesni	Regionalna
Uspinjača	Ambijentalni	Regionalna

Tunel Grič	Kulturno-povijesni	Nacionalna
Ljeto na Strossu	Manifestacijski	Regionalna
Inmusic festival	Manifestacijski	Međunarodna
Advent	Manifestacijski	Međunarodna
WRC Rally	Manifestacijski	Međunarodna
„Snježna kraljica“	Manifestacijski	Međunarodna
Počasna garda „Kravat pukovnija“	Manifestacijski	Regionalna

Izvor: izrada autorice

Prema gore prikazanoj tablici samo dijela antropogenih resursa Zagreba, moguće je zaključiti kako grad svoju resursnu osnovu temelji na antropogenim resursima kojima obiluje zbog dugogodišnje povijesti i raznih europskih utjecaja te time potvrđujemo hipotezu 1: „U gradu Zagrebu prevladavaju antropogeni turistički resursi.“ Upravo na kulturnim resursima Zagreb temelji svoju turističku ponudu te je potrebno kontinuirano unaprjeđivati, ali i valorizirati određene resurse koji još nisu prepoznati. Npr. tunel Grič je do nedavno bio zatvoren za javnost sve do preuređenja i službenog otvorenja 2016. godine kada postaje jedna od turističkih atrakcija grada u kojoj se često održavaju razne izložbe, događanja itd. Kao tri važne manifestacije moguće je izdvojiti Advent, WRC Rally i skijaška utrka „Snježna kraljica“ čija je važnost na međunarodnoj razini. Advent i „Snježna kraljica“ su već duže vrijeme jedne od asocijacija Zagreba, no od 2021. godine Zagreb je domaćin WRC Rally-ja, prestižne svjetske automobilističke utrke, čiji je start pozicioniran upravo u Zagrebu. Obzirom da je utrka od svjetskog značaja ista privlači velik broj vozača, popratnog osoblja i turista čime značajno utječu na gospodarstvo Zagreba, a time i Republike Hrvatske.

U nastavku slijedi ocjena atraktivnosti antropogenih resursa.

Tablica 7.: Ocjena antropogenih resursa

NAZIV RESURSA	Afirmirana atrakcija	U procesu afirmacije	Neafirmirana atrakcija	Nije atrakcija
Katedrala	X			
Muzej Mimara		X		
Crkva sv. Marka	X			
HNK	X			

Lenuzzijeva potkova		X		
Kula Lotrščak	X			
Medvedgrad		X		
Kamenita vrata	X			
Uspinjača	X			
Tunel Grič	X			
Ljeto na Strossu		X		
Inmusic festival	X			
Advent	X			
WRC Rally	X			
„Snježna kraljica“	X			
Počasna garda „Kravat pukovnija“		X		

Izvor: obrada autorice

Prema prikazanoj tablici ocjena antropogenih resursa moguće je zaključiti kako je većina resursa afirmirana atrakcija koja privlači inozemnu i domaću potražnju te kao takav čini glavninu turističkog proizvoda. Kao resurse koju su u procesu afirmacije navodi se muzej Mimara, Lenuzzijeva potkova, Medvedgrad, manifestacij Ljeto na Strossu i počasna garda „Kravat pukovnija“ koji najveću važnost i motiv uživaju kod domaće potražnje.

Jedan od simbola grada i definitivno najvažnija i najveća sakralna građevina u RH je Zagrebačka katedrala čija važnost također leži u činjenici da je ista prva gotička građevina u RH. Katedralu su kroz povijest obilježili mnogi potresi i požari koji su uzrok današnjeg izgleda obzirom da je ista nebrojeno puta nadograđivana i obnavljana.



Slika 3.: Zagrebačka katedrala

Izvor: <https://kofer.info/zagrebacka-katedrala/> (30. 01. 2023.)

U 19. stoljeću pod inicijativom Milana Lenuzzi-ja formirana je zelena oaza grada kao mjesto bijega od užurbane sredine, a radi se o tzv. Lenuzzi-jevoj potkovi. Oazu čine 8 gradskih trgova; Trg Nikole Šubića Zrinskog, Trg Josipa Jurja Strossmayera, Trg kralja Tomislava, Trg Ante Starčevića, Botanički vrt, Trg Marka Marulića, Trg Ivana Mažuranića i Trg Republike Hrvatske. Na svakom trgu nalazi se zelena površina, spomenici velikanima hrvatske povijesti i razne državne institucije poput Državnog arhiva, HAZU, Akademije dramskih umjetnosti, Hrvatskog narodnog kazališta i ostalih.

WRC Rally Croatia je prestižna automobilistička utrka koja se održava nekoliko dana kroz nekoliko hrvatskih županija. Hrvatska je postala po prvi put domaćin 2021. godine u jeku pandemije kada je smještena na mapu automobilističkog svijeta. Događaj privlači velik broj posjetitelja iz cijelog svijeta koji ekonomski utječu na velik broj gospodarskih sektora kao što su promet, hotelijerstvo, trgovina itd. Osim trenutnih gospodarskih učinaka, utrka predstavlja značajnu promociju Hrvatske na svjetskoj razini te time utječe na buduće turističke dolaske.



Slika 4.: WRC Rally

Izvor: <https://ams.hr/wrc-croatia-rally-2022-dokumentarac-vlado-boban/> (30. 01. 2023.)

5.2. Analiza turističke potražnje grada Zagreba

Kako bismo dobili realnu turistički sliku potrebno je analizirati i turističku potražnju. Potražnju kao takvu je moguće definirati kao spremnost kupaca da kupe određeni proizvod ili uslugu po određenoj cijenu; u ovome slučaju radi se o turističkom proizvodu. Turistička potražnja ovisi o dva glavna faktora, a to su: slobodno vrijeme i slobodni dohodak. U slobodno vrijeme čovjek provodi turističke aktivnosti i obnavlja svoje psihofizičko stanje te time izravno utječe na poboljšanje kvalitete života. Osim slobodnog vremena, za uključivanje u turističke aktivnosti neophodno su potrebna i slobodna sredstva koja će omogućiti pojedincu sudjelovanje u turističkim putovanjima. Vrlo važno je uzeti u obzir i ostale činitelje, no slobodno vrijeme i sredstva su svakako temelj za bilo kakve turističke aktivnosti.

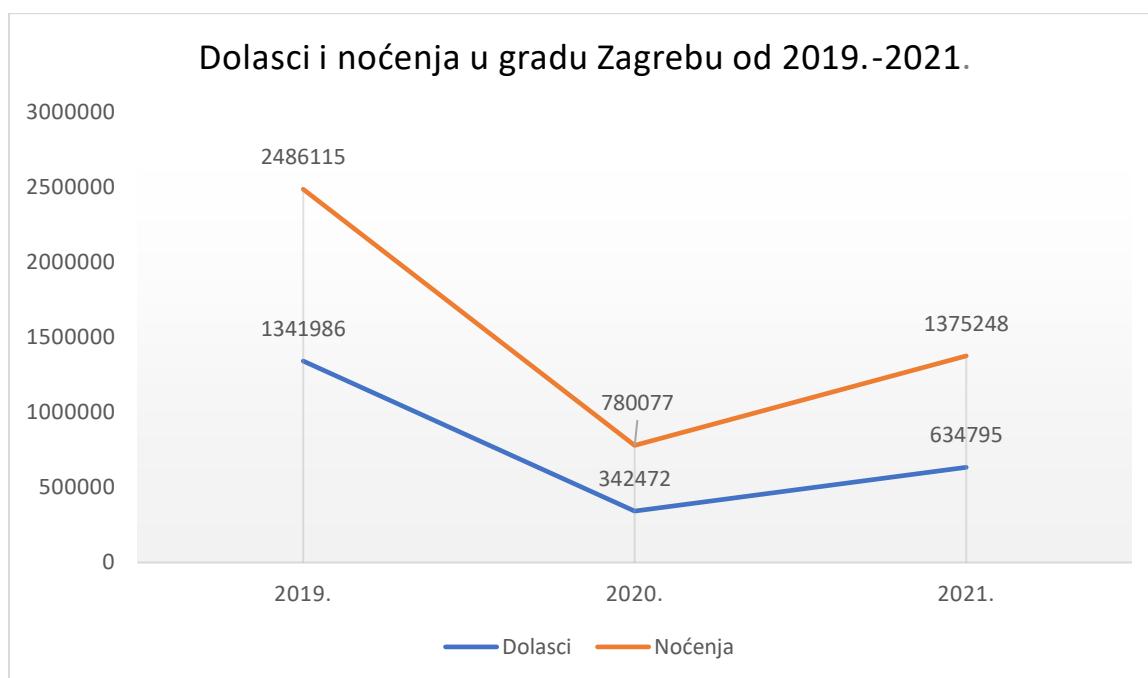
Grad Zagreb zadnjih nekoliko godina bilježi porast broja dolazaka i noćenja te se svrstao kao zanimljiva „city break“ destinacija na europsku turističku mapu. Tome svjedoče tablični podaci prikazani u nastavku rada.

Tablica 8.: Dolasci i noćenja u gradu Zagrebu od 2019. do 2021. godine

	2019.		2020.		2021.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Grad Zagreb	1341986	2486115	342472	780077	634795	1375248

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10190>, DZS, Turizam u 2020. statistička izvešća, Zagreb, 2021. (02.01.2023.)

U nastavku slijedi grafički prikaz tabličnih podataka.



Grafikon 1.: Dolasci i noćenja u gradu Zagrebu od 2019. do 2021. godine

Izvor: obrada autorice

Prema prikazanom moguće je zaključiti kako grad Zagreb bilježi uzlazni trend broja dolazaka noćenja i dolazaka s najvećim dostignutim brojkama 2019. godine kada je ukupan broj dolazaka iznosio 1 341 986, a noćenja 2 486 115. Zatim 2020. godine dolasci i noćenja doživljavaju strmoglav pad zbog pandemije virusa covid-19 koji je paralizirao svjetsko gospodarstvo, a ponajviše turizam. Vidljivo je da je 2020. ostvaren pad broj dolazaka od 74,48% u odnosu na 2019., dok broj noćenja bilježi pad od 68,22%. Ne treba posebno spominjati da je 2020. godina bila jedna od najtežih godina za hrvatski turizam, no isti taj turizam je pokazao vrlo brz oporavak kada 2021. godine ostvaruje povećanje broja dolazaka od 85,36%, i povećanje broja

noćenja od 76,30% u odnosu na prethodnu 2019. Podaci za 2022. godinu još nisu objavljeni, no prateći dosadašnje trendove poprilično je sigurno da će 2022. godina biti rekordnih brojk. Utjecaj turističkih aktivnosti je teško izraziti u novčanom mjerilu zbog izrazite kompleksnosti i multiplikativnosti, no na razini grada moguće je izraziti iznos prikupljenih boravišnih pristojbi u određenom vremenskom periodu. Boravišna pristojba je naknada koju plaća korisnik turističkoj zajednici i ostalih dionicima za uslugu noćenja u ugostiteljskom objektu. Visina turističke pristojbe se donosi na razini općine ili grada te su iz obveze plaćanja izuzeti:²⁵

1. Djeca do 12 godina
2. Osobe s invaliditetom od 70 % i većim i jedan pratitelj
3. Osobe koje zbog potrebe rada ili obavljanja poslova koriste uslugu smještaja u općini ili gradu u kojem nemaju prebivalište, isključivo za vrijeme obavljanja poslova/rada
4. Profesionalni članovi posade na čarterskim plovilima i brodovima za višednevna kružna putovanja
5. Sudionici školskih paket-aranžmana s uključenim smještajem, koje su odobrile školske ustanove
6. Osobe koje uslugu noćenja koriste u okviru ostvarivanja prava na smještaj kao korisnici socijalne skrbi
7. Studenti i đaci koji nemaju prebivalište u općini ili gradu u kojem se školuju kada borave u smještajnom objektu u toj općini ili gradu.

U nastavku se nalazi prikaz ostvarenih boravišnih pristojbi u gradu Zagrebu od 2018.-2020. godine.

Tablica 9.: Analiza prihodovanih boravišnih pristojbi TZ grada Zagreba od 2018. do 2020. godine

	2018.	2019.	Promjena	2020.	Promjena	2021.	Promjena
Boravišna pristojba	12.177.806	15.475.874	+27,08%	3.934.544	-74,58%	6.597.941	59,63%

Izvor: obrada autorice²⁶

Prema prikazanoj tablici primjetne su značajne promjene ostvarenih boravišnih pristojbi. Jedan od razloga je povećanje iznosa boravišne pristojbe kada je 2018. godine iznosila 10,00 HRK, a od 2019. iznosi 12,00 HRK. Vidljivo je kako 2019. godina TZ ostvaruje povećanje naplaćenih boravišnih pristojbi za 27,08%, dok 2020. godine isto rapidno pada za čak 74,58% što je uzrok pandemije korona krize koja je zaustavila cjelokupno gospodarstvo, pa tako i turizam. Zatim

²⁵ Zakon o boravišnoj pristojbi, II. OBVEZNICI I NAČIN PLAĆANJA BORA VIŠNE PRISTOJBE, čl. 5, NN, 2019.

