

ANALIZA TRENDOVA NA TURISTIČKI RECEPTIVNOM TRŽIŠTU GRADA ZAGREBA

Vrbošić, Mateja

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:247819>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-06**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Diplomski sveučilišni studij "Poslovna ekonomija" smjer Turizam

**ANALIZA TRENDOVA NA TURISTIČKI RECEPTIVNOM
TRŽIŠTU GRADA ZAGREBA**

DIPLOMSKI RAD

Mateja Vrbošić

Zagreb, rujan 2020.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Diplomski sveučilišni studij "Poslovna ekonomija" smjer Turizam

**ANALIZA TRENDOVA NA TURISTIČKI RECEPTIVNOM
TRŽIŠTU GRADA ZAGREBA**

**ANALYSIS OF TOURIST RECEIVING MARKET TRENDS IN
THE CITY OF ZAGREB**

DIPLOMSKI RAD

Ime i prezime: Mateja Vrbošić

JMBAG: 0067451342

Kolegij: Ekonomika turizma

Mentor: Prof. dr. sc. Oliver Kesar

Zagreb, rujan 2020.

MATEJA VREŠIĆ
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je DIPLOMSKI RAD
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Zagrebu, 21.09.2020.

Student/ica:

Mateja Vrešić
(potpis)

SADRŽAJ

1. Uvod	3
1.1. Predmet istraživanja	3
1.2. Metode istraživanja i izvori podataka	3
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	3
2. Opća obilježja grada Zagreba	5
2.1. Geografski položaj i prometna povezanost	5
2.2. Teritorijalno-administrativni ustroj	6
2.3. Važnost statusa glavnog grada jedne od zemalja članica EU.....	8
2.4. Stanovništvo i raspoloživa radna snaga.....	8
2.5. Struktura gradskog gospodarstva.....	9
3. Analiza trendova na tržištu turističke potražnje za gradom Zagrebom	13
3.1. Analiza ostvarenog turističkog prometa (2010.-2019.)	13
3.1.1. Broj ostvarenih dolazaka i noćenja turista.....	13
3.1.2. Struktura ostvarenih noćenja turista prema zemlji porijekla	18
3.1.3. Mjesečne oscilacije u ostvarenju turističkog prometa	20
3.1.4. Prosječna duljina boravka turista	21
3.1.5. Udio Zagreba u ostvarenju turističkog prometa Hrvatske.....	22
3.2. Profil turističke potražnje za gradom Zagrebom	22
3.2.1. Sociodemografski profil turista i motivacija za dolazak	23
3.2.2. Obilježja putovanja i boravka	25
3.2.3. Izdaci turista.....	26
3.2.4. Zadovoljstvo turističkom ponudom	27
3.3. Očekivane kratkoročne i dugoročne promjene u strukturi i motivaciji posjetitelja	28
4. Analiza trendova na tržištu turističke ponude grada Zagreba	30
4.1. Kratak povijesni presjek razvoja turističke ponude.....	30
4.2. Temeljna turistička atrakcijska osnova	33
4.2.1. Prirodni turistički atraktivni resursi	34

4.2.2. Društveni turistički atraktivni resursi	39
4.3. Analiza turistički receptivnih kapaciteta (2010-2019.)	42
4.3.1. Obujam, struktura i prostorni razmještaj smještajnih kapaciteta	43
4.3.2. Prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta	48
4.3.3. Pregled ostalih važnih turistički receptivnih kapaciteta	49
4.4. SWOT analiza aktualne turističke ponude	50
4.5. Trendovi u izgradnji prometnih i smještajnih kapaciteta	53
4.6. Trendovi u izgradnji ostalih turistički receptivnih kapaciteta	55
4.7. Uloga institucija u razvoju i promociji turističke ponude	56
4.8. Očekivane kratkoročne i dugoročne promjene u strukturi ponude	58
5. ZAKLJUČAK	60
LITERATURA	62
POPIS SLIKA	64
POPIS TABLICA	65
POPIS GRAFIKONA	66
ŽIVOTOPIS	67

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Turizam u Hrvatskoj već dugi niz godina pokazuje kontinuiran rast u broju dolazaka i noćenja turista, osobito inozemnih. Kako bi bila ukorak sa suvremenim trendovima, Hrvatska se nastoji prilagoditi sve većoj i zahtjevnijoj inozemnoj potražnji, uslijed čega je važno konstantno analizirati trendove i njima prilagođavati postavljene ciljeve razvoja. Važnu ulogu u razvoju turizma Hrvatske i općenito njezine ponude čini glavni grad Zagreb koji već dugi niz godina bilježi sve veće turističke rezultate. Zagreb predstavlja važnu komponentu razvoja kontinentalnog turizma u Hrvatskoj te se ponajviše naporima Turističke zajednice grada Zagreba nastoji izgraditi imidž kakav imaju konkurentni europski gradovi.

Na temelju navedenog, u ovome radu se kroz detaljnu analizu turističke ponude i potražnje grada Zagreba prikazuju trendovi u turizmu ovoga grada te očekivane kratkoročne i dugoročne promjene istoga. Cilj ovog istraživanja je proanalizirati razvoj grada Zagreba iz turističke perspektive i ukazati na rastući turistički promet s vodećih emitivnih turističkih tržišta. Budući da je Hrvatska do sada svoju turističku ponudu temeljila na 3S turističkom proizvodu, analiza pokazuje kako inozemni turisti osim boravka u primorskim krajevima pokazuju jaku motivaciju za posjetom i boravkom u glavnome gradu jedne od zemalja članica Europske unije.

Ključne riječi: turistička potražnja, turistička ponuda, Zagreb, tržišni trendovi

SUMMARY AND KEY WORDS

Tourism in Croatia has for many years shown a continuous growth in the number of tourist arrivals and overnight stays, especially from abroad. In order to keep pace with modern trends, Croatia is trying to adapt to the growing foreign demand, as a result of which it is important to constantly analyze trends and adjust them to development goals. An important role in the development of Croatian tourism and its offer in general is played by the capital city of Zagreb, which has been recording increasing tourist results for many years. Zagreb is an important component of the development of continental tourism in Croatia. Efforts are being made by Zagreb Tourist Board to build an image worthy of presenting city of Zagreb on European tourism market.

Based on the above, in this thesis through a detailed analysis of the tourist offer and demand are presented trends in tourism of this city and expected short-term and long-term changes. The aim of this research is to analyze the development of the city of Zagreb from a tourist perspective and to point to the growing tourist traffic from the leading emitting tourist markets. Since Croatia has so far based its tourist offer on the 3S tourist product, the analysis shows that foreign tourists, in addition to staying in coastal areas, show strong motivation to visit and stay in the capital of one of the EU member states.

Key words: *tourism demand, tourism supply, Zagreb, market trends*

1. Uvod

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada su trendovi na turistički receptivnom tržištu grada Zagreba. U radu će se prikazati i analizirati ostvareni turistički promet u glavnom gradu Hrvatske kroz desetogodišnje razdoblje te utvrditi profil turističke potražnje. Također će se analizirati i turistička ponuda kao glavni aspekt privlačenja većeg broja posjetitelja. S obzirom na navedeno, obraditi će se temeljna turistička atrakcijska osnova te receptivni i prometni kapaciteti.

Konačni cilj ovog diplomskog rada je iznijeti detaljnu analizu trenutnog stanja na tržištu turističke ponude, uočiti trendove koji se kreću na tome tržištu te procijeniti što se može očekivati u bližoj ili daljoj budućnosti turističke ponude u Gradu.

1.2. Metode istraživanja i izvori podataka

Prilikom istraživanja i pisanja diplomskog rada, korištena je književna građa pronađena u knjižnici Ekonomskog fakulteta i Nacionalnoj sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu. Pri izradi rada, uvelike je pomogla knjiga „Turizam- Ekonomske osnove i organizacijski sustav“ koja se koristi kao glavna literatura na Katedri za turizam. Navedena knjiga korištena je kao orijentir te pomoć u obradi teorijskog dijela diplomskog rada.

Svi statistički podaci korišteni pri izradi rada, prikupljeni su iz sekundarnih izvora podataka koji su već ranije obrađeni i korišteni u neke druge svrhe od strane Grada Zagreba, Državnog zavoda za statistiku, Instituta za turizam te Turističke zajednice Grada Zagreba.

Prilikom istraživanja i pisanja diplomskog rada korištene su metode dedukcije, indukcije, analize i sinteze te statističke metode i metode kompilacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

U okviru ovog diplomskog rada u kojemu se analiziraju trendovi na turistički receptivnom tržištu Grada Zagreba, sadržaj je podijeljen na 4 poglavlja sa zaključkom. Uvodni dio rada,

odnosno prvo poglavlje, daje kratak uvid u predmet istraživanja te izvore i metode istraživanja koje su se koristile pri izradi rada.

Nakon toga, u drugome poglavlju, prikazana su opća obilježja grada Zagreba u koja možemo ubrojiti geografski položaj i prometnu povezanost, teritorijalno-administrativni ustroj, stanovništvo i raspoloživu radnu snagu, strukturu gradskog gospodarstva te važnost glavnoga grada za članicu Europske Unije.

U trećem poglavlju, analizirani su trendovi na tržištu turističke potražnje za gradom Zagrebom. Prvi dio poglavlja prikazuje statističke podatke koji se odnose na ostvareni turistički promet u okviru desetogodišnjeg razdoblja. Nakon toga je analiziran profil turističke potražnje za gradom Zagrebom uz pomoć istraživanja koje je proveo Institut za turizam. Kao zaključak svega navedenoga, na kraju poglavlja su iznesene očekivane kratkoročne i dugoročne promjene u strukturi i motivaciji posjetitelja.

Zadnje poglavlje namijenjeno je za konačnu analizu trendova turističke ponude, a kao uvod se prikazuje kratak povijesni razvoj turističke ponude te temeljna turistička atrakcijska osnova. Središnji dio poglavlja namijenjen je analizi turistički receptivnih kapaciteta u kojoj su, kao i u trećem poglavlju, prikazani statistički podaci za desetogodišnje razdoblje. Na temelju navedenoga, iznesena je SWOT analiza trenutne turističke ponude, a nakon toga su pojašnjeni trendovi u izgradnji smještajnih i prometnih kapaciteta te ostalih turistički receptivnih kapaciteta. Za kraj poglavlja objašnjena je uloga institucija u razvoju i promociji ponude te konačan zaključak u vidu očekivanih kratkoročnih i dugoročnih promjena u strukturi ponude.

2. Opća obilježja grada Zagreba

2.1. Geografski položaj i prometna povezanost

Zagreb, glavni grad Hrvatske, nalazi se na zemljopisnom, kulturnom, povijesnom i političkom sjecištu istoka i zapada Europe. Smješten je između Panonske nizine, ruba Alpa i Dinarida te je njegov povoljan geografski položaj omogućio dobru prometnu povezanost i komunikaciju sa ostatkom Europe, ali i ostalim dijelovima Republike Hrvatske. Na sjevernoj strani grada nalazi se Medvednica, a rijeka Sava otvara ga prema ostalim stranama svijeta.¹ Geografske koordinate grada Zagreba su 45°49'N i 15°59'E.²

Zagreb je smješten u srcu Hrvatske, a njegova povijesna i suvremena važnost rezultat je tranzitne i geografske pozicije kao optimalne komunikacije između panonske i mediteranske zone. Osim toga, njegov povoljan geografski položaj omogućio je nekoliko važnih tranzitnih ruta od kojih su neke od velike internacionalne važnosti.³

Zagreb je jedno od najvažnijih prometnih raskrižja Europe jer se u njemu križaju europski prometni pravci od zapada prema jugoistoku Europe i Bliskom Istoku te od istočnih dijelova srednje Europe i Baltika prema Sredozemlju. Glavni međunarodni cestovni pravci jesu: Trst- Ljubljana- Zagreb, Graz- Maribor- Zagreb, Klagenfurt- Ljubljana- Zagreb te Budimpešta- Varaždin- Zagreb.

Glavne državne autoceste koje prolaze kroz Zagreb i povezuju razne dijelove Hrvatske su slijedeće:

- A1- autocesta kralja Tomislava dužine 483 km; povezuje Zagreb (Lučko) - Bosiljevo - Split – Ploče
- A2- Zagorska autocesta dužine 61 km; povezuje Zagreb (Jankomir) - Krapinu – Macelj
- A3- Posavska autocesta dužine 307 km; povezuje Breganu- Zagreb (obilaznica) - Slavonski Brod - Lipovac

¹ Turistička zajednica grada Zagreba, dostupno na <http://www.infozagreb.hr/o-zagrebu/osnovni-podaci> (07.01.2020.)

² https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/statistika/statisticki%20ljetopis%202019_digital.pdf (22.08.2020)

³ Njegać, D. (2004) Zagreb in the network of european cities, Dela Department of Geography Faculty of Arts, University of Ljubljana, 22; str. 7.-14.

- A4- Varaždinska autocesta dužine 97 km; povezuje Zagreb (Ivanja Reka) - Varaždin - Goričan
- A11- Sisačka autocesta , dio je u izgradnji; povezuje Zagreb (Jakuševac) - Veliku Goricu - Sisak (u izgradnji)

Dio međunarodnog cestovnog prometa i prometa između gradova se ostvaruje kroz Autobusni kolodvor Zagreb, a Zagrebački Glavni kolodvor je najveća i najprometnija željeznička stanica u Hrvatskoj.

Javnim gradskim prijevozom upravlja javno gradsko poduzeće ZET Zagreb (Zagrebački električni tramvaj).⁴

2.2. Teritorijalno-administrativni ustroj

Grad Zagreb ima status jedinica lokalne samouprave (grad) koja ujedno ima i položaj jedinice područne (regionalne) samouprave, odnosno županije. Gradonačelnik Milan Bandić i gradska skupština koja broji 51 člana (biraju se po tri iz svake četvrti) čine gradsku vlast. Gradonačelnika i zastupnike u skupštini građani biraju na izborima, dok predsjednika Gradske skupštine biraju zastupnici.

Zagreb je teritorijalno podijeljen na gradske četvrti (17) i naselja (70) dok je administrativno podijeljen na 17 gradskih četvrti (prva razina mjesne samouprave), u čijem su sastavu 218 Mjesnih odbora (druga razina mjesne samouprave).⁵

Slika 1: Ustrojstvo grada Zagreba



⁴ <https://www.zgportal.com/o-zagrebu/osobna-karta-grada-zagreba/> (08.01.2020.)

⁵ <https://www.zgportal.com/o-zagrebu/osobna-karta-grada-zagreba/> (08.01.2020.)

Izvor: Grad Zagreb, službene stranice (<https://www.zagreb.hr/ustrojstvo-grada/36>), preuzeto 08.01.2020.

Gradske četvrti grada Zagreba su:

1. Donji grad
2. Maksimir
3. Novi Zagreb - zapad
4. Črnomerec
5. Stenjevec
6. Sesvete
7. Gornji grad - Medveščak
8. Peščenica - Žitnjak
9. Trešnjevka - sjever
10. Gornja Dubrava
11. Podsused - Vrapče
12. Brezovica
13. Trnje
14. Novi Zagreb - istok
15. Trešnjevka - jug
16. Donja Dubrava
17. Podsljeme.⁶

Zagreb također obuhvaća i 70 udaljenijih okolnih prigradskih naselja (sela ili mjesta koja nisu integrirana u gradsku cjelinu): Adamovec, Belovar, Blaguša, Botinec, Brebernica, Brezovica, Budenec, Buzin, Cerje, Demerje, Desprim, Dobrodol, Donji Čehi, Donji Dragonožec, Donji Trpuci, Drenčec, Drežnik Brezovički, Dumovec, Đurđekovec, Gajec, Glavnica Donja, Glavnica Gornja, Glavničica, Goli Breg, Goranec, Gornji Čehi, Gornji Dragonožec, Gornji Trpuci, Grančari, Havidić Selo, Horvati, Hrašće Turopoljsko, Hrvatski Leskovac, Hudi Bitek, Ivanja Reka, Jesenovec, Ježdovec, Kašina, Kašinska Sopnica, Kučilovina, Kućanec, Kupinečki Kraljevec, Lipnica, Lučko, Lužan, Mala Mlaka, Markovo Polje, Moravče, Odra, Odranski Obrež, Paruževina, Planina Donja, Planina Gornja, Popovec, Prekvršje, Prepuštovec, Sesvete, Soblinec, Starjak, Strmec, Šašinovec, Šimunčevac, Veliko Polje, Vuger Selo, Vugrovec Donji, Vugrovec Gornji, Vurnovec, Zadvorsko i Žerjavinec.⁷

⁶ <https://www.zagreb.hr/mjesna-samouprava/6> (08.01.2020.)

⁷ <https://www.zgportal.com/o-zagrebu/osobna-karta-grada-zagreba/> (08.01.2020.)

2.3. Važnost statusa glavnog grada jedne od zemalja članica EU

Hrvatska je 01. srpnja 2013. godine, nakon 10 godina pregovora, postala 28. članica Europske unije te je uz Grčku, koja je ušla u Uniju 1981. godine, jedina država koja je ušla sama.⁸

Republika Hrvatska predsjedala je Vijećem Europske unije u razdoblju od 1. siječnja do 30. lipnja 2020. godine. Države članice Europske unije izmjenjuju se kao predsjedateljice Vijeća Europske unije svakih šest mjeseci. Za vrijeme navedenoga šestomjesečnog razdoblja predsjedništvo predsjedava sastancima na svim razinama u Vijeću te na taj način pomaže osigurati kontinuitet rada Europske unije u Vijeću.⁹

Zagreb je u 6 mjeseci predsjedanja postao centar pozornosti cijele Europe. S obzirom da je predsjedanje predstavljalo važan događaj i okupilo brojne dužnosnike, Zagreb je trebao pokazati što nudi jer takva događanja generiraju veliku vidljivost budući da ih prate mediji iz cijele EU pa i šire. Zahtijevaju veliku profesionalnost, kako organizatora i domaćina, tako i samog osoblja. Važne su kongresne dvorane do hotelskog smještaja i gastronomske ponude.¹⁰

2.4. Stanovništvo i raspoloživa radna snaga

Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, u Republici Hrvatskoj živjelo je ukupno 4.284.889 stanovnika odnosno 75,7 stanovnika po kilometru kvadratnom. U Zagrebu je živjelo 790.017 stanovnika, odnosno 1.232 stanovnika po kilometru kvadratnom.¹¹ Od ukupnog broja stanovništva u Republici Hrvatskoj, u Zagrebu živi 18,43% stanovništva.

