

Razvoj atrakcija grada Ljubljane- inovativni pristup

Mrakovčić, Lucija

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:137:074221>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-12**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

LUCIJA MRAKOVČIĆ

RAZVOJ ATRAKCIJA GRADA LJUBLJANE - INOVATIVNI PRISTUP

Završni rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

LUCIJA MRAKOVČIĆ

RAZVOJ ATRAKCIJA GRADA LJUBLJANE - INOVATIVNI PRISTUP

Završni rad

JMBAG: 0122236882, redovita studentica

Studentski smjer: Sveučilišni preddiplomski studij Kultura i turizam

Predmet: Upravljanje atrakcijama u turizmu

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

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

Pula, srpanj 2024.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Lucija Mrakovčić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom

Razvoj atrakcija grada Ljubljane – inovativni pristup

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s 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.

U Puli, 11.07.2024.

Potpis



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Lucija Mrakovčić, kandidat za prvostupnika Kulture i turizma ovime 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 korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, 11.07.2024.

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
2.	TURIZAM LJUBLJANE.....	2
2.1.	Povijesni presjek turizma	2
2.2.	Današnji razvoj turizma	4
2.3.	Prekomjerni turizam.....	5
2.4.	Strategija razvoja turizma.....	8
2.4.1.	Polazišta za razvoj strateškog okvira.....	8
3.	ATRAKCIJSKA OSNOVA	10
3.1.	Pojam i značaj	10
3.2.	Atrakcijska osnova Ljubljane.....	10
3.2.2.	Materijalna kulturna baština.....	11
3.2.3.	Značajne manifestacije	12
4.	UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA	13
4.1.	Menadžment turističkih atrakcija – teorijsko poimanje	13
4.2.	Turističke transformacije grada.....	14
4.3.	Ljubljana <i>card</i>	14
4.4.	Pravci pozicioniranja kroz daljnje upravljanje turističkim <i>brendom</i>	15
4.5.	Primjer projekta Ljubljanski dvorac.....	16
4.6.	Održive razvojne inicijative i izazovi razvoja.....	16
5.	INOVATIVNI PRISTUP – ODRŽIVI TURIZAM I TEMATSKE TURE	18
5.1.	Zelena destinacija	18
5.2.	Rekreativne gastro ture bazirane na kulturnom resursu	19
5.2.1.	„Mustache Tour“	19
5.2.2.	Gastroturneja „Okusi Ljubljani“.....	20
5.2.3.	„Ljubljana Beer Experience“.....	21
5.3.	Zajednička obilježja tematskih tura.....	22
6.	UPRAVLJANJE TURIZMOM – TRANSFERI ZNANOSTI U PRAKSU	24
6.1.	Konceptualni model razvoja urbanog turizma	24
6.2.	Upravljanje kroz transformacije ponude	27
6.3.	Analiza održivog razvoja turizma za potrebe strateškog dokumenta.....	28
6.3.1.	Povratna informacija od strane posjetitelja	28

6.3.2.	Povratna informacija od strane lokalnog stanovništva.....	29
6.4.	Diskusija o integraciji znanosti i prakse.....	30
6.4.1.	Izazovi za dionike.....	30
6.4.2.	Upravljanje atrakcijama i integrirano turističko iskustvo	31
7.	ZAKLJUČAK	34
	LITERATURA.....	35
	POPIS ILUSTRACIJA.....	38
	SAŽETAK.....	39
	SUMMARY	40

1. UVOD

Općina Ljubljana predstavlja gospodarsko, administrativno, kulturno i političko središte Slovenije te privlači pozornost svojim mnogobrojnim turističkim atrakcijama i jedinstvenostima. Također, Ljubljana se ponosi svojom prirodom koja okružuje grad, pružajući mogućnosti za rekreativne aktivnosti u blizini, u prirodnom okruženju koje karakterizira bogatstvo zelenih površina i rekreacijskih područja. Temeljni cilj ovog završnog rada je definirati i analizirati prirodnu i antropogenu atrakcijsku osnovu, istražiti strategije upravljanja atrakcijama te utvrditi utjecaje na turizam. U ovom kontekstu, posebna pažnja posvećena je gradu Ljubljani. U istraživanju su postavljene sljedeće hipoteze: Održiv pristup i inovativne prakse doprinijet će povećanju turističkih dolazaka u gradove (H1). Transformacije gradova ostvaruju se kroz ravnotežu koristi za destinaciju i zadovoljstva posjetitelja (H2).

Analiza opisanih aspekata pruža dublje uvide u dinamiku upravljanja atrakcijama i turističkim potencijalom destinacije. U završnom radu koriste se različite metode istraživanja i to metode analize, sinteze i indukcije te studija slučaja. Kombinacija ovih metoda predstavlja holistički pristup istraživanju, omogućavajući čitatelju sagledavanje različitih perspektiva i utjecaja kod upravljanja atrakcijama. Istraživanje pomaže u oblikovanju nužnih zaključaka i preporuka u vezi s upravljanjem atrakcijama, održivim turizmom i inovacijama u kontekstu Ljubljane. U prvom dijelu rada opisan je značaj turizma u Sloveniji kroz sagledavanje povijesnog i današnjeg razvoja, s posebnim naglaskom na grad Ljubljani. Ističe se važnost iste kao urbane sredine i regionalne destinacije te se obrazlaže problematika prekomjernog turizma. Nadalje, opisana je prirodna i atrakcijska osnova te se naglašava geografski položaj Ljubljane, smještaj na raskrižju važnih prometnica, ističe materijalna i nematerijalna kulturna atrakcijska osnova (kulturno-povijesni spomenici i manifestacije).

U drugom dijelu istraživanja se ukazuje na teorijske osnove upravljanja atrakcijama, analiza strategija razvoja turizma, *brendiranje* destinacije te analizira značaj turističke infra i supra strukture kroz prikaz raznolikosti iste, kao i značaj projektnih inicijativa. U petom poglavlju dokazuju se hipoteze rada kroz dokazivanje inovativnih praksi kroz održivi turizam i tematske ture.

2. TURIZAM LJUBLJANE

U poglavlju dva nalazi se opsežan pregled turističkih aspekata i potencijala grada Ljubljane kroz povijest i u današnjem vremenu.

2.1. Povijesni presjek turizma

Ubrzani razvoj motorizacije u zapadnoj Europi, izgradnja dviju autocesta, otvaranje Međunarodne zračne luke Ljubljana (Jožeta Pučnika Ljubljana) na Brniku i jaka zrakoplovna kompanija sa sjedištem u Ljubljani postupno su potaknuli sve veći dolazak turista iz bližih i daljih zemalja u Sloveniju i njezin glavni grad. Ljubljana je već pedesetih godina prošlog stoljeća bila vrlo popularno sajamsko i kongresno središte u Jugoslaviji. Za vrijeme Jugoslavije svoj imidž turističkog grada gradio je i na kratkotrajnom boravku domaćih tranzitnih posjetitelja i poslovnih ljudi u hotelima.¹ Od 1960. do 1990. Ljubljanom su dominirali posjeti i noćenja turista iz bivših jugoslavenskih republika. Udio tih posjetitelja u glavnom gradu Slovenije iznosio je 38% svih gostiju 1990-ih. Slijede Nijemci s 13% i Talijani s 9%. Domaći turisti, njih 15 posto, manje su posjećivali Ljubljanu. Osim navedenih sajmova, u gradu su se često održavala i razna kulturna i sportska događanja. Znanstveni članci u tom vremenu ukazuju na zabrinutost zbog zagađenja zraka u gradu na život stanovništva.² Slovenska prijestolnica je sedamdesetih godina prošlog stoljeća imala pretežno tradicionalnu ponudu s hotelima srednje i visoke kategorije. Jeftiniji smještaj u ljetnom razdoblju nudili su tek rijetki privatnici, pojedini studentski domovi, moteli i kampovi u prigradskim naseljima. Sredinom 1970-ih Ljubljana je s oko 5000 kreveta bila na četvrtom mjestu među slovenskim turističkim destinacijama. Prije nje postojala su primorska, planinska i lječilišna turistička mjesta.

U razdoblju Jugoslavije grad je najveću turističku posjećenost ostvario 1980-ih, kada je bilježio oko pola milijuna posjetitelja. Ljubljana je 1986. godine zabilježila preko 800.000 turističkih noćenja. Unatoč tome, u cijelom razdoblju od 1960. do 1990. godine u gradu je bio vrlo mali interes za dulji boravak, jer je prosječni turist 1960. godine u Ljubljani boravio 1,7

¹ Gosar, A., *Izbrane značilnosti turizma v Ljubljani, Geografija Ljubljane*, Ljubljana, Oddelek za geografijo Filozofske fakultete Ljubljana 2018.

² Kromm, D. E., „Response to Air Pollution in Ljubljana, Yugoslavia.“ *Annals of the Association of American Geographers*, 1973. 63(2), 208–217.

dana, dok je 1985. godine proveo samo 1,4 dana. Općenito, turistički promet u Ljubljani rastao je neravnomjerno zbog nekih socioekonomskih mjera koje je provodila bivša Jugoslavija.³

Nakon 1991. godine dolazi do drastičnog pada broja noćenja u slovenskom i ljubljanskom turizmu jer su sva politička i ratna događanja na području bivše Jugoslavije devedesetih godina prošlog stoljeća kočila turističke tokove u Sloveniji. Ljubljana je itekako osjetila krizno razdoblje navedenih godina, jer je u prvoj polovici desetljeća bilježila tek petinu dosadašnjih turističkih noćenja, a u drugoj polovici jedva sustizala ostala turistička mjesta u Sloveniji. Ljubljana je 1990. godine zabilježila 389.000 turista i 557.000 noćenja. Dvije godine kasnije taj se broj znatno promijenio jer je glavni grad Slovenije zabilježio samo 136.000 posjetitelja i 400.000 noćenja. U tom razdoblju prosječna duljina boravka bila je 2,9 dana, ali na račun ratnih izbjeglica s područja bivše Jugoslavije. 1993. godine zabilježen je apsolutno najmanji broj turističkih posjeta glavnom gradu (126.391), dok je broj turističkih noćenja bio najmanji 1996., kada je zabilježeno samo 304.061. Za razliku od vrlo malog broja stranih posjetitelja, broj domaćih gostiju koji su noćili u slovenskim turističkim odredištima nakon 1991. godine porastao je.⁴ Za vrijeme bivše Jugoslavije turistički kapaciteti u Ljubljani bili su barem polovično popunjeni. U tom razdoblju jedina je iznimka bilo kratkotrajno razdoblje prije 1991. godine, kada su se već osjetile političke promjene i kada je popunjenost pala na nešto ispod trećine.

Godine 1995. u glavnom je gradu zabilježeno 29% popunjenosti raspoloživih turističkih kapaciteta. 5 godina kasnije, 23% popunjenosti raspoloživih turističkih kapaciteta predstavljalo je tek 35% nekadašnje posjećenosti, Talijani su predstavljali samo 60%, a prekomorske zemlje samo 74% prijašnjeg posjeta. 2000. godine gosti iz bivše Jugoslavije činili su samo 17% dosadašnjeg posjeta, a domaći gosti 48%. U slučaju potonjih, mreža autocesta omogućila je povratak kući isti dan iz udaljenih dijelova zemlje iz kojih se putuje u glavni grad.⁵ Godine 2000. u Ljubljani je zabilježeno oko 200.000 posjetitelja koji su ostvarili oko 400.000 noćenja i u gradu prosječno proveli dvije noći. Po tome je Ljubljana tada bila među srednje ili manje posjećenim urbanim središtima turističkog značaja u srednjoj Europi. Naprotiv, često je predstavljao mjesto izletničkog turizma iz obližnjih obalnih i jezerskih središta Slovenije, Hrvatske, Italije i Austrije.

³ Gosar, A., *Izbrane značilnosti turizma v Ljubljani*, *Geografija Ljubljane*, Ljubljana, Oddelek za geografijo Filozofske fakultete Ljubljana, 2018.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

U travnju 2001. općina Ljubljana osnovala je *Turizem Ljubljana* (TL), lokalnu turističku organizaciju, čija je glavna zadaća promicanje turizma zajedno s nositeljima turističke ponude u dotičnoj općini. *Turizem Ljubljana* ima osnovni cilj postizanja prepoznatljivosti grada te razvoja visoko strukturirane turističke ponude s namjerom privlačenja posjetitelja, poticanja razvoja i suradnje s turističkim ponuđačima kako bi promovirali turističke atrakcije Ljubljane i regije Središnje Slovenije.⁶ Ukupno, *Turizem Ljubljana* ima ambiciozne ciljeve s fokusom na stvaranju prepoznatljive i dobro strukturirane turističke ponude te suradnji za promociju regije.

2.2. Današnji razvoj turizma

S godinama turizam u Sloveniji postaje sve važnija gospodarska grana koja uvelike pridonosi razvoju slovenskog gospodarstva, općina i regija. Ljubljana je također među slovenskim općinama koje bilježe najveći broj noćenja.⁷ Ljudi odlaze u druga ili strana mjesta iz raznih razloga, kao što su znatiželja, posao, rekreacija, opuštanje i slično, upoznavanje s ponudom odabranog grada, itd. Domaće i strane goste privlače administrativne i gospodarske funkcije grada, njegova arhitektonska i kulturna baština te razna događanja koja se u njemu održavaju.

