

Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije

Šaško, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:953814>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij

VALENTINA ŠAŠKO

Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije

**The role and significance of city tourism for the development of
the destination**

Završni rad

Zabok, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije

**The role and significance of city tourism for the development of
the destination**

Završni rad

Kolegij:	Međunarodni tuizam	Student:	Valentina ŠAŠKO
Mentor:	Prof. dr. sc. Romina ALKIER	Matični broj:	ps24567/18

Zabok, rujan 2024.



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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Valentina Šaško

(ime i prezime studenta)

ps24567/18

(matični broj studenta)

Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije

(naslov rada)

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

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

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

U Opatiji, rujan 2024.

Valentina Šaško

Potpis studenta

Sažetak

Gradski turizam sve je rasprostranjeniji i privlačniji oblik odmora, baš zbog svoje mogućnosti spajanja brojnih aktivnosti i sadržaja. Tijekom vremena, proučavan je od strane brojnih istraživača te općenito pobuđuje sve veće zanimanje. Mnogi ga gradovi svijeta vide kao opciju vlastitog promoviranja i unapređivanja. Upravo ćemo na primjeru Londona, grada znanog diljem svijeta kroz kojeg na godišnjoj bazi prođe na milijune i milijune ljudi, uvidjeti kako se nosi sa gradskim turizmom. Jedan je od posebno specifičnih mjesta gdje se stapaju mnogobrojne kulture te će se doznati kako to utiče na svakodnevni život. Gradski turizam nesumnjivo može biti od uvelike pomoći u oblikovanju i oznaživanju destinacije te poticati na stvaranje novih iskustava. No s druge strane, njegovim implementiranjem mogu se javiti i poneki konkretni problemi te ukoliko nije pažljivo planiran i promoviran, može dovesti do osjetnog narušavanja destinacije. Unatoč problemima i izazovima, spoznaja o ovom obliku turizma sve je prisutnija te će ga biti potrebno preispitivati nadalje u budućnosti.

Ključne riječi: gradski turizam; razvoj i izazovi; budućnost gradskog turizma

Sadržaj

Uvod	1
1. Turizam.....	3
<i>1.1. Osnovne karakteristike turizma</i>	<i>5</i>
<i>1.2. Selektivni oblici turizma</i>	<i>6</i>
2. Gradski turizam	9
<i>2.1. Definicija gradskog turizma</i>	<i>9</i>
<i>2.2. Karakteristike gradskog turizma</i>	<i>10</i>
<i>2.3. Razvoj i izazovi gradskog turizma</i>	<i>12</i>
<i>2.4. Kvantitativni pokazatelji gradskog turizma.....</i>	<i>13</i>
3. Gradski turizam na primjeru grada Londona	16
<i>3.1. Osnovne karakteristike grada Londona.....</i>	<i>16</i>
<i>3.2. Turističke atrakcije i manifestacije.....</i>	<i>18</i>
<i>3.3. Gastronomska ponuda</i>	<i>26</i>
<i>3.4. Smještajna ponuda.....</i>	<i>27</i>
<i>3.5. Kvantitativni pokazatelji turizma grada Londona</i>	<i>29</i>
4. Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije.....	32
<i>4.1. Unapređivanje gradskog turizma</i>	<i>32</i>
<i>4.2. Budućnost gradskog turizma</i>	<i>34</i>
Zaključak	34
Bibliografija.....	35
Popis ilustracija.....	41

Uvod

Postojanje grada datira unazad tisuće godina. On je predstavljao, i dalje predstavlja, središte trgovine, produktivnosti i inovacije. Brzorastući napredak gradova, posebice u posljednjih nekoliko desetljeća, dovodi do potrebe razmišljanja o njegovoj budućnosti. Proizlazi zamisao formiranja oblika turizma pod imenom gradski turizam koji bi mogao doprinijeti gospodarski, jačati identitet destinacije, promicati život lokalnog stanovništva.

Predmet i svrha istraživanja je definirati gradski turizam, odrediti obilježja, navesti koji pozitivni i negativni učinci utječu na razvoj te konkretizirati zašto je popularan. Grad je postao mjesto susreta razno raznih aktivnosti. Ovaj oblik turizma uvelike može unaprijediti standard destinacije, dok u isto vrijeme može i potencijalno naškoditi, ukoiko se ne vodi briga o održavanju i obnavljanju. Poanta završnog rada bit će prikazati kakav gradski turizam uistinu ima, i može imati, turistički potencijal genrealno, ali i primjeru grada Londona. Između ostalog, cilj je istaknuti važnost njegovog promicanja te putem sakupljenih informacija iznijeti buduće korake koji bi vodili ka rješavanju neravnina.

Prilikom izrade rada, korištene su sljedeće metode: opisna metoda, komparativna metoda, povijesna metoda, metoda analize, metoda sinteze, metoda indukcije i metoda dedukcije.

Izvor podataka za pisanje ovog rada bile su knjige, e-knjige, internet stranice, izvještaj, znanstveni članci.

Rad je podijeljen na 4 poglavlja, uključivši uvod i zaključak. Uvod upućuje na tematiku, predmet i svrhu istraživanja, iznosi metode koje su bile korištene prilikom pisanja te strukturu rada. Prvo poglavlje rada odnosi se na definiranje pojma turizam, navode njegove osnovne karakteristike i opisuje selektivni oblik turizma. U drugom poglavlju se opisuje gradski turizam, istražuje razvoj i izazove sa kojima se suočava te otkriva njegovo kvantitativno stanje u svijetu. Treće poglavlje usmjereno je na gradski turizam na primjeru grada Londona. U tom se poglavlju definiraju njegovi osnovni podaci, navode najpoznatije

turističke atrakcije i manifestacije, opisuje gastronomija, smještajna ponuda te iščituje turizam grada u brojkama. Posljednje, četvrto poglavlje, orijentira se na temu završnog rada te pruža uvid u unapređivanje i budućnost gradskog turizma. Za kraj se u zaključku iznose bitne spoznaje o pisanom radu.

1. Turizam

Riječ turizam prvi put se pojavljuje u 19. st, a potiče od grčke riječi “tornos” (krug), koja se nadalje asimilirala u francuski “tourisme” te u engleski “tour”.¹ Ljudi su oduvijek putovali, bilo radi istraživanja, otkrivanja novih zemalja ili radi vlastitog doživljaja.

Podrijetlo modernog koncepta turizma seže od 17. st., kada su mladi muškarci iz više klase išli na putovanje zvano Grand Tour (države Francuska, Njemačka, Grčka, Italija) kao jedan od načina obrazovanja. Nadalje, industrijska revolucija, koja započinje u drugoj polovici 18. st., donosi gospodarsku, društvenu i tehnološku transformaciju. Shodno tome, pojavljuju se nove društvene klase. Značajan pomak ostvaruje se u teretnom i putničkom prometu (putovanje vlakom). U 19. st. nastaju prve putničke agencije, a jedan od pionira bio je Thomas Cook & Son. Ono što su tada nudili danas znamo pod nazivom paket aranžman. Tijekom prve polovice 20. st. industrija se dalje unaprijeđivala, i to putem razvoja automobila, autobusa i zrakoplova. U idućim desetljećima dolazi do internacionalizacije hotelskih poduzeća, putničkih agencija i zračnih prijevoznika te se nude novi sadržaji i aktivnosti. Turizam počinje utjecati na društvenu strukturu, kulturu i stil života posjećenih destinacija, stoga je trenutno izazov pružiti rješenja razvijanjem turističke svijesti koja poštuje okoliš i lokalni način života njegovih stanovnika.²

Pojam turizam nema univerzalno prihvaćenu definiciju. Međutim, u nastavku je navedeno nekoliko onih koje bi ga mogle najbolje opisati:

- Turizam je društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Ti se ljudi nazivaju posjetiteljima (koji mogu biti turisti ili izletnici; rezidenti ili nerezidenti), a turizam ima veze s njihovim aktivnostima, od kojih neke uključuju troškove turizma;³

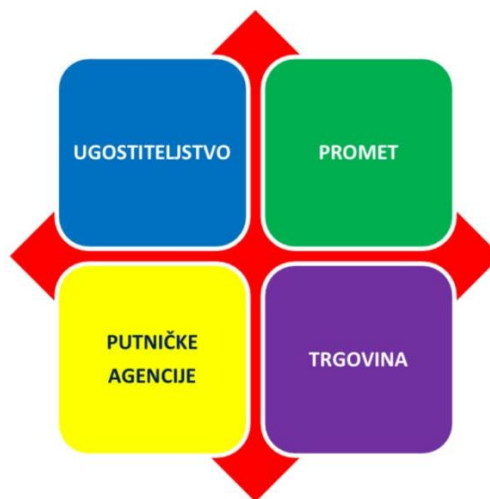
¹ Tornos News, <https://www.tornosnews.gr/en/permalink/13542.html> (pristupljeno 24.5.2024.)

² Europeana, <https://www.europeana.eu/en/stories/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism> (pristupljeno 24.5.2024.)

³ UN Tourism, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 5.9.2024.)

- Turizam je skup odnosa i pojava nastalih prilikom putovanja i boravka stranaca u nekom kraju, ukoliko taj boravak ne znači nastanjivanje i nije vezan za stjecanje zarade;⁴
- Turizam putem svojih mnogobrojnih društvenih funkcija (zdravstvene, rekreacijske, sportske, zabavne, kulturne, ekološke, socijalne, političke, moralne, vjerske, edukativne i dr.), u situaciji sve izrazitijih i osmišljenijih intelektualnih, duhovnih i tjelesnih potreba te humanističkih vrijednosti, ostaje sredstvo i izazov sretnije i organiziranije čovjekove sutrašnjice, njegov, rekli bismo, najpotpuniji oblik korištenja slobodnog vremena.⁵

U slici 1. prikazana su osnovna gospodarska područja. Navedena područja veoma su važna u djelovanju turizma. Sve će imati karakter uslužnih djelatnosti, osim putničke agencije koja je čista turistička aktivnost.⁶



Slika 1. Gospodarska područja - sudionici u turizmu

Izvor: Vlado G., Marina L.: Principi i praksa turizma i hotelijerstva, 2016., str. 42

Turizam može uvelike utjecati na način života. Njegova važnost očituje se u multidimenzionalnosti, odnosno mogućnosti spajanja i dodirivanja mnoštva aspekata. U

⁴ Pirjevec, Ekonomska obilježja turizma, str. 19.

⁵ Jadrešić, Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, str. 10.

⁶ Galičić i Laškarin, Principi i praksa turizma i hotelijerstva, str. 41

https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Principi_i_praksa_turizma_i_hotelijerstva.pdf

suštini, dobro organizirani turizam zasigurno može doprinijeti što pružatelju, tako i korisniku. Uvijek je bilo i bit će potrebe za turizmom, samo treba voditi računa o njegovom što djelotvornijem opstanku.

1.1. Osnovne karakteristike turizma

Hunziker i Krapf naglašavaju kako težište znanosti o turizmu treba biti u izučavanju funkcija turizma. Funkcije se dijele u dvije skupine:

- Ekonomske (gospodarske) funkcije - multiplikativna funkcija, razvojna funkcija, funkcija zapošljavanja, funkcija poveženja platne bilance, funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara,
- Neekonomske (društvene) funkcije - zdravstvena, kulturno-obrazovna, socijalna, političko-ideološka.⁷

Ekonomske funkcije su usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (na razini ugostiteljsko-turističkih poduzeća i organizacija, ali mogu biti poduzete i na području turističke destinacije)⁸, dok neekonomske funkcije omogućuju turistima da zadovolje rekreacijske potrebe, iz kojih će proizaći i odgovarajući turistički motivi, a izražavaju se učincima dominantno društvenog obilježja.⁹

Kada je riječ o karakteristikama turizma, svaka igra svoju ulogu u kreiranju turističkih iskustava, a one najznačajnije bile bi:

- heterogenost (raznovrsnost) - dijeli se na: gospodarske djelatnosti (ugostiteljstvo, promet, trgovina, komunalne djelatnosti i dr.) i negospodarske djelatnosti (baštinske institucije, državne turističke organizacije, nevladina udruženja)
- sezonalnost (sezonski karakter rada) - turistička kretanja se ostvaruju u određeno doba, ostvarivanje prihoda nije raspoređeno tokom cijele godine

⁷ Galičić i Laškarin, op.cit. str. 71.

⁸ Ibid., str. 72.

⁹ Ibid., str. 82.

- neproizvodni karakter rada – turistima se pruža niz raznih nematerijalnih usluga: transport, prenoćište, obilasci i dr.
- elastičnost turističke potražnje - potražnja se konstantno mijenja i razvija (preferencije turista neprestano mijenjaju)
- neelastičnost turističke ponude – osnovni turistički sadržaji su: mepromjenjivi (primjerice ono je na moru, jezeru ili planini) ili teško promjenjivi (primjerice izgradnja hotela, izgradnja puta)
- mobilnost - mogućnost putovanja raznim prometnim sredstvima (automobil, avion, vlak i dr.)
- zavisnost od promocije - zadatak marketinga da dovede potencijalnog turista u destinaciju.¹⁰

Turizam ima važnu ulogu u razvoju i oblikovanju destinacije. On je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno - ekonomskih pojava suvremenog doba. Bit će poželjno postupati odgovorno i promišljeno, kako ne bi dolazilo do niza negativnih ishoda za određenu destinaciju.

1.2. Selektivni oblici turizma

U relativno kratkom vremenu, razvila se mogućnost putovanja bilo gdje i bilo kada. Zbog takvog ubrzanog razvoja dolazi do oblika turizma zvanog masovni turizam. Ono je često najpopularniji oblik turizma jer je obično najjeftiniji način da se otiđe na odmor. On koliko može pozitivno utjecati na ljude i okoliš, toliko može i negativno. Promatranjem njegovih negativnih utjecaja, promatrači i istraživači pronalaze odgovor u razvijanju oblika turizma pod nazivom selektivni turizam.

MASOVNI TURIZAM	SELEKTIVNI TURIZAM
kvantiteta	kvaliteta
Nekontroliranost	održavanje

¹⁰ Krivošejev i Rabasović, Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, str. 27., <https://www.slideshare.net/slideshow/udzbenik-uvod-u-turizam/250533736#29>

velike grupe ljudi	usmjerenost na pojedinca
Homogenost	heterogenost
narušavanje	briga o ekosustavu

Tablica 1. Usporedba masovnog turizma sa selektivnim turizmom

Izvor: izrada autora

Selektivni turizam je sintetički i generiran pojam koji označava novu kvalitetu suvremenoga i budućega turizma. Temelji se na selekciji programa, na odgovornom ponašanju svih sudionika, na ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženoga razvoja, na kvalitetnoj razini usluge, na izvornom identitetu i humanitetu usluge, a sve to uz poželjan i zakonomjieran te uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području.¹¹

Kada je riječ o selektivnim oblicima turizma, Alfier uključuje iduće:

- zdravstveni turizam ili lječilišni turizam u obliku integralne talasoterapije, balneoterapije, klimatoterapije i silvoterapije,
- rekreacijski i sportski turizam na moru, vodama i planinama,
- ruralni ili rustikalni jednostavni turizam u mirnim primorskim i kontinentalnim mjestima,
- nemotorizirani - pješački, konjički, ciklički turizam, za „divlji“ odmor i „divlja“ krstarenja i ekološke odmore na velikim prirodnim područjima,
- kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i u najrazličitijim oblicima, za studijske odmore, za manifestacijski turizam i za turizam susreta.¹²

Dakle, ovaj oblik turizma podrazumijeva putovanja čiji je primarni razlog ili cilj ostvarenje nekog posebnog interesa i uživanje u njemu, a to može biti hobi, fizička aktivnost, određena tema ili vrsta destinacije, tj. atrakcije.¹³ Neki istraživači primjećuju kako su turisti sa posebnim interesima znatno više fokusirani na traganje za osobnim i interpersonalnim nagradama nego za bijegom iz svakodnevnog okruženja. Na osnovu takvog stava proističe

¹¹ Geić, Menadžment selektivnih oblika turizma, str. 113.

¹² Alfier, Potreba novih orijentacija u dugoročnom razvoju našeg turizma, str. 173.

¹³ Rabotić, Selektivni oblici turizma, str. 19., https://www.researchgate.net/profile/Branislav-Rabotic/publication/340130016_SELEKTIVNI_OBLICI_TURIZMA_Kompletna_knjiga/links/5e7a348492851cdfca2f1ff5/SELEKTIVNI-OBLICI-TURIZMA-Kompletna-knjiga.pdf

da se selektivni oblici turizma manje zasnivaju na eskapizmu i relaksaciji, a više na potrebi za samorazvojem i novim iskustvima.¹⁴

Zahvaljujući svojoj diversifikaciji, selektivni turizam postaje sve veća opcija kod budućeg sudionika turističkog putovanja. U mogućnosti je biti usmjeren prema pojedincu i zadovoljavanju njegovih želja i potreba, što se u današnje vrijeme uvelike cijeni. Usto, on može doprinijeti daljnjem napretku i poboljšanju određene destinacije.

2. Gradski turizam

Proces urbanog razvoja star je koliko i civilizacija, a rast gradova ne će imati značajan karakter sve do pojave industrijske revolucije. Nagli rast broja gradskog stanovništva krajem 20.st. dovodi do stvaranja megapolisa ili megagradova. Ovakvim brzim razvitkom doći će do potrebe za obnovom i revitalizacijom gradova te se kao potencijalno rješenje javlja

¹⁴ Ibid., str. 26.

gradski turizam. On može imati važan utjecaj na urbani razvoj te koliko god ostvarivao koristi, bit će potrebno boriti se i sa negativnim učincima i težiti ka tome da razvoj ovog oblika turizma bude što više koristan i održiv.

2.1. Definicija gradskog turizma

Prepoznavanje grada kao turističke destinacije uočeno je tek unazad nekoliko desetljeća. Neki od razloga kašnjenja u zanimanju bila su urbana istraživanja koja su propustila uočiti i ocijeniti značaj odmora, rekreacije i turizma u gradu, zatim nedovoljno razumijevanje kompleksnog urbanog ambijenta kao destinacije, ali i teškoća izdvajanja turističke funkcije od neturističkih u nizu aktivnosti koje su karakteristične za gradove. To se s vremenom mijenja pa tako mnogi gradovi razmišljaju ili već imaju razvijen takozvani gradski turizam.

Gradski ili urbani turizam je vrsta turističke aktivnosti koja se odvija u urbanom prostoru sa svojim inherentnim atributima karakteriziranim nepoljoprivrednim gospodarstvom kao što su administracija, proizvodnja, trgovina i usluge te time što su prometna čvorišta. Urbano/gradska odredišta nude širok i heterogen raspon kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, društvenih i prirodnih iskustava i proizvoda za slobodno vrijeme i posao.¹⁵ Prevladava tijekom cijele godine, odnosno nije sezonski orijentiran.

Ovaj oblik turizma uključuje raznovrsne aktivnosti poput:

- razgledavanje znamenitosti grada (arhitektura, spomenici, arheološki ostaci, parkovi...)
- posjet muzejima i galerijama
- odlazak u kazališta i na koncerte i slična scenska događanja
- prisustvovanje i učešće na festivalima i drugim gradskim manifestacijama

¹⁵ UN Tourism, <https://www.unwto.org/urban-tourism> (pristupljeno 12.6.2024.)

- posjet iz obrazovnih razloga
- dolazak radi kupovine
- konferencije i poslovni sastanci
- odlazak u različite ugostiteljske i zabavne objekte (restorani, barovi, noćni klubovi)
- posjet obitelji i prijateljima.¹⁶

Od navedenih, najčešća je ona vezana za razgledavanje - bilo grada, spomenika, važnih lokaliteta, muzeja ili galerije. To pokazuje kako gradski turizam ima izrazito kulturno obilježje, bez obzira na motiv koji je pojedinca potaknuo na putovanje.

Usto, postoji i city break, oblik gradskog turizma. Riječ je o kratkom turističkom putovanju (cca. 3 - 4 dana) u jedan grad, bez noćenja u nekoj drugoj destinaciji. Ovaj oblik putovanja jedan je od najjačih segmenata emitivnog turizma u Europi. City break je u kontinuiranom rastu, i to uslijed tendencije da se godišnji odmor od nekoliko tjedana zamjeni sa više kraćih putovanja te zbog niskobudžetnih avio - kompanija.¹⁷

2.2. Karakteristike gradskog turizma

Zajedničke karakteristike svih urbanih turističkih destinacija glase sljedeće:

- U gradovima postoji koncentracija trgovina, industrija i usluga; riječ je o glavnim prometnim čvorištima, gusto naseljenim;
- Gradovi su centri intenzivnih interakcija među ljudima, stoga nije slučajnost što mnoge suvremene turističke aktivnosti imaju neku vrstu dodira sa urbanim sredinama;
- Gradovi služe kao „vrata“ (gateway), tj. ulazna točka u zemlji koju turisti posjećuju;
- Gradovi funkcioniraju kao smještajne baze za turiste koji iz njih kreću na izlete u ruralna područja, ali i kao destinacija za sebe;

¹⁶ Krivošejev i Rabasović, op. cit. str. 157.

¹⁷ Galičić i Laškarin, op. cit. str. 337 – 338.

- Aktualni trendovi u turističkim aktivnostima, primjerice rast kratkih putovanja (short break) ili dnevnih izleta, je također utjecalo na broj posjeta velikim gradovima koji su nedvojbeno postali najvažnija vrsta destinacije.¹⁸

U literaturi će se naići i na nekoliko tipologija gradskih turističkih destinacija:

- Globalni ili svjetski gradovi (New York)
- Nacionalne prijestolnice (Ankara)
- Kulturne prijestolnice (Beč)
- Gradovi spomeničkog nasljeđa (Venecija)
- Umjetnički gradovi (Madrid)
- Industrijski gradovi (Glasgow)
- Kreativni gradovi (Helsinki)
- Sportski gradovi (Melbourne)
- Festivalni gradovi (Rio de Janeiro)
- Futuristički gradovi (Tokio).¹⁹

Boravak u gradu postaje sve više primamljiv i interesantan. Razlog tome je zbog truda koji se ulože u mogućnost raspolaganja što raznovrsnijim sadržajima. I na primjeru tipologije gradskih turističkih destinacija, može se primjetiti kako prevlada šarolikost motiva koji bi na kraju dana privukli te odgovorili preferencama pojedinca. U konačnici, sama misija gradskog turizma treba biti ta da teži ka stvaranju što boljeg ambijenta i kvalitete za sve involvirane.

2.3. Razvoj i izazovi gradskog turizma

Od uspona masovnog turizma, gradski je turizam jedan od najbrže rastućih segmenata fenomena putovanja u zemljama s razvijenim gospodarstvima. Za razvoj gradskog turizma zaslužni su faktori: urbanizacija, gospodarski razvoj, globalizacija.

¹⁸ Rabotić, op. cit. str. 167.

¹⁹ Ibid., str. 167 - 171.

Značajan rast gradskog turizma pokreću prostorne, društvene, ekonomske i tehnološke sile. Proces urbanizacije dovodi do sve većeg broja ljudi koji žive u gradovima, što dovodi do osjećaja veće povezanosti s gradovima i urbanim stilom života. Povećano bogatstvo srednje klase u zapadnim ekonomski razvijenim zemljama, a također i u gospodarstvima u nastajanju, omogućuje ljudima da posjete i istraže druge gradove. Gradovi se više ne doživljavaju isključivo kao puke točke ulaska, ukrcaja ili tranzita tijekom putovanja, već kao atrakcije i odredišta sama po sebi.

Ovaj se oblik turizma proteže kroz niz važnih aspekata:

- ekonomski razvoj (povećanje prihoda, stvaranje radnih mjesta)
- uvjeti života stanovnika i posjetitelja
- promoviranje i očuvanje kulturne baštine
- razvoj i unapređivanje infrastrukture
- poticanje razvoja lokalne zajednice (manifestacije, festivali)
- kvaliteta/očuvanje okoliša.

Prema podacima Ujedinjenih naroda, 2015. godine, 54% svjetskog stanovništva živjelo je u urbanim područjima, a do 2030. očekuje se da će taj udio dosegnuti 60%. Zajedno s drugim ključnim stupovima, turizam čini središnju komponentu u gospodarstvu, društvenom životu i geografiji mnogih gradova u svijetu i stoga je ključni element u politikama urbanog razvoja.²⁰

Gradski turizam koliko god pruža itekakve dobre uvjete za život svojim stanovnicima i posjetiteljima, može prouzrokovati i određene izazove poput:

- prevelik broj turista, gužva i zakrčenost
- zaštita životne sredine i postojećih atrakcija
- promet (pješačke zone, parking, zagađenje zraka)
- potreba da smještajni objekti budu centralno locirani i dostupni
- istovremeno upravljanje potrebama lokalnog stanovništva i turista
- upravljanje turističkom posjetom

²⁰ UN Tourism, op. cit.

- i dr.

Ispunjenje turističkog potencijala kao alata održivog i uključivog rasta za gradove zahtijeva pristup s više dionika i više razina temeljen na bliskoj suradnji između turističkih i neeturističkih uprava na različitim razinama, privatnog sektora, lokalnih zajednica i samih turista. Gradovi će se morati neprestano prilagođavati i transformirati, kako bi se zadovoljile potrebe, zahtjevi i očekivanja stanovnika, kao i budućih posjetitelja.

2.4. Kvantitativni pokazatelji gradskog turizma

Potreba za odlaskom na odmor više ne predstavlja toliki problem. Taj proces olakšan je infrastrukturnim razvojem i povezanošću, raznolikom ponudom shodno financijskoj mogućnosti, umreženošću putem interneta i društvenih mreža. Navedeno pridonosi praćenju kretanja sudionika, u ovome dijelu konkretno vezano za turističke gradove. Euromonitor International godišnje objavljuje popis top 10 gradskih destinacija u svijetu. Uspoređuju se gradovi na osnovu kategorija poput turistička infrastruktura, zdravlje i sigurnost, održivost i drugo. U njihovoj je analizi uključen i popis od top 10 svjetskih gradova na temelju broja međunarodnih dolazaka, a ti gradovi za 2023. bili su:

1. Istanbul, Turska
2. London, U.K.
3. Dubai, UAE
4. Antalya, Turska
5. Pariz, Francuska
6. Hong Kong
7. Bangkok, Tajland
8. New York, U.S.
9. Cancún, Mexico
10. Meka, Saudijska Arabija

Istanbul je ostvario 20.2 milijuna međunarodnih dolazaka (rast posjetitelja od 26% u odnosu na 2022.), a London 18.8 milijuna međunarodnih dolazaka (rast posjetitelja od 17%

u odnosu na 2022.). Oba su grada na visokim mjestima zbog svoje bogate povijesti i značajnih znamenitosti.²¹

I Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) objavljuje analizu podataka o turizmu. Prema njima, top 10 gradova koji su ostvarili izravni doprinos putovanja i turizma BDP-u 2022. bili su:

1. Pariz, Francuska
2. Peking, Kina
3. Orlando, Florida
4. Šangaj, Kina
5. Las Vegas, Nevada
6. New York, New York
7. Tokio, Japan
8. Mexico City, Mexico
9. London, UK
10. Guangzhou, Kina.

Pariz, kao vodeći grad na listi, ostvario je oko vrtoglavih 35,65 milijardi američkih dolara izravnog BDP-a putovanja i turizma. Slijede ga Peking - oko 32,6 milijardi američkih dolara i Orlando - oko 31,1 milijardi američkih dolara. Vijeće predviđa kako će do 2032. Kina dominirati na njegovoj ljestvici. Istaknuto je i da će London, Pariz i New York ostati globalne elektrane, ali da bi tijekom sljedećih nekoliko godina Peking, Šangaj i Makao mogli napredovati na popisu najboljih gradskih odredišta.²²

²¹ CNBC, <https://www.cnbc.com/2024/02/11/new-report-top-10-destinations-for-international-travel-in-2023.html> (pristupljeno 24.6.2024.)

²² CNN, <https://edition.cnn.com/travel/article/wttc-most-powerful-tourism-cities-2022/index.html> (pristupljeno 24.6.2024.)

3. Gradski turizam na primjeru grada Londona

London je jedan od najstarijih svjetskih velikih gradova. Slovi za jedan od najposjećenijih i najatraktivnijih gradova na svijetu koji svake godine dočeka na milijune posjetitelja, čiji razlog dolaska bude radi slobodnog vremena ili poslovno, iz inozemstva ili pak ostalih dijelova Ujedinjenog Kraljevstva. Svatko će moći pronaći nešto za sebe, od najmlađih pa do najstarijih. Sve u svemu, grad je u stanju pružiti nezaboravna iskustva, kulturu, umjetnost i baštinu svjetske klase, glavne atrakcije te izuzetnu hranu, gostoprimstvo i noćni život.

3.1. Osnovne karakteristike grada Londona

London je glavni grad Engleske i Ujedinjenog Kraljevstva te ujedno jedan od najvećih i najvažnijih gradova na svijetu. Nalazi se na jugoistočnoj strani Engleske, uz rijeku Temzu. On je političko, industrijsko, kulturno i financijsko središte zemlje. Formalno je znan kao metropolitanski okrug Greater London (osnovan 1965.). Ima površinu od 659 kvadratnih milja (1706 kvadratnih kilometara) i sastoji se od dvije regije: Inner (Unutarnji) London sadrži 14 od 33 londonska okruga (uključujući izvorni City of London), a Outer (Vanjski) London obuhvaća ostalih 19 četvrti. Greater London administrativna je cjelina, s izabranim gradonačelnikom i skupštinom.²³

Osnovan je od strane Rimljana pod nazivom Londinium u 1. st. te zatim prelazi na Sase (germansko pleme) u periodu 5. - 6. st. Grad su tijekom stoljeća pogađale razne nedaće poput kuge (1348. - 1349.), velikog požara (1666.), zračni napadi Nijemaca u 2. svj. ratu (1940. - 1941.). Unatoč svemu tome, pronalazili su način da se iznova uzdignu te nastave rasti i napredovati. Razvoj je primijetan kroz kulturu, biznis i bankarstvo.²⁴

Populacija se oporavlja od ranih 1990. - ih. zbog toga što je između 1939. - 1991. došlo do poslijeratnog pada stanovništva. U glavnom je gradu 1939. g. živjelo 8.6 milijuna ljudi, ali tijekom idućih desetljeća ta brojka pada na 6.8 milijuna. Od 1991. počinje se

²³ Britannica, <https://www.britannica.com/summary/London> (pristupljeno 29.6.2024.)

²⁴ History, <https://www.history.com/topics/european-history/london-england> (pristupljeno 29.6.2024.)

uočavati pozitivan pomak. U 2022. g. živjelo je 8.9 milijuna ljudi (rast vidljiv u Inner i Outer Londonu) te se do 2035. očekuje čak 9.6 milijuna stanovnika.²⁵

Grad je živahan i uzbudljiv. Iako je dugačak popis, barem top 10 razloga zašto ga posjetiti bilo bi zbog:

1. Mnogobrojnih poznatih atrakcija
2. Jedne od najboljih kazališnih scena na svijetu
3. Bogatog noćnog života
4. Besplatnih atrakcija
5. Raznolike gastro ponude
6. Mnogo mjesta s kojih se može uživati u najboljem pogledu na grad
7. Mnoštva izbora trgovina
8. Sportskih događaja i objekata
9. Prekrasnih parkova
10. Poznate rijeke Temze.²⁶

Tablica 2. prikazuje SWOT analizu grada Londona. SWOT analiza je vrlo jednostavna i jedna od najšire korištenih metoda za analizu okruženja. SWOT je engleska kratica za Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O) i Threats (T), odnosno u prijevodu snage, slabosti, prilike i prijetnje. Analiza ispituje:

1. Unutarnje okruženje - snage (određuju se jake točke) i slabosti (određuju se slabe točke)
2. Vanjsko okruženje - prilike (kako se može nastaviti rast na tržištu) i prijetnje (izvan kontole).

Grad je stvorio identitet kao jedna od najpopularnijih i najposjećenijih turističkih destinacija svijeta. Shodno tome, kroz ovu analizu će se sagledati unutanja i vanjska okolina te zaključiti kakav je London kao metropola.

²⁵ Trust for London, <https://trustforlondon.org.uk/data/population-over-time/> (pristupljeno 29.6.2024.)

²⁶ Visit London, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/visiting-london-for-the-first-time/ten-reasons-to-visit-london> (pristupljeno 3.7.2024.)

Strengths (Snage)	Weaknesses (Slabosti)
Geografski položaj i prometna povezanost	Troškovi života nisu najjeftiniji
Jedan od najvažnijih gradova na svijetu (gospodarstvo, bogata povijest obrazovanje, zabava)	Prevladava povećana napučenost
Etnička i kulturna raznolikost	Problem nastajanja popriličnih gužvi na cestama
Široka lepeza raznih mogućnosti radi osobnog razvoja	Kišovito podneblje
Posjeti iz čitavog svijeta	Zagađenje okoliša
Opportunities (Prilike)	Threats (Prijetnje)
Važnost održavanja i obnavljanja	Narušavanje sigurnosti (terorizam)
Ekonomske prilike i razvoj	Konkurentnost
Povećanje broja smještajnih kapaciteta	Preopterećenost
Educiranje o drugim kulturama, religijama, načinu života	Nesuglasice između lokalnog stanovništva i posjetitelja
Održivi razvoj turizma - Urbano ozelenjavanje	Neadekvatno očuvanje okoliša

Tablica 2. SWOT analiza Londona

Izvor: izrada autora

London je jedno veoma poznato svjetsko odredište. Na povoljnom je geografskom mjestu, ima dobru prometnu povezanost te je okružen jedinstvenim i impresivnim sadržajima. Izuzev niza povoljnih strana, grad se susreće i s problemima oko napučenosti, infrastrukture, osobne sigurnosti, brige o okolišu. Ovom je analizom ukazana važnost promicanja što bolje kvalitete života, pružanje povoljnog turističkog boravka, odgovorno ponašanje prema prirodi.

3.2. Turističke atrakcije i manifestacije

Turistička atrakcija definira se kao mjesto koje ljudi rado posjećuju, bilo to zbog njene kulturne vrijednosti, povijesnog značaja, prirodne ili izgrađene ljepote ili zabave. London je jedan od gradova koji zaista posjeduje mnoštvo zanimljivih znamenitosti, time nudeći za svakoga ponešto, a neke od najpoznatijih slijede u nastavku.

Big Ben je vjerojatno najpoznatiji sat na svijetu. Njegovo se ime zapravo odnosi na masivno zvono koje se nalazi unutar tornja. Smješten je u Elizabetinom tornju (2012., u čast dijamantnog jubileja kraljice Elizabete II.) na sjevernom kraju Domova parlamenta u Westminsteru, pored rijeke Temze. Sat se prvi put oglosio davne 1859. Ispod brojčanika sata nalaze se latinske riječi, koje u prijevodu glase "O Bože, čuvaj našu kraljicu Viktoriju Prvu". Omogućen je obilazak u trajanju od oko 90 minuta. Vodič vodi posjetitelja kroz 334 stepenice da vide prostoriju sa satnim mehanizmom, iza četiri brojčanika sata i zvonik, gdje se nalazi poznato zvono.²⁷



Slika 2. Big Ben

Izvor: The Telegraph, <https://www.telegraph.co.uk/travel/news/big-ben-facts-things-didnt-know-london/>

London Eye najveći je konzolni promatrački kotač na svijetu i nalazi se na južnoj obali rijeke Temze. Izgrađen je povodom proslave tisućljeća 2000. Sastoji se od 32 kapsule i svaka predstavlja jednu od Londonskih četvrti. Maksimalni kapacitet je 25 ljudi, a rotacija traje otprilike 30 minuta. Kotač je visok 135m i teži 2 100 tona (jednako teško kao 1272 crna taksija). Kreće se brzinom od oko 0,9km na sat ili otprilike 26 cm svake sekunde. Zanimljivo je kako:

- nema 13. kapsulu (vjerovanje u "nesretan" broj)
- novim LED sustavom rasvjete ušteduje 75% više energije nego prethodnim
- od otvaranja bilo preko 5000 prosidbi.²⁸

²⁷ Visit London, Big Ben, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/london-attraction/big-ben> (pristupljeno 7.7.2024.)

²⁸ Visit London, London Eye, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/282783-london-eye> (pristupljeno 7.7.2024.)

Buckinghamska palača je službena londonska rezidencija britanskih vladara još od 1837., a također ju koriste i mnogi članovi kraljevske obitelji kao svoju bazu u Londonu. Središte je nacionalnih i kraljevskih proslava te je i mjesto redovite ceremonije smjene straže. Ima 775 soba i to - 19 državničkih soba, 52 kraljevske i gostinjske spavaće sobe, 188 spavaćih soba za osoblje, 92 ureda, 78 kupaonica. Poznata je i po svojem vrtu (39 hektara) u kojem će se naći razne divlje vrste biljaka, ptice koje se gnijezde te više od 1000 stabala. Palača je otvorena za javnost svakoga ljeta, između srpnja i rujna, a za njeno razgledavanje bit će potrebno otprilike 2 sata, 2 sata i 30 minuta.²⁹



Slika 3. Buckinghamska palača

Izvor: Visit London, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/427311-buckingham-palace>

Tower Bridge je pokretni most, iznad rijeke Temze. Gradnja je trajala 8 godina (1886. - 1894.), uz neumoran rad 432 građevinska radnika. Za obilazak mosta prolazi se kroz 5 etapa: započinje penjanjem sjevernog tornja, zatim se kreće duž istočnog i zapadnog prolaza (prelazeći staklene podove), slijedi spuštanje niz južnog tornja do razine ceste, potom se slijedi plava linija u znak sjećanja na radnike te se na kraju ulazi u viktorijanske strojarnice i završava suvenirnicom. Okvirno vrijeme ture je 90 minuta. Most i poneke zanimljive činjenice poput toga da:

- se diže oko 800 puta godišnje

²⁹ Visit London, Buckingham Palace, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/427311-buckingham-palace> (pristupljeno 7.7.2024.)

- je prije bio smeđe boje
- je kulturna lokacija mnogih filmova, serija, glazbenih spotova.³⁰

Trafalgar Square je javni trg u Westminsteru. Njegovo ime službeno je još od 1830. Okružen je spomenicima, povijesnim zgradama, restoranima i kafićima. Domaćin je i niza multikulturalnih festivala, vjerskih slavlja, kineske Nove godine, Pridea. Na trgu će se pronaći znamenitosti:

- Nacionalna galerija - muzej umjetnosti sa preko 2300 umjetničkih djela
- Nelsonov stup - 5m visok kip pomorskog heroja
- Lavovi - 4 brončane statue lava u podnožju Nelsonova stupa kao zaštitnici spomenika
- Fontane - 2 fontane u obliku dupina, sirene, Tritona
- Statue - 4 postolja za statue, 4. namijenjeno za suvremena umjetnička djela
- Policijska kutija - nekada bila najmanja policijska postaja.³¹

Od ostalih također zanimljivih atrakcija vrijedi spomenuti:

- Westminsterška palača - Parlament u Londonu, sastoji se od Donjeg doma, Doma lordova i Westminsterške dvorane, tu se nalazi i toranj sa satom Big Ben³²
- Tower of London (Londonski toranj) - izgrađen kao sigurna utvrda i simbol kraljevske moći, jedno vrijeme služio kao zatvor, zaštitnik Krunskih dragulja³³
- Hyde Park - jedan od najpoznatijih parkova od oko 140 ha zelene površine, okružen stablima, velikim jezerom, sportskim objektima, kafićima³⁴
- Natural History Museum (Prirodoslovni muzej) - muzej koji čuva i brine za više od 80 milijuna predmeta koji se protežu milijardama godina, besplatan ulaz (neke izložbe i događaji zahtijevat će ulaznicu)³⁵

³⁰ Tower Bridge, <https://www.towerbridge.org.uk/> (pristupljeno 10.7.2024.)

³¹ Visit London, Trafalgar Square, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/283774-traffic-square> (pristupljeno 10.7.2024.)

³² Visit London, Palace of Westminster, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/401836-houses-of-parliament> (pristupljeno 15.7.2024.)

³³ Historic Royal Palaces, Tower of London, <https://www.hrp.org.uk/tower-of-london/#gs.eajcr9> (pristupljeno 15.7.2024.)

³⁴ Visit London, Hyde Park, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/610718-hyde-park> (pristupljeno 15.7.2024.)

³⁵ Natural History Museum, <https://www.nhm.ac.uk/about-us.html> (pristupljeno 15.7.2024.)

- London Underground ili The Tube - najstarija podzemna željeznica na svijetu koja dnevno prevozi oko 5 milijuna putnika, njen simbol može se pronaći na magnetima i drugim dekorativnim predmetima³⁶
- Piccadilly Circus - jedno od glavnih cestovnih čvorišta, lokacija poznatog kipa Erosa i LED reklama (Coca - Cola, Samsung, TDK, McDonald's...)
- Katedrala sv. Pavla - crkva, nacionalno blago i ikona Londona, najpoznatija po kupoli sa koje se može uživati u pogledu na grad
- Westminster'ska opatija - mjesto za one koje zanima kraljevski London (krunidbena crkva, počivalište monarha, kraljevska vjenčanja)
- Warner Bros Studio Tour London - obilazak autentičnih scenografija, rekvizita i kostima iz ciklusa filmova o Harryju Potteru
- Madame Tussauds London - muzej voštanih figura, od slavni osoba i kraljevske obitelji do kulturnih ikona i glazbenih legendi prošlosti i sadašnjosti.

Manifestacija je neki događaj, priredba koja za cilj ima privući okolinu i turiste bilo u svrhu zabave, učenja, interakcije. Tijekom cijele godine, London je veoma popularno mjesto održavanja raznih događanja te neka od najpoznatijih slijede u nastavku.

Izmjena kraljevske straže je ceremonija razmjene vojnika (stara straža mijenja mjesta sa novom stražom). Prva ceremonija održana je za vrijeme vladavine kralja Henrika VII. Odvija se u predvorju Buckinghamske palače svakog ponedjeljka, srijede, petka i nedjelje, a također se održava i u dvorcu Windsor svakog utorka, četvrtka i subote. Stražari su odjeveni u tradicionalne crvene tunike i kape od medvjede kože. Smjena kraljeve straže događa se ispred Buckinghamske palače oko 10:45 i traje oko 45 minuta, a može se i otkazati u vrlo kratkom roku, posebno po kišovitom vremenu. Ovaj događaj je besplatan i vrlo popularan pa se preporuča raniji dolazak kako bi se osiguralo mjesto s dobrim pogledom.³⁷

³⁶ London Underground, <https://tfl.gov.uk/corporate/about-tfl/what-we-do?intcmp=2582> (pristupljeno 15.7.2024.)

³⁷ Visit London, Changing the Guard, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/8725947-changing-the-guard> (pristupljeno 19.7.2024.)



Slika 4. Izmjena kraljevske straže

Izvor: Royal Collection Trust, <https://www.rct.uk/visit/buckingham-palace/highlights-of-buckingham-palace>

Wimbledon je najstariji i najpoznatiji turnir u tenisu. Nastao je 1877., a održava se svake godine u All England Lawn Tennis Club-u, dva tjedna krajem lipnja - početkom srpnja. Jedan je od četiri teniska Grand Slam turnira i jedini koji se igra na travi. Turnir uključuje četiri juniorska i četiri pozivna natjecanja uz pet glavnih natjecanja - muškarci pojedinačni i parovi te žene pojedinačne, parovi i mješoviti parovi. Pobjednici osvajaju trofej i novčanu nagradu. Wimbledon zahtjeva od natjecatelja da budu odjeveni u odgovarajuću tenisku odjeću koja je gotovo potpuno bijela, dok su gledatelji u odijelima, haljinama. Na turniru je tradicija pojesti jagode i vrhnje.³⁸

Notting Hill karneval je najveća gradska ulična zabava i jedan od najpopularnijih karnevala u svijetu. Prvi put je održan 1966., a odvija se svake godine posljednjeg vikenda u kolovozu, sa svrhom slavlja kulture, umjetnosti i baštine karipskog naroda. Mas ili Masquerade bendovi središte su karnevala, osobito tijekom parade. Sastoje se od pojedinaca koji u raskošnim i šarenim kostimima plešu i nastupaju uz glazbu dok paradiraju ulicama. Karneval posjeti preko 2 milijuna ljudi koji uživaju u nastupima, tradicionalnoj karipskoj hrani, razglasu i kulturnim aktivnostima. Godišnje karneval lokalnom gospodarstvu pridonese oko 93 milijuna funti.³⁹

³⁸ Wimbledon, <https://www.historic-uk.com/CultureUK/The-History-of-the-Wimbledon-Tennis-Championships/> (pristupljeno 19.7.2024.)

³⁹ Visit London, Notting Hill karneval, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/9023471-notting-hill-carnival> (pristupljeno 20.7.2024.)



Slika 5. Notting Hill Carnival

Izvor: Visit London, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/9023471-notting-hill-carnival>

Londonski maraton najveći je maraton na svijetu. Prva utrka održana je 1981. te se od tada odvija svake godine oko travnja. Ruta vodi do nekih od najpoznatijih znamenitosti u gradu, započinje u Greenwich parku, a završava kod Buckinghamske palače. Svatko tko se prijavi ulazi u javno glasanje, a budući natjecatelji se izvlače nasumično i tako sve ovisi o sreći izvlačenja. Postoji i druga šansa, no ako se ne uspije ući iz oba pokušaja, dobit će se vrhunska zimska majica za trčanje, a donacijom se pomaže njihovoj zakladi. Gedatelji su dobrodošli da gledaju s gotovo bilo kojeg mjesta duž dionice od 26,2 milje (oko 42km).⁴⁰

RHS Chelsea Flower Show je vrtna izložba koja se održava svake godine oko svibnja. Kraljevsko hortikulturno društvo (RHS), osnovano 1804., vodeća je vrtlarska dobrotvorna organizacija u Velikoj Britaniji. Cilj im je obogatiti svačiji život biljkama i učiniti Ujedinjeno Kraljevstvo zelenijim i ljepšim mjestom. Mnoštvo poznatih dizajnera vrtova, stručnjaka za biljke, cvjećara i rasadnika okuplja se kako bi pokazali vrhunske dizajne vrtova i inspirativne cvjetne izložbe. Godišnje privuče više od 150.000 posjetitelja, uključujući i članove kraljevske obitelji sa kojima ima dug i dragocjen odnos. Atmosfera se prostire i po gradu na način da mnoge trgovine, restorani, hoteli stvaraju tematske cvjetne izložbe kako bi proslavili izložbu.⁴¹

Od ostalih također zanimljivih manifestacija vrijedi spomenuti i:

⁴⁰ Londonski maraton, <https://www.tcslondonmarathon.com/> (pristupljeno 24.7.2024.)

⁴¹ Visit London, RHS Chelsea Flower Show, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/18219357-rhs-chelsea-flower-show> (pristupljeno 25.7.2024.)

- Trooping the Colour - godišnji ceremonijalni događaj gdje se članovi kraljevske obitelji okupljaju kako bi obilježili kraljev službeni rođendan, prikazuju se najbolje vojne raskoši i slavi Monarhova veza s Oružanim snagama⁴²
- London Fashion Week - tjedan mode koji se održava dvaput godišnje (veljača i rujan), prezentiraju se razne marke muške i ženske odjeće mnogobrojnih dizajnera
- BFI London Film Festival - jedan od vodećih europskih filmskih festivala, odvija se jednom godišnje tijekom listopada - studenog, prikazuje preko 300 filmova (igrani, dokumentarni, animacije itd.) iz cijelog svijeta
- Sveučilišna utrka čamaca - između sveučilišta Oxford i Cambridge na rijeci Temzi svake godine krajem ožujka - početkom travnja, natječu se muške i ženske ekipe
- The Proms (Promenade) - jedan od najvećih svjetskih festivala klasične glazbe, održava se svakog ljeta tijekom osam tjedana u Royal Albert Hallu⁴³
- Novogodišnji vatromet - veliki broj ljudi okupi se radi proslave Nove godine, Big Ben zvoni u ponoć za doček, popraćen vatrometom u blizini London Eyea.

⁴² Trooping the Colour, <https://www.royal.uk/news-and-activity/2024-06-15/trooping-the-colour-2024> (pristupljeno 28.7.2024.)

⁴³ BBC Proms, <https://www.bbc.co.uk/proms> (pristupljeno 28.7.2024.)

3.3. Gastronomska ponuda

Gastronomija se tumači kao vještina priređivanja dobrih jela, umijeće kuhanja ili kult birane hrane i kulinarskoga znanja. London se smatra jednom od kulinarskih prijestolnica svijeta. Dom je raznih najpoznatijih svjetskih jela i putovanje ne bi bilo potpuno bez isprobavanja neke najbolje lokalne hrane:

- Tradicionalni engleski doručak - sadrži tost, jaje, kobasicu, slaninu, grah, rajčicu, crni puding (kobasica od sušene krvi), nudi se u skoro svakom restoranu ili pubu;
- Riba s krumpirićima (fish and chips) - jedno od najpopularnijih britanskih jela na svijetu, pronaći će se u raznim vrstama ugostiteljskih objekata (restoranu, krčmi, objektu jednostavnih usluga u kiosku/pokretnom ugostiteljskom objektu, pubu);
- Nedjeljno pečenje s jorkširskim pudingom - pečeno meso (piletina, svinjetina, puretina i razno drugo) s krumpirom, nadjevom i pudingom (tijesto od jaja, brašna, mlijeka), dostupno u gotovo svakom lokalnom restoranu;
- Piletina tikka masala – marinirana piletina (jogurt, garam masala) koja je najčešće poslužena s rižom i/ili somunom, jelo će se naći u indijskom restoranu;
- Škotsko jaje – kuhano jaje omotano svinjskim mesom, obloženo krušnim mrvicama zatim prženo u dubokom ulju, nalazi se posvuda (restoranu, pubu, uličnom štandu s hranom i dr.);
- Bangers and mash - jelo od kobasice i pire krumpira koje se poslužuje sa umakom od luka, naći će se u većini pubova (zbog jednostavnosti pripreme i mogućnosti prodaje u velikim količinama, po niskoj cijeni);
- Beef Wellington - biftek u lisnatom tijestu, jelo nije tako jednostavno za pripremu (meso bi trebalo biti srednje pečeno), za najbolje iskustvo preporuča se odlazak u fine - dining restoran;
- Poslijepodnevni čaj - tijekom obroka se uživa u bilo kojoj vrsti čaja, a uz čaj se jede sendvič, pogačice, slatka peciva, kekse, nudi se u skoro svakom kafiću i restoranu;



Slika 6. Poslijepodnevni čaj

Izvor: National Geographic, <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/food-fridays-the-best-holiday-teas-in-london-afitz>

- Sticky Toffee Pudding - ljepljivi puding od karamela, sadrži nasjeckane datulje u vlažnom biskvitu prelivenom umakom od karamela i često se posluži s kremom ili sladoledom (vanilija najčešći okus), uobičajen u gotovo svakom restoranu.⁴⁴

3.4. Smještajna ponuda

Uslugom smještaja zadovoljavaju se osnovne potrebe ljudi prilikom putovanja, a sastoji se od izdavanja namještenih soba i/ili apartmana. Razlikovat će se po veličini, tehničkim osobinama, načinu pružanja usluga. London je u mogućnosti ponuditi širok spektar smještaja - hotele (jeftini, luksuzni, butik), hostele, bed and breakfast, apartmane, pubove, kampove.

Po pitanju hotela, od lanaca jeftinih hotela nailazi se na: easyHotel, Holiday Inn Express, citizenM, Ibis, Premier Inn, Point A, Travelodge.⁴⁵ S druge strane, neki od luksuznih hotela su: The Savoy, The Ritz, Conrad London St. James, Clairidge's, The Dorchester i dr. Od elegantnih butik hotela pronaći će se: The Hari, Art'otel London Battersea Power Station, The Ned, The Londoner i dr.⁴⁶

⁴⁴ Devour Tours, <https://devourtours.com/blog/traditional-foods-london/> (pristupljeno 2.8.2024.)

⁴⁵ Visit London, Cheap hotels, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hotel/cheap-hotels> (pristupljeno 7.8.2024.)

⁴⁶ Visit London, Luxury hotels, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hotel/luxury-hotels> (pristupljeno 7.8.2024.)

U slučaju da se želi upoznati s drugim putnicima ili jednostavno smanjiti troškovi putovanja, rješenje su hosteli. Ako bi se odsjelo u dizajn hostelu, u ponudi su: Generator Hostel London, The Dictionary London i dr. Neki od hostela u kojima bi se povezali s drugima mogu biti: Woombat's The City Hostel London, St Christopher's Inn at the Village, London Bridge, The Walrus Bar and Hostel i dr. Također, naći će se i oni koje definira osjećaj povijesti poput: Astor Museum Hostel, Clink 78, Astor Hyde Park i dr.⁴⁷

Noćenje s doručkom (bed and breakfast) izbor je smještaja za sve one sa namjerom da borave po nižoj cijeni. U ponudi se izdvajaju: The Lilac Door, Wynfrid House, Crystal Palace B&B, Marple Cottage Guest House i dr.⁴⁸

Boravak u apartmanu dobra je opcija za one s ograničenim budžetom te može biti olakšano i u pogledu pripremanja hrane (fleksibilnost oko vrsta i vremena obroka). Od ponude apartmana naići će se na: Beaufort House, Marlin apartmani, 39 Studios i dr.⁴⁹

Pub (public house) je mjesto okupljanja zajednice. Ono je objekt u kojem se prodaju i konzumiraju alkoholna pića, a također može ponuditi i hranu. Preporuke pubova sa sobama su: Fox & Anchor, The Windmill, The Dog & Fox, Aragon House i dr.⁵⁰

Ponuda kampova je raznolika - za male novce, glamping, opremljeni kampovi za kamp prikolice. Putovanje od Londona nije jako daleko. U moru njih mnoštva, izdvajaju se: Holden Farm Camping, Home Farm Camping and Caravan Park, The Secret Campsite, The Fire Pit Camp, Plush Tents Glamping.⁵¹

Prema jednom izvještaju objavljenom 2017., navodi se kako je ponuda uslužnog smještaja (hoteli, hosteli, B&Bs, gostinjske kuće) u Londonu ograničena te da glavni grad ima najvišu stopu popunjenosti među većim europskim gradovima i četvrtu najvišu cijenu

⁴⁷ Visit London, Hostel, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hostel> (pristupljeno 7.8.2024.)

⁴⁸ Bed and Breakfast, <https://bedbreakfast-london.com/> (pristupljeno 7.8.2024.)

⁴⁹ Visit London, Apartment, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/self-catering/serviced-apartment> (pristupljeno 9.8.2024.)

⁵⁰ Pub, <https://stayinginapub.co.uk/location/south-east/welcome-to-london/pub-b-b-in-london/> (pristupljeno 9.8.2024.)

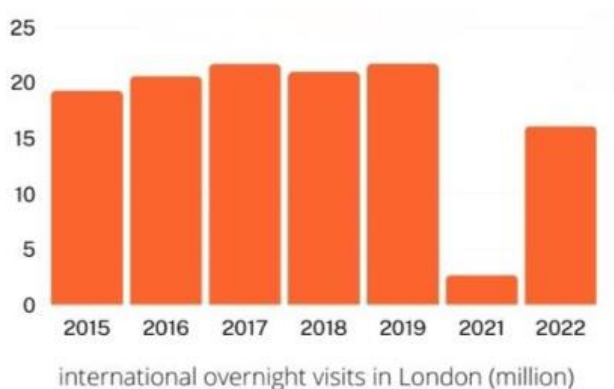
⁵¹ TimeOut, <https://www.timeout.com/london/travel/gorgeous-campsites-near-london> (pristupljeno 9.8.2024.)

hotelskih soba. Usto, studija procjenjuje i to kako će grad morati dodati dodatnih 58 140 soba ponudi uslužnog smještaja do 2041., s prosječno 2 236 soba godišnje, a što se tiče broja novih soba koje će trebati dostaviti (tj. uzimajući u obzir zatvaranja) da će biti potrebno osigurati njih 77 019, odnosno u prosjeku 2 962 godišnje.⁵²

3.5. Kvantitativni pokazatelji turizma grada Londona

London je jedan od najposjećenijih gradova na svijetu te kao i u Ujedinjenom Kraljevstvu. U mogućnosti je pružiti mnoštvo raznih atrakcije i aktivnosti, za svakoga ponešto. Posjeduje jedinstvenu kulturu koja ga čini prepoznatljivim bilo gdje. Prometno je odlično povezan te se upravo zbog izvrsnih veza mnogi ljudi odlučuju London učiniti svojim središtem tijekom boravka ili se čak odluče preseliti ovamo.

U grafikonu 1. prikazan je broj međunarodnih turističkih noćenja u rasponu 2015. - 2022. Iz njega se zaključuje da iako je 2022. postignuto 16.1 milijuna, i dalje je niže od 2019. (prije pandemije) kada je ostvareno 21.7 milijuna. Najgore je bilo 2021., svega 2.7 milijuna.

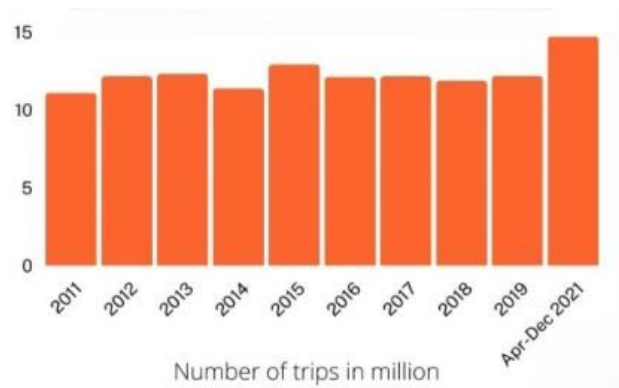


Grafikon 1. Broj međunarodnih turističkih noćenja

Izvor: Dream Big, Travel Far, <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/london-travel-tourism-statistics#How%20many%20tourists%20travel%20to%20London%20each%20year?>

⁵² GLA Economics, Projections of demand and supply for visitor accommodation in London to 2050, https://www.london.gov.uk/sites/default/files/visitor_accommodation_-_working_paper_88.pdf str. 2. (pristupljeno 11.8.2024.)

Grafikon 2. prikazuje domaća turistička noćenja. Između travnja i prosinca 2021., ostvareno je 14,7 milijuna domaćih putovanja s noćenjem, najviše od 2011. Od zapravo 2011. kada je zabilježeno 11,09 milijuna, broj noćenja u stalnom je rastu tijekom desetljeća.



Grafikon 2. Domaća turistička noćenja

Izvor: Dream Big, Travel Far, <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/london-travel-tourism-statistics#How%20many%20tourists%20travel%20to%20London%20each%20year?>

Nekoliko interesantnih statistika turizma Londona:

- Procjenjuje se da će broj noćenja međunarodnih posjetitelja u Londonu porasti za gotovo 15 posto između 2023. i 2031. (sa 115 milijuna 2023. na oko 132,4 milijuna 2031.).
- Nacionalnosti koje najviše posjećuju London su USA, Francuska, Njemačka, Španjolska, Italija.
- Predviđala se stopa popunjenosti hotela od 70% 2023., nakon što je zbog pandemije Covida-19 pala na 37% 2020. i 46,1% 2021.
- Što se tiče međunarodne turističke potrošnje, London je vodeći grad u Ujedinjenom Kraljevstvu, zabilježivši 14,1 milijardu britanskih funti u ulaznim putnim troškovima 2022.
- Natural History Museum (Prirodoslovni muzej) bio je najposjećenija besplatna atrakcija 2022., dok je obrnuto bio Tower of London (Londonski toranj).
- Odmor je glavni razlog dolaska inozemnih posjetitelja, zatim posjet prijateljima i obitelji, obrazovanje, poslovno i drugo.

- Zračna luka Heathrow najprometnija je zračna luka ne samo u Londonu, nego i u cijelom Ujedinjenom Kraljevstvu (najprometnija godina bila je 2019., rekordnih 80,9 milijuna putnika).⁵³

4. Uloga i značaj gradskog turizma za razvoj destinacije

Sve više i više gradova uočava potencijal gradskog turizma. Turisti zamišljaju provesti odmor na što zanimljiviji i jedinstveniji, a on je baš u mogućnosti kombinirati brojne aktivnosti neovisno o sezoni. Gradovi su privlačni zbog brojnosti sadržaja, atrakcija, manifestacija, činjenice da su sve lakše prometno dostupni te sve brojnijih smještajnih kapaciteta.

Faktori koji su doprinijeli povećanju značaja ovog oblika turizma i izvan ranije posjećenih megapolisa su:

⁵³ Dream Big, Travel Far <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/london-travel-tourism-statistics> (pristupljeno 16.8.2024.)

- potreba za stvaranjem novih ekonomskih aktivnosti
- suočavanje sa problemom nezaposlenosti
- percepcija turizma kao industrije u razvoju
- nada da će turizam dovesti do revracije i revitalizacije grada
- globalizacija i uloga koju gradovi imaju u akumulaciji kapitala.⁵⁴

Gradski turizam je prema riječima autora najveći i najvažniji oblik turizma koji je također i najsloženiji za upravljanje. Prostorni će razvoj turizma u gradovima morati biti adekvatno isplaniran, gdje će se pritom voditi računa o održivom razvoju, osigurati kvalitetan život lokalnom stanovništvu te promicati očuvanje kulturnog identiteta. Generalno, kontinuiranim procesom planiranja i pomnim upravljanjem gradovi uistinu mogu uspostaviti bolju budućnost.

4.1. Unapređivanje gradskog turizma

Današnji interes za nečime većim dijelom proizaći će iz medija. On je suvremeno sredstvo komunikacije preko kojeg se prenose bilo informativni, edukativni ili zabavni sadržaj koji stvara određeni ponašanje i utjecaj na pojedinca. Pristupnost promocije i marketinga uvelike može pomoći i pridonijeti promicanju gradskog turizma. Vodstvo turističke aktivnosti gledano na mikro ili makroekonomskoj razini mora imati kao temelj marketinšku viziju na ovom fenomenu, koji predstavlja učinkovit uvjet strateškog menadžmenta.

Razvoj gradskog turizma podrazumijeva horizontalnu i integrativnu koordinaciju više aktivnosti i pomicanje sljedećih faza:

- Mobilizacija svih aktera za stvaranje kolektivne dinamike, slušanje, informiranje i poticanje njihovog profesionalizma;
- Definiranje strategije, koja kao temelj mora imati identitet grada, koja mora koordinirati akcije iz različitih sektora uzetih u obzir;

⁵⁴ Krivošejev i Rabasović, op. cit. str. 157.

- Razvoj koherentne ponude u svakoj domeni, uzimajući prije svega u obzir ono što već postoji i povezujući u organizaciji te ponude vanjska očekivanja s gradom;
- Poticanje korištenja grada od strane svih (informiranje i signalizacija, prijevoz i pristup);
- Iniciranje jednog ili više urbanih događaja (oprema, praznika, festivala, kongresa), koji su neizostavan alat jer mogu spojiti gospodarstvo i kulturu, lokalne i vanjske aktere, građane i posjetitelje, ekonomski doprinos i oživljavanje urbanog prostora;
- Promocija grada i “korisnih brojača”.⁵⁵

Na poboljšanje vlastitog identiteta usmjeren je i London. London's Visitor Experience Strategy definira gradske prioritete za postizanje turističke vizije Londona 2030. Smatra se kako je snažno iskustvo posjetitelja ključno je za poticanje ponovnih (stalnih) posjetitelja i jaku usmenu predaju. Prioriteti posjetiteljskog iskustva koje navode su:

- Osnove: internet, dobrodošlica, poticanje održivih posjeta;
- Iskustva: jedinstvena iskustva usklađena s budućim trendovima, hrana i piće, parkovi i zelene površine;
- Mjesta: povećati kvalitetu i kvantitetu centara za posjetitelje unutar grada;
- Marka: ostati dulje i istražiti više Londona, jedinstvena iskustva, hrana i piće, parkovi i zelene površine, dobrodošlica, vrijednost za novac.⁵⁶

Dakle, promicanje i brendiranje gradskog turizma ostvarit će se kroz pomno oblikovan urbani marketing. Turist je značajan atribut jer će njegovo iskustvo utjecati na daljnji karakter grada. On može uspostaviti integraciju kvalitete i raznolikosti, koju možda drugi oblici turizma nisu u prilici.

4.2. Budućnost gradskog turizma

⁵⁵ Popescu i Corbos, The role of urban tourism in the strategical development of Brasov area, <https://um.ase.ro/v05i3/6.pdf> str. 72 – 73. (pristupljeno 20.8.2024.)

⁵⁶ Visit London, London 2030 Tourism Vision, <https://www.londonandpartners.com/our-insight/tourism-vision> (pristupljeno 20.8.2014.)

Pored pozitivnih strana koje pridonosi gradski turizam, on dovodi u pitanje i mogućnost stvaranja određenih negativnih posljedica. Problem se najviše očituje u pogledu okoliša, odnosno održivog razvoja. Načela održivosti odnose se na ekološke, ekonomske i sociokulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se zajamčila njegova dugoročna održivost.



Slika 7. Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice

Izvor: United Nations, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

Slika 7. odnosi se na 17 ciljeva održivog razvoja. Konkretno, 11. cilj pod nazivom održivi gradovi i zajednice, sugerira na to gradovi i ljudska naselja budu inkluzivni, sigurni, otporni i održivi. Održivi razvoj ne će biti moguće postići bez značajne transformacije načina izgradnje i upravljanja urbanim prostorima.

U budućnosti se može očekivati nastavak trenda rasta gradskog turizma, a gradovi će se suočavati s ogromnim izazovima u upravljanju razvojem turizma i njegovim implikacijama. Kako bi zadovoljili potrebe, zahtjeve i očekivanja stanovnika, kao i (budućih) posjetitelja, gradovi će se morati neprestano prilagođavati i transformirati dok se istovremeno pojavljuju novi izazovi i problemi. Mogućnostima i izazovima gradskog turizma potrebno se baviti i njima upravljati u procesu suradnje s povezanim dionicima i građanima. Pozivaju se gradovi da aktivno promisle o svojoj budućnosti kako bi izgradili kapacitete za djelovanje s predviđanjem i za zajedničko stvaranje otpornih i pogodnih mjesta za život, umjesto da samo reagiraju na "očekivane tsunamije promjena".⁵⁷

⁵⁷ Postma, Buda i Gugerell, *The Future of city Tourism*, 2017., str. 96 - 97. https://www.researchgate.net/publication/321825886_The_Future_of_City_Tourism (pristupljeno 23.8.2024.)

Zaključak

Izradom ovog rada, nailazi se na shvaćanje koliko i do kojih mjera gradski turizam predstavlja važnost za destinaciju. Naime, jedan od ciljeva putovanja jest naučiti nešto novo, a upravo je to u gradu jednostavnije negoli bilo gdje drugdje. On je mjesto susreta brojnih aktivnosti, što ga čini privlačnim za raznoliku skupinu ljudi.

U pogledu važnosti, s jedne strane, gradski turizam stvara prihod, pruža radna mjesta, pomaže u revitalizaciji, pomaže u očuvanju tradicije. Međutim, s druge strane, može se suočiti s problemom opterećenja, nesuglasice između domicilnog stanovništva i posjetitelja, negativni utjecaj na okoliš. Ključ uspjeha ovog oblika turizma leži u održavanju ravnoteže, odnosno pomnom planiranju, uvođenju strategija i pravilnom upravljanju.

London je jedan od izvrsnih primjera gradova koji provode gradski turizam. Ovo dinamično turističko odredište upečatljivo je širom svijeta. Privlačan je za velik broj ljudi zbog svojeg bogatog, kvalitetnog sadržaja. Njemu gradski turizam pridonosi na vrijednosti te, da bi ostao na visokom nivou, morat će se konstantno razvijati i raditi na poboljšanju nečega u čemu podbacuje. Svakako bi ga se moralo barem jednom u životu doživjeti i iskusiti.

Ovim se istraživanjem zaključuje kako se gradski turizam sve više prepoznaje kao alat koji bi mogao pomoći u oživljavanju i jačanju imidža grada. Mnogi su ga prepoznali kao oblik odmora, makar trajao relativno kratko vremena. Poticati na očuvanje morat će biti misija. Rast, inovacije i kreativnost mogu omogućiti gradskom turizmu da napreduje u budućnosti i time opstane što duže.

Bibliografija

KNJIGE:

Alfier, Dragutin. Potreba novih orijentacija u dugoročnom razvoju našeg turizma, Zagreb: Institut za turizam, 1994.

Geić, Stanko. Menadžment selektivnih oblika turizma, Split: Sveučilište u Splitu, 2011.

Pirjevec, Boris. Ekonomska obilježja turizma, Zagreb: Golden marketing, 1998.

Jadrešić, Vlatko. Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zagreb: Školska knjiga, 2001.

E KNJIGE:

Galičić, Vlado i Laškarin Marina. Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016., https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/izdanja/Principi_i_praksa_turizma_i_hotelijerstva.pdf

Krivošejev, Vladimir i Rabasović Biljana. Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, Udruženje domaćina Valjevo, 2020., <https://www.slideshare.net/slideshow/udzbenik-uvod-u-turizam/250533736#29>

Rabotić, Branislav. Selektivni oblici turizma, Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013., https://www.researchgate.net/profile/BranislavRabotic/publication/340130016_SELEKTIVNI_OBLICI_TURIZMA_Kompletna_knjiga/links/5e7a348492851cdfca2f1ff5/SELEKTIVNI-OBLICI-TURIZMA-Kompletna-knjiga.pdf

INTERNET IZVORI:

BBC Proms, <https://www.bbc.co.uk/proms> (pristupljeno 28.7.2024.)

Bed and Breakfast, <https://bedbreakfast-london.com/> (pristupljeno 7.8.2024.)

Britannica, <https://www.britannica.com/summary/London> (pristupljeno 29.6.2024.)

CNBC, <https://www.cnbc.com/2024/02/11/new-report-top-10-destinations-for-international-travel-in-2023.html> (pristupljeno 24.6.2024.)

CNN, <https://edition.cnn.com/travel/article/wttc-most-powerful-tourism-cities-2022/index.html> (pristupljeno 24.6.2024.)

Devour Tours, <https://devourtours.com/blog/traditional-foods-london/> (pristupljeno 2.8.2024.)

Dream Big, Travel Far, <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/london-travel-tourism-statistics> (pristupljeno 16.8.2024.)

Europeana, <https://www.europeana.eu/en/stories/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism> (pristupljeno 24.5.2024.)

History, <https://www.history.com/topics/european-history/london-england> (pristupljeno 29.6.2024.)

Historic Royal Palaces, Tower of London, <https://www.hrp.org.uk/tower-of-london/#gs.eajcr9> (pristupljeno 15.7.2024.)

Londonski maraton, <https://www.tcslondonmarathon.com/> (pristupljeno 24.7.2024.)

London Underground, <https://tfl.gov.uk/corporate/about-tfl/what-we-do?intcmp=2582> (pristupljeno 15.7.2024.)

Natural History Museum, <https://www.nhm.ac.uk/about-us.html> (pristupljeno 15.7.2024.)

Pub, <https://stayinapub.co.uk/location/south-east/welcome-to-london/pub-b-b-in-london/> (pristupljeno 9.8.2024.)

TimeOut, <https://www.timeout.com/london/travel/gorgeous-campsites-near-london> (pristupljeno 9.8.2024.)

Tornos News, <https://www.tornosnews.gr/en/permalink/13542.html> (pristupljeno 24.5.2024.)

Tower Bridge, <https://www.towerbridge.org.uk/> (pristupljeno 10.7.2024.)

Trooping the Colour, <https://www.royal.uk/news-and-activity/2024-06-15/trooping-the-colour-2024> (pristupljeno 28.7.2024.)

Trust for London, <https://trustforlondon.org.uk/data/population-over-time/> (pristupljeno 29.6.2024.)

UN Tourism, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 5.9.2024.)

UN Tourism, <https://www.unwto.org/urban-tourism> (pristupljeno 12.6.2024.)

Visit London. <https://www.visitlondon.com/things-to-do/visiting-london-for-the-first-time/ten-reasons-to-visit-london> (pristupljeno 3.7.2024.)

Visit London, Big Ben, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/london-attraction/big-ben> (pristupljeno 7.7.2024.)

Visit London, London Eye, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/282783-london-eye> (pristupljeno 7.7.2024.)

Visit London, Buckingham Palace, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/427311-buckingham-palace> (pristupljeno 7.7.2024.)

Visit London, Trafalgar Square, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/283774-trafalgar-square> (pristupljeno 10.7.2024.)

Visit London, Palace of Westminster, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/401836-houses-of-parliament> (pristupljeno 15.7.2014.)

Visit London, Hyde Park, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/610718-hyde-park> (pristupljeno 15.7.2024.)

Visit London, Changing the Guard, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/8725947-changing-the-guard> (pristupljeno 19.7.2024.)

Visit London, Notting Hill karneval, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/9023471-notting-hill-carnival> (pristupljeno 20.7.2024.)

Visit London, RHS Chelsea Flower Show, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/event/18219357-rhs-chelsea-flower-show> (pristupljeno 25.7.2024.)

Visit London, Cheap hotels, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hotel/cheap-hotels> (pristupljeno 7.8.2024.)

Visit London, Luxury hotels, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hotel/luxury-hotels> (pristupljeno 7.8.2024.)

Visit London, Hostel, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/hostel> (pristupljeno 7.8.2024.)

Visit London, Apartment, <https://www.visitlondon.com/where-to-stay/self-catering/serviced-apartment> (pristupljeno 9.8.2024.)

Visit London, London 2030 Tourism Vision, <https://www.londonandpartners.com/our-insight/tourism-vision> (pristupljeno 20.8.2024.)

Wimbledon, <https://www.historic-uk.com/CultureUK/The-History-of-the-Wimbledon-Tennis-Championships/> (pristupljeno 19.7.2024.)

IZVJEŠTAJ:

GLA Economics, Projections of demand and supply for visitor accommodation in London to 2050, https://www.london.gov.uk/sites/default/files/visitor_accommodation_-_working_paper_88.pdf (pristupljeno 11.8.2024.)

ZNANSTVENI ČLANCI:

Popescu Ruxandra, Irina i Corbos Răzvan - Andrei, The role of urban tourism in the strategical development of Brasov area, <https://um.ase.ro/v05i3/6.pdf> (pristupljeno 20.8.2024.)

Postma, Albert, Buda Dorina-Maria i Gugerell Katharina, The Future of city Tourism, 2017., https://www.researchgate.net/publication/321825886_The_Future_of_City_Tourism (pristupljeno 23.8.2024.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1.	Usporedba masovnog turizma sa selektivnim turizmom	6
Tablica 2.	SWOT analiza Londona	16

Grafikoni

Grafikon 1.	Broj međunarodnih turističkih noćenja	27
Grafikon 2.	Domaća turistička noćenja	28

Slike

Slika 1.	Gospodarska područja - sudionici u turizmu	4
Slika 2	Big Ben	17
Slika 3.	Buckinghamska palača	18
Slika 4.	Izmjena kraljevske straže	21
Slika 5.	Notting Hill Carnival	22
Slika 6.	Poslijepodnevni čaj	25
Slika 7.	Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice	32