Procjenom Državnog zavoda za statistiku sredinom 2018. godine u Republici Hrvatskoj je živjelo 4.087.843 stanovnika, a u Zagrebu 804.507 stanovnika.¹² Od ukupnog broja stanovništva u Republici Hrvatskoj, u Zagrebu je 2018. godine živjelo 19,68% stanovnika.

⁸ <https://uprava.gov.hr/kako-je-izgledao-put-republike-hrvatske-ka-punopravnom-clanstvu-u-europskoj-uniji/12417> (10.01.2020.)

⁹ <https://mzo.gov.hr/predsjedanje-republike-hrvatske-vijecem-europske-unije/2076> (10.01.2020.)

¹⁰ <https://www.meetinzagreb.hr/novosti/branko-baricevic-zagreb-u-prvoj-polovici-2020-postaje-glavni-grad-europe> (10.01.2020.)

¹¹ Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2018/sljh2018.pdf (10.01.2020.)

¹² Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/CroInFig/croinfig_2019.pdf (10.01.2020.)

46,9% stanovništva grada Zagreba čine muškarci, a 53,1% čine žene. Prosječna starost muškarca u 2018. godini u Zagrebu je 40,4 godine, a žena je 44,2 godine. U Zagreb je 2018. doseljeno ukupno 16.004 stanovnika, a odseljeno 12.762 stanovnika.

2018. godine u Zagrebu je zaposlenih ukupno 429.545, od čega je 210.461 zaposlenih žena odnosno 49,0% i 218.872 zaposlenih muškaraca odnosno 51,0%. Nezaposlenih u Zagrebu je 41.134, od čega je 21.387 nezaposlenih žena odnosno 52% i 19.747 muškaraca odnosno 48%.¹³

2.5. Struktura gradskog gospodarstva

Grad Zagreb najjače je gospodarsko središte Hrvatske u kojem se ostvaruje trećina nacionalnog BDP-a, pri čemu se udio BDP-a Grada Zagreba povećao s 33,3% u 2010. godini na 34,1% u 2017. godini kako je navedeno u zadnjem priopćenju na službenim stranicama grada Zagreba.¹⁴

Na području Grada Zagreba, prema podacima sa Državnog zavoda za statistiku iz 2018. godine, registrirano je 82.240 pravnih osoba, od kojih je njih 50.251 aktivno te 68.162 trgovačkih društava, od kojih je 44.363 aktivno.¹⁵

¹³ Grad Zagreb, službene stranice, https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/statistika/ZGBR2019_web_KONACNO.pdf (10.01.2020.)

¹⁴ <https://www.zagreb.hr/bruto-domaci-proizvod/1036> (11.01.2020.)

¹⁵ https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2018/sljh2018.pdf (11.01.2020.)

Tablica 1: Poslovni subjekti prema pravno ustrojbenim oblicima i aktivnosti u 2018. godini

	Poslovni subjekti		
	registrirani	aktivni	udio aktivnih u registriranima, %
PRAVNE OSOBE- ukupno	82.619	51.133	61,9
Trgovačka društva- ukupno	65.760	43.779	66,6
Jednostavna društva s ograničenom odgovornošću	12.362	9.128	73,8
Društva s ograničenom odgovornošću	52.283	33.917	64,9
Ostali oblici	1.115	734	65,8
Zadruge i ostali oblici- ukupno	436	92	21,1
Zadruge	435	91	20,9
Ostali oblici	1	1	100,0
Ustanove, tijela, udruge, fondovi i organizacije	16.423	7.262	44,2
OBRT I SLOBODNA ZANIMANJA	15.301	0	0

Izvor: Državni zavod za statistiku

U Tablici 1 prikazana je podjela poslovnih subjekata prema pravno ustrojbenim oblicima i aktivnostima. Navedeni podaci uzeti su sa stranice Državnog zavoda za statistiku te prikazuju stanje na dan 30. lipnja 2018. godine. Najviše je registriranih društva s ograničenom odgovornošću. Od 52.283 registriranih, aktivno je 33.917, odnosno 64,9%. Prema udjelu aktivnih u registriranim poslovnim subjektima, najviše je aktivnih jednostavnih društva s ograničenom odgovornošću.

Visoku koncentraciju ukupnih poslovnih aktivnosti vezanih uz područje grada Zagreba 2017. potvrđuju i sljedeći pokazatelji:

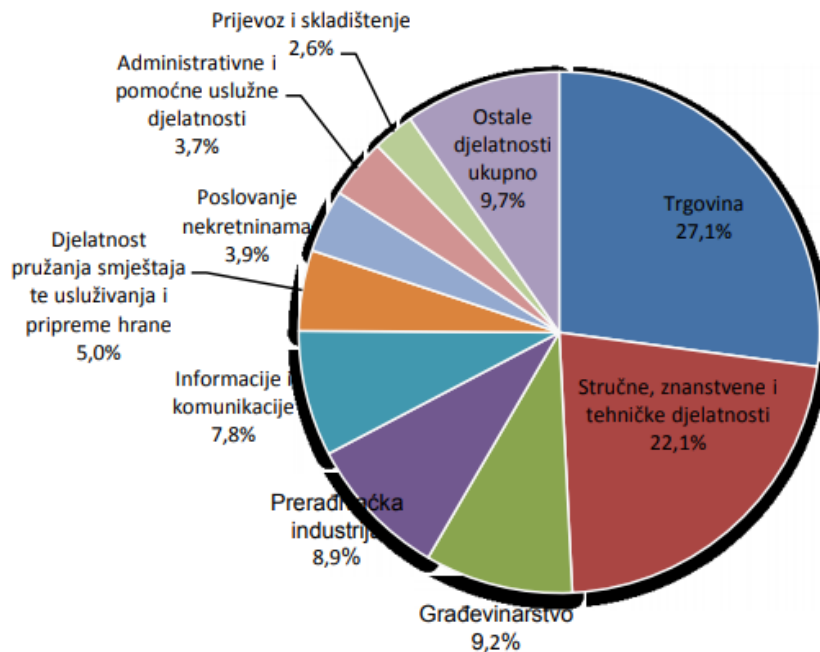
- 33,4% svih hrvatskih poduzetnika;
- 37,6% ukupno zaposlenih u poduzetništvu Hrvatske;
- 51,72 % ukupno ostvarene dobiti poduzetnika Hrvatske;
- 44,39% ukupnih investicija.¹⁶

Prema podacima sa FINA-e iz 2017. godine, poslovne aktivnosti na području grada Zagreba ostvarile su 48,51% od ukupnih prihoda Republike Hrvatske.¹⁷

¹⁶ <https://www.hgk.hr/documents/gospodarski-profil5cac5ce1e1f37.pdf> (11.01.2020.)

¹⁷ <https://www.hgk.hr/documents/gospodarski-profil5cac5ce1e1f37.pdf> (11.01.2020.)

Grafikon 1: Struktura poduzetništva grada Zagreba 2014. godine

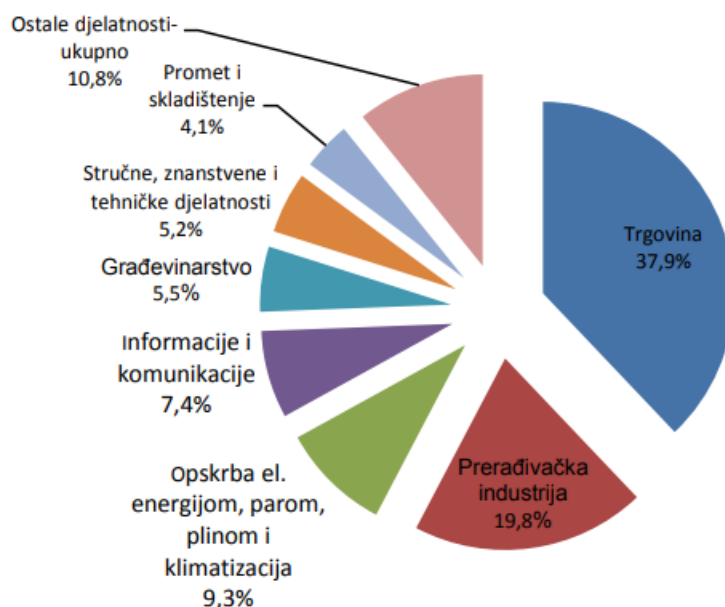


Izvor: Hrvatska gospodarska komora, službene stranice (12.01.2020.)

Grafikon 1 prikazuje strukturu poduzetništva grada Zagreba 2014. godine. Od ukupnog broja poduzetnika Grada Zagreba, njih 90,3% posluje u devet gospodarskih djelatnosti čiji su udjeli u tom segmentu veći od 3%. Kao što je prikazano u Grafikonu 1, najviše poduzetnika posluje u djelatnosti trgovine (27,1%), stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (22,1%), građevinarstvu (9,2%), prerađivačkoj industriji (8,9%), djelatnosti informacija i komunikacija (7,8%), djelatnosti pružanja usluga smještaja te pripreme i posluživanja hrane (5,0%), poslovanje nekretninama (3,9%); administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti (3,7%), prijevoz i skladištenje (2,6%).¹⁸

¹⁸ <https://www.hgk.hr/documents/kzstrukturnekarakteristike57cfebc3bf9e.pdf> (12.01.2020.)

Grafikon 2: Struktura ukupnog prihoda poduzetništva Grada Zagreba 2014. godine



Izvor: Hrvatska gospodarska komora, službene stranice (12.01.2020.)

Grafikon 2 prikazuje strukturu ukupnog prihoda poduzetništva grada Zagreba iz 2014. godine. U strukturi ukupnoga prihoda poduzetništva Grada Zagreba, trgovina (37,9%) te prerađivačka industrija (19,8%) najviše sudjeluju u ostvarenju ukupnog prihoda poduzetništva grada Zagreba, a slijede ih djelatnost opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija s udjelom od 9,3%, djelatnost informacija i komunikacija s udjelom od 7,4%, građevinarstvo s udjelom u ukupnom prihodu od 5,5%, stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti uz udjel od 5,2% te prijevoz i skladištenje s 4,1% udjela u ukupnom prihodu poduzetnika Grada Zagreba. U nabrojениh sedam djelatnosti ostvareno je 89,2% ukupnog prihoda poduzetništva Grada Zagreba, dok ostale djelatnosti imaju udjele manje 3%.¹⁹

¹⁹ <https://www.hgk.hr/documents/kzstrukturnekarakteristike57cfebc3bff9e.pdf> (12.01.2020.)

3. Analiza trendova na tržištu turističke potražnje za gradom Zagrebom

3.1. Analiza ostvarenog turističkog prometa (2010.-2019.)

3.1.1. Broj ostvarenih dolazaka i noćenja turista

Ostvaren turistički promet mjeri se brojem dolazaka i noćenja turista na nekom geografskom području. Prema tome, sa stranice Državnog zavoda za statistiku uzeti su podaci o dolascima i noćenju domaćih i inozemnih turista, dolascima i noćenju turista prema vrsti smještajnog objekta, prema načinu dolaska te prema dobnim skupinama. U svrhu ove analize također su uzeti podaci sa službene stranice grada Zagreba iz mjesečnih priopćenja i Statističkog ljetopisa grada Zagreba.

Tablica 2: Dolasci i noćenja turista u Zagrebu, 2010.-2019.

GODINA	DOLASCI			NOĆENJA		
	Domaći turisti	Inozemni turisti	UKUPNO	Domaći turisti	Inozemni turisti	UKUPNO
2010.	177.252	488.854	666.106	284.556	801.041	1.085.597
2011.	179.902	551.043	730.945	299.070	884.055	1.183.125
2012.	176.828	590.538	767.366	281.806	963.863	1.245.669
2013.	189.937	678.918	868.855	304.181	1.138.011	1.442.192
2014.	197.648	770.254	967.902	326.715	1.275.705	1.602.420
2015.	218.638	859.140	1.077.778	375.739	1.428.551	1.804.290
2016.	232.295	920.303	1.152.598	395.208	1.620.899	2.016.107
2017.	203.865	1.082.222	1.286.087	362.605	1.901.153	2.263.758
2018.	223.187	1.177.014	1.400.201	410.112	2.101.705	2.511.817
2019.	243.098	1.210.921	1.454.019	452.513	2.186.449	2.638.962

Izvor: Grad Zagreb, službene stranice, preuzeto 20.08.2020.

U navedenoj tablici prikazani su dolasci i noćenja domaćih i inozemnih turista kroz razdoblje od 2010. do 2019. godine. Kao što je vidljivo iz tablice, broj turista iz godine u godinu je rastao te je od 2010. godine kada je bilo ukupno 666.106 ostvarenih dolazaka i 1.085.597 ostvarenih noćenja poraslo 2019. godina na 1.454.019 dolazaka i 2.638.962 noćenja. S obzirom na navedeno, kroz gledano razdoblje broj dolazaka i noćenja se udvostručio.

Dolasci i noćenja turista prema vrsti smještajnog objekta 2014.-2019.

U sljedećim tablicama obrađeni su dolasci i noćenja turista prema vrsti smještajnog objekta za razdoblje od 2014. do 2019. godine. Za razdoblje od 2010. do 2013. godine podaci su se prikazivali na drugačiji način stoga je zbog lakšeg prikaza uzeto razdoblje od 2014. godine kada je napravljena podjela smještajnih objekata prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti na hotele i sličan smještaj (aparthoteli, difuzni, hoteli, hoteli baštine), odmarališta i slične objekte za kraći odmor, kampove i prostore za kampiranje te ostali smještaj.

Tablica 3 : Dolasci turista prema vrsti smještajnog objekta u Zagrebu, 2014.-2019.

VRSTA SMJEŠTAJNOG OBJEKTA	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
UKUPNO	881.445	986.884	1.061.437	1.182.437	1.290.746	1.341.986
55.1. Hoteli i sličan smještaj	651.248	703.823	747.877	856.349	898.390	928.296
Hoteli	651.248	703.823	747.877	856.349	898.390	928.296
Turistička naselja	0	0	0	0	0	0
Turistički apartmani	0	0	0	0	0	0
Pansioni i lječilišni pansioni	0	0	0	0	0	0
Guest house	0	0	0	0	0	0
55.2. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	169.892	222.879	268.394	323.499	390.574	413.068
Sobe, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	65.876	97.706	136.924	196.001	262.719	289.958
Hosteli	100.731	119.694	124.858	122.144	121.502	114.797
Lječilišta	0	0	0	0	0	0
Prenočišta	0	1.320	1.163	3.638	3.712	3.628
Odmarališta za djecu	0	0	0	0	0	0
Gostionice s pružanjem usluge smještaja	125	549	655	507	409	409
Planinarski i lovački domovi	93	24	24	6	46	61
Učenički ili studentski domovi	3.067	3.586	4.770	1.203	2.186	4.215
55.3. Kampovi i prostori za kampiranje	0	2.021	1.168	2.589	1.782	622
Kampovi	0	2.021	1.168	2.589	1.782	622
Kampovi u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima	0	0	0	0	0	0
Kamp-odmorišta u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima	0	0	0	0	0	0
Kamp-odmorišta u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima- robinzonski	0	0	0	0	0	0

smještaj						
55.9. Ostali smještaj	60.305	58.161	43.998	0	0	0
Objekti za robinzonski turizam	0	0	0	0	0	0
Brodске kabine	0	0	0	0	0	0
Spavaći i kušet vagoni	z	58.161	z	0	0	0
Nekategorizirani objekti	0	0	0	0	0	0

Izvor: Državni zavod za satistiku, preuzeto 01.07.2020.

Na temelju prikazanih podataka u Tablici 3, može se zaključiti da u gledanom razdoblju od 2014. do 2019. godine, najveći broj turista odsjeda u hotelima dok ih najmanje odsjeda u planinarskim i lovačkim domovima kojih nema puno u Zagrebu stoga je taj broj razumljiv. Nakon hotela slijede hosteli te sobe, apartmani, studio- apartmani, kuće za odmor. Posebno su zanimljivi hosteli kod kojih se od 2014. do 2016. godine bilježi porast u broju dolazaka, da bi se kasnije taj broj smanjivao svake godine sve do 2019. godine kada se skoro vratio na onaj broj u 2014. godini. Broj turističkih dolazaka u sobe, apartmane, studio-apartmane i kuće za odmor se učetverostručio te je 2014. godine iznosio 65.876 dolazaka, a 2019. godine 289.958. Razlog tome je sve veći broj ovakve vrste objekata.

Tablica 4: Noćenja turista prema vrsti smještajnog objekta u Zagrebu, 2014.-2019.

VRSTA SMJEŠTAJNOG OBJEKTA	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
UKUPNO	1.487.713	1.683.768	1.886.021	2.119.063	2.359.550	2.486.115
55.1. Hoteli i sličan smještaj	1.062.582	1.136.191	1.223.613	1.384.029	1.456.661	1.498.549
Hoteli	1.062.582	1.136.191	1.223.613	1.384.029	1.456.661	1.498.549
Turistička naselja	0	0	0	0	0	0
Turistički apartmani	0	0	0	0	0	0
Pansioni i lječilišni pansioni	0	0	0	0	0	0
Guest house	0	0	0	0	0	0
55.2. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	364.826	479.956	613.284	726.298	895.833	983.144
Sobe, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	171.627	239.209	351.568	483.856	650.594	737.679
Hosteli	185.667	228.872	227.924	231.206	231.989	223.002
Lječilišta	0	0	0	0	0	0
Prenočišta	0	1.825	1.605	5.156	5.854	5.729
Odmarališta za djecu	0	0	0	0	0	0
Gostionice s pružanjem usluge smještaja	243	914	936	855	1.145	737
Planinarski i lovački domovi	93	82	88	8	162	81

Učenički ili studentski domovi	7.196	9.054	31.163	5.217	6.089	15.916
55.3. Kampovi i prostori za kampiranje	0	9.460	5.126	8.736	7.056	4.422
Kampovi	0	9.460	5.126	8.736	7.056	4.422
Kampovi u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima	0	0	0	0	0	0
Kamp-odmorišta u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima	0	0	0	0	0	0
Kamp-odmorišta u kućanstvima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima- robinzonski smještaj	0	0	0	0	0	0
55.9. Ostali smještaj	60.305	58.161	43.998	0	0	0
Objekti za robinzonski turizam	0	0	0	0	0	0
Brodске kabine	0	0	0	0	0	0
Spavaći i kušet vagoni	z	58.161	z	0	0	0
Nekategorizirani objekti	0	0	0	0	0	0

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 01.07.2020.

U Tablici 4 prikazana su noćenja turista prema vrsti smještajnog objekta za razdoblje od 2014. do 2019. godine. Hoteli su i dalje najzastupljeniji smještajni objekt pa tako broj noćenja u hotelima 2014. godine iznosi 1.062.582, a 2019. godine se penje na 1.498.549 ostvarenih noćenja. Najmanji broj noćenja ostvaren je u planinarskim i lovačkim domovima. Nakon hotela, velik broj noćenja ostvaren je u hostelima- 2014. godine je iznosio 185.667 noćenja, a 2019. godine 223.002 ostvarena noćenja. Za razliku od broja dolazaka, broj noćenja u hostelima ne opada. Sobe, apartmani, studio- apartmani i kuće za odmor, kao i kod dolazaka, i u broju noćenja bilježe veliki porast kroz promatrano razdoblje. 2014. godine u takvoj vrsti objekta ostvareno je 171.627 noćenja, dok je 2019. godine taj broj iznosio 737.679.

Dolasci i noćenja turista prema načinu dolaska 2010.-2019.

U sljedeće dvije tablice prikazani su dolasci i noćenja turista prema načinu dolaska koji podrazumijeva individualne dolaske u samostalnoj organizaciji putovanja te organizirane dolaske uz pomoć turističkih posrednika.

Tablica 5: Dolasci turista prema načinu dolaska u Zagreb, 2010.-2019.

NAČIN DOLASKA	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
UKUPNO	666.106	730.945	767.366	876.604	967.902	1.019.617	1.108.600	1.286.087	1.400.201	1.454.019
INDIVIDUALNO	550.462	554.775	567.521	613.350	634.717	647.671	740.753	782.486	864.158	919.419
domaći	156.094	154.150	144.159	160.215	164.085	153.332	170.808	158.331	174.470	193.169
inozemni	394.368	400.625	423.362	456.135	470.632	494.339	569.945	624.155	689.688	726.250
ORGANIZIRANO	115.644	176.170	199.845	263.254	333.185	371.946	367.847	503.601	536.043	534.600
domaći	21.158	25.752	32.669	30.669	33.563	37.979	39.776	45.534	48.717	49.929
inozemni	94.486	150.418	167.176	232.585	299.622	333.967	328.071	458.067	487.326	484.671

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 02.07.2020.

Tablica 5 prikazuje dolasci turista prema načinu dolaska za razdoblje od 2010. do 2019. godine. Iz prikazanog je vidljivo da najveći broj turista dolazi individualno, odnosno, u vlastitom aranžmanu. 2010. godine 550.462 turista je došlo individualno, a njih 115.644 organizirano. 2019. godine broj individualnih dolazaka raste na 919.419, dok broj organiziranih raste na 534.600. Kroz promatrano razdoblje nije došlo do promjene u preferenciji načina dolaska.

Tablica 6: Noćenja turista prema načinu dolaska u Zagreb, 2010.-2019.

NAČIN DOLASKA	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
UKUPNO	1.085.597	1.183.125	1.245.669	1.451.891	1.602.420	1.746.129	1.972.109	2.263.758	2.511.817	2.638.962
INDIVIDUALNO	874.465	892.335	911.406	1.013.899	1.069.073	1.153.025	1.351.902	1.483.872	1.673.039	1.802.447
domaći	230.870	243.142	215.961	242.280	259.455	267.378	295.751	285.036	326.995	368.730
inozemni	643.595	649.193	695.445	771.619	809.618	885.647	1.056.151	1.198.836	1.346.044	1.433.717
ORGANIZIRANO	211.132	290.790	334.263	437.992	533.347	593.104	620.207	779.886	838.778	836.515
domaći	53.686	55.928	65.845	63.043	67.260	81.034	77.746	77.569	83.117	83.783
inozemni	157.446	234.862	268.418	374.949	466.087	512.070	542.461	702.317	755.661	752.732

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 02.07.2020.

U Tablici 6 prikazana su noćenja turista prema načinu dolaska od 2010. do 2019. godine. Kao i u prethodnoj tablici, vidljivo je da se najveći broj noćenja ostvaruje kod individualnih dolazaka. 2010. godine ostvareno je 874.465 noćenja kod individualnog načina dolaska, a 211.132 noćenja kod organiziranih dolazaka. U 2019. godini noćenja su udvostručena pa je kod individualnih dolazaka ostvareno 1.802.447 noćenja, a kod organiziranih 836.515. Najviše noćenja u obje kategorije ostvaruju inozemni turisti.

Dolasci i noćenja turista prema dobnim skupinama

Dolasci i noćenja turista u Zagrebu prema dobnim skupinama podijeljeni su u 7 dobnih skupina: do 14 godina, od 15 do 24 godine, od 25 do 34 godine, od 35 do 44 godine, od 45 do 54 godine, od 55 do 64 godine te od 65 i više godina.

Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u Zagrebu prema dobnim skupinama 2019. godine

Dobna skupina	DOLASCI		NOĆENJA	
	Domaći turisti	Inozemni turisti	Domaći turisti	Inozemni turisti
do 14 godina	13.343	54.294	25.543	98.010
15-24	29.763	126.588	67.831	282.467
25-34	56.220	217.244	109.404	427.477
35-44	64.840	209.445	113.544	383.137
45-54	45.539	220.738	77.114	377.283
55-64	23.841	221.536	40.284	352.659
od 65 i više	9.552	161.076	18.793	265.416

Izvor: Grad Zagreb, službene stranice, preuzeto 03.07.2020.

Tablica 7 prikazuje broj dolazaka i noćenja domaćih i inozemnih turista u 2019. godini prema dobnim skupinama. Najviše dolazaka ostvareno je u dobnoj skupini od 35 do 44 godine kod domaćih 64.840 te u dobi od 55 do 64 godine kod inozemnih turista 209.445. Kod noćenja dominira dobna skupina od 35 do 44 godine kod domaćih turista te iznosi 113.544. Inozemni turisti dobne skupine od 25 do 34 godine su ostvarili najviše noćenja- 427.477.

3.1.2. Struktura ostvarenih noćenja turista prema zemlji porijekla

U strukturi ostvarenih noćenja turista prema zemlji porijekla ubrojeno je 37 zemalja i 2 grupe zemalja čiji broj noćenja nije bio dovoljno velik i značajan za pojedinačno prikazivanje. Uz Hrvatsku, prikazan je broj ostvarenih noćenja iz 28 europskih zemalja, SAD-a i Kanade, Australije te nekoliko azijskih zemalja koje su ostvarile veći broj noćenja za gledano razdoblje.

Tablica 8: Ostvarena noćenja turista u Zagrebu prema zemlji porijekla, 2015.-2019.

Zemlja porijekla	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Hrvatska	375.739	395.208	362.605	410.112	452.513
Austrija	48.688	53.805	57.469	59.215	61.115
Belgija	16.703	22.531	26.910	30.005	29.360
BiH	44.749	61.381	72.136	85.386	89.303
Bugarska	37.288	42.297	43.350	44.205	42.863
Crna Gora	9.273	10.462	11.470	12.592	13.195
Češka	14.193	16.860	18.295	18.998	21.449
Danska	10.744	11.602	12.776	16.826	14.914
Francuska	48.249	51.715	54.696	60.048	66.153
Grčka	14.549	16.381	19.167	20.474	21.863
Irska	6.484	6.472	8.066	9.231	10.679
Italija	91.520	105.826	117.586	121.534	131.506
Mađarska	20.196	23.577	30.622	33.290	33.229
Nizozemska	15.311	15.885	39.532	42.732	44.644
Norveška	30.323	34.031	10.694	13.725	10.002
Njemačka	6.302	7.642	121.932	132.968	140.171
Poljska	107.538	108.631	37.981	39.231	41.837
Portugal	27.402	33.052	17.258	17.609	22.507
Rumunjska	13.512	15.461	27.524	33.763	34.164
Rusija	19.434	25.199	23.667	23.474	27.253
Sjeverna Makedonija	18.236	22.247	18.400	24.716	21.247
Slovačka	9.682	11.750	13.838	14.659	16.453
Slovenija	35.122	41.545	43.370	50.036	51.323
Srbija	46.334	55.031	57.412	65.236	71.963
Španjolska	54.971	56.545	66.527	74.932	78.802
Švedska	14.580	16.500	17.595	20.649	19.941
Švicarska	34.338	35.621	29.786	31.215	35.434
Turska	13.367	21.234	19.955	18.273	18.349
Ujedinjena Kraljevina	64.519	75.413	92.845	84.561	80.493
Ukrajina	6.497	11.033	12.566	12.612	18.073
Ostale europske zemlje	38.173	43.530	46.816	52.756	51.808
Australija	33.189	36.953	51.008	64.177	64.432
Japan	37.372	30.554	40.614	48.685	45.058
Izrael	26.345	29.737	30.546	30.307	28.510
Kina	38.581	44.618	56.258	81.696	88.898
Koreja, Republika	102.238	107.655	132.139	120.217	121.027
Kanada	30.881	37.284	46.602	59.682	62.564
SAD	113.086	113.086	143.943	171.372	178.619
Ostale izvan europske zemlje	128.582	167.753	229.802	260.618	277.248

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 03.07.2020.

U Tablici 8 prikazana su ostvarena noćenja turista prema zemlji porijekla. Zbog opširnosti podataka za analizu je uzeto razdoblje od 2015. do 2019. godine.

U 2015. najveći broj noćenja ostvarili su domaći turisti u iznosu od 375.739 noćenja. Od inozemnih turista najviše noćenja su ostvarili turisti iz ostalih izvaneuropskih zemalja u iznosu od 128.582 te turisti iz SAD-a 113.086. Najmanji broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, Irske i Ukrajine.

U 2019. godini najviše noćenja su ostvarili domaći turisti, zatim slijede turisti iz ostalih izvaneuropskih zemalja s 277.248 noćenja, SAD sa 178.619 noćenja, Republike Koreje 121.027 i Njemačke 140.171 noćenja. U istoj godini najmanje noćenja ostvarili su turisti iz Irske s 10.679 noćenja te turisti iz Norveške s 10.002 noćenja.

Primjetan je veliki skok u broju ostvarenih noćenja turista iz Njemačke. Broj od samo 6.302 ostvarenih noćenja u 2015. godini je u 2019. godini porastao na 140.171.

3.1.3. Mjesečne oscilacije u ostvarenju turističkog prometa

U sljedećoj tablici prikazane su mjesečne oscilacije u ostvarenju turističkog prometa u gradu Zagrebu u 2019. godini. U navedenom razdoblju prikazane su oscilacije u dolascima i noćenju domaćih i inozemnih turista.

Tablica 9: Ostvaren turistički promet u Zagrebu po mjesecima u 2019. godini

	DOLASCI			NOĆENJA		
	UKUPNO	DOMAĆI	INOZEMNI	UKUPNO	DOMAĆI	INOZEMNI
SIJEČANJ	55.987	16.374	39.613	120.768	35.169	85.599
VELJAČA	59.871	17.486	42.385	115.917	33.305	82.612
OŽUJAK	86.692	20.868	65.824	168.002	40.380	127.622
TRAVANJ	115.158	18.140	97.018	207.763	34.335	173.428
SVIBANJ	146.694	19.705	126.989	258.981	35.555	223.426
LIPANJ	145.312	15.040	130.272	257.386	28.193	229.193
SRPANJ	158.593	13.031	145.562	287.026	24.942	262.084
KOLOVOZ	166.137	11.206	154.931	288.347	22.447	265.900
RUJAN	155.517	17.775	137.742	269.137	31.208	237.929
LISTOPAD	134.333	22.493	111.840	234.784	40.142	194.642
STUDENI	96.077	26.442	69.635	181.277	47.947	133.330
PROSINAC	133.648	44.538	89.110	249.574	78.890	170.684

Izvor: Zagreb, službene stranice, preuzeto 03.07.2020.

U 2019. godini najveći broj dolazaka zabilježen je u mjesecu kolovozu te iznosi 166.137 od čega je 11.206 domaćih te 154.931 inozemnih dolazaka. Kada bismo promatrali zasebno domaće i inozemne turiste, u mjesecu prosincu bilo je najviše ostvarenih dolazaka od strane domaćih turista, a od inozemnih u mjesecu kolovozu.

Najviše ostvarenih noćenja bilo je u kolovozu te iznosi 288.347. Najviše ostvarenih noćenja od strane domaćih turista bilo je u prosincu dok su inozemni turisti najviše noćili u kolovozu.

3.1.4. Prosječna duljina boravka turista

Prosječna duljina boravka turista prikazana je kao prosječan broj noćenja po dolasku turista u Zagreb u 2019. godini.

Tablica 10: Prosječan broj noćenja po dolasku u Zagreb, 2019. godine

MJESECI	DOMAĆI	INOZEMNI	UKUPNO
Siječanj	2,1	2,2	2,2
Veljača	1,9	1,9	1,9
Ožujak	1,9	1,9	1,9
Travanj	1,9	1,8	1,8
Svibanj	1,8	1,8	1,8
Lipanj	1,9	1,8	1,8
Srpanj	1,9	1,8	1,8
Kolovoz	2,0	1,7	1,7
Rujan	1,8	1,7	1,7
Listopad	1,8	1,7	1,7
Studen	1,8	1,9	1,9
Prosinac	1,8	1,9	1,9

Izvor: Zagreb, službene stranice, preuzeto 03.07.2020.

U Tablici 10 prikazan je prosječan broj noćenja turista po dolasku u 2019. godini na mjesečnoj bazi. Domaći turisti su u prosjeku najviše noćili u siječnju i kolovozu, a inozemni u siječnju. Kada bismo gledali ukupan rezultat, najviše noćenja po dolasku je ostvareno u siječnju, a najmanje u kolovozu, rujnu i listopadu.

3.1.5. Udio Zagreba u ostvarenju turističkog prometa Hrvatske

Udio Zagreba u ostvarenju turističkog prometa Hrvatske svake godine je sve veći te značajno doprinosi ostvarenju sveukupnog rezultata u turizmu cijele Hrvatske.

Tablica 11: Udio Zagreba u turističkom prometu Hrvatske 2010.-2019.

GODINA	DOLASCI			NOĆENJA		
	Hrvatska	Zagreb	udio	Hrvatska	Zagreb	udio
2010.	10.604.116	666.106	6.28%	56.416.379	1.085.597	1.92%
2011.	11.455.677	730.945	6.38%	60.354.275	1.183.125	1.96%
2012.	11.835.160	767.366	6.48%	62.743.463	1.245.669	1.99%
2013.	12.433.727	868.855	6.99%	64.818.115	1.442.192	2.22%
2014.	13.128.416	967.902	7.37%	66.483.948	1.602.420	2.41%
2015.	14.343.323	1.077.778	7.51%	71.605.315	1.804.290	2.52%
2016.	15.594.157	1.152.598	7.39%	78.049.852	2.016.107	2.58%
2017.	17.430.580	1.286.087	7.38%	86.200.261	2.263.758	2.63%
2018.	18.666.580	1.400.201	7.50%	89.651.789	2.511.817	2.80%
2019.	19.566.146	1.454.019	7.43%	91.242.931	2.638.962	2.89%

Izvor: Državni zavod za statistiku, preuzeto 04.07.2020.

Tablica 11 prikazuje turistički promet Hrvatske i Zagreba te udio Zagreba u ostvarenim dolascima i noćenjima. Udio grada Zagreba u ukupnim dolascima u Republici Hrvatskoj 2010. godine iznosi 6,28% te konstantno raste do 2015. godine kada doživljava vrhunac od 7,51%. Nakon toga, bilježe se manje oscilacije u padu i rastu udjela, a do 2019. godine neće biti postignut udio kakav je bio u rekordnoj 2015. godini.

2010. godine udio grada Zagreba u broju ostvarenih noćenja u Republici Hrvatskoj iznosi 1,92% te konstantno raste do 2019. godine kada iznosi 2,89%.

3.2. Profil turističke potražnje za gradom Zagrebom

Turistička potražnja za gradom Zagrebom jedno je od predmeta kontinuiranog istraživanja Instituta za turizam. Institut za turizam jedini je znanstveni javni institut u Hrvatskoj specijaliziran za istraživanje i konzalting u turizmu. Iskustvo Instituta u temelji se na znanstvenom radu, kontinuiranim i istraživanjima i stalnom usavršavanju radnog tima. Strateška odrednica djelovanja Instituta je integrirani pristup turističkom razvoju i upravljanju

koji uvažava razvojne aspekte poduzeća, turističke destinacije i nacionalnu turističku politiku.²⁰

TOMAS Zagreb, punim nazivom Stavovi i potrošnja turista i posjetitelja Zagreba, jedno je od kontinuiranih istraživanja obilježja turističke potražnje koja već više od 25 godina provodi Institut za turizam. TOMAS Zagreb istraživanje usmjereno je na obilježja turističke potražnje Zagreba, a u razdoblju od 1998. do 2012. provedeno je 6 puta u suradnji sa Turističkom zajednicom grada Zagreba. Istraživanje TOMAS Zagreb primarno je istraživanje u kojem se podaci prikupljaju izravno od posjetitelja grada Zagreba.²¹

Prema navedenom, zadnje istraživanje za Zagreb provedeno je 2012. godine stoga će se na temelju prikupljenih podataka izraditi kratka analiza u ovome radu.

Sadržaj istraživanja su sociodemografski podaci, motivacija za dolazak, izvori informacija, obilježja putovanja i boravka u Zagrebu, zadovoljstvo ponudom u Zagrebu i potrošnja tijekom boravka u Zagrebu. Ispitani su turisti u hotelima, hostelima i privatnom smještaju te jednodnevni posjetitelji Zagreba, od siječnja do prosinca 2012. godine korištena metoda prikupljanja podataka je osobni intervju (uz upitnik kao instrument istraživanja) s turistima i jednodnevnim posjetiteljima u 18 zagrebačkih hotela, 4 hostela i na 17 lokacija u gradu. Ispitano je 1.832 ispitanika od kojih je njih 1.175 u hotelima.²²

3.2.1. Sociodemografski profil turista i motivacija za dolazak

Sociodemografski profil turista grada Zagreba odnosi se na zemlju stalnog boravka za inozemne, odnosno županiju stalnog boravka za domaće goste, navršene godine života, stupanj obrazovanja i mjesečna primanja kućanstva.

Kao što je i ranije navedeno, od ukupnog broja ispitanika, njih 1.175 je odsjelo u hotelima. Od navedenog broja, u zagrebačkim hotelima najzastupljeniji su domaći gosti, a u 2012. godini kada je izvršeno istraživanje, najčešće su dolazili iz Splitsko- Dalmatinske (25%), Dubrovačko- neretvanske (21%) i Istarske županije (14%). Od inozemnih posjetitelja

²⁰ <http://www.iztztg.hr/hr/o-nama/o-nama/> (20.08.2020.)

²¹ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/2012%20Tomas%20Zagreb.pdf> (20.08.2020.)

²² Ibid

najznačajniji su posjetitelji iz Njemačke i SAD-a s oko 6% ukupne potražnje te Italije sa 5%. U hostelima su najviše boravili Britanci (13%), zatim Nijemci (10%) i Francuzi (8%). U privatnom smještaju najviše odsjedaju Nijemci (14%), zatim Španjolci (10%) i domaći gosti (8%).

Od jednodnevnih posjetitelja, svaki drugi je bio domaći posjetitelj, najviše iz Varaždinske (13%), Primorsko-goranske (11%), Zagrebačke (10%), Karlovačke i Splitsko-dalmatinske županije (po 8%). Među inozemnim su posjetiteljima najbrojniji bili oni iz Slovenije (10%) te Bosne i Hercegovine (6%).

Većina gostiju zagrebačkih hotela je u dobi od 26 do 45 godina (58%), a svaki peti je u dobi od 46 do 55 godina. Najmanji je udio gostiju dobne skupine do 25 godina starosti (7%) te u od 56 i više godina (15%). Prosječna dob gostiju zagrebačkih hotela su 42 godine. Gosti zagrebačkih hotela u prosjeku su stari 42 godine.

Gosti hotela su naravno najmlađe dobne skupine do 25 godina starosti 60%, a slijede ih oni u dobi od 26 do 35 godina starosti (35%). Prosječna dob gostiju zagrebačkih hotela je 26 godina. U privatnom smještaju većinom odsjedaju gosti do 35 godina starosti (61%) stoga je upravo ova dob prosječna dob gostiju u privatnom smještaju. Jednodnevni posjetitelji većinom su mlađi od 36 godina (68%), a prosječna dob jednodnevnih posjetitelja iznosi 33 godine.

Prema stupnju obrazovanja, gosti zagrebačkih hotela predstavljaju najobrazovaniji segment te su uglavnom više ili visoko obrazovani (91%), a udio fakultetski obrazovanih gostiju raste s kategorijom hotela. U hostelima udio fakultetski obrazovanih gostiju iznosi 41% te je isto tako u privatnom smještaju većina gostiju fakultetski obrazovana (64%). Što se tiče jednodnevnih posjetitelja, svaki drugi ima fakultetsko obrazovanje (49%), a slijede oni sa završenom srednjom (27%) ili višom školom (23%).

69% hotelskih gostiju ima mjesečna primanja kućanstva iznad 2.000 eura, a čak 44% gostiju hotela najviše kategorija ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.500 eura. Gosti hotela su naravno oni sa nižim mjesečnim primanjima, a više od 2.000 eura mjesečnih primanja ima 45% gostiju. U privatnom smještaju odsjeda 52% gostiju sa mjesečnim primanjima iznad 2.000 eura. 31% jednodnevnih posjetitelja dolazi iz kućanstva s mjesečnim primanjima većim od 2.000 eura.

Glavni motiv za dolazak u Zagreb za hotelske goste su poslovne obveze (47%), zatim nova iskustva i doživljaji (26%), kratki odmor u gradu (24%), zabava (18%) te upoznavanje kulturnih znamenitosti Zagreba (18%). Gosti odsjeli u hostelima su uglavnom motivirani novim iskustvima i doživljajem (61%), a navedeno se može reći i za goste u privatnom smještaju (46%). Glavni motiv jednodnevnih posjetitelja je kratki odmor u gradu (34%), zatim kupnja (23%), posjet rodbini ili prijateljima, dolazak na kongres ili sajam, poslovne obveze.²³

3.2.2. Obilježja putovanja i boravka

Pod obilježjima putovanja podrazumijeva se način organizacije putovanja, vrsta prijevoznog sredstva i pratnju na putovanju.

Većina hotelskih gostiju dolazi u vlastitom aranžmanu (70%), a svaki peti hotelski gost koristio se uslugama turističke agencije, koje su se većinom odnosile na paket aranžman (75%). Usluge turističke agencije najviše koriste gosti iz Japana i SAD-a. 77% gostiju hostela samostalno je organiziralo svoje putovanje, a tek njih 6% koristilo je usluge turističke agencije, najčešće za organizaciju prijevoza (44%). 88% gostiju koji su boravili u privatnom smještaju su također samostalno organizirali putovanje. Samostalno organizirano putovanje prevladava u načinu dolaska u Zagreb jednodnevnih posjetitelja, a njih 10% je koristilo usluge turističke agencije u organizaciji puta.

Zrakoplov je glavno prijevozno sredstvo za dolazak hotelskih gostiju (58%), hostelskih gostiju (44%) te gostiju u privatnom smještaju (47%). 49% jednodnevnih posjetitelja u Zagreb je došlo automobilom. Automobil je glavno prijevozno sredstvo za dolazak u Zagreb jednodnevnih posjetitelja (49%).

Hotelski gosti najčešće dolaze bez pratnje (43%) budući da je njihov glavni motiv za dolaskom posao. Većina gostiju hostela dolazi s prijateljima (54%) dok gosti u privatnom smještaju dolaze najčešće s partnerom (34%). Jednodnevni posjetitelji u Zagreb najčešće dolaze u društvu prijatelja (34%).

Obilježja boravka turista i jednodnevnih posjetitelja Zagreba uključuju duljinu boravka, posjećene turističke atrakcije, muzeje, galerije, događanja ili manifestacije te ostala posjećena

²³ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/2012%20Tomas%20Zagreb.pdf> (20.08.2020.)

mjesta, korištenje Zagreb 'card-a', 'hop on – hop off' autobusa za razgled grada, posjećivanje turističkih informativnih centara, organizirano razgledanje Zagreba i korištenje prijevoznog sredstva tijekom boravka u gradu.

Gledajući ukupne rezultate, turisti su u prosjeku ostvarili manje od 3 noćenja u Zagrebu-hotelski gosti do 3 noćenja (81%), hostelski gosti su ostvarili 2 do 3 noćenja (56%), a u privatnom smještaju također dominira boravak s ostvarenih 2 do 3 noćenja (56%). Jednodnevni posjetitelji u prosjeku provedu u gradu četiri do jedanaest sati (77%), a prosječan boravak jednodnevnih posjetitelja traje 8 sati.

Većina hotelskih gostiju posjećuju najuži centar grada, a gosti koji borave u hostelima i privatnom smještaju više posjećuju turističke atrakcije od hotelskih gostiju. Jednodnevni posjetitelji također posjećuju uži centar grada.

Svaki peti hotelski gost posjećuje turističke informativne centre. Na organizirano razgledavanje grada odlazi oko 5% hotelskih gostiju, a još je manje onih koji koriste usluge 'HOP ON - HOP OFF' razgleda grada ili 'Zagreb CARD'. Gosti hostela i oni koji borave u privatnom smještaju znatno češće posjećuju turističke informativne centre (32% gostiju u hostelima i 38% onih u privatnom smještaju). Od jednodnevnih posjetitelja, 24% inozemnih posjećuje turističke centre, a niti jedan domaći posjetitelj nije posjetio turističke informativne centre. Niti jedan posjetitelj tijekom svog jednodnevnog posjeta nije koristio Zagreb 'CARD'.

Većina hotelskih gostiju koristilo je uslugu taksi prijevoza (49%), dok su gosti hostela (85%) i gosti iz privatnog smještaja (72%) najviše koristili javni prijevoz. Jednodnevni posjetitelji najčešće su koristili osobni automobil (57%).²⁴

3.2.3. Izdaci turista

Izdaci anketiranih turista obuhvaćaju izdatke za smještaj, trošak paket aranžmana, izdatke za hranu i piće u smještajnom i ugostiteljskim objektima izvan smještaja, izdatke za kupnju, kulturu, sport, rekreaciju i zabavu, organizirane izlete, lokalni prijevoz, zdravstvene usluge i servise. Iskazani su u eurima. U nastavku će biti prikazani glavni izdaci posjetitelja u Zagrebu.

²⁴ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/2012%20Tomas%20Zagreb.pdf> (20.08.2020.)

Hotelski gosti su u prosjeku trošili dnevno 123 eura po osobi. Najviše su trošili na smještaj (62%, 76 eura) te na hranu i piće izvan smještaja (17%, 21 euro). Gosti hostela su dnevno trošili 48 eura na dan te su također, kao i gosti hotela, najviše trošili na smještaj (37%, 18 eura) te hranu i piće (29%, 14 eura). Prosječna potrošnja gostiju iz privatnog smještaja iznosila je 57 eura po osobi te su najviše trošili na smještaj (43%, 25 eura) i hranu i piće (28%, 16 eura). Jednodnevni posjetitelji su većinom izdvajali za kupnju (56%, 27 eura) te hranu i piće (32%, 15 eura).²⁵

3.2.4. Zadovoljstvo turističkom ponudom

Zadovoljstvo turističkom ponudom ocjenjivano je za 28 elemenata ocjenama od 1 (vrlo loše) do 5 (odlično). Obuhvaćeni su elementi smještaja, gradske infrastrukture, faktori turističke atraktivnosti Zagreba, socijalni elementi te vrijednost za novac smještaja, gastronomska ponude i kulturni sadržaj.

Hotelski gosti su iznimno zadovoljni smještajem u zagrebačkim hotelima dok su gosti hostela izrazito zadovoljni ljubaznoću osoblja te opskrbljenošću hostela brošurama o Zagrebu i drugim informacijama te kvalitetom usluga u hostelu. Kvaliteta gastronomske ponude u hotelu je ocijenjena vrlo loše. Gosti u privatnom smještaju su bili izrazito zadovoljni svim elementima smještaja te ljubaznošću osoblja, a opskrbljenost brošurama o Zagrebu i drugim informacijama u ovim objektima je ocijenjena niskim stupnjem zadovoljstva.

Elementi gradske infrastrukture su od svih elemenata najlošije ocijenjeni. Gosti hotela su visoko ocijenili kvalitetu informacija/opskrbljenost lokalnih turističkih ureda brošurama, kvalitetu lokalnog prijevoza i označavanja znamenitosti. Izrazito su nezadovoljni parkirnim mogućnostima. Gosti hostela su dali srednju ocjenu kvaliteti označavanja znamenitosti te razmještaju i jasnoći putokaza, dok su gosti privatnog smještaja za iste elemente iskazali nizak stupanj zadovoljstva. Jednodnevni posjetitelji su bili nezadovoljni kvalitetom informacija/opskrbljenošću turističkih ureda brošurama.

Što se tiče faktora turističke atraktivnosti, gosti hotela su bili visoko zadovoljni ponudom kulturnih znamenitosti i gastronomije, a nezadovoljni ponudom uličnih događanja. Gosti

²⁵ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/2012%20Tomas%20Zagreb.pdf> (20.08.2020.)

hostela su bili nezadovoljni istime, dok su gosti u privatnom smještaju i jednodnevni posjetitelji bili najzadovoljniji faktorima turističke atraktivnosti grada.

Hotelski gosti su socijalnim elementima (osobna sigurnost, ljubaznost osoblja turističkih informativnih centara i javnih službi, gostoljubivost lokalnog stalnovništva) bili izrazito zadovoljni, dok su gosti u hostelima i u privatnom smještaju dali nižu ocjenu. Jednodnevni posjetitelji imali su srednji stupanj zadovoljstva ljubaznošću osoblja javnih službi.

Gosti u hotelima, hostelski te gosti u privatnom smještaju iskazali su visok stupanj zadovoljstva svim elementima vrijednosti za novac, dok su jednodnevni posjetitelji bili srednje zadovoljni vrijednošću za novac gastronomske ponude.²⁶

3.3. Očekivane kratkoročne i dugoročne promjene u strukturi i motivaciji posjetitelja

Kao što je moguće vidjeti iz prethodno prikazanih podataka, unazad 10 godina grad Zagreb bilježi kontinuiran rast dolazaka turista, kako domaćih tako i stranih.

Dosadašnjom analizom moguće je jasno utvrditi i procijeniti profil prosječnog posjetitelja grada Zagreba. Kada bismo posjećenost gledali sa strane dobne strukture, od 2017. godine do danas, najviše turista koji dolaze u Zagreb pripadaju grupama starosnih skupina 25-34 te 35-44 godina. Razlog tome je upravo vrsta sadržaja koji grad Zagreb nudi. Navedene skupine dovoljno su informacijski obrazovane, privlači ih kultura grada te imaju veću platežnu moć.

Od svih europskih zemalja, najviše posjetitelja dolazi iz susjedne Italije, Njemačke te BiH. Razlog tome su blizina tržišta, intenzivna promocija prema tim zemljama, slično govorno područje,... Važno je spomenuti sve veću prisutnost turista iz SAD-a, Koreje i Kine. Unazad nekoliko godina za Zagreb je bitno upravo takvo tržište iz dalekih zemalja i drugačije kulture kojima je motivacija upoznavanje europske kulture, imaju veću platežnu moć te ostvaruju dulji boravak što im omogućuje da bolje upoznaju grad i potroše više od posjetitelja koji odsjedaju nekoliko dana.

²⁶ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/2012%20Tomas%20Zagreb.pdf> (20.08.2020.)

Uzevši u obzir do sada analizirane podatke, mogli bismo sa sigurnošću reći da se bilježi konstantan i jednak porast posjetitelja te većih oscilacija i promjena nema.

S obzirom na navedeno, kratkoročne promjene u strukturi posjetitelja koje bismo mogli očekivati je i dalje kontinuiran i ujednačen rast broja posjetitelja svih dobnih skupina, posebno onih starosnih godina od 25 do 44 te pojačana motivacija za dolaskom u Zagreb nakon utakmice Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. godine.

Gledavši dugoročno, broj posjetitelja dobne skupine između 55 i 64 godine bi mogao porasti s obzirom da navedene skupina ima odraslu djecu za koju se više ne treba brinuti, zbog umirovljenja imaju više vremena za putovanja. Glavna motivacija navedene skupine je upoznavanje nove kulture i gastronomije.

4. Analiza trendova na tržištu turističke ponude grada Zagreba

4.1. Kratak povijesni presjek razvoja turističke ponude

Zahvaljujući svojoj dugoj prošlosti, Zagreb je raznolikošću i raznovrsnošću ponude privlačio velik broj posjetitelja od ranijih dana te iako je povijest turizma Zagreba mlađa od samoga grada, ipak je bogata i raznovrsna te traje u gradu gotovo dva stoljeća.

Začetak turizma i turističke ponude predstavljaju gradske kavane i svratišta kojih je do sredine 19. stoljeća bilo sve više zbog povoljnog geo političkog položaja grada. Prvim pravim turističkim aktivnostima na tome području možemo smatrati otvorenje prvog velikog hotela pod nazivom „Pruckner“ 1830. godine te izrada prve karte Zagreba 1853. godine.²⁷

Drugu polovicu 19. stoljeća obilježila je gradnja niza sportskih objekata (gimnastička vježbaonica, klizalište, biciklistička staza, nogometno igralište) te razvoj prometne infrastrukture pa je tako 1862. godine Zagreb dobio svoj prvi kolodvor pod nazivom Južni kolodvor (današnji Zapadni kolodvor)²⁸, a 1892. godine izgrađen je današnji Glavni kolodvor. Omnibusi s konjskom vučom predstavljaju početak javnog prijevoza u Zagrebu; 1891. godine zamijenio ih je tramvajski prijevoz s konjskom vučom sve do 1911. godine kada je konjsku snagu zamijenila električna energija. Godine 1891. proradila je uspinjača koja je i tada, kao i danas prava turistička atrakcija grada.²⁹

Godine 1863. braća Mihailović organizirala su prvo turističko putovanje iz Zagreba u Graz i Beč te je takvo putovanje postalo prvo organizirano putovanje na području cijele Hrvatske.³⁰

Uz konstantan porast broja posjetitelja, krajem 19. stoljeća je u Zagrebu poslovalo 300 ugostiteljskih objekata od kojih su njih 13 objekti za smještaj. Do 1915. godine u Zagrebu niču nove zgrade, radi se na modernizaciji, asfaltiranju ulica, prometnom povezivanju grada s okolicom i privlačenju što većeg broja posjetitelja.

²⁷ Vukonić, B. i sur. (1994): TEMPUS FUGIT - Povijest turizma Zagreba, HAZU, Zagreb, str. 17

²⁸ Ibid, str. 48.-49.

²⁹ Ibid, str. 71.-72.

³⁰ Ibid, str. 50.-51.

Godine 1920. osnovan je, po uzoru na druge europske zemlje, „Savez kupališta, toplica klimatskih mjesta, mineralnih vrela i sanatorija“ koji se bavio prometom stranaca. Osnivanje takvog saveza smatra se početkom suvremenog turizma u Hrvatskoj.³¹

Godina 1925. posebno je važna za grad Zagreb jer je tada osnovana prva domaća putnička agencija „Putnik“ te je otvoren hotel „Esplanade“ koji predstavlja do tada najluksuzniji hotel u Zagrebu i mjesto koje privlači imućnije građane i posjetitelje grada.³²

Godine 1930. Zagreb je imao 20 hotela i 362 ugostiteljska objekta različite vrste i kvalitete usluga. Od mnogobrojnih kavana koje su bile locirane na glavnom trgu ostaje jedna „Gradska kavana“, a Zagreb u to vrijeme broji 69 slastičarnica, 8 mjenjačnica i 4 ureda putničkih agencija- „Putnik“, „Wagons-Lits“, „Transoceanik“ i „Jug.express agencija“. Važno je spomenuti da je 1933. godine na Medvednici održano prvo natjecanje u skijaškom spustu, a 1935. godine je otvorena i skijaška skakaonica.³³

Nakon završetka II. svjetskog rata, intenzivno se radi na oživljavanju turizma grada, ulaže se u obnovu i modernizaciju ugostiteljskih objekata te se 1951. godine osniva turistička agencija „Turist“ zadužena za posredovanje i promociju turizma. Agencija je preuzela poslove dotadašnjeg Gradskog turističkog ureda, a otisnuti su i vodiči „Zagreb“ i „Plan grada“ s popisom ulica.³⁴

Godine 1956. započela je gradnja novih paviljona Zagrebačkog velesajma preko Save što je označilo dugo očekivano širenje grada i na drugu stranu rijeke, a nakon otvaranja u grad su došli brojni izlagači i posjetitelji sa ciljem odlaska na Velesajam. Sava je bila dugi niz godina omiljeno okupljalište i kupalište, no zbog sve veće zagađenosti rijeke, kupanje više nije bilo moguće stoga je 1958. godine otvoren Zimski plivački bazen „Mladost“.³⁵

Godinu 1962. obilježilo je otvaranje Zrakoplovne luke Zagreb- Pleso s betonskom pistom od 2.500 m i svim pratećim objektima, prvog motela u gradu pod nazivom „Zagreb“ smještenog

³¹ Vukonić, B. i sur. (1994): TEMPUS FUGIT - Povijest turizma Zagreba, HAZU, Zagreb, str.118.

³² Ibid, str. 123.

³³ Ibid, str. 135.-137.

³⁴ Ibid, str. 150.

³⁵ Ibid, str. 159.-161.

u blizini jezera Bundeč čije poslovanje nije dugo trajalo te je s radom počeo Autobusni kolodvor Zagreb.³⁶

1963.-1964. godina predstavljaju dvogodišnje razdoblje u kojemu je osnovana nova putnička agencija Generalturist, Croatiaturist i Croatiaexpress, te se u gradu otvaraju poslovnice i brojne putničke agencije sa sjedištem izvan Zagreba- Atlas, Putnik, Dalmacija turist, Kvarner Express. Navedeno je nagovijestilo ozbiljniji turistički razvoj te porast konkurencije. Nakon toga su snimljeni su prvi propagandni kolor-filmovi turističkog sadržaja pod nazivom „Zagreb vas očekuje“ i „Polek jedne velke gore“.

Šezdesete i sedamdesete godine 20. stoljeća obilježava nekoliko kulturnih događaja koji se održavaju i danas, a to su Smotra folklora, Festival animiranog filma te koncerti iz ciklusa „Orgulje zagrebačke katedrale“.³⁷ Za razvoj kulture u Zagrebu, također je važno spomenuti otvaranje koncertne dvorane Vatroslava Lisinskog 1974. godine. U dvorani su se, osim koncerata, održavali i brojni kongresi.³⁸

Godine 1987. Zagreb je bio domaćin Univerzijade '87. stoga je u razdoblju od 1984. do 1987. godine izvršen niz građevinskih radova, uređenje postojećih i izgradnja novih kapaciteta i sadržaja. Zbog navedenog događaja, izvršena je kompletna rekonstrukcija zagrebačkog hotelijerstva. Otvoren je novi hotel „Panorama“, rekonstruirani su hoteli „Esplanade“, „Laguna“, „Park“ i „Central“ te je započeta gradnja hotela „Industrogradnje“ u Remetincu i hotela „Union“ u Jankomiru. Svi radovi su dovršeni do održavanja Univerzijade. Osim što su sređeni i otvoreni novi ugostiteljski objekti, otvoren je i muzej Ante Topić Mimara i Omladinski kulturni centar, a uređen je i glavni gradski trg- nova rasvjeta, obnovljena pročelja većine zgrada, vraćen zdenac Manduševac. Zbog Univerzijade su dovršeni sportski kompleksi Šalata, Mladost i stadion Dinamo te dvorana Košarkaškog centra Cibone. Neposredno pred održavanje Univerzijade uvedena je i tramvajska linija do Jaruna. Moglo bi se reći da je ovakav događaj kompletno popunio turističku ponudu grada.³⁹

³⁶ Vukonić, B. i sur. (1994): TEMPUS FUGIT - Povijest turizma Zagreba, HAZU, Zagreb, str.165.-166.

³⁷ Ibid, str. 172.

³⁸ Ibid, str. 181.

³⁹ Ibid, str. 189.-192.

Na žalost, Domovinski rat privremeno je zaustavio tj. prorijedio daljnji razvoj turizma i dolazak posjetitelja, no Zagreb se opet oporavio te sve do 21. stoljeća svojim ulaganjima, promocijom turizma vratio brojne posjetitelje.

4.2. Temeljna turistička atrakcijska osnova

Turističku atrakcijsku osnovu čine turistički resursi. Prema definiciji, turistički resursi su prirodna ili društvena dobra koja se mogu turistički iskoristiti, odnosno one pojave, objekte, događaje i slično koje privremeni posjetitelji (turisti i izletnici) posjećuju tijekom svog putovanja zbog visokog stupnja privlačnosti, odnosno atraktivnosti.⁴⁰

Turistički se resursi u domaćoj i stranoj literaturi najčešće dijele u dvije velike skupine- prirodni (biotropni) i društveni (antropogeni, antropični) resursi.

Prirodni turistički resursi mogu se podijeliti na:

- Klimatske- različiti tipovi klime, insolacija, relativna vlažnost i temperatura zraka, vjetrovi, količina i vrsta oborina
- Geomorfološke- planine, planinski lanci, vulkani, klisure, kanjoni, ećine, špilje, polja u kršu, krški oblici (vrtače, škrape)
- Hidrografske- oceani, mora, jezera, rijeke, podzemne vode, termalne vode, geiziri
- Biogeografske- flora i fauna
- Pejzažne- planinski pejzaži, nizinski ili pejzaži relativno niskog reljefa, primorski pejzaži

Društveni turistički resursi mogu se podijeliti na:

- Kulturno-povijesne- sačuvani ostaci prošlih civilizacija i njihova tehnološka dostignuća, spomenici, urbanističke cjeline, umjetnička ostvarenja

⁴⁰ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 129.

- Etnosocijalne- materijalna i duhovna kultura jednog naroda, narodne igre, pjesme, običaji, narodne nošnje, rukotvorine, kulinarske vještine, mentalitet
- Umjetničke- spomenici iz povijesnog i kulturnog razvoja, dostignuća u arhitekturi, likovnoj, glazbenoj i kazališnoj umjetnosti, muzeji, galerije, gliptoteke, zbirke, knjižnice
- Manifestacijske- ustanove koje organiziraju obrazovne i obrazovno-rekreacijske aktivnosti ili manifestacije
- Ambijentalne- manje ili veće prostorne cjeline koje je stvorio čovjek svojim radom i umijećem- zračne i morske luke, trgovi i drugi urbani prostori, naselja

Prirodni resursi imaju rekreativna svojstva te utječu na fiziološke funkcije čovjeka (osvježenje, oporavak, odmor...), dok društveni resursi djeluju na psihičke funkcije čovjeka, odnosno zadovoljavaju njegove kulturne potrebe.

Prema stupnju atraktivnosti i intenzitetu djelovanja, pojedini resursi mogu samostalno djelovati i utjecati na privlačenje turista, dok se većina ostalih pojavljuje u kombinaciji s drugim resursima koji im povećavaju intenzitet atraktivnosti.⁴¹

4.2.1. Prirodni turistički atraktivni resursi

Kao što smo već u prethodnom poglavlju naveli, prirodni turistički resursi se dijele na klimatske, geomorfološke, hidrografske, biogeografske te pejzažne.

Svaki od tipa prirodnog turističkog resursa analizirat će se kroz primjer grada Zagreba i njegove ponude prirodnih turističkih atraktivnih resursa.

Klimatski turistički resursi

Povoljna klima je jedan od najvažnijih čimbenika turističke privlačnosti nekog mjesta, regije ili prostorne jedinice te predstavlja pretežno komplementaran turistički resurs.

⁴¹ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 132.

Klima se definira kao prosječno vrijeme u tijeku jedne godine na nekom području. Ovisi o nizu čimbenika kao što su kut upada Sunčevih zraka, geografska širina, raspored kopna i mora, morske struje, nadmorska visina, biljni pokrov, blizina jezera, utjecaj čovjeka i njegovih aktivnosti...⁴²

Zagreb, prema raspodjeli poticajnih i ograničavajućih tipova klime, ima umjereno svježju kontinentalnu klimu.

Srednje siječanjske temperature zraka kreću se između -2 i 0 °C, a srpanjske od 18 do 22 °C. Na krajnjem istoku prelaze 22 °C.⁴³

Prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku i statističkom ljetopisu iz 2019. godine, iz mjernih postaja Zagreb- Grič i Zagreb- Maksimir, izmjerene su srednje godišnje i godišnje vrijednosti važnijih meteoroloških elemenata. U mjerenoj postaji Zagreb- Grič izmjerena prosječna temperatura zraka $14,1$ °C s količinom oborina $826,6$ mm, 22 dana sa snježnim pokrivačem većim od 1 cm, 51 vedar dan i 111 oblačnih dana.⁴⁴

U postaji Zagreb- Maksimir izmjerena je prosječna temperatura zraka 13 °C sa količinom oborina $853,6$ mm, 24 dana sa snježnim pokrivačem većim od 1 cm, 38 vedrih dana i 125 oblačnih dana.

Moglo bi se zaključiti da je najhladniji mjesec u Zagrebu siječanj, najtopliji su srpanj i kolovoz što je karakteristično za takav tip klime iz toga područja. Mjeseci s najvećom količinom padalina (kiše) su travanj i svibanj te listopad i studeni. Naravno, s pojavom globalnog zatopljenja, obilježja klime su se kako u cijelom svijetu, tako i u Hrvatskoj promijenila te su zimski mjeseci znatno topliji sa manje snijega. Ljeta su i dalje vruća.

Geomorfološki turistički resursi

U geomorfološke turističke resurse ubrajamo sve reljefne raznolikosti i bogatstva površinskih i podzemnih oblika zemlje nastalih kao rezultat endogenih pokreta i egzogenog modeliranja.

⁴² Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 133.

⁴³ <https://www.crometeo.hr/klima> (31.03.2020.)

⁴⁴ https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/arhiva/statistika/ZGBR2019_web_KONACNO.pdf (31.03.2020.)

Ovakva vrsta turističkog resursa ima bitnu ulogu u oblikovanju turističke ponude, ali i izgradnji brojnih turistički receptivnih kapaciteta, komunalne i druge infrastrukture.⁴⁵

U blizini Zagreba imamo planinu Medvednicu koja je proglašena parkom prirode 1981. godine. Njezin najviši vrh je Sljeme, zimi se održava poznata utrka Snježna kraljica, odredište je skijaša zbog svojih skijaških staza. Medvednica ima ukupno 70 planinarskih staza, 1.205 biljnih vrsta, 70 potoka i oko milijun posjetitelja godišnje.⁴⁶

Špilja Veternica je zbog svojih je ukupnih vrijednosti 1979. godine zaštićena kao geomorfološki spomenik prirode. Veternica je po svojoj duljini četvrta špilja u Hrvatskoj. Duga je 7.128 m; prvih 380 m špilje uređeno je za posjetitelje.⁴⁷

Hidrografski turistički resursi

Hidrografski elementi su uz klimu najprivlačniji čimbenici razvoja suvremenog turizma. Hrvatska je poznata po svom Jadranskom moru i to je element na kojem se uglavnom gradi turistička slika hrvatskog priobalja. Zagreb svoju turističku sliku gradi po svojim drugim karakteristikama, ali se isto tako može pohvaliti s 2 umjetno napravljena jezera- Jarun i Bunde te rijeku Savu. Jarun i Bunde u toplijim mjesecima pružaju stanovnicima grada ali i svim turistima osvježenje, kako u vodi tako i uz vodu u raznim ugostiteljskim objektima. Rijeka Sava dijeli Zagreb na dva dijela- stari i novi dio te još nije iskorišten njezin puni potencijal (kao što to rade druge države).

Dan rijeke Save obilježava se svake godine prvog dana u mjesecu lipnju od kada je 2007. godine u Zagrebu taj dan službeno proglašen Danom rijeke Save. Obilježava se i u drugim zemljama sliva te se na taj način skreće pozornost na njezinu veliku ekološku vrijednost, gospodarski potencijal i promicanje riječnog turizma.⁴⁸

⁴⁵ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 137.-138.

⁴⁶ <https://www.pp-medvednica.hr/> (31.03.2020.)

⁴⁷ <https://www.pp-medvednica.hr/turisticka-ponuda/spilja-veternica/> (31.03.2020.)

⁴⁸ <https://www.voda.hr/hr/novosti/dan-rijeke-save-0> (01.04.2020.)

Biogeografski turistički resursi

Biogeografske turističke resurse predstavlja flora i fauna. Iako u prirodi postoji tijesna veza flore i faune, one se različito manifestiraju u turističkim kretanjima. Biljni svijet u turizmu ima višestruko značenje, a osobito estetsko, dekorativno, higijensko i rekreativno.⁴⁹

Park prirode Medvednica kao i spomenik parkovne arhitekture Maksimir su značajni biogeografski turistički resursi za grad Zagreb.

Najznačajniji fenomen parka prirode Medvednica su šume koje prekrivaju 81% površine parka te je njihovo očuvanje bio glavni razlog zbog kojega je Medvednica 1981. godine proglašena parkom prirode.

Biljni pokrov Medvednice najvećim dijelom predstavljaju prirodne i očuvane šume u kojima postoji 12 šumskih zajednica. Zbog raznolikosti šuma na Medvednici 1963. godine proglašeno je 8 posebnih rezervata šumske vegetacije. Flora dosad na Medvednici bilježi 1.205 vrsta i podvrsta, što čini oko 23% ukupne vaskularne flore Hrvatske. U Parku je zabilježena 91 strogo zaštićena vrsta među kojima su: tisa, kranjski liljan, ljiljan zlatan, medvedničke orhideje ili kaćuni i šumarice.⁵⁰

U životinjskom svijetu među sisavcima posebno su zanimljivi šišmiši kojih u Parku živi 25 vrsta, od kojih su 8 Natura 2000 vrste i jedna nacionalno važna. Mnoge ptice Medvednice žive u bogatim gustim šumama, ali i uz potoke. Važan je vodenkos (*Cinclus cinclus*) koji gotovo nikada ne napušta svoj potok i njegovu okolicu.

Europska unija osmislila je način zaštite svog biljnog i životinjskog svijeta kroz mrežu Natura 2000 koja obuhvaća područja važna za očuvanje ugroženih vrsta i stanišnih tipova diljem kontinenta.⁵¹

Park Maksimir obuhvaća granično područje južnih obronaka Medvednice i dolinske zaravni Save. U njemu su zastupljene šumske zajednice koje rastu na velikim površinama u okolnim brdskim i nizinskim predjelima sjeverne Hrvatske. Stoljećima je ovaj prostor obilovao hrastovom šumom, što je karakteristično za sjevernohrvatsko podneblje. U južnom dijelu parka Maksimir, dominantnu ulogu ima hrast lužnjak i to u sklopu šuma s običnim grabom.

⁴⁹ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 142.

⁵⁰ <https://www.pp-medvednica.hr/zastita-prirode/sume/> (02.04.2020.)

⁵¹ <https://www.pp-medvednica.hr/priroda-i-kultura/zivotinjski-svijet/> (02.04.2020.)

U uskoj vezi s vegetacijom parka je i životinjski svijet koji je važna komponenta svakog ekosustava. Iznenaduje malen broj pisanih podataka o fauni Maksimira s obzirom na posjećenost ovog poznatog zagrebačkog parka.

Park Maksimir je važno stanište za brojne životinjske vrste od kojih su mnoge upravo ovdje pronašle svoje utočište. Ptičji svijet parka je razmjerno bogat. Od do sada zabilježene 104 vrste ptica, njih 70 su redovite ili povremene gnjezdarice- djetlići, žune, brgljezi, puzavci i sjenice. Od ostalih životinjskih vrsta, Maksimir je dom smeđoj krastači, pjegavom daždevnjaku, livadnoj i šumskoj smeđoj žabi, crvenouhoj i barskoj kornjači, vjevericama, puhovovima i šišmišima, kunama i lisicama.⁵²

U parku Medvednica i Maksimir omogućena je edukacija za sve uzraste; na Medvednici se nalaze mnoge poučne, planinarske i biciklističke staze, dok park Maksimir koristi kako za rekreaciju pojedinaca, tako i grupa u sklopu sportskih klubova. U sklopu parka Maksimir nalazi se i Zoološki vrt.

Pejsažni turistički resursi

Pod pojmom pejzaža u turizmu podrazumijeva se jedinstven skup različitih prirodnih i društvenih resursa određenog porostora koji ima raznoliko i višestruko djelovanje na čovjeka.

Danas se velika važnost pridodaje očuvanju prirodnih pejzaža kako bi se ti kompleksi žive i nežive prirode očuvali od saturacije.

Pejsažni turistički resursi su po svojoj važnosti i rijetkosti podijeljeni u 9 kategorija: strogi prirodni rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode, posebni rezervati, regionalni parkovi, spomenici prirode, značajni krajobrazi, park šume te spomenici parkovne arhitekture.⁵³

Navesti ćemo neke koji se nalaze u Zagrebu i njegovoj okolini:

- park prirode- Medvednica
- značajni krajobrazi- Savica, Goranec
- park šume- Maksimir

⁵² <https://park-maksimir.hr/prirodna-bastina/> (03.04.2020.)

⁵³ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 144.-146.

- spomenici parkovne arhitekture- park Maksimir, park na Trgu Nikole Šubića Zrinskoga- Zrinjevac, park na Trgu Josipa Jurja Strossmayera, park na Trgu kralja Tomislava, park kralja Petra Svačića, park Ribnjak, park kralja Petra Krešimira IV, park Opatovina, Mallinov park, Perivoj srpanjskih žrtava, park uz dvorac Junković, vrt zgrade- prilaz Gjure Deželića 14, park u Jurjevskoj ulici 27, park u Jurjevskoj ulici 30, Leustekov park, botanički vrt Prirodoslovno-matematičkog fakulteta, botanički vrt Farmaceutsko-biokemijskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, stablo obalnog mamutovca u Tuškancu.⁵⁴

4.2.2. Društveni turistički atraktivni resursi

Pod društvenim turistički atraktivnim resursima smatramo sve pojave, objekte, procese i događaje koji kod čovjeka stvaraju potrebu za kretanjem da bi zadovoljio svoje društvene i kulturne potrebe.

Uz takve resurse veže se kraći turistički boravak, a stupanj atraktivnosti pojedinih društvenih resursa određuje intenzitet posjećenosti i strukturu potražnje. Posjetitelji takvih resursa su više obrazovne i kulturne razine stoga i više potrošačke sposobnosti.⁵⁵

Kulturno-povijesni turistički resursi

Kulturno-povijesni spomenici i druga umjetnička djela te kulturne ustanove čuvaju, proučavaju, uređuju i preko izložbi predočavaju široj publici povijesne, umjetničke i etnografske vrijednosti.⁵⁶

Zagreb kao glavni i najveći grad Republike Hrvatske ima dugu povijest koja seže sve od 11. stoljeća kada se pojavljuju prvi pisani dokazi o njegovom postanku.⁵⁷

Od tada pa sve do danas, Zagreb je obogaćen raznim kulturno-povijesnim spomenicima od kojih su prema zadnjim TOMAS istraživanjima iz 2012. godine najčešće posjećeni oni u

⁵⁴ <https://park-maksimir.hr/o-parku/#> (03.04.2020.)

⁵⁵ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 147.

⁵⁶ Ibid, str. 148.

⁵⁷ <https://www.infozagreb.hr/o-zagrebu/zagreb-kroz-stoljeca> (22.08.2020.)

samome centru grada, jednim djelom zbog blizine i mogućnosti da se obiđu pješice, drugim djelom zbog razine atraktivnosti.

Tako možemo navesti da je od kazališta za Zagreb najznačajnije i najpoznatije Hrvatsko narodno kazalište, od muzeja je to Muzej Mimara, od crkvi crkva Sv. Marka te Katedrala... Kula Lotrščak, Kamenita vrata, Gornji grad su također svojom povijesnom atraktivnošću i značajem veoma posjećeni.

Cijeli centar Zagreba odiše poviješću pa su tako i stambene zgrade koje su od kulturno-povijesnog značaja.

Etnosocijalni turistički resursi

Etnosocijalni turistički resursi obuhvaćaju sve što čini život jednog naroda- narodne igre, pjesme, običaji, narodno graditeljstvo, nošnje, rukotvorine, kulinarske vještine, mentalitet ili druge socijalne osobine naroda.

Grupa tih resursa ima turističku vrijednost i može imati važnu ulogu u privlačenju zbog činjenice da su neke narodne umjetnosti i drugi oblici etničkih obilježja gotovo izumrli u većini razvijenih industrijskih zemalja.

Ova skupina turističkih resursa često je zanemarena, nerijetko i na rubu izumiranja. Navedeno se može spriječiti upravo turističkom valorizacijom i prezentacijom kod turista čime se stvara dobra osnova za mijenjanje često pogrešnih negativnih stavova i predrasuda o značajkama nekih naroda ili etničkih skupina, ali su i dobra osnova za očuvanje i bolje vrednovanje vlastita identiteta.⁵⁸

Grad Zagreb je poznat po šestinskoj narodnoj nošnji i šestinskom kišobranu.

Umjetnički turistički resursi

Umjetnički resursi su spomenici iz povijesnog i kulturnog razvoja nekog naroda te suvremena dostignuća u arhitekturi, likovnoj, glazbenoj i kazališnoj umjetnosti. Takvi resursi su ovisno o

⁵⁸ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 150.-151.

stupnju atraktivnosti, uglavnom dopunska ponuda u turizmu, a izuzetno u obliku manifestacija mogu djelovati kao i samostalni motivi turističke ponude.

Kada govorimo o ovakvoj vrsti turističkog resursa, posebno je pitanje njegova aktivacija i prezentacija budući da turisti borave relativno kratko u određenoj destinaciji, a i zbog specifičnosti pojedinih vrijednosti. Mnoge kulturne ustanove u kojima se čuvaju ovakve vrijednosti, prije svega imaju odgojno- obrazovnu funkciju, a zahvaljujući turizmu, imaju priliku proširiti svoj broj posjetitelja i na turiste te time biti dio turističke ponude.

Kulturne ustanove se dijele u 3 skupine:⁵⁹

- organizatori izložbi- u Zagrebu je to muzej Mimara, Arheološki muzej, Etnografski muzej, Hrvatski državni arhiv, Gliptoteka HAZU, Hrvatski muzej arhitekture HAZU, Hrvatski povijesni muzej, Hrvatski prirodoslovni muzej, muzej grada Zagreba, muzej ratne fotografije, Tehnički muzej Nikola Tesla, Etno art galerija, galerija hrvatske naivne umjetnosti, galerija Klovićevi dvori, HDLU- Dom hrvatskih likovnih umjetnika, Umjetnički paviljon
- organizatori priredbi- najpoznatiji su u Zagrebu Hrvatsko narodno kazalište, gradsko dramsko kazalište Gavella, gradska kazališta Komedija i Trešnja, satiričko kazalište Kerempuh, Teatar Exit, Zagrebačko kazalište lutaka, Zagrebačko kazalište mladih, koncertna dvorana Vatroslav Lisinski, Hrvatski glazbeni zavod, Dom sportova, Košarkaški centar Dražen Petrović
- organizatori obrazovanja- Pučko otvoreno učilište Zagreb, Centar za likovni odgoj Grada Zagreba, Centar za kulturu Trešnjevka.

Manifestacijski turistički resursi

Pod manifestacijskim turističkim resursima podrazumijevamo sve kulturne i druge manifestacije koje, uz odgojnu funkciju, povećavaju stupanj atraktivnosti jednog turističkog mjesta, regije ili zemlje u cjelini i time obogaćuju sadržaj boravka i stvaraju mogućnosti veće potrošnje turista.

Manifestacije kao i kulturne ustanove nisu osnovane radi turizma, ali turizam znatno utječe na njihov postanak, razvoj, vrijeme održavanja te kvalitetu.

⁵⁹ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 151.

Manifestacije prema vrsti možemo podijeliti na kulturne, sportske, zabavne, vjerske, znanstvene i gospodarske. U turizmu su najposjećenije sportske i zabavne manifestacije.⁶⁰

U Zagrebu se održavaju neke od sljedećih manifestacija:

- kulturne-Zagreb film festival, Ljetno kino Gradec, Smotra folklor;
- sportske- Zagrebački maraton, Snježna kraljica, Zagrebački noćni cener;
- zabavne- Međunarodni festival vatrometa, INmusic festival, Cest is d`best, Ljeto na Štrošu, Festival svjetla, Advent.

Ambijentalni turistički resursi

Ambijentalni turistički resursi su prostorne cjeline umjetno stvorene od strane čovjeka, a svojim izgledom, tehnikom izvedbe ili funkcijom za turiste su posebno privlačne. Rijetko mogu samostalno djelovati u privlačenju turista, ali imaju veliku turističku posjećenost stoga je i utjecaj na atraktivnost drugih resursa značajan.⁶¹

U Zagrebu ambijentalni turistički resurs predstavlja Gornji grad ili Gradec-povijesna jezgra Zagreba koju, baš zbog svog značaja za grad, posjećuju mnogobrojni turisti. Zasnovana u srednjem vijeku, sve do 19. stoljeća činila je, zajedno s Kaptolom, središnje urbanizirano područje grada Zagreba. Na području Gornjeg grada nalaze se brojne kulturno-povijesne znamenitosti, a brojni parkovi upotpunjuju njegov izgled i privlače velik broj posjetitelja.

4.3. Analiza turistički receptivnih kapaciteta (2010-2019.)

Receptivno turističko tržište je dio tržišta na kojemu je koncentrirana turistička ponuda.⁶² Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba.⁶³

⁶⁰ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 151.-152.

⁶¹ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 153.

⁶² Ibid, str. 52.

⁶³ Ibid, str. 61.

Pod pojmom receptivnih kapaciteta podrazumijevamo sve objekte koji služe za prihvatanje posjetitelja određene turističke destinacije te zadovoljenje njihovih potreba. Prihod ostvaruju na temelju turističke potrošnje.

Turistički receptivne kapacitete čine sljedeći objekti ugostiteljstva:

- Hotelijerstvo- objekti koji pružaju uslugu smještaja: hoteli, hotelska baština, aparthotel, turističko naselje, kampovi, hosteli, odmarališta, sobe, apartmani...
- Restauraterstvo- objekti koji pružaju usluge prehrane i točenja pića: restorani, snack-barovi, fast-food restorani, pečenjarnice, pizzerie...
- Kavanarstvo- objekti koji pružaju usluge točenja pića

Uz objekte ugostiteljstva pojavljuju se i objekti pratećih usluga kao što su sportski tereni, wellnes centri, zabavni i tematski parkovi, casino, noćni klubovi i slično. ⁶⁴

4.3.1. Obujam, struktura i prostorni razmještaj smještajnih kapaciteta

Obujam smještajnih kapaciteta u Zagrebu podrazumijeva broj smještajnih kapaciteta na tome području prikazan kroz broj objekata, soba i postelja, dok se struktura odnosi na vrste smještajnih kapaciteta u kojima odsjedaju turisti.

Tablica 12: Obujam i struktura smještajnih kapaciteta u Zagrebu, 2010.-2019.

		Broj objekata	Broj soba	Broj postelja
2010.	UKUPNO 2010.	68	6.045	12.207
	Hoteli	45	3.759	6.696
	Sobe za iznajmljivanje	3	35	68
	Hosteli	9	232	716
	Ostali objekti za smještaj	11	1.830	4.321
	Kućanstva-sobe, apartmani, kuće za odmor	0	189	406
2011.	UKUPNO 2011.	69	6.110	11.888
	Hoteli	45	3.886	6.829
	Sobe za iznajmljivanje	3	35	66
	Hosteli	9	246	760

⁶⁴ <https://www.scribd.com/doc/248701164/Ugostiteljska-Djelatnost-Smje%C5%A1taj-i-Prate%C4%87e-Usluga> (22.08.2020.)

	Ostali objekti za smještaj	12	1.721	3.701
	Kućanstva-sobe, apartmani, kuće za odmor	0	242	532
2012.	UKUPNO 2012.	88	5.189	11.000
	Hoteli	48	3.831	6.660
	Sobe za iznajmljivanje	8	48	97
	Hosteli	19	326	1.141
	Ostali objekti za smještaj	13	623	2.319
	Kućanstva-sobe, apartmani, kuće za odmor	0	361	783
2013.	UKUPNO 2013.	133	6.444	14.124
	Hoteli	50	3.998	7.249
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	50	264	709
	Objekti u kućanstvima (sobe za iznajmljivanje, apartmani, kuće za odmor)	0	385	1.160
	Hosteli	24	398	1.736
	Ostali objekti za smještaj	9	1.399	3.270
2014.	UKUPNO 2014.	162	5.610	13.146
	Hoteli	50	3.871	7.071
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	64	233	656
	Objekti u kućanstvima (sobe za iznajmljivanje, apartmani, kuće za odmor)	0	533	1.715
	Hosteli	38	536	2.169
	Ostali objekti za smještaj	10	437	1.535
2015.	UKUPNO 2015.	196	6.164	14.719
	Hoteli	50	3.906	7.375

	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	94	306	889
	Objekti u kućanstvima (sobe za iznajmljivanje, apartmani, kuće za odmor)	0	710	2.420
	Hosteli	42	575	2.304
	Ostali objekti za smještaj	10	667	1.731
2016.	UKUPNO 2016.	192	5.045	15.429
	Hoteli i slični smještaj	56	3.898	7.831
	Hoteli	51	3.612	7.235
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	92	442	5.047
	Hosteli	41	588	2.056
	Ostali smještaj	3	117	495
2017.	UKUPNO 2017.	323	5.261	17.012
	Hoteli i slični smještaj	60	4.037	8.076
	Hoteli	54	3.739	7.440
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	213	562	6.578
	Hosteli	46	633	2.287
	Ostali smještaj	4	29	71
2018.	UKUPNO 2018.	337	5.541	18.560
	Hoteli i slični smještaj	66	4.278	8.338
	Hoteli	60	3.791	7.191
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	227	641	7.960
	Hosteli	44	622	2.262
	Ostali smještaj	0	0	0
2019.	UKUPNO 2019.	352	5.840	19.551
	Hoteli i slični smještaj	67	4.530	8.768
	Hoteli	60	4.099	7.738

Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	242	709	8.586
Hosteli	43	601	2.197
Ostali smještaj	0	0	0

Izvor: Grad Zagreb, službene stranice (preuzeto 24.08.2020.)

U Tablici 12 prikazan je obujam i vrsta smještajnog kapaciteta kroz desetogodišnje razdoblje. U navedenom razdoblju podjela smještajnih objekata se razlikovala kroz nekoliko godina pa je tako od 2010. do 2012. godine podjela smještajnih objekata na kolektivne i smještajne kapacitete. U kolektivne smještajne kapacitete ubrojeni su hoteli (razvrstani po broju zvijezdica), sobe za iznajmljivanje, hosteli i ostali objekti za smještaj (turistički apartmani, pansioni, kampovi, apartmani, studio apartmani, prenoćišta, učenički i studentski domovi te spavaći i kušet- vagoni) dok su u privatne smještajne kapacitete ubrojena kućanstva- sobe, apartmani i kuće za odmor. Od 2013. do 2015. podjela smještajnih kapaciteta je pojednostavljena na hotele, sobe za iznajmljivanje, apartmane, studio – apartmane, kuće za odmor, objekte u kućanstvima (sobe za iznajmljivanje, apartmane, kuće za odmor), hostele te ostale objekte za smještaj (aparthoteli i integralni hoteli, prenoćišta, gostionice s pružanjem usluga smještaja, planinarski domovi, učenički i studentski domovi, spavaći i kušet-vagoni, kampovi i prostori za kampiranje). Od 2016. do 2019. godine podjela smještajnih objekata je na hotele i sličan smještaj (hoteli, aparthoteli, integralni hoteli, hoteli baštine i hoteli posebnog standarda), hotele, sobe za iznajmljivanje, apartmane, studio- apartmane, kuće za odmor koje se nalaze u kućanstvima i seljačkim kućanstvima, hostele i ostali smještaj u koji su ubrojeni spavaći i kušet- vagoni, gostionice s pružanjem usluga smještaja, prenoćišta, planinarski domovi, kampovi i prostori za kampiranje. Broj postelja uključuje stalne i pomoćne postelje. Radi lakšeg snalaženja u tablici, u razdoblju od 2010. do 2012. je pojednostavljen prikaz i prilagođen ostalim godinama u promatranom desetogodišnjem razdoblju. Od 2018. godine u priopćenju grada Zagreba nema zadnje stavke Ostali smještaj jer su pod stavkom Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio- apartmani, kuće za odmor obuhvaćene sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u kojima su uslugu smještaja pružili ugostitelji (pravna ili fizička osoba), kućanstva, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, prenoćišta i gostionice s pružanjem usluge smještaja.

Kao što je vidljivo iz prikazane tablice, stanje smještajnih kapaciteta gledano je kroz desetogodišnje razdoblje u kojemu je s godine 2016. na 2017. vidljiv nagli skok u porastu

broja smještajnih kapaciteta sa 192 na 323 objekta. Razlog tome je porast broja soba za iznajmljivanje, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor.

Od vrsta smještajnih kapaciteta, unazad nekoliko godina najviše je soba za iznajmljivanje, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor te oni od 2017. godine značajno premašuju broj hotela. Hoteli imaju najveći broj postelja kroz gledano razdoblje.

Posebno zanimljivo kretanje imaju hosteli čiji broj je od 2010. godine s 9 objekata narastao 2017. na 46. Nakon te godine broj hostela opada te 2019. godine iznosi 43.

S obzirom da broj turista u gradu Zagrebu konstantno raste, mnogi u Zagrebu šansu za zaradu vide upravo u otvaranju hostela i privatnih apartmana. U samo 5 godina broj hostela se učetverostručio.

Nagli porast broja hostela je zbog veće koncentracije hostela na području grada Zagreba, doveo do pada zarade od iznajmljivanja soba u ovakvoj vrsti smještajnog objekta. Uz to, jedan hostel u kojemu je noćenje jeftinije plaća jednaku boravišnu pristojbu od 7,00 HRK kao i hoteli koji znatno više zarađuju. Hosteli u vlasništvu Zagreba te državni hosteli diljem zemlje plaćaju pristojbu upola manje, što dovodi privatne hostele u loš položaj.

Zbog naglog porasta broja hostela, osnovano je „Udruženje hostelijera Zagreb“ kako bi se privatni hostelijeri mogli udružiti i lakše nastupiti na globalnom tržištu hostela.⁶⁵

Što se tiče prostornog razmještaja smještajnih kapaciteta, većina je, kako je to i uobičajeno, koncentrirana u centru Grada te uz veće prometnice, lako dostupna javnim prijevozom. Većina hotela smješteno je u centru Grada, dok se u okolici izmjenjuju hosteli i privatni smještaj. Oko centra i u njegovoj okolici cijene su više, a odmičući se od centra cijene se smanjuju.