Arhitektonska baština uključuje povijesne građevine, spomenike i druge znamenitosti koje svjedoče o bogatoj prošlosti i kulturnoj raznolikosti grada. Kulturna baština obuhvaća muzeje, galerije, kazališta, festivale i druge kulturne manifestacije koje prikazuju umjetničko stvaralaštvo i tradiciju grada. Osim toga, geografski i geostrateški položaj grada ima vrlo važnu ulogu u privlačenju posjetitelja. Gradovi koji se nalaze na ključnim prometnim koridorima ili između važnih destinacija često primaju veći broj turista. Takav položaj omogućuje jednostavniji pristup i čini grad prirodnim odredištem za odmor ili kratki posjet tijekom duljeg putovanja. Gospodarske funkcije grada također igraju značajnu ulogu u privlačenju posjetitelja jer gradovi s razvijenom industrijom, trgovinom i uslugama nude raznolike mogućnosti za poslovne susrete, konferencije i sajmove. Takvi događaji privlače poslovne ljude i stručnjake iz raznih sektora, što dodatno povećava broj posjetitelja. Osim toga, uspjeh grada kao turističke destinacije ovisi o njegovoj sposobnosti da ponudi raznovrsne sadržaje i atrakcije koje zadovoljavaju različite interese i potrebe posjetitelja. Dobro razvijena turistička infrastruktura,

⁶ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/turizem-ljubljana/>

⁷ Slak Valek. N., *Pomen turizma za slovensko gospodarstvo, Šport v turizmu*, Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport Ljubljana, 2010.

uključujući smještajne kapacitete, ugostiteljske usluge, transport i informativne centre, ključna je za pružanje kvalitetnog doživljaja posjetiteljima i poticanje njihovog povratka u budućnosti.

Ljubljana svakako predstavlja tip grada koji svoj geografski položaj na raskrižju važnih prometnica između Mediterana, Alpa i Panonske nizine koristi u svoju korist. Kao glavni grad Slovenije, Ljubljana je atraktivno turističko odredište koje privlači posjetitelje svojim kulturno-povijesnim spomenicima te raznovrsnim kulturnim, zabavnim i sportskim događanjima.⁸ Osim kulturnih atrakcija, Ljubljana nudi i zanimljivu ponudu smještajnih kapaciteta koja uključuje hotele, hostele, apartmane i boutique smještaj. Uz smještajne objekte, grad obiluje brojnim ugostiteljskim sadržajima, od tradicionalnih restorana s domaćom kuhinjom do modernih kafića i barova, a trgovački centri i lokalne trgovine dodatno obogaćuju turističku ponudu, pružajući posjetiteljima mogućnost za kupovinu suvenira i drugih proizvoda. Ljubljana je također poznata po svojim šetnicama, kupalištima i drugim turističkim infrastrukturama koje omogućuju posjetiteljima da uživaju u prirodnim ljepotama i rekreaciji. Obala rijeke Ljubljanice, s prepoznatljivim mostovima i živopisnim obalama, idealno je mjesto za opuštanje i šetnju.

Godine 2016. postao je prvi i (zasad) jedini postsocijalistički grad koji je dobio nagradu Zelena prijestolnica Europe.⁹ Grad ne doprinosi samo turističkom procvatu unutar vlastitih granica već i na regionalnoj razini.¹⁰ Ljubljana se ističe kao destinacija koja ne samo da privlači posjetitelje svojom raznolikošću i bogatom kulturnom baštinom već i aktivno sudjeluje u razvoju grada i šire regije putem uspješne turističke industrije te predstavlja primjer grada koji je uspješno iskoristio svoj geografski položaj i kulturne resurse za razvoj turizma, doprinoseći pritom gospodarskom razvoju i povećanju kvalitete života svojih stanovnika i posjetitelja.

2.3. Prekomjerni turizam

Prenapučenost, prometna gužva, razna fizička oštećenja, raseljavanje lokalnog stanovništva, niska kvaliteta turističkih iskustava i niža kvaliteta života lokalnog stanovništva, te povećane cijene neki su od problema uzrokovanih prekomjernim turizmom¹¹. Slovenski

⁸ Gosar, A., *Izbrane značilnosti turizma v Ljubljani, Geografija Ljubljane*, Ljubljana, Oddelek za geografijo Filozofske fakultete Ljubljana 2018.

⁹ Svirčić Gotovac, A., Kerbler, B., „From post-socialist to sustainable: The city of Ljubljana.“ *Sustainability*, 2019. 11(24), 7126.

¹⁰ Božić, S., Kennell, J., Vujčić, M. D., Jovanović, T., „Urban tourist motivations: why visit Ljubljana?“ *International Journal of Tourism Cities*, 2017. 3(4), 382-398.

¹¹ Abbasian, S., Onn, G., Arnautović, D., „Overtourism in Dubrovnik in the eyes of local tourism employees: A qualitative study.“ *Cogent Social Sciences*, 2020. 6(1)

autori Kir Kuščer i Tanja Mihalič u 2019. godini su objavili dva članka o stavovima stanovnika prema prekomjernom turizmu iz perspektive utjecaja turizma u slučaju Ljubljane. Rezultati članka pod nazivom „Utjecaj prekomjernog turizma na zadovoljstvo životom u turističkoj destinaciji“¹² ukazuju na to da neodrživi negativni učinci turizma povećavaju percepciju prekomjernog turizma u Ljubljani, što posljedično smanjuje opće zadovoljstvo životom u Ljubljani. Međutim za potrebe ovog istraživanja promatran je drugi članak pod nazivom „Stavovi stanovnika prema prekomjernom turizmu iz perspektive utjecaja turizma i suradnje - slučaj Ljubljane“,¹³ objavljen u ožujku 2019. godine. Ovaj članak istražuje aspekte održivog turizma, odgovornog turizma i prekomjernog turizma, te se bavi pitanjima antiturizma, utjecajima turizma, prenapučenosti grada i suradnje među ključnim dionicima.¹⁴

Ova studija pokušava razumjeti rizike od prekomjernog turizma za turističke destinacije, što zahtijeva detaljno poznavanje čimbenika koji doprinose prekomjernom turizmu. Cilj rada je doprinijeti razumijevanju tih čimbenika predlažući model mjerenja kroz anketu na primjeru Ljubljane. Razvoj modela mjerenja podržan je postojećom paradigmom održivog i odgovornog turizma iz akademske zajednice s jedne strane te odgovorima industrije i javnog sektora na fenomen prekomjernog turizma s druge strane.

Model mjeri stavove stanovnika o pozitivnim i negativnim utjecajima održivog turizma i pokretaču provedbe održivosti u obliku suradnje dionika. Ovaj model primijenjen je na brzorastućoj gradskoj turističkoj destinaciji, što omogućava analizu različitih aspekata turizma i njegovih utjecaja na lokalnu zajednicu. Turizam i njegov bipolarni karakter - fenomen i poslovanje - dao mu je poseban položaj među ostalim kategorijama aktivnosti¹⁵ Istraživanje je identificiralo ključne čimbenike koji utječu na održivost destinacije:

1. Ekonomska održivost: Rizik ekonomske održivosti analiziran je kroz čimbenike turističkog poslovanja i turističke infrastrukture. Rast turizma može donijeti ekonomske koristi, ali i pritiske na lokalnu infrastrukturu.

¹² Kuščer, K., Mihalič, T., „Impacts of overtourism on satisfaction with life in a tourism destination“, Bournemouth, Bournemouth University 2019, (pp. 92-93)

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ciangă, N., Sorocovschi, V., „THE IMPACT OF TOURISM ACTIVITIES. A POINT OF VIEW.“ *Riscuri si Catastrofe*, 2017. 20(1).

2. Socio-kulturni rizik: Analiziran je kroz čimbenike kvalitete života odredišta i dobrobiti zajednice. Prekomjerni turizam može dovesti do promjena u kvaliteti života lokalnog stanovništva, uključujući gubitak autentičnosti i kulturne degradacije.

3. Održivost okoliša: Analizirana je kroz čimbenike onečišćenja i prometa. Povećanje broja turista može rezultirati povećanim onečišćenjem zraka, povećanim prometom i gužvama, što negativno utječe na okoliš i kvalitetu života stanovnika.

Istraživanje je potvrdilo prisutnost nekih negativnih varijabli koje utječu na iritaciju lokalnog stanovništva zbog utjecaja turizma. Među njima su:

- Utjecaj na kvalitetu gradskog života: Prekomjerni turizam može smanjiti kvalitetu života stanovnika zbog gužvi, buke i zagušenja infrastrukture.
- Onečišćenje zraka: Povećan broj turista može dovesti do većih emisija zagađivača, pogoršavajući kvalitetu zraka.
- Promet i gužve: Visoka turistička posjećenost može preopteretiti prometne sustave, stvarajući gužve i produžavajući vrijeme putovanja.

Studija naglašava važnost suradnje među dionicima u razvoju turizma. Odgovarajući razvoj turizma koji potiče suradnju može poboljšati utjecaj turističke infrastrukture na dobrobit zajednice, kvalitetu života i ugostiteljsko poslovanje u destinaciji te je ključna stalna komunikacija između lokalne zajednice, turističkog sektora i javnih vlasti kako bi se osigurala održivost i minimizirali negativni utjecaji turizma.

Puno praćenje utjecaja turizma ključno je za povećanje zadovoljstva posjetitelja i za dugoročnu održivost destinacije, a praćenje uključuje prikupljanje podataka o broju posjetitelja, njihovom ponašanju, potrošnji i utjecaju na lokalnu zajednicu i okoliš. Ovi podaci pomažu u donošenju informiranih odluka o upravljanju destinacijom kako bi se izbjegli problemi prekomjernog turizma.

Članak o stavovima stanovnika prema prekomjernom turizmu iz perspektive utjecaja turizma i suradnje doprinosi razumijevanju složenih dinamika koje oblikuju održivost turističkih destinacija. Kroz predloženi model mjerenja, studija pruža alate za praćenje i upravljanje utjecajima turizma, naglašavajući važnost suradnje među dionicima i kontinuiranog praćenja kako bi se osigurala održivost i kvaliteta života u turističkim destinacijama poput Ljubljane.

2.4. Strategija razvoja turizma

Izrada strateškog dokumenta započela je u srpnju 2019. godine i uspješno završena u prosincu 2020. godine, kada je usvojen na sjednici Gradskog vijeća Mjesne općine Ljubljana (kasnije MOL). Nastao je kroz suradnju i dijalog sa suradnicima i gradskom upravom, s dionicima iz područja turizma i turističke ponude u MOL-u i regiji te javnim ustanovama čiji je osnivač MOL.

U siječnju i veljači 2020. godine održale su se tri interaktivne radionice za stručnu javnost te dubinski intervjui za ključne turističke dionike za pripremu prijedloga Strategije razvoja turističke destinacije Ljubljana i Ljubljanska regija 2021.-2027.¹⁶ Sve su se radionice odvijale interaktivno, sudionici su aktivno sudjelovali i davali svoje komentare i razmišljanja te tako sudjelovali u kreiranju završnog dokumenta.

2.4.1. Polazišta za razvoj strateškog okvira

Pri izradi cjelokupnog dokumenta slijedili su načela, dugoročne pravce održivog razvoja destinacije te polazišta koja su sastavni dio odnosno temelj strategije razvoja za razdoblje 2021.-2027. te koja će biti navedena i objašnjena u daljnjem tekstu:

- Osiguravanje suživota lokalnog stanovništva i turista: Razvoj turizma nije i ne može biti namijenjen samo turistima. Prilikom kreiranja inicijativa treba pažljivo razmotriti i uključiti interese i potrebe lokalnog stanovništva jer je važno da se zahvaljujući turizmu kvaliteta života stanovnika Ljubljane poboljša.
- Disperzija turističke ponude izvan uže gradske jezgre slijedeći načelo održivosti: Cilj je stvoriti inicijative koje imaju snagu proširiti ponudu i uključiti širi dio Ljubljane u romantično okruženje te proširiti kreativnu atmosferu izvan uže gradske jezgre.
- Naglašavanje sigurnosti destinacije i karaktera grada: Ljubljana je grad koji prihvaća različitosti i stvara duh solidarnosti među stanovnicima, kao i solidarnost između lokalnih stanovnika i posjetitelja.
- Koncept butik: Butik stil ogleda se u odabranoj kreativnoj ponudi koja nije preopširna u smislu korištenja prostora i izgradnje novih sadržaja. Rješenja su butik i usklađena s veličinom grada i njegovom razvijenošću.

