

Upravljanje atrakcijama u turizmu - destinacije Budimpešta i Zagreb

Vitasović, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:690986>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-11**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma «Dr. Mijo Mirković»

Marija Vitasović

Upravljanje atrakcijama u turizmu – destinacije Budimpešta i Zagreb

Završni rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma «Dr. Mijo Mirković»

Marija Vitasović

Upravljanje atrakcijama u turizmu – destinacije Budimpešta i Zagreb

Završni rad

JMBAG: 0140011376, izvanredni student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Upravljanje atrakcijama u turizmu

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Grana: Trgovina i turizam

Mentor: prof. dr. sc. Jasmina Gržinić, trajni izbor

Pula, travanj 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Marija Vitasović, kandidatkinja za prvostupnicu Kulture i turizma, izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju bilješke i bibliografija. Izjavljujem da ni jedan dio Završnoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, te ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad na bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

Marija Vitasović

U Puli 02. srpnja 2024.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOGA DJELA

Ja, Marija Vitasović, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, nositelju prava korištenja, da moj završni rad pod nazivom „Upravljanje atrakcijama u turizmu - destinacije Budimpešta i Zagreb“ upotrijebi da tako navedeno autorsko djelo objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te preslika u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis

Marija Vitasović

U Puli 09.srpnja 2024.

Sadržaj

UVOD	1
1. ATRAKTIVNOST TURISTIČKE DESTINACIJE	3
1.1. Turistički resursi	3
1.2. Turističke atrakcije	5
1.3. Upravljanje atrakcijama	6
2. ATRAKTIVNOST BUDIMPEŠTE	10
2.1. Turistički resursi	10
2.2. Prirodne turističke atrakcije	12
2.2.1. Margaretin otok	13
2.2.2. Termalni izvori	14
2.3. Društvene turističke atrakcije	16
2.3.1. Područje Varosligeta	16
2.3.2. Obala Dunava i središte Pešte	19
2.3.3. Budim – srednjovjekovni grad	22
3. ATRAKTIVNOST ZAGREBA	26
3.1. Turistički resursi	26
3.2. Prirodne turističke atrakcije	29
3.2.1. Park prirode Medvednica	29
3.2.2. Maksimir – park šuma grada	31
3.3. Društvene turističke atrakcije	33
3.3.1. Gornji grad	33
3.3.2. Lenuzijeva potkova	35
4. UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA I UTJECAJI NA TURIZAM	38
4.1. Upravljanje atrakcijama u Budimpešti	38
4.2. Upravljanje atrakcijama u Zagrebu	42
4.3. Utjecaji na turizam	47
5. USPOREDBA ODABRANIH TURISTIČKIH DESTINACIJA	49
5.1. Usporedba u upravljanju atrakcijama	49
5.2. Diskusija i prijedlozi djelovanja	51
ZAKLJUČAK	53
LITERATURA	55
Popis slika i tablica	61

UVOD

Turizam je društveno - ekonomska pojava i popularna aktivnost modernog doba te kao takav spada među najvažnije gospodarske grane i jednu od vodećih svjetskih brzorastućih industrija. Zbog svoje multidisciplinarnosti utječe na brojne sfere ekonomskog i društvenog života, stoga se izučava od strane brojnih znanstvenih disciplina.

Kao složene cjeline multifunkcionalnog karaktera, gradovi predstavljaju okruženje u kojem postoje brojni resursi koji se mogu koristiti za stvaranje kvalitetnog i raznovrsnog turističkog proizvoda. Pravilnim korištenjem resursa kroz upravljanje postiže se ravnoteža između turističke aktivnosti, ekologije i očuvanja autentičnosti destinacije.

Budimpešta i Zagreb imaju dugu tradiciju u razvoju turizma zahvaljujući činjenici da su geografski u povoljnom položaju te su gradovi bogati poviješću.

Ovaj rad fokusira se na upravljanje turističkim atrakcijama u glavnom mađarskom i hrvatskom gradu, Budimpešti i Zagrebu te utjecaje upravljanja turističkim atrakcijama na turizam. Za izradu rada koristila se znanstvena literatura i članci s područja turizma, menadžmenta i upravljanja atrakcijama, znanstveni i stručni članci vezani uz razvoj turizma u Budimpešti i Zagrebu, internet stranice i dokumenti Mađarske turističke agencije (*Magyar Turisztikai Ügyökség*) i Turističke zajednice grada Zagreba (<https://www.tzgz.hr>) te službene internetske stranice gradova Budimpešte i Zagreba te atrakcija istih.

Korištene metode su metoda deskripcije, indukcije, komparacije, analize i sinteze. Metoda deskripcije korištena je u svrhu opisivanja resursa i atrakcija koje su komparativnom metodom uspoređene. Induktivnom metodom doneseni su zaključci koji se temelje na spoznajama i činjenicama iz istražene literature. Metodom analize su složene cjeline razbijene u manje i jednostavnije dijelove kako bi se bolje razumjeli sastavni elementi vezani uz problem istraživanja i međusobni odnosi pojava, a metodom sinteze su povezani jednostavniji dijelovi u novu, složenu cjelinu.

Cilj ovog rada je dokazati ili opovrgnuti zadane hipoteze koje glase:

H1: „Upravljanje turističkim atrakcijama ima značajan utjecaj na turizam Budimpešte i Zagreba.“

H2: „Turističke ponude gradova razlikuju se s aspekta resursne osnove i upravljanja atrakcijama“.

Prva hipoteza sugerira da upravljanje turističkim atrakcijama utječe na rast i razvoj turizma obiju metropola, a druga hipoteza insinuirala da su atrakcije, aktivnosti i usluge dostupne posjetiteljima u oba grada slične po svojoj raznovrsnosti i kvaliteti, ali i da je turistička ponuda ovih europskih metropola ovisna o raspoloživim resursima, diversifikaciji turističkog proizvoda, pristupu u upravljanju atrakcijama te razini saturacije destinacije posjetima.

Struktura rada koncipirana je u pet međusobno povezanih poglavlja te uvodom i zaključkom. Prvo poglavlje definirat će pojmovno atraktivne elemente turističke destinacije – turističke resurse i atrakcije te objasniti upravljanje turističkim atrakcijama. Drugo i treće poglavlje sadrži navođenje i opisivanje turističkih resursa Budimpešte i Zagreba te njihovih prirodnih i društvenih atrakcija. Četvrto poglavlje objašnjava način upravljanja atrakcijama u obje ove europske metropole i prikazuje analizu utjecaja na turizam. U zadnjem poglavlju se vrši usporedba u upravljanju atrakcijama Budimpešte i Zagreba te donose prijedlozi djelovanja.

1. ATRAKTIVNOST TURISTIČKE DESTINACIJE

Turistička destinacija je organizirana i tržišno prepoznatljiva prostorna jedinica u kojoj se provodi turistička aktivnost i konzumiraju turistički proizvodi, tj. moguće ju je definirati kao lokaciju potrošnje za zadovoljenje turističkih potreba. Strukturirana je od niza atributa koji određuju razinu njezine atraktivnosti i potiču posjetitelje na izbor određene destinacije. Ti atributi mogu se svrstati u slijedeće kategorije: prirodni čimbenici, društveni i kulturni čimbenici, mogućnosti smještaja, infrastruktura, sportske, rekreacijske i obrazovne mogućnosti, mogućnost kupovine i trgovanja, razina cijena i pristupačnost regije (Križman Pavlović, D., 2008).

Slijedeće poglavlje bavit će se atraktivnostima turističke destinacije - turističkim resursima, turističkim atrakcijama i upravljanju atrakcijama.

1.1. Turistički resursi

Pojam „resurs“ može imati različita značenja, ali u suštini se odnosi na sredstva ili čimbenike koji su na neki način korisni ili vrijedni za postizanje određenih ciljeva ili zadovoljenje potreba. U ekonomiji se pojam resursa odnosi na materijalna i nematerijalna dobra koja se mogu gospodarski valorizirati i ubrajaju se, uz rad, kapital i poduzetništvo, u temeljne čimbenike proizvodnje. Bogatstvo resursa omogućuje veći opseg i raznovrsniju proizvodnju dobara i pružanja usluga, no resursi su količinski i prostorno ograničeni, neki i vrlo rijetki i konstantno se troše.

Turistički resursi su prirodna i društvena dobra, sve pojave, objekti, događaji i slično koji se zbog svoje privlačnosti mogu iskoristiti u turizmu, a glavno im je obilježje visok stupanj atraktivnosti kako bi privukli posjetitelje. Resursi su vezani uz geografsko područje te uz raznovrsne turističke resurse, moguće je privući širok spektar posjetitelja. Može ih se podijeliti na temeljne, izravne i neizravne turističke resurse. U temeljne turističke resurse svrstavaju se potencijalne i realne turističke atrakcije (Kušen, 2001). Turističke resurse kao atrakcije prema genskom podrijetlu dijeli se na prirodne i društvene turističke resurse. U prirodne turističke resurse ubrajamo klimatske, geomorfološke, hidrografske, bio geografske i pejzažne resurse koji prvenstveno djeluju na fiziološke funkcije čovjeka (odmor, relaksacija,

oporavak, osvježenje i sl.), a u društvene kulturno-povijesne, etnosocijalne, umjetničke, manifestacijske i ambijentalne resurse koji po pravilu djeluju na psihičke funkcije i zadovoljavanje kulturnih potreba čovjeka (Čavlek i dr., 2011).

Budući da je ljudsko tijelo osjetljivo na klimatske uvjete, privlačna klima je jedan od najvažnijih čimbenika turističke privlačnosti. U klimatske turističke resurse ubrajaju se insolacija, temperatura zraka, relativna vlažnost zraka te količina i vrste oborina. Geomorfološki turistički resursi su prirodne značajke reljefa, sve raznolikosti površinskih i podzemnih oblika zemlje nastalih djelovanjem endogenih i egzogenih sila. Uključuju različite vrste reljefa kao što su planine, kanjoni, pećine, špilje i druge geološke formacije. Hidrografski turistički resursi su prirodni elementi povezani sa vodom te su, uz klimu, najprivlačniji čimbenici razvoja turizma. Vode se dijele na svjetska mora, vode na kopnu i podzemne vode. Vode na kopnu mogu biti tekućice (rijeke) i stajaćice (jezera i bare). Svjetska mora i priobalja najprivlačniji su prostori odmora, kao i kupališta uz podzemne vode, čiji mineralni i termalni izvori se koriste u lječilišne i turističko-rekreativne svrhe. Bio geografski turistički resursi obuhvaćaju ekosustave, biljni i životinjski svijet dok se pod pojmom pejzažnih turističkih resursa podrazumijevaju prirodni i kulturni elementi koji zbog svoje značajnosti i estetike privlače turiste na posjetu. Danas se pridaje velika pažnja očuvanju prirodnih pejzaža te postoji devet kategorija zaštićenih područja: strogi prirodni rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode, posebni rezervati, regionalni parkovi, spomenici prirode, značajni krajobrazi, park šume i spomenici parkovne arhitekture (Kušen, 2001).

Pod pojmom kulturno-povijesnih turističkih resursa smatraju se ostaci prošlih civilizacija, njihovi spomenici, pojedini objekti i građevine, umjetnička ostvarenja i tehnološka dostignuća. Njihovo povijesno značenje, raritetnost i velika umjetnička vrijednost glavni su razlozi zbog kojih brojni turisti posjećuju ove resurse. Običaji, narodne pjesme, igre, nošnje, rukotvorine i zanati, gastronomija i druge socijalne osobine naroda poput temperamenta ili gostoljubivosti spadaju u etnosocijalne turističke resurse, vrlo heterogenu skupinu resursa koja obuhvaća sve elemente kulture i života jednoga naroda. U umjetničke turističke resurse spadaju kulturno-povijesni spomenici te arhitektonska, likovna, glazbena i kazališna dostignuća jednog naroda. Pretežno su komplementarna ponuda u turizmu, a u obliku manifestacije djeluju samostalno. Manifestacijski resursi su događaji (izložbe, predstave, seminari, kongresi itd.) koji obogaćuju sadržaj turističke ponude i atraktivnost destinacije u kojoj se odvijaju. Vrste manifestacija prema postanku su kulturne, zabavne, vjerske, znanstvene, gospodarske i sportske. Ambijentalni turistički resursi su prostorne

cjeline koje su nastale djelovanjem čovjeka te su zbog svoje tehničke izvedbe, izgleda, specifičnog okoliša, atmosfere ili funkcije izrazito privlačni turistima. Tu se ubrajaju parkovi, vrtovi, trgovi, ruralna područja, arhitektonske atrakcije i druge cjeline visoke estetike, jedinstvenosti i funkcionalnosti (Čavlek i dr., 2011).

U izravne turističke resurse ubrajaju se turističko-ugostiteljske građevine, turistički uređaji, turističke zone, turistička mjesta, turističke destinacije, turističke agencije, turističke informacije i promidžbeni materijali, turistički kadrovi, educiranost lokalnog stanovništva, turistička organiziranost destinacije i sustavi turističkog informiranja. Kao neizravni turistički resursi navode se očuvani okoliš, komunalna infrastruktura i sadržaji društvenog standarda, geoprometni položaj i prometna povezanost, prostorna organizacija kraja, privlačna arhitektura i kulturni krajolik, mirnodopsko stanje i politička stabilnost (Kušen, 2001).

Turizam se koristi najatraktivnijim resursima na određenom prostoru, a glavni turistički resurs su turističke atrakcije o kojima će više biti riječ u slijedećem poglavlju.

1.2. Turističke atrakcije

Pojam atrakcije koristi se od 60-ih godina prošlog stoljeća. Dolazi od latinske riječi *attracio*, što bi u doslovnom prijevodu značilo dovođenje prema sebi, odnosno, privlačna snaga, privlačiti (*Leksikografski zavod Miroslava Krleža*, 2024), a odnosi se na prirodne procese i društvene sadržaje koji posjeduju snagu privlačnosti. Prema tome, turistička atrakcija je privlačan element neke destinacije, obilježje turističke destinacije koje svojim karakteristikama motiviraju i mame turiste da ju posjete. Turistička atrakcija je odrednica određenog područja koja, osim zadovoljavanja turističkih potreba, ukoliko je pravilno prezentirana postaje globalno prepoznatljiva te unapređuje međunarodnu poziciju destinacije (Gržinić, 2020).

Atrakcija može biti neko mjesto ili manifestacija koja zbog svojih karakteristika ima sposobnost privući posjetitelje. Nenadomjestive su, jer turisti, birajući određenu destinaciju, prvenstveno izaberu turističku atrakciju te se turizam može razviti samo u područjima koja posjeduju realnu ili potencijalnu turističku atrakciju, stoga ih možemo smatrati osnovnim resursom turističkog gospodarstva. Prema tome, turističku atrakciju može se definirati kao obilježja turističke destinacije koja određuje i uvjetuje strukturu njene turističke ponude te razvoj turizma. Određena je turističkim potrebama, motivima i aktivnostima te su snažno

prostorno određene. Atrakcije prema potrebama, motivaciji i aktivnostima turista mogu biti: turističke atrakcije koje se razgledavaju, atrakcije kojima se turisti bave, turističke atrakcije koje turisti razgledavaju ili se njima bave zbog dokolice, atrakcije koje turisti koriste zbog životne prisile (liječenje, posao, obrazovanje i sl.) te bogato segmentirane turističke atrakcije za koje su zainteresirane različite skupine turista (Kušen, 2001).

Kako bi se maksimalno ekonomski valoriziralo atrakcije uz postizanje održivosti, potrebno je sveobuhvatno upravljati atrakcijama čime će se baviti slijedeće poglavlje.

1.3. Upravljanje atrakcijama

Upravljanje atrakcijama kompleksan je proces koji zahtjeva pažljivo planiranje, suradnju i održivo promišljanje kako bi se očuvala kulturna baština i prirodni resursi uz istovremeno postizanje ekonomske valorizacije. Upravljanje atrakcijama klasificirano prema ključnim područjima sastoji se od upravljanja posjetima, upravljanja resursima, upravljanja turističkim proizvodom i upravljanja lokacijom.

Upravljanje posjetima ključno je za sprječavanje prenapučenosti, sigurnost, osiguranje pozitivnog iskustva za posjetitelje te ima značajan utjecaj na održivost destinacije. Sastoji se od upravljanja kapacitetima, upravljanja gužvama te razvoja i primjene sustava rezervacije i kupovine ulaznica (Leask, 2016).

Glavni cilj upravljanja kapacitetima je osigurati da postojeći kapaciteti zadovolje trenutne i buduće potrebe posjetitelja, čime se poboljšava iskustvo posjetitelja, zadovoljstvo zaposlenih, profitabilnost i dugoročna održivost destinacije. Koncept nosivog kapaciteta turizma odnosi se na maksimalan broj turista koji mogu posjetiti lokaciju u određenom vremenskom periodu, a da se ne degradira prirodno, socijalno, kulturno i ekonomsko okruženje za sadašnje i buduće generacije te da se ne smanji zadovoljstvo turista. Uključuje primjenu različitih metodologija i modela za procjenu utjecaja posjetitelja na okoliš i resurse destinacije poput mjerenja gustoće posjetitelja, onečišćenja vode i zraka, buke, ali i za praćenje socio-ekonomskih utjecaja turizma poput ispitivanja zadovoljstva posjetitelja i lokalne zajednice te kulturnih utjecaja, kako bi postigli ravnotežu između rasta turizma i očuvanja resursa. Nosivi kapacitet nije fiksni i može se promijeniti tehnologijom, ali se većinom pogoršava zbog pritiska koje prati povećanje populacije. Upravljanje kapacitetima predstavlja srž operativnog upravljanja u ugostiteljstvu i turizmu (Pullman, Rodgers, 2010).

Upravljanje gužvama u turizmu osigurava sigurnost posjetitelja, povećava njihovo zadovoljstvo i pridonosi očuvanju turističkih destinacija. Efikasna kontrola gužvi sprječava nesreće i ozljede te održava javni red i disciplinu. Optimizacija korištenja infrastrukture smanjuje zagušenja, posjetiteljima omogućuje lakše kretanje i bolji pristup atrakcijama, čime se poboljšava njihovo ukupno iskustvo. Pravilnim upravljanjem gužvama štite se također prirodni i kulturni resursi od negativnih utjecaja prekomjernog broja posjetitelja (Luz, 2024).

Sustav prodaje karata i upravljanja redovima vrlo su važni u izbjegavanju gužvi i poboljšanju iskustva posjetitelja te povećanju prihoda. Omogućuju turistima kupnju i rezervaciju karata putem internet stranica te kupnju prioritetnog pristupa atrakcijama, čime se smanjuje vrijeme čekanja. Posebice su ti sustavi važni na visoko posjećenim atrakcijama, događajima, tematskim i zabavnim parkovima i slično (Li, Li, 2023).

Upravljanje resursima u kontekstu turističkih atrakcija ključno je za očuvanje i održavanje vrijednosti tih atrakcija za buduće generacije. U upravljanje resursima ubrajaju se razvoj održivih strategija kako bi se smanjili negativni utjecaji na okoliš i lokalnu zajednicu, pružilo informacije o povijesti, kulturi i značenju atraktivnih resursa što podrazumijeva autentičnost prezentacije same atrakcije i identiteta lokalne sredine te ostvarilo poticanje odgovornog turizma. Prihodima od turizma i prikupljanjem sredstava putem ulaznica, donacija i partnerstava mogu se osigurati potrebna sredstva za financiranje očuvanja okoliša i održivosti atrakcije (Leask, 2016).

Upravljanje turističkim proizvodom podrazumijeva upravljanje prihodima, razvoj i diversifikaciju proizvoda te marketinške aktivnosti i tržišno pozicioniranje, odnosno, razvoj imidža. Upravljanje prihodima uključuje procjenu i upravljanje troškovima, određivanje cijena, praćenje tijeka novca te na kraju načine naplate i zaradu. Implementacija strategija upravljanja prihodima u turističkim atrakcijama suočava se s brojnim izazovima, uključujući sezonalnost, promjene u preferencijama posjetitelja te ograničenja kapaciteta. *Yield Management*, kao strategija prilagodbe cijena i kapaciteta u stvarnom vremenu, pomaže u prevladavanju ovih izazova kako bi se maksimizirali prihodi i efikasno koristili resursi. Uključuje analizu potražnje, prilagodbu cijena prema promjenama u potražnji te korištenje informacijskih sustava za praćenje i predikciju trendova. Uspješno upravljanje prihodima zahtijeva integrirani pristup koji uzima u obzir ekonomske, društvene i okolišne aspekte poslovanja turističkih atrakcija (Hoseason, Sfodera, 2006).