²⁶ Revidirani financijski izvještaji za 2019., 2020. i 2021. godinu, TZ Grad Zagreb

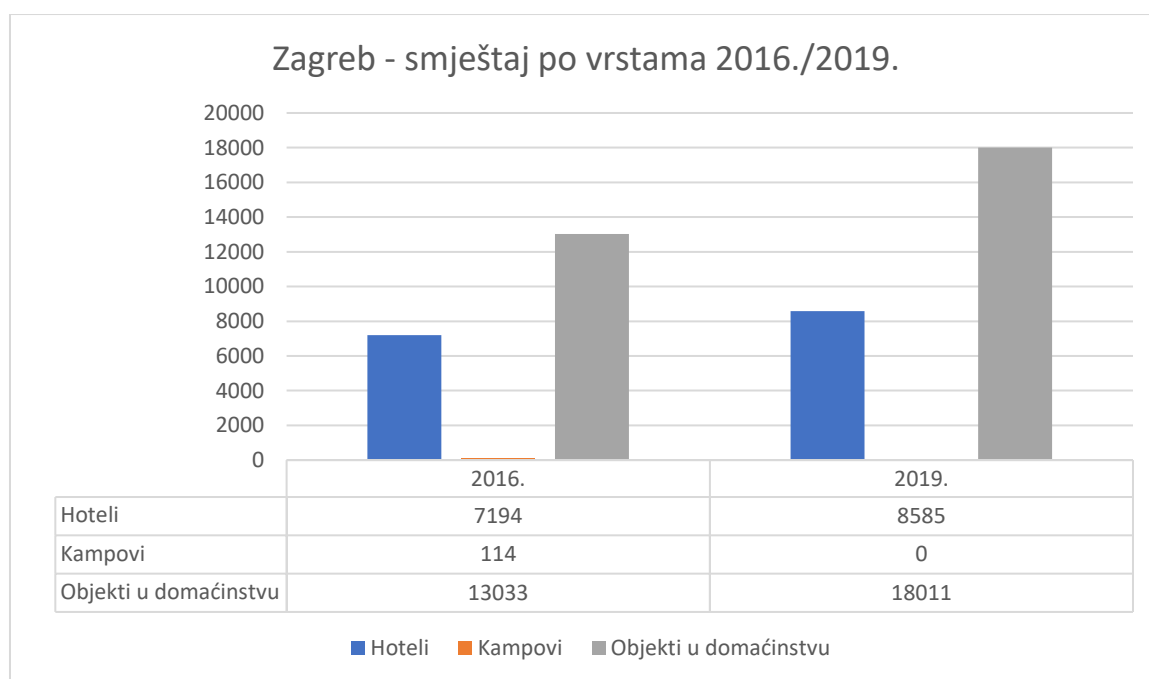
2021. godina bilježi značaj porast u odnosu na prethodnu godinu od čak 59,63% što je znak oporavaka turizma u gradu. Pretpostavke su da će se pozitivan trend nastaviti i u 2022. godini.

5.3. Analiza smještajne ponude

Gradu Zagrebu pogoduje povoljan prometni geoprometni položaj, na padinama Medvednice i obali rijeke Save te na sjecištu Dinarida, Jadranskog mora i Panonske nizina čime se stvaraju preddispozicije za turistički rast i razvoj. Osim povoljnog položaja, grad posjeduje bogatom kulturno-povijesnom baštinom čime uspješno razvija kulturni turizam te se time upješno pozicionirao kao jedna od europskih kulturnih destinacija.

Kako bi grad uopće mogao razvijati turizam, potrebno je razviti kvalitetnu smještajnu ponudu koja se u ovom slučaju sastoji od hotela, privatnog smještaja, hostela i kampova.

U nastavku slijedi grafikon smještajnih vrsta.



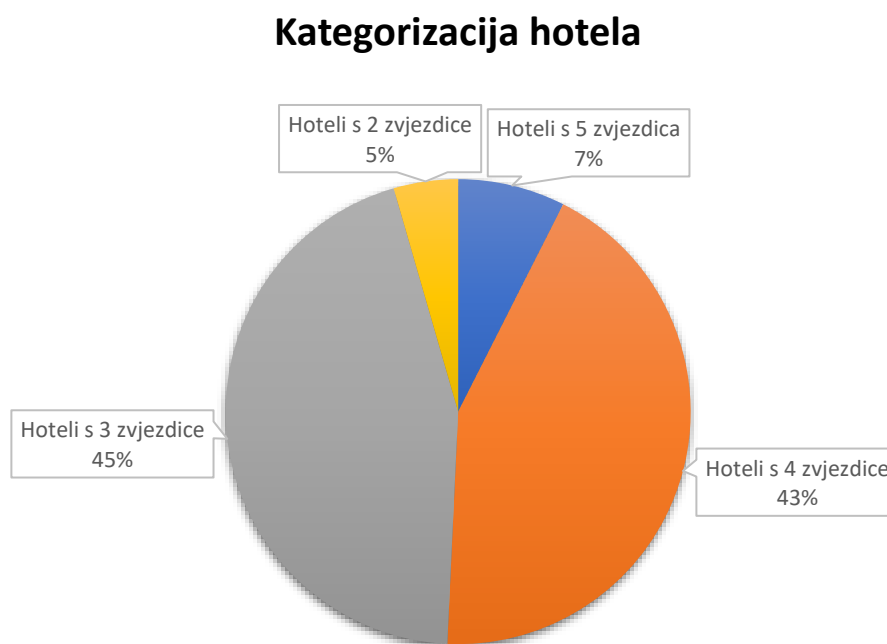
Grafikon 2. Kategorizacija smještaja po vrstama 2016./2019.

Izvor: Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti po vrstama smještajnih kapaciteta, HTZ, 2020.

Prema podacima prikupljenim pod vodstvom Hrvatske turističke zajednice moguće je primjetiti kako je dominantna vrsta smještaja obiteljski smještaj, zatim hotelski smještaj te kao zadnji kamp smještaj. Podaci su iskazani u broju postelja grada Zagreba, te je moguće primjetiti: povećanje

broja postelja u obiteljskom smještaju za 38,2%, zatim broj postelja u hotelskom smještaju bilježi povećanje od 19,3% te broj postelja u kampovima ne bilježi niti jednu postelju. Prema prijašnjim analiziranim podacima, rast smještajne ponude je proporcionalan s rastom turističke potražnje.

Prema podacima Turističke zajednice grada Zagreba, dostupno je 67 hotela koji svojim gostima pružaju usluge smještaja, prehrane, wellness-a i ostalih aktivnosti. U nastavku se nalazi grafikon s prikazanim udjelom svake od kategorija u ukupnom broju hotela u Zagrebu.



Grafikon 3. Kategorizacija hotelske ponude

Izvor: vlastito istraživanje

Prema prikazanom grafikonu moguće je zaključiti kako hotelski smještaj kategorije dvije zvjezdice čini 5% hotelske ponude dok hoteli s tri zvjezdice čine čak 45% ponude. Nakon toga slijedi kategorija luksuznih hotela gdje hoteli s četiri zvjezdice čine 43%, a hoteli s pet zvjezdica samo 7% ukupne hotelske ponude. Broj hotela s dvije zvjezdice je potrebno smanjiti ili bar zadržati na istoj razini dok je broj hotela s tri zvjezdice potrebno smanjiti u korist hotela s 4 i 5 zvjezdica. Moguće je zaključiti kako udio hotela s četiri zvjezdice čini gotovo polovica ukupne ponude te je isti izuzetno poželjan, no svakako je potrebno poraditi na investiranju u izgradnji hotela s četiri zvjezdice. Hoteli s pet zvjezdica čine samo 5% što nije dovoljno, te Zagreb mora povećati broj istih kako bi kvalitetno ugostio zahtjevnije goste veće platežne moći i time izravno utjecao na gospodarstvo grada Zagreba.

Zabilježen je porast broja hostela gdje je pružena jednostavnija i cjenovno pristupačnija usluga većinski namijenjena mlađoj populaciji. Također trend potražnje jeftinijeg smještaja je prisutan i u Zagrebu koji je definitivno odgovorio na promjene.

No, kao i smještajna ponuda ostatka RH, većinu ukupne ponude grada čini privatni smještaj odnosno apartmani, studio apartmani i sobe. Ovaj vid smještaja omogućuje gostima da uživaju veću privatnost i slobodu u odnosu na druge oblike smještaja.

Jedini kamp na području Zagreba je Kamp Zagreb s četiri zvjezdice koji se smjestio u naselju Rakitje uz istoimeno jezero. Kamp broji 50 parcela i 4 bungalova, te je jedini takav u Zagrebu, stoga je moguće zaključiti kako postoji potencijal za daljnji razvoj ovakvog oblika smještaja u gradu Zagrebu.

6. Razvojni smjer

Održivi turizam mora obuhvatiti sve tri dimenzije održivosti; društvo, ekologiju i gospodarstvo, te kao takav služiti na korist domicilnom stanovništvu, čuvati i unaprjeđivati prirodnu osnovicu, čuvati lokalno kulturu i identitet te raditi na integritetu turističke destinacije. Imperativ je na kvalitativnoj komponenti te osigurati korištenje resursa danas bez da se isti nepovratno unište za buduće generacije.

Masovnost i preopterećenost prostora izravno utječu na degradaciju okoliša destinacije i upravo zbog toga održivi turizam nastoji uravnoteženo koristiti sve dane prirodne i društvene resurse. Definiranje prihvatnog kapaciteta je jedan od temeljnih elemenata koji služi upravljanju turističkim aktivnostima i razvoju destinacije s ciljem generiranja prihvatljivih utjecaja na okoliš. Nacionalna turistička politika Hrvatske mora biti ekološki orijentirana i mora se osigurati stabilna ekološka ravnoteža, kvalitetno koristiti okoliš, štedljivo trošiti oskudna dobra, odnosno težiti obnovljivim izvorima energije. Važno je formirati hijerarhiju ekoloških problema koji nastaju kao posljedica razvoja turizma. Zbog kontinuirane turističke potražnje potrošnja resursa postaje još važnija. Kako bi se utvrdili primarni ekološki ciljevi, te kako bi se mogli mjeriti rezultati i troškovi provedenih akcija, poželjno je redovito objavljivanje izvještaja o turizmu i prirodnom okruženju. Slijedom toga bitno je:²⁷

- poticanje ekološki prihvatljivih oblika prijevoza i ekološki prihvatljivih oblika turizma
- proširenje zaštite prirode, stimulatивно povezivanje turizma s obzirom na ekološke kriterije i uvjete
- potaknuti istraživanja i obrazovanje za održivi razvoj turizma
- proširiti dio ekološki prihvatljive ponude
- povećanje potražnje za ekološki prihvatljivom turističkom ponudom

6.1. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine temeljni je dokument strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine prema kojem se poslovanje svih turističkih objekata treba voditi. Svrha dokumenta je stvoriti konkurentan turizam koji će poboljšati kvalitetu života domicilnog stanovništva, ali i gospodarstvo cijele Republike Hrvatske. Strategija fokus stavlja na održivost u sva tri segmenta uz praćenje turističkih trendova koji će omogućiti konkurentsku prednost na tržištu. Važno je da hrvatski turizam svoju konkurentnost

²⁷ Krstinić Nižić M., Golja T.: The significance of environmental sustainability in tourism destination development: the contribution of the hotel industry in the north western coastal area of Croatia, 2009.

ne temelji na dosadašnjem masovnom sezonalnom turizmu čija je glavna karakteristika destruktivnost prostora.

Na temelju provedene opsežne analize i rezultata iste, definirana su četiri sljedeća strateška cilja na području održivog turizma RH:

- Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam
- Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
- Konkurentan i inovativan turizam
- Otporan turizam

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam

Činjenica je da hrvatski turizam karakterizira izrazita sezonalnost kada se u glavnoj sezoni odnosno u periodu od lipnja do rujna realizira više od polovine ukupnih noćenja, podaci prikupljeni u 2019. godini govore kako je u glavnoj sezoni ostvarilo 84% ukupnih noćenja.²⁸ Upravo sezonalnost potiče preopterećenost prostora što dovodi do onečišćenja okoliša, devastaciju prirodnih i društvenih atrakcija, pada kvalitete domicila i mnoge druge negativne učinke s kojima se bore sve države čiji je turizam masovan.

U okviru provedbe prvog strateškog cilja potrebna je realizacija aktivnosti koji bi učinio turizam uravnoteženijim i ravnomjernijim na cijelom području, zatim razvio specifične oblike turizma, unaprijedio prometnu povezanost, repozicionirao RH kao cjelogodišnju turističku destinaciju i stvorio bolje uvjete života za domicilno stanovništvo.

Razvoj uravnoteženog i uključivog turizma uključivat će javne investicije koje će poticati razvoj turističkih proizvoda, posebice javne turističke infrastrukture. Također će naglasak biti stavljen na formiranje novih poslovnih modela koji će omogućiti adekvatno i pravovremeno prilagođavanje turističkim trendovima te time osigurati rezistentnost i održivost. Potrebno je poticanje kratkog lanca opskrbe sa što većim brojem lokalnih proizvođača čime se postiže značajniji multiplikativni učinak kao i sudjelovanje domicilnog stanovništva u turizmu.

Održivost promiče formiranje posebnih oblika turizma koji bilježi pozitivan trend na turističkom tržištu te je odgovorniji prema društvu i prirodi. Oblici na koje je stavljen fokus su: zdravstveni, eno-gastronomski, aktivni (rekreativni), kulturni, seoski, poslovni, gradski, turizam na rijekama i jezerima, nautički i turizam sunca i mora. Time će se razviti novi turistički

²⁸ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zagreb, 2022., str. 18

proizvod koji će turistima pružiti raznovrsnu cjelogodišnju ponudu te time smanjiti sezonalnost i doprinijeti održivosti.

Za kvalitetan razvoj turizma u RH vrlo je bitno optimizirati prometni sektor u svim segmentima; željezničkom, cestovnom, zračnom i morskom. Promet i njegovo zagađenje nije moguće u potpunosti spriječiti no osvještavanje javnosti i industrije na količinu zagađenja proizašlog prometnim sredstima i poticanja promjena je investiranje u budućnost. Razvijena željeznička infrastruktura i infrastruktura javnog prometa, utjecat će na smanjenje korištenja osobnih automobila te time smanjiti emisije stakleničkih plinova.

U okviru unaprjeđenja domaće i međunarodne prometne povezanosti radit će se na ujednačenju prometne mreže s razvijenom željezničkom infrastrukturom i infrastrukturom za javni promet što će rezultirati smanjenjem udjela osobnih automobila s pogonom na fosilna goriva i općenito smanjenjem emisija stakleničkih plinova u prometnom sektoru, kao i eliminiranjem prepreke za mobilnost ljudi i dobara.²⁹

Turizam bi trebao nastojati stvarati bolje uvjete života i rada te uvelike pozitivno utječe na gospodarstvo destinacije. No isto tako generira i negativne učinke kao što su preopterećenost prostora, sezonska inflacija, gužve itd. što je poticaj na investicije u razvoj javne turističke infrastrukture, a posljedično tome i privatna turistička ulaganja. Upravo investicije u cjelogodišnje proizvode omogućuju lokalnom stanovništvu i radnicima zaposlenje tijekom cijele godine što bi osiguralo kvalitetniji i sigurniji život u destinaciji. Također destinacija će, u svrhu poboljšanja života domicila i boravka turista, investirati u razvoj i povećanje kapaciteta komunalne infrastrukture koji će kvalitetno podržati broj turista u destinaciji.

²⁹ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zagreb, 2022., str. 49

2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu

Turizam je najčešće vezan uz vrlo atraktivno područje čiji prirodni (i antropogeni) resursi privlače turiste u destinaciju. Masovnim turizmom kakav je hrvatski ugrožava se i oštećuje upravo ono zbog čega se turizam i razvio, te Republika Hrvatska donosi razne strategije, politike i procedure kojima će nastojati smanjiti negativan učinak na prirodu. U okviru provedbe drugog strateškog cilja potrebno je smanjiti opterećenje i negativni učinak turizma na prostor, okoliš i klimu.

Jedna od aktivnosti je smanjenje opterećenja iz turizma na okoliš koji će prvenstveno djelovati u cilju smanjenja količina otpada, recikliranja, odgovornim gospodarenjem otpadom, štednjom energije, korištenjem obnovljivih izvora energije itd. Turistički trendovi pokazuju sve veću ulogu odgovornog poslovanja u očima turista koji pridaju sve veću pažnju upravo takvim objektima čije poslovanje žele poticati kupujući njihove proizvode/usluge.

U cilju smanjenja negativnog utjecaja turizma na prostor provodit će se obvezno prostorno planiranje koje će voditi računa o prihvatnim kapacitetima, ključnim infrastrukturnim ograničenjima i o dosljednoj primjeni propisa kojim se štiti zaštićeni obalni pojas kao i druga, posebno zaštićena područja.³⁰ Cilj je smanjiti i ograničiti negativan učinak na prostor i na lokalnu zajednicu koja će time izbjeći betonizaciju obale, neadekvatnu urbanizaciju i neprikladnu komunalnu infrastrukturu.

Smanjenje negativnog utjecaja turizma na klimu je također jedna od aktivnosti u sastavu ovog strateškog cilja jer turizam značajno utječe na klimatske promjene, ponajviše promet koji je neizostavna aktivnost turističkih putovanja. Republika Hrvatska je donijela dva važna akta kojima se nastoji ublažiti utjecaj na klimu; Strategija niskougljičnog razvoja Republike Hrvatske do 2030. godine s pogledom na 2050. godinu i Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu. Strategije promiču veće korištenje obnovljivih izvora energije, investirat će se u željezničku infrastrukturu koja je ekološki prihvatljivija te kako bi taj oblik prometa bio zastupljeniji kao prijevozno sredstvo, također je naglasak stavljen i na educiranje svih sudionika u turizmu ali i implementacija u školske i fakultetske nastavne programe.

³⁰ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zagreb, 2022., str. 53

3. Konkurentan i inovativan turizam

U okviru trećeg strateško cilja potrebno je stvoriti inovativan i unikatan turistički proizvod kojim će Republika Hrvatska ostvariti konkurentnost na tržištu. Jedna od aktivnosti prema tom cilju je jačanje ljudskih potencijala u turizmu koji se danas u RH suočava s značajnim problemom radne snage. Cilj će se razvijati u smjeru omogućavanja dovoljnog broja ljudskog kadra koji će kvalitetno ispuniti potrebe tržišta, te educirati zaposlenike da uspješno odgovore na nove trendove koji se sve brže mijenjaju.

Zatim važno je i unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta. U RH prevladava privatni smještaj koji je najčešće niže kvalitete gdje je potrebno osigurati veću kvalitetu posebice prihvaćanju standarda ekološki prihvatljivog i društveno odgovornog poslovanja. Također će se poticati razvoj smještajnih kapaciteta visoke kategorije te osigurati sredstava za poticanje poduzetnika u turizmu.

Također jedna od bitnih aktivnosti je i osiguranje poticajnog poslovnog okruženja koji je u RH najčešće nedovoljan te stvara razne administracijske i birokratske prepreke. Najveće poteškoće odnose se na kompleksan zakonodavan okvir, nedovoljno poticajni investicijski uvjeti, brojni fiskalni i parafiskalni nameti itd. Strategija treba djelovati upravo na te točke kako bi olakšala investicije i poslovanje poduzetnicima koji će doprinijeti stvaranju kvalitetnog turističkog proizvoda.

4. Otporan turizam

Turizam Republike Hrvatske je izrazito osjetljiv na unutarnje i vanjske promjene čemu svjedoči pandemija korona virusa koja je paralizira cjelokupno gospodarstvo, a prva gospodarska aktivnost koja je osjetila mnoge gubitke je turizam. Upravo zbog toga cilj je postići otporan turizam koji će biti jedan od koraka ka održivom turizmu; a to je moguće postići unaprjeđenjem zakonodavstva, turističkih zajednica na svim razinama, sustav prikupljanja i analiziranja podataka, kvalitetnim odgovorom na nove trendove i jačanje sigurnosti.

U cilju unaprjeđenja zakonodavnog turizma bi definitivno bile aktivnosti uređenja i donošenja čvršćih zakonskim okvirima kojime bi se uredilo „sivo tržište“ gdje mnogi turistički objekti imaju nepravilnosti u svome radu. Također je važna redukcija fiskalnih obveza turističkih objekata koji bi potaknule gospodarske aktivnosti i utrle pute konkurentnosti.

U okviru unaprjeđenja sustava turističkih zajednica svakako je naglasak na ulozi turističkih zajednica u stvaranju održivog i poticajnog okruženja, što podrazumijeva razvoj proizvoda,

strateško planiranje i istraživanje, osiguravanje infrastrukture kao i razvoj ljudskih potencijala, i upravo u tom smjeru će se pristupiti izmjeni zakona, nastavno na to, jačat će se i uloga lokalne zajednice u procesu donošenja odluka, kroz članstvo u tijelima turističke zajednice, a isto tako i kroz predstavnička tijela građana.³¹

Također je fokus strategije na unaprjeđenju sustava praćenja podataka gdje će se inzistirati na regionalnoj implementaciji evidencije Satelitskih računa koja će omogućiti regionalno, nacionalno i međunarodni praćenje utjecaja i komparacija istih.

Jedna od ključnih aktivnosti za postizanje konkurentnosti je i adekvatan odgovor na promjene u turističkim trendovima gdje će destinacije morati odgovoriti na ista inovativnim odgovorom. U tom procesu važna je edukacija i kontinuirano unaprjeđenje znanja radne snage koja zapravo čini temelj konkurentnosti u svim gospodarskim granama. Kao posljednja aktivnost strategije navodi se jačanje mehanizma za osiguravanje sigurnosti kroz koju će se formirati dodatni timovi medicinskog osoblja i dodatne ambulante, omogućiti pojačan policijski nadzor u obliku boravka domaćih i stranih policajaca tijekom turističke sezone, investiranje u opremu i osoblje gorske službe spašavanje i mnoge druge

6.2. Specifičnosti turizma grada Zagreba

Kao što je već spomenuto hrvatski turizam karakterizira masovnost i sezonalnost koji su prijete održivom turizmu čemu Republika Hrvatska treba težiti kako bi sačuvala svoju autentičnost. Grad Zagreb je sjecište raznih kultura, gospodarskih aktivnosti, političkih usmjerenja (...) te kao takav formira jedan unikatan turistički proizvod. Blizina velikih emitivnih tržišta pruža značajne prilike za razvoj i rast turizma, ali i ostalih gospodarskih aktivnosti koji bi bili poticaj gospodarstvu RH i direktno utjecali na kvalitetu života domicilnog stanovništva. U primarna ciljna turistička tržišta grada Zagreba moguće je ubrojiti prvenstveno ona kojima se može doći automobilom, a to bi bilo domaće tržište, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Srbija, Slovenija, Austrija, Italija i Njemačka. Sve veću pažnju pridaje se sekundarnim tržištima kao što su SAD, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska i Španjolska koja imaju potencijal postati primarna ciljna tržišta zbog sve bolje prometne povezanosti.

Ciljna skupina grada Zagreba bi bili tzv. „affluent travellers“, kulturni zanesenjaci, „young high-spenders“ i obitelji s djecom. U doba pandemije i ratnih zbivanja u Europi, Zagreb prvenstveno targetira „affluent travellers“ zbog njihove visoke platežne moći i opuštenijeg

³¹ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zagreb, 2022., str. 61

pristupa destinaciji. Njih također karakterizira i činjenica da putuju cijelu godinu, najčešće odsjedaju u smještaju visoke kategorije te su im važna gastronomska i kulturna ponuda. Kulturni zanesenjaci kao takvi također imaju visoke platežne mogućnosti, no žele iskusiti lokalnu atmosferu destinacije i najčešće odsjedaju u privatnom smještaju. Zatim „young high-spenders“ su mlađa dobna populacija koja izvrsno rukuje tehnologijom i društvenim platformama, cijene autentičnost i kreativnost ponude te najčešće dolaze radi određenih manifestacija i događaja. Na temelju svega prethodno navedenog kao primarni turistički proizvod grada Zagreba su događajni, kulturni i MICE turizam. Zagreb nastoji njegovati upravo ta tri oblika turizma obzirom da je grad događajno, kulturno i poslovno središte Republike Hrvatske te time nastoji osigurati cjelogodišnji turizam. Uz primarni turistički proizvod definiran je i potporni; gastronomski, zdravstveni i sportski turizam. Mnogo sportskih događaja i natjecanja se održava upravo u Zagrebu što privlači velik broj sportaša, popratnog osoblja, turista i mnogih drugih sudionika koji svojim dolaskom pozitivno utječu na turističku bilancu. Također bitno je spomenuti i zdravstveni turizam koji u zadnje vrijeme bilježi uzlazni trend pogotovo u domeni dentalne i estetske medicine. Samo neke od aktivnosti u ostvarivanju strateškog plana su podrška organizaciji inovativnih događanja s naglaskom na rastuće industrije, podrška revitalizaciji zapuštenih industrijskih cjelina kroz kulturnu valorizaciju, globalno prepoznata sportska događanja, disperzija turističkih tokova kroz razvoj novih aktivnosti i događanja, uspostavljanje platforme za razvoj inicijativa kreativne kulturne scene, snažnija aktivacija u privlačenju evenata u destinaciju, društveno odgovorne inicijative itd...³²

Isto tako grad se suočava i sa određenim razvojnim problemima; nedovoljna komunikacija i umreženost dionika u turizmu (zajednička suradnja na području realizacije turističkih projekata), nedovoljna prepoznatljivost i osmišljenost turističkog proizvoda i turističkog identiteta Zagreba, nedostatak inovativnih sadržaja turističke ponude, nedovoljno iskorišten potencijal posebnih oblika turizma, nedostatak cikloturistička infrastruktura i nepovezanost cikloturističke ponude, manjak stranih investicija u turizmu, nesustavno praćenje rizika koji utječu na konkurentnost, nepostojanje preciznijih informacija o konkurentskom okruženju.³³

Prema svemu navedenom moguće je zaključiti kako grad želi stvoriti cjelogodišnju održivu i socijalno odgovornu destinaciju s naglaskom na kulturnu ponudu pomoću koje će nastojati uspostaviti ravnotežu i sa ekonomskom aspekta. Također se nastoji revitalizirati zapuštene

³² Strateško operativni marketinški plan TZGZ 2021.-2023., Horwath HTL, 2020., str. 55

³³ Razvojna strategija grada Zagreba za razdoblje do 2020. godine, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada Zagreb, 2017., str. 44

objekte i događanja koje će zapravo privesti svrsi i time na neki način reciklirati stare resurse što je svakako jedna od fokus točki održivosti. Donoseći Europi svoju strategiju održivog razvoja, grad Zagreb može i mora neposredno reprezentirati Hrvatsku kao temelj duge i bogate kulturne baštine.³⁴

6.3. Plan smjera razvoja grada Zagreba

Izrađen je plan smjera razvoja grada Zagreba od 2021.-2027. godine koji će omogućiti strateški pristup cjelokupnom razvoju uzimajući u obzir gospodarske i socijalne ciljeve, potrebe poboljšanja kvalitete života, zaštite i očuvanja okoliša i mnogih drugih. Kao četiri glavna cilja grad Zagreb je istaknuo:³⁵

1. Biti konkurentno, inovativno i održivo gospodarstvo
2. Unaprjediti kvalitetu življenja, društvene infrastrukture i jačanje ljudskih potencijala
3. Učinkovito i održivo upravljanje prostornim i prirodnim resursima
4. Zelena tranzicija ka čistom i održivom gradu

U domeni prvog cilja naglasak je stavljen na ekonomsku dimenziju održivog razvoja čiji su prioriteti temeljeni na uporabi suvremenih tehnologija, inovacijama i digitalnoj transformaciji, jačanju rasta i konkurentnosti. Konkretno mjere koje će doprinijeti ostvarenju cilja su ulaganje u novu i održivu tehnologiju, razvoj inovativnih proizvoda i usluga kojima će Zagreb moći konkurirati i na inozemnom tržištu, administrativno rasterećenje poduzetnika koje je prijeko potrebno te koje uzrokuje značajne poteškoće, tromost i sredstva. Zatim poticanje digitalizacije poslovanja pogotovo u današnjem vremenu kada bez interneta nije moguće ostvarivati konkurentnost, bolji pristup izvorima financiranja kao određen vid pomoći za nove projekte, pomoć poduzetnicima koji tek započinju svoju tvrtku i poslovanje, prilagodba obrazovnih programa današnjici, diverzifikacija i kvalitativno unaprjeđenje turističke ponude i razvoj specifičnih oblika turizma kojima bi se osigurale cjelogodišnje turističke aktivnosti.

U domeni drugog cilja naglasak je stavljen na društvenu dimenziju održivog razvoja čiji su prioriteti unaprjeđenje kvalitete života domicilnog stanovništva. Konkretno mjere koje će doprinijeti ostvarenju cilja su unaprjeđenje obrazovanja na sve tri razine (osnovnoškolska, srednjoškola i akademska razina), jačanje socijalne uključenosti svih slojeva i skupina

³⁴ Dakić S.: Zagreb u sustavu održivog razvitka, *Gospodarstvo i okoliš*, ISSN, 1330-1152, 1995., str. 44

³⁵ Rješenje plana razvoja grada Zagreba, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, 2021., str. 6

stanovištva, unaprjeđenje standarda usluga socijalne skrbi (npr. veći dječji doplatak, veća socijalna pomoć...), unaprjeđenje zdravstvenog sustava, unaprjeđenje zaostale sportske infrastrukture kao što su SC Šalata, SC Dom Sportova, nogometni stadion Maksimir kao i mnogi drugi objekti koji zbog manjka financijskih sredstava i političkih previra uzrokuju još veće gubitke gradu i ne koriste građanima.