¹⁶ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

- Razvoj turističke ponude: Cilj je razviti proizvode i doživljaje koji povećavaju prosječnu potrošnju turista u razdoblju 2021.-2027. Ovo slijedi pametnu komercijalizaciju turističke ponude, nužnu s obzirom na očekivani broj hotelskih soba koje će biti dostupne na tržištu u ovom strateškom razdoblju.¹⁷

Visoka koncentracija potražnje u strogom centru grada i mali interes za posjet drugim dijelovima Ljubljane ili regije među rastućim su izazovima turizma u ovom gradu. Istraživanja pokazuju da su regije sastavljene od različitih skupina destinacija te da nacionalne granice imaju snažan zaštitni učinak u međuregionalnim kretanjima turista.¹⁸ Isto se odražava i na ovu destinaciju, zbog blizine susjednih, turistički atraktivnih destinacija.

Neujednačena raspodjela turističkog interesa dovodi do prenapučenosti u centru, što negativno utječe na kvalitetu života lokalnih stanovnika i može narušiti iskustvo turista zbog prevelike gužve. Time se ističe potreba za stvaranjem, aktiviranjem i promoviranjem dodatnih područja i točaka potencijalnog interesa za turiste izvan uže gradske jezgre. Ovi koraci bi mogli uključivati razvoj turističkih atrakcija, kulturnih i prirodnih znamenitosti u manje posjećenim dijelovima grada i okolne regije, kao i bolju povezanost javnim prijevozom kako bi se olakšao pristup tim područjima. Promoviranje ovih novih destinacija kroz ciljane marketinške kampanje također bi pomoglo u redistribuciji turističkog prometa, čime bi se smanjio pritisak na gradski centar i potaknulo održiviji razvoj turizma u Ljubljani.

¹⁷ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

¹⁸ Kádár, B., Gede, M., „Tourism flows in large-scale destination systems.“ *Annals of Tourism Research*, 2021. 87, 103113.

3. ATRAKCIJSKA OSNOVA

U poglavlju se analizira prirodna i društvena turistička atrakcijska osnova. Grad Ljubljana ima zaokruženu atrakcijsku osnovu koja uključuje prirodne ljepote, kulturne resurse, biciklističke mogućnosti, arhitekturu i različite manifestacije.

3.1. Pojam i značaj

Izraz „atrakcijska osnova“ koristi se u turističkom i urbanom planiranju te se odnosi na različite privlačnosti, atrakcije i karakteristike koje privlače posjetitelje ili turiste u određeni grad ili regiju. Predstavljajući temelj razvoja rekreacijskog i kulturnog turizma, atrakcije su sastavnica turističkog sustava, koja je najuže povezana s identitetom destinacije, s obzirom da je mjesto (lokacija) obavljanja turističke djelatnosti izravno vezano uz nju.¹⁹ Prilikom razvoja turističke destinacije, ključno je identificirati i promovirati raznovrsne atrakcije koje će privući različite skupine posjetitelja. Ova široka paleta privlačnosti doprinosi atraktivnosti destinacije za raznoliku publiku, potičući tako turistički promet i pridonoseći ekonomskoj dobiti lokalne zajednice. Kreiranje i održavanje raznovrsne i privlačne turističke atrakcijske osnove često zahtijeva suradnju lokalnih vlasti, poduzetnika, kulturnih institucija i drugih dionika kako bi se stvorilo pozitivno iskustvo za posjetitelje.²⁰ Atrakcijska osnova grada opisana je kroz odabrane primjere materijalne i nematerijalne kulturne baštine.

3.2. Atrakcijska osnova Ljubljane

U slučaju grada Ljubljane, atrakcijska osnova obuhvaća raznoliku paletu turističkih atrakcija, kulturnih resursa, povijesnih lokaliteta, prirodnih ljepota, infrastrukture, događanja i drugih elemenata koji čine grad privlačnim i zanimljivim odredištem za posjetitelje.

3.2.1. Prirodna atrakcijska osnova

Za prirodnu atrakcijsku osnovu valja izdvojiti rijeku Ljubljanica, geografski položaj grada (koji je predstavljao i pogodnu polaznu točku za *shopping* u susjednoj Italiji i Austriji) te zelene površine (46% površine grada prekriveno je autohtonim šumama, 75% svih površina je zeleno,

¹⁹ Jovičić, D., Brankov, J., „Tourism attractions: Key elements of tourism resource base“. *Bulletin of the Serbian geographical society*, 2009, 89 (1), 3-20.

²⁰ Kušen, E., *Tourism Attraction System, Evolution of Destination Planning and Strategy: The Rise Tourism in Croatia*, London, Palgrave Macmillan London, 2017.

a više od 20% je zaštićeno). Gradski park Tivoli najveći je park u Ljubljani te je smješten na zapadnoj periferiji Općine Centar, a proteže se na Općinu Šiška na sjeveru, Općinu Vič na jugu i Općinu Rožnik na zapadu. Ovaj park, osim što je prostrana zelena oaza usred grada, sadrži nekoliko značajnih građevina i umjetnina koje dodatno obogaćuju njegovu kulturnu i povijesnu vrijednost. Od 1984. godine, park je zaštićen kao dio Parka prirode Tivoli–Rožnik–Šiško brdo, što dodatno naglašava njegov ekološki i prirodni značaj. Park je također dom raznim vrstama ptica čime se doprinosi očuvanju bioraznolikosti i pruža posjetiteljima jedinstvenu priliku za promatranje ptica u urbanom okruženju. Ujedno, grad ima razvijenu mrežu biciklističkih staza (300km) što potvrđuje orijentaciju grada prirodi, zdravom životu, očuvanju okoline i doživljaju ambijentalnosti.

3.2.2. Materijalna kulturna baština

Raznolikost materijalne kulturne baštine čini grad zanimljivim i privlačnim za širok spektar posjetitelja. Što se tiče antropogene atrakcijske osnove valja izdvojiti raznolike manifestacije, arhitekturu (8 mostova koji spajaju grad preko rijeke Ljubljanice), muzeje te stari grad (Ljubljanski dvorac).²¹ Interpretacija kulturnih vrijednosti i kulturne baštine jedan je od najčešćih vidova njihova razvoja i kreativnog razumijevanja.²² Odabrane atrakcije o kojima će biti riječ u ovom potpoglavlju su park Tivoli, Prešernov trg te Tromostovje.

Prešernov trg, središnji trg u Ljubljani, dio je pješačke zone starog grada i glavno je sastajalište za brojne događaje kao što su festivali, koncerti, sportski i politički događaji te prosvjedi. Trg je preuređen prema nacrtima Edvarda Ravnikara iz ljevkaste u kružnu formu 1987.–1988. godine, a obnovljen je 2007. godine. Ovaj trg ne samo da predstavlja važno mjesto okupljanja, već je i simbol kulturnog i društvenog života Ljubljane. Tromostovje je skupina od tri mosta preko rijeke Ljubljanice koja povezuje povijesni srednjovjekovni grad Ljubljane na jednoj obali i moderni grad Ljubljanu na drugoj. Izgrađeno prema nacrtima glasovitog arhitekta Jože Plečnika, ovo arhitektonsko remek-djelo je od kolovoza 2021. godine uvršteno na UNESCO-ov popis svjetske baštine.²³ Tromostovje ne samo da ima funkcionalnu vrijednost u povezivanju dvaju dijelova grada, već predstavlja i značajan estetski i kulturni element koji obogaćuje ljubljansku urbanu strukturu.

²¹ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/turizem-ljubljana/>

²² Pilyak S. Interpretation of Material Cultural Heritage in the Context of Museum. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2020. vol. 12, iss. 3, pt 2, pp. 337-351.

²³ Ibid.

Svi ovi lokaliteti čine važan dio kulturne, povijesne i prirodne baštine Ljubljane, pridonoseći njezinoj atraktivnosti za posjetitelje i lokalno stanovništvo. Gradski park Tivoli, Prešernov trg i Tromostovje, sa svojim jedinstvenim karakteristikama i povijesnim značajem, ne samo da obogaćuju svakodnevni život građana Ljubljane, već i privlače turiste iz cijelog svijeta. Osim toga, činjenica da su neki od ovih lokaliteta zaštićeni ili su dio svjetske baštine ukazuje na njihov značaj u globalnom kontekstu, potvrđujući Ljubljanu kao grad od iznimne kulturne i prirodne vrijednosti na svjetskoj razini.

3.2.3. Značajne manifestacije

Odabrane manifestacije o kojima će biti riječ u ovom potpoglavlju su Zmajev karneval i Dan meda. Ljubljanski zmajev karneval postaje sve poznatiji po svojoj ogromnoj karnevalskoj maskoti zmaja, jednoj od najvećih u Europi. Maskota simbolizira zmaja, a ujedno je i simbol Ljubljane, te dodatno naglašava jedinstvenost i prepoznatljivost karnevala. Manifestacije nisu samo jedan od najvažnijih dijelova turizma, već i neodvojivi dio ljudskog društva.²⁴ Karnevalska povorka uključuje većinu tradicionalnih karnevalskih figura koje predstavljaju jedinstvenu slovensku pokladnu baštinu kao što su Škoromat, Laufar i Kurent. Tradicija pokladnih slavlja potječe iz drevnih slavenskih običaja i, unatoč prvotnom protivljenju Crkve, zadržala se do danas, osobito u ruralnim dijelovima zemlje. Ove figure i običaji predstavljaju duboko ukorijenjene elemente slovenskog folklora, koji su se prenosili s generacije na generaciju, čuvajući tako kulturnu baštinu naroda. Dan meda, manifestacija koja se održava u jesen na Prešernovom trgu, dodatno obogaćuje kulturnu ponudu Ljubljane, a posjetitelji imaju priliku kušati med i proizvode od meda ljubljanskih pčelara, čime se promovira lokalna pčelarska tradicija. U sklopu manifestacije organiziraju se radionice za djecu i odrasle te vođeni obilasci pčelinjaka, pružajući edukativna iskustva i osvještavajući javnost o važnosti pčelarstva za ekosustav.²⁵ Ovakve manifestacije značajno doprinose očuvanju kulturne baštine, pružaju jedinstvena iskustva posjetiteljima te ističu kulturni, tradicijski i zabavni značaj Ljubljane. Pored toga, one potiču lokalnu zajednicu na aktivno sudjelovanje i očuvanje svojih običaja, dok istovremeno privlače turiste koji žele doživjeti autentične aspekte slovenskog kulturnog života. Također doprinose i jačanju turističke ponude i stvaranju prepoznatljivog identiteta Ljubljane na europskoj i svjetskoj turističkoj karti.

²⁴ Oklobžija, S., „The role of events in tourism development.“ *BizInfo (Blace) Journal of Economics, Management and Informatics*, 2015. 6(2), 83-97.

²⁵ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/turizem-ljubljana/>

4. UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA

U ovom se poglavlju ukazuje na značaj menadžmenta turističkih atrakcija u transformacijama urbanih sredina te ukazuje na primjere dobre prakse (Ljubljana *card*, destinacijski marketing *brend*, projekt Ljubljanski dvorac) kojima se opravdavaju osnove upravljanja atrakcijama; planiranje, organiziranje i partnerstva dionika, vođenje, kontrola procesa, evaluacija. Navodi se i strategija radi ukazivanja na izazove budućeg razvoja i utjecaj razvoja inovacija.

4.1. Menadžment turističkih atrakcija – teorijsko poimanje

Upravljanje atrakcijama grada podrazumijeva zajednički rad i suradnju lokalnih vlasti, turističkih institucija, organizacija posvećenih očuvanju kulturne baštine i ostalih relevantnih dionika. To je balansiranje između javnih dobrobiti i očuvanja okoliša sa 6 osnovnih čimbenika kao što su turistička atrakcija, objekt, zadovoljstvo turista, sigurnost, marketing i turistički menadžment. Turističke atrakcije predstavljaju njihovu drevnu baštinu, kulturnu, zemljopisnu ili neku drugu identifikaciju i identificirane karakteristike turističke percepcije, zajedničkih iskustava i očuvanja okoliša za održivo postojanje, a postoji 6 čimbenika za održivo upravljanje identificiranim turističkim atrakcijama, i to: vizija i cilj, planiranje, provedba, evaluacija, marka turizma identiteta i potpora obrazovanju zajednice.²⁶ Glavni je cilj održavanje, očuvanje, promocija i unapređenje turističkih atrakcija s namjerom privlačenja posjetitelja, poticanja gospodarskog razvoja i doprinosa cjelokupnoj turističkoj industriji grada uz minimalne smetnje za lokalnu zajednicu. Upravljanje atrakcijama može također obuhvaćati implementaciju i provedbu strategija razvoja održivog turizma kako bi se postigla ravnoteža između turističkih aktivnosti te očuvanja okoliša, kulturne baštine i kvalitete života za lokalnu zajednicu.²⁷

Menadžment turističkih atrakcija u gradovima poput Ljubljane zahtijeva interdisciplinarni i integrirani pristup koji uključuje širok spektar dionika i balansira različite interese. Važno je ispravno identificirati ključne čimbenike i ciljeve tog procesa, međutim, konkretizacija predloženih strategija i njihova prilagodba specifičnim kontekstima može dodatno unaprijediti učinkovitost upravljanja. Edukacija lokalne zajednice i njihovo aktivno

²⁶ Thongphak, S. et al. „Identified Tourist Attraction Management Based Environmental Education In A Provincial Community“. *Migration Letters*, 2024. 21(S8), 155–167.

²⁷ Petrić, L., *Upravljanje razvojem turizma – aktualne teme i trendovi*, Split, Ekonomski fakultet Split, 2012.

uključivanje u proces je od posebne važnosti za osiguranje njihove podrške i dugoročne održivosti turističkog razvoja.

4.2. Turističke transformacije grada

U posljednjem desetljeću, Ljubljana je doživjela značajnu transformaciju te je postala pravi grad užitaka za posjetitelje. Razvoj transformacija gradova podrazumijeva pokazati istraživačima i praktičarima kontekst interesa lokalnog stanovništva i turista te uloge „pametnog” vodstva.²⁸ Inicijative za poboljšanje životnog prostora u središtu grada rezultirale su uklanjanjem cestovnog prometa i proširenjem pješačkih zona, koje je poraslo za čak 620% u svega pet godina.²⁹ Ono što su nekad bili prometni dijelovi centra sada su dom brojnim restoranima, opremljenim prostranim ugostiteljskim vrtovima koji privlače posjetitelje svojom ugodnom atmosferom. Grad je također posvetio značajnu pažnju očuvanju zelenih površina i nasipa uz slikovitu rijeku Ljubljanicu. Osim toga, javne česme ukrašavaju gradske trgove, pružajući osvježenje prolaznicima i dodajući šarm urbanom okruženju. U cilju poticanja ekološke održivosti, uvedene su i razne mjere zaštite okoliša, uključujući sustave za najam bicikala i druge ekološki prihvatljive inicijative.

Ove promjene ne samo da su obogatile urbani pejzaž grada već su i potaknule pozitivnu transformaciju u načinu života lokalnog stanovništva, kao i privukle pozornost posjetitelja koji sada mogu uživati u modernom i ekološki osviještenom okruženju Ljubljane.

4.3. Ljubljana card

Ljubljana *card* je službena kartica grada ujedno i turistička kartica koja omogućuje posjetiteljima pristup raznim atrakcijama, muzejima, prijevozu i drugim uslugama u Ljubljani, glavnom gradu Slovenije. Ključni čimbenici uspjeha svake turističke kartice uključuju ne samo atraktivnost samog mjesta ili regije, već i izbor usluga koje ona nudi.³⁰ Kartica je osmišljena kako bi olakšala istraživanje grada i pružila posjetiteljima povlastice tijekom njihovog boravka. Uobičajene pogodnosti koje Ljubljana *card* može pružiti su besplatan ili povlašten ulaz u

²⁸ Lee, P., et al., „Smart tourism city: Developments and transformations.“ *Sustainability*, 2020. 12(10), 3958

²⁹ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

³⁰ Sedláková, D., et al., „Tourist card as a tool of destination management (comparison of situation in the Czech Republic and abroad).“ *Czech Hospitality & Tourism Papers*, 2014. 10(23).

mnoge muzeje, galerije i kulturne institucije diljem grada, besplatan ili povlašten javni prijevoz (autobusi, vlakovi), može uključivati i besplatan vođeni obilazak grada kako bi posjetitelji dobili bolji uvid u povijest i značajke Ljubljane, povlastice u restoranima, trgovinama ili drugim poslovnim objektima u obliku popusta te besplatan najam bicikala za istraživanje grada.

Kartica posjetiteljima omogućava bolju iskoristivost vremena i planiranja istraživanje grada ovisno o tome koje vremensko ograničenje odaberu. Obično dolazi s vremenskim ograničenjem od 24 sata, 48 sati ili 72 sata tijekom kojeg posjetitelji mogu iskoristiti njezine pogodnosti. Kartica koja traje 24 sata košta 36 eura i s njom dolazi pogodnost besplatnog ulaza u više od 20 atrakcija, besplatno korištenje javnog prijevoza, razgled grad s vodičem, vožnja uspinjačom, besplatno „krstarenje“ turističkim brodom po Ljubljani, najam bicikla na 4 sata, itd.³¹

Inovacija se pokazala privlačnim rješenjem za razgled grada uz uštedu i kontrolu vlastitog budžeta. Korištenje kartice omogućava skupno razgledavanje po nižim cijenama.

4.4. Pravci pozicioniranja kroz daljnje upravljanje turističkim *brendom*

Sposobnost destinacije da se projicira na svjetsku scenu i razlikuje od drugih postaje sve važnija.³² Upravljanje turističkim *brendom* turističke destinacije Ljubljana razvijeno je i temeljeno na strategiji iz koje proizlazi postojeća cjelokupna grafička slika i slogani. Trenutni slogan grada glasi - „Živahna. Živa.“³³ Daljnje strateške orijentacije *brendiranja* stoga se odnose samo na nadogradnju i razvoj organski povezan s identitetom Ljubljane. Konceptualna (sadržajna) nadogradnja *brenda* ima za cilj podizanje vrijednosti turističke destinacije u očima odabranih ciljnih skupina. Budući da se radi o glavnom gradu i simbolu Slovenije, dvije temeljne marketinške strategije ljubljanskog turizma – pozicioniranje i *brendiranje* – usko su povezane s aktivnostima promocije turizma na nacionalnoj razini, stoga ima smisla još uže surađivati na ovom području i komplementarno kombinirati sadržaje i aktivnosti.

³¹ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/informacije/turisticna-kartica/#card-form>

³² *Handbook of tourism destination branding*, e-book, 2009. UNWTO.

³³ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

4.5. Primjer projekta Ljubljanski dvorac

Ljubljanski dvorac godišnje posjeti 1,3 milijuna posjetitelja, a organizira se više od 600 događanja (*Ljubljanski grad*, 2024). Dvorac ima kvalitetnu gastronomsku ponudu, inovativnu ponudu izleta, vinograd i vinski podrum. Cilj projekta je daljnji razvoj ponude, što zahtijeva infrastrukturna ulaganja posebice u drugu kabinu uspinjače i prostor za događanja. Druga kabina je neophodna jer je trenutni kapacitet ograničen, a očekuje se daljnji rast broja posjetitelja.

Projekt Ljubljanskog dvorca, kako je opisan, predstavlja ambiciozan plan za daljnji razvoj i unapređenje turističke ponude ove kulturno-povijesne destinacije. Sveukupno, ovaj projekt predstavlja holistički pristup razvoju Ljubljane kao turističke destinacije, s naglaskom na unapređenju infrastrukture, obogaćivanju kulturnih sadržaja te održivom pristupu. Važno je pratiti provedbu projekta, uzeti u obzir povratne informacije zajednice i posjetitelja te prilagoditi strategije prema promjenama u turističkom okruženju.

4.6. Održive razvojne inicijative i izazovi razvoja

Kako bi se učvrstio identitet Ljubljane, potreban je funkcionalni skup obećanja (npr. geografska blizina, raznolikost ponude, kvaliteta usluga), emocionalni skup obećanja (npr. međuljudska bliskost, autentičnost, aktivni romantizam) i iskustveni skup obećanja (kulturna iskustva, urbana kuhinja, ambijent, "pristupačnost" ili značajnost popratne priče). Doživljavanje destinacije kao održive ima značajan pozitivan utjecaj na iskustva turista, ponašanje pri kupnji i lojalnost. Ključne smjernice daljnjeg upravljanja *brendom* Ljubljane stoga i dalje ostaju definiranje, predstavljanje i širenje vidljivosti identiteta grada. Smjernice koje se spominju u strategiji razvoja za proteklo razdoblje (2014.-2020) simbolički su odražavale sljedeće ključne riječi: zeleno, autentično, održivi razvoj, arhitektura, gostoprimstvo, aktivnost, romantika, događaji, priča, vina, gastronomija, dostupnost, ljubav, putovanja, estetika, kultura, čistoća, mnogo stvari na jednom mjestu, zabava, atmosfera, itd.³⁴ Važno je da se ove riječi pretvore u konkretne akcije i inicijative kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi i stvorila autentična, održiva i bogata turistička iskustva.

³⁴ *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2014.

Sve veća turistička potražnja za destinacijama povećava konkurenciju istih kroz izgradnju brenda (identifikacija i analiza elemenata)³⁵ Marketinški *brend* turističke destinacije Ljubljana potrebno je dodatno osnažiti pratećom pričom za jasno i učinkovito pozicioniranje. Popratna priča koja pomaže *brendu* da razvije sadržajne i vizualne naglaske te ojača svoj imidž i identitet, a time i imidž i identitet grada mora biti u skladu s postojećim *brendom* Ljubljane. Moguća prateća priča koja proizlazi iz najnovijih istraživanja identiteta je priča o aktivnim i romantičnim iskustvima. Time se zadovoljava potreba turista za doživljajem koji ne predstavlja bijeg od stvarnosti ili samo površno uljepšane turističke stvarnosti, već mu taj doživljaj povećava „volju za životom“. Ovo aktivno romantično iskustvo turisti mogu doživjeti i osjetiti kroz turističke proizvode Ljubljane (npr. kulturne, sportske, itd.), u autentičnoj, osobnoj i prijateljskoj atmosferi, uz vrhunske i kreativne usluge.

Osim toga, treba urediti parkirališta i ukloniti antene oko Ljubljanskog dvorca što bi omogućilo daljnje širenje djelatnosti izvan dvorca. Također je potrebno obogatiti programski sadržaj i to umjetničkim parkom na otvorenom (npr. skulpture), fotografskim i sličnim izložbama uz drvored i staze uz brežuljak, boljim markiranjem i dogradnjom botaničke staze i rekreacijskih staza od dvorca do Golovca. Izgradnjom srednjovjekovnog perivoja za obitelji omogućila bi se zanimljiva prezentacija povijesti razvoja dvorca. Park bi se nalazio na otvorenom i sadržavao bi replike povijesnog oružja i drugih predmeta.³⁶

Temeljem navedenih izazova uočava se veliki potencijal Ljubljane kao turističke destinacije, a strategije iznesene u tekstu pružaju valjan smjer daljnjeg razvoja. Uvidom u premise razvoja kroz razvojni dokument grada tj. Strategiju razvoja do 2027 godine i javno dostupne stranice planirane aktivnosti se realiziraju. Ključno je osigurati koherentnost između definiranih obećanja i stvarnih iskustava posjetitelja, a implementacija konkretnih inicijativa za poboljšanje infrastrukture i sadržaja mora biti prioritet kako bi se postigli željeni ciljevi. Također, kontinuirano uključivanje lokalne zajednice u proces razvoja turizma osigurat će podršku i održivost tih inicijativa. Priča o „aktivnoj urbanoj romantici“ može biti moćan alat za diferencijaciju Ljubljane na turističkom tržištu, pod uvjetom da se dosljedno i autentično komunicira privlačeći turiste koji traže jedinstvena i dirljiva iskustva.

³⁵ Manhas, P. S., Gupta, D. R., Dogra, J. E. E. T., 2012.

³⁶ *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2014.

5. INOVATIVNI PRISTUP – ODRŽIVI TURIZAM I TEMATSKE TURE

Razvoj održivog turizma sveobuhvatni je fokus Ljubljanskog turizma, koja svojim zelenim imidžom i strategijom održivog razvoja nudi mogućnosti za provođenje održivih politika.

5.1. Zelena destinacija

Cilj je razviti Ljubljanu kao atraktivnu, zelenu i ekološki prihvatljivu destinaciju, promicanjem održivog načina života i putovanja među građanima i posjetiteljima grada.³⁷ Ljubljanski turizam se temelji na sveobuhvatnoj strategiji održivog razvoja koja uključuje nekoliko ključnih elemenata: Ekološki pristup (prioritet je očuvanje prirodnih resursa, smanjenje ekološkog otiska i promicanje ekološki prihvatljivih praksi; grad ulaže u zelenu infrastrukturu, poput biciklističkih staza, javnog prijevoza na električni pogon i zelenih površina); Lokalna zajednica (uključivanje lokalne zajednice u turističke aktivnosti osigurava da turizam doprinosi lokalnom ekonomskom razvoju; edukacija građana o održivom načinu života i uključivanje lokalnih proizvođača hrane i zanatlija u turističku ponudu ključni su elementi ove strategije); Kultura i baština (očuvanje i promocija lokalne kulturne baštine igraju ključnu ulogu u održivom turizmu).

Turizam je pokretača promjena unutar zelenih destinacija ističući prednosti i nedostatke u vezi s poboljšanjem ekoloških resursa.³⁸ Ključni dionici turizma Ljubljane neprestano razvijaju inovativne vođene obilaske grada, temeljeći ih na aktivnostima koje doprinose prihvatljivom i dugoročnom razvoju turizma.

³⁷ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

³⁸ Salvatore, R., „The Tourism Transition of Green Destinations in the Post-pandemic.“ *Nature-based Tourism and Wellbeing: Impacts and Future Outlook*, 2024. 181-191.

5.2. Rekreativne gastro ture bazirane na kulturnom resursu

Gastronomski turizam odnosi se na iskustvena putovanja, gastronomske regije degustacije kvalitetnih prehrambenih proizvoda i ostale aktivnosti vezane uz hranu, s koje su odraz stila života i kulture.³⁹

Ture grada su osmišljene tako da ističu kulturne i povijesne znamenitosti, tradicionalne običaje i lokalnu gastronomiju. Neke od ovih tura su „Mustache Tour“, Gastroturneja „Okusi Ljubljani“, Ljubljana Beer Experience, itd.⁴⁰ Sve navedene ture ističu održive elemente načina života, kao što su otkrivanje lokalne kulturne baštine, promocija tradicionalnih jela, ekološki prijevoz s obzirom da se potiče korištenje bicikala, javnog prijevoza i hodanja. Ovaj pristup ne samo da poboljšava kvalitetu života lokalnih stanovnika, već i privlači posjetitelje koji cijene održivi turizam i žele doprinijeti očuvanju prirodnih i kulturnih resursa Ljubljane.

5.2.1. „Mustache Tour“

Mustache Tour je specifična vođena tura biciklom koja se fokusira na kulturno-povijesnu baštinu grada kroz prizmu poznatih ljudi koji su nosili brkove. Ova tura nije samo jednostavno razgledavanje, već nudi jedinstveni pogled na grad i njegove stanovnike kroz nekoliko ključnih osoba iz prošlosti. Tura uključuje posjete ključnim točkama u Ljubljani koje su povezane sa životom i radom ovih ličnosti. Među njima su najistaknutiji arhitekt Jože Plečnik, poznat po svom utjecajnom radu na urbanističkom izgledu Ljubljane, Rihard Jakopič, centralna figura u slovenskom slikarstvu u prvoj polovici 20. st., te Ivan Cankar, jedan od najznačajnijih slovenskih književnika i intelektualaca.⁴¹

Neka od mjesta koja obilazak biciklom uključuje: Nacionalnu galeriju (u njoj se čuva većina djela Riharda Jakopiča), Cankarevu sobu na Rožniku, Nacionalnu i sveučilišnu knjižnicu (ova zgrada jedno je od najvažnijih djela Jože Plečnika, tijekom posjeta vodiči ističu arhitektonske detalje i važnost Plečnikova djela za grad), atelje Međunarodnog grafičkog likovnog centra, Šentjakobsko gledališče (kazalište povezano s Ivanom Cankarom, ova točka služi za raspravu o njegovom književnom radu i utjecaju na slovensku književnost i kulturu) te

³⁹ Puwanendram, G., *Gastronomy Tourism as a Sustainable Tourism Product*, University of Sri Jayewardenepura, 2023.

⁴⁰ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/>

⁴¹ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/moustache-tour/>

Plečnikovu kuću (kuća u kojoj je živio i radio Jože Plečnik, ovo je prilika za detaljnije istraživanje njegovog osobnog i profesionalnog života kroz autentično okruženje).⁴²

Tijekom obilaska vodiči koriste anegdote i manje poznate činjenice kako bi pružili dublji uvid u ličnosti koje su oblikovale Ljubljanu. Osim povijesnih činjenica, obilazak uključuje i elemente lokalnog folklor, što pomaže posjetiteljima da bolje razumiju kulturni kontekst grada. *Mustache Tour* jedinstven je pristup kulturnom turizmu koji spaja povijest, arhitekturu, književnost i lokalne priče, pružajući posjetiteljima temeljito razumijevanje kulturne baštine Ljubljane kroz prizmu triju ključnih ličnosti, od kojih su sve nosile prepoznatljive brkove.

5.2.2. *Gastroturneja „Okusi Ljubljani“*

Vrijeme provedeno u odredišnom području najutjecajniji kriterij za oblikovanje ponašanja i kretanja turista.⁴³ Tura "Okusi Ljubljani" je gastronomska tura koja pruža uvid u kulinarsku tradiciju i suvremene gastronomske trendove te se fokusira na autohtonu hranu, tradicionalne recepte i lokalne specijalitete, ali i na načine na koje su moderni kuhari reinterpreterali klasična jela. Trajanje ture je tri sata i uključuje posjete raznim lokacijama koje predstavljaju ključne točke na gastronomskoj karti Ljubljane (tržnica, tradicionalna gostionica, moderni restoran i specijalizirana trgovina hranom). Glavne stanice su:⁴⁴

- Ljubljanska tržnica - središnja tržnica, početna točka gdje se posjetitelji upoznaju sa svježim lokalnim proizvodima; prodavači na tržnici nude degustacije domaćih sireva, mesnih proizvoda, voća i povrća.
- Gostilna - tradicionalna slovenska gostionica; ovdje se poslužuju klasična jela kao što su kranjska kobasica, jota (varivo s kiselim kupusom i grahom), žganci (vrsta palente) i štrukli (peciva punjena raznim sastojcima); posjetitelji imaju priliku probati ova jela i saznati više o njihovom porijeklu i načinu pripreme.
- Moderni bistro restorani - reinterpetacija slovenske tradicionalne kuhinje, objekti često kombiniraju lokalne sastojke s međunarodnim tehnikama kuhanja, pružajući inovativne i često

⁴² Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/moustache-tour/>

⁴³ McKercher, B., et al., „Movement in tourism: Time to re-integrate the tourist?“ *Annals of tourism research*, 2021. 91.

⁴⁴ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/taste-ljubljana-food-tour/>

neočekivane okuse; kušanje može uključivati jela poput reinterpetiranog umaka Carnivoran s modernim preljevima ili fuzijske slastice temeljene na tradicionalnim sastojcima.

- Vinska kuća ili bar - degustacija lokalnih vina; Slovenija ima dugu tradiciju vinogradarstva, a posjetitelji mogu kušati različite sorte vina, uz stručno vodstvo o karakteristikama vina, vinorodnim regijama i načinu proizvodnje.

Tura je osmišljena ne samo kao degustacija, već i kao edukativno iskustvo. Vodiči su stručnjaci za hranu ili lokalni kuhari koji posjetiteljima daju detaljne informacije o svakom jelu, njegovoj povijesti, načinu pripreme i kulturnom značaju.⁴⁵ Također, posjetitelji imaju priliku upoznati slovenske običaje vezane uz hranu i jela. Jedan od ciljeva ture je promicanje lokalne i održive hrane. Posjetitelji se upoznaju s proizvođačima koji koriste ekološke metode uzgoja i tradicionalne tehnike obrade hrane. Održivi pristupi u proizvodnji hrane i njihova važnost za očuvanje lokalne tradicije i okoliša također su važan dio edukativnog segmenta ture. Obilazak "Okusi Ljubljani" sveobuhvatan je gastronomski izlet koji nudi detaljan pregled slovenske kuhinje kroz praktična iskustva i degustacije, pružajući posjetiteljima duboko razumijevanje lokalne kulinarske kulture.

5.2.3. „Ljubljana Beer Experience“

Kokreativna iskustva u turizmu brojnih destinacija povezuju se sa konzumacijom pića.⁴⁶ Ljubljana ima vrlo dugu pivarsku tradiciju, o čemu svjedoče bačve piva stare 3900 godina pronađene na arheološkim nalazištima u Ljubljanskom barju nedaleko od glavnog grada. Zapisi o prvoj pivovari u Ljubljani datiraju iz daleke 1592. godine. Krajem 18. stoljeća grad se dičio sa šest pivovara, a do sredine 19. stoljeća njihov broj je narastao na više od pedeset. Ljubljana je također dom Uniona, jedne od najvećih i najpoznatijih slovenskih pivovara.⁴⁷

Tura "Ljubljana Beer Experience" je tematska vođena tura koja se fokusira na ljubljansku pivsku scenu, pružajući detaljan uvid u proizvodnju, kušanje i kulturni značaj piva u glavnom gradu Slovenije. Obilazak je strukturiran tako da posjetiteljima omogući istraživanje lokalnih pivovara, saznanje više o procesu proizvodnje piva i kušanje različitih vrsta piva, a sve uz edukativni pristup. Obilazak obično traje između dva i četiri sata i uključuje posjete nekoliko

⁴⁵ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/taste-ljubljana-food-tour/>

⁴⁶ Rachão, S. A. S., et al., „Drivers of experience co-creation in food-and-wine tourism: An exploratory quantitative analysis.“ *Tourism Management Perspectives*, 2021. 37, 100783.

⁴⁷ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/ljubljana-beer-experience/>

ključnih lokacija, uključujući lokalne pivovare, *craft* pivnice i pivnice. Tura je namijenjena manjim grupama kako bi se osigurala intimnija atmosfera i bolja interakcija s vodičem i proizvođačima.

Posjetitelji posjećuju nekoliko lokalnih pivovara gdje upoznaju pivovare i uče o procesu proizvodnje piva što uključuje detalje o različitim vrstama piva, korištenim sastojcima (voda, slad, hmelj, kvasac) i tehnikama kuhanja. Fokus je na *craft* pivovarama koje koriste tradicionalne metode i lokalne sastojke. Tura uključuje i posjet barovima koji su poznati po širokoj ponudi *craft* piva.⁴⁸ Ovdje posjetitelji mogu kušati različita piva, uz stručno vodstvo o karakteristikama svakog piva, uključujući boju, miris, okus i teksturu. Barovi često nude piva iz različitih pivovara, pružajući širu perspektivu lokalne pivske scene. Na kraju, posjet specijaliziranim prodavaonicama piva omogućuje posjetiteljima da se upoznaju s ponudom piva u bocama koje mogu ponijeti kući. Ove trgovine često imaju širok izbor lokalnih i međunarodnih *craft* piva, kao i suvenire od piva i opremu za proizvodnju piva.

Vodiči su stručnjaci za pivo koji daju detaljne informacije o povijesti pivarstva u Sloveniji, različitim vrstama piva i tehnikama proizvodnje. Lokalne pivovare često koriste ekološki prihvatljive metode i sastojke, a posjetitelji uče o važnosti održivih praksi proizvodnje piva, kao što su korištenje lokalno uzgojenih sastojaka, čime se smanjuje ekološki otisak prijevoza, učinkovito korištenje energije i vode tijekom proizvodnog procesa ili prakse recikliranja i gospodarenja otpadom u pivovarama. Putem posjeta lokalnim pivovarama, barovima i dućanima piva, obilazak naglašava važnost lokalne proizvodnje i održivosti, čime se pridonosi razumijevanju i promicanju lokalne pivske kulture.

5.3. Zajednička obilježja tematskih tura

Ljubljana predstavlja primjer uspješnog implementiranja strategija održivog razvoja u turizmu. Fokus na ekološku održivost, participaciju lokalne zajednice i očuvanje kulturne baštine nije samo ekonomski isplativ, već i ključan za dugoročno očuvanje resursa i identiteta grada. Ove inicijative pokazuju da održivi turizam može biti integriran u različite aspekte turističke ponude, od transporta do gastronomije, stvarajući dodatnu vrijednost za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Vođena putovanja i turističke atrakcije u svijetu nakon pandemije:

⁴⁸ Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/ljubljana-beer-experience/>

tematske evolucije i prostorne promjene⁴⁹ Ulaganja u zelenu infrastrukturu i edukaciju stanovništva dodatno osiguravaju smanjenje ekološkog otiska i potiču svijest o važnosti održivih praksi. Inovativni pristupi, poput tematskih tura, pokazuju kako kulturna i povijesna baština može biti prezentirana na način koji je privlačan posjetiteljima, a istovremeno potiče očuvanje i razumijevanje lokalne kulture.

Tablica 1. Zajednička obilježja tematskih tura

Kulturna atrakcijska osnova	Spoj ponuda	Dionici	Partnerstva	Doprinosi lokalnoj zajednici
Ugostiteljska ponuda	Osjetilno + Gastro	Gastro stručnjaci	Turistička zajednica, ugostitelji	Svijest o kulturnoj baštini
Povijesni lokaliteti	Rekreativno + Povijesno	Kustosi, interpretatori	Udruge (povijest + sport)	Zaštita kulturnih dobara
Manufaktura i barovi	Tradicija izrade + Posjet više lokacija	Turistički vodiči	Turističke agencije i vodiči	Motivacija za uključenje

Izvor: Vlastiti temeljem provedenog istraživanja

Tablica je dala uvid u razvijena partnerstva dionika i svjesnost o doprinosima lokalnoj zajednici. U destinaciji je atrakcijska osnova u funkciji turizma što se reflektiralo i na partnerstvo u ponudama za posjetitelje.

⁴⁹ Bassols i Gardella, N., „Guided tours and tourist attractions in the postpandemic world: thematic evolutions and spatial changes.“ *International Journal of Tourism Cities*, 2023. 9(4), 960-973.

6. UPRAVLJANJE TURIZMOM – TRANSFERI ZNANOSTI U PRAKSU

U narednom poglavlju analiziraju se rezultati znanstvenog istraživanja rada autora Grah, Dimovski i Peterlin (2020) na temu održivog upravljanja gradom i rezultati istraživanja stavova posjetitelja i lokalnih stanovnika o razvoju turizma, a koji je rađen za potrebe izrade strateškog dokumenta destinacije od strane dionika zaduženih za upravljanje istom.

6.1. Konceptualni model razvoja urbanog turizma

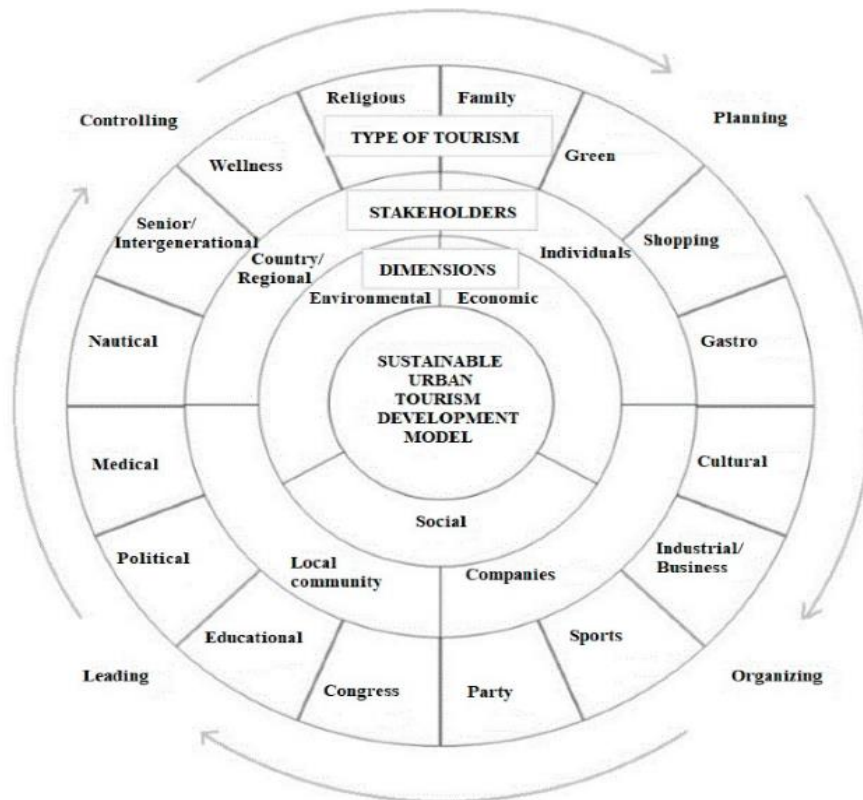
Najnovija istraživanja usmjerena su na prekomjerni turizam, ponovni fokus na problem upravljanja negativnim utjecajima turizma, temeljne izazove između kvalitete života stanovnika i razvoja grada kako bi imali pozitivan učinak na turističku industriju, ekonomiju dijeljenja kao novi poslovni model, postojeće poteškoće u definiranju rješenja za aktivaciju i širenje praksi održivog urbanog turizma ili pripremu destinacija da budu pametne u skladu s participativnim turizmom.⁵⁰ U prilog ovom istraživanju idu i radovi drugih znanstvenika u vezi planiranja i projektiranja turističkih kompleksa u ranim fazama glavnog plana općine. Predlažu se politike korištenja urbanog zemljišta i tehnike lociranja.⁵¹

Rad integrira dva znanstvena polja, a to su održivi urbani razvoj i održivi razvoj turizma. Četiri promatrana znanstvena članka o održivom razvoju urbanog turizma ukazuju na to da je znanstveno područje održivog razvoja urbanog turizma u nastajanju, ali ga treba dalje razvijati. Predloženi konceptualni model pridonosi razumijevanju održivog razvoja urbanog turizma integracijom postojećih jednodimenzionalnih modela u jedinstveni višedimenzionalni model, proširenjem modela na različite vrste turizma i uključivanjem procesa upravljanja dimenzije koje odražavaju činjenicu da je održivi urbani turizam ekosustav kojim treba pravilno upravljati.

Konceptualni model je razvijen, kao što je prikazano na slici 1.

⁵⁰ Grah, B., et al. „Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana“. *Sustainability*, 2020. 12(3), 792.

⁵¹ Shahraki, A. A., „Tourism development techniques in the urban master plan.“ *Cogent Business & Management*, 2022. 9(1), 2042977.



Slika 1. Prijedlog održivog modela razvoja urbanog turizma.

Izvor: Grah, B., Dimovski, V., Peterlin, J. Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana, 2020.

Konceptualni model kombinira predložene slojeve, budući da su identificirani kao nedostajući u postojećoj literaturi i potkrijepljeni rezultatima istraživanja. Svaki sloj predstavlja drugačiju perspektivu koju je potrebno uzeti u obzir pri razvoju održivog urbanog turizma. Kombinira različite perspektive održivog razvoja urbanog turizma kombinirajući različite slojeve, a to su: dimenzije održivosti (ekološka, gospodarska i društvena); različiti dionici: pojedinci, tvrtke, lokalna zajednica i državna/regionalna razina; relevantne vrste turizma koje je moguće razvijati u odabranim urbanim sredinama na temelju raspoloživih resursa; kao što su, primjerice, obiteljski, zeleni, trgovački, gastronomski, kulturni, poslovno/industrijski, sportski, stranački, kongresni, obrazovni, politički, medicinski, nautički, međugeneracijski, wellness ili vjerski⁵². Sve te razine, odnosno tipove turizma, dionike i dimenzije održivosti, treba kombinirati u svim dostupnim kombinacijama i uzeti u obzir pri odlučivanju o budućem

⁵² Grah, B., Dimovski, V., Peterlin, J. „Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana“. *Sustainability*, 2020. 12(3), 792.

razvoju urbanog održivog turizma. Svaka vrsta turizma ima određeni segment turizma, a vrste turizma također dijele neke ključne dionike, kao što su regionalna, lokalna zajednica, tvrtke, a i kontekst je bitan. Trostruka krajnja crta, uključujući ekološke, društvene i ekonomske pokazatelje, preporučuje se unutar održivog razvoja urbanog turizma, ali se rijetko u potpunosti provodi, zbog čega je u model dodan sloj procesa upravljanja kako bi se naglasilo vezu između dimenzija održivosti i funkcija upravljanja. Participativni model održivog razvoja urbanog turizma temelji se na mrežama održivosti, koje predstavljaju interakcije i upravljanje interesima, ciljevima i ovlastima različitih dionika.

Predstavljeni model treba shvatiti u tehnici 3D vizualizacije te se njime služiti kao temeljem za daljnje prilagođavanje modela dodavanjem dodatnih dimenzija održivosti; dodatni dionici; dodatne vrste turizma ili dodatni slojevi relevantni za održivi razvoj urbanog turizma, npr. moguće prijetnje kao što je prekomjerni turizam, zagađenje vode ili prilagodbom predloženog modela za održivi razvoj neurbanog turizma, npr. ruralnog ili planinskog turizma. Konceptualni model razvoja urbanog turizma zahtjeva razumijevanje, dijagnozu urbanog putem uključivanja tehnoloških i socijalnih komponenata.⁵³

Ljubljana je odabrana kao studija slučaja s razlogom za napredovanje upravljanja turističkim uslugama i proizvodima Ljubljane koje je utemeljeno na prethodnim uspješnim postignućima na području održivog turizma, priznatim od međunarodnih stručnjaka, priznanjima i nagradama. Istraživanje je provedeno s ciljem otkrivanja potencijala za daljnji napredak održivog razvoja urbanog turizma. Testiranje predloženog modela na slučaju Ljubljane pokazuje da bi Ljubljana trebala najviše razvijati kulturni, zeleni i sportski tip turizma, uz gastro, party i seniorski/međugeneracijski turizam u skladu s Održivim globalnim ciljevima i praksama UN-a. Proces upravljanja potrebno je stručno uklopiti u svakodnevno funkcioniranje održivog razvoja urbanog turizma kao i uključiti i mobilizirati građane te proširiti spektar ključnih dionika održivog urbanog turizma hvatanjem i boljim komuniciranjem utjecaja te vrste turizma⁵⁴.

U radu se raspravlja o jednoj mogućnosti upravljanja održivim razvojem urbanog turizma uključivanjem i razvojem različitih spektara održivih tipova turizma integracijom različitih aspekata održivosti i dionika. Turisti se danas ne žele osjećati i doživljavati kao turisti,

⁵³ Romero-García, L. E., et al., „A systemic model of the sustainable urban tourism insertion in the digital, smart and knowledge city of Mexico City.“ *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 2015. 194, 47-58.

⁵⁴ Grah, B., et al., „Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana“. *Sustainability*, 2020. 12(3), 792.

već žele osjećaj pripadnosti i življenja u mjestu koje posjećuju ili borave kako bi stekli autentično iskustvo u skladu s cirkularnom ekonomijom, novim platformama *Airbnb*, *Couchsurfing*, globalnim trendovima održivog turizma. Pri formuliranju bilo koje agende istraživanja urbanog turizma potrebno je uzeti u obzir gledište industrije i akademske zajednice. Ovdje su obrazovanje i obuka strateški čimbenici za održivi razvoj urbanog turizma. Također, korporativna društvena održivost treba biti temelj u obrazovnim programima i programima osposobljavanja u turizmu, općenito, a ne samo u održivom razvoju urbanog turizma.

6.2. Upravljanje kroz transformacije ponude

Konceptualni model za održivi urbani turizam integrira različite slojeve i perspektive koje su prepoznate kao nedostajući u postojećoj literaturi. Testiranje modela na primjeru Ljubljane, priznate za svoje uspjehe u održivom turizmu, pokazuje potrebu za daljnjim razvojem kulturnog, zelenog, sportskog i drugih tipova turizma. Integracija različitih aspekata održivosti i uključivanje svih dionika ključno je za postizanje ciljeva održivog razvoja. U radu se naglašava važnost obrazovanja i obuke za održivi razvoj urbanog turizma, kao i korporativne društvene odgovornosti.

Ovaj rad predstavlja značajan doprinos integraciji održivog urbanog razvoja i održivog razvoja turizma kroz razvoj sveobuhvatnog konceptualnog modela. Autori uspješno kombiniraju različite dimenzije održivosti, a osobito je važno uključivanje sloja upravljanja, što omogućuje praktičnu primjenu teorijskih okvira u stvarnim uvjetima. Primjer Ljubljane kao studije slučaja jasno pokazuje kako se teorijski model može primijeniti na konkretan urbani kontekst. Ipak, uspjeh ovog modela ovisi o njegovoj prilagodbi specifičnim potrebama i uvjetima različitih gradova. Korištenje mreža održivosti za upravljanje interesima različitih dionika predstavlja inovativan pristup koji može poslužiti kao uzor drugim gradovima. Praktična vrijednost modela leži u njegovoj fleksibilnosti i mogućnosti prilagodbe novim trendovima i izazovima, kao što su prekomjerni turizam i zagađenje. Daljnje istraživanje trebalo bi se usmjeriti na uključivanje novih dimenzija održivosti i tipova turizma kako bi se model dodatno unaprijedio.

U konačnici, istraživanje pruža korisne smjernice za gradove koji žele razvijati održivi turizam te nudi temelj za primjenu modernih tehnologija u upravljanju urbanim turizmom, omogućujući gradovima da bolje iskoriste svoje resurse i potencijale. Spoj teorije i prakse čini ga vrijednim alatom za planere, istraživače i one koji donose odluke u području održivog

turizma. Planeri mogu koristiti ovaj model za bolje razumijevanje i implementaciju održivih praksi, istraživači ga mogu koristiti kao polazište za daljnje istraživanje, dok će donositelji odluka imati konkretne smjernice koje mogu primijeniti u svojoj lokalnoj zajednici. Uz to, model nudi fleksibilnost i mogućnost prilagodbe specifičnim potrebama i uvjetima svakog grada, čineći ga relevantnim u različitim kontekstima. Na primjeru Ljubljane vidimo kako se teorija može uspješno pretvoriti u praksu, a sličan pristup može se primijeniti i na druge gradove koji teže održivom razvoju. Konačno, rad također ističe važnost uključivanja svih dionika, od građana do poduzeća, u proces planiranja i razvoja održivog turizma, osiguravajući da svi glasovi budu saslušani i da se zajednički ciljevi mogu postići.

6.3. Analiza održivog razvoja turizma za potrebe strateškog dokumenta

U sklopu izrade strateškog dokumenta napravljena je kvantitativna i kvalitativna analiza održivog razvoja turizma u Ljubljani. Rezultati su uzeli u obzir visok rast broja turista i izrazito visok rast broja kreveta, ali su pokazali da je koncentracija turističke ponude i potražnje još uvijek na niskoj razini, što ukazuje prostor za daljnji rast. Što se tiče ekoloških pokazatelja, istraživanjem je utvrđeno da je u pojedinim danima bila lošija kvaliteta zraka i velika koncentracija prometa. Turizam djelomično utječe na oba pokazatelja, stoga će u budućnosti biti potrebno još više pažnje posvetiti utjecajima turizma na okoliš te aktivno podizati svijest dionika i medija o razvoju i utjecaju turizma.

6.3.1. Povratna informacija od strane posjetitelja

Ukupno gledano, rezultati istraživanja sugeriraju da Ljubljana ima snažan turistički identitet, s pozitivnim dojmovima turista koje potvrđuje njihovo stvarno iskustvo u gradu. Važno je pratiti ove aspekte i dalje raditi na održavanju i poboljšanju kvalitete turističkog iskustva kako bi se održala pozitivna percepcija destinacije

Rezultati istraživanja provedenog u kolovozu 2019., u kojem su anketirali strane turiste o njihovoj percepciji slike Ljubljane prije i nakon posjeta, pokazali su da turisti doživljavaju Ljubljanu kao iznimno sigurnu, prijateljsku, čistu i ekološki prihvatljivu destinaciju. Percepcije za sve kategorije bile su relativno visoke prije posjeta (utjecaj promocije i informiranja) te još više nakon posjeta. Ljubljanu turisti ne doživljavaju kao skupu turističku destinaciju. Jedina kategorija u kojoj su turisti pokazali negativnu percepciju je prenapučenost dok prije posjeta

nisu smatrali Ljubljano prenapučenom, (percepcija se povećala nakon posjeta).⁵⁵ Ovaj podatak ukazuje na potrebu upravljanja brojem posjetitelja kako bi se izbjegla prenapučenost koja može negativno utjecati na turističko iskustvo.

Rezultati istraživanja sugeriraju da Ljubljana ima snažan turistički identitet, s pozitivnim dojmovima turista koje potvrđuje njihovo stvarno iskustvo u gradu. Turisti cijene sigurnost, prijateljstvo, čistoću i ekološku osviještenost grada, što su ključni čimbenici za održavanje pozitivne percepcije destinacije. Kako bi se održala i poboljšala kvaliteta turističkog iskustva, važno je kontinuirano pratiti ove aspekte i ulagati napore u njihovo unapređenje. Osiguravanje adekvatne infrastrukture, održavanje visokih standarda čistoće i sigurnosti te promicanje ekoloških inicijativa ključni su koraci u tom smjeru. Također, potrebno je razmotriti strategije za upravljanje turističkim tokovima kako bi se spriječila prenapučenost i osiguralo ugodno iskustvo za sve posjetitelje. U konačnici, pozitivna percepcija Ljubljane od strane turista doprinosi jačanju njezine reputacije kao atraktivne turističke destinacije. Održavanje visoke razine zadovoljstva posjetitelja ne samo da potiče povratak turista već i pridonosi pozitivnom usmenom marketingu, što je ključno za dugoročni uspjeh turističke industrije u Ljubljani.

6.3.2. Povratna informacija od strane lokalnog stanovništva

U analizu održivog razvoja turizma uključili su i same stanovnike Ljubljane koji smatraju da razvoj turizma pridonosi razvoju grada i lokalnog gospodarstva te da Ljubljana ima koristi od turista. Unatoč tome, stanovnici se ne osjećaju dovoljno uključenima u razvoj i planiranje turizma te procjenjuju da nemaju osobne koristi od turizma. Stanovnici gradskog središta percipiraju nešto manje pozitivne učinke turizma od ostalih stanovnika grada. Jedina tvrdnja oko koje se Ljubljančani uglavnom slažu jest da je život poskupio zbog turizma što je povezano s rastom cijena nekretnina, koji je dijelom uzrokovan turističkim najmom. Međutim, unatoč tome, stanovnici centra grada ne percipiraju mnogo negativnije utjecaje turizma od ostalih Ljubljančana.⁵⁶

Gore prikazano ukazuje na važan aspekt održivog razvoja turizma – percepciju stanovnika. Analiza ističe ključnu potrebu za uravnoteženjem ekonomske dobiti od turizma s potrebom očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva. Kako bi se postigla održivost

⁵⁵ *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027*, Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

⁵⁶ Ibid.

turističkog razvoja u Ljubljani, važno je razvijati strategije koje uključuju zajednicu, promiču ravnotežu i osiguravaju dugoročne koristi za sve dionike. Strategije bi trebale uključivati aktivno sudjelovanje lokalnog stanovništva u procesima planiranja i donošenja odluka vezanih uz turizam. To može uključivati javne rasprave, konzultacije i ankete kako bi se prikupili stavovi i prijedlozi građana. Također, važno je osigurati transparentnost u planiranju i provedbi turističkih projekata, kako bi se povećalo povjerenje i suradnja između lokalne zajednice i turističkog sektora.

Razvoj turizma trebao bi biti usmjeren na očuvanje autentičnosti grada i njegovih resursa, uz istovremeno pružanje kvalitetnih usluga turistima. Potrebno je ulagati u infrastrukturu koja će koristiti i lokalnom stanovništvu, kao što su poboljšanja javnog prijevoza, izgradnja novih parkova i rekreacijskih područja te podrška lokalnim poduzetnicima. Važno je i educirati lokalno stanovništvo o potencijalnim koristima od turizma i mogućnostima za uključivanje u turističku industriju. Ovo može uključivati poticaje za otvaranje malih obrta, edukacijske programe i radionice za razvoj vještina potrebnih u turističkom sektoru. Održivi razvoj turizma u Ljubljani zahtijeva holistički pristup koji balansira ekonomske, socijalne i ekološke aspekte. Uključivanje lokalne zajednice u ovaj proces ključ je za postizanje dugoročnih pozitivnih učinaka i očuvanje kvalitete života svih stanovnika.

6.4. Diskusija o integraciji znanosti i prakse

6.4.1. Izazovi za dionike

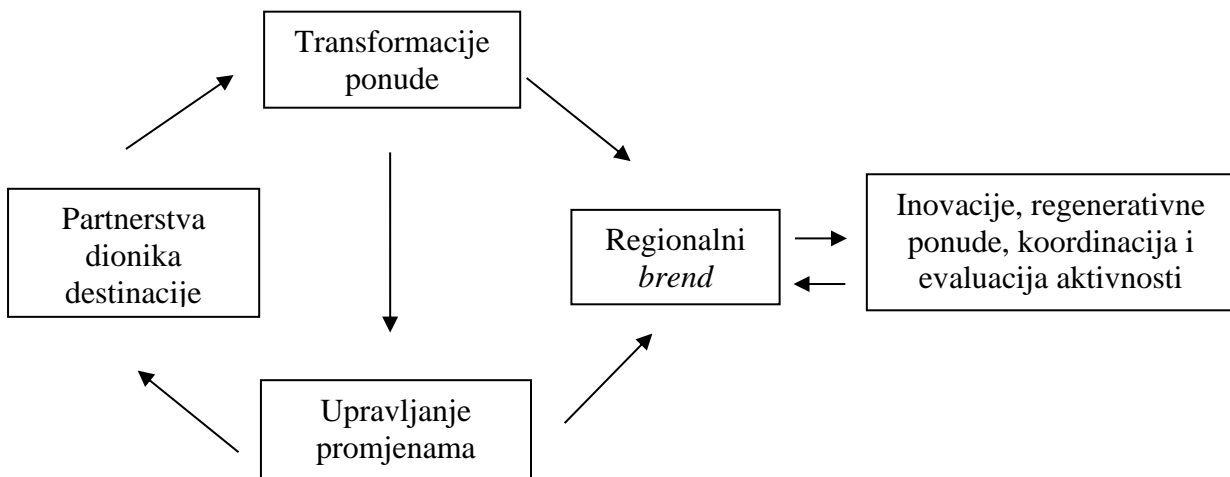
Ovo poglavlje daje pregled trenutnog stanja i izazova s kojima se suočava turizam u Ljubljani. Istraživanje pokazuje da grad ima snažan turistički identitet i da su turisti vrlo zadovoljni svojim iskustvom, što je veliki plus za daljnji razvoj turizma. Međutim, prepoznati su i problemi poput ekoloških izazova i prenapučenosti, što se mora riješiti kako bi se osigurao održivi razvoj. Kritički pogled na iznesene ideje i zaključke naglašava potrebu za konkretnijim prijedlozima za rješavanje prepoznatih problema. Na primjer, može se razmotriti uvođenje strožih ekoloških mjera, bolje upravljanje brojem turista te promocija manje posjećenih, ali jednako zanimljivih dijelova grada. Uključivanje lokalne zajednice u planiranje i donošenje odluka ključno je za dugoročnu održivost turizma grada Ljubljane. Ovaj tekst pruža temelje za daljnju raspravu i razvoj strategija koje će omogućiti balansiranje ekonomskih, socijalnih i

ekoloških aspekata turizma. Razvoj takvih strategija mogao bi uključivati edukaciju turista o održivom ponašanju, poticanje ekološki prihvatljivih oblika prijevoza te suradnju s lokalnim poduzećima na implementaciji održivih praksi. U konačnici, cilj je stvoriti model turizma koji će dugoročno koristiti i gradu i njegovim stanovnicima, čineći Ljubljanu još privlačnijom destinacijom za turiste, ali i ugodnijim mjestom za život.

6.4.2. Upravljanje atrakcijama i integrirano turističko iskustvo

Ljubljana kao izuzetno atraktivan turistički grad doživljava značajan preporod u turizmu tijekom posljednjih nekoliko godina. Grad se trudi očuvati svoje prirodne ljepote i kulturnu baštinu, dok istovremeno prilagođava svoju infrastrukturu kako bi bila prijateljska prema okolišu. Osim toga, Ljubljana se ističe kao destinacija koja nudi ne samo bogato kulturno nasljeđe već i vrhunsku gastronomiju te raznovrsne aktivnosti i doživljava tijekom cijele godine. Posjetiteljima pruža jedinstvenu kombinaciju povijesnih znamenitosti, prirodnih ljepota te suvremenog urbanog života. S ovim prepoznatljivim osobinama, Ljubljana ne samo da privlači turiste već i ostavlja neizbrisiv dojam održivog i kvalitetnog turističkog iskustva.

Shema 1. Model upravljanja atrakcijama – prijedlozi postupanja



Izvor: Vlastiti

Grad pruža nezaboravno iskustvo koje zadovoljava sve vrste posjetitelja, počevši od vizualnih užitaka ulica do mirisa primamljive gastronomije koja se širi gradskim središtem.

Uočava se transformativna usmjerenost u koncipiranju turističke ponude. Bez obzira na godišnje doba, posjetitelji mogu uživati u raznolikim manifestacijama, kulturnim događanjima, umjetničkim izložbama i brojnim drugim aktivnostima.

Grad je domaćin različitim festivalima, koncertima i tradicionalnim manifestacijama, stvarajući živopisan ambijent koji nikada ne prestaje oduševljivati svojom raznolikošću. Sve ove nezaboravne doživljaje Ljubljana nudi u okviru prekrasnog alpskog okruženja koje dodatno naglašava njezinu jedinstvenu privlačnost. Ljubljana se ističe kao primjer učinkovitog upravljanja urbanim resursima, što rezultira atraktivnim turističkim iskustvom i zadovoljavajućom kvalitetom života za lokalno stanovništvo.

Shema 1. "Model upravljanja atrakcijama – prijedlozi postupanja" jasno prikazuje ključne elemente i međusobne odnose koji su bitni za učinkovito upravljanje turističkim atrakcijama. Ova shema sublimira zaključke teorijskih i stručnih istraživanja provedenih u radu te se temelji na prakse i strategije prepoznate u suvremenoj literaturi o turističkom menadžmentu.

Transformacije ponude označavaju prilagodbu i inovaciju turističkih proizvoda kako bi se odgovorilo na promjenjive potrebe i očekivanja turista što je ključno za održavanje konkurentnosti destinacije i privlačenje novih tržišnih segmenata. Regionalni *brend* je središnji element sheme, što naglašava važnost jedinstvenog identiteta destinacije jer *brendiranje* pridonosi prepoznatljivosti i diferencijaciji na tržištu te osigurava koherentnu komunikaciju vrijednosti i atrakcija destinacije. Segment inovacije, regenerativne ponude, koordinacija i evaluacija aktivnosti naglašava potrebu za kontinuiranim inovacijama i regenerativnim pristupom u razvoju turističkih ponuda, a koordinacija i evaluacija aktivnosti osiguravaju da su svi dionici usklađeni i da se kontinuirano prati učinkovitost implementiranih strategija. Upravljanje promjenama je kritična komponenta koja omogućava destinaciji da se prilagodi novim trendovima i izazovima te efikasno upravljanje promjenama osigurava održivost i dugoročnu uspješnost turističke destinacije. Partnerstva između lokalnih vlasti, turističkih institucija, organizacija za očuvanje kulturne baštine i drugih relevantnih dionika su ključna za uspješno upravljanje turističkim atrakcijama budući da suradnja i zajednički rad svih dionika doprinosi koheziji i efektivnom razvoju destinacije.

Shema učinkovito sintetizira glavne zaključke istraživanja i pruža jasan okvir za implementaciju strategija upravljanja turističkim atrakcijama. Naglašavanje inovacija, partnerstva i upravljanja promjenama odražava suvremene trendove i izazove u turističkom

sektoru. Prijedlozi postupanja prikazani u shemi pružaju praktične smjernice za operativno upravljanje te su prilagođeni specifičnostima destinacije, a implementacija ovih strategija može značajno doprinijeti održivom razvoju turizma u Ljubljani i osigurati dugoročnu konkurentnost na globalnom tržištu.

Primjer Ljubljane i prikazana shema 1. „Model upravljanja atrakcijama – prijedlozi postupanja“ pružaju vrijedne lekcije za urbane destinacije u Hrvatskoj. Kroz transformaciju ponude, regionalno *brendiranje*, partnerstva dionika i upravljanje promjenama, Ljubljana je pokazala kako integrirani pristup može značajno unaprijediti turističku ponudu uz održavanje visokih standarda održivosti. Posebno se ističe potreba za inovacijama, regenerativnim ponudama te koordinacijom i evaluacijom aktivnosti, što je ključ za postizanje dugoročne održivosti i konkurentnosti turističkih destinacija.

Hrvatske urbane destinacije mogu naučiti kako bolje koordinirati aktivnosti i razvijati regionalne *brendove* koji naglašavaju specifične prednosti pojedinih destinacija, čime se potiče ravnomjernija raspodjela turističkih tokova i smanjuje pritisak na najpopularnije lokacije. Izazov za Ljubljanu koji može poslužiti kao pouka je upravljanje koncentracijom turističke potražnje u središtu grada. Hrvatski gradovi poput Dubrovnika već se suočavaju s ovim problemom i mogu pružiti primjere uspješnih strategija za disperziju turističkog interesa na širu regiju. Slovenske destinacije, uključujući Ljubljanu, dobro su povezane po liniji održivosti, integrirajući obalna i kontinentalna područja u jedinstvenu turističku ponudu koja promiče ekološku svijest i održivi razvoj (npr. organizirane ture koje uključuju Koper, Bled i Ljubljanu).

Ovaj model može poslužiti kao inspiracija za hrvatski turizam u naporima ostvarenja održivog razvoja urbanih destinacija, a primjenom integriranog pristupa i suradnjom različitih dionika, hrvatske destinacije mogu stvoriti uravnotežene, ekološki osviještene turističke ponude koje će osigurati dugoročne koristi za lokalne zajednice i očuvanje prirodnih resursa.

7. ZAKLJUČAK

Istraživanje potvrđuje postavljenu hipotezu iz uvoda, nudeći detaljan prikaz kako Ljubljana s uspjehom iskorištava i upravlja svojim već postojećim sredstvima i resursima. Fokus ovog istraživanja naglašava predanost dionika grada održivom razvoju, pri čemu se posebnu pozornost posvećuje brizi o koegzistenciji lokalne zajednice i turista. Uočena je potreba za boljim upravljanjem brojem posjetitelja kako bi se održala kvaliteta turističkog iskustva, ali i života lokalnog stanovništva, a model razvijen u istraživanju pokazuje kako se teorijski koncepti mogu uspješno primijeniti u praksi, naglašavajući važnost uključivanja svih dionika u proces održivog razvoja turizma. Rezultati pružaju uvide u trenutnu situaciju i izazove u turizmu Ljubljane te ukazuju na prostor za unapređenje i osiguravanje održivog razvoja ovog sektora.

Model upravljanja atrakcijama koji naglašava važnost koegzistencije može služiti kao primjer i inspiracija drugim destinacijama koje teže održivom i odgovornom turizmu. Sveukupno, Ljubljana se ističe kao iznimna turistička destinacija koja uspješno usklađuje ekonomske, ekološke i socijalne aspekte kako bi stvorila harmonično okruženje za sve svoje posjetitelje i stanovnike.

Ograničenja istraživanja uglavnom se odnose na dostupnost relevantne literature i specifičnost slučaja Ljubljane. Iako je većina potrebnih informacija bila dostupna, bilo je izazova u pronalaženju najnovijih podataka o inovativnim praksama i detaljnim evaluacijama njihovih učinaka. Osim toga, buduća istraživanja bi trebala uključiti longitudinalne studije kako bi se preciznije procijenio dugoročni učinak implementiranih strategija. Preporuke budućim istraživačima uključuju fokusiranje na kvantitativne analize koje mogu pružiti detaljnije uvide u ekonomske učinke održivih praksi te kvalitativna istraživanja koja mogu bolje razumjeti percepcije lokalne zajednice i turista.

LITERATURA

a) Knjige

1. Gosar, A., *Izbrane značilnosti turizma v Ljubljani*, *Geografija Ljubljane*, Ljubljana, Oddelek za geografijo Filozofske fakultete Ljubljana, 2018.
2. *Handbook on tourism destinations branding*, 2009. UNWTO.
3. Kušen, E., *Tourism Attraction System, Evolution of Destination Planning and Strategy: The Rise Tourism in Croatia*, London, Palgrave Macmilian London, 2017.
4. Petrić, L., *Upravljanje razvojem turizma – aktualne teme i trendovi*, Split, Ekonomski fakultet Split, 2012.
5. Slak Valek, N., *Pomen turizma za slovensko gospodarstvo, Šport v turizmu*, Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport Lubljana, 2010.

b) Znanstveni članci

1. Abbasian, S., Onn, G., Arnautovic, D., „Overtourism in Dubrovnik in the eyes of local tourism employees: A qualitative study.“ *Cogent Social Sciences*, 2020. 6(1), 1775944.
2. Bassols i Gardella, N., „Guided tours and tourist attractions in the postpandemic world: thematic evolutions and spatial changes.“ *International Journal of Tourism Cities*, 2023. 9(4), 960-973.
3. Bozic, S., Kennell, J., Vujicic, M. D., Jovanovic, T., „Urban tourist motivations: why visit Ljubljana?“, *International Journal of Tourism Cities*, 2017. 3(4), 382-398.
4. Ciangă, N., Sorocovschi, V., „THE IMPACT OF TOURISM ACTIVITIES. A POINT OF VIEW.“ *Riscuri si Catastrofe*, 2017. 20(1).
5. Grah, B., Dimovski, V., Peterlin, J. „Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana“, *Sustainability*, 2020. 12(3), 792.
6. Jovičić, D., Brankov, J., „Tourism attractions: Key elements of tourism resource base“. *Bulletin of the Serbian geographical society*, 2009. 89 (1), 3-20.
7. Kádár, B., Gede, M., „Tourism flows in large-scale destination systems.“ *Annals of Tourism Research*, 2021. 87, 103113.
8. Kromm, D. E., „Response to Air Pollution in Ljubljana, Yugoslavia.“ *Annals of the Association of American Geographers*, 1973. 63(2), 208–217.

9. Kuščer, K., Mihalič, A., „Residents’ Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation - The Case of Ljubljana“, University of Ljubljana, Faculty of Economics, 2019. 11(6), 1823.
10. Kuščer, K., Mihalič, T., „Impacts of overtourism on satisfaction with life in a tourism destination“, Bournemouth, Bournemouth University 2019. (pp. 92-93)
11. Lee, P., Hunter, W. C., Chung, N., „Smart tourism city: Developments and transformations.“ *Sustainability*, 2020. 12(10), 3958.
12. Manhas, P. S., Gupta, D. R., Dogra, J. E. E. T., „Destination brand building, promotion & branding: Impact analysis of brand building elements.“ *Tourism Destination Management: Strategic Practices and Policies. New Delhi: Kanishka Publishers*, 2012. 390-405.
13. McKercher, B., Filep, S., Moyle, B., „Movement in tourism: Time to re-integrate the tourist?“ *Annals of tourism research*, 2021. 91.
14. Oklobžija, S., „The role of events in tourism development.“ *BizInfo (Blace) Journal of Economics, Management and Informatics*, 2015. 6(2), 83-97.
15. Pilyak S. Interpretation of Material Cultural Heritage in the Context of Museum. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2020. vol. 12, iss. 3, pt 2, pp. 337-351.
16. Puwanendram, G., Gastronomy Tourism as a Sustainable Tourism Product, *University of Sri Jayewardenepura*, 2023.
17. Rachão, S. A. S., de Jesus Breda, Z., de Oliveira Fernandes, C., Joukes, V. N. P. M., „Drivers of experience co-creation in food-and-wine tourism: An exploratory quantitative analysis.“ *Tourism Management Perspectives*, 2021. 37, 100783.
18. Romero-García, L. E., Tejeida-Padilla, R., Ramírez-Gutiérrez, A. G., Morales-Matamoros, O., „A systemic model of the sustainable urban tourism insertion in the digital, smart and knowledge city of Mexico City.“ *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 2015. 194, 47-58.
19. Salvatore, R., „The Tourism Transition of Green Destinations in the Post-pandemic.“ *Nature-based Tourism and Wellbeing: Impacts and Future Outlook*, 2024. 181-191.
20. Sedláková, D., Heřmanová, E., Indrová, J., „Tourist card as a tool of destination management (comparison of situation in the Czech Republic and abroad).“ *Czech Hospitality & Tourism Papers*, 2014. 10(23).
21. Shahraki, A. A., „Tourism development techniques in the urban master plan.“ *Cogent Business & Management*, 2022. 9(1), 2042977.

22. Svirčić Gotovac, A., Kerbler, B., „From post-socialist to sustainable: The city of Ljubljana.“ *Sustainability*, 2019. 11(24), 7126.
23. Thongphak, S., Rawang, W., Rawangkarn, N.-rob, Woraphong, S., „Identified Tourist Attraction Management Based Environmental Education In A Provincial Community“. *Migration Letters*, 2024. 21(S8), 155–167.

Strateški dokumenti

1. *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020* (Strategija razvoja i marketinga turističke destinacije Ljubljana za razdoblje 2014.-2020.), Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2014.
2. *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021–2027* (strategija razvoja turističkih destinacija Ljubljane i ljubljanske regije 2021.-2027.), Ljubljana, Javni zavod Turizem Ljubljana, 2019.

c) Internet izvori

1. Službena stranica Ljubljanskog dvorca <https://www.ljubljanskihrad.si/hr/zasto-udvorac/obnova-dvorca/> (preuzeto 20.06.2024.)
2. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/turizem-ljubljana/> (preuzeto 10.01.2024.)
3. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/informacije/turisticna-kartica/#card-form> (preuzeto 11.01.2024.)
4. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/> (preuzeto 20.06.2024.)
5. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/moustache-tour/> (preuzeto 20.06.2024.)
6. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/taste-ljubljana-food-tour/> (preuzeto 20.06.2024.)
7. Službena stranica Turizma Ljubljana <https://www.visitljubljana.com/en/visitors/sights-and-activities/tours-and-trips/ljubljana-beer-experience/> (preuzeto 20.06.2024.)

POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica

Tablica 1. Zajednička obilježja tematskih tura.....	23
---	----

Popis slika

Slika 1. Prijedlog održivog modela razvoja urbanog turizma.....	25
---	----

Popis shema

Shema 1. Model upravljanja atrakcijama – prijedlozi postupanja	31
--	----

SAŽETAK

Završni rad se fokusira na analizu i strategije razvoja turističkih atrakcija u Ljubljani. Kroz rad se istražuje povijesni razvoj turizma u Ljubljani, trenutne atrakcije, metode upravljanja turističkim resursima te utjecaji turizma na lokalnu zajednicu i okoliš. Rad polazi od hipoteze da će održivi pristup i inovativne prakse povećati broj turističkih dolazaka te postići ravnotežu između koristi za destinaciju i zadovoljstva posjetitelja. Ljubljana se ističe kao grad koji nudi bogato kulturno nasljeđe, vrhunsku gastronomiju i raznovrsne aktivnosti tijekom cijele godine, čime privlači različite profile posjetitelja. Grad je doživio značajnu transformaciju kroz proširenje sadržaja čime je stvorena moderna i ekološki osviještena urbana sredina koja privlači posjetitelje i unapređuje životni stil lokalnog stanovništva. Prepoznat je trud za očuvanje prirodnih i antropogenih resursa uz prilagodbu infrastrukture koja podržava održivi razvoj i smanjenje negativnih utjecaja. Zaključak rada potvrđuje postavljenu hipotezu i ističe kako Ljubljana uspješno upravlja svojim resursima, pružajući atraktivno turističko iskustvo i kvalitetan život za lokalno stanovništvo. Rad također naglašava važnost suradnje među dionicima u turizmu, kontinuirano praćenje utjecaja turizma i prilagođavanje strategija kako bi se osigurala dugoročna održivost destinacije.

Ključne riječi: grad Ljubljana, atrakcijska osnova, održivi turizam, inovativni pristup, upravljanje atrakcijama, utjecaji.

SUMMARY

The final paper focuses on the analysis and development strategies of tourist attractions in Ljubljana. The paper examines the historical development of tourism in Ljubljana, current attractions, methods of managing tourist resources, and the impact of tourism on the local community and environment. It starts from the hypothesis that a sustainable approach and innovative practices will increase the number of tourist arrivals and achieve a balance between benefits for the destination and visitor satisfaction. Ljubljana stands out as a city that offers a rich cultural heritage, excellent gastronomy and various activities throughout the year, which attracts different profiles of visitors. The city has undergone a significant transformation through the expansion of its contents, which has created a modern and environmentally conscious urban environment that attracts visitors and improves the lifestyle of the local population. The effort to preserve natural and anthropogenic resources while adapting infrastructure that supports sustainable development and reducing negative impacts is recognized. The conclusion of the paper confirms the hypothesis and points out that Ljubljana successfully manages its resources, providing an attractive tourist experience and a quality life for the local population. The paper also emphasizes the importance of cooperation among tourism stakeholders, continuous monitoring of the impact of tourism and adaptation of strategies to ensure the long-term sustainability of the destination.

Key words: the city of Ljubljana, attraction base, sustainable tourism, innovative approach, management of attractions, the impacts.