Razvoj i diversifikacija proizvoda znače redovito održavanje atrakcija, razvoj infrastrukture i strategija za unapređenje postojećih atrakcija te pronalazak alternativnih načina zarade (restorani, suvenirnice i sl.), mogućnost razvoja novih atrakcija i brojni drugi programi. Raznolikost sadržaja, uključujući kulturne, obrazovne, zabavne i rekreativne elemente te uvođenje interaktivnih elemenata, poput virtualne stvarnosti, simulacija ili interaktivnih izložbi, može privući širu publiku i zadovoljiti različite interese posjetitelja. Organiziranje sezonskih događaja, festivala ili tematskih manifestacija, može povećati posjećenost tijekom cijele godine i pružiti posjetiteljima raznovrsne doživljaje (Leask, 2016).

Marketinški plan obuhvaća istraživanje tržišnih trendova, segmentaciju tržišta i proizvoda, marketinški miks atrakcije, pozicioniranje na tržištu i kreaciju imidža, kreiranje marketinških kampanja, promotivnih aktivnosti i materijala, sudjelovanje na sajmovima i manifestacijama kako bi se povećala vidljivost, komunikaciju sa javnošću te paćenje povratnih informacija sa tržišta (Hoseason, Sfodera, 2006).

Upravljanje lokacijom odnosi se na planiranje, organizaciju i kontrolu svih fizičkih, sigurnosnih i logističkih aspekata atrakcije, upravljanje u kriznim situacijama, prijevoz, odnosno, dostupnost atrakcije, upravljanje kadrovima te vanjske uloge atrakcije. Planiranje prostora unutar atrakcije je ključno za jednostavno i lako kretanje posjetitelja, laku dostupnost točki interesa i stratešku raspoređenost pomoćnih usluga (kao što su toaleti i restorani). Vrlo je važno planiranje ulaza i izlaza kako bi se olakšao dolazak i odlazak te jasne oznake i signalizacija za lakše snalaženje posjetitelja. Logistika i dostupnost lokacije važne su zbog mogućih pratećih izazova vezanih za sigurnost i gužve. Razvoj prateće infrastrukture, kao što su dovoljan broj parkirnih mjesta i toaleta te implementacija rješenja koja omogućavaju pristup osobama sa posebnim potrebama, kao što su rampe, liftovi i specijalizirane usluge od izuzetnog su značaja. Tehnologija i oprema, uključujući rasvjetu i digitalne sadržaje, doprinose poboljšanju iskustva posjetitelja. Pružanje mogućnosti za osvježenje, kao što su kiosci i restorani, važno je za udobnost posjetitelja. Razvoj planova za upravljanje u kriznim situacijama, implementacija sigurnosnih protokola i obuka osoblja za izvanredne situacije, uključujući pružanje prve pomoći i evakuaciju, osiguravaju sigurnost svih prisutnih i efikasno reagiranje u kriznim slučajevima. Upravljanje kadrovima podrazumijeva koordinaciju aktivnosti osoblja, obrazovanje i obučavanje kadrova, komunikaciju i motivaciju zaposlenika. Vanjske uloge atrakcije znače upravljanje dionicima te utjecaje atrakcije na ekonomiju, lokalnu zajednicu i posjetitelje (Leask, 2016).

Rekapitulirano, najvažniji aspekti upravljanja atrakcijama su spoznaja uloge menadžera, upravljanje financijama, operativno upravljanje, razvoj i implementacija marketinške strategije, upravljanje ljudskim potencijalima, upravljanje kvalitetom te upravljanje u kriznim i izvanrednim situacijama. Ne postoji univerzalni model upravljanja zbog različitosti atrakcija, okolnosti pa na kraju i kultura u kojima se odvijaju, stoga menadžment atrakcije zahtjeva visoke organizacijske sposobnosti, profesionalnost i odgovornost u poslu (Gržinić, 2020).

Upravljanje atrakcijama iznimno je važno za rast i razvoj destinacije te zahtjeva suradnju svih dionika u turizmu. O atraktivnostima Budimpešte bit će riječ u sljedećem poglavlju.

2. ATRAKTIVNOST BUDIMPEŠTE

Odabirom Budimpešte i Zagreba za ovo istraživanje, omogućeno je detaljno ispitivanje različitih aspekata upravljanja turizmom u dvjema značajnim europskim destinacijama. Njihov geografski položaj u središnjoj Europi, zajednička povijest, posebno u kontekstu Austro-Ugarske Monarhije te mogućnosti povezivanja unutar Europske unije pružaju bogat okvir za analizu i usporedbu. Slijedeća poglavlja opisat će turističke resurse te glavne prirodne i društvene turističke atrakcije Budimpešte.

2.1. Turistički resursi

Turistički resursi dio su cjeline određenog geografskog područja. Bogatstvo turističkim resursima pridonosi većem stupnju privlačnosti zbog čega privlače veći broj posjetitelja te većem gospodarskom razvoju.

Budimpešta, glavni grad Mađarske, ujedno je politička, trgovačka, kulturna i gospodarska metropola u Europi. Pokriva ukupnu površinu od 525 km² te broji 1.759.407 stanovnika. Razvila se na dobrom pomorskom i strateškom položaju povezivanjem Budima, Obuda i Pešte na rijeci Dunav 1872. godine. Grad je poznat po termalnim kupalištima i kulturnim ustanovama te je vrlo jako turističko središte u Europi koje godišnje posjeti oko 4,3 milijuna turista. Zbog velikoga broja monumentalnih i reprezentativnih zgrada, četvrt Budim i obala Pešte uvršteni su 1987. na UNESCO-ov popis svjetske kulturne baštine, a 2002. godine pridružili su im se Lančani most i Avenija *Andrassy* (UNESCO, 2023). Klima u Budimpešti je umjerena kontinentalna sa vrlo izražena sva četiri godišnja doba. Ljeta su vrlo suha, a zime kratke i hladne. Prosječna temperatura je 11 °C, broj sunčanih sati dostiže brojku od 2040, a specifično za Budimpeštu je mala količina padalina. Reljef Budimpešte vrlo je raznolik, istočna strana Dunava (Pešta) pretežno je ravnica, dok je sjeverna strana (Budim) brežuljkasta i leži na špiljskom tunelskom sustavu. Najvažnije hidrografsko obilježje je rijeka Dunav, koja siječe grad u smjeru sjever-jug s prosječnom širinom od 400 m. Drugo važno obilježje je oko 100 termalnih izvora. Obzirom na urbanu sredinu, većina biljnog svijeta Budimpešte spada u kulturne biljke za čije je održavanje i iskorištavanje zaslužan čovjek (parkovi, botanički vrt, japanski vrt), no ima i nekoliko prirodnih zaštićenih biljaka. Na brdu Gellert raste zaštićena *Silene flavescens* i vrlo zaštićena ljekovita biljka *Ephedra distachya*. Uz rijeku se može

vidjeti i raznovrstan životinjski svijet – ribe poput soma, smuđa, šarana, štika i raznih manjih riba, žabe, kornjače te bogat ornitološki svijet. Najspektakularnije ptice su grabljivice sivi sokol i vjetruša te golub kamenjar, vrabac pokućar, golubovi i mnoge druge (*Eurostat*, 2004).

Većina turističkih atrakcija Budimpešte se klasificiraju kao pretežno antropogene i predstavljaju povijesno i kulturno značajna mjesta. Kulturnu baštinu Budimpešte čine muzeji, galerije, kazališta i koncertne dvorane, knjižnice, crkve, kina, itd. Glavne atrakcije su mjesta kulturne i povijesne baštine, koje se nalaze na popisu Svjetske kulturne baštine: Budimski dvorac s dvorskom četvrti, obala Dunava, *Andrassy* avenija, Trg heroja, kao i prva podzemna željeznica na europskom kontinentu *Millennium Metro*. Osim ovih atrakcija, kulturne vrijednosti koje su uključene u turističku ponudu su monumentalni spomenici (Milenijski spomenik, *Gellertov* spomenik, Grob neznanog junaka i dr.), sakralni objekti (crkva sv. Matije, bazilika sv. Stjepana, *Dohany* sinagoga i dr.), tvrđave (Ribarski bastion) i palače, danas često pretvorene u luksuzne hotele (*Drescher Palace*, *Gresham Palace* i dr.), muzeji (Etnografski muzej, Mađarski nacionalni muzej, Nacionalna galerija, Muzej poljoprivrede, Muzej povijesti glazbe, itd.). Gastronomija Budimpešte nudi specijalitete od kupusa, kobasice, sireve, gulaš, variva, a najviše se ističu guščja jetra. Različite vrste tla u Mađarskoj pogodna su za uzgoj vinove loze stoga ne čudi velik broj vinskih barova, koji poslužuju autohtone sorte vina. Najpoznatije mađarsko vino je Tokaj. Mađarska ima bogatu tradiciju narodnih obrta, primjerice vez, ukrašenu keramiku i rezbarije koje se mogu kupiti u suvenirnicama i tržnicama Budimpešte te izrade gudačkih glazbala koja je zaštićena nematerijalna baština. Filmski, glazbeni ili kulinarski, Budimpešta organizira festivale za svaku prigodu. Najpoznatiji su Proljetni festival (klasična glazba, kazalište, likovna umjetnost), *Sziget* festival (popularna glazba, film, cirkus i različite aktivnosti), CAfe Budimpešta (suvremena umjetnost), Festival vina, Gurmanski festival, *Budapest Ritmo* (svjetska glazba) i mnogi drugi (*Visit Hungary*).

Kvaliteta turističke infrastrukture ključna je u razvoju turizma. Ukupan broj kreveta u smještajnim objektima na teritoriju u Budimpešti 2019. godine iznosio je 54.896 kreveta, od čega 83% u hotelima. Smještajni kapaciteti u Budimpešti nude raznovrsnu ponudu, od luksuznih hotela poput *Hiltona* ili *Marriota*, povijesnih hotela koji datiraju iz 19. stoljeća pa sve do malih hotela, pansiona, apartmanskog smještaja ili jeftinih hostela. U ukupnom broju smještajnih kapaciteta Mađarske nosi udio od 15,7%. Tokom 2020. godine zabilježen je drastičan pad u broju kreveta kao posljedica pandemije (Podovac, Tepavčević, Milojica, 2022).

Povoljan geografski položaj, blizina emitivnih tržišta i izvrsna prometna povezanost čini atraktivnom destinacijom. Na 16 km jugoistočno od grada nalazi se međunarodna zračna luka *Ferenc Liszt* povezana letovima sa svim većim europskim gradovima, Sjevernom Amerikom, Afrikom i Bliskim Istokom. Grad je vitalno prometno čvorište, jer sve važnije i veće autoceste i željezničke linije prolaze kroz njega. U gradu su tri željeznička kolodvora, jedan u Budimu, dva u Pešti te jedan međunarodni autobusni kolodvor, također u Pešti, od kojih je svaki povezan metro linijama. Rijeka Dunav je važan je plovni put koji protječe kroz 10 država. Javni prijevoz u Budimpešti osigurava Centar za budimpeštanski promet (BKK), jedno od najvećih tijela za prijevoz u Europi. BKK upravlja s četiri linije metroa, uključujući povijesnu liniju M1, najstariju podzemnu željeznicu u kontinentalnoj Europi, pet prigradskih željezničkih linija, 33 tramvajske linije, 15 trolejbusnih linija, 264 autobusne linije (uključujući 40 noćnih linija), četiri brodske usluge i BuBi, pametnu mrežu za dijeljenje bicikala. Prosječnog radnog dana BKK linije prevezu 3,9 milijuna putnika (*Skills, jobs & fun for students*, 2017).

Politički čimbenici vrlo su važni za razvoj turizma. Stroga protu-LGBTQ+ politika vlade i porast ksenofobije, zbog kojih se neki putnici ne osjećaju ugodno, uvelike utječu na prihode od turizma, jer radije posjećuju druge liberalnije europske metropole poput Beča ili Berlina umjesto Budimpešte. Na primjer, ove godine vlada Mađarske je naredila da se knjige koje sadrže LGBTQ sadržaj zamotaju u plastiku kako ne bi mogle biti listane prije kupnje. Postoji također netransparentnost po pitanju certificiranja. Općenito se može ustvrditi da mađarske kvalifikacije i certifikati koji se koriste u turizmu nisu sveobuhvatni i prepoznati među potrošačima. Što se tiče domaćeg poreznog okruženja od 1. siječnja 2017. godine uvedeno je smanjenje PDV-a na 18% čemu je cilj poboljšati konkurentnost sektora, ali postoji i opasnost od koruptivnih radnji u poslovnom okruženju (*Bloomberg Adria*, 2023).

Od mnogobrojnih atrakcija Budimpešte, u slijedećem poglavlju izdvojene su i opisane neke od najvažnijih.

2.2. Prirodne turističke atrakcije

Iako Budimpešta možda nije najpoznatija po svojim prirodnim ljepotama, ona ipak krije nekoliko skrivenih dragulja koji oduzimaju dah svojom jedinstvenom ljepotom. U ovom poglavlju bit će obrađene najznačajnije prirodne atrakcije glavnoga grada Mađarske – Margaretin otok i termalni izvori.

2.2.1. Margaretin otok

Na Dunavu, usred grada nalazi se 2800 m dug i 500 m širok Margaretin otok (*Margitsziget*), zelena oaza i mirno utočište od gradske vreve. Ime je dobio po princezi Margareti, kćeri Bele IV., koja je većinu svoga života provela u dominikanskom samostanu na otoku. Danas su ruševine samostana i kapelice iz 13. stoljeća među najvažnijim atrakcijama otoka. Kroz prošlost, *Margitsziget* je bio izoliran i slovio je kao mjesto vjerske kontemplacije sve do 19. stoljeća kada postaje rekreacijska zona Budimpešte i mjesto za bijeg od grada (Turp, 2011).

Posjetitelje na Margaretinom otoku dočekuje mnoštvo atrakcija i aktivnosti, zbog kojih je vrlo popularan među lokalnim stanovništvom i turistima. Dnevno ga u ljetnim mjesecima posjeti više od 10.000 ljudi (*Visit Hungary*). Istaknuta atrakcija je najveća glazbena fontana u Mađarskoj, promjera 36 m s mlazom vode koji doseže visinu od preko 25m. Svaki sat fontana izvodi glazbeni blok, a navečer posjetitelji mogu uživati u laserskoj projekciji na vodenoj zavjesi fontane (*Budapest Info*, 2024).

Među najvažnijim spomenicima *Margitszigeta* nalazi se Vodotoranj pod zaštitom UNESCO-a, visok 57m, koji, osim opskrbe vodom, služi i kao vidikovac. Izgrađen je 1911. godine u stilu secesije kako bi vodom opskrbljivao hotel *Danubius Grand Hotel* i *Hotel Margitsziget*. Danas služi kao izložbeni prostor Galerije vizualnih umjetnosti, a otvoren je od početka svibnja do kraja rujna. Osim izložbi na Vodotoranju, program *Margitszigeta* svakodnevno u ljetnim mjesecima upotpunjuju književne šetnje i kazalište na otvorenom koje može primiti 3500 gledatelja. Ulaznice su dostupne *online* ili u uredu na otoku, besplatne su sa *Budapest Card* (*Margitsziget Sinhaz*, 2024).

Na sjevernom dijelu otoka nalaze se Vrt ruža i Japanski vrt, povezani malim drvenim mostićem preko ribnjaka, sa stazama obloženim biljkama koje vode do blagog kaskadnog vodopada. U središtu ribnjaka uzdiže se kip "Male sirene". U blizini vrtova također se nalaze toplice koje koriste izvorsku vodu temperature 70 stupnjeva i *Bodorov* zdenac, neobičan zdenac konstruiran 1936. godine je identična kopija davno uništenog zdenca izgrađenog u rumunjskom *Targu Muresu* 1820. godine. Na vrhu kupole zdenca nalazi se kip rimskog boga mora Neptuna koji se okreće prikazujući točno vrijeme, a svaki točan sat reproducira mađarsku srednjovjekovnu glazbu. U atrakcije otoka spada Stoljetni spomenik, modernistički spomenik postavljen 1973. godine kako bi obilježio stotu obljetnicu ujedinjenja Budima, Obude i Pešte u Budimpeštu 1873. godine (Turp, 2011).

Otok *Margaret* vrlo je popularan među rekreativcima, može se istražiti pješice, biciklom ili čak biciklističkom kočijom, a za ljubitelje sporta ili trčanja postoji trkačka staza koja okružuje otok. Za ostale aktivnosti otvoren je *Alfred Hajos* bazen i Atletski centar koji nudi aktivnosti poput tenisa, nogometa, košarke ili rukometa te eko igralište za djecu 5-12 godina koji, osim igračaka i poligona sa trčanjem, skakanjem i penjanjem, nudi informacijske ploče sa temama o očuvanju okoliša. Na otoku se također nalazi nekoliko kafića, objekata brze prehrane i restorana. *Margitsziget* je lako dostupan i cjenovno povoljan zahvaljujući čestim linijama različitih oblika javnog gradskog prijevoza i razumnim cijenama parkiranja. (*Budapest by locals*, 2023).

2.2.2. Termalni izvori

Budimpešta leži na geološkoj rasjednoj liniji, gdje se Budimska brda sudaraju s Velikom mađarskom nizinom, najvećim dijelom Panonske nizine. Ova sudaranja uzrokuju da stotinjak termalnih izvora izvire uvis ispuštajući pritom oko 40.000 m³ tople vode bogate mineralima svaki dan. Područje današnje Budimpešte prvo je naselilo keltsko pleme *Eravisci* koje je naišlo na izvore i po njima nazvali područje *Ak-ink* (Obilna voda). Moć vode je u potpunosti iskorištena kada su na to područje stigli Rimljani i ovdje izgradili regionalnu prijestolnicu *Aquincum*. Rimljani su prvi koristili prirodna lječilišta, koja datiraju još iz 33. godine prije Krista. Car Marko Aurelije otkrio je da rane njegovih vojnika brže zacjeljuju kada se kupaju u ovim toplim izvorima te izgradio je prvo termalno kupalište u današnjoj Budimpešti. Terme su bile sastavni dio rimskog društvenog života, mjesto gdje su se ljudi okupljali kako bi razgovarali i opustili se nakon dana. Ruševine masivnih rimskih kupelji **Thermae Maiores**, koje su imale preko 50 dvorana sa toplom i hladnom vodom te podno grijanje, nalaze se i danas u srcu Obude u blizini trga Florian, ispod budimpeštanske podzemne željeznice. U blizini se nalazi *Aquincum* muzej i arheološki park, u sklopu kojeg je Muzej kupališta posvećen upravo *Thermae Maiores*. Muzej je trenutno zatvoren i posjeta je moguća isključivo virtualno (*BHM Aquincum Museum*, 2024).

Nakon turskog osvajanja Mađarske 1526. godine, kroz 150 godišnju vladavinu izgradilo se 75 kupališta u tipu hamama, uključujući četiri koja se i danas koriste: kupalište *Rudas*, kupalište *Király Baths Experience*, kupalište *Veli Bej* i kupalište *Rac*, od kojih je najstarija i najmanja kupelj *Király*, a zbog svojeg položaja, nikada nije imala izravan izvor

vode. Turske kupelji povijesno su utemeljene u islamskoj praksi ritualnog čišćenja duha i tijela prije molitve (Beni, 2017).

Druga gradska lječilišta, poput kupališta *Széchenyi* i kupališta *Gellért*, izgrađena su početkom 20. stoljeća. U gradskom parku *Varosliget* se nalazi najveće ljekovito kupalište u Europskoj Uniji **Szecheny thermal bath** (slika 1.) sa 15 unutarnjih i tri vanjska bazena ljekovitom vodom. Najpopularnija je to gradska kupelj u Budimpešti koja ima vlastitu stanicu metroa. Osim *wellnessa* nudi i medicinske *spa* usluge, otvorene su svakodnevno, a također održavaju i noćne *spa* zabave, koje kombiniraju elektronsku glazbu, akrobatske predstave i partije u termalnim bazenima (*Szecheny Baths*, 2024).



Slika 1. Kupalište Szecheny

Izvor: <https://szechenyibath.com>

Kupelji Gellert jedne su od najljepših kupelji koje svojom neoklasicističkom arhitekturom su idealno mjesto za opuštanje u ljekovitim vodama. Glavni bazen predstavlja se kao najljepši dio kupelji. Okružen je mramornim stupovima, visokim galerijama, ukrašen mozaikom i raznobojnom keramikom. Važnost kupelji ističe se još u 13. stoljeću kada su za doba vladavine kralja Andrije II. Pronađene ljekovite vode na području današnjeg hotela na čijem je mjestu u to doba izgrađena bolnica i lječilište. Danas *hotel Gellert* nudi 10 termalnih

kupelji s različitim temperaturama vode kao i vanjski bazen - prvi u svijetu napravljen sa mehanizacijom za umjetne valove, koji je zatvoren u zimsko doba (Turp, 2011). U ponudi se uz razne masaže i pedikuru nalazi i privatno termalno kupanje za dvije osobe u zasebnoj prostoriji. Ponuda također uključuje šampanjac, voće i saunu (Gellert, 2024).

Od brojnih turističkih atrakcija Budimpešte, većina ulazi u antropogenu ili društvenu resursnu tipologiju. Isto se opisuje u narednom poglavlju.

2.3. Društvene turističke atrakcije

Građevine Budimpešte predstavljaju sva razdoblja razvoja grada, od antike pa sve do suvremenog doba. Autentična i životna, Budimpešta je spoj povijesti i modernog. Sljedeća poglavlja opisat će izdvojene atrakcije mađarske metropole podijeljene u tri glavna turistička područja: područje oko gradskog parka *Varosligeta* i aveniju *Andrassy*, obala Dunava i središte Pešte i srednjovjekovni Budim.

2.3.1 Područje Varosligeta

Područje oko **Varosligeta** ili gradskog parka mjesto je zabave za građane Budimpešte. Gradski park izgrađen je 1751. godine i bio je omiljeno lovište plemićima. Zelene površine i umjetno jezero nude širok spektar aktivnosti za mještane i turiste. Dvorac **Vajdahunyad** nalazi se na otočiću u Gradskom parku, zbog čega mu se može prići samo s četiri strane preko mostova. Zgrada nosi obilježja različitih arhitektonskih stilova, a njezino glavno pročelje u biti je replika dvorca *Vajdahunyad* u Transilvaniji. U unutrašnjosti se nalazi najveći poljoprivredni muzej u Europi. U parku se nalazi i 130 godina star Zoološki vrt, zabavni park *Vidampark* te se može pogledati Budimpešta iz zraka balonom sa 150 m visine na turističkoj atrakciji *Balloon Fly* (Budapestinfo, 2023).

Od *Varosligeta* preko Trga heroja pa skroz do centra grada vodi *Andrassy utca*, avenija ispunjena ekskluzivnim kafićima, restoranima i trgovinama. Široke avenije i zgrade velebnih razmjera dom su muzejima, umjetničkim galerijama, kazalištima i spomenicima.

❖ *Avenija Andrassy*

Andrassy utca duga je i široka avenija od gradskog parka *Varosligeta* do Elizabetinog trga u središtu grada. Gradnja ulice započela je 1872. godine kao dio priprema Milenijske proslave 1896. godine kada je Mađarska proslavila svoje prvo tisućljeće naseljavanja ovih prostora. Ime je dobila po grofu *Gyuli Andrassyju*, mađarskom premijeru i glavnom organizatoru njene izgradnje. Odlikuju je drvoredi i aleje, vile i kuće u neorenesansnom stilu te monumentalni trgovi. Ovaj slikoviti najznačajniji bulevar Budimpešte nalazi se na UNESCO-vom Popisu svjetske baštine od 2002. godine. Urbanistička arhitektonska cjelina avenije i njezinog okruženja (Trg heroja, Gradski park, povijesne uže gradske četvrti i javne zgrade) visoko su kvalitetna arhitektonsko-umjetnička ostvarenja i simbol razvoja grada kao moderne metropole. Avenija je radikalno transformirala urbanu strukturu Pešte, zajedno s izgradnjom prve podzemne željeznice na europskom kontinentu iz 1896. godine *Millenium Metro*. Danas metro grada ima četiri linije i dnevno prevozi oko 830.000 putnika. Svaka stanica od ukupno 52 je ujedno i mali muzej sa slikama i informacijama. Linija M1 sa 11 postaja od trga *Vörösmarty* preko avenije *Andrassy* do ulice *Mexikói* podsjeća na doba 1890-tih; sa parketom, klupama, drvenim prozorima i osvjetljenjem toga vremena te je također dio zaštićene baštine UNESCO-a. U aveniji *Andrassy* nalazi se velik broj trgovina luksuznih *brandova*, kafića, restorana i stranih ambasada, a do nje se iz centra Budimpešte može stići taksijem, autobusom, pješice ili linijom M1 podzemne željeznice (*UNESCO*, 2023).

Na početku avenije smjestio se **Trg heroja** koji dijeli ovu aveniju od *Varosligeta*. Trg je popločan velikim pravilnim bijelim ornamentima na sivoj podlozi, koji izgledaju poput ogromnog veza i najveći je trg u Budimpešti. Otvoren je 1896. godine u sklopu Milenijske proslave, a centralni dio trga zauzima Milenijski spomenik. Spomenik, koji je 1900. godine dobio nagradu na Svjetskoj izložbi u Parizu sastoji od dvije polukružne kolonade i središnje skupine kipova. U centru se nalazi kip arhanđela Gabrijela sa dvostrukim križem i mađarskom krunom u rukama koji stoji na stupu visokom 36 metara. Bazu stupa krase sedam kipova konjanika koji predstavljaju sedam vođa mađarskih osvajačkih plemena. U kolonadama nalaze se kipovi važnih ličnosti u stvaranju suvremene Mađarske. Danas kipovi između stupova kolonada nisu sasvim identični kao u originalnoj izvedbi, budući da su neki zamijenjeni kipovima drugih osoba iz povijesnih razloga. Sa sjeverne strane Trg heroja okružen je dvjema velebnim građevinama – Muzejom likovnih umjetnosti i Palačom umjetnosti (Turp, 2011).

U ovoj ulici smjestila se jedna od najljepših građevina Budimpešte - **Mađarska državna opera**, remek-djelo arhitekta *Miklosa Ybla* iz 1884. godine. Izgrađena je u

neorenesansnom stilu sa elementima baroka. Bogata je ukrasima, mramornim stubištima, freskama na zidovima i stropovima, svilenim tapetama, a gledalište sadržava 1200 mjesta. U Državnoj operi odvijaju se i drugi događaji vezani uz kazalište i glazbu, a dom je i Mađarskom državnom baletu uz brojne izvedbe tokom baletne sezone. Državna opera ima vlastiti muzej sa uspomnama na brojne izvođače koji su nastupali na pozornici Opere i *Operashop* gdje se mogu kupiti razni rekviziti od privjesaka, majica, audiovizualnih zapisa raznih opera i koncerata pa sve do kazališnog dalekozora ili dirigentskih palica. Pročelju, glavnom ulazu i predvorju zgrade moguće je diviti se svakodnevno, ali za obilazak cijele zgrade potrebno je pogledati jednu od izvedbi ili se pridružiti organiziranom obilasku dostupnom na sedam jezika, uključujući i hrvatski, a preko njihove *web* stranice dostupna je i 3D virtualna tura. Ulaznice za koncerte uglavnom su jeftine zbog državne potpore. Odmah pored Državne opere nalazi se i *Opera cafe*, gdje se može osim u kavi uživati i u lokalnim jelima i vinima. (*Opera*).

“**Kuća terora**” posvećena je obilježjima i žrtvama fašizma i komunizma. Zgrada u kojoj se nalazi Kuća terora bila je sjedište *Nyilaskeresztes Párt*, odnosno, mađarske nacističke stranke i kasnije AVH – tajne policije Narodne Republike Mađarske pod komunističkim režimom. Tu su se donosile odluke o smaknućima, regrutirani tinejdžeri, a u podrumu ispod zgrade mučeno je i ubijeno na stotine ljudi. Muzej je otvoren je 2002. godine, a njegov obilazak uključuje podrumske ćelije za mučenje, skulpture žrtava, biste Staljina i njegovih sljedbenika, sovjetski tenk, propagandne materijale, a najdojmljiviji dio stalnoga postava nalazi se na kraju – tik do izlaza, zidovi uskoga i malenoga prolaza oblijepljeni su fotografijama i imenima svih djelatnika toga strašnoga mjesta torture (*Terror Haza*).

Nedaleko od Kuće terora, u staroj zgradi nekadašnje Glazbene akademije smjestio se **Memorijalni muzej** mađarskog skladatelja iz razdoblja romantizma **Franza Liszta**. Muzej sadrži zbirku skladateljevih instrumenata, knjiga, rukopisa i memorabilija koje je skladatelj sam darovao Mađarskom nacionalnom muzeju ili su prikupljeni od Lisztove rodbine, prijatelja i učenika. Vođene ture dostupne su na šest jezika, a audio vodič nadopunjuje ponudu sa još devet jezika (*Lisztmuseum*, 2023).

Treći vikend svakoga rujna Avenija *Andrassy* zatvara se za promet u sklopu Europskog tjedna mobilnosti. Ulicu preuzimaju pješaci i biciklisti te uz pomoć brojnih programa, koncerata i aktivnosti pomažu u skretanju pažnje i poticanju lokalnih vlasti na uvođenje održivih oblika prijevoza. Također u rujnu se širom Avenije odvija *International street food and food truck festival* kada se budimpeštanski kamioni s hranom i barovi s

uličnom hranom sele u aveniju na tri dana i nude gurmansku brzu hranu, *craft* pivo, vina, kavu, slatkiše (*Budapest by locals*, 2023.). Avenija vodi do drugih glavnih atrakcija Budimpešte, od kojih su izabrane opisane u slijedećim poglavljima.

2.3.2. Obala Dunava i središte Pešte

Značajka mađarske prijestolnice je rijeka Dunav koja teče kroz nju, razdvajajući Budim i Peštu. Prva znamenitost Budimpešte koja je 1987. godine uvrštena na UNESCO-ov Popis svjetske baštine bio je pogled na obalu Dunava uz četvrt Budimskog dvorca u Budimu. Secesijska arhitektura, široke avenije i prostrani trgovi obilježja su ovog trgovačkog središta grada, danas većinski pretvorenog u pješačke zone za šetnju i kupovinu. Ovaj dio grada krije nekoliko muzeja, Mađarski nacionalni muzej, Muzej primijenjene umjetnosti i zanimljiv Etnografski muzej šarolikih izložaka narodnih nošnji, pokućstva i igračaka te Akademiju znanosti. U središtu Pešte se nalazi **Vaci utca**, najbučniji dio grada i središte društvenog života. Glavna atrakcija ove dvodijelne ulice (južni dio za kupovinu, a sjeverni za hranu i piće) je **Glavna tržnica Nagyvásárcsarnok**. Gradska tržnica prozvana je od strane CNN-a najljepšom tržnicom na svijetu i nagrađena je s nekoliko nagrada za svoju arhitekturu. Fasada izrađena od opeke i krovovi prekriveni šarenim crijepom iz čuvene mađarske tvornice *Zsolnay* u Pečuhu pravo su remek-djelo u neogotičkom stilu. Tržnica površine 10.000 m² na tri kata nudi tipične mađarske proizvode i poslastice, lokalne rukotvorine i suvenire, a radi svakodnevno 06-18 h osim nedjelje. Do ovog dijela grada može se stići tramvajem broj 83, linijom podzemne željeznice M4 i autobusnim linijama 15 i 115. U židovskoj četvrti smjestila se Velika sinagoga, najveća u Europi, **Dohany sinagoga** sa 2964 sjedećih mjesta, djelo bečkog arhitekta *Ludwiga Förstera* u bizantskom stilu. Na katu sinagoge nalazi se Židovski muzej, a u dvorištu je aleja sa spomen pločama ovdje sahranjenih 2000 Židova i Spomenik židovskim mučenicima u obliku žalosne vrbe, na čijim čeličnim listovima pišu imena žrtava kojima se ne zna posljednje počivalište (Turp, 2011).

Ovaj dio grada je i središte noćnog života Budimpešte. **Ruin barove**, nekad stare napuštene zgrade, skladišta i parkirališta, preuredila je liberalna budimpeštanska mladež početkom 2000-ih godina u kafiće i klubove. Najpoznatiji *ruin bar* je **Szimpla Kert** smješten u ulici *Kazinczy Utca* u nekadašnjoj tvornici štednjaka (Turp,2011).

Veličanstvene atrakcije centra Pešte i obale Dunava su Mađarski parlament i Bazilika Sv. Stjepana koje se analiziraju u narednim poglavljima.

❖ *Mađarski parlament*

Zgrada Mađarskoga parlamenta (slika 2.) je palača na peštanskoj (lijevoj) strani Dunava izgrađena u neogotičkom stilu, od 1871. godine na UNESCO-vom Popisu svjetske baštine. Projektirao ju je mađarski arhitekt *Imre Stendl* i nakon 17 godina gradnje, od 1885. do 1902. godine, Mađarska je otvorila u tom trenutku najveću zgradu Parlamenta na svijetu, a danas je još uvijek treća po veličini. Ova četverokatnica ukupne površine 18.000m² pruža se 271m duž obale Dunava, a visoka je 96 m te uz Baziliku Sv. Stjepana najviša je zgrada Budimpešte. Sastoji se od 691 prostorije, 10 dvorišta, 28 stubišta i 27 ulaza.



Slika 2. Mađarski parlament

Izvor: <https://www.buvu.hr/poster-madarski-parlament-budimpesta/>

Pročelje zgrade dekorirano je sa 90 skulptura znamenitih ličnosti iz mađarske povijesti, dok interijer krase još 162 skulpture. Glavni ulaz nadahnut londonskim Parlamentom čuvaju skulpture dva lava otkud se, preko Velikog stubišta ukrašenog sa tri stropne freske, dolazi do centralne dvorane, Dvorane s kupolom, nekadašnje dvorane za sjednice, a danas služi za ceremonije. Kupolu dvorane nosi 16 stupova sa 16 kipova važnih mađarskih vladara i u njoj se čuvaju kraljevski dragulji i Sveta kruna, kojom su okrunjeni svi mađarski kraljevi u prošlosti. Od važnih dvorana zgrade valja još istaknuti Dvoranu Nacionalne skupštine - mjesto gdje se danas sastaje Parlament, Premijerov ured te Kongresnu dvoranu i Dvoranu delegata koje se više ne koriste za diplomatske susrete i događaje (Turp, 2011).

Vođene rute nude se svakodnevno u 10, 12, 13 i 14 sati, traju 45 minuta i dostupne su na sedam jezika, dok audiovodič nudi još 16 jezika uključujući i hrvatski jezik. Zgrada Parlamenta jedna je od najposjećenijih atrakcija u Budimpešti, stoga je potrebno rezervirati ulaznice putem službene stranice građevine. Parlament je u potpunosti pristupačan za posjetitelje s invaliditetom, a mogu se također unajmiti invalidska kolica i ostala oprema za kretanje (*Parlament*, 2024).

Putopisni blog *Stasher* je proglasio Mađarski parlament najboljom svjetskom turističkom atrakcijom 2023. godine u konkurenciji 99 svjetskih atrakcija uključujući *Angor Wat* (Kambodža), *Disneyland* (Pariz), *Plavu Lagunu* (Island) i *Baziliku sv. Petra* (Rim). Važno je istaknuti da su posjetitelji Parlamentu dali prosječnu ocjenu 4.8 putem *Google Review* platforme (*Mozaik SD*, 2023).

Nadomak Parlamenta na obali Dunava nalazi se spomenik koji izaziva tugu i tjeskobu - **Cipele na obali Dunava**. Spomenik od lijevanog željeza sastoji se od 60 pari cipela i podignut je u čast žrtvama holokausta koje su odvedene do obale rijeke, izuvene, streljane i potom bačene u rijeku. Cipele žrtava su potom očišćene te preprodane na crnom tržištu, pošto su se tokom Drugog svjetskog rata teško nabavljale. Procjenjuje se da je u Mađarskoj bilo oko 500.000 žrtava holokausta od čega 20.000 na obalama Dunava. Za ovaj spomenik su zaslužni filmski redatelj *Can Togay* i kipar *Gyula Pauer*, a dovršen je 2005. godine (Turp, 2011).

U blizini Parlamenta nalazi se mnoštvo spomenika i atrakcija, među najvažnijima za domicilno stanovništvo i posjetitelje je Bazilika Sv. Stjepana.

❖ *Bazilika Sv. Stjepana*

Bazilika Sv. Stjepana katolička je crkva na *Szent István tér* i posvećena je mađarskom kralju Stjepanu I. Svetom, čije se relikvije nalaze u njoj. Konkatedrala je Ostrogonsko - budimpeštanske biskupije, treća najveća crkvena građevina u Mađarskoj i može primiti oko 8000 ljudi. Izgrađena je u neorenesansnom stilu sa elementima baroka, a na njoj su radila tri arhitekta – *Joszef Hild*, *Miklos Ybl* i *Jozsef Kauser*. Kao i zgrada Mađarskog Parlamenta, visoka je 96 m, kao simbol jednake važnosti i ravnopravnosti svjetovne i crkvene vlasti. Gotovo pola stoljeća je trajala izgradnja ove crkve zbog prvotnog urušavanja kupole, a dovršena je 1905. godine. Ukrašena je mozaicima i slikama iz života mađarskih svetaca, a glavni ulaz i stražnje kolonade rese rezbarije i kipovi mađarskih svetaca i 12 apostola. Bogatu riznicu sačinjavaju darovi nekolicine papa mađarskim kraljevima te kopija mađarske krune, a najvrjednija relikvija je mumificirana podlaktica desne ruke mađarskog osnivača i prvog

kralja Sv. Stjepana. Na Sjevernom tornju bazilike nalazi se zvono teško 9144 kg, koje su platili njemački katolici posramljeni zbog činjenice da su nacisti ukrali originalno zvono u povlačenju iz Budimpešte na kraju Drugog svjetskog rata. Originalno zvono nije nikad pronađeno. Iznad kupole postoji vidikovac odakle se pruža predivan panoramski pogled na cijelu Budimpeštu. Na vidikovac se može stići stubištem (364 stepenice) ili liftom. U bazilici se povremeno održavaju koncerti na orguljama sa 5898 svirala, a u kripti bazilike se nalazi grob slavnog mađarskog nogometaša *Ferenca Puskása*. Crkva se može posjetiti svakodnevno i ulaz je besplatan. Najbolje ju je posjetiti 20. kolovoza na dan Sv. Stjepana kada svećenici nose Svetu desnu ruku kroz mnoštvo okupljeno ispred crkve (Turp, 2011).

U blizini Bazilike Sv. Stjepana u javnom parku na Elizabetinom trgu nalazi se *Budapest eye*, panoramski kotač visine 65 m sa kojeg se pruža pogled na svu okolicu i glavne gradske znamenitosti. (*Budapest Oriaskerk*, 2023).

Od ukupno 12 mostova u Budimpešti na Dunavu ih je devet, od kojih je najvažniji *Széchenyi hid* ili jednostavno **Lančani most**, viseći most koji spaja Budim na zapadnoj i Peštu na istočnoj obali Dunava. To je prvi stalni most na Dunavu koji je potaknuo ujedinjene Budima i Pešte 1873. godine povezujući trg *Széchenyi* u Pešti sa trgom Adama Clarka u Dvorskoj četvrti Budima (Turp, 2011). Znamenitosti Budima bit će opisane u slijedećem poglavlju.

2.3.3. Budim – srednjovjekovni grad

Srednjovjekovni grad Budim, uvršten na UNESCO-ov Popis svjetske baštine 1987. godine, izrastao je oko Budimskog dvorca. Ograđeno područje oko Budimskog dvorca, Dvorska četvrt, nudi pregršt zanimljivih lokacija za posjetu - Muzej povijesti Budimpešte, Muzej vojne povijesti, Muzej povijesti muzike, Kuća *Houdinija* - muzej čiji obilazak započinje mađioničarskom predstavom i vodi kroz životni put i osobne predmete slavnog mađioničara, Bolnica u stijeni - muzej i uspomena na tajnu podzemnu bolnicu iz Drugog svjetskog rata, Muzej ljekarne Zlatni orao, Muzej telefona i brojne druge atrakcije.

Ribarski bastion, iako izgleda kao nastavak Budimskog dvorca, zapravo je izgrađen u 20. stoljeću. Izgradio ga je *Frigyes Schulek* u neogotičkom stilu u spomen cehu ribara, sa sedam kula kao podsjetnik na sedam mađarskih plemena i zidinama dugim 140 m. Ulaz se ne

naplaćuje za niže katove, dok se šetnja višim katovima tvrđave naplaćuje 1000 HUF-a za odrasle i 500 za studente i djecu. Iza 19 sati ulaz je za sve dijelove tvrđave besplatan. U obronku brda *Gellert* nalazi se Crkva u špilji te luksuzne kupelji i hotel *Gellert* koji nose ime tog slavnog biskupa i sveca zaštitnika grada (Turp, 2011). Uz okrug *Taban* i brdo *Gellert*, suvremeni Budim čini najviše elitnu četvrt u gradu.

❖ *Budimski dvorac*

Kraljevska palača ili **Budimski dvorac** (Slika 3.) je dvorski kompleks mađarskih kraljeva u Budimpešti, koji je u 13. stoljeću podigao Bela IV. na brdu visokom 170 m iznad Dunava kako bi ga zaštitio od napada Turaka. Svaki naredni kralj ga je dograđivao i dodavao elemente svoga vremena od srednjeg vijeka, baroka pa sve do modernizma, ali je više puta bivao rušen do neprepoznatljivosti. Veći dio palače izgrađen je u 18. stoljeću pod vladavinom Marije Terezije. Zbog štete koju je pretrpjela tijekom Drugog svjetskog rata palača je morala biti renovirana, a neki dijelovi su izgrađeni iznova (*Buda Castle*).



Slika 3. Budimski dvorac

Izvor: <https://whc.unesco.org/en/list/400/>

Posljednji stanovnik palače bio je regent admiral *Horthy*, koji je u njoj živio do 1945. godine, nakon čega je postala dom Muzeju povijesti Budimpešte, Mađarskoj nacionalnoj galeriji i Nacionalnoj knjižnici. U posljednjih nekoliko godina, postao je poznat i kao mjesto gdje se održavaju neki od najboljih gastronomskih sajmova i kulturnih festivala, kao što su Mađarski festival *Palinka*, Uskršnji sajam, Vinski festival, kao i Mađarski festival

folkloru. Ulaz u Dvorac dostupan je 24/7 i besplatan je, osim u vrijeme održavanja festivala i manifestacija. Do Budimskog dvorca može se stići gradskim prijevozom, autom ili pješke iz više pravaca, no najzanimljivije je uspinjačom od stanice pored Lančanog mosta (*Buda Castle*).

Ispod dvorca nalazi se sustav spilja poznat kao **Labirint**. Labirint je kroz povijest služio kao zatvor, prostorije za mučenje, bunker, vojna bolnica i vinski podrum. Ovdje se mogu vidjeti kipovi, fontane, stupovi, razne slike, čuti razne informacije i priče o Vladu Drakuli. Ture se nude svakodnevno u trajanju između 45min i 1h 30 min (*Buda Castle*).

Mađarska nacionalna galerija zauzima tri krila Dvorca i jedna je od najvećih svjetskih galerija sa preko 40.000 izložaka. Izložci su podijeljeni u šest izložbi po vremenskim razdobljima, od srednjovjekovne umjetnosti u kamenu do secesije. Radi sve dane osim ponedjeljka od 10h do 18h. Može se obići sa vodičem u trajanju od 60 min na engleskom, talijanskom, francuskom i njemačkom jeziku, uz audio vodič ili samostalno. Karte se mogu kupiti *online* ili na blagajni na ulazu, a unutar galerije se nalazi i suvenirnica sa replikama izložaka, publikacijama i različitim rekvizitima (*Buda Castle*).

Povijesni muzej Budimpešte poznat je i kao Dvorski muzej. Njegova zbirka predmeta i povijesnih dokumenata grada i dvorca prati kroz tri različite izložbe. Podrumaska izložba o dvorcu u srednjem vijeku uključuje gotičke skulpture i oklope, pečate, novčiće, slike i knjige iz kraljevske knjižnice tog razdoblja. Izložci u prizemlju prikazuju razvoj grada od doba Rimljana do 17. st., a na prvom katu je izložba „Budimpešta u suvremeno doba“ (*Buda Castle*).

Pored dvorca nalazi se **Matijina crkva** nazvana po kralju Matijašu. Izgrađena je i posvećena 1015.godine na zahtjev kralja Stjepana Svetog, ali je uništena početkom 13.st. u provali Mongola. Današnja crkva je podignuta krajem 14.st. u kasnogotičkom stilu. Iako je služila za krunidbu mađarskih kraljeva, tijekom većeg djela srednjeg vijeka u njoj su se mogli moliti samo Nijemci, a Mađarima nije bio dopušten ulazak u crkvu. Početkom 16.st. kada su grad osvojili Turci, Matijina je crkva za narednih 150 godina pretvorena u džamiju. Stradala je i tijekom Drugog svjetskog rata te je obnovljena 1968. godine (Turp, 2011).

U društvene turističke atrakcije ubrajaju se i manifestacije kojima Budimpešta obiluje. Bez obzira na preferencije, od hrane, filma, glazbe ili sporta, Budimpešta organizira raznovrsne događaje kojima nastoji zadovoljiti svačiji ukus. Budimpešta je politički, gospodarski i kulturni centar Mađarske i Europe, stoga ne čudi bogatstvo atrakcijama.

Obzirom na velik broj posjetitelja tokom godine, upravljanje atrakcijama iznimno je važno za gospodarski razvoj, ali i za kvalitetan život lokalnog stanovništva.

Temeljem prethodno opisanih atrakcija grada Budimpešte dolazi se do zaključaka da grad raspolaže sa brojnim atrakcijama od globalnog značaja, da su iste organizacijski postavljene prilagođene klijentu te da su cjenovno prihvatljive (diverzifikacija prema dobi, pristupačni turizam, besplatni ulazi na pojedinim atrakcijama). Također, uočena je iznimno dobra prometna povezanost atrakcijskog miksa i promocija poznatih osoba vezanih uz društvene resurse, kroz deskripcije na promotivnim stranicama.

3. ATRAKTIVNOST ZAGREBA

Grad Zagreb obiluje turističkim resursima (prirodni i društveni), ali i atrakcijama koje čekaju na valorizaciju. Ovo poglavlje detaljno analizira turističke resurse grada Zagreba te prirodne i društvene atrakcije istog.

3.1. Turistički resursi

Geografski položaj Zagreba doprinosi razvoju različitih resursa, potičući gospodarski i kulturni procvat grada, od koji se mnogi u novije vrijeme turistički valoriziraju. Zagreb je smješten na sjeverozapadu Hrvatske na 122 m apsolutne visine. Nastao je ujedinjenjem slobodnog kraljevskog grada Gradeca i biskupskog Kaptola 1850. godine, a prema popisu stanovništva iz 2021. godine broji 636.592 stanovnika. Leži na južnim padinama planine Medvednice sa najvišim vrhom Sljemenom (1035 m) na sjeveru, dok ga drugim stranama svijeta otvaraju plodne prostrane ravnice. Od pojedinačnih geomorfoloških obilježja najatraktivnija je špilja *Veternica* u parku prirode Medvednica. Dinamičan i raznolik reljef Zagreba omogućuje raznovrsne aktivnosti na otvorenom. Najvažnije hidrografsko obilježje grada je rijeka Sava, umjetna jezera Jarun i Bundek koji se koriste pretežno u sportske i rekreativne svrhe te 12 jezera Savice (Bočić i dr., 2018).

Prema *Köppenovoj* klasifikaciji klima, područje grada Zagreba pripada klimatskom razredu Cfb - umjereno topla vlažna klima sa toplim ljetom i sva četiri jasno izražena godišnja doba. Ljeta su obično topla i suha sa prosječnom temperaturom od 22 °C, zime su hladne sa temperaturom često ispod ništice, a povremeno padaju i snježne oborine. Broj sunčanih sati je 2270, a padaline su raspoređene ravnomjerno tokom cijele godine (Ugarković i dr., 2021). Takva klima sa velikim brojem sunčanih sati vrlo je pogodna za turizam.

Flora i fauna grada pretežno su vezane uz planinu Medvednicu, koja je, zbog svoje bio raznolikosti i estetske, ekološke, znanstvene, kulturno-povijesne te turističke vrijednosti, zaštićena kao Park prirode. Biljni svijet Medvednice sastoji se od 1453 vrste i podvrste, a zbog raznovrsnosti geoloških podloga pojavljuje se čak 12 šumskih zajednica od kojih je najrasprostranjenija šuma bukve, a čak 54 biljnih vrsta je strogo zaštićeno od kojih se ističu tisa, kranjski ljiljan, ljiljan zlatan, orhideje i kaćuni. Od životinjskih vrsta valja istaknuti ptice

škanjca, jastreba, kopca, vjetrušu, crvendaća i zebu, od sisavaca kunu, lisicu, divlju mačku, srnu, divlju svinju, puha, voluharicu i zeca, 24 vrste šišmiša, brojne vrste vodozemaca i kukaca te hrvatsku najpoznatiju zmiju otrovnicu poskoka. Duž cijelog toka rijeke Save nalaze se zaštićena prirodna područja, a sama rijeka u Zagrebu dom je mnogih vrsta riba, vodozemaca i ptica te biljnih vrsta tipične za vlažna staništa, lopoči, lokvanji i trske. Sjeverno od rijeke Save nalazi se ornitološki rezervat Savica sa 12 jezera i brojnim rijetkim pticama od kojih se ističu plazica vuga, mali slavuj, sokol grlaš i pjegava grmuša. U Zagrebu je mnogo uređenih zelenih površina, a najviše se ističu parkovi Maksimir, Zrinjevac i Ribnjak te Botanički vrt (Bočić i dr., 2018).

Zagreb, kao i većina urbanih sredina, obiluje antropogenim turističkim resursima u obliku kulturno-povijesne i umjetničke baštine. Glavni resursi su povijesna jezgra grada sa svojim spomenicima i sakralnim objektima (Kula *Lotrščak*, *Kamenita vrata*, Zagrebačka katedrala, crkva Sv. Marka), palače (Banski dvori, Palača *Dverce*, Kuća *Turković*), galerije (Galerija Arheološkog muzeja, Kaptol), kazališta (Hrvatsko narodno kazalište), muzeji (Tehnički muzej Nikola Tesla, Mimara, Muzej prekinutih veza, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej iluzija, itd.). Medvedničke šume pružaju obilje sirovine drvene građe pa se u mjestima pod Sljemenom razvila vještina rezbarenja i obrade drveta. Umijeće izrade drvenih tradicijskih igračaka zaštićeno je od 2009. godine i upisano na UNESCO-ov Popis reprezentativne nematerijalne baštine, a od 2010. godine na istom Popisu nalazi se i Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske najpoznatiji po izradi *Licitra* (*Ministarstvo kulture i medija*). Zagreb je sjecište svih hrvatskih regionalnih gastronomija u kojem ima izbora za svačiji tip prehrane, no pojedina jela tradicionalno predstavljaju grad. Na zagrebačku gastronomiju velik utjecaj su ostavile austrijska, njemačka i mađarska kuhinja pa su u lokalnoj ponudi uobičajena razna variva, jela od kupusa, savijače i slično, čak je i jedno od najpoznatijih jela glavnog grada Hrvatske Zagrebački odrezak varijanta Bečkog odreska. Raznovrsnost tla i bogatstvo prirodnih resursa omogućuju Hrvatskoj proizvodnju različitih sorti vina. Hrvatska je podijeljena u četiri vinske regije koje se razlikuju po svojim prirodnim karakteristikama i vrsti vina koje proizvode, a to su Dalmacija, Istra i Kvarner, Slavonija i Podunavlje te Bregovita Hrvatska, u koju Zagreb spada. Sorte vina koje se ovdje najčešće proizvode su crni, bijeli i sivi pinot, rajnski rizling, traminac, frankovka, *Chardonnay* i graševina. Broj vinara u Bregovitoj Hrvatskoj je u porastu, a sa njima raste i broj *wine barova* i vinarija u Zagrebu i okolici koji nude vrhunske svjetski poznate sorte vina, ali i one autohtone (*Vina Croatia*).

Jedan od važnih turističkih resursa grada Zagreba su festivali i manifestacije. Kulturno-umjetnički, sportski, gastronomski i ostale vrste događaja u Zagrebu se odvijaju svakodnevno, a od velikih manifestacija valja izdvojiti trodnevni glazbeni *InMusic* festival na otvorenom, koji ugošćuje svjetski poznate *rock* glazbenike, zatim, svjetsku automobilističku utrku WRC (*World rally championship*) Croatia, koja prolazi kroz pet hrvatskih županija, a započinje upravo u Zagrebu i tradicijsku manifestaciju uoči Božića - *Advent u Zagrebu*, spoj božićnog sajma i kulturno-umjetničkih događaja (*Info Zagreb*). U ambijentalne resurse spada Gornji grad u Zagrebu, koji, osim kulturno-povijesnim resursima, svojim ugođajem posebno privlači turiste na posjet Zagrebu i *Lenuzijeva* potkova - urbanistička cjelina od sedam gradskih trgova i parkova, koji čine zelenu oazu za bijeg od urbane sredine. Rubni djelovi grada izgrađeni nakon Drugog svjetskog rata južno od rijeke Save, tzv. Novi Zagreb, također su utjecali na atraktivnost svojim modernim uređenjem te brojnim sadržajima i mogućnostima koje nude. Najatraktivnije znamenitosti ovih djelova grada su Muzej suvremene umjetnosti, gospodarska i industrijska cjelina Zagrebačkog Velesajma - prostora za gospodarske izložbe i sajamske priredbe, Hipodrom zagreb - sportski objekt za konjičke trke, jezero i sportska arena Bundek, trgovački centri, prostori za održavanje manifestacija i festivala te brojni drugi sadržaji.

Ukupan broj smještajnih kapaciteta u Zagrebu iznosi 9332 sobe, apartmana ili mjesta za kampiranje u kolovozu 2023. godine, a ukupan broj kreveta je 19.504. Više od trećine smještajnih kapaciteta otpada na smještaj u hotelima, a u velikom je porastu, izuzev pandemijskog razdoblja, ponuda obiteljskog smještaja. Udio zaposlenih u turizmu u 2022. godini prema podacima Instituta za turizam iznosi 2,56 što iznosi 10.426 zaposlenika. Destinacijom upravlja Turistička zajednica grada Zagreba (*Turistička zajednica grada Zagreba*, 2020).

Položaj Zagreba na krajnjem jugu srednje Europe prema europskom Sredozemlju čini ga jednim od najvažnijih prometnih čvorišta Europe. Glavni prometni smjerovi su zapadni za Ljubljanu, odnosno zapadnu Europu, istočni za jugoistočnu Europu i jugozapadni smjer za Istru i Kvarner, Liku, Gorski kotar i Dalmaciju. Na tri glavna prometna smjera nadovezuju se autoceste Zagreb-Macelj i Zagreb-Goričan, ceste i željezničke pruge prema Panonskoj nizini i Mađarskoj te ceste i željeznica prema Sisku, odnosno, prema BIH. 17 kilometara jugoistočno od grada nalazi se međunarodna Zračna luka "Franjo Tuđman" koja godišnje preveze preko tri milijuna putnika na 48 destinacija širom Europe i Bliskog Istoka. Javni gradski prijevoz čine mreža autobusnih i tramvajskih linija te taksi vozila (*Leksikografski zavod Miroslava*

Krleže, 2024). Vanjska politika Hrvatske, čiji su ciljevi jačanje međunarodnog položaja i utjecaja te prepoznatljivosti Republike Hrvatske u Europi i svijetu, je usklađena sa vanjskom politikom Europske unije u promicanju međunarodne suradnje i međukulturalnom poštivanju (Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, 2024). Od unutarnjih problema, ističu se visoki porezi i opasnost od korupcije u poslovnom okruženju. Dodatni problemi su sječa šuma i ilegalna gradnja (Bočić i dr., 2018).

Od ostalih neizravnih turističkih resursa valja izdvojiti mnoštvo zelenih površina i očuvan okoliš, privlačnu arhitekturu, ljubaznost domaćina i sigurnost. Turizam se također koristi već postojećom i kvalitetnom gradskom komunalnom infrastrukturuom. Zagreb je bogat turističkim resursima od kojih su najatraktivniji turističke atrakcije koje privlače turiste na posjetu i otkrivanje grada. O zagrebačkim turističkim atrakcijama bit će riječ u slijedećim poglavljima.

3.2. Prirodne turističke atrakcije

U ovom poglavlju opisat će se dvije najznačajnija prirodne turističke atrakcije Zagreba planinu Medvednicu i park Maksimir te antropogene atrakcije izgrađene unutar njih.

3.2.1. Park prirode Medvednica

Medvednica ili Zagrebačka gora je planina sjeverno od Zagreba na čijim padinama grad leži. Visinom se ubraja u gorja sa svojim najvišim vrhom Sljemenom (1035 m). Dužina planine je 42 km, a površina joj iznosi 240 km² te je 81% njene površine prekriveno šumama hrasta kitnjaka, hrasta medunca, jasena, običnoga graba, bukve, tise, lipe i pitomog kestena. Brojni izvori, potoci te razlike u visini omogućile su raznolika biljna i životinjska staništa, stoga je od 1981. godine zaštićena u kategoriji parka prirode. Do vrha planine može se stići preko 70-ak staza koje se koriste u sportsko-rekreativne svrhe. Pri samom vrhu nalazi se nekoliko kafića i restorana koji nude osvježanje i okrepu nudeći tradicionalnu zagrebačku kuhinju te planinarski domovi (*Turistička zajednica Grada Zagreba*, 2018).

Veternica je špilja sa više od sedam kilometara razgranatih kanala, šesta po veličini u Hrvatskoj, nastala u krškom "džepu" jugozapadnog dijela Medvednice, gdje su vode ponirale kroz pukotine stijena s područja Ponikve. Ime je dobila po strujanju zraka na ulazu u špilju

(veter). Početni ulazni dio špilje bio je naseljen od prapovijesti do željeznog doba, a najstariji nalazi čovjeka (neandertalca) procijenjeni su na starost od 43.200 godina, a osim ostataka ljudskog obitavanja, tu su pronađeni ostaci 70-ak životinjskih vrsta uključujući nosoroga, špiljskog lava, leoparda i drugih. U špilji je ukupno registrirano 15 vodenih tokova, stalna temperatura špilje je 10 °C, a od 1979. zaštićena je kao geomorfološki spomenik prirode. Prvih 380 m špilje moguće je posjetiti uz pratnju vodiča po cijeni od četiri eura za djecu, pet za studente i umirovljenike i osam za odrasle osobe, a posjet traje između 45 i 60 minuta. Najbliži ugostiteljski objekt špilji je planinarski dom „Glavica“, udaljen samo pet minuta šetnje od špilje, do kojeg se može stići automobilom ili autobusima javnog gradskog prijevoza (*Medvednica*, 2019).

Vrh Medvednice, **Sljeme**, namijenjen je za skijalište sa pet staza – *Crveni spust*, *Bijeli spust*, *Zeleni spust*, *Plavi spust* i *Bijela livada* - ukupne dužine 4000 m. Na najstrmijem dijelu, Crvenom spustu, ukoliko vremenski uvjeti dopuste održava FIS (*Fédération Internationale de Ski et de Snowboard*) utrka svjetskog skijaškog kupa Snježna kraljica. Na Sljemenu se nalaze dva smještajno-ugostiteljska objekta, koji nude zagrebačku i zagorsku kuhinju, *spa* i *wellness* usluge te sveukupno četiri dvorane za sastanke i kongrese. Do Sljemena se može stići sa tri skijaške žičare, dvije vučnice i trosjednom žičarom ukupnog kapaciteta od 3300 skijaša u sat vremena (*Sljeme*, 2024).

Na južnim padinama Medvednice, na vrhu *Malom Plazuru*, smjestio se srednjovjekovni **burg Medvedgrad** (slika 4.) sagrađen 1254. godine nakon vojnih napada Tatara. Zbog svoje strateške pozicije često je bio meta političko-gospodarskih previranja i mijenjao je gospodare. Izgrađen je za zaštitu građana, biskupa i crkvenog blaga. Brojni medvedgradski gospodari punili su svoju riznicu pljačkajući okolna sela od kojih je najzloglasnija bila grofica Barbara Celjska zvana Crna Kraljica. Napušten je 1590. godine nakon potresa koji je srušio *burg* pa ga posjećuju kroz stoljeća isključivo pustolovi u potrazi za blagom koje je pod utvrdom sakrila Crna Kraljica. Arheološka istraživanja započela su 1979. godine zaštitom i obnovom utvrde i zidina pa se danas ovdje može vidjeti palača, obrambena kula, kapela sv. Filipa i Jakova, a 1994. godine postavljen je kip *Kuzme Kovačića* „Oltar domovine“ u spomen na poginule junake Domovinskoga rata. Ulaznice za Medvedgrad dostupne su za kupnju u Centru za posjetitelje Medvedgrad. Organizirane vođene grupe omogućuju detaljno razgledavanje i upoznavanje s povijesnim i kulturnim značajem lokaliteta. Medvedgrad je dostupan automobilom ili javnim gradskim prijevozom, nakon čega slijedi pješaćenje planinarskim stazama ili asfaltiranom cestom u trajanju od otprilike jednog

sata. Unatoč atraktivnosti Medvedgrada, uski prolaz ceste otežava dostupnost lokacije i predstavlja značajnu barijeru koja može odvratiti potencijalne posjetitelje. (zaključci prema *Medvednica*, 2019).



Slika 4. Medvedgrad

Izvor: <https://d2d-travel.com/portfolio/medvedgrad-walking-tour>

Osim istaknutih atraktivnosti, Medvednica nudi posjet rudniku Zrinski, razne edukativne šetnje i radionice, program „Posvoji šišmiša“, moguće je održati sportska natjecanja ili utrke motornih vozila, a moguće je kupiti i suvenire sa obilježjima Medvednice.

3.2.2. Maksimir – park šuma grada

Maksimir je park-šuma u Zagrebu otvorena za javnost 1794. godine, među prvim javnim parkovima u Europi. Ime je dobio po svom začetniku biskupu *Maksimilijanu Vrhovcu*, a današnji izgled u stilu engleskog perivoja duguje nadbiskupu *Jurju Hauliku*. Guste hrastove šume, livade, jezera i potoci dom su brojnim zaštićenim vrstama, te zajedno sa svojom umjetničkom koncepcijom i arhitektonskim objektima čini vrijedno ostvarenje pejzažne umjetnosti, stoga je park u cijeloj svojoj površini od 316 ha zaštićen u kategoriji spomenika parkovne arhitekture kao kulturno dobro. Parkom upravlja Javna ustanova Maksimir, koja

također vodi i edukativne programe o biljnom svijetu za djecu predškolske i školske dobi po cijeni od četiri eura. Park Zagrepčani koriste za odmor i rekreaciju te tu djeluje nekoliko udruga i klubova edukativno-rekreativne svrhe, izviđači, orijentacijski klub, atletski klub i mnogi drugi (*Park Maksimir*).

Glavna atrakcija Maksimira je **Zoološki vrt grada Zagreba** osnovan 1925. godine. Na površini od sedam hektara, od čega je 1,5 ha vodene površine, obitava 383 vrste životinja i preko 7000 jedinki. Zoološki vrt u suradnji sa srodnim institucijama djeluje na području zaštite životinja i očuvanja prirode. Nude razne edukativne programe, zabavne sadržaje poput noćnog safarija ili “Zoo avanture” te organiziraju dječje rođendanske proslave. Unutar zoološkog vrta nalaze se restoran i suvenirnica (*Zoo Zagreb, 2019*).

Stadion Maksimir je nogometni teren nasuprot parka Maksimir. Otvoren je 5. svibnja 1912. godine i dom je zagrebačkog kluba Građanski nogometni klub Dinamo Zagreb i Hrvatske nogometne reprezentacije. Iako službeno ima četiri tribine sa 35.123 sjedećih mjesta, istočna tribina je u potresu 22. ožujka 2020. pretrpjela velike štete te je zatvorena za gledatelje. Hrvatski nogometni savez se pobrinuo da je stadion dostupan svima, stoga je 2011. godine izgrađen prostor sa sanitarnim čvorovima za osobe sa invaliditetom. U sklopu stadiona se nalazi poslovna zgrada, *fan shop* kluba, a u blizini se nalaze pivnice i restorani. Osim utakmica na Maksimirskom stadionu održali su se koncerti *David*a *Bowie*ja, grupa *Bon Jovi* i *U2*, *Marka Perkovića Thompsona*, a manifestacije, proslave ili poslovne skupove moguće je održati i unutar klupskih prostorija (*Građanski nogometni klub Dinamo, 2024*).

Dotrščina, jedna od najvećih park-šuma u Zagrebu nalazi se nedaleko od parka Maksimira. Ovo je mjesto najvećeg masovnog zločina u povijesti Zagreba te jedno od najvećih stratišta Drugog svjetskog rata u Hrvatskoj kada je od strane ustaškog režima ovdje ubijeno preko 7000 građana. Južni dio parka pretvoren je u spomen-područje 1968. godine, podsjećajući nas na tragediju i žrtve prošlosti, a danas ima status zaštićenog kulturnog dobra. U sklopu spomen-parka Dotrščina nude se stručna vodstva, obrazovni program namijenjen učenicima osnovnih i srednjih škola, a 2012. godine kreiran je Virtualni muzej Dotrščina (*Virtualni muzej Dotrščina, 2012*).

Park Maksimir se za vrijeme svog nastanka (prije 200 godina) nalazio izvan grada, ali danas je u cijelosti okružen gradskim naseljima, stoga su posjetiteljima parka dostupni, uz objekte unutar parka, obližnji gradski ugostiteljski i smještajni objekti, trgovine i ostali slični sadržaji.

3.3. Društvene turističke atrakcije

Sve građevine, spomenici, događaji i pojave koje privlače posjetitelje kako bi zadovoljili svoje društvene i kulturne potrebe spadaju u antropogene ili društvene atrakcije. Posjetitelji takvih atrakcija pretežno su većeg obrazovanja i viših financijskih primanja te zbog toga manje cjenovno osjetljivi. Najposjećenije atrakcije grada Zagreba obuhvaćaju Donji grad, čija je najatraktivnija cjelina *Lenuzzijeva* potkova i Gornji grad spojene Trgom bana Jelačića.

3.3.1. Gornji grad

Gornji grad je povijesna jezgra grada Zagreba osnovana u srednjem vijeku spajanjem slobodnog kraljevskog grada Gradeca i Kaptola, naselja pod jurisdikcijom crkve. Obiluje povijesnim znamenitostima, pričama i legendama koje su poslužile kao inspiracija spisateljici i novinarki *Mariji Jurić Zagorki* za ciklus „Grička vještica“. Zbog svoje povijesne značajnosti i ambijenta, Gornji grad je atraktivna cjelina koja privlači velik broj posjetitelja.

U utvrđeni Gradec se ulazilo kroz šest vrata od kojih su sačuvana jedino **Kamenita vrata**. Kamenita vrata su zapravo pravokutna zgrada sa prolazom u kojem se nalaze srednjovjekovna trgovina *Pod boltom*, ulična plinska svjetiljka i kapelica zaštitnice Zagreba Majke Božje od Kamenitih vrata. Nakon požara 31. svibnja 1731. godine, slika Gospe jedina je ostala netaknuta te je u znak zahvalnosti izgrađena kapelica koja je danas mjesto molitve za Zagrepčane, a taj datum se obilježava kao *Dan grada Zagreba*. Kamenita vrata jedno su od mjesta radnje romana *Augusta Šenoa* „Zlatarovo zlato“ te se nedaleko od njih u Kamenitoj ulici broj pet nalazi kip heroine romana *Dore Krupičeve* koja u ruci drži ključ Kamenitih vrata (Bregant, 2015).

Povijest **Katedrale Uznesenja blažene Djevice Marije** i Svetih Stjepana i Ladislava započinje 1094. godine kada je ugarski kralj Ladislav osnovao Zagrebačku biskupiju, a prvi put se spominje 1134. godine u *Felicijanovoj* ispravi. U provalama Tatara 1242. srušena je gotovo do temelja pa ju tokom 13. stoljeća obnavlja biskup *Timotej*. Za vrijeme provala Turaka od 14. do 18. stoljeća dobila je bedeme i kulu, a dva puta je teško pogođena požarima tijekom 17. stoljeća, a zatim i dvama potresima, 1880. godine i 2020. godine. Izgrađena je u neogotičkom stilu sa 10 oltara, brojnim spomenicima, slikama i freskama i može prihvatiti oko 5000 vjernika. Unutar katedrale se nalazi nadgrobna ploča *Tome Bakača Erdődy* i grob

Alojza Stepinca, a riznica katedrale čuva najvažnije dokumente Zagrebačke biskupije, uključujući i *Felicijanovu povelju* (*Zagrebačka katedrala*).

Glavnim trgom Gornjeg grada smatra se **Trg sv. Marka** koji je i kroz prošlost bio centar života Gradeca. Ovdje su se održavali sajmovi, obznanjivale političke odluke, kažnjavali prijestupnici, uključujući i Matiju Gupca koji je ovdje mučen i pogubljen, polagali prisege hrvatski banovi i drugi gradski dužnosnici, a danas ovdje prisežu hrvatski predsjednici. Najdojmljiviji dio je gotička **crkva sv. Marka** (slika 5.) koja ovdje stoji od 1256. godine, a današnji izgled duguje bečkim arhitektima *Hermannu Bolleu* i *Friedrichu von Schmidtu* koji su tokom obnove 1876-1882. godine crkvi napravili krov od ocakljenih crijepova sa grbovima Kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije te grada Zagreba.



Slika 5. Crkva sv. Marka

Izvor: <https://www.obnovauduhu.com/vaznost-zagovorne-molitve-u-povijesti-hrvatskog-naroda-crkva-sv-marka>

Crkva je poznata po skulpturama *Josipa Meštrovića* i freskama *Joze Kljakovića*. Osim crkve, na trgu sv. Marka se nalaze palače Vlade, Sabora i Ustavnog suda (*Turistička zajednica grada Zagreba*, 2018.).

Jedna od najljepših pješačkih zona u gradu je **Strossmayerovo šetalište**, nazvano po biskupu i prosvjetitelju *Josipu Juraju Strossmayeru*. Dužine je oko 400 m i prekriven drvoredom kestena. Ovdje se često održavaju različita događanja, a ljeti su svakodnevno

organizirane glazbene i druge zabavno-umjetničke večeri pod nazivom *Ljeto na Strossu*. Sa najdužom zagrebačkom ulicom Ilicom spojen je jednom od najkraćih uspinjača na svijetu dugoj tek 66 m. Uz šetalište se nalazi kip *A.G. Matoša* i **kula Lotrščak**, romanički pravokutni fortifikacijski objekt, ostatak obrambenih zidina Gradeca. U kuli se nalazi Grički top koji pucnjem označava podne (*Turistička zajednica Grada Zagreba*, 2018).

Tkalčićeva ulica nastala je početkom 20. stoljeća natkrivanjem potoka *Medveščak* koji je odvajao povijesna naselja Gradec i Kaptol. Danas je omiljena turistima zbog brojnih trgovina, kafića, restorana, galerija i tradicijskih trgovina. U Tkalčićevoj ulici nalazi se i spomenik *Mariji Jurić Zagorki*.

Gornji i Donji grad spaja se na **Trgu bana Josipa Jelačića** na kojem dominiraju kip navedenog bana, fontana Manduševac i prvi javni sat u Zagrebu postavljen 1920. godine. Izgrađen je 1886. godine i od onda je poprište mnogih političko-povijesnih događaja u hrvatskoj povijesti, često je mjesto koncerata i sportskih događaja i omiljeno okupljalište mladih. Na trgu se danas nalaze mnoge poslovne zgrade i uredi uređeni u različitim arhitektonskim stilovima od klasicizma i secesije do modernizma, obrti, kafići i restorani, a poznata atrakcija je vidikovac *Zagreb Eye* odakle se vidi čitav grad sa 182 m nadmorske visine. Preko trga prelazi većina zagrebačkih tramvaja (*Turistička zajednica Grada Zagreba*, 2018).

Osim navedenih atrakcija u Gornjem gradu nalaze se razne palače (*Dverce*, *Klovićevi Dvori*, *palača Drašković* i dr.), Banski dvori, brojni muzeji (Povijesni muzej, Prirodoslovni muzej, Muzej grada Zagreba, vrlo popularan i jedinstven Muzej prekinutih veza i drugi), Popov toranj i zvjezdarnica, najveća zagrebačka tržnica Dolac, brojne galerije, crkve i mnoge druge atraktivnosti, zbog kojih je Gornji grad omiljena destinacija za Zagrepčane i turiste.

3.3.2. Lenuzzijeva potkova

Zelena potkova ili Lenuzzijeva potkova naziv je za reprezentativnu urbanističku i hortikulturnu cjelinu Donjega grada u Zagrebu koja se sastoji od sedam trgova – parkova i jednog vrta. Ime je dobila po zagrebačkom arhitektu i urbanistu sa prijelaza iz 19. u 20. stoljeće *Milanu Lenuzziju* kojem se pripisuje ideja potkove. Zapadni perivoj potkove čine Trg Marka Marulića, Trg braće Mažuranić i Trg Republike Hrvatske. Trg Nikole Šubića Zrinskog.

Trg Josipa Jurja Strossmayera i Trg kralja Tomislava čine Istočni perivoj potkove, a Trg dr. Ante Starčevića i Botanički vrt dijelovi su Južnog perivoja. Svih sedam trgova i Botanički vrt zajedno tvore zelenu oazu u samom centru Zagreba. Prostor je obilježen izvanrednom kombinacijom parkovne i stambene arhitekture s mnoštvom impozantnih povijesnih palača. Ondje se nalaze važne kulturne i znanstvene ustanove, ministarstva, sudovi, brojni muzeji, hoteli, galerije te glavni željeznički kolodvor (Bregant, 2015).

Hrvatsko narodno kazalište (HNK) u Zagrebu na Trgu Republike Hrvatske predstavlja temeljnu i najdugovječniju kazališnu instituciju u zemlji, u kojoj djeluju operni, baletni i dramski umjetnički ansambli. Sa radom je započeo 24. studenoga 1860. godine, no samo kazalište postojalo je već više od dva desetljeća. Naime, zagrebački trgovac *Kristofor Stanković* je dobivši 30.000 dukata na bečkoj lutriji, odlučio podignuti kazalište u svom gradu pa mu je u tu svrhu darovano gradsko zemljište. Svečano otvorenje zgrade bilo je 1834. godine, a prvih godina nastupali su isključivo njemačke kazališne skupine, sve do praizvedbe junačke igre „Juran i Sofija“ *Ivana Kukuljevića Sakcinskog* 1840. godine kada HNK započinje svoju djelatnost. U privatnom vlasništvu zgrada je bila sve do 1851. godine, a novo, tehnički opremljenije kazalište na današnjoj poziciji otvoreno je 1895. godine. Kazališnu zgradu projektirala je bečka arhitektonska tvrtka *Helmer i Fellner*, autori slika na zidovima i stropu su *Ivan Tišov* i *Alexander Demetrius Goltz*, a svečani zastor „Hrvatski preporod“ izradio je *Vlaho Bukovac*. Bogat program HNK obuhvaća preko 220 izvedbi sezonski, uključujući domaće autorske radove te klasična, moderna i suvremena djela iz svjetskog repertoara. Ulaznice se mogu kupiti na blagajni kazališta ili putem službene *web* stranice kazališta. Unutar kazališta djeluje bistro „Tač“ koji nudi hranu i piće te suvenirnica u kojoj je moguće kupiti kazališne naočale, kišobrane, keramičke šalice, majice, plakate i sličan sadržaj sa tematikom predstava. Ispred kazališta nalazi se skulptura *Ivana Meštrovića* „Zdenac života“ (*Hrvatsko Narodno Kazalište*).

Park i Trg Nikole Šubića Zrinskog, poznatiji kao **Zrinjevac**, predstavlja jedan od najistaknutijih i najljepših javnih prostora u Zagrebu. Svečano je otvoren 14. lipnja 1873. godine i najstariji je park u Donjem gradu. Od 1970. godine, Zrinjevac je zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture. Njegova površina proteže se na 3 ha, a okružen je s 220 stabala platana duž svih svojih strana, osim na sjevernom rubu gdje dominiraju javor i lipa. Ovaj park odiše arhitektonskim stilovima neorenesanse, neoromanike i klasicizma duž svojih oboda. U središtu parka nalazi se Glazbeni paviljon koji često služi kao pozornica za koncerte i događanja. Na sjevernom prilazu parku uzdiže se meteorološki stup koji je projektirao

Herman Bolle, izrađen od istarskog kamena i opremljen njemačkim meteorološkim instrumentima. Postavljen je 1884. godine kao dar gradu dr. *Adolfa Holzera*. Meteorološki stup i dalje aktivno obavlja svoju ulogu, pružajući podatke o vlažnosti, atmosferskom tlaku i temperaturi zraka. U sjeverozapadnom dijelu parka nalaze se tri fontane, a južni dio rezerviran je za poprsja šest hrvatskih velikana – *Julija Klovića*, *Andriju Medulića*, *Krstu Frankopana*, *Nikolu Jurišića*, *Ivana Kukuljevića Sakcinskog*, i *Ivana Mažuranića*. Na trgu Zrinjevac se nalaze Arheološki muzej, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti te nekoliko sudova i ministarstva, a do trga se može stići tramvajskim linijama 6 i 13 (*ZG portal*, 2024).

Na adresi Marulićev trg 9a nalazi se **Botanički vrt** Biološkog odsjeka Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu, muzej na otvorenom koji izlaže dokumentiranu zbirku živih biljaka u svrhu znanstvenih istraživanja i očuvanja bio raznolikosti. Surađuje sa brojnim domaćim i inozemnim institucijama i udrugama u svrhu istraživanja i razmjene saznanja. Osnovao ga je 1889. godine profesor botanike *Antun Heinz*, a od početnih sadnji 1892. godine do danas u vrtu raste oko 5000 vrsti biljaka. Najveći dio vrta – *Arboretum* - izgrađen je u engleskom pejzažnom stilu sa nepravilnim poljima i krivudavim stazama, dok je cvjetni parter staklenika uređen u formalnom francuskom stilu. Osim svojih osnovnih djelatnosti, važna uloga Botaničkog vrta je u educiranju javnosti, stoga je 2007. godine uređen izložbeni paviljon za organizaciju edukacija, radionica, izložbi i drugih manifestacija. U Vrtu su za posjetitelje pripremljeni raznovrsni suveniri koji uključuju knjižice, vodiče, razglednice, šarene majice, kišobrane i druge predmete, a dostupni su u izložbenom paviljonu, upravnoj zgradi te u kiosku na glavnom ulazu. Tijekom sezone, posjetitelji mogu nabaviti i posebne biljke poput velebitske degenije, tropskih paprati i biljaka mesožderki u paviljonu. U proljeće i jesen organiziraju se rasprodaje biljaka koje traju obično dva dana, a moguće je organizirati profesionalno fotografiranje, snimanje kratkih reklama, najava i sličnih događaja, kao i održavanje prezentacija, predavanja i manjih domjenaka, uz prethodni dogovor s upravom Vrta i primjenu odgovarajućeg cjenika. Ulaznice su dostupne isključivo na blagajni Botaničkog vrta, tijekom školske godine ponedjeljkom i utorkom ulaz je besplatan za sve posjetitelje (*Botanički vrt*).

Lenuzzijeva potkova ostavlja trajan utjecaj na urbani razvoj Zagreba, naglašavajući važnost zelenih prostora, pješačkih zona i integriranog planiranja stvarajući pritom ugodnu i estetski privlačnu okolinu za stanovnike i posjetitelje grada.

4. UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA I UTJECAJI NA TURIZAM

Kvalitetno upravljanje atrakcijama ne samo da oblikuje iskustvo posjetitelja, već i doprinosi održivom razvoju turističke destinacije. Tema slijedećeg poglavlja je upravljanje atrakcijama u Budimpešti i Zagrebu te utjecaji na turizam.

4.1. Upravljanje atrakcijama u Budimpešti

Upravljanje atrakcijama sastoji se od niza aktivnosti koje se odnose na upravljanje posjetima, upravljanje resursima, upravljanje turističkim proizvodom te upravljanja lokacijom. Ovo poglavlje odnosi se na upravljanje atrakcijama u gradu Budimpešti.

Kao glavni grad, Budimpešta nudi aktivnosti, smještaj i iskustva u rasponu od jeftinih paket aranžmana do skupih, stoga je Budimpešta spoj različitih ciljnih skupina turista. Budimpeštu karakterizira nacionalna kulturna baština i eno-gastronomska scena, ima značajnu ponudu termalnih kupelji i lječilišta te pruža cjelodnevne sadržaje, koji uključuju kulturu, zabavu, rekreaciju, povijest i drugo te kapacitet za zadovoljavanje mnogih drugih potrošačkih potreba. Svojom ponudom baštine, hrane i iskustava Budimpešta može na posjet motivirati sve skupine turista - od onih koji traže duhovnost i povijesno nasljeđe, sportsko-rekreacijske aktivnosti ili pak urbani turizam i zabavu, ali i visoko obrazovanu skupinu turista u potrazi za novitetima, različitostima i umjetnošću. Mnogi turisti odabiru Budimpeštu zbog dobrog omjera cijene i kvalitete te relativno blagih propisa i zakona. Najveći broj turista dolazi iz Velike Britanije, SAD-a, Njemačke i Italije, no nema dominantnog tržišta. Pojedine zemlje poput Danske, Norveške, Finske i Švedske ne donose veliki broj dolazaka i noćenja, no zbog visokih kupovnih moći i spremnosti na trošenje, sudjeluju u visokim postocima u prihodima od turizma (Laposi, 2020).

Većina ulaznica za turističke atrakcije u Budimpešti dostupna je *online*, što olakšava planiranje posjeta. Iznimka je Kuća terora, gdje se ulaznice mogu kupiti samo na lokaciji. Za atrakcije koje su vrlo posjećene, poput Mađarskog parlamenta, nužno je unaprijed rezervirati dolazak, čime se osigurava kontrola broja posjetitelja i ugodnije iskustvo za one koji su unaprijed planirali svoj posjet.

Dionici Budimpešte u turizmu trude se upravljati resursima na održiv način, no veliki su problemi sa pretjeranom akumulacijom turista u pojedinim dijelovima grada. Od

23 okruga mađarskog glavnog grada, turisti pretežno borave u njih 14 te se javlja problem prenapučenosti, gužvi u prometu i pada kvalitete života lokalnog stanovništva, time i slabijim razvojem ostalih dijelova grada i razlika u prihodima lokalnog stanovništva. Javljaju se problemi sa zbrinjavanjem otpada i loše kvalitete zraka te zasićenošću lokalne zajednice turizmom (Perez Garrido i dr., 2022).

Mađarska ima jedinstvenu turističku agenciju za cijelu državu. Mađarska turistička agencija upravlja turističkim sektorom, što uključuje razvoj i upravljanje turističkim proizvodima, središnji marketing, međunarodnu prodaju, komunikacijske kampanje i koordinaciju specifičnih turističkih razvoja. Za turističke informacije zadužen je *Tourinform*, koji ima nekoliko ureda širom grada (*Organisation for Economic Co-operation and Development*, 2022).

U slučaju Budimpešte brendiranje destinacije se loše provodi. Prečesto mijenjanje slogana i promjene u marketinškoj komunikaciji ne donose stabilnu sliku o Budimpešti kao destinaciji. Središnja Mađarska agencija za turizam je preuzela ulogu izrade strategije, brendiranja i marketinga destinacije, međutim nacionalna je strategija uvedena tek 2018. godine i nije prešla na lokalnu razinu, već je ostala na državnoj razini. Sadašnji strateški pristup stavlja naglasak na kulturne, *wellness* i gastronomske aspekte turizma sa sloganom "*WOW Budapest - Wellspring of Wonders*", koji je dio državne kampanje *WOW Hungary*. Zaostaju također u komunikaciji i angažmanu putem društvenih mreža te *online* prisutnosti. Novoosnovana organizacija Turistički centar bavi se pitanjima marketinškog komuniciranja i tzv. „pametnog“ turizma (*web* stranice, korištenje društvenih medija i *online* prisutnost, ponude putem *web* stranica i aplikacija) (Laposi, 2020).

Kartica *Budapest Card* omogućuje neograničenu upotrebu javnog prijevoza za razdoblja u rasponu od 24 sata do 120 sati, kao i besplatan ulaz ili popuste za razne znamenitosti, kupališta i događaje te jeftinije cijene u trgovinama i restoranima. *Budapest Card* nudi pogodnosti za više od 100 usluga i atrakcija (*Budapest Info*).

Strategija razvoja turizma do 2030. godine za Budimpeštu je u narednom kratkoročnom periodu (1-3 godine) kao cilj postavila pozicioniranje na tržištu prema povijesnoj ulozi kao „premium“ Europske prijestolnice temeljeći ponudu na nasljeđu i baštini Budimpešte, lječilištima, umjetnosti, rekreaciji, gastronomiji i dodatnom razvoju zdravstvenog turizma. Srednjoročni plan (3-5 godina) uključuje infrastrukturni i marketinški razvoj destinacije i brenda koji uz Budimpeštu uključuje i atrakcije u okolici (*Dunakanyar, Etyek, Vac, Szentendre* itd.) pod zajedničkim nazivom *Grand Budapest*. Razvojem integrirane

destinacije želi se produžiti vrijeme posjeta Budimpešti i prodaju kompleksnijih turističkih paketa. Sve veći naglasak se stavlja na poslovni turizam (MICE) stoga je potreban razvoj kongresnog centra, što znači pomak prema kvalitetnom turizmu (*Magyar Turisztikai Ügynökség*, 2017.).

Budimpeštanska prijevozna mreža vrlo je dobro pokrivena, ali i poboljšana posljednjih godina. Komunikacije i informacije u javnom prijevozu postale su dostupne na više jezika, razvila se mreža za dijeljenje bicikala *BuBi* sa 143 priključne stanice i 1846 bicikala dostupnih za najam preko aplikacije. Sa stajališta održivog razvoja prometa u turizmu, Budimpešta ima dosta pješačkih i biciklističkih zona, no potrebno je još ulaganja u razvoj tih ruta, posebice na relaciji grad – Dunav (*Magyar Turisztikai Ügynökség*, 2017.).

U Budimpešti je više od 70.000 građana sa invaliditetom, stoga ne čudi velik broj mogućnosti i usluga koje su dostupne kako bi im olakšale život. Uz pomoć *Acess4you* i *BudapestGO* aplikacija, turisti sa invaliditetom mogu vidjeti prijevoz i atrakcije koje su im dostupne (*Budapest Info*).

U Mađarskoj je 2013. godine ukupno u sektoru turizma broj radnih mjesta bio je 364.000 uključujući puno i nepuno radno vrijeme. Broj zaposlenih u turizmu je oko 9% od svih zaposlenih, od čega je 33% u ugostiteljstvu, a većina zaposlenika je na minimalnoj plaći i ugovorima na određeno vrijeme zbog sezonskih oscilacija potražnje. U Budimpešti, koja ima cjelogodišnji turizam, ovi problemi su manji nego u ostatku Mađarske. Budimpešta uglavnom nema problema sa stručnim kadrom u turizmu, obzirom na velik broj škola i fakulteta te raznih tečajeva i mogućnosti usavršavanja posvećenih sektoru turizma (*Magyar Turisztikai Ügynökség*, 2017.).

Budimpeštani su općenito gostoljubivi i prijateljski nastrojeni te nastoje pomoći. Većina govori neki od stranih jezika, uglavnom njemački ili engleski. Lokalno stanovništvo se uključilo u turizam nudeći 479 vođenih *bespoke* tura. Obzirom na *overturizam* u određenim dijelovima grada, lokalno stanovništvo se žali na poskupljenje nekretnina (od 2007. do 2019. godine za 80%), ulični kriminal, prljavštinu, smeće, javno uriniranje i velik broj pijanih ljudi na ulicama. Budimpešta je siguran grad, no treba se pripaziti od prevaranata i džepara (Perez Garrido i dr., 2022).

Sa aspekta konkurentnosti, metropole u regiji sličnih ponuda su Beč i Prag, a sve je veća prijetnja Zagreba kao turističke destinacije u rastu te obližnjih Ljubljane i Beograda.

Analizu snaga i slabosti te prilika i prijetnji u turizmu Budimpešte može se vidjeti u Tablici 1.

Tablica 1. SWOT analiza grada Budimpešte

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - autentična kulturna baština, bogata eno - gastronomska ponuda, brojne atrakcije - gradski parkovi, prirodne ljepote (obala Dunava) i termalni izvori - mogućnost rekreacijske aktivnosti - sportski i kulturni događaji - <i>Budapest Card</i> - jedinstveni sustav javnog prijevoza temeljen na aplikaciji 	<ul style="list-style-type: none"> - ne postoji agencija za upravljanje destinacijom, osim na državnoj razini - loše provođenje promotivnih aktivnosti - zaostajanje u održivim i odgovornom oblicima turizma i putovanja - netransparentno certificiranje u turizmu (hotelska ponuda) - politička klima (anti-LGBTQ+)
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - povoljan geografski položaj - povezivanje ponude ("pametni" turizam“) - porezne olakšice - velika ulaganja u turizam - razvoj kongresnog turizma (MICE) 	<ul style="list-style-type: none"> - ne postoji „pravi <i>brand</i>“ Budimpešte, samo promjene slogana - zastarjela turistička strategija - manjak ekološke svijesti - kriminal - opasnost od korupcije - vanjska politika

Izvor: Izrada autorice prema Laposi, R., 2020.

Najznačajnije unutarnje snage Budimpešte su bogata kulturno-povijesna baština, prirodne ljepote, posebice ugođaj koji pruža rijeka Dunav, mogućnost raznovrsnih aktivnosti, posebno sportsko-rekreativnih, organizacija brojnih događaja, mogućnosti *Budapest Carda* te jednostavnost dostupnosti informacija i plaćanja javnog prijevoza putem mobilne aplikacije. U unutarnje slabosti ubrajaju se nedostatak destinacijske menadžment kompanije, loše provođenje marketinške komunikacije, slaba svijest o održivosti i odgovornim oblicima putovanja, netransparentnost po pitanju certificiranja, posebice u smještajnim objektima te negativna politička klima, posebno netrpeljivost prema LGBTQ+ zajednici. Od vanjskih prilika ističu se povoljan geografski položaj i blizina emitivnih tržišta, porezne olakšice,

velika ulaganja u turizam te razvijenost kongresnog turizma. Kao vanjske prijetnje navedene su nedostatak branda Budimpešta, zastarjela turistička strategija temeljena na tradicionalnom pristupu turizmu, manjak ekološke svijesti, kriminal, opasnost od koruptivnih radnji i vanjska politika koja narušava reputaciju Mađarske.

4.2. Upravljanje atrakcijama u Zagrebu

Kao glavni grad i središte kulturnog života Republike Hrvatske, Zagreb je turistička destinacija velikog potencijala za razvoj gradskog turizma. Temelje razvoja turističke ponude ovoga grada čine bogatstvo prirodnih i antropogenih resursa, razvijena smještajna infrastruktura, raznoliki događaji i manifestacije te mnogi drugi sadržaji. Kulturni turizam, MICE turizam, *city break* i zdravstveni turizam su najrazvijeniji i najperspektivniji turistički proizvodi ovoga grada. U ukupnoj strukturi turističke potražnje Zagreba dominiraju strani posjetitelji i to najviše iz SAD-a, Njemačke, Italije i Koreje, a porast bilježe Velika Britanija, Kina, Francuska, Španjolska te susjedne BiH i Srbija, najviše u dobi 30-50 godina, a više od polovice posjetitelja su visokoobrazovani sa primanjima iznad 1500 eura. Njihove posjete Zagrebu najčešće su motivirane kratkim odmorima (*city break*) u 30% slučajeva, poslovnim obavezama u 24% te kulturnim i umjetničkim doživljajima u 23% slučajeva (Institut za turizam, 2024.).

U Zagrebu je većina atrakcija dostupna besplatno i nije potrebno kupovati ulaznice. Međutim, za one atrakcije koje naplaćuju ulaz, poput Medvedgrada, Zoološkog vrta i Botaničkog vrta, ulaznice se kupuju na lokaciji na blagajni. Ovaj sustav omogućuje jednostavan pristup atrakcijama za sve posjetitelje, ali može zahtijevati dodatno vrijeme za kupnju ulaznica na licu mjesta.

Kao destinacija koja privlači posjetitelje tijekom cijele godine, Zagreb ne doživljava izazove povezane s prekomjernim turizmom. Turistička zajednica grada Zagreba aktivno potiče i podržava niz inovativnih projekata s fokusom na promicanje Zagreba kao ekološki osviještene i atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na zaštitu okoliša, socioekonomske čimbenike i uključivanje lokalnih zajednica. Jedan od izvrsnih primjera je *Design District Zagreb*, koji potiče razvoj kulture, turizma, gastronomije, održivog razvoja i dizajna kroz suradnju s lokalnim obrtnicima, dizajnerima i umjetnicima. Inicijativa *Blizu grada, blizu srca/Around Zagreb*, koju je Turistička zajednica grada Zagreba zajedno s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije pokrenula 2020. godine. Cilj ovog projekta je kreirati

jedinstvenu platformu koja će promovirati bogatu ponudu Zagreba i okolice, a potiče se boravak u prirodi s naglaskom na zdravlje, sigurnost, održivost i sinergiju između ponude grada Zagreba i njegove okolice (*Jutarnji list*, 2021.)

Prema istraživanju posjetitelja, pet od osam glavnih atrakcija u Zagrebu koncentrirano je u strogom centru, zbog čega se javljaju velike gužve u prometu i nedostatak mjesta za parkiranje (*Horwath HTL*, 2020). S ciljem rješavanja tih problema, Zagreb je pretvorio mnoge ceste u pješačke zone te nudi druge održive oblike prijevoza, uključujući javni *car sharing* servis *Spin city* i *Pedicab* te sustav javnih bicikala *Nextbike* te, s gotovo trenutno 500 km biciklističkih zona, Zagreb želi potaknuti ljude na korištenje održivih oblika prijevoza. Mjesec svibanj u Zagrebu se slavi kao „Žbicanj“ kada se promovira biciklizam putem radionica i edukacija s ciljem podizanja ekološke svijesti javnosti i promicanja zdravog načina života (*European Commission*, 2023).

Odgovornost za upravljanje destinacijom snosi Turistička zajednica grada Zagreba kojoj je svrha promocija turizma i turističkih atrakcija u Zagrebu, poticanje razvoja turističke infrastrukture te pružanje informacija i podrške turistima koji posjećuju Zagreb, kako bi se podigla kvaliteta turističke ponude i unaprijedila turistička industrija Zagreba. Glavni zadatak Turističke zajednice grada Zagreba je razvoj destinacije i marketinških aktivnosti te poticajne aktivnosti u realizaciji partnerstva i suradnje među dionicima u destinaciji. Turistički informativni centar nalazi se u kuli Lotrščak na Strossmayerovom šetalištu, a posjetitelji se mogu informirati također u dva centra za posjetitelje, jedan u Zračnoj luci Franjo Tuđman, drugi na Trgu bana Josipa Jelačića (*Turistička zajednica grada Zagreba*, 2020).

Prema Planu razvoja grada Zagreba za razdoblje 2021.-2027. na turizam se odnose aktivnosti kreiranja novih proizvoda i usluga u turizmu, širenja turističke ponude van užeg centra grada, poticanja razvoja selektivnih oblika turizma (kongresnog, zdravstvenog, socijalnog...), povećanja kvalitete turističkog proizvoda s naglaskom na kulturne i umjetničke programe, stimuliranja investicija u hotelski smještaj, revitalizacije i revalorizacije kulturne baštine i *brownfield* lokacija s ciljem razvoja održivog turizma, poticanja suradnje sektora turizma sa ostalim sektorima, jačanja sustava potpore za različita događanja, poticanja digitalizacije poslovanja, jačanja turističkog brendiranja i promocije, kreiranja strategije razvoja turizma te aktivnosti usmjerenih na stvaranje otpornosti u turizmu (*Grad Zagreb*, 2023).

Od pametnih rješenja u turizmu razvijeno je nekoliko mobilnih aplikacija. *Zagreb be there* je aplikacija koja posjetiteljima grada predlaže tematske rute za obilazak grada. *Voice Guide Zagreb* je prvi glasovni vodič za turiste u Zagrebu, radi izvan mreže, stoga nije potrebno spajanje na Internet. *OROUND Mobile GmbH* je aplikacija koja je vodič kroz muzeje i druge kulturne institucije u Zagrebu. U aplikaciji *Zagreb360* mogu se pronaći restorani, kafići, kozmetički saloni, hoteli, apartmani i hosteli. *Like A Local Offline City Guide* pomaže korisnicima da pronađu zanimljiva skrivena mjesta omiljena Zagrepčanima. *Zagreb Food* je aplikacija koja omogućuje pregled restorana i ostalih gastronomskih objekata u gradu Zagrebu. *DiVan* je mobilna aplikacija u kojoj možete pronaći potpuno besplatne informacije o koncertima, nastupima, klubovima, gastronomskim i drugim događanjima u Zagrebu (Zadel, Ivančić, Badurina, 2020).

Strateško operativnim marketinškim planom 2021-2023. godine Turistička zajednica Grada Zagreba kao ključne turističke proizvode predvidjela kulturni turizam, poslovno-kongresni turizam, gastronomski turizam, zdravstveni turizam, sportsko-rekreativni turizam i događaje, koji su namijenjeni posjetiteljima svih uzrasta iz susjednih zemalja, SAD-a, Velike Britanije, Španjolske i Francuske kao primarnim ciljnim tržištima. U sklopu plana definirano je 19 aktivnosti u tri različita područja s ciljem obogaćivanja turističke ponude s naglascima na kulturne proizvode, pozicioniranja Zagreba kao *city break* i poslovno - kongresne destinacije, razvoja i modernizacije marketinške komunikacije u razvoju *branda* destinacije, produženja boravka gostiju te povećanja vidljivosti na ciljnim tržištima. Strateško operativni marketinški plan nije više aktivan, a novi nije izrađen (Horwath HTL, 2020).

Prema istom dokumentu, gotovo četvrtina ispitanika se izjasnila da je najveća prednost Zagreba ljubaznost i gostoljubivost stanovnika, od kojih se velik broj, posebice mlađe dobi, vrlo dobro služi engleskim ili nekim drugim stranim jezikom, a dodatni doprinos turizmu daju nudeći *tailor-made* eno-gastronomске, kulturno-povijesne i sportsko-avanturističke ture Zagreba i okolice. Nadalje, kao veliku prednost posjetitelji izdvajaju dobru vrijednost za novac, odličnu gastronomsku ponudu, posebice kafića te pitoresknost i ambijentalnost destinacije, koja je narušena niskom razinom urednosti grada, dotrajalosti i zapuštenosti fasada te velikim brojem grafita. Također se kao prednost ističu pristupačnost i jednostavnost obilaska grada unatoč lošoj označenosti atrakcija (Horwath HTL, 2020.).

Idealan suputnik kroz Zagreb je *Zagreb Card* koja po cijeni od 20 eura za 24 sata i 26 eura za 72 sata nudi besplatnu vožnju gradskim prijevozom, besplatan ulaz u četiri gradska

muzeja, vidikovac *Zagreb Eye* i Zoološki vrt te pogodnosti i popuste na još 70 lokacija muzeja, restorana, trgovina i raznih uslužnih djelatnosti (*Zagreb Card*).

Javni gradski prijevoz u Zagrebu vrlo je dobro pokriven i organiziran ispreplićući jednu uspinjaču, 19 tramvajskih i 147 autobusnih linija sa gradsko-prigradskom željeznicom i taksi vozilima, što omogućuje dostupnost atrakcija i logistiku. O autobusnom i tramvajskom prometu te uspinjači brine se Zagrebački električni tramvaj (ZET). Nedostaje bolja zračna i željeznička prometna povezanost sa velikim europskim i svjetskim gradovima te alternativni načini prijevoza poput podzemne željeznice, zbog čega se stvaraju gužve u gradu i nedostatak parkirnih mjesta (*ZG Portal*, 2020.).

Grad Zagreb se zalaže da grad bude što dostupniji svima. Za sigurno kretanje osoba sa invalidskim kolicima kreirana je *Blue line* karta koja se može preuzeti besplatno u informativnim centrima Turističke zajednice grada Zagreba. U Zagrebu je nedavno također pokrenut novi *online* servis nazvan *Pristupačni Zagreb*, koji pruža korisne informacije o dostupnosti raznih objekata iz javnog i privatnog sektora u čijoj se bazi podataka nalazi oko 2500 objekata raspoređenih u osam kategorija, uključujući kulturu, obrazovanje, sport, ugostiteljstvo, upravu, socijalnu skrb i zdravstvo. Primjeri inovacija u pristupačnosti za osobe s invaliditetom uključuju Tifološki muzej. To je jedan od rijetkih muzeja u Europi koji se fokusira na probleme osoba s invaliditetom, s naglaskom na osobe oštećena vida. Muzej poštuje različitost i promiče solidarnost te poziva posjetitelje da sudjeluju u ponuđenim vizualnim, olfaktornim i taktilnim iskustvima (*InfoZagreb*, 2022).

Pristupanjem Europskoj uniji i olakšanim putovanjima, Zagreb se snažno otvorio turističkom tržištu, što je omogućilo lokalnim vlasnicima nekretnina i poduzetnicima ulaganja u turističke i smještajne sadržaje u gradu. To je dovelo do toga da se velik broj stanova iznajmljuje kao turistički apartmani, podizanja cijena nekretnina u frekventnim turističkim zonama, iseljavanja stanovnika iz centra grada te promjene strukture stanovništva (Kesar, Deželjin, Bienefeld, 2015).

U Zagrebu je u kolovozu 2023. godine evidentirano preko 10.000 zaposlenih u turizmu, od oko 400.000 zaposlenih u gradu (Državni zavod za statistiku, 2024.). Za razliku od destinacija Jadranske Hrvatske, Zagreb je cjelogodišnja destinacija i nema sezonskih oscilacija u zapošljavanju u turističkim djelatnostima. Obzirom na velik broj škola i fakultetskih smjerova te raznih tečajeva i mogućnosti usavršavanja s područja turizma, ugostiteljstva i menadžmenta, može se smatrati da Zagreb nema problema sa stručnim kadrom

u turizmu. Međutim, nepovoljna ekonomska situacija dovodi do iseljavanja stanovništva što dugoročno može dovesti do rizika od manjka radne snage u turizmu.

Kao konkurentne turističke destinacije u regiji izdvajaju se Beč i Budimpešta čiji turistički kapaciteti su višestruko veći od kapaciteta grada Zagreba, stoga su i prihodi od turizma nekoliko puta uvećani u odnosu na Zagreb. Obližnje destinacije sličnih ponuda su još Beograd, Ljubljana i Bratislava.

U Tablici 2. prikazana je analiza unutarnjih snaga i slabosti te vanjskih prilika i prijetnji turističke destinacije Zagreb.

Tablica 2. SWOT analiza grada Zagreba

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - povoljan geografski položaj - bogata kulturna baština, brojne atrakcije, eno-gastronomska ponuda - velik broj zelenih površina, zaštićena priroda, gradski parkovi - mogućnost sportsko-rekreativnih aktivnosti - događaji i manifestacije - kongresni turizam - <i>Zagreb Card</i> - ljubaznost lokalnog stanovništva, sigurnost 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatna prometna (zračna i željeznička) povezanost - razina upravljanja gradskom infrastrukturom, neuređenost, dotrajalost i zapuštenost fasada - velike gužve (nedostatak alternative poput metroa i sl.) - nedostatak parkirnih mjesta - nedostatak strategije razvoja turizma grada - loše provođenje marketinških aktivnosti, (izostanak novog marketinškog plana)
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - kulturni i sportski događaji - povezivanje ponude s okruženjem - mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u okolici - digitalni turizam i razvoj aplikacija - revitalizacija napuštene industrijske baštine i njeno uključivanje u kulturnu i turističku ponudu - EU fondovi i njihovo korištenje 	<ul style="list-style-type: none"> - jaka konkurencija u regiji - spora obnova nakon potresa 2020. godine - ilegalna gradnja i krčenje šuma - opasnost od korupcije - visoki porezi - iseljavanje stanovništva, dugoročni rizik od manjka kvalitetne radne snage u turizmu

Izvor: Izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Povoljan geografski položaj u blizini glavnih emitivnih tržišta, bogata prirodna i kulturno-povijesna baština, eno-gastronomska ponuda, događaji poput *Adventa* ili *InMusic* festivala, razvijen kongresni turizam, ljubaznost lokalnog stanovništva te sigurnost u vidu terorističkih napada i kriminala predstavljaju glavne snage turističke destinacije Zagreb. Kao unutarnje slabosti Zagreba izdvojene su slaba i skupa zračna i željeznička povezanost, velike gužve u prometu i nedostatak parkirnih mjesta, neurednost grada i zapuštenost fasada, velik broj grafita te nedostatak strategije razvoja i loše provođenje marketinških aktivnosti.

U vanjske prilike ubrajaju se mogućnosti razvoja i privlačenja kulturnih i sportskih događanja, mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u okolici te povezivanje ponude s okolicom, mogućnost revitalizacije napuštene industrijske arhitekture i njeno uključenje u turističku ponudu te brojne mogućnosti koje pružaju EU fondovi s naglaskom na kulturne i održive sadržaje. Prijetnje Zagrebu predstavljaju konkurencija u regiji, rizik od potresa i spora obnova nakon potresa 2020. godine, ilegalna gradnja i krčenje šuma bez plana, opasnost od korupcije, visoki porezi te iseljavanje mladog radno sposobnog stanovništva zbog čega se javlja dugoročni rizik od nedostataka kvalitetnog i stručnog kadra u turizmu.

4.3. Utjecaji na turizam

Raznolike ponude Budimpešte i Zagreba privlače različite skupine turista. Postojanje odgovarajućih kapaciteta, turističke infrastrukture i suprastrukture te razvijena prometna infrastruktura, omogućuje normalno funkcioniranje grada, ali su također važni za razvoj turizma i njegovih komplementarnih djelatnosti. Uz promociju kulturne baštine i očuvanje okoliša, upravljanje atrakcijama potiče ekonomski razvoj turizma. Povećanje broja posjetitelja generira povećanje prihoda kroz smještaj, ugostiteljstvo, prodaju suvenira i druge turističke usluge. Organizacija velikog broja kulturnih događaja, festivala i manifestacija tokom cijele godine smanjuje problem sezonalnosti.

Budimpešta čini približno 60% dolaznog turizma, a udio noćenja prelazi jedva 8%. Prosječna duljina boravka u mađarskom glavnom gradu niža je od državnog prosjeka te pokazuje trend pada (češći, ali kraći posjeti). Udio međunarodnih dolazaka u Budimpeštu u turizmu Mađarske iznosi 36,7%, a noćenja 33,7%. 2016. godine broj međunarodnih dolazaka prvi put je prešao brojku od 4 milijuna. Prosječni boravak turista kreće se od 1,9 do 2,1 dan (*Magyar Turisztikai Ügyökség, 2017*). Broj međunarodnih dolazaka u Zagreb prema Državnom zavodu za statistiku u najuspješnijoj 2019. godini iznosio je 1.454.000, a broj

noćenja bio je 2.638.900. Po broju dolazaka, Zagreb je najuspješnija destinacija u Hrvatskoj, no tek peti prema broju ostvarenih noćenja, što ukazuje na vrlo kratak boravak u destinaciji od tek 1.8 dana (*Državni Zavod za statistiku*, 2020).

Unatoč brojnim izazovima, prirodna privlačnost i bogatstvo kulturnih resursa Budimpešte i Zagreba i dalje privlače turiste, stoga se bilježi rast broja posjetitelja i noćenja u oba grada.

5. USPOREDBA ODABRANIH TURISTIČKIH DESTINACIJA

Tema slijedećeg poglavlja je usporedba upravljanja atrakcijama turističkih destinacija Budimpešte i Zagreba te diskusija i prijedlozi budućeg djelovanja.

5.1. Usporedba u upravljanju atrakcijama

Zagreb i Budimpešta dijele dugu i bogatu povijest koja seže stoljećima unazad, dijeleći kulturne utjecaje i ideje, što je imalo važnu ulogu u razvoju turističkih atrakcija. Upravljanje turističkim atrakcijama u Budimpešti i Zagrebu ima mnoge sličnosti, ali i ključne razlike koje odražavaju specifične pristupe upravljanju atrakcijama.

Upravljanje posjetiteljima u Budimpešti i Zagrebu razlikuje se po nekoliko ključnih karakteristika. Budimpešta se suočava s izazovima velikog broja turista na svojim najpoznatijim atrakcijama. Gotovo sve ulaznice su dostupne *online*, a za vrlo popularna mjesta poput Mađarskog parlamenta, posjetitelji moraju unaprijed rezervirati svoj dolazak radi izbjegavanja dugih čekanja i gužvi. Ovakva organizacija pridonosi efikasnom upravljanju posjetima, unatoč visokom broju turista koji svake godine posjećuju grad. Grad Zagreb, s druge strane, nema problema s prevelikim gužvama na turističkim lokacijama. Većina u radu prezentiranih atrakcija je besplatno dostupna posjetiteljima, što olakšava pristup kulturnim i povijesnim znamenitostima grada. Za one lokacije gdje je potrebno kupiti ulaznicu, one se mogu kupiti isključivo na blagajni, izuzev za *Hrvatsko narodno kazalište* gdje se ulaznice mogu nabaviti i putem službene internetske stranice. Ovakav pristup ukazuje na nedostatak planiranja i upravljanja posjetima u gradu.

Oba grada naglašavaju važnost održivog turizma, promovirajući ekološki prihvatljive prakse i projekte koji smanjuju negativan utjecaj na okoliš. Razvoj pješačkih zona i biciklističkih staza te projekti poput revitalizacije napuštene industrijske baštine, daju Zagrebu prednost u održivim praksama u odnosu na Budimpeštu. Nasuprot tome, Budimpešta, iako promovira održive politike, nema konkretnih ideja i projekata u smjeru održivosti te zaostaje u odgovornim oblicima turizma i putovanja. Budimpešta i Zagreb prepoznali su važnost očuvanja kulturne baštine u turističkoj ponudi te ulažu u očuvanje i restauraciju povijesnih i kulturnih znamenitosti te promiču tradicionalne zanate, eno-gastronomsku ponudu i autentična iskustva koja posjetiteljima pružaju dublji uvid u lokalnu kulturu.

I Budimpešta i Zagreb imaju izazove u upravljanju turizmom i infrastrukturom, što uključuje potrebu za boljom organizacijom i strateškim planiranjem. Za razliku od Zagreba,

Budimpešti nedostaje lokalna organizacija za upravljanje destinacijom što može dovesti do manje fleksibilnosti i prilagodljivosti specifičnim lokalnim potrebama. Loše provođenje marketinških aktivnosti predstavlja značajan problem za oba grada. Iako Budimpešta koristi digitalne i tradicionalne kanale za promociju, nedostatak koordinirane marketinške strategije ograničava njihovu učinkovitost. Turistička zajednica grada Zagreba se prema *Strateško operativnom marketinškom planu* oslanja na tehnologiju i modernizaciju u marketinškoj komunikaciji, ali plan više nije aktivan, a novi nije izrađen.

Što se tiče turističke infrastrukture, oba grada kontinuirano rade na unapređuju kako bi povećali pristupačnost i udobnost za posjetitelje, uključujući javni prijevoz i pristupačnost za osobe s posebnim potrebama. Budimpešta se dodatno ističe termalnim izvorima i jedinstvenim sustavom javnog prijevoza temeljenom na aplikaciji za razliku od Zagreba koji se ponosi velikim brojem zelenih površina i parkova. Zagreb se bori s infrastrukturnim problemima, uključujući slabu prometnu željezničku i zračnu povezanost i zapuštenost gradskih fasada.

Lokalna zajednica aktivno je uključena u turizam obaju gradova, ističući se ljubaznošću i susretljivošću prema posjetiteljima. Velika akumulacija turista u pojedinim dijelovima Budimpešte dovodi do prenapučenosti, problema sa zbrinjavanjem otpada, gužvi u prometu i pada kvalitete života lokalnog stanovništva, time i slabijim razvojem ostalih dijelova grada i razlika u prihodima lokalnog stanovništva te zasićenošću lokalne zajednice turizmom. S druge strane, Zagreb se oslanja na integrirano planiranje urbanih zona, naglašavajući pješačke zone i zelene površine te promovira događaje i festivale koji privlače posjetitelje tijekom cijele godine, kako bi se izbjegli problemi prekomjernog turizma. No, trpi posljedice spore obnove nakon potresa, iseljavanja stanovništva iz turistički frekventnih područja te promjene strukture stanovništva.

Mnogobrojniji i raznovrsniji smještajni objekti i bolja prometna povezanost, posebice zračna utječu na veću posjećenost Budimpešte, a kao negativni utjecaji izdvajaju se politička klima unutar države, posebice protu-LGBTIQ+ politika i vanjska politika, kriminal, nedostatak ekološke osviještenosti te veliko oslanjanje na tradicionalnu ponudu i usluge. Povoljan geografski položaj Zagreba rezultira boljom mogućnosti povezivanja s okolnim destinacijama nudeći raznovrsniju ponudu, a kao velika prednost ističu se također sigurnost i razvoj mobilnih aplikacija kao pametnim rješenjima u turizmu. Kao nedostatak, ističu se ilegalna gradnja i krčenje šuma te loša ekonomska situacija što dovodi do iseljavanja stanovništva, posebno visokoobrazovanog, time i dugoročnog rizika od nedostatka specijalizirane radne snage u turizmu.

Zaključno, Budimpešta i Zagreb su konkurentne turističke destinacije te uživaju ugled na međunarodnoj razini. Razlika je u razvoju infrastrukture, razini prepoznatljivosti, fazi razvoja turističkog proizvoda, centraliziranosti/decentraliziranosti sustava, povezanosti aktivnosti dionika, uvođenju inovacija i tehnologije u turističku ponudu, organizaciji procesa te međukulturalnom razumijevanju.

5.2. Diskusija i prijedlozi djelovanja

Kao europska prijestolnica bogate povijesti, arhitekture i raznolike ponude, Budimpešta privlači velik broj posjetitelja. Osim toga, festivali i manifestacije tokom cijele godine, velik broj klubova i barova, jeftin smještaj, hrana i piće te dostupnost destinacije putem niskobudžetnih zračnih prijevoznika, dovode do prenapučenosti, teškoća sa zbrinjavanjem smeća i gužvi u prometu te na kraju i slabijom „kvalitetom“ turista, koji malo troše. Po tom pitanju, vrlo je važno uspostaviti ravnotežu između povećane turističke aktivnosti, očuvanja autentičnosti destinacije i ekologije te sustavno planirati infrastrukturu, prometnu organizaciju i upravljanje brojem posjetitelja. U slučaju Budimpešte može se primijetiti da se previše oslanja na tradicionalnu ponudu i usluge, implementacija tehnologije u atrakcijski miks i smještajnu ponudu je spora, strategija razvoja turizma je zastarjela, nema marketinške kampanje i prepoznatljivosti imidža destinacije, briga o ekologiji i održivosti je deklarativnog tipa, a dodatni problem je povećanje ksenofobije i netrpeljivosti na temelju vladinih politika. Unatoč svim tim problemima, turizam u Budimpešti i dalje raste zahvaljujući mnoštvu kulturno-povijesnih atrakcija.

Zagreb se za razliku od Budimpešte ističe po svojoj sposobnosti uvođenja inovacija i pametnih tehnoloških rješenja u turističku ponudu. Iako obiluje raznovrsnim turističkim atrakcijama i kulturnim znamenitostima, postoji jasna potreba za razvojem inovativnih turističkih sadržaja i događanja koji će privući raznoliki spektar posjetitelja te unapređenjem marketinških strategija i brendiranja destinacije. Kroz aktivnu suradnju s lokalnim dionicima, ulaganje u turističku infrastrukturu te promicanje održivog turizma i kulturno-umjetničke baštine grada, Zagreb može postati globalno prepoznata turistička destinacija, čime će pridonijeti daljnjem rastu i prosperitetu grada.

Prijedlozi budućeg djelovanja za Budimpeštu su uspostavljanje lokalne agencije za upravljanje turizmom koja će koordinirati sve aspekte turizma, omogućujući bolju koordinaciju i prilagodljivost specifičnim potrebama grada te učinkovitiju promociju. Zatim, razvijanje novih turističkih proizvoda te provođenje suvremenih marketinških kampanja

putem digitalnih platformi i društvenih medija, kako bi se privukao širi krug posjetitelja, razvio *brand* destinacije i unaprijedila promocija atraktivnosti Budimpešte. Također, potrebno je raditi na stvaranju atmosfere prihvaćanja i prijateljskog okruženja za sve turiste, uključujući LGBTQ+ zajednicu, kroz edukaciju, politike i promociju tolerancije, čime će se poboljšati reputacija grada na međunarodnoj razini.

S druge strane, primarna ulaganja Zagreba bi se trebala usmjeriti na unapređenje infrastrukture, prvenstveno u hotelski smještaj, obnovu od potresa i dotrajalih fasada kako bi se poboljšao život stanovništva, povećala sigurnost i estetska privlačnost grada, a time i atraktivnost same destinacije. Zatim, kreiranje sveobuhvatnog strateškog plana za razvoj turizma kojim bi se osiguralo dugoročno održivo upravljanje turizmom i provođenje marketinških kampanja za povećanje prepoznatljivosti grada, koje kombiniraju kulturne, povijesne i prirodne elemente Zagreba pomoću digitalnih medija i inovativnih pristupa, Nadalje, Zagreb bi se trebao povezati s europskim turističkim itinerarima i iskoristiti EU fondove za unapređenje infrastrukture i promociju. Tablica 3. uspoređuje turističke destinacije Zagreb i Budimpeštu prema njihovim razlikovnim obilježjima, komparativnim prednostima i prijedlozima za unaprjeđenje.

Tablica 3. Razlikovna razvojna/resursna obilježja i preporuke djelovanja

Turistička destinacija	Razlikovna obilježja	Komparativne prednosti (resursi)	Prijedlozi unaprjeđenja
Zagreb	Destinacija u usponu	Prirodna (okruženje grada kao zelena atrakcijska zona) i kulturna baština	Povezivanje u europske itinerere gradova, EU fondovi
Budimpešta	Zrelost destinacije, Rizik očuvanja autentičnosti sredine	Prirodna (termalni izvori) i kulturna baština	<i>RTO (regional tourism organisation)</i> i globalna otvorenost

Izvor: Vlastiti zaključci autorice

Tablica pruža sažet pregled trenutnog stanja i potencijala turističkih destinacija Zagreba i Budimpešte. Dok je Zagreb u fazi rasta i ima priliku za povećanje prepoznatljivosti kroz europske itinerere i unapređenje infrastrukture korištenjem EU fondova, Budimpešta se treba fokusirati na očuvanje svoje autentičnosti i povećanje globalne vidljivosti kroz razvoj regionalne turističke organizacije i otvaranje prema globalnom tržištu.

ZAKLJUČAK

Istraživanje o upravljanju turističkim atrakcijama u Budimpešti i Zagrebu naglašava ključne resurse i atrakcije koji značajno utječu na turističku privlačnost ovih destinacija. Učinkovito upravljanje turističkim atrakcijama, dobro osmišljene marketinške strategije i kontinuirano unapređenje infrastrukture najvažniji su faktori razvoja turističke destinacije. Analizom postojećih upravljačkih praksi utvrđeno je da oba grada posjeduju značajan potencijal za daljnji rast i razvoj turizma, ali i specifične izazove. Dok Budimpešta koristi snažnu promociju kulturnih i povijesnih znamenitosti, Zagreb se fokusira na integraciju modernih turističkih trendova i održivih praksi.

Korištena literatura i članci s područja turizma, menadžmenta i upravljanja atrakcijama pružili su čvrstu osnovu za ovo istraživanje, ali kontinuirano praćenje novih publikacija i izvora je neophodno za daljnje unapređenje istraživanja i znanja. Za oba grada postoji dovoljno literature i istraživanja u obliku knjiga te znanstvenih i stručnih članaka te nema značajnog osjećaja zanemarenosti u dostupnosti literature o hrvatskim gradovima. Postoji osjećaj ograničenosti kod pristupa mađarskoj literaturi zbog jezične barijere.

Nedostatci ovog istraživanja uključuju ograničenu dostupnost nekih podataka i potrebu za dodatnim empirijskim istraživanjima. Iako pruža značajan uvid u upravljanje turističkim atrakcijama u Budimpešti i Zagrebu, istraživanje se velikim dijelom oslanja na sekundarne izvore podataka i postojeću literaturu, što ograničava dubinu analize. Istraživanje se ne bavi dovoljno utjecajem globalnih trendova i kriza kao što su digitalizacija, klimatske promjene ili post-COVID-19 prilagodbe, koji značajno utječu na turističku industriju. Također, iako je ekonomski utjecaj turizma spomenut, istraživanje ne uključuje detaljnu financijsku analizu koja bi obuhvatila sve ekonomske koristi i nedostatke povezane s turizmom. Nedostaci istraživanja se opravdavaju usmjerenošću studija iz kojeg se rad piše na područje kulture i turizma.

Buduća istraživanja trebala bi obuhvatiti usporedbu s drugim europskim destinacijama koje su slične po veličini i turističkoj ponudi. Također je važno istražiti utjecaj globalnih trendova i novih tehnologija kao što su umjetna inteligencija i virtualna stvarnost te analizirati učinke kriznih situacija poput COVID-19 pandemije, ratova i sličnih događaja na turističko tržište.

Na kraju, može se zaključiti da se ovim radom potvrdila hipoteza „Upravljanje turističkim atrakcijama ima značajan utjecaj na turizam Budimpešte i Zagreba.“, obzirom da Budimpešta dobro koristi i upravlja svojim već postojećim resursima, iako je sporija u unošenju noviteta, a Zagreb uspješno obogaćuje turističku ponudu uvođenjem dodatnih sadržaja, posebice u pogledu sportskih i kulturno-umjetničkih događanja i uvođenjem novih tehnologija i pametnih rješenja u turizam te oba grada bilježe porast broja posjetitelja i ostvarenih noćenja.

Hipoteza „Turističke ponude gradova razlikuju se s aspekta resursne osnove i upravljanja atrakcijama“ donekle je potvrđena. Dok zajednička povijest i kulturno naslijeđe pružaju osnovu za određene sličnosti u kulturno-povijesnim turističkim atrakcijama i arhitekturi, razlike u prirodnim resursima, geografskom položaju, političkim i ekonomskim prilikama te dionicima u turizmu doprinijele su raznolikosti u turističkoj ponudi i atraktivnosti sadržaja. Kroz istraživački dio rada potvrdilo se da upravljanje atrakcijama u ove dvije destinacije ima određenih sličnosti kao što su planiranje, pristupačni turizam, nedostatak kontinuiranog praćenja povratnih informacija o zadovoljstvu korisnika i mozaiku atrakcija, ali i razlika u organizaciji sustava, upravljanju posjetima, povezanosti aktivnosti dionika i turističke ponude te organizaciji procesa.

Rezultati istraživanja o upravljanju turističkim atrakcijama u Budimpešti i Zagrebu pokazali su kako učinkovito upravljanje može značajno utjecati na turističku privlačnost i razvoj ovih destinacija te istaknuli izazove za nove urbane destinacije u turizmu poput infrastrukturnih ograničenja, nedostatka prepoznatljivosti i suočavanja sa etabliranim destinacijama koje imaju već razvijenu turističku ponudu i snažnu poziciju na tržištu.

LITERATURA

Knjige:

1. Bregant, L.J., (2015.) *Zagreb – nezaobilazne znamenitosti*, Mozaik knjiga, Zagreb.
2. Čavlek, N. i dr., (2011.) *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb.
3. Gržinić, J., (2020.) *Turističke atrakcije – nastanak razvoj, utjecaji*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula.
4. Križman Pavlović, D., (2008.) *Marketing turističke destinacije*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula.
5. Turp, C., (2011.) *Top 10 Budimpešta*, Mozaik knjiga, Zagreb.
6. Turistička zajednica Grada Zagreba, (2018.) *Dobrodošli u Zagreb*, Turistička zajednica Grada Zagreba, Zagreb.

Znanstveni članci:

1. Hoseason, J., Sfodera, F., (2006.) *Revenue management in visitor attractions: a case study of the EcoTech Centre, Swaffham, Norfolk*, *The Spread of Yield Management Practices*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/226076097_Revenue_management_in_visitor_attractions_a_case_study_of_the_EcoTech_Centre_Swaffham_Norfolk
2. Leask, A., (2016.) *Visitor attraction management: A critical review of research 2009-2014*, *Tourism management*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/305829032_Visitor_attraction_management_A_critical_review_of_research_2009-2014
3. Li, J., Li, Q., (2023.) *Analysis of queue management in theme parks introducing the fast pass system*, *Heliyon*, Vol. 9, Issue 7, dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S240584402305209X>
4. Luz, A., (2024.) *Optimizing Supply Chain Dynamics for Effective Tourism and Crowd Management: A Comprehensive Analysis*, University of Melbourne, dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/377956479_Optimizing_Supply_Chain_Dynamics_for_Effective_Tourism_and_Crowd_Management_A_Comprehensive_Analysis

5. Kušen, E., (2001.) *Turizam i prostor: klasifikacija turističkih atrakcija*, Institut za turizam, dostupno na: hrcak.srce.hr/file/16581
6. Kesar, O., Deželjin, R., Bienefeld, M., (2015.) *Tourism Gentrification In The City Of Zagreb: Time For A Debate?*, *Interdisciplinary Management Research*, vol. 11, Sveučilište Josipa Juraja Strossmayera, Osijek
7. Perez Garrido, B. i dr. ,(2022.) *Addressing the Phenomenon of Overtourism in Budapest from Multiple Angles Using Unconventional Methodologies and Data*, *A Geography of Unconventional Tourist Mobility: New Approaches and Methodologies*, dostupno na: mdpi.com/2071-1050/14/4/2268
8. Podovac, M, Tepavčević, J., Milojica, V., (2022.) *Analiza razvoja urbanog turizma u Budimpešti*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/360782970_Analysis_of_the_Urban_Tourism_Development_in_Budapest_Hungary
9. Pullman, M., Rodgers, S., (2010.) *Capacity management for hospitality and tourism: A review of current approaches*, *International Journal of hospitality and management*, Vol.29, Issue 1, str. 177-187
10. Ugarković i dr., (2021.) *Neka obilježja klime i klimatskih elemenata na području grada Zagreba*, *Šumarski list*, Vol. 145 No. 9-10, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/384296>
11. Zadel, Z., Ivančić, I., Badurina, A., (2020.) *Smart Destination Concept: Example of the City of Zagreb*, *Management International Conference 2020.*, dostupno na: <https://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-293-077-6/39.pdf>

Stručni članci:

1. Beni, A., (2017.) *The history of the Turkish baths of Hungary*, dostupno na: <https://dailynewshungary.com/history-turkish-baths-hungary/>

2. Bočić i dr., (2018.) *Analiza i vrednovanje razvojnih potencijala i ograničenja urbane aglomeracije Zagreb*, Sveučilište u Zagrebu, dostupno na: <https://www.zagreb.hr/userdocsimages/gu%20za%20strategijsko%20planiranje/Analiza%20i%20vrednovanje%20razvojnih%20potencijala%20i%20ograni%20C4%8Denja%20Urbane%20aglomeracije%20Zagreb,%202018..pdf>
3. Državni Zavod za statistiku, (2020.) *Turizam u brojkama 2019.*, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf.
4. Grad Zagreb,(2023.) *Plan razvoja grada Zagreba za razdoblje 2021.-2027.*,dostupno na: <https://www.zagreb.hr/UserDocsImages/001/Nacrt%20Plana%20razvoja%20Grada%20Zagreba%202021.%20-%202027..pdf>
5. Horwath HTL, (2020.) *Strateško operativni marketinški plan TZGZ 2021-2023.*, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/documents/b2b/Strates%20CC%8Cko%20Operativni%20Marketins%20CC%8Cki%20Plan%20Zagreb%20C%202021-2023.pdf>
6. Institut za turizam, (2024.) *TOMAS: Hrvatska 2022-2023.*, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf>
7. Laposi, R., (2020.) *Budapest, city for cultural heritage and creativity*, dostupno na: https://issuu.com/rolandlaposi/docs/budapest_20the_20best_20destination_20-_20the_20ot
8. Magyar Turisztikai Ügynökség, (2017.) *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030.*, dostupno na: <https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztasi-Stratagia-2030.pdf>

Mrežni izvori:

1. BHM Aquincum Museum, (2024.) *Baths Museum*, dostupno na: <http://www.aquincum.hu/en/a-muzeumrol/budapest-romai-emlekei/furdo-muzeum/>, pristupljeno: 23.03.2024.
2. Botanički vrt, *O vrtu*, dostupno na: <https://botanicivrt.biol.pmf.hr/o-vrtu/>, pristupljeno: 21.03.2024.

3. Buda Castle, *Inside the Buda Castle buildings*, dostupno na: <https://budacastlebudapest.com/inside-the-buda-castle-buildings/>, pristupljeno: 14.12.2023.
4. Budapest by locals, (2023.) *Along Andrassy Avenue*, dostupno na: <https://www.budapestbylocals.com/andrassy-avenue/>, pristupljeno: 14.12.2023.
5. Budapest by locals, (2023.) *Margaret Island*, dostupno na: <https://www.budapestbylocals.com/margaret-island/>, pristupljeno: 22.03.2024.
6. Budapest Oriaskerk, (2023.) *Oriaskerk*, dostupno na: <https://oriaskerek.com/en/>), pristupljeno: 16.12.2023.
7. Budapest Info, (2023.) *Spend the day in city park Varosliget*, dostupno na: <https://www.budapestinfo.hu/en/spend-the-day-in-city-park-varosliget>), pristupljeno: 04.12.2023.
8. Budapest Info, (2023.) *Budapest card*, dostupno na: <https://www.budapestinfo.hu/en/budapest-card>, pristupljeno: 18.12.2023.
9. Budapest Info, (2023.) *Wheelchair access*, dostupno na: <https://www.budapestinfo.hu/en/wheelchair-access>, pristupljeno: 04.01.2024.
10. Budapest Info, (2024.) *Margaret Island*, dostupno na: <https://www.budapestinfo.hu/en/margaret-island-1>, pristupljeno: 22.03.2024.
11. Eurostat, (2004.) *Budapest – geography and history*, dostupno na : https://circabc.europa.eu/webdav/CircaBC/ESTAT/regportraits/Information/hu011_geo.htm, pristupljeno: 06.12.2023.
12. European Commission, (2023.) *Zagreb – 2023 shortlisted city*, dostupno na: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/zagreb-2023-shortlisted-city_en, pristupljeno: 31.03.2024.
13. Gellert, (2024.) *Gellert Baths*, dostupno na: <https://www.gellertbath.hu/>, pristupljeno: 23.03.2024.
14. Građanski nogometni klub Dinamo, (2024.) *Stadion Maksimir*, dostupno na: <https://gnkdinamo.hr/hr/klub/stadion-maksimir>, pristupljeno: 11.03.2024.

15. Hrvatsko narodno kazalište, *O kazalištu*, dostupno na: <https://www.hnk.hr/hr/ोजना/povijest/hnk-u-zagrebu/>, pristupljeno: 16.03.2024.
16. Info Zagreb, *Događanja u Zagrebu*, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/hr/>, pristupljeno: 04.03.2024.
17. InfoZagreb, (2022.) *Pristupačna destinacija*, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/hr/green-buzzg/sustainable-zagreb/pristupacna-destinacija>, pristupljeno: 05.04.2024.
18. Jutarnji list, (2021.) *Zagreb je cjelogodišnja destinacija odgovornog i ravnopravnog turizma*, dostupno na: <https://jutarnji.hr/life/putovanja/zagreb-je-cjelogodisnja-destinacija-odgovornog-i-ravnopravnog-turizma-15061966>, pristupljeno: 29.03.2024.
19. Leksikografski zavod Miroslava Krležę, (2024.) *Zagreb*, dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/66685>, pristupljeno: 07.03.2024.
20. Margitsziget Sinhaz, (2024.) *Margitszigeti theater programs*, dostupno na: <https://margitszigetisinhaz.hu/>, pristupljeno: 22.03.2024.
21. Medvednica, (2019.) *Špilja Veternica*, dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/turisticka-ponuda/spilja-veternica>, pristupljeno: 08.03.2024.
22. Medvednica, (2019.) *Medvedgrad*, dostupno na: <https://www.pp-medvednica.hr/turisticka-ponuda/medvedgrad/>, pristupljeno: 08.03.2024.
23. Ministarstvo kulture i medija, *Nematerijalna dobra upisana na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva*, dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/5337>, pristupljeno: 06.03.2024.
24. Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, (2024.) *Vanjska politika*, dostupno na: <https://mvep.gov.hr/vanjska-politika/22956>, pristupljeno: 25.06.2024.
25. Mozaik SD, (2023.) *Objavljena lista 10 najboljih, ali i 10 najgorih svjetskih atrakcija, Slobodna Dalmacija*, dostupno na: <https://dubrovacki.slobodnadalmacija.hr/dubrovnik/moskar/zabava/objavljena-lista-10->

- najboljih-ali-i-10-najgorih-svjetskih-atrakcija-pogledajte-ih-sve-pa-sami-procijenite-1276368, pristupljeno: 14.12.2023.
26. Organisation for Economic Co-operation and Development, (2022.) *Hungary*, dostupno na: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/414879f2-en/index.html?itemId=/content/component/414879f2-en>, pristupljeno: 21.12.2023.
27. Opera, *About us*, dostupno na: <https://www.opera.hu/en/about-us/building/opera/>), pristupljeno: 09.12.2023.
28. Parlament (2024.), *The house of the Nation*, dostupno na: <https://www.parlament.hu/web/visitors/house-of-parliament>, pristupljeno: 09.03.2024.
29. Park Maksimir, *O parku*, dostupno na: <https://park-maksimir.hr/o-parku/#povijest>, pristupljeno: 09.03.2024.
30. Skills, jobs & fun for students, (2017.) *Infrastructure and transportation of Budapest*, dostupno na: <http://www.jovokerek.hu/skillsandjobs/en/budapest-lifestyle/infrastructure-and-transportation-budapest>, pristupljeno: 10.12.2023.
31. Sljeme, (2024.) *Sljeme*, dostupno na: <https://www.sljeme.hr/>, pristupljeno: 08.03.2024.
32. Szecheny Baths, (2024.) *Szecheny Spa Baths Budapest – Guide & Booking*, dostupno na: <https://szechenyibath.com/>, pristupljeno: 23.03.2024.
33. Terror Haza, *History of the museum*, dostupno na: <https://www.terrorhaza.hu/en/museum>, pristupljeno: 10.12.2023.
34. Turistička zajednica grada Zagreba, (2020.) *O nama*, dostupno na: <https://www.tzgz.hr/o-tzgz/o-nama>, pristupljeno: 09.03.2024.
35. UNESCO, (2023.) *Budapest, including the Banks of the Danube, the Buda Castle Quarter and Andrássy Avenue*, dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/400>, pristupljeno: 12.12.2023.
36. Vina Croatia, *Središnja bregovita Hrvatska*, dostupno na: <https://vinacroatia.hr/vinogradarske-regije-i-sortiment/sredisnja-bregovita-hrvatska/>, pristupljeno: 05.03.2024.
37. Virtualni muzej Dotrščina, (2012.) *Povijesni kontekst*, dostupno na: <https://www.dotrscina.hr/povijesni-kontekst>, pristupljeno: 12.03.2024.

38. Visit Hungary, *Blaga Budimpešte*, dostupno na: <https://visithungary.com/documents/d/dc/dce/dce5d3660f26f3bb0f27c9cc0e4e01c6859ae91.pdf>, pristupljeno: 08.12.2023.
39. Visit Hungary: *Margaret Island: The urban oasis*, dostupno na: <vistihungary.com/articles/margaret-island-the-urban-oasis>, pristupljeno: 10.05.2024.
40. Zagrebačka katedrala, *Povijest katedrale*, dostupno na: <https://katedrala.hr/hr/povijest-zagrebacke-katedrale/753>, pristupljeno: 15.03.2024.
41. Zagreb Card, *Zagreb card*, dostupno na: <https://www.zagrebcard.com/index.php?lang=HR>, pristupljeno: 21.03.2024.
42. ZG portal, (2024.) *Zrinjevac ili Trg Nikole Šubića Zrinskog*, dostupno na: <https://www.zgportal.com/zginfo/zrinjevac-ili-trg-nikole-subica-zrinskog-jedan-je-od-najljepsih-zagrebackih-trgova/>, pristupljeno: 19.03.2024.
43. Zagreb Portal, (2020.) *Sustav javnog prijevoza u gradu Zagrebu*, dostupno na: <https://www.zgportal.com/zgservis/sustav-javnog-prijevoza-u-gradu-zagrebu/>, pristupljeno: 04.04.2024.
44. Zoo Zagreb, (2019.) *O nama*, dostupno na: <https://zoo.hr/o-nama/>, pristupljeno: 12.03.2024.

Popis slika i tablica

Slika 1. Kupalište Szecheny.....	15
Slika 2. Mađarski parlament.....	20
Slika 3. Budimski dvorac.....	23
Slika 4. Medvedgrad.....	31
Slika 5. Crkva sv. Marka.....	34
Tablica 1. SWOT analiza grada Budimpešte.....	41
Tablica 2. SWOT analiza grada Zagreba.....	46
Tablica 3. Razlikovna razvojna/resursna obilježja i preporuke djelovanja.....	52

Sažetak

Ovaj završni rad analizira upravljanje turističkim atrakcijama u dvjema europskim metropolama - Budimpešti i Zagrebu. Cilj istraživanja je utvrditi ključne resurse i atrakcije koje utječu na turističku privlačnost ovih destinacija te ocijeniti učinkovitost upravljanja tim atrakcijama. Rad se temelji na hipotezama da upravljanje turističkim atrakcijama značajno utječe na turizam Budimpešte i Zagreba te da se turističke ponude ovih gradova razlikuju s obzirom na resursnu osnovu i upravljanje atrakcijama. Kroz rad se definiraju pojmovi koji turističku destinaciju čine atraktivnom, a to su turistički resursi i atrakcije te se objašnjava upravljanje turističkim atrakcijama. Nadalje, detaljno su opisani turistički resursi i atrakcijska osnova Budimpešte i Zagreba, uključujući prirodne i društvene atrakcije. Zadnja dva poglavlja analiziraju i uspoređuju načine upravljanja atrakcijama u obje metropole i njihov utjecaj na turizam te daju prijedloge za daljnje djelovanje. Istraživanje je pokazalo da upravljanje turističkim atrakcijama ima značajan utjecaj na turističku privlačnost i razvoj destinacija.

Ključne riječi

turizam, turistički resursi, turističke atrakcije, upravljanje atrakcijama, Budimpešta, Zagreb, održivi turizam, pristupačni turizam

Summary

This thesis analyzes the management of tourist attractions in two European capitals - Budapest and Zagreb. The goal of the research is to determine the key resources and attractions that influence the attractiveness of these destinations to tourists, and to evaluate the effectiveness of their management. The paper is based on the hypotheses that the management of tourist attractions has a significant impact on tourism in Budapest and Zagreb, and that the tourist offer of these cities differs with regard to the resource base and the management of attractions. The thesis defines the factors that make a destination attractive, namely tourist attractions and resources, and explains the management of tourist attractions. Furthermore, the tourist resources and attractions (both natural and social) of Budapest and Zagreb are described in detail. The last two chapters analyze and compare the impact of attractions on tourism and their management in the two capitals, and provide suggestions for future action.

The research has shown that the management of tourist attractions has a substantial impact on destination attractiveness and development.

Keywords

Tourism, tourist resources, tourist attractions, attraction management, Budapest, Zagreb, sustainable tourism, accessible tourism