

# UTJECAJ EUROPSKIH INTEGRACIJA NA TRENDOVE RAZVOJA TURIZMA U GLAVNIM GRADOVIMA ZEMALJA “NOVE EUROPE”: MOGUĆE REFLEKSIJE NA GRAD ZAGREB

*Oliver Kesar<sup>1</sup> & Martina Pehar<sup>2</sup>*

UDK / UDC: 711.432(4-6EU): 338.48(497.5 Zagreb)

JEL klasifikacija / JEL classification: L83

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 15. studenoga 2011. / November 15, 2011

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 10. prosinca 2012. / December 10, 2012

## **Sažetak**

Početak novog milenija razvoj turizma na području Europske unije poprimio je bitno drukčija obilježja proširenjem Europske unije na zemlje srednje i istočne Europe. Na temeljima stvaranja jedinstvenog tržišta i liberalizacije kretanja ljudi, robe, usluga i kapitala među zemljama članicama Europske unije, proširenje u poseban plan ističe glavne gradove zemalja tzv. “Nove Europe” kao važna politička, gospodarska i kulturna središta s naglašenim turističkim vrijednostima i rastućom posjećenošću. Suština ovog rada počiva na usporedbi trendova razvoja turizma u zemljama “Nove Europe” i njihovim glavnim gradovima prije i nakon pristupanja zemlje Europskoj uniji te na procjeni utjecaja koje će pristupanje Republike Hrvatske Europskoj uniji imati na razvoj turizma u gradu Zagrebu. Nalazi istraživanja otkrivaju postojanje određenih poveznica između trendova razvoja turizma u 12 glavnih gradova “Nove Europe” i onih u gradu Zagrebu. Na tim osnovama izvršena je analiza i procjena utjecaja ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju na rast turističkog prometa u budućem razdoblju i povećanje obujma smještajnih kapaciteta u gradu Zagrebu. Istaknute su i razvojne mogućnosti turizma u gradu Zagrebu u skladu s raspoloživom resursnom osnovom, postojećom turističkom infrastrukturom i izgrađenim imidžom na europskom turističkom tržištu.

**Ključne riječi:** europske integracije, turizam, glavni gradovi, Nova Europa, Zagreb.

---

<sup>1</sup> Dr. sc. Oliver Kesar, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, E-mail: okesar@efzg.hr

<sup>2</sup> Martina Pehar, mag. oec., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, E-mail: pehar.martina@gmail.com

## 1. UVOD

Europa je najatraktivnija turistički receptivna regija svijeta, ali u isto vrijeme i najvažnija turistički emitivna regija svijeta. Dominantan tržišni položaj na globalnoj razini odraz je iznimno bogate resursne osnove, snažnog civilizacijskog napretka i razvoja tehničkih mogućnosti koje su omogućila masovna turistička kretanja, kako na intraregionalnoj, tako i na interregionalnoj osnovi. Procesi europskih integracija važna su kohezijska snaga i platforma za generiranje sinergijskih učinaka nastalih kao posljedica liberalizacije kretanja ljudi, robe, usluga i kapitala te stvaranja jedinstvenog tržišta Europske unije (u nastavku teksta:EU). Unatoč brojnim izazovima, problemima i neslaganjima unutar EU o mnogim pitanjima o kojima ovisi budućnost integracije, riječ je o epohalnom pokušaju ujedinjenja gospodarski i kulturno vrlo raznolikih europskih zemalja čiji su zajednički ciljevi sigurnost, stabilnost i bolja budućnost svih građana Europe.

U središtu ovog istraživanja nalaze se glavni gradovi zemalja članica EU, i to onih koje su punopravno članstvo stekle u posljednjem, petom proširenju. Glavni gradovi tzv. "Nove Europe" po svim svojim obilježjima čine relativno malu, ali nadasve specifičnu skupinu turističkih odredišta čija atraktivnost u velikoj mjeri počiva na povijesnom i političkom značaju, što im uvelike olakšava stvaranje identiteta, ali i izgradnju imidža "must see" odredišta. Kako se u nadolazećem razdoblju očekuje i stjecanje punopravnog članstva Republike Hrvatske u EU, aktualnost je ove teme neupitna s gledišta promišljanja o mogućim utjecajima i potencijalima koje će članstvo u EU donijeti Republici Hrvatskoj, ali i Zagrebu kao svojevrsnom čuvaru nacionalnog kulturnog identiteta i središtu pregovaračke moći s moćnom europskom zajednicom zemalja.

Na temelju pristupa ovom području istraživanja i konceptijskih postavki, pred ovo istraživanje postavljene su dvije polazne hipoteze na kojima se gradi sadržaj rada. U prvoj hipotezi se tvrdi da glavni gradovi "Nove Europe", nakon pristupanja njihovih zemalja EU, počinju bilježiti visoke stope rasta obujma ostvarenog turističkog prometa. Druga hipoteza počiva na tvrdnji da glavni gradovi "Nove Europe", nakon pristupanja njihovih zemalja EU, počinju intenzivno mijenjati strukturu i kvalitetu smještajnih i drugih turistički receptivnih kapaciteta. Na temelju analize dostupnih podataka, u posljednjem dijelu analize pokušat ćemo povući paralelu trendova kretanja ostvarenog turističkog prometa i izgradnje smještajnih kapaciteta u između glavnih gradova "Nove Europe" i smjestiti u kontekst razvoja turizma u gradu Zagrebu.

Unatoč značaju koji glavni gradovi imaju u izgradnji i očuvanju nacionalnog identiteta, C.M. Hall (2002: 235) ističe da je relativno malo napisano o njihovoj važnosti za razvoj turizma, izuzev pojedinačnih slučajeva analize utjecaja razvoja turizma na pojedine gradove (npr. Jansen-Verbeke *et al.*, 2005: 109 za Bruxelles) ili usporedbe razvoja urbanog turizma u nekoliko gradova (npr. Russo i van der Borg, 2002: 631 za Lisabon, Lyon, Turin i Rotterdam). Osim C. M. Halla, zapažene doprinose u konceptualizaciji istraživanja utjecaja i značaja posebnih obilježja glavnih gradova na razvoj urbanog turizma dali su Pearce (2001., 2007.), Law (2002.) te Puczko, Ratz i Smith

(2007.). Suvremeni opus znanstvenih radova u području analize razvoja turizma glavnih gradova i dalje se može smatrati nedostatnim za cjelovito shvaćanje njihove uloge u razvoju turizma pojedinih zemalja. U prilog tome treba dodati da znanstvenih radova na temu cjelovite komparativne analize razvoja turizma u glavnim gradovima "Nove Europe", nažalost, ima vrlo malo, što otvara dodatni istraživački prostor kako bi se utvrdila zajednička obilježja razvoja, istaknule posebnosti, procijenili pozitivni i negativni učinci te dale neke smjernice za buduće planiranje i razvoj. Na tim je osnovama nastao i ovaj rad.