U domeni trećeg cilja naglasak je stavljen na ekološku dimenziju održivog razvoja čiji su prioriteti održivo planiranje i uporaba gradskog prostora. Konkretno mjere koje će doprinijeti ostvarenju cilja su učinkovito upravljanje gradskom imovinom (npr. potrebna obnova nogometnog stadiona), obnova objekata oštećene potresom koja i tri godine nakon potresa nije započela s radom, urbana sanacija dijeloga gradskog prostora, unaprjeđenje sustava zaštite i valorizacija kulturne baštine grada Zagreba na temelju koje gradi svoju turističku ponudu, razvoj cestovnog prometa...

U domeni četvrtog cilja naglasak je stavljen na ekološku dimenziju održivog razvoja čiji su prioriteti povećanje energetske učinkovitosti (npr. poticanje obnovih starih fasada s novim izolacijskih efikasnijim učinkom). Konkretno mjere koje će doprinijeti ostvarenju cilja su poticanje korištenja obnovljivih izvora energije kao što su vjetar, voda, sunce čiji će udio u ukupnoj proizvodnji biti u koristi održivosti, povećanje energetske učinkovitosti (npr. adekvatna izolacija objekta, energetska učinkovita stolarija, učinkoviti sustavi grijanja, hlađenja i rasvjete..), moderizacija sustava javne rasvjete koji bi pomoću sunčevih zraka crpili energiju, poboljšanja sustava grijanja i hlađenja, čist i održiv javni prijevoz s poticajnim aktivnostima, korištenje vozila s nulnim emisijama stakleničkih plinova čiju je praksu potrebno dodatno poticati, osigurati veći broj električnih punionica, ublažavanje utjecaja klimatskih promjena, smanjenje rizika od elementarnih katastrofa kojih je zbog značajnijih klimatskih promjena sve više...

Kao što je poznato promet je jedan od značajnijih zagađivača u gradu te u korist poticanja razvoja četvrtog cilja govori činjenica neadekvatna organizacija prometa predstavlja dugoročan problem koji ugrožava dostizanje održivosti. Javni promet je jedan od od izvrsnih načina doprinosa održivosti jer transportira ljude na efikasniji način uz manje zagađenja. Svaki veliki grad ima kvalitetno razvijenu mrežu javnog prijevoza (autobus, podzemni i nadzemni vlak, tramvaj) dok grad Zagreb pruža usluge javnog prijevoza putem autobusnog i tračničnog

prijevoza (nadzemni vlak i tramvaj). Prema dostupnim podacima u nastavku se nalazi tablica o korištenju javnog prijevoza.³⁶

Tablica 10.: Uporaba javnog prijevoza

Prijevozno sredstvo	Osobni automobil	Javni gradski prijevoz	Motocikl	Bicikl	Pješice
Udio	51%	41,3%	0,6%	3,3%	12,2%

Izvor: DZS, procjena temeljem Popisa 2011.

Moguće je zaključiti kako je najvažnije prijevozno sredstvo osobni automobil kojeg koristi 51% građana, dok javni gradski prijevoz odabire 41,3% stanovnika. Velik broj građana ne koristi prijevozno sredstvo već hoda do odredišta (čak 12,2%), zatim samo 3,3% građana koristi bicikl kao prijevozno sredstvo te na začelju motocikli sa udjelom od 0,6%. Prisutan je značajan trend korištenja osobnog automobila čiji se udio treba smanjiti u korist javnog gradskog prijevoza ili bicikla.

Velik broj građana putuje osobnim automobilom na posao što uzrokuje značajne gužve na prometnicama gdje se u velikom broju automobila prevozi samo jedna osoba. Za primjer moguće je uzeti bilo koje javno prijevozno sredstvo koje ima kapacitet transportirati veći broj ljudi s manjim gužvama na prometnicama i s manjim zagađenjem. Također jedan od načina efikasnijeg korištenja osobnog automobila bi bio tzv. „car sharing“ prema kojem nekoliko putnika putuje zajedno na posao i dijele troškove prijevoza. Još odgovorniji način prijevoza bio bi bicikl koji ne proizvodi zagađenje i još k tome pruža pozitivno djelovanje na ljudski organizam.

Ne smije se činiti da je to lak proces, mora počivati na političkoj volji. Sa svime navedenim specifičnostima grad Zagreb svoje razvojne akcije treba usmjeriti prema poboljšanju suradnje na razini grada i ostalih sudionika po pitanjima vezanima uz turizam, jačanje odjela gradske uprave koji se bavi turizmom, poticanje javno-privatnih partnerstva za razvoj turističke infrastrukture i ponude koje će koristiti privatnom i javnom sektoru, poticanje i razvoj inovativne turističke ponude koja će pridonijeti percepciji grada kao unikatne destinacije, obnova zastarjelih i devastiranih objekata koji bi se mogli privesti korisnoj svrsi, poticanje razvoja medicinskog turizma, gradskog turizma, kulturnog turizma, poslovnog turizma, gastro turizma i ostalih, stvaranje investicijskog ozračja za privlačenje stranih investitora, provedba

³⁶ Razvojna strategija grada Zagreba za razdoblje do 2020. godine, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada Zagreb, 2017., str. 66

dokumenata za zaštitu okoliša i održivog razvoja, zamjena zastarjelih tehnologija boljim i čistijim tehnologijama, osigurati sustav gospodarenja otpadom, poticati odgovorno korištenje energije i usmjerenja ka obnovljivim izvorima, osigurati kvalitetnu edukaciju budućih turističkih djelatnika, osigurati kvalitetne uvjete rada turističkim i ostalim djelatnicima, uspostava kvalitativnih i kvantitativnih sustava za praćenje turističkih aktivnosti i mnoge druge aktivnosti.

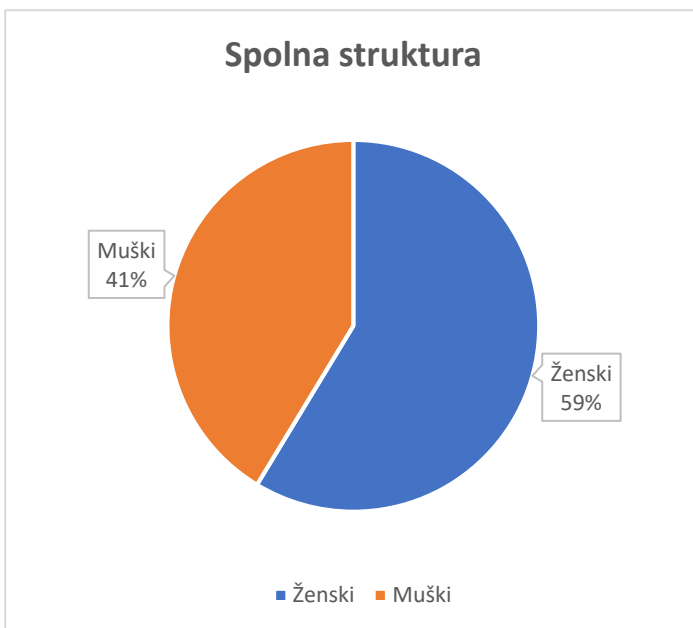
7. Istraživanje

7.1. Metodologija

Istraživanje je provedeno s ciljem analize trenutnog stanja turističkih resursa i upravljanje istim s pogledom u budućnost u svrhu kreiranja rješenja za održivo upravljanje turističkim resursima u Zagrebu. Ispitani su osobni stavovi o kvaliteti turizma i turističkih resursa u Zagrebu, gospodarskom potencijalu te su dani prijedlozi poboljšanja. Istraživanje je provedeno u obliku anketiranja pomoću google obrasca gdje je sto dvadeset i jedan ispitanik izrazio svoje mišljenje na temu održivog turizma u Zagrebu. Uzorak je različitih dobnih skupina, spola i zanimanja što omogućuje vjerodostojniju sliku o mišljenju stanovništva.

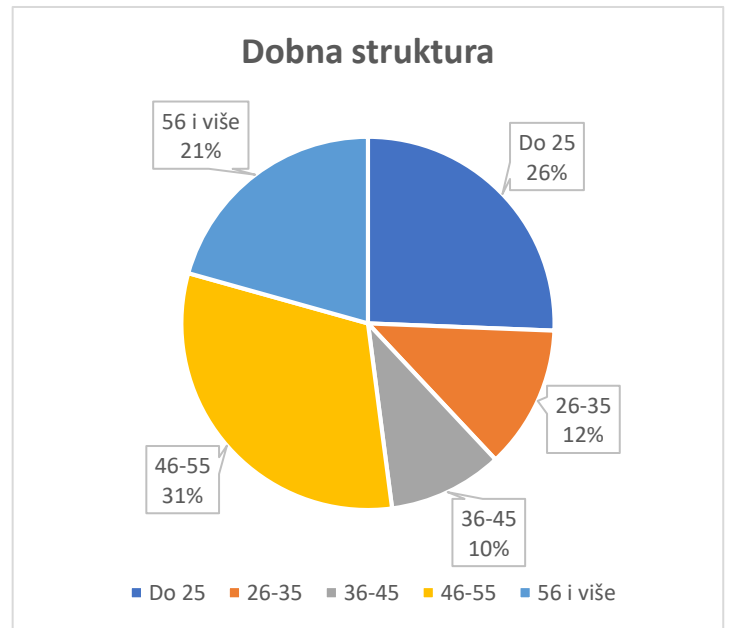
7.2. Rezultati istraživanja

U nastavku su izraženi socio-demografski podaci o ispitanom uzorku tj. dob, spol i zanimanje istih.



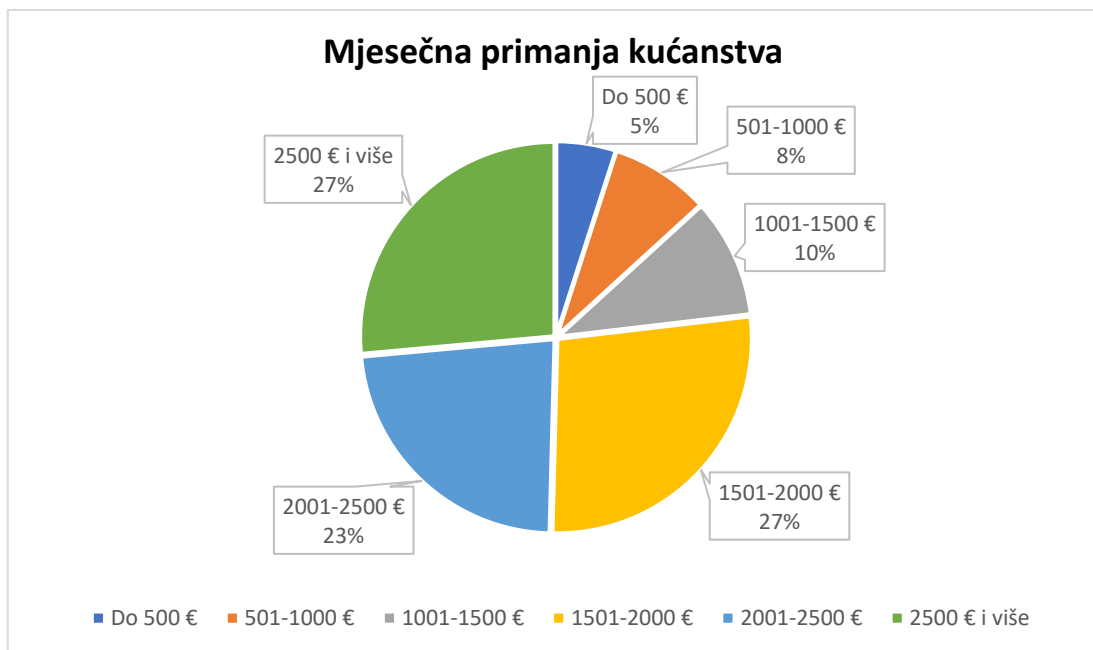
Grafikon 4.: Spolna struktura

Izvor: vlastito istraživanje



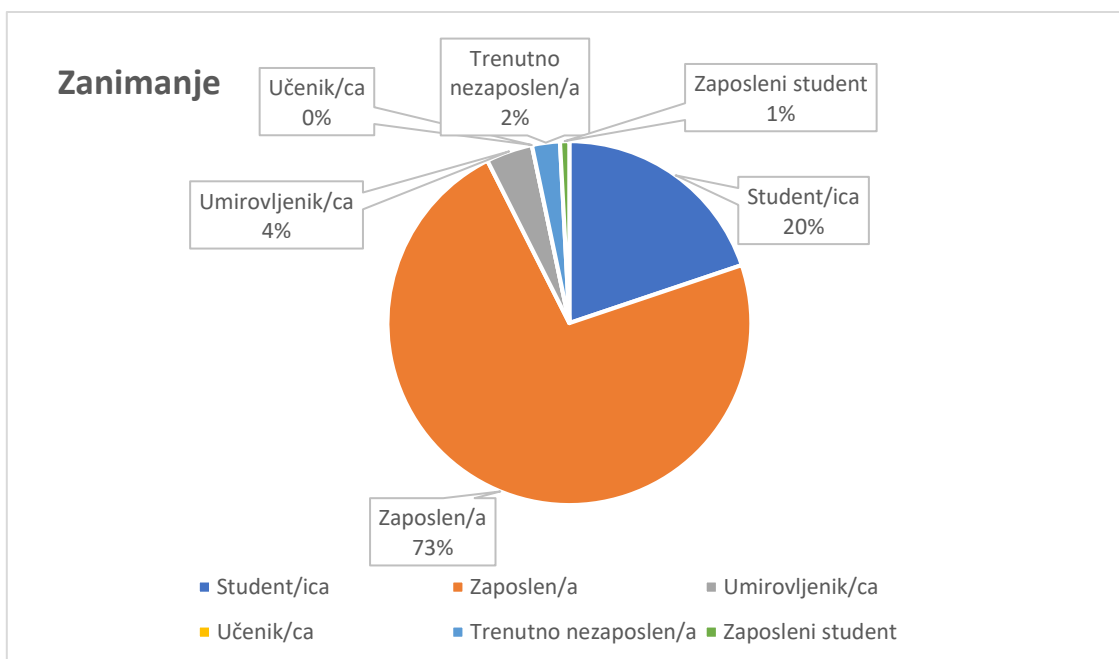
Grafikon 5.: Dobna struktura

Izvor: vlastito istraživanje



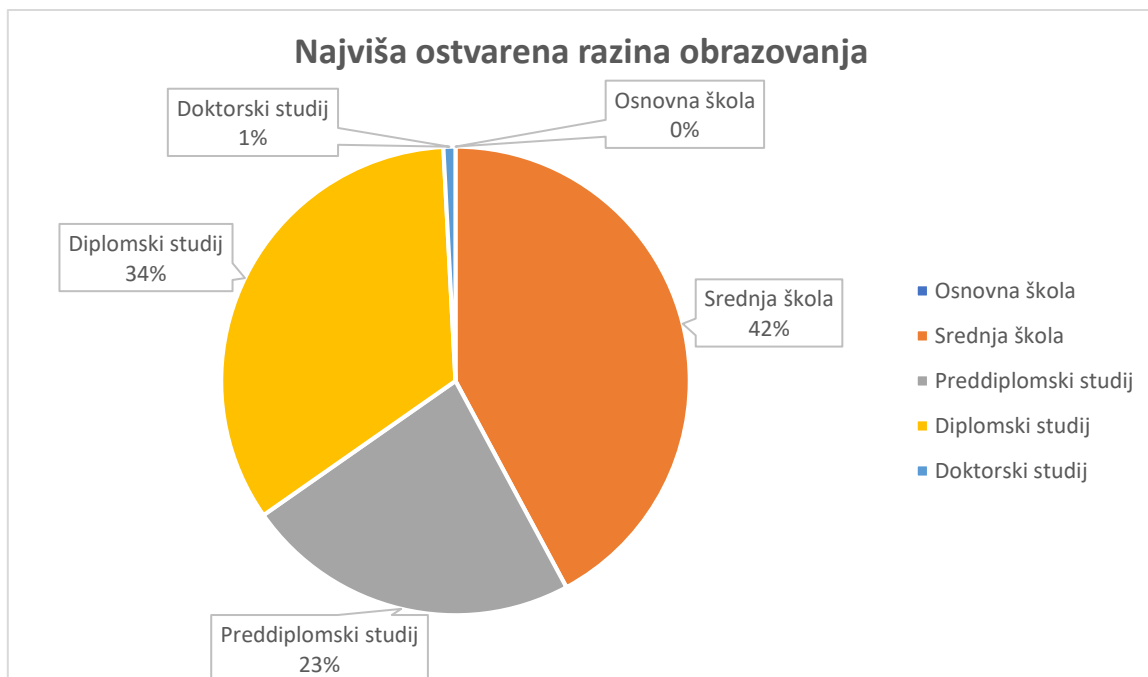
Grafikon 6.: Mjesečna primanja kućanstva

Izvor: vlastito istraživanje



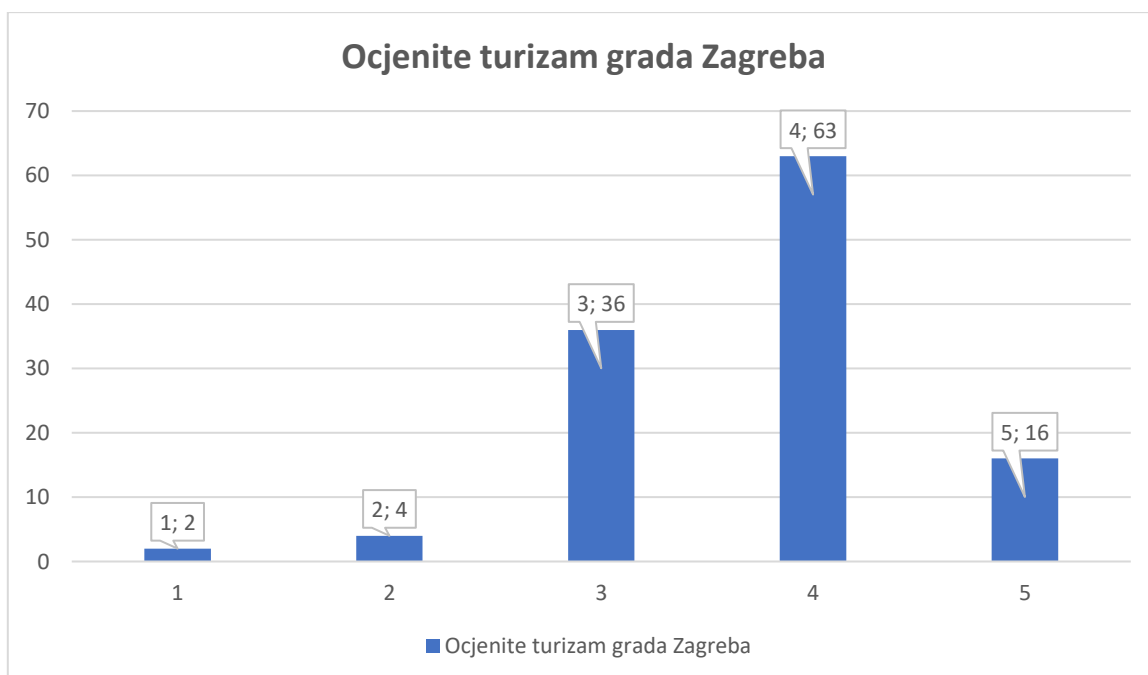
Grafikon 7.: Zanimanje

Izvor: vlastito istraživanje



Grafikon 8.: Najviša ostvarena razina obrazovanja

Izvor: vlastito istraživanje

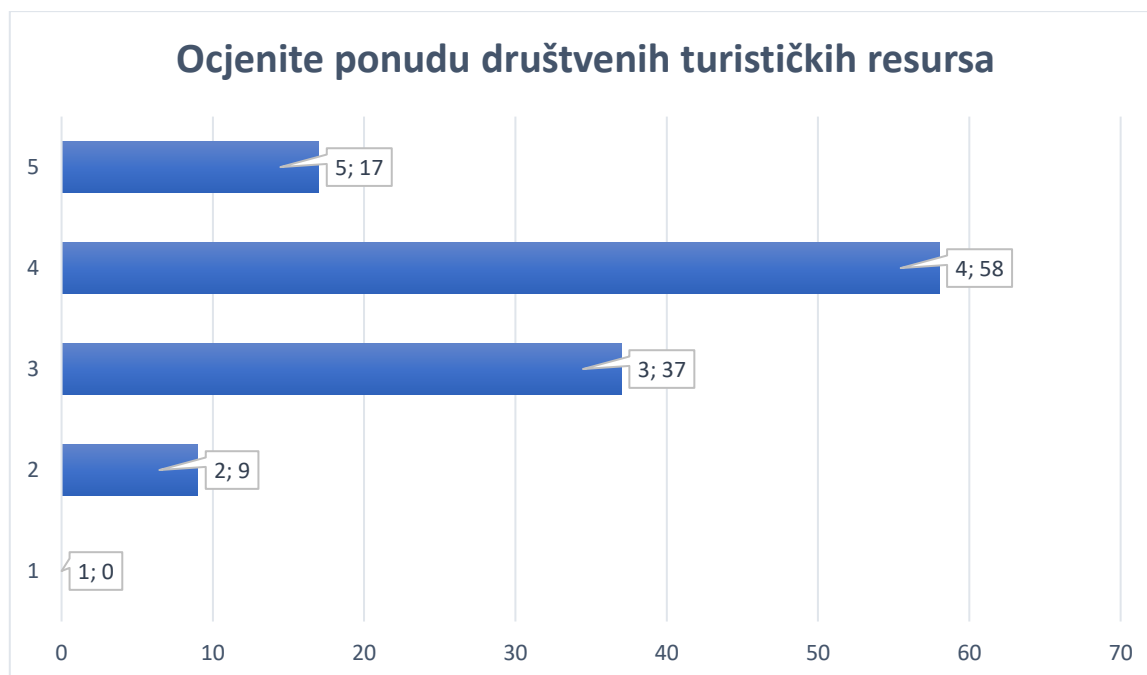


Grafikon 9.: Ocjena turizma grada Zagreba

Izvor: vlastito istraživanje

Ispitanici su prilikom ovog pitanja ocjenili turizam grada Zagreba ocjenom 1-5, gdje ocjene označuju sljedeće: 1=Izuzetno sam nezadovoljan/na, 2=nezadovoljan/a sam, 3=indiferentan/na sam, 4=vrlo sam zadovoljan/na, 5=izuzetno sam zadovoljan/na).

Prema prikupljenim podacima moguće je zaključiti kako više od polovine ispitanika (52,1%) turizam grada Zagreba ocjenjuje sa ocjenom 4 dok je sljedeći najveći udio ispitanika dao ocjenu 3 (29,8%). Udio od 13,2% ispitanika dao je ocjenu 5 te su izuzetno zadovoljni turizmom, dok je ocjenu 2 dalo 3,3% a ocjenu 1 je dalo samo 1,7% ispitanika. Rezultati pokazuju kako stanovništvo smatra da je turizam grada Zagreba vrlo zadovoljavajuć dok je značajan dio istih indiferentan.

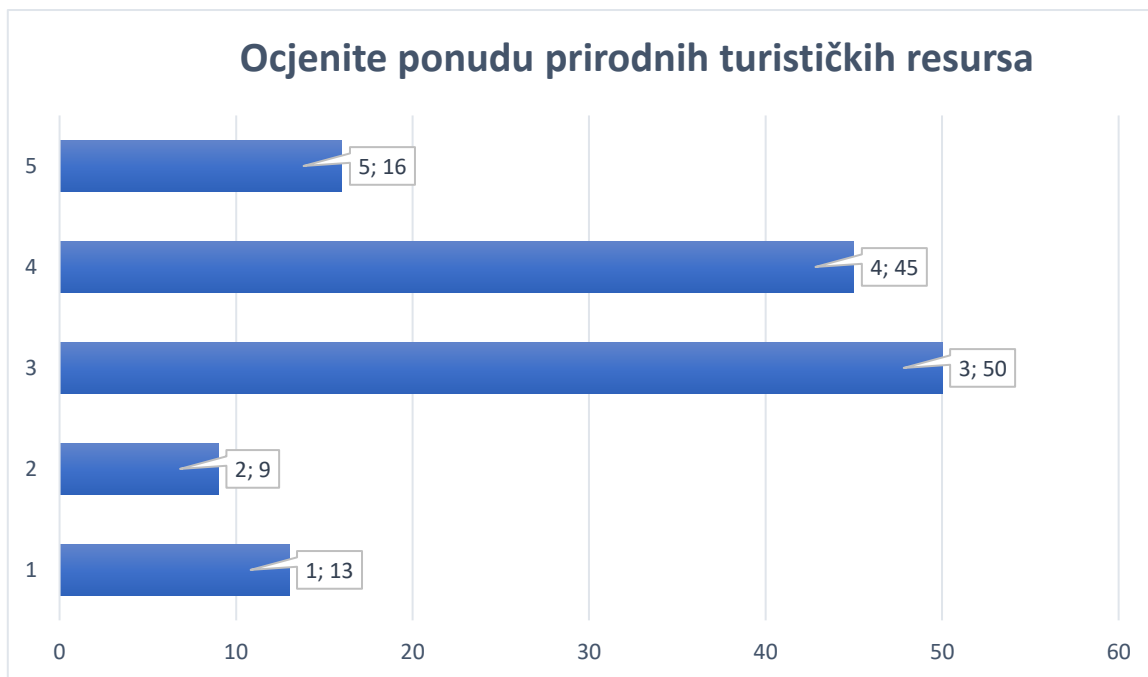


Grafikon 10.: Ocjena ponude društvenih turističkih resursa u gradu Zagrebu

Izvor: vlastito istraživanje

Ispitanici su prilikom ovog pitanja ocjenili ponudu društvenih turističkih resursa ocjenom 1-5, gdje ocjene označuju sljedeće: 1=Izuzetno sam nezadovoljan/na, 2=nezadovoljan/a sam, 3=indiferentan/na sam, 4=vrlo sam zadovoljan/na, 5=izuzetno sam zadovoljan/na).

Prema prikupljenim podacima moguće je zaključiti kako je najveći postotak ispitanika dao ocjenu 4 (47,9%) dok je sljedeći najveći udio ispitanika dao ocjenu 3 (30,6%). Udio ispitanika od 14% dao je ocjenu 5 dok je ocjenu 2 dalo 7,4% ispitanika. Ocjena 1 ponuda društvenih turističkih resursa grada Zagreba vrlo zadovoljavajuća dok je značajan dio istih indiferentan.

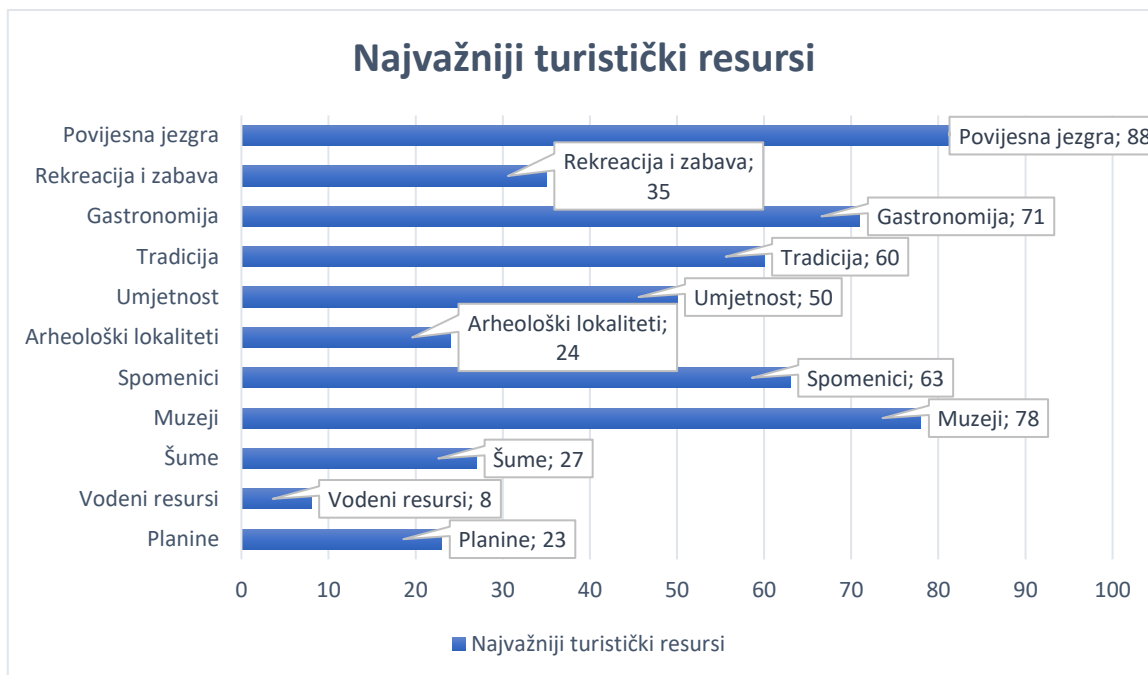


Grafikon 51.: Ocjena ponude prirodnih turističkih resursa u gradu Zagrebu

Izvor: vlastito istraživanje

Ispitanici su prilikom ovog pitanja ocjenili ponudu prirodnih turističkih resursa ocjenom 1-5, gdje ocjene označuju sljedeće: 1=Izuzetno sam nezadovoljan/na, 2=nezadovoljan/a sam, 3=indiferentan/na sam, 4=vrlo sam zadovoljan/na, 5=izuzetno sam zadovoljan/na).

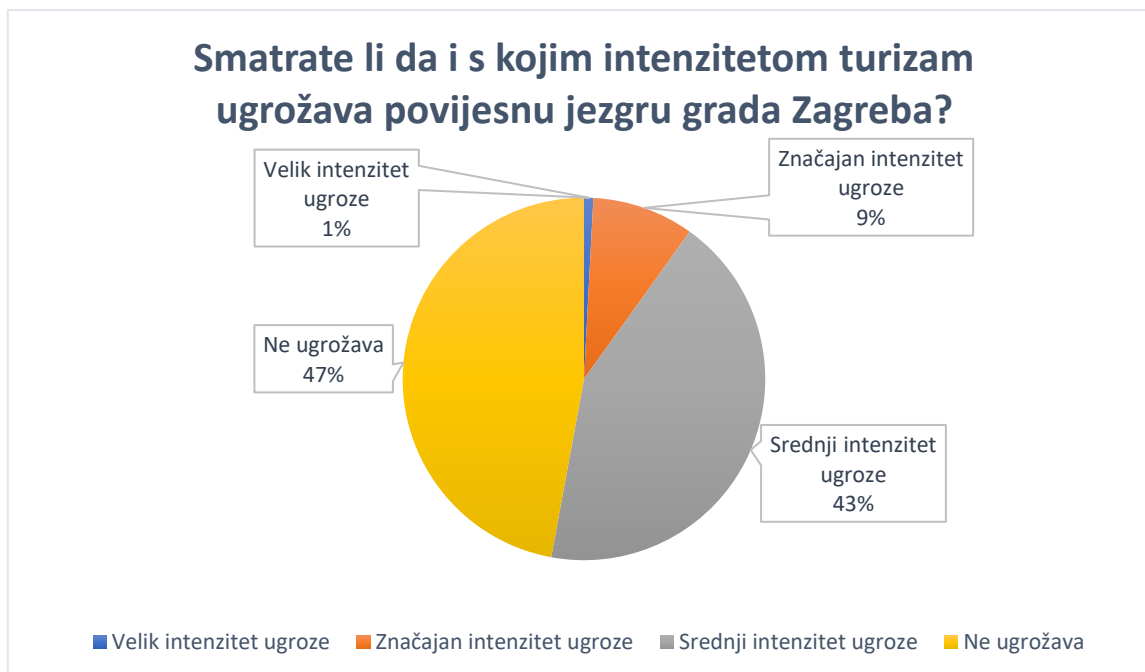
Prema prikupljenim podacima moguće je zaključiti kako najveći broj ispitanika je ponudu prirodnih turističkih resursa ocjenio ocjenom 3 (41,3%) dok je sljedeći najveći udio ispitanika dao ocjenu 4 (37,2%). Udio ispitanika od 13,2% dao je ocjenu 5, dok je 7,4% ispitanika dalo ocjenu 2, a samo 0,8% ispitanika je ponudu ocjenilo ocjenom 1. Rezultati pokazuju da je najveći udio ispitanika indiferentan dok značajan dio smatra da je ponuda vrlo zadovoljavajuća. Ovakav rezultat je u skladu s očekivanjima obzirom da grad Zagreb ne obiluje prirodnim resursima i atrakcijama te kao takav nije u mogućnosti zadovoljiti taj vid turizma. Svoj turizam temelji na društvenim resursima i atrakcijama te većinski njeguje kulturni i poslovni turizam.



Grafikon 62.: Najvažniji turistički resursi u gradu Zagrebu

Izvor: vlastito istraživanje

Ispitanici su u ovom pitanju mogli izabrati po vlastitom mišljenju koji su najvažniji turistički resursi grada Zagreba pritom je bio moguć odabir višestrukog odgovora. Prema vidljivom moguće je zaključiti kako je najveći broj odgovora sa čak 72,7% bila povijesna jezgra grada te muzeji s čak 64,5% odgovora. Zatim je sljedeći najznačajniji odgovor gastronomija s učešćem od 58,7% te tradicija s zabilježenih 49,6%. Resurs koji je zabilježio najmanji broj odgovora su vodeni resursi sa samo 6,6% odgovora što je očekivano obzirom da Zagreb ne obiluje rijekama i jezerima, a kao najznačajniji su Sava, jezero Bundoš i Jarun koji nemaju preveliku turističku važnost. Prema grafikonu vidljivo je da je Zagreb percipiran kao kulturna destinacija s velikom gastronomskom ulogom u svojoj turističkoj ponudi te kao takav, uz poslovni turizam, nudi mogućnost cjelogodišnjeg turizma.



Grafikon 13.: Intenzitet ugroze povijesne jezgre grada Zagreba

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 47% ispitanika smatra da turizam ne ugrožava povijesnu jezgru grada Zagreba odnosno 43% ih smatra kako je prisutan srednji intenzitet što implicira da su turističke aktivnosti pod kontrolom i ne devastiraju resurse. K tome 9% ispitanika smatra kako postoji značajan intenzitete ugroze dok samo 1% smatra da je intenzitet ugroze velik. Obzirom da se Zagreb nalazi u kontinentalnom dijelu RH isti ne doživljava toliki pritisak te se shodno tome ne suočava sa značajnom ugrozo; ukoliko bi se ovo pitanje odnosilo recimo na grad Dubrovnik rezultati bi bili potpuno drugačiji.



Grafikon 14.: Otvaranje gospodarskih mogućnosti

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 98% ispitanika smatra da turizam otvara više gospodarskih mogućnosti (direktno, indirektno, inducirano) dok se 2% ne slaže s istim. Rezultat je očekivan obzirom da je RH država koja uvelike ovisi o turizmu koji svojim multiplikativnim učincima otvara mnoge gospodarske mogućnosti u gotovo svim granama gospodarstva.

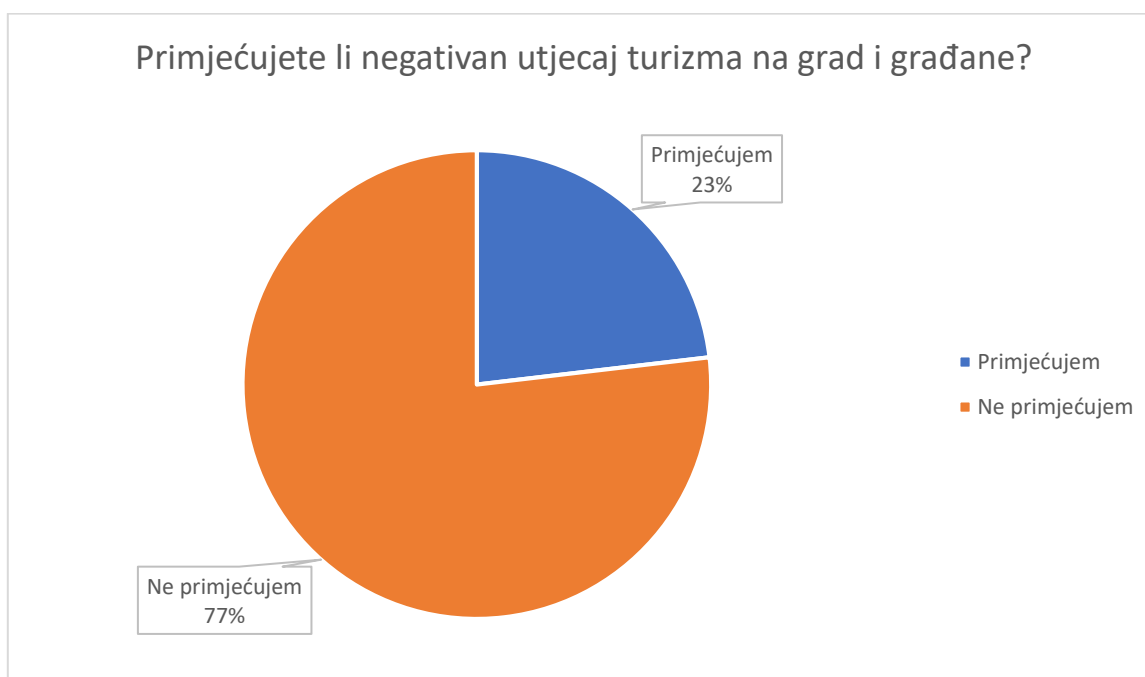


Grafikon 15.: Grafikon 15.: Poticanje rasta i razvoja turizma u gradu Zagrebu

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 98% ispitanika smatra da treba poticati rast i razvoj turizam u gradu Zagrebu, dok se 2% ne slaže s istim te se ovime nedvojbeno potvrđuje hipoteza 2: „Lokalno stanovništvo smatra da razvoj i rast turizma grada Zagreba treba dodatno poticati.“. Rezultati su jednaki kao u prethodnom pitanju što implicira da stanovništvo smatra da je turizam vrlo bitna gospodarska aktivnost te da Zagreb može i da se treba pozicionirati kao jedno od kulturnih središta Europe.

Zatim sljedeće pitanje je bilo: „Ukoliko je prethodni odgovor bio negativan, molim vas navedite zašto.“, te su zabilježena samo dva odgovora. Prvi glasi: „Grad Zagreb je postao jako ružan, treba ga obnoviti.“ i „Dovoljno je razvijen“.



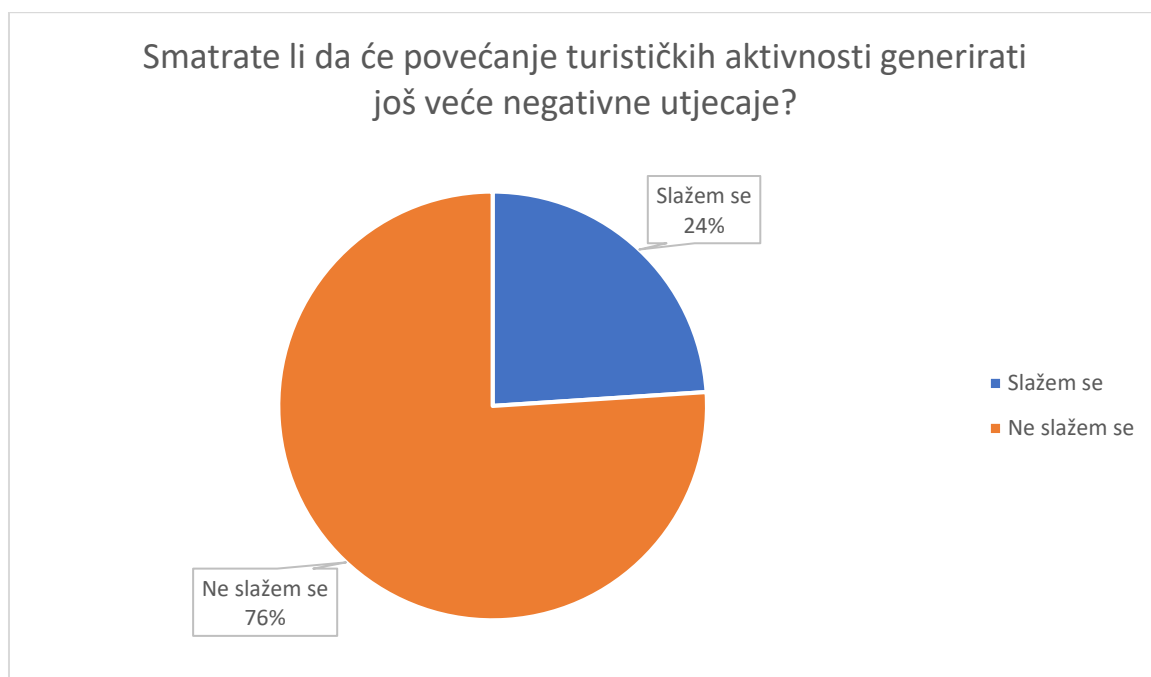
Grafikon 16.: Negativan utjecaj turizma na grad i građane

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 77% ispitanika ne primjećuje negativan utjecaj turizma na grad i građane dok ostalih 23% izjasnilo kako primjećuje iste. Turizam kao i svaka gospodarska djelatnost generira pozitivne i negativne učinke na svoju okolinu, no bitno je uspostaviti ravnotežu između istih te reducirati one negativne.

Zatim sljedeće otvoreno pitanje je bilo: „Ako je prethodni odgovor bio potvrđan, molim vas navedite koje.“ gdje je bilo moguće napisati primjećene učinke. Kao najčešće zabilježen odgovor je povećanje cijena (nekretnina, ugostiteljskih objekata...) što je poznat negativni učinak turizma koji lokalnom stanovništvu podiže troškove života u destinaciji. Također vrlo čest odgovor su gužve na prometnicama i u centru grada što otežava život domicilu te

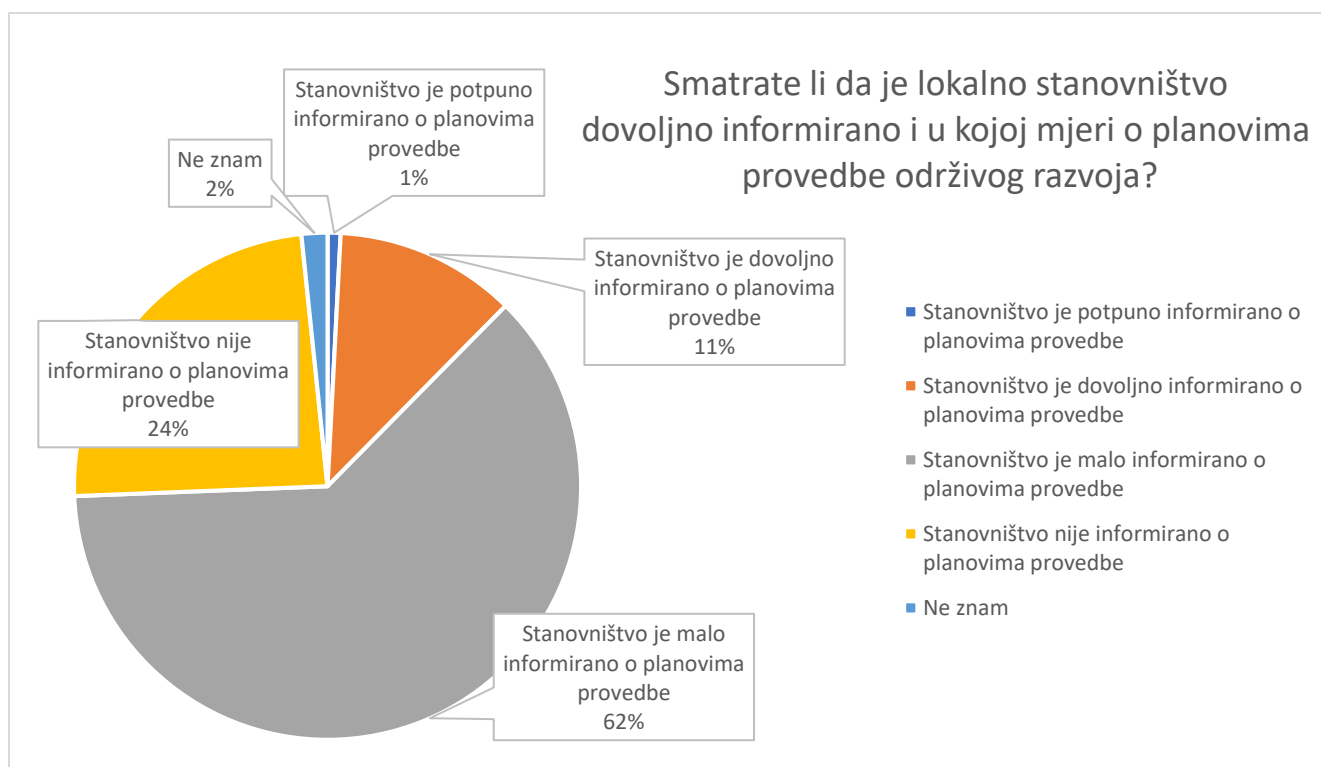
uzrokuje nezadovoljstvo što može dovesti do negativne nastrojenosti prema turistima. Navodi se i problem povećanja otpada i neadekvatnog zbrinjavanja. Jedan od ispitanika je naveo kako centar grada postaje sve gore mjesto za život u smislu manjka dućana i parkinga te da centar gubi stalne stanovnike odnosno da u centru borave uglavnom turisti.



Grafikon 17.: Smatrate li da će povećanje turističkih aktivnosti generirati još veće negativne utjecaje?

Izvor: vlastito istraživanje

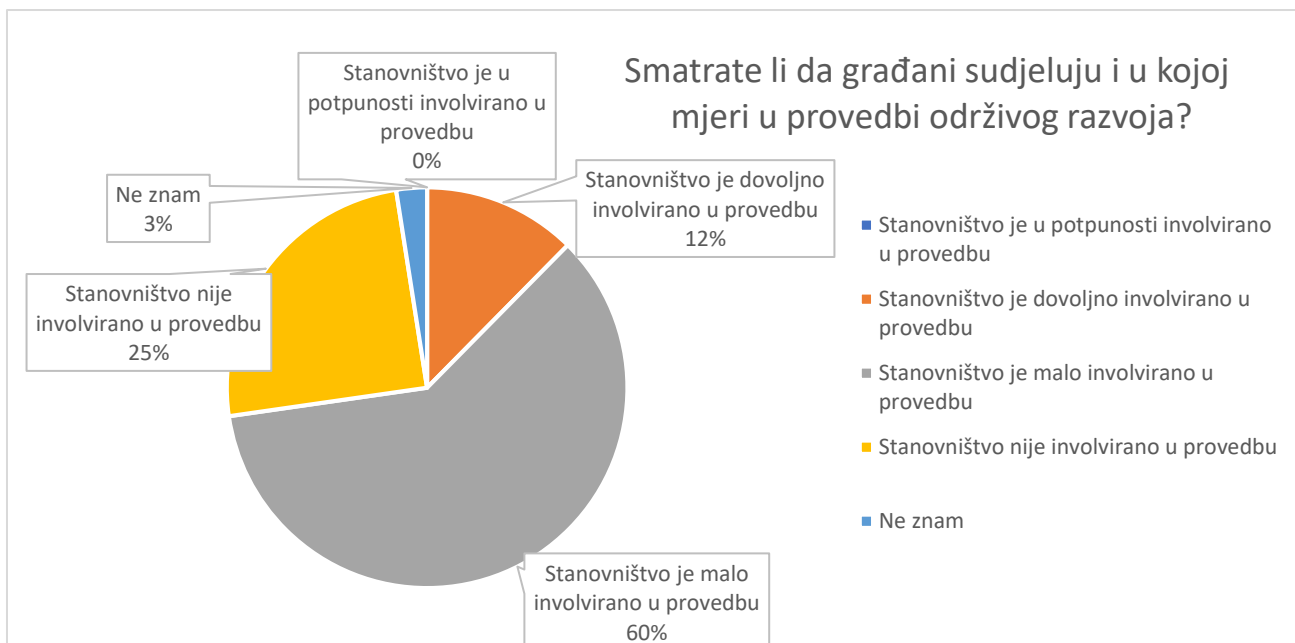
Prema grafikonu moguće je zaključiti kako se 76% ispitanika ne slaže s izjavom dok se 24% slaže s istom te se ovime odbacuje hipoteza 3: „Lokalno stanovništvo smatra da trend povećanja turističkih aktivnosti negativno utječe na njihov život u gradu Zagrebu.". Rezultati pokazuju da stanovništvo vjeruje u turizam kao pozitivnu gospodarsku aktivnost koja većinom generira pozitivne učinke kojih su u Zagrebu osjetniji jer je turizam i pritisak na destinaciju uravnotežen.



Grafikon 18.: Smatrate li da je stanovništvo potpuno informirano o planovima provedbe?

Izvor: vlastito istraživanje

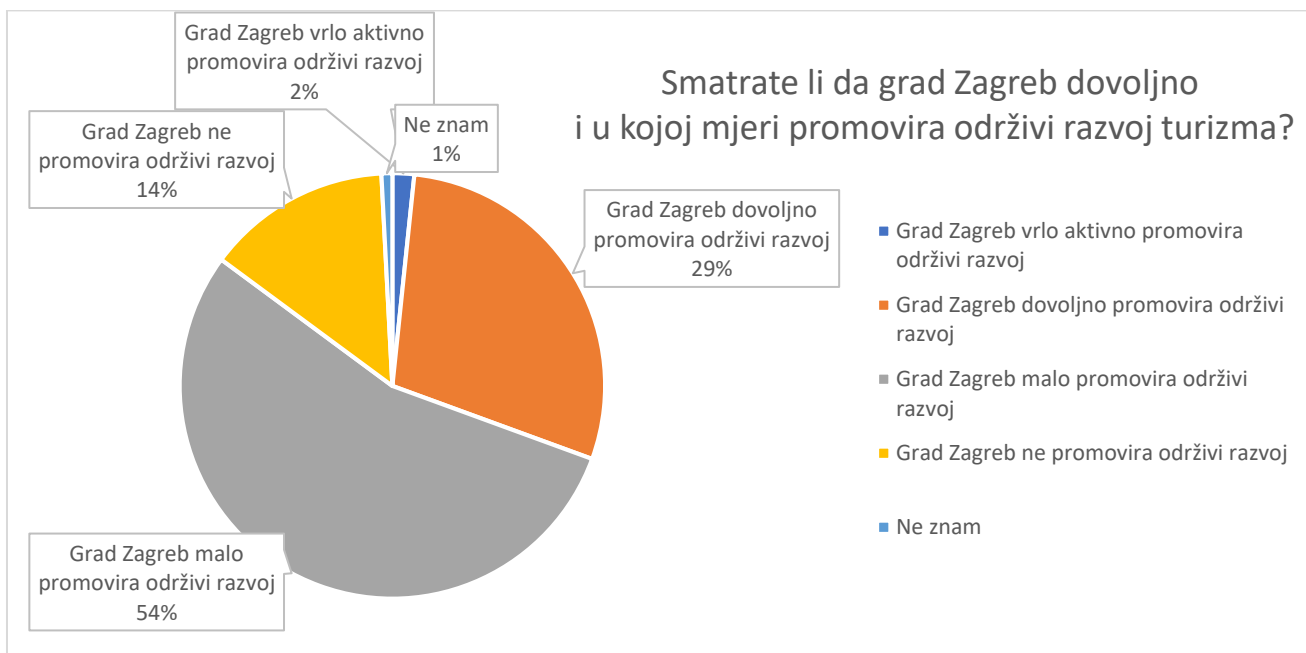
Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 62% ispitanika smatra da je stanovništvo malo informirano o planovima provedbe održivog razvoja dok njih 24% smatra da nije uopće informirano. Smo 11% smatra da je domicil dovoljno informiran, dok 1% misli kako je stanovništvo potpuno informirano. Rezultati potvrđuju stvarno stanje turizma u RH; tek je od nedavno dio gradova i turističkih zajednica formirao koncept održivog razvoja koji usklađuje i čuva sve elemente društva, prirodne okoline i gospodarstva. Shodno tome lokalno stanovništvo nije uopće ili je tek malo informirano o pojmu i provedbi održivog razvoja.



Grafikon 19.: Smatrate li da građani sudjeluju i u kojoj mjeri u provedbi održivog razvoja?

Izvor: vlastito istraživanje

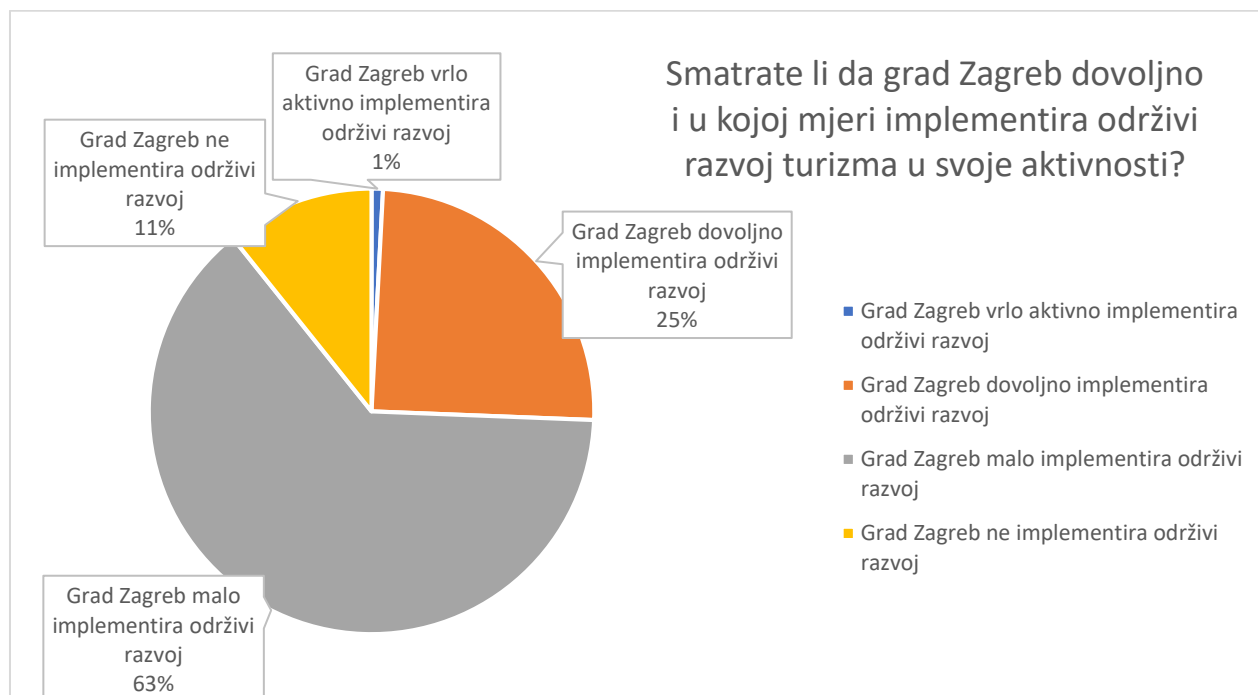
Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 60% ispitanika smatra da je stanovništvo malo involvirano u provedbu održivog razvoja dok njih 25% smatra da nije uopće. Također 12% smatra da je stanovništvo dovoljno involvirano dok nitko ne smatra da je stanovništvo u potpunosti uključeno u provedbu. Rezultati proporcionalno odgovaraju rezultatima prethodnog pitanja što se odraz činjenice da je RH tek nedavno usvojila pojam održivog razvoja te je isti u začecima.



Grafikon 20.: Smatrate li da grad Zagreb dovoljno i u kojoj mjeri promovira održivi razvoj turizma?

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 54% ispitanika smatra da grad Zagreb malo promovira održivi razvoj dok njih 29% smatra da je promocija održivog razvoja dovoljna. Također 14% smatra da grad ne promovira održivi razvoj te 2% smatra da je prisutna vrlo aktivna promocija. Rezultati su također proporcionalni prethodnim pitanjima no u ovom slučaju zabilježen je veći postotak (u odnosu na prethodna pitanja) u korist onih ispitanika koji smatraju da je promocija dovoljna što implicira da grad radi na promociji i popularizaciji tog koncepta.



Grafikon 7.: Smatrate li da grad Zagreb dovoljno i u kojoj mjeri implementira održivi razvoj turizma u svoje aktivnosti?

Izvor: vlastito istraživanje

Prema grafikonu moguće je zaključiti kako 63% ispitanika smatra da grad Zagreb malo implementira održivi razvoj dok 25% njih misli da je implementacija dovoljna. Također 11% ispitanika smatra da grad ne implementira održivi razvoj te samo 1% smatra da je implementacija vrlo aktivna i prisutna. Ovime se potvrđuje hipoteza 4: „Lokalno stanovništvo smatra da se gradom upravlja po načelima održivosti." iako rezultati govore kako je implementacija na niskoj razini, ali je ipak postojana. Rezultati su također proporcionalni prethodnim pitanjima što implicira da je grad tek u začecima implementacije koncepta i da mora uložiti velika sredstva svih vrsta kako bi, bar u velikoj mjeri, djelovao na tom principu.

Zatim sljedeće pitanje glasi: „Ako je prethodni odgovor bio potvrđan, molim vas navedite na koji način.“ te je zabilježeno sljedeće: „Grad Zagreb se trudi u skladu sa svojim financijskim mogućnostima.“ i „Električna turistička vozila za razgledavanje grada.“

Zadnje pitanje u anketi glasi: „Molim Vas navedite vlastite sugestije i prijedloge za uspješno planiranje i implementaciju održivog razvoja u turističke aktivnosti grada Zagreba.“ Velik broj odgovora se odnosi na informiranost i edukaciju građana o turizmu kako bi shvatili potrebe i motivaciju turista što je jedan od koraka ka uspješnoj turističkoj destinaciji. Također više odgovora se odnosi na povećanje broja manifestacija u gradu tijekom cijele godine što bi privlačilo turiste u dijelu godine kada je turistička aktivnost znatno manja, te povezivanje centra s ostatkom grada. Ispitanici su također naglasili da je u gastronomsku ponudu potrebno uključiti proizvođače iz grada i okolice te formiranje radionica s ciljem upoznavanja lokalne gastronomije u okviru turističkih obilazaka. Nemali broj odgovora odnosi se na uključenje lokalnog stanovništva u formiranje i provođenje planova gdje bi građani bili značajan faktor u donošenju odluka. Neki od ostalih odgovora glase:

- „Smatram kako bi aktivnosti i organiziranje događanja povijesne tematike bio dobar dodatni korak ka uspješnijem planiranju održivog turizma u Zagrebu. Osim što se na taj način ne ugrožava buduće generacije, smatram kako bi se sadašnje, a i buduće generacije moglo naučiti štogod o društvu i kulturi koja je živila na području grada. Jer povijest neupitno utječe na sadašnjost, ali i na budućnost.“
- „Očistiti grad od grafita, urediti pročelja, srušiti stare objekte i napraviti nove koji bi se uklapali u arhitekturu grada.“
- „Napraviti biciklističke staze na nasipu, pošumljavati sljeme.“
- „Potrebno je maknuti fontane i slične stvari te obnoviti centar od potresa, a ne trošiti novce na aktivnosti koji ne potiču razvoj grada.“
- „Bolje iskoristiti rijeku Savu za turizam, razne festivale dovesti na standard 21. stoljeća uz apsolutno izbjegavanje političkih konotacija i osobne afirmacije iznad dobrobiti grada.“
- „Potrebna je suradnja s akademskom i stručnom zajednicom koja posjeduje znanja potrebna za unaprjeđenje kvalitete grada.“
- „U današnje vrijeme neophodno je provođenje više marketinških aktivnosti u pogledu održivog turizma te dodatno poraditi na brendiranju grada.“

U nastavku je prikazan pregled rezultata istraživačkog rada.

Tablica 11.: Pregled rezultata istraživačkog rada

Hipoteza	Potvrđeno	Opovrgnuto
H1: „U gradu Zagrebu prevladavaju antropogeni turistički resursi.“	+	
H2: „Lokalno stanovništvo smatra da razvoj i rast turizma grada Zagreba treba dodatno poticati.“	+	
H3: "Lokalno stanovništvo smatra da trend povećanja turističkih aktivnosti negativno utječe na njihov život u gradu Zagrebu."		X
H4: "Lokalno stanovništvo smatra da se gradom upravlja po načelima održivosti."	+	

Izvor: obrada autorice

Prema prikazanoj tablici moguće je zaključiti kako lokalno stanovništvo grada Zagreba turizam percipira kao pozitivnu gospodarsku aktivnost koju je potrebno razvijati s naglaskom na održivost. Obzirom da u Zagrebu prevladavaju antropogeni turistički resursi, turistički proizvod je potrebno dodatno razvijati u tom smjeru s naglaskom na kulturni i manifestacijski turizam čija je ponuda dostupna tijekom cijele godine. Također građani ne smatraju da povećanje turističkih aktivnosti negativno utječe, no daljnjim rastom i razvojem turizma je potrebno adekvatno upravljati kako bi se minimalizirali i spriječili negativni učinci na grad, okoliš i domicil.

8. Zaključak

U 21. stoljeću sve je veći naglasak na održivi razvoj i implementaciju istoga kojeg cijela RH i grad Zagreb moraju usvojiti kako bi postigli konkurentsku prednost i očuvali svoje resurse. Turizam RH se, kao najznačajnija gospodarska aktivnost, već dugi niz godina bori s problemom sezonalnosti čiji je glavni uzrok zastarjeli turistički proizvod i stihijski rast. Zagreb ima preduvjete da postane cjelogodišnja destinacija s fokusom na održivost koja bi pružala benefite turistima ali i domicilnom stanovništvu. Održivi turizam mora obuhvatiti sve tri dimenzije održivosti; društvo, ekologiju i gospodarstvo te je imperativ na kvalitativnoj komponenti te osiguranju korištenja resursa danas bez da se isti nepovratno unište za buduće generacije.

Kao primarni turistički proizvod grada Zagreba su događajni, kulturni i MICE turizam (uz gastronomski, zdravstveni i sportski turizam) čime je grad događajno, kulturno i poslovno središte. Isto tako grad se suočava i sa određenim razvojnim problemima; nedovoljna komunikacija i umreženost dionika u turizmu, nedovoljna prepoznatljivost i kreativnost turističkog proizvoda Zagreba, nedostatak inovacija sadržaja i ponude, ne iskorišten potencijal specifičnih oblika turizma i ostalo što otežava rast i razvoj.

Također važno je nadodati kako su kroz rad potvrđene tri hipoteze; hipoteza 1: "U gradu Zagrebu prevladavaju antropogeni turistički resursi.", hipoteza 2: „Lokalno stanovništvo smatra da razvoj i rast turizma grada Zagreba treba dodatno poticati.“ i hipoteza 4: "Lokalno stanovništvo smatra da se gradom upravlja po načelima održivosti.". Dok je opovrgnuta hipoteza 3: "Lokalno stanovništvo smatra da trend povećanja turističkih aktivnosti negativno utječe na njihov život u gradu Zagrebu.“ Sve navedeno implicira da grad Zagreb svoju ponudu mora unaprjeđivati u vidu kulturne ponude sa određenim specifičnim oblicima turizma te da se gradom i svim aspektima mora upravljati po načelima održivosti u još značajnijoj mjeri. Obzirom da građani turizam percipiraju kao pozitivnu aktivnost u svome gradu, potrebno je pronaći odgovarajuća rješenja za dosadašnje poteškoće i unaprijediti turizam po načelima održivosti koja će pomoći repozicioniranju turističkog proizvoda Hrvatske i Zagreba u smjeru kvalitetne održive turističke destinacije.

BIBLIOGRAFIJA

Knjige:

1. Bilas V., Franc S., Ostojić R.: Višedimenzionalnost održivog razvoja, Notitia, Zagreb, 2017.
2. Črnjar, K., Črnjar, K., Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, 2009.
3. Čorluka G.: Organizacija turizma, Sveučilište u Splitu, 2019.
4. Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
5. Müller Hansruedi: Turizam i ekologija, Masmedia, Zagreb, 2004.
6. Škorić S.: Kvantitativni trendovi u turizmu do kovidijalne krize uz osvrt na sportski turizam, ur. Bartoluci M., Škorić S., Andrijašević M. i suradnici: Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, Narodne novine, Zagreb, 2021.
7. Vukonić B., Čavlek N.: Rječnik turizma, Masmedija, Zagreb, 2001.

Stručni časopisi:

1. Dakić S.: Zagreb u sustavu održivog razvitka, Gospodarstvo i okoliš, ISSN, 1330-1152
2. Krstinić Nižić M., Golja T.: The significance of environmental sustainability in tourism destination development: the contribution of the hotel industry in the north western coastal area of Croatia, 2009.
3. Kušen, E.: Sustav turističkih atrakcija, Turizam, vol. 58, br. 4, 2010.
4. Mikulić J., Kožić I.: Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, Privredna kretanja i ekonomska politika, 21 (2011), 127; 57-81
5. Lay V.: Koncept održivog razvoja – neke pretpostavke ostvarivanja, Soc. Eko. Zagreb, Vol 2 (1993.) No 3 (377-388), 1995.

Ostala publikacija:

1. DZS, procjena temeljem Popisa 2011.
2. Razvojna strategija grada Zagreba za razdoblje do 2020. godine, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada Zagreb, 2017.
3. Rješenje plana razvoja grada Zagreba, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, 2021.
4. Revidirani financijski izvještaji za 2019., 2020. i 2021. godinu, TZ Grad Zagreb
5. Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti po vrstama smještajnih kapaciteta, HTZ, 2020.
6. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zagreb, 2022.
7. Strateško operativni marketinški plan TZGZ 2021.-2023., Horwath HTL, 2020.
8. TOMAS istraživanje, Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2019.

9. Zakon o boravišnoj pristojbi, II. OBVEZNICI I NAČIN PLAĆANJA BORAVIŠNE PRISTOJBE, čl. 5, NN, 2019.

Internetske stranice:

1. UN Environment Management Group, <https://unemg.org/our-work/supporting-the-sdgs/the-un-sustainable-development-goals/> (16. 12. 2022.)
2. <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10190>, DZS, Turizam u 2020. statistička izvešća, Zagreb, 2021. (02.01.2023.)
3. <https://blog.dnevnik.hr/zauzetemisli/2022/12/1632399602/na-sljeme-na-sljeme.html> (30. 01. 2023.)
4. <https://kofer.info/zagrebacka-katedrala/> (30. 01. 2023.)
5. <https://ams.hr/wrc-croatia-rally-2022-dokumentarac-vlado-boban/> (30. 01. 2023.)
6. <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (08. 05. 2022.)
7. <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (08. 05. 2022.)

POPIS TABLICA

Tablica 1.: Trokut održivog djelovanja	3
Tablica 212.: Funkcionalna struktura turističke resursne osnove	19
Tablica 313.: Klasifikacija turističkih resursa	21
Tablica 14.: Analiza važnosti prirodnih resursa	25
Tablica 5.: Ocjena prirodnih resursa	26
Tablica 6.: Analiza antropogenih resursa	27
Tablica 7.: Ocjena antropogenih resursa	28
Tablica 8.: Dolasci i noćenja u gradu Zagrebu od 2019. do 2021. godine	32
Tablica 9.: Analiza prihodovanih boravišnih pristojbi TZ grada Zagreba od 2018. do 2020. godine	33
Tablica 10.: Uporaba javnog prijevoza	41
Tablica 15.: Pregled rezultata istraživačkog rada	56

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 8.: Dolasci i noćenja u gradu Zagrebu od 2019. do 2021. godine	32
Grafikon 9.: Kategorizacija smještaja po vrstama 2016./2019.	34
Grafikon 10.: Kategorizacija hotelske ponude	35
Grafikon 11.: Spolna struktura	43
Grafikon 5.: Dobna struktura	43
Grafikon 6.: Mjesečna primanja kućanstva	44
Grafikon 7.: Zanimanje	44
Grafikon 8.: Najviša ostvarena razina obrazovanja	45
Grafikon 9.: Ocjena turizma grada Zagreba	45
Grafikon 10.: Ocjena ponude društvenih turističkih resursa u gradu Zagrebu	46
Grafikon 11.: Ocjena ponude prirodnih turističkih resursa u gradu Zagrebu	47
Grafikon 12.: Najvažniji turistički resursi u gradu Zagrebu	48
Grafikon 13.: Intenzitet ugroze povijesne jezgre grada Zagreba	49
Grafikon 14.: Otvaranje gospodarskih mogućnosti	50
Grafikon 15.: Poticanje rasta i razvoja turizma u gradu Zagrebu	50
Grafikon 16.: Negativan utjecaj turizma na grad i građane	51
Grafikon 17.: Smatrate li da će povećanje turističkih aktivnosti generirati još veće negativne utjecaje?	52
Grafikon 18.: Smatrate li da je stanovništvo potpuno informirano o planovima provedbe?.....	53
Grafikon 19.: Smatrate li da građani sudjeluju i u kojoj mjeri u provedbi održivog razvoja?.....	54
Grafikon 20.: Smatrate li da grad Zagreb dovoljno i u kojoj mjeri promovira održivi razvoj turizma?	54
Grafikon 21.: Smatrate li da grad Zagreb dovoljno i u kojoj mjeri implementira održivi razvoj turizma u svoje aktivnosti?	55

POPIS SLIKA

Slika 1.: Načela održivog razvoja	6
Slika 1.: Gorje Medvednica	27
Slika 2.: Zagrebačka katedrala	30
Slika 3.: WRC Rally Croatia	31