⁶⁵ <https://www.index.hr/vijesti/clanak/Naglo-povecanje-broja-hostela-u-Zagrebu-dovelo-do-problema-Sad-na-kraju-svi-zaradujemo-manje/764657.aspx> (22.08.2020.)

4.3.2. Prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta

Prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta značajan je skup statističkih podataka iz kojih se može doći do korisnih pokazatelja poput:

- trenda dolazaka turista (rast ili pad)
- koje vrste smještaja turisti preferiraju
- potreba za izgradnjom novih smještajnih kapaciteta (ukupnog smještajnog kapaciteta ili specifične vrste smještaja).

Tablica 13: Prikaz iskorištenosti smještajnih kapaciteta u Zagrebu, 2016.-2019.

		Broj objekata	iskorištenost kapaciteta %
2016.	UKUPNO 2016.	192	36,6
	Hoteli i slični smještaj	56	46,0
	Hoteli	51	45,6
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	92	24,6
	Hosteli	41	34,0
	Ostali smještaj	3	21,8
2017.	UKUPNO 2017.	323	38,0
	Hoteli i slični smještaj	60	50,4
	Hoteli	54	49,5
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	213	26,8
	Hosteli	46	26,6
	Ostali smještaj	4	23,1
2018.	UKUPNO 2018.	337	40,2
	Hoteli i slični smještaj	66	52,3
	Hoteli	60	53,2
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	227	30,4
	Hosteli	44	30,3
2019.	UKUPNO 2019.	352	41,2

	Hoteli i slični smještaj	67	54,9
	Hoteli	60	56,2
	Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	242	30,2
	Hosteli	43	29,3

Izvor: Zagreb, službene stranice (preuzeto 22.08.2020.)

U Tablici 13 za prikaz prosječne iskorištenosti kapaciteta uzeto je četverogodišnje razdoblje od 2016. do 2019. godine zbog lakše usporedbe, budući da su se kao što je navedeno i u prethodnom potpoglavlju smještajni objekti kroz desetogodišnje razdoblje različito klasificirali. Kao što je vidljivo iz gornje tablice, u zadnje 4 godine, s porastom broja hotela rasla je i njihova popunjenost. U suprotnosti sa time su hosteli čiji broj se smanjio kroz gledano razdoblje. Godine 2016. 41 hostel broji 34% popunjenosti postelja, u 2017. godini raste broj hotela na 46, ali pada popunjenost na 26,6%. Razlog tome je zasićenost tržišta hostelima te porast broja privatnog smještaja što je uzrokovalo podjelu posjetitelja na navedene kategorije. Godina 2018. bilježi nešto bolju sliku popunjenosti. Hostela je za dva manje ali je zato popunjenost porasla na 30,3%. Godine 2019. se ponovo smanjuje broj hotela za jedan i s time proporcionalno njegova popunjenost na 29,3%.

4.3.3. Pregled ostalih važnih turistički receptivnih kapaciteta

Kao što je navedeno u uvodu potpoglavlja 4.3., uz receptivne kapacitete orijentirane na pružanje usluge smještaja, tu su i ostali receptivni kapaciteti čija je svrha popunjavanje turističke ponude grada. U ovu kategoriju uvršteni su objekti koji pružaju usluge prehrane i točenja pića (restorani, snack-barovi, fast-food restorani, pečenjarnice, pizzerie...) te objekti koji pružaju isključivo usluge točenja pića.

Grad Zagreb ima bogatu gastronomsku ponudu te osim tradicionalne kuhinje, mogu se naći i restorani ostalih nacionalnosti- talijanski, japanski, korejski, francuski, kineski, indijski, meksički i španjolski. Osim toga Zagreb nudi bezglutenske, riblje, vege i fast food restorane.⁶⁶

⁶⁶ <https://www.infozagreb.hr/lifestyle/gastronomija/restorani/nacionalni> (22.08.2020.)

Stranica Gastronom.hr, najveća hrvatska baza restorana i recepata, broji 565 ugostiteljskih objekata na području grada Zagreba.⁶⁷

10 najboljih restorana u Zagrebu prema ocjenama gostiju na Tripadvisoru su:

- Heritage- Croatian food
- Roots juice & cocktail bar
- Zinfandel`s
- Japanski restoran Tekka
- Curry bowl
- Le Mika bistro by Makarun
- Vagabund
- Dubravkin put
- Le Bistro Esplanade
- Pri Zvoncu.⁶⁸

U gastronomsku ponudu Zagreba, uz vinoteke i restorane, mogu se uvrstiti i slastičarnice u kojima se od davnih vremena osjeti utjecaj bečke kuhinje. Zagreb broji 30-ak modernih i tradicionalnih slastičarnica od kojih je najpoznatija zagrebačka slastičarnica Vincek otvorena 1977. godine.⁶⁹

4.4. SWOT analiza aktualne turističke ponude

Analiza okruženja ili okoline podrazumijeva istraživanje svih važnijih karakteristika kako vanjskog tako i unutarnjeg okruženja sa svrhom identifikacije strateških čimbenika koji mogu odrediti budućnost poduzeća. Analiza okruženja i identifikacija strateških čimbenika može se sagledati kao potpora odlučivanju kod formulacije strategije te se provodi na samom početku procesa strateškog menadžmenta. SWOT analiza je sredstvo za analizu situacije poduzeća. Njome se identificiraju ključni čimbenici iz vanjskog okruženja koji se prepoznaju kao prilike ili prijetnje i čimbenici iz unutarnjeg okruženja, a mogu se opisati kao snage ili slabosti.⁷⁰

⁶⁷ <https://www.gastronaut.hr/restorani/zagreb-i-zagrebacka-zupanija/zagreb-10000/> (22.08.2020.)

⁶⁸ <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/najbolji-restorani-u-zagrebu-tripadvisor/> (22.08.2020.)

⁶⁹ <https://www.vincek.com.hr/O-nama/> (22.08.2020.)

⁷⁰ Gonan Božac, M. (2008.), SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike. Economic research - Ekonomska istraživanja, Vol. 21 No. 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/21453> (22.08.2020.)

Snage su pozitivni unutarnji čimbenici koji se mogu iskoristiti za ostvarenje strateških ciljeva, a slabosti ukazuju na područja i resurse unutar turističke ponude koji predstavljaju razvojne izazove te se trebaju unaprijediti/osnažiti u perspektivi razvojnog planiranja. Prilike i prijetnje predstavljaju čimbenike iz vanjskog okruženja koji mogu pozitivno, odnosno negativno utjecati na razvoj. Identificirane slabosti i prijetnje ukazuju na razvojne probleme i potrebe turističke ponude, a snage i prilike predstavljaju razvojne potencijale.⁷¹

Pri izradi SWOT analize aktualne turističke ponude grada Zagreba korišten je plan „Razvojna strategija grada Zagreba za razdoblje do 2020. godine“ preuzet na službenim stranicama grada Zagreba.

Tablica 14: SWOT analiza aktualne turističke ponude grada Zagreba

SNAGE (Strengths)	SLABOSTI (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - bogato povijesno i kulturno naslijeđe - niske cijene smještaja - koncentracija poslovnih subjekata/poduzetnika - dobra pokrivenost urbanog gradskog područja komunalnom infrastrukturom - dobra prostorna pokrivenost sustavom javnog prijevoza - raznolikost prirodne osnove - graditeljska baština - raznovrsnost i očuvanost prirodnih resursa: savski vodonosnik, šume, poljoprivredno tlo - znatna prostorna zastupljenost prirodnih i krajobraznih vrijednosti: Park prirode Medvednica, aluvijalna ravnica Save, Vukomeričke gorice, 	<ul style="list-style-type: none"> - slaba promocija kulturne i prirodne baštine (npr. mala posjećenost muzeja) - nedovoljno održavanje graditeljske baštine, posebice povijesne jezgre grada - nepostojanje integriranog sustava javnog putničkog prijevoza Zagreba i okolice - slaba prisutnost i promocija manifestacija - zapošljavanje stranog kadra u ljetnoj sezoni - nedostatan broj, dotrajnost i neravnomjerna raspodjela postojećih sportskih i rekreativnih objekata - nedovoljno korištenje željezničkog, Park&Ride i Bike & Ride prometa

⁷¹https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/gu%20za%20strategijsko%20planiranje/Razvojna%20strategija%20Grada%20Zagreba_SGGZ_18-17.pdf (22.08.2020.)

<ul style="list-style-type: none"> - park-šume urbanog područja Grada - relativno dobri pokazatelji kvalitete okoliša, u cjelini i pojedinih sastavnica - uspostavljen sustav zaštite i očuvanja prirodne i kulturne baštine 	<ul style="list-style-type: none"> - slaba protočnost individualnog i javnog prometa - nedovoljno korištenje vrijednosti kulturne baštine i i prirodnih resursa za održivi razvoj
PRILIKE (Opportunities)	PRIJETNJE (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ulaskom države u EU pojavljuju se nove prilike što se tiče financiranja izgradnje i obnove turističke ponude - sve veća osviještenost o zaštiti okoliša što dovodi do pojave raznih međunarodnih programa i projekata kao izvora financiranja - proširenje ponude noćnog života i organiziranje više koncerata i manifestacija za mlade kako bi se privukli mlađi turisti - organizacija međunarodnih sportskih i kulturnih događanja - svjetski trendovi porasta potražnje za urbanim, kulturnim, kongresnim, zdravstvenim i agro-turizmom - planovi za razvoj integriranoga javnog prijevoza Grada Zagreba i okolnih županija - planovi održive urbane mobilnosti - razvijanje i povezivanje ruralnog prostora kao poljoprivrednog, ekološkog, krajobraznog i turističkog potencijala u područje Grada - revitalizacija vrijednih građevina industrijske arhitekture i njihovo 	<ul style="list-style-type: none"> - rizik od potresa - nedostatak sredstava za obnovu i zaštitu povijesnog dijela grada- propadanje graditeljske baštine - širenje grada bez urbanističkog plana - pretjerana izgradnja i nagrđivanje povijesnog centra grada sa modernim zgradama- gubitak identiteta grada - konkurencija drugih europskih gradova u apliciranju i korištenju sredstava EU fondova - globalna i nacionalna gospodarska kriza te opća kriza vrijednosti - ovisnost razvojnih strategija, projekata i programa o političkim promjenama i političkoj volji u Gradu i državi - administrativne barijere prilikom ulaganja u razvoj poduzetništva - konkurencija drugih europskih gradova u tržišnom natjecanju - ugroženost prirodnih resursa prenamjenom i eksploatacijom - nezadovoljavajuća koordinacija u planiranju i izgradnji prometne infrastrukture

uključivanje u kulturnu i turističku ponudu grada putem EU fondova - uključivanje u fondove potpore i proširivanje tržišta za ekološku proizvodnju, agroturizam, ruralni kulturni krajobraz i slično	
---	--

Izvor: Zagreb, službena stranica (22.08.2020.)

4.5. Trendovi u izgradnji prometnih i smještajnih kapaciteta

- *Trendovi u izgradnji prometnih kapaciteta*

Promet je vrlo važan čimbenik razvoja turizma i turizam bez njega ne može funkcionirati. Stupanj razvijenosti prometa u nekoj destinaciji može unaprijediti ili ograničiti razvoj određene turističke destinacije stoga je potrebno imati jasno definiranu prometnu politiku uz pomoć koje će se ostvariti zadani ciljevi.

Zagreb se kao glavni grad nosi sa sve većim broja stanovnika, mnogi poduzetnici žele otvoriti poduzeća upravo u glavnome gradu, porast broja posjetitelja. Zbog toga dolazi do preoprećenosti, a promet ne ide u korak sa razvojem samoga grada i njegovih potreba. Gradski ured za stratejsko planiranje i razvoj Grada je u kolovozu 2017. objavilo „Razvojnu strategiju grada Zagreba za razdoblje do 2020. godine“ u kojoj je istaknuto niz nedostataka, ali i rješenja za navedeno razdoblje.

U nastavku je navedeno nekoliko razvojnih problema s kojima se u 2020. godini nosi Grad, a koji se tiču i razvoja turizma:

- nedovoljno propusna i nekompletna cestovna mreža Grada
- nepostojanje centralne koordinacije semaforiziranih raskrižja
- slaba cestovna povezanost pojedinih područja zagrebačke županije međusobno uzrokuje povećani tranzit na području Zagreba
- pretežito zastarjela željeznička infrastruktura, sav promet (uključujući teretni) prolazi kroz središte grada, nedovoljno učešće željeznice u prigradsko- gradskom prometu

- nepostojanje integriranog sustava javnog prijevoza grada i okolnih županija
- spor javni prijevoz, samo djelomično dostupan osobama s teškoćama u kretanju
- nedovoljno razvijen biciklistički promet
- relativno visok stupanj motorizacije, nedovoljan broj parkirališnih mjesta
- neodgovarajuća povezanost putničkog terminala Zračne luke Zagreb sa središtem Zagreba
- Željezničko cestovni kontejnerski terminal na neodgovarajućoj lokaciji
- uska grla u motornom prometu, odnosno nedostatan kapacitet prometnica i prometnih raskrižja
- prevelik robni cestovni promet u odnosu na željeznički
- zastarjelost objekata i opreme željezničkih stajališta i kolodvora
- zastarjelost voznog parka i opreme prijevoznika u putničkom prijevozu.⁷²

S obzirom na navedene prometne nedostatke, u Zagrebu se posljednjih nekoliko godina radilo na popravcima i uređenju gradskih cesta, otvorena je nova ZET linija 290 Velika Gorica-Kvaternikov trg koja prolazi kraj zračne luke Zagreb i na taj način povezuje zračnu luku sa centrom grada.

Godine 2018. je na području nekadašnjeg kompleksa TŽV Gredelj u Strojarskoj ulici na zagrebačkom Trnju otvoreno novo parkiralište površine 7000 četvornih metara s 500 parkirnih mjesta.⁷³

Početak 2018. godine završen je šestogodišnji glavni pregled svih zagrebačkih mostova kojim je dijagnosticirano njihovo stanje, utvrđene su slabosti, nedostaci i slično te su procijenjeni grubi troškovi potrebne sanacije. U skladu s time je obnovljen Most slobode te se trenutno radi rekonstrukcija Mosta mladosti.⁷⁴ Krajem 2018. godine zatvoren je remetinečki rotor čija je rekonstrukcija trajala do 2020. godine. Promet je pušten sredinom 2020. godine. Od 2013. godine sustav javnih gradskih bicikala Nextbike koji je dostupan u brojnim europskim i svjetskim metropolama, je prisutan i u Zagreb te se od tada prema informacijama sa stranice turističke zajednice grada Zagreba bicikli mogu unajmiti kod još 7 ponuđača.⁷⁵ Iz

⁷²https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/gu%20za%20strategijsko%20planiranje/Razvojna%20strategija%20Grada%20Zagreba_SGGZ_18-17.pdf (22.08.2020.)

⁷³ <https://www.poslovni.hr/hrvatska/foto-zagreb-dobio-novi-veliki-parking-dnevna-karta-10-kuna-342613> (22.08.2020.)

⁷⁴ <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/grad-zagreb-objavio-da-su-svi-mostovi-pregledani---563971.html> (22.08.2020.)

⁷⁵ <https://www.infozagreb.hr/planiranje-putovanja/kretanje-po-gradu/rent-a-bike> (22.08.2020.)

svoga navedenog vidljivo je da unatoč brojnim nedostacima u prometu, u skladu sa „Razvojnou strategijou Grada Zagreba“, unazad nekoliko godina postignut je pozitivan trend u izgradnji prometnih kapaciteta koji bi se u slijedećih nekoliko godina trebao nastaviti.

- ***Trendovi u izgradnji smještajnih kapaciteta***

S porastou broja posjetitelja, odnosno porastou turističke potražnje, očekuje se trend porasta turističke ponude kao odgovor na nastalu situaciju na tržištu. Smještajni kapaciteti su bitan dio turističke ponude te se u budućnosti očekuje otvaranje novih objekata za prihvata posjetitelja.

Razvoj svih vrsta smještajne ponude, bilo kroz izgradnju novih ili rekonstrukciju postojećih smještajnih kapaciteta, podrazumijeva uređenje dodatnih sadržaja kao što su bazeni, wellness ponuda, sportsko-rekreativni i zabavni sadržaji, sadržaji za djecu, sadržaji za održavanje poslovnih sastanaka i konferencija i sl., pri čemu posebnu pozornost treba dati očuvanju izvorne arhitekture u slučajevima gdje je to stručno i ekonomski opravdano.⁷⁶

U potpoglavlju 4.3.1. Obujam, struktura i prostorni razmještaj smještajnih kapaciteta, prikazana je vrsta i broj objekata gledanih kroz desetogodišnje razdoblje.

Iz navedenog je vidljivo da rast broja hotela stagnira ili se neznatno povećava. Broj hostela naglo raste, doživljava svoj vrhunac nakon kojeg se taj broj smanjuje. Razlog tome je preveliki i nagli rast takve vrste objekata, potražnja se raspršuje i nema je dovoljno za sve. Nagli porast broja objekata bilježe i sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio- apartmani i kuće za odmor, ali za razliku od hostela, nakon naglog skoka u broju takvih objekata, trend rasta se nastavlja i do danas te se po pitanju rasta očekuje i dalje takav trend.

4.6. Trendovi u izgradnji ostalih turistički receptivnih kapaciteta

Uz smještajne kapacitete, za privlačenje većeg broja posjetitelja bitni su i ostali ugostiteljski kapaciteti spomenuti ranije u potpoglavlju 4.3.

⁷⁶ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2013_05_55_1119.html (23.08.2020.)

Za Zagreb se može reći da je grad bogate gastronomske tradicije i ponude te se u skladu s time očekuje trend rasta u izgradnji takve vrste receptivnih kapaciteta. Upravo su ti receptivni kapaciteti oni koji nadopunjuju smještajne kapacitete.

Ovdje je važno spomenuti i objekte pratećih usluga budući da oni dodatno nadopunjuju turističku ponudu Grada. U objekte pratećih usluga uvrštavamo sportske terene, wellness centre, zabavne i tematske parkove, casino, noćne klubove i slično.

U Zagrebu ne nedostaju noćni klubovi i može se reći da ima bogat noćni život. Ono što Zagrebu nedostaje su sportski tereni kao što je golf teren, veliki specijalizirani wellness centri, a ne samo oni u sklopu hotela. S obzirom da brojni europski gradovi imaju zabavne i tematske parkove, Zagreb bi mogao u skoroj budućnosti otvoriti tako nešto po uzoru na svoju konkurenciju.

Moglo bi se reći da Zagreb po pitanju izgradnje ugostiteljskih receptivnih kapaciteta napreduje i bilježi se trend rasta, što se ne može reći za ostale turističke receptivne kapacitete koji su zanemareni, a isto tako su bitni u turističkoj ponudi.

Receptivni turistički kapaciteti koji su ranije navedeni bi imali funkciju privlačenja drugačijih turista, zainteresiranih za takvu vrstu sadržaja te smatram da bi Zagreb u bližoj, ali i daljoj budućnosti trebao poraditi na izgradnji takve vrste sadržaja.

4.7. Uloga institucija u razvoju i promociji turističke ponude

Institucije uključene u razvoj i promociju turističke ponude dijele se na nekoliko razina:

- državna- Ministarstvo turizma
- društvena- Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica grada Zagreba, neprofitne društvene organizacije
- gospodarska- Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora
- strukovna- UPUHH (Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske), KUH (Kamping udruga Hrvatske), UHPA (Udruga hrvatskih putničkih agencija) i sl.⁷⁷

⁷⁷ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 94.

Najveću ulogu u razvoju i promociji turističke ponude grada Zagreba imaju Ministarstvo turizma i Turistička zajednica grada Zagreba.

Prema Zakonu o ustrojstvu i djelokrugu tijela državne uprave (NN 85/20) članak 13 „Ministarstvo turizma i sporta obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, Strategiju razvoja hrvatskog turizma; razvoj i investicije u turizmu; razvitak zdravstvenog, kontinentalnog, nautičkog, kongresnog, pustolovnog, kulturnog, omladinskog i drugih selektivnih oblika turizma; unapređivanje i razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu; stratešku podršku unaprjeđenju i podizanju kvalitete svih smještajnih oblika u turizmu, podršku investitorima te promicanje održivog razvoja turizma, sanacijske programe u vezi s restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, razvoj turističke infrastrukture, nadzor sustava turističkih zajednica; djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata; ...“⁷⁸

Zakonom o turističkim zajednicama određeno je da su turističke zajednice pravne osobe koje se osnivaju radi unaprjeđenja i promicanja hrvatskog turizma. Turistička zajednica grada Zagreba zadužena je za poticanje razvoja i unaprjeđenje postojećeg turističkog proizvoda na području grada Zagreba, promoviranje turističkog proizvoda te razvijanje svijesti o važnosti turizma i potrebi očuvanja okoliša.⁷⁹

Godine 2016. od strane Horwath i Horwath Consulting izrađen je „Strateški i operativni marketinški plan TZGZ 2017.-2020.“ u kojemu je analizirano trenutno stanje, profil i performanse destinacije Zagreb, provedene marketinške aktivnosti 2013.-2015., trendovi u turizmu gradova te strateški okvir turističke destinacije.

Neki od ključnih uspjeha u području realiziranja marketinških aktivnosti i djelovanja TZGZ uključuju- aplikaciju Zagreb Be There, blog Love Zagreb, Zagreb Summer Tour kampanja, snimanje emisije Britain`s Next Top Model u Zagrebu, suradnja s Turkish Airlinesom, poboljšanje pozicioniranja na ICCA ljestvici, nekolicina kongresa asocijacija te Dvorišta i Zagrebački vremeplov kao primjeri uspješnog razvoja proizvoda.⁸⁰

⁷⁸ <https://mint.gov.hr/o-ministarstvu/9> (23.08.2020.)

⁷⁹ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 100.

⁸⁰ <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/strateskioperativniplan.pdf> (23.08.2020.)

4.8. Očekivane kratkoročne i dugoročne promjene u strukturi ponude

Analizirajući desetogodišnje razdoblje u turizmu grada Zagreba, može se reći da Grad ostvaruje nevjerojatne rezultate i svake godine bilježi rekordan broj posjetitelja. Iako se do sada Zagreb već pozicionirao kao europski grad s bogatom tradicijom i kulturom koji vrijedi posjetiti, ipak detaljnom analizom strukture i karakteristika turističke ponude mogu se uočiti određene manjkavosti, a zatim i prilike u proširenju ponude.

Smatram da se kratkoročne promjene u strukturi ponude odnose na kraće razdoblje za narednih 3 do 5 godina. U tome razdoblju moguće je otvaranje novih smještajnih objekata i objekata za posluživanje hrane i pića te popratnog sadržaja kao što su noćni klubovi, trgovački centri, specijalizirani wellnes centri i slično te održavanja raznih manifestacija, festivala, koncerata, izložbi i sportskih događanja. Ovakve kratkoročne promjene zahtjevaju manje investicije i nadopuna su već postojećoj ponudi u vidu raznovrsnosti.

Dugoročne promjene su one na kojima bi Grad trebao više poraditi, a za sobom povlače veće financijske izdatke, suradnju privatnog i javnog sektora te raznih institucija. Ovakve promjene bi na duži period donijele visoke rezultate na području turizma za grad Zagreb.

Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada je u prosincu 2017. godine izdalo dokument „Urbana aglomeracija Zagreb- strategija razvoja urbane aglomeracije Zagreb za razdoblje do 2020. godine“ kojim je analizirano trenutno stanje te razrađen detaljan plan sa prijedlozima strateških projekata koji imaju značajan doprinos razvoju turističke ponude Grada.

Neki od strateških projekata koji se tiču razvoja turističke ponude Grada su sljedeći:

1. Integrirani prometni sustav za Grad Zagreb, Zagrebačku i Krapinsko-zagorsku županiju
2. Program Sava
3. Tračnička veza Grad Zagreb – Međunarodna zračna luka Zagreb – Velika Gorica
4. Greenway – državna biciklistička ruta br. 2

5. Žičara Sljeme (s istraživanjem trase prema naseljima u podnožju sjevernih obronaka Medvednice, npr. Bistra, Donja Stubica)

Smatram da su posebno zanimljivi projekti Program Sava, Greenway te Žičara Sljeme jer bi pokrili područje u koje turizam Grada za sada nije zalazio. Programom Sava ostvario bi se preduvjet za održivi razvoj savskog zaobalja, razvoj održive rekreacije i turizma na i uz rijeku, otvaranje novih ugostiteljskih objekata i popratnog sadržaja. Projektom Greenway unaprijedila bi se i povezala gradska, regionalna i državna biciklistička mreža što bi pogodovalo razvoju cikloturizma. Projekt Žičara Sljeme omogućio bi lakšu dostupnost vršnog područja Parka prirode Medvednica, unaprijedila bi se atraktivnost lokaliteta, izgradili održivi oblici ponude, povećao sportsko-rekreativni potencijal, a omogućio bi se i razvoj zdravstvenog turizma.⁸¹

⁸¹<https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/gu%20za%20strategijsko%20planiranje/Strategija%20razvoja%20Urbane%20aglomeracije%20Zagreb.pdf> (22.08.2020.)

5. ZAKLJUČAK

Grad Zagreb je kulturno, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte Republike Hrvatske. Predstavlja jedan od najvažnijih prometnih raskrižja Europe gdje se križaju europski prometni pravci od zapada prema jugoistoku Europe i Bliskom Istoku te od istočnih dijelova srednje Europe i Baltika prema Sredozemlju. Budući da se u Zagrebu zadnjih deset godina turizam intenzivno razvija moglo bi se reći da je Zagreb postao i turističko središte kontinentalne Hrvatske.

Podijeljen je u 17 gradskih četvrti sa 218 mjesnih odbora. Prema najnovijim podacima sa Državnog zavoda za statistiku, sredinom 2017. godine u Zagrebu je živjelo 802.762 stanovnika odnosno 19,46% od ukupnog broja stanovnika Republike Hrvatske. Grad Zagreb najjače je gospodarsko središte Hrvatske u kojem se ostvaruje oko trećine nacionalnog BDP-a, pri čemu se udio BDP-a Grada povećao s 33,3% u 2010. godini na 34,1% u 2017. godini.

Osim što je najjače gospodarsko središte Hrvatske, u zadnjih 10 godina može se pohvaliti s veoma povoljnom turističkom slikom. Mjesec kolovoz je po broju dolazaka i noćenja najposjećeniji mjesec, dok najmanje turista broji mjesec siječanj. Najviše gostiju odsjedalo je u hotelima, a prema načinu dolaska su zastupljeniji individualni dolasci u vlastitoj organizaciji. Prosječan broj godina turista je 40, a najčešći posjetitelji su iz susjedne Italije i BiH te Njemačke. Najmanja posjećenost je iz skandinavskih zemalja te Irske. Motivacija za dolaskom turista je kratak odmor, nova iskustva i doživljaji, zabava te upoznavanje kulturnih znamenitosti grada. Na temelju prethodno navedenih rezultata, sa sigurnošću se može reći da se kratkoročno i dugoročno očekuje konstantan porast broja turista.

Razlog tome je, između ostalog, bogata turistička atrakcijska osnova na kojoj Zagreb temelji svoju ponudu. Turiste osim brojnih kulturno-povijesnih objekata smještenih u centru Grada, privlače i brojne manifestacije koje se održavaju tijekom cijele godine. Jedna od takvih je Advent po kojemu je Zagreb postao poznat diljem Europe. Od prirodnih turističkih resursa, Zagreb ima park prirode Medvednicu i vrh Sljeme koji su jednako atraktivni ali nažalost nedovoljno iskorišteni.

Turistički receptivne kapacitete grada Zagreba čine objekti koji pružaju uslugu smještaja, objekti koji pružaju usluge prahrane i točenja pića te objekti koji pružaju isključivo usluge točenja pića. Najviše je soba za iznajmljivanje, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor, dok hoteli broje najveći broj postelja. Broj hostela je porastao u 2017. godini, ali od tada dvije godine za redom pada zbog tržišne zasićenosti ovakvom vrstom smještaja.

Gledajući cjelokupnu turističku ponudu, grad Zagreb ima bogato povijesno i kultuno naslijeđe, dobru pokrivenost sustavom javnog prijevoza, raznolike i očuvane prirodne resurse te niske cijene smještaja no njegove slabosti kriju se u nedovoljnom održavanju gradske baštine, slaboj prisutnosti i promociji manifestacija, nedostatnom broju sporskih objekata te slaboj protočnosti prometa. U skladu s time prilike koje se pojavljuju su različiti međunarodni projekti u kojima Zagreb može sudjelovati, a koji se tiču poticanja razvoja turizma, proširenje ponude noćnog života, organizacija međunarodnih sportskih i kulturnih događanja, integrirani javni prijevoz, uključivanje u fondove potpore i proširivanje tržišta za ekološku proizvodnju, agroturizam, ruralni kulturni krajobraz i slično. Prijetnje za turističku ponudu Grada predstavlja rizik od potresa, nedostatak sredstava za obnovu i zaštitu povijesnog dijela grada, konkurencija drugih europskih gradova, gospodarska kriza, ugorženost prirodnih resursa prenamjenom i eksploatacijom...

S obzirom na nedostatke u prometu Zagreba, može se primjetiti pozitivan trend u izgradnji prometnih kapaciteta. Kod smještajnih kapaciteta trend rasta varira ovisno o vrsti smještajnog objekta pa tako broj hotela stagnira, dok se u zadnjih nekoliko godina bilježi porast broja soba za iznajmljivanje, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor. U budućnosti se očekuje izgradnja novih i rekonstrukcija postojećih smještajnih kapaciteta, kao i uređenje dodatnog sadržaja uz takve kapacitete.

Iz svega navedenog vidljivo je da se radi na proširenju ponude grada Zagreba, a o tome govore i prijedlozi strateških projekata čija se realizacija očekuje u budućnosti. Posebno zanimljivi projekti su Program Sava, Greenway- državna biciklistička ruta br. 2 te Žičara Sljeme. Grad Zagreb ima mnogo za ponuditi, a s obzirom na veliki turistički uzlet, čeka ga još mnogo godina pozitivnih turističkih rezultata. Daljnom izgradnjom, rekonstrukcijama i obnovama postići će se razvoj turističke ponude koji bi išao u korak sa sve većom turističkom potražnjom.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
2. Vukonić, B. i sur. (1994): TEMPUS FUGIT - Povijest turizma Zagreba, HAZU, Zagreb
3. Gonan Božac, M. (2008.), SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike. Economic research - Ekonomska istraživanja, Vol. 21 No. 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/21453> (22.08.2020.)
4. Njegać, D. (2004) Zagreb in the network of european cities, Dela Department of Geography Faculty of Arts, University of Ljubljana, 22; str. 7.-14.

Korišteni internetski izvori:

5. Državni zavod za statistiku; <https://www.dzs.hr/> (10.01.2020.)
6. Grad Zagreb, službene stranice; <https://www.zagreb.hr/> (22.08.2020.)
7. Hrvatska gospodarska komora; <https://www.hgk.hr/> (11.01.2020.)
8. Institut za turizam; <http://www.iztztg.hr/> (20.08.2020.)
9. Park Maksimir; <https://park-maksimir.hr/> (03.04.2020.)
10. Park prirode Medvednica; <https://www.pp-medvednica.hr/> (31.03.2020.)
11. Turistička zajednica grada Zagreba; <https://www.infozagreb.hr/> (20.08.2020.)
12. <https://www.zgportal.com/o-zagrebu/osobna-karta-grada-zagreba/> (08.01.2020.)
13. <https://uprava.gov.hr/kako-je-izgledao-put-republike-hrvatske-ka-punopravnom-clanstvu-u-europskoj-uniji/12417> (10.01.2020.)
14. <https://mzo.gov.hr/predsjedanje-republike-hrvatske-vijecem-europske-unije/2076> (10.01.2020.)

15. <https://www.meetinzagreb.hr/novosti/branko-baricevic-zagreb-u-prvoj-polovici-2020-postaje-glavni-grad-europe> (10.01.2020.)
16. <https://www.crometeo.hr/klima> (31.03.2020.)
17. <https://www.voda.hr/hr/novosti/dan-rijeke-save-0> (01.04.2020.)
18. <https://www.scribd.com/doc/248701164/Ugostiteljska-Djelatnost-Smje%C5%A1taj-i-Prate%C4%87e-Usluga> (22.08.2020.)
19. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/Naglo-povecanje-broja-hostela-u-Zagrebu-dovelo-do-problema-Sad-na-kraju-svi-zaradjujemo-manje/764657.aspx> (22.08.2020.)
20. <https://www.gastronaut.hr/restorani/zagreb-i-zagrebacka-zupanija/zagreb-10000/> (22.08.2020.)
21. <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/najbolji-restorani-u-zagrebu-tripadvisor/> (22.08.2020.)
22. <https://www.vincek.com.hr/O-nama/> (22.08.2020.)
23. <https://www.poslovni.hr/hrvatska/foto-zagreb-dobio-novi-veliki-parking-dnevna-karta-10-kuna-342613> (22.08.2020.)
24. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/grad-zagreb-objavio-da-su-svi-mostovi-pregledani--563971.html> (22.08.2020.)
25. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2013_05_55_1119.html (23.08.2020.)
26. <https://mint.gov.hr/o-ministarstvu/9> (23.08.2020.)

POPIS SLIKA

Slika 1: Ustrojstvo grada Zagreba.....	6
--	---

POPIS TABLICA

Tablica 1: Poslovni subjekti prema pravno ustrojbenim oblicima i aktivnosti u 2018. godini.	10
Tablica 2: Dolasci i noćenja turista u Zagrebu, 2010.-2019.....	13
Tablica 3: Dolasci turista prema vrsti smještajnog objekta u Zagrebu, 2014.-2019.....	14
Tablica 4: Noćenja turista prema vrsti smještajnog objekta u Zagrebu, 2014.-2019.....	15
Tablica 5: Dolasci turista prema načinu dolaska u Zagreb, 2010.-2019.....	17
Tablica 6: Noćenja turista prema načinu dolaska u Zagreb, 2010.-2019.....	17
Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u Zagrebu prema dobnim skupinama 2019. godine.....	18
Tablica 8: Ostvarena noćenja turista u Zagrebu prema zemlji porijekla, 2015.-2019.....	19
Tablica 9: Ostvaren turistički promet u Zagrebu po mjesecima u 2019. godini.....	20
Tablica 10: Prosječan broj noćenja po dolasku u Zagrebu, 2019 godine.....	21
Tablica 11: Udio Zagreba u turističkom prometu Hrvatske 2010.-2019.....	22
Tablica 12: Obujam i struktura smještajnih kapaciteta u Zagrebu, 2010.-2019.....	43
Tablica 13: Prikaz iskorištenosti smještajnih kapaciteta u Zagrebu, od 2016.-2019.....	48
Tablica 14: SWOT analiza aktualne turističke ponude grada Zagreba.....	51

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Struktura poduzetništva grada Zagreba 2014. godine.....11

Grafikon 2: Struktura ukupnog prihoda poduzetništva Grada Zagreba 2014. godine.....12

ŽIVOTOPIS

OSOBNE INFORMACIJE

Ime i prezime: Mateja Vrbošić

Adresa: Blage Zadre 14, 10360 Sesvete

Broj mobitela: 095 549 3583

E-mail: matejaslopko@gmail.com

Datum rođenja: 06. ožujak 1990.

RADNO ISKUSTVO

01.07.2015.- danas CEI Zagreb d.o.o.

01.04.2014.- 01.06.2015. Generali osiguranje d.d.

OBRAZOVANJE

18.10.2014.- danas **Diplomski studij, Turizam**
Ekonomski fakultet u Zagrebu

01.09.2009.- 29.09.2014. **Preddiplomski studij Poslovna ekonomija**
Ekonomski fakultet u Zagrebu

01.09.2005.- 01.06.2009. **Hotelijersko-turistička škola, Zagreb**

OSOBNE VJEŠTINE

Jezici engleski (odlično u razumijevanju, govoru i pisanju, C1)

Računalne vještine Microsoft Office