## 2. METODOLOŠKE NAPOMENE I IZVORI PODATAKA

Odabir područja istraživanja i tematsko usmjerenje ovog rada proizašao je iz aktualnog trenutka potpisivanja ugovora između Republike Hrvatske i EU, koje se očekuje početkom prosinca 2011., kao i stjecanje punopravnog članstva Republike Hrvatske u EU sredinom 2013. Pregledom on-line baza podataka, poput Science Direct-a, EBSCO-a, Google Scholar-a i drugih, međunarodni znanstveni opus raspoložive velikim brojem objavljenih radova na temu utjecaja proširenja europskih integracija (uglavnom EU) na društvene sustave i nacionalna gospodarstva pojedinih zemalja članica. U tom kontekstu, smatra se važnim kontinuirano provoditi istraživanja i obogaćivati opus novim radovima koji se odnose na mjerenje utjecaja proširenja europskih integracija na Republiku Hrvatsku, ali i produbiti istraživanja na niže administrativne jedinice (npr. županije i gradove) imajući na umu isticanje regija kao glavnih jedinica izgradnje konkurentnosti na međunarodnom tržištu.

U svjetlu rastuće liberalizacije tržišta i uvođenja slobode kretanja ljudi, robe, usluga i kapitala na prostoru EU, nameće se potreba za dodatnim istraživanjem, analiziranjem i uspoređivanjem dosadašnjih kao i projekciju budućih utjecaja i učinaka proširenja EU na razvoj konkretno turizma u Republici Hrvatskoj. To je osobito važno ima li se na umu da turistička potražnja iz zemalja EU u kumulativnu čini čak 80% sveukupne potražnje za turističkim proizvodom Republike Hrvatske (DZS, 2011a). S obzirom na dugogodišnju tzv. Jadransku orijentaciju u razvoju turizma u Republici Hrvatskoj (u nastavku teksta:RH), koja je donijela velik nerazmjer u izgradnji turističke infrastrukture i ostvarivanja ekonomskih učinaka turizma u korist priobalja, autori ovim radom žele prikazati aktualno stanje i mogućnosti razvoja turizma u kontinentalnom dijelu RH, konkretno u gradu Zagrebu, koji svojim značajem, posebnostima i bogatim turističkim resursima može ravnopravno konkurirati i turistički najrazvijenijim središtima u RH, ali i široj regiji. Autori u ovom radu posebno ističu usporedbu odabranih statističkih pokazatelja općeg i turističkog razvoja 12 zemalja (i njihovih glavnih gradova) srednje i istočne Europe koje su obilježile posljednje peto proširenje EU. Kompilaciji podataka pridruženi su i podaci za RH, odnosno grad Zagreb radi utvrđivanja odnosa i trendova u dijelu koji se odnosi na razvoj turizma.

Za potrebe istraživanja u ovom radu od znanstvenih metoda korištena je desk metoda zbog prirode predmeta istraživanja, zatim induktivna i deduktivna metoda zbog utvrđivanja sličnosti i različitih obilježja zemalja EU i njihovih glavnih gradova, te metode kompilacije i komparacije za analizu dostupnih podataka iz sekundarnih

izvora poput Eurostata, nacionalnih statističkih ureda zemalja članica EU i SAD-a, CIA-e, međunarodnih organizacija i udruženja, kao i podaci koji su objavljeni u okviru istraživanja pojedinih autora objavljenih u znanstvenim časopisima i knjigama. Unatoč bogatoj i metodološki konzistentnoj Eurostat-ovoj bazi statističkih podataka na nacionalnoj i regionalnoj razini za pojedine zemlje, većinu je serija podataka trebalo nadopunjavati i provjeravati u nacionalnim statističkim uredima gdje su se utvrdile i neke razlike koje su korigirane u ovom radu. Usprkos svim naporima, serije nekih pokazatelja, ipak, nisu dostupne (uglavnom zbog toga jer nisu vođene), osobito kad su u pitanju duže vremenske serije podataka za glavne gradove istočne Europe.

### 3. TEORIJSKA PODLOGA

Kao polazišnu osnovu ovog istraživanja, nužno je prije svega istaknuti neka glavna obilježja i dosege procesa stvaranja europskih integracija i njihovih utjecaja na socio-ekonomske prilike u zemljama “Stare” i “Nove Europe”, zatim istaknuti posebnosti zemalja “Nove Europe” i njihovih glavnih gradova te ukazati na osnovne trendove u razvoju urbanog turističkog proizvoda.

#### 3.1. Europske integracije i turizam

Sveprisutna globalizacija, potpomognuta liberalizacijom tržišta, internacionalizacijom poslovanja, razvojem suvremenih komunikacijskih tehnologija i nizom drugih čimbenika, nezaustavljiv je proces koji nameće potrebu za neprestanim proširenjem i unaprjeđenjem regionalnih integracija (Dinan, 2005: 7) prvenstveno radi pronalazjenja novih resursa i snižavanja troškova poslovanja, ali i otvaranja novih tržišta i radnih mjesta. Zajednički ciljevi takvih integracija su mnogobrojni, a među glavnima se ističu stvaranje jakih poveznica između zemalja regije, osiguravanje punopravnog položaja unutar integracije te izgradnja dugoročne regionalne stabilnosti i konkurentnosti na svjetskoj gospodarskoj i političkoj sceni. Pristupanjem jednoj od regionalnih integracija svaka zemlja prenosi dio svog nacionalnog suvereniteta na upravljanje tijelima integracije u zamjenu za mogućnost ostvarivanja brojnih pogodnosti u gospodarskom, političkom, socijalnom, kulturnom i ekološkom smislu. S druge strane, svaka regionalna integracija postiže svoj puni smisao u neprestanom pridruživanju novih članica i jačanju multinacionalne kohezije, čime se izravno omogućuje materijalizacija ekonomije razmjera te osnažuje pregovaračka moć integracije na globalnoj razini. Premda se u ovom radu na regionalne integracije gleda s pozitivističke strane jer one uistinu pridonose bržoj društvenoj, gospodarskoj i političkoj konvergenciji zemalja uz određene ustupke tih zemalja prema integraciji kojoj pristupaju (npr. primjena načela supsidijarnosti), Koncul (2004: 206), upozorava se i na postojanje drukčijih pogleda na integracije gdje se upozorava na neizbježne posljedice pristupanja integracijama, društvenu bezličnost u multinacionalnim zajednicama i nepouzdanost u pravednoj raspodjeli bogatstva između bogatih i siromašnih.

Iz perspektive stvaranja novog svjetskog poretka, među najintenzivnijim i najutjecajnijim regionalnim integracijama svakako su one koje se odvijaju na europskom tlu, imajući pritom na umu političku, kulturnu i gospodarsku moć koju Europa gradi još od doba kolonijalizma. U posljednjih 20 godina, europske se integracije i terminološki i sadržajno uglavnom vežu uz proces stvaranja EU kao nadnacionalne političke, društvene i gospodarske zajednice zemalja, uglavnom, europskog kontinenta, čija brojnost stanovnika, kumulativna veličina teritorija i gospodarska snaga predstavlja svojevrsnu protutežu velikim gospodarskim silama poput SAD-a, Kine, Rusije i Japana.

Premda se tragovi ideje o stvaranju zajednice europskih zemalja mogu prepoznati još u zapisima D. Alighierija iz 14. stoljeća (*De Monarchia*), konkretnije ideje o potrebi ujedinjenja iznose se tek sredinom 19. stoljeća kad su, između ostalih, ostali zapaženi nastupi V. Huga koji je često koristio sintagmu "*United States of Europe*" (Haas, 1948: 378). Ipak, prvi pravi koraci u uspostavi multilateralnih odnosa vezanih uz međunarodnu trgovinu i sigurnost, intenziviranje pregovora između pojedinih zemalja i formaliziranje tih nastojanja dogodilo se tek sredinom 20. stoljeća kad su osnovane preteče današnje EU, i to Europska zajednica za ugljen i čelik (1951.) i Europska ekonomska zajednica (1957.) koje su tada tvorile Francuska, Zapadna Njemačka, Italija, Belgija, Nizozemska i Luksemburg (npr. Warleigh, 2004: 12). Od tada se EU proširivao ukupno pet puta, a najveće se proširenje (ono "na istok") dogodilo 2004. kad je EU pristupilo 10 zemalja, uglavnom Srednje i Istočne Europe. Na kraju 2010. punopravno članstvo u EU steklo je ukupno 27 zemalja koje, prema podacima Eurostata (2011.) zajedno čine tržište veličine od približno 502,5 milijuna stanovnika na površini većoj od 4,3 milijuna km<sup>2</sup>, dok je BDP u tekućim cijenama iznosio približno 12.257 milijardi €. Samo za usporedbu, statistički podaci za SAD (U.S. Census Bureau, 2011) pokazuju da je na kraju 2010. u toj zemlji živjelo ukupno 308,8 milijuna stanovnika na površini od 9,86 milijuna km<sup>2</sup>, dok je BDP iznosio 14.660 milijardi USD ili približno 10.971 milijardi €. Nastavak proširenja EU ide u smjeru pridruživanja još tri zemlje – RH, Islanda i Turske, od kojih će upravo RH postati 28. punopravnom članicom EU sredinom 2013., kao rezultat usklađivanja s pravnom stečevinom EU te provedenim društvenim i gospodarskim reformama. Pristupanje RH (kao i Islanda) EU, u smislu zapaženijeg povećanja statističkih podataka, nema velik značaj jer će brojem stanovnika pridonijeti rastu EU populacije za otprilike 0,9%, teritorijem za 1,3%, a BDP-om za 0,4% (DZS, 2011c). Ipak, najveće promjene u nadolazećem razdoblju EU očekuje potencijalnim pristupanjem Turske što bi na razini podataka s kraja 2010. značilo povećanje populacije zone EU za dodatnih 73,7 milijuna stanovnika (+14,7%), proširenje površine teritorija za više od 785.000 km<sup>2</sup> (+18,3%) i rast BDP-a u visini od 735,8 milijardi USD ili približno 550,7 milijardi € (+4,5%) (TurkStat, 2011).

Proces europskih integracija temelji se na nizu sporazuma i ugovora (Tablica 1.) koje zemlje pristupnice potpisuju s EU ili u okviru posebnih multilateralnih sporazuma (npr. CEFTA), čime nastoje osigurati političku stabilnost zemlje i regije, povećati nacionalnu i kolektivnu sigurnost, poboljšati uvjete za društveni i gospodarski napredak zemlje te svojim građanima osigurati bolju budućnost.

**Tablica 1:** Sudjelovanje zemalja u europskim integracijama 2011. godine

Redni broj	Zemlja	Vijeće Europe	Europska unija	Europska carinska unija	Europska gospodarska zona	Euro zona	Sporazum o korištenju eura	Europsko udruženje slobodne trgovine	Zona Schengenskog sporazuma
1.	Albanija	✓							
2.	Andora	✓		✓					✓
3.	Armenija	✓							
4.	Austrija	✓	✓	✓	✓	✓			✓
5.	Azerbajdžan	✓							
6.	Belgija	✓	✓	✓	✓	✓			✓
7.	Bjelorusija	✓							
8.	Bosna i Hercegovina	✓							
9.	Bugarska	✓	✓	✓	✓				
10.	Cipar	✓	✓	✓	✓	✓			✓
11.	Crna Gora	✓							
12.	Češka	✓	✓	✓	✓				✓
13.	Danska	✓	✓	✓	✓				✓
14.	Estonija	✓	✓	✓	✓	✓			✓
15.	Finska	✓	✓	✓	✓	✓			✓
16.	Francuska	✓	✓	✓	✓	✓			✓
17.	Grčka	✓	✓	✓	✓	✓			✓
18.	Gruzija	✓							
19.	Hrvatska	✓							
20.	Irska	✓	✓	✓	✓	✓			
21.	Island	✓			✓			✓	✓
22.	Italija	✓	✓	✓	✓	✓			✓
23.	Latvija	✓	✓	✓	✓				✓
24.	Lihtenštajn	✓			✓			✓	✓
25.	Litva	✓	✓	✓	✓				✓
26.	Luksemburg	✓	✓	✓	✓	✓			✓
27.	Mađarska	✓	✓	✓	✓				✓
28.	Makedonija	✓							
29.	Malta	✓	✓	✓	✓	✓			✓
30.	Moldavija	✓							
31.	Monako	✓		✓			✓		✓
32.	Nizozemska	✓	✓	✓	✓	✓			✓
33.	Norveška	✓			✓			✓	✓
34.	Njemačka	✓	✓	✓	✓	✓			✓
35.	Poljska	✓	✓	✓	✓				✓
36.	Portugal	✓	✓	✓	✓	✓			✓
37.	Rumunjska	✓	✓	✓	✓				
38.	Rusija	✓							
39.	San Marino	✓		✓			✓		✓
40.	Slovačka	3	3	3	3	3			3
41.	Slovenija	3	3	3	3	3			3
42.	Srbija	3							
43.	Španjolska	3	3	3	3	3			3
44.	Švedska	3	3	3	3				3
45.	Švicarska	3						3	3
46.	Turska	3		3					
47.	Ujedinjeno Kraljevstvo	3	3	3	3				
48.	Ukrajina	3							
49.	Vatikan						3		3

Izvor: Podaci preuzeti sa službene stranice Europske unije <http://europa.eu>

Među najvećim dostignućima europskih integracija je stvaranje jedinstvenog tržišta EU temeljenog na liberalizaciji međunarodne razmjene koja je u provedbenom smislu podrazumijevala otklanjanje svih tehničkih, raznih i birokratskih prepreka u intraregionalnom poslovanju. Time su ujedno stvorene i pretpostavke za prostorno ujedinjenje turističkog tržišta EU, a time i intenziviranje intraregionalnih turističkih kretanja. U kontekstu liberalizacije turističkog tržišta treba istaknuti važnost dvaju povijesno važnih dokumenata. Prvi dokument je Ugovor o EU, potpisan u veljači 1992. od strane 12 tadašnjih zemalja, kojim su se definirala jasna pravila vezana uz primjenu jedinstvene valute, vanjsku politiku i sigurnost te pravosuđe i unutarnje poslove (npr. Dinan, 2005: 3). Ugovor je, od tada do kraja 2011., potpisalo ukupno 28 zemalja. Drugi dokument je Schengenski sporazum, potpisan u ožujku 1995. između tadašnjih sedam zemalja – Belgije, Njemačke, Španjolske, Francuske, Luksemburga, Nizozemske i Portugala – kojim se olakšalo putovanje između tih zemalja bez kontrole putnih isprava na graničnim prijelazima, osim onih u zračnom prometu, zbog međunarodnih mjera sigurnosti (npr. Kaczorowska, 2008: 32). Do kraja 2011., Schengenski je sporazum stupio na snagu u 31 zemlji Europe.

Stvaranjem jedinstvenog tržišta i otvaranjem granica između zemalja EU, pojedincima i gospodarskim subjektima zajamčene su četiri temeljne slobode na kojima se gradi opća kohezija EU, a to su nesmetano kretanje ljudi, robe, usluga i kapitala među članicama. Liberalizacija kretanja u praksi znači olakšane uvjete putovanja pojedinaca i mogućnost uspostave daleko kvalitetnijih poslovnih odnosa između poduzeća iz različitih zemalja EU, što uvelike pridonosi rastu intraregionalnih turističkih kretanja i obogaćivanju turističke ponude (Lew *et al.*, 2008: 71). Konkretnije, liberalizacija turistima omogućuje niže troškove putovanja, uštedu vremena i veći izbor lako dostupnih turističkih odredišta, a sudionicima turističke ponude niže troškove poslovanja, šire tržište, bolju alokaciju resursa, veći izbor robe, usluga, energenata i radne snage te olakšan pristup kanalima distribucije turističkih usluga, investitorima i kapitalu. Za razliku od tih materijalnih i lako uočljivih koristi od pristupanja pojedine zemlje EU, brojne su i koristi čiji će učinci biti uočljivi tek nakon dužeg vremenskog razdoblja od proširenja integracije. U tom smislu Alkier Radnić (2005: 162) ističe da zemlje članice EU imaju veliku prednost kod pozicioniranja u svijesti turista i kreiranja imidža o tim zemljama, dok se odredišta izvan prostora EU smatraju tek vrijednim odredištima europske periferije. Ovome se mogu pridodati i razmišljanja Vukovića (2006: 35), koji ističe obostranu korist od pristupanja Hrvatske zajednici zemalja EU. S jedne strane, visoka atraktivnost prirodnih i društvenih turističkih resursa kojima Hrvatska raspolaže smatra se jednim od ključnih elemenata izgradnje nacionalne konkurentnosti na tržištu EU, a time i važnim sredstvom za postizanje brojnih gospodarskih ciljeva. S druge strane, pristupanje RH od prvorazrednog je značaja za EU, u smislu proširenja ponude turistički izuzetno atraktivnog, ali i očuvanog prostora koji je u novim okolnostima (samim pristupanjem) postao sastavni dio jedinstvenog turističkog tržišta EU na kojem se primjenjuju prethodno navedene četiri slobode. Liberalizacija protoka ljudi, robe, usluga i kapitala u proširenom EU, kako ističe Alkier Radnić (2009: 164), donosi povoljniji turistički položaj RH, kako u psihološkom, tako i u pragmatičnom smislu, čime je znatno olakšana turistička promocija, implementacija europskih standarda poslovanja u turizmu, privlačenje investicija i pristup



drugim oblicima tehničke pomoći. Međutim, autorica upozorava da ulazak RH na turističko tržište EU neće biti brz i spektakularan zbog naslijeđa iz razdoblja prije tranzicije, ali može biti uspješan ako zadrži autentičnost turističkih proizvoda unatoč snažnom pritisku uniformiranosti koju diktiraju globalizacijski procesi.

Da bi pristup analizi bio korektan, treba istaknuti da svaka integracija ima i svojih slabosti, a u slučaju EU te se slabosti odnose na prekomjernu birokraciju, složenost i rigidnost sustava (npr. Horne, 2009: 178), prisutnost demokratskog i ustavnog deficita na razini EU (npr. Grubiša, 2007: 140) te velike kulturološke razlike između zemalja članica (osobito s gledišta europskih subregija sjever-jug i zapad-istok), koje determiniraju mnoge odnose unutar integracije, osobito kad je riječ o gospodarskim i političkim temama (npr. Meyer, 2007: 55). Međutim, uzme li se u obzir da EU od samih svojih začetaka djeluje kao nadnacionalna zajednica zemalja s ograničenim utjecajem na području nacionalnog suvereniteta, može se očekivati da će sve te okolnosti i razlike biti i dalje prisutne, ali da će se njihov utjecaj na unutarnju političku stabilnost i koheziju integracije kroz vrijeme postupno smanjivati.

### 3.2. Stvaranje “Nove Europe” i proširenje turističkog tržišta

Nastojanja zemalja “Stare Europe” da stvore regionalnog gospodarskog i političkog lidera s jakom pregovaračkom moći na globalnoj razini, realizirana su na kraju 20. stoljeća integracijom većine zapadnoeuropskih zemalja u EU15 (četvrti krug proširenja dovršen 1995.), koju su tada činile Austrija, Belgija, Danska, Finska, Francuska, Njemačka, Grčka, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Portugal, Španjolska, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo. Početak 21. stoljeća označen je proširenjem EU s 10 zemalja srednje i istočne Europe (peti krug proširenja započeo 2004.): redom - Ciprom, Češkom, Estonijom, Latvijom, Litvom, Mađarskom, Maltom, Poljskom, Slovačkom i Slovenijom, čime je stvorena pretpostavka za formiranjem grupacije zemalja tzv. “Nove Europe”, koja je proširila zajednicu zemalja na EU25. Tri godine kasnije (peti krug proširenja završen 2007.) toj grupaciji su se pridružile Bugarska i Rumunjska, a sredinom 2013. punopravno će članstvo steći i RH i time formirati jednu od najsnažnijih regionalnih integracija svijeta – EU28.

Dok skupinu zemalja “Stare Europe” uglavnom prate stabilna društvena i gospodarska struktura temeljena na principima tržišnog kapitalizma i liberalne demokracije, zemlje su “Nove Europe” još uvijek opterećene društvenim i gospodarskim naslijeđem iz razdoblja prije pristupanja EU, koje je obilježeno visokim stopama nezaposlenosti, zastarjelom proizvodnom tehnologijom, niskom produktivnošću, nedostatnim menadžerskim znanjima, političkom nestabilnošću, itd. Iz te perspektive čini se kao da su zemlje “Nove Europe” svojevrsni teret zemljama “Stare Europe” u očuvanju konkurentnosti EU prema ostalim regionalnim integracijama u svijetu, međutim, bez proširenja EU novim zemljama članicama, dugoročna konkurentnost bila bi upitna jer bi zemlje današnje “Nove Europe” vjerojatno formirale novu ili ušle u sastav postojećih međunarodnih integracija i time definirale bitno drukčije političke i gospodarske odnose u dugom roku. U tom smislu, jedina strategija koja jamči dugoročnu stabilnost Europe temeljena je na kontinuiranom proširenju EU te



primjenom načela multilateralne solidarnosti danas pomoći zemljama “Nove Europe” u njihovu razvoju i ubrzanju provedbi strukturnih reformi kako bi u društvenom, gospodarskom i političkom smislu što prije konvergirale stupnju razvoja zemalja “Stare Europe” i kako bi sutra mogle ravnopravno participirati unutar EU u nastupu prema ostatku svijeta.

Za potrebe kvantifikacije odnosa gospodarske moći “Stare” i “Nove Europe” (uključujući i RH), korišteni su podaci Eurostata za 2010., koji jasno ocrtavaju gospodarsku premoć zemalja “Stare Europe” (Tablica 2.). Za indikatore su odabrani brojnost stanovništva, BDP po stanovniku te uvoz i izvoz usluga ostvaren putem međunarodnog turizma, što predstavlja temelj daljnje analize.

**Tablica 2:** Makroekonomski pokazatelji skupina zemalja EU i RH 2010. godine

Zemlje	Stanovništvo (u 000)	BDP per capita u tržišnim cijenama (u €)	Izvoz usluga putem turizma (u mlrd. €)	Uvoz usluga putem turizma (u mlrd. €)	Neto izvoz usluga putem turizma (u mlrd. €)
Europska unija EU28	505.552	23.200	289,6	267,2	22,4
Stara Europa EU15	397.805	33.500	221,6	228,4	-6,8
Nova Europa EU+13	107.747	11.300	34,0	19,4	14,6
Bugarska	7.564	4.800	2,7	0,9	1,8
Cipar	803	21.600	1,7	0,9	0,8
Češka	10.507	14.200	5,0	3,1	1,9
Estonija	1.340	10.700	0,8	0,5	0,3
Hrvatska	4.426	10.400	6,2	0,6	5,6
Latvija	2.248	8.000	0,5	0,5	0,0
Litva	3.329	8.400	0,8	0,6	0,2
Mađarska	10.014	9.700	4,0	2,2	1,8
Malta	414	14.800	0,8	0,3	0,5
Poljska	38.167	9.300	7,2	6,2	1,0
Rumunjska	21.462	5.700	0,9	1,2	-0,3
Slovačka	5.425	12.100	1,7	1,5	0,2
Slovenija	2.047	17.300	1,7	0,9	0,8

Izvor: Podaci preuzeti s internetskih stranica Eurostata <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Iz podataka se uočava da zemlje “Stare Europe” raspolažu s četverostruko većim radnim potencijalom i trostruko većim BDP-om po stanovniku od zemalja koje su se EU pridružile u petom proširenju. Analiza pokazatelja vezanih uz uvoz i izvoz usluga putem međunarodnog turizma, uočljiva je u 6,5 puta većoj turističkoj potrošnji po osnovi međunarodnih turističkih kretanja u zemljama “Stare Europe”, nego što je to u zemljama “Nove Europe”, ali je indikativno to da zemlje “Nove Europe” ostvaruju pozitivnu vrijednost neto izvoza usluga, što nije slučaj u zemljama

“Stare Europe”. Tome u prilog ide i rast atraktivnosti zemalja “Nove Europe”, što potvrđuje i stopa rasta ostvarenih međunarodnih turističkih dolazaka u zemljama srednje i istočne Europe od 3,2% godišnje u razdoblju od 2000. do 2010., dok je ista vrijednost za zemlje zapadne Europe na razini 1% (UNWTO, 2011).

Kako bi se stekao uvid u razmjere utjecaja samog čina stjecanja punopravnog članstva u EU na trendove u turističkim kretanjima pojedinih zemalja, nužno je proširiti analizu na ostvarene dolaske i noćenja turista u vremenskom razdoblju koje obuhvaća vrijeme prije i nakon pristupanja zemlje EU. Za potrebe takve analize, korišteni su podaci Eurostata, a odnose se na ostvareni turistički promet u kolektivnim smještajnim kapacitetima (isključen tzv. privatni smještaj) dvije godine prije (2004., odnosno 2007.) i dvije godine nakon stjecanja punopravnog članstva pojedine zemlje u EU. Iako analizirani podaci ne uključuju sav turistički promet ostvaren po pojedinim zemljama, već samo onaj u kolektivnim smještajnim objektima, pristup je metodološki korektan jer su korišteni jedinstveni podaci i to za sve zemlje iz uzorka čime je osigurana konzistentnost analize i usporedivost na međunarodnoj razini. Prva odabrana vremenska serija podataka odnosi se na ostvarene turističke dolaske (Tablica 3.).

**Tablica 3:** Kretanje godišnje stope rasta ukupnih turističkih dolazaka u kolektivnim smještajnim objektima zemalja “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU

Zemlje	Dvije godine prije pristupanja	Jednu godinu prije pristupanja	Godina pristupanja (2004. ili 2007.)	Jednu godinu nakon pristupanja	Dvije godine nakon pristupanja
Bugarska	14,4%	11,1%	12,0%	4,4%	-12,7%
Češka	-3,7%	8,9%	7,7%	1,2%	2,9%
Estonija	-1,1%	11,3%	23,1%	7,8%	9,0%
Cipar	-9,6%	-7,7%	-2,0%	1,5%	3,1%
Latvija	7,8%	14,0%	18,7%	28,1%	15,3%
Litva	n/a	12,7%	33,5%	20,4%	16,4%
Mađarska	1,9%	2,3%	4,8%	6,8%	1,7%
Malta	n/a	n/a	7,3%	-2,0%	1,1%
Poljska	2,1%	3,3%	7,5%	5,4%	5,5%
Rumunjska	2,9%	7,1%	12,2%	2,2%	-13,8%
Slovenija	3,4%	3,7%	4,6%	2,7%	3,6%
Slovačka	7,6%	-2,3%	-3,9%	5,7%	4,5%

Izvor: Izračunano prema podacima Eurostata dostupnim on-line na <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Kompilacija podataka o petogodišnjem trendu kretanja broja dolazaka turista u zemljama “Nove Europe” otkriva zanimljiv rast broja dolazaka turista upravo u godini kad je zemlja stekla svoje punopravno članstvo u EU. Premda je broj ostvarenih dolazaka turista vrijedan pokazatelj rasta stupnja mobilnosti turista u prostoru, osobito

iz perspektive mjerenja utjecaja primjene Schengenskog sporazuma, s metodološkog gledišta vrijedi istaknuti kako su, za razliku od turističkih dolazaka, registrirana noćenja turista, ipak, pouzdaniji pokazatelj razvoja turizma na određenom prostoru i čvršća podloga za složeniju ekonomsku analizu (Čavlek *et al.*, 2011: 333). Značajnost varijable turističkih dolazaka utoliko je manja zbog činjenice da turisti tijekom svog boravka u odabranoj zemlji nerijetko mijenjaju smještajni objekt, pa zato dolazi do višestruke evidencije njihova boravka u zemlji i iskrivljavanja deriviranih podataka o, npr. prosječnoj dužini boravka ili dnevnoj potrošnji po turistu. Druga odabrana vremenska serija podataka za zemlje “Nove Europe” odnosi se na kretanje broja noćenja turista u razdoblju prije i nakon pristupanja zemlje EU (Tablica 4.).

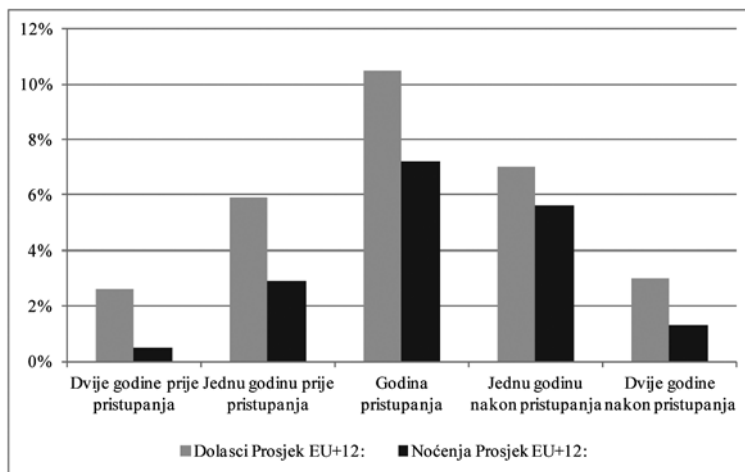
**Tablica 4:** Kretanje godišnje stope rasta ukupnih turističkih noćenja u kolektivnim smještajnim objektima zemalja “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU

Zemlje	Dvije godine prije pristupanja	Jednu godinu prije pristupanja	Godina pristupanja (2004. ili 2007.)	Jednu godinu nakon pristupanja	Dvije godine nakon pristupanja
Bugarska	13,5%	8,0%	3,6%	1,2%	-16,0%
Češka	-5,1%	6,0%	3,7%	-1,1%	2,8%
Estonija	n/a	14,4%	21,8%	9,4%	10,5%
Cipar	-14,2%	-10,5%	1,8%	2,3%	-4,1%
Latvija	4,8%	6,7%	14,3%	27,5%	18,2%
Litva	n/a	0,2%	30,6%	21,0%	11,9%
Mađarska	-1,1%	0,9%	1,6%	4,4%	-0,4%
Malta	n/a	n/a	n/a	-2,2%	-2,1%
Poljska	-3,8%	2,6%	2,9%	4,2%	5,4%
Rumunjska	-0,7%	3,4%	8,4%	0,7%	-16,4%
Slovenija	2,5%	2,4%	1,4%	0,1%	1,9%
Slovačka	8,4%	-2,3%	-11,0%	-0,1%	3,7%

Izvor: Izračunano prema podacima Eurostata dostupnim on-line na <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Iz analize podataka uočljiv je sličan trend kao i kod ostvarenih turističkih dolazaka iako s nešto blažim oscilacijama, što se može objasniti prethodno navedenim metodološkim napomenama vezanih uz razlike koje proizlaze iz načina statističkog obračuna turističkih dolazaka i noćenja. Za ilustraciju snage utjecaja proširenja EU na nove zemlje članice, izračunane su prosječne stope kretanja broja dolazaka i noćenja turista u kolektivnim smještajnim objektima u 12 zemalja “Nove Europe” u razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon stjecanja punopravnog članstva u EU. Iako tako izračunani i prikazani podaci (Grafikon 1.) nemaju visoku vrijednost za precizniji izračun ili predviđanje budućih kretanja turističkog prometa u zemljama koje su u procesu pristupanja EU (poput RH), zanimljivo je primijetiti linearan rast i pad stopa oko godine pristupanja u kojoj su vrijednosti bile najviša.

**Grafikon 1:** Prosječne godišnje stope rasta broja dolazaka i noćenja turista u kolektivnim smještajnim objektima zemalja “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU (kumulativno)



Izvor: Izračunano prema podacima Eurostata dostupnim on-line na <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Iz svih prethodno prikazanih podataka uočljivo je da potpisivanje pristupnog ugovora s EU, kao i kasnije stjecanje punopravnog članstva zemlje u EU pozitivno utječe na rast turističkih kretanja kako onih inozemnih, tako i onih unutar pojedine zemlje. U tom se smislu može očekivati da će i u RH doći do zapaženog rasta turističkog prometa na što ukazuju i vrijednosti rasta broja dolazaka i noćenja turista u turističkoj sezoni 2011. označenoj kao “dvije godine prije pristupanja”. U prvih devet mjeseci te godine (što čini prosječno više od 90% ukupno ostvarenog godišnjeg turističkog prometa) zabilježen je rast broja dolazaka turista u kolektivnim smještajnim objektima od 7,6% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine i noćenja turista od 5,8% (DZS, 2011b). Koliko će taj trend biti izraženiji u 2012., a posebno u 2013. kad se očekuje stjecanje punopravnog članstva RH u EU tek treba vidjeti. Primjena prognostičkih statističkih modela ovdje ne bi dala zadovoljavajuće rezultate zbog utjecaja velikog broja čimbenika poput, npr. razlika u gospodarskoj strukturi zemalja, razlika u resursnoj osnovi, promjena trendova u putovanjima, mogućih oscilacija u kretanju gospodarske aktivnosti na jakim turistički emitivnim (npr. Njemačka), ali i turistički receptivnim tržištima (npr. Grčka), zbog čega može doći do zapaženije redistribucije turističkog prometa na prostoru regije, ali i promjena u visini i strukturi turističke potrošnje.

Na kraju treba istaknuti i to da je, imajući na umu stope rasta međunarodnih turističkih dolazaka i ostvarene turističke potrošnje od međunarodnog turizma u ostalim regijama svijeta u proteklih 10 godina, uočen postepen gubitak tržišnog udje-

la Europe u globalnim turističkim kretanjima. Prema podacima UNWTO-a (2011 i 2000) o turističkim kretanjima na regionalnoj razini, Europa je 1990. imala udio od 60,1% međunarodnih turističkih dolazaka i 54,4% prihoda od međunarodnog turizma na globalnoj razini, dok su 2010. ti udjeli pali na 50,7% za dolaske i 44,2% za prihode. Budući da su apsolutne vrijednosti turističkog prometa za Europu u spomenutom 20. godišnjem razdoblju, ipak, bilježile respektabilan rast s 262 na 477 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka (+82%) te sa 144 na 406 milijardi USD prihoda od međunarodnog turizma (+183%), može se zaključiti da je u relativnom odnosu među regijama došlo do redistribucije turističkog prometa iz Europe prema ostalim regijama gdje se posebno ističe regija Azije i Pacifika koja je u istom razdoblju u međunarodnim turističkim dolascima zabilježila rast s 56 na 204 milijuna (+264%), a u prihodima od međunarodnog turizma s 39 na 249 milijardi USD (+538%). Iz perspektive današnjih tržišnih odnosa, može se očekivati nastavak trenda globalne redistribucije turističkih kretanja, iako bi se, statistički mjereno, udjeli u globalnim vrijednostima kao i pripadajuće stope rasta za ostale regije svijeta trebale s godinama početi postupno smanjivati.

Proširenje teritorija EU zemljama “Nove Europe” i valorizacija njihovih turističkih resursa vodi k podizanju atraktivnosti i konkurentnosti Europe na svjetskoj razini, ali i do osnaživanja turističkih kretanja na intraregionalnoj razini. Na tim osnovama i u kontekstu sveprisutne konsolidacije turističkog proizvoda tradicionalno najposjećenijih receptivnih područja zapadne Europe, upravo bi turistička ponuda zemalja “Nove Europe” trebala odigrati ključnu ulogu u redistribuciji dijela intraregionalnog turističkog prometa i omogućiti revitalizaciju turističkog proizvoda cijele regije.

### **3.3. Glavni gradovi “Nove Europe” kao unikatne turističke destinacije**

Budući da granice između zemalja EU, osobito onih u zoni primjene Schengenskog sporazuma, sve više gube na važnosti, ulogu svojevrsnog čuvara suvereniteta i kulturnog identiteta jednog naroda preuzimaju upravo glavni gradovi. Kontinuirano proširenje teritorija jedna je od ključnih dimenzija strategije razvoja EU u kojoj glavni gradovi zemalja članica predstavljaju entitete s posebnim statusom u političkom, administrativnom, kulturnom, gospodarskom, obrazovnom i turističkom smislu.

Glavni gradovi zemalja oduvijek su privlačili veliku pozornost i danas se smatraju jednim od najatraktivnijih prostora za stanovanje i rad, ali i za određište turističkog putovanja i boravka. Mnogo je razloga zašto su baš glavni gradovi među najposjećenijim turističkim odredištima svijeta i vrlo često postaju sastavni dio itinerera organiziranih turističkih putovanja, pa čak i onih koja nisu temeljena primarno na urbanoj turističkoj ponudi. Među glavnim razlozima su izražena prometna dostupnost, visoko kvalitetna turistička infrastruktura (osobito ponuda smještaja i kongresnih sadržaja), bogatstvo kulturnih sadržaja, obilje raznovrsnih manifestacija, u pravilu, najveće mogućnosti kupovine, zabave, sportske rekreacije i mnogo čega drugoga.

U analizi zajedničkih obilježja glavnih gradova kao i obilježja po kojima se međusobno razlikuju, P. Hall (2000: 9) klasificirao je glavne gradove u sedam skupina vodeći računa o njihovoj ulozi i utjecaju kako na nacionalnoj, tako i na međunarodnoj razini. To su:

1. *multifunkcionalni glavni gradovi* – gradovi koji ujedinjavaju najviše državnih funkcija jedne zemlje (npr. Stockholm, Varšava, Zagreb);
2. *glavni gradovi od globalnog značaja* – centri u kojima je koncentrirana globalna politička i trgovinska moć (npr. Beč, London, Pariz);
3. *politički glavni gradovi* – manji gradovi kojima je dodijeljena uloga administrativnih centara na nacionalnoj razini (npr. Bern, Washington, Canberra);
4. *bivši glavni gradovi zemalja* – centri koji su zadržali svoj utjecaj na temelju njihova povijesnog značaja (npr. Zürich, Sankt Peterburg, Varaždin);
5. *bivši imperijalistički glavni gradovi* – gradovi koji i danas imaju ulogu glavnih gradova, a ističu se po bogatoj povijesti (npr. Lisabon, Rim, Berlin);
6. *utjecajni glavni gradovi nižih administrativnih jedinica zemalja* – pokrajina, provincija, okruga, županija itd. (npr. München, Salzburg, Barcelona);
7. *glavni gradovi u funkciji sjedišta međunarodnih institucija* (npr. Bruxelles - EU, Strasbourg - Međunarodni sud za ljudska prava, Frankfurt - Europska središnja banka).

Uporaba sintagme “glavni grad” u bilo kojem kontekstu iz prethodne klasifikacije ima posebnu važnost kad je riječ o brendiranju grada kao turističkog odredišta i stvaranju inicijalne percepcije turista o vrijednosti posjeta tim sredinama. Atraktivnost itinerera, koji obuhvaćaju “glavne gradove”, posebno je izražena upravo na europskom kontinentu gdje se na relativno malom prostoru nalazi iznimno velik broj “glavnih gradova”. Promotrite li se samo aktualni glavni gradovi zemalja može se zaključiti da je gustoća tih visoko atraktivnih turističkih destinacija u Europi zapravo najviša na svijetu. Na prvom mjestu se, dakle, nalazi Europa u kojoj se 45 glavnih gradova nalazi na površini teritorija od 10,2 milijuna km<sup>2</sup>, dok se na drugom mjestu nalazi Afrika koja obuhvaća 57 glavnih gradova na 30,2 milijuna km<sup>2</sup>. U ostalim regijama svijeta odnos broja glavnih gradova i površine teritorija je u smislu turističkih kretanja puno nepovoljniji (CIA, 2011). Relativna blizina, politički značaj i raznovrsnost ponude među najvažnijim su elementima visoke atraktivnosti glavnih gradova koji, u kombinaciji s visokom gustoćom stanovništva regije i prisutnim trendom rastućeg interesa za urbanim turističkim proizvodom, omogućuju generiranje velike turističke potražnje i potrošnje, što je zasigurno jaka konkurentna prednost tih odredišta u odnosu na ostale turistički receptivne prostore. Kako je prostorni raspored glavnih gradova Europe idealan u smislu povezivanja ponude pojedinih subregija u vremenski i troškovno prihvatljive turističke aranžmane, policentrični razvoj prostora u Europi omogućio je pravilnu distribuciju turističkog prometa unutar regije i stvaranje jasnih distinkcija između turističkih proizvoda pojedinih gradova. U praktičnom smislu to znači da turisti ne moraju mnogo putovati da bi posjetili više glavnih gradova Europe, što u ostatku svijeta nije slučaj. U tom smislu mogu se istaknuti primjeri glavnih gradova susjednih zemalja koji su prostorno vrlo blizu i često obuhvaćeni jednim putovanjem kao što su npr. Beč

i Bratislava, Helsinki i Tallinn, Ljubljana i Zagreb, glavni gradovi zemalja Beneluksa, specifičnost aglomeracije Rima i Vatikana, itd.

Iz perspektive političkog, gospodarskog i demografskog utjecaja ili, bolje rečeno, koncentracije moći u glavnim gradovima zemalja EU, zanimljivo je usporediti da neki gradovi imaju više stanovnika nego čitave zemlje članice, što im daje na važnosti i stvara poseban imidž turističke destinacije. Na primjer, London kao najveći glavni grad u EU sa svojih više od 7,6 milijuna stanovnika ima veću populaciju od triju baltičkih zemalja koje zajedno imaju otprilike 7 milijuna stanovnika (Eurostat, 2011). Za razliku od "Stare Europe", koja ima nekoliko velikih gradskih sredina poput Londona, Berlina, Madrida itd., 13 glavnih gradova zemalja "Nove Europe", ipak, su manji gradovi čija veličina populacije (mjerena unutar administrativnih granica grada) ne prelazi 2 milijuna stanovnika, a svega 5 gradova ima populaciju veću od milijun stanovnika (Tablica 5).

**Tablica 5:** Glavni gradovi "Nove Europe" prema broju stanovnika, površini i gustoći naseljenosti 2010. godine

Rang	Grad	Stanovnika	Površina (km <sup>2</sup> )	Gustoća (st./km <sup>2</sup> )
1.	Bukurešt (2008.)	1.944.000	238	8.168
2.	Budimpešta	1.721.600	525	3.279
3.	Varšava	1.720.400	517	3.328
4.	Sofija	1.259.500	492	2.560
5.	Prag	1.257.200	496	2.535
6.	Zagreb	792.900	641	1.237
7.	Riga	706.400	303	2.331
8.	Vilnius	560.200	401	1.397
9.	Bratislava	432.800	367	1.179
10.	Tallinn	399.300	159	2.511
11.	Ljubljana	280.100	275	1.019
12.	Nikozija	236.200	111	2.128
13.	Valetta (2009.)	6.100	1	6.100

Izvor: Nacionalni statistički uredi odabranih zemalja; poveznica preko internetske stranice Državnog zavoda za statistiku RH [www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp](http://www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp)

Iz podataka prikazanih u prethodnoj Tablici uočljiva je raznolika gustoća naseljenosti u glavnim gradovima koji se mogu klasificirati u tri skupine: do 1.400 st/km<sup>2</sup> (4 grada), od 2.100 do 3.400 st/km<sup>2</sup> (7 gradova) i iznad 6.000 st/km<sup>2</sup> (2 grada). U tom kontekstu podaci otkrivaju visoku gustoću naseljenosti upravo u gradovima s populacijom većom od milijun stanovnika, što u kombinaciji s brojnim drugim čimbenicima može izravno utjecati na stupanj zadovoljstva i ukupnost doživljaja posjetitelja tih gradova (Riganti, 2006: 5).

S obzirom na izrazitu atraktivnost glavnih gradova zemalja EU u kulturnom smislu koja rezultira rastućom koncentracijom turističke ponude i turističke



potražnje u tim sredinama, EU je 1985. pokrenuo projekt pod nazivom “Europske prijestolnice kulture” kako bi djelomično ublažila pritisak na glavne gradove i ukazao na vrijednost kulturnih obilježja i naslijeđa gradova koji, također, imaju jak utjecaj u društvu, politici i turizmu, a nisu nužno glavni gradovi. U okviru tog projekta svake godine bira se jedan ili više gradova koji imaju priliku unutar programa brojnih kulturnih događanja predstaviti sve posebnosti koje čine kulturni identitet podneblja kojem grad pripada. Prema podacima sa službene internetske stranice Europske komisije, među glavnim ciljevima ovog projekta ističe se važnost očuvanja raznolikosti kultura europskih naroda, zbližavanje Europljana na kulturnom planu, promoviranje uzajamnog razumijevanja, revitalizacija gradova i njihove kulturne ponude, izgradnja međunarodnog kulturnog identiteta grada, unaprjeđenje imidža lokalnog stanovništva i poticanje razvoja turizma. Do sada je više od 40 gradova Europe iskoristilo mogućnost biti europskom prijestolnicom kulture čiji su utjecaji i učinci bili predmet analize u mnogim znanstvenim radovima usmjerenih na jedan grad (npr. Bergsgard *et al.*, 2010 za Stavanger), dva (npr. Hitters, 2007 za Porto i Rotterdam) ili više njih u obliku komparativne analize (Sykes, 2011).

#### 4. TURISTIČKI TOKOVI U GLAVNIM GRADOVIMA “NOVE EUROPE” PRIJE I NAKON PRISTUPANJA ZEMALJA EU

Sobzirom na očekivanja da se pristupanje neke zemlje EU podjednako odražava na čitavo njezino gospodarstvo, cilj ovoga poglavlja je utvrditi u kojoj mjeri se poklapaju trendovi ostvarenog turističkog prometa na nacionalnoj razini s trendovima istih pokazatelja u njihovim glavnim gradovima. Na uzorku od 7 glavnih gradova za koje su bili dostupni statistički podaci, izračunane su vrijednosti stope rasta ukupnih turističkih dolazaka u ukupnim smještajnim objektima u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU (Tablica 6).

**Tablica 6:** Kretanje godišnje stope rasta ukupnih turističkih dolazaka u smještajnim objektima odabranih glavnih gradova “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU

Gradovi	Dvije godine prije pristupanja	Jednu godinu prije pristupanja	Godina pristupanja	Jednu godinu nakon pristupanja	Dvije godine nakon pristupanja
Bratislava	9,0%	0,2%	9,8%	9,0%	6,9%
Ljubljana	8,0%	2,0%	23,4%	21,1%	11,4%
Tallinn	-	6,4%	30,7%	6,5%	2,6%
Budimpešta	-2,3%	2,0%	18,6%	9,1%	-3,7%
Varšava	-	-	-	10,3%	7,9%
Prag	-15,8%	19,4%	27,7%	6,3%	0,8%
Bukurešt	13,2%	10,4%	11,4%	4,8%	-3,5%
Zagreb	5,1%	-	-	-	--

Izvor: Nacionalni statistički uredi odabranih zemalja; poveznica preko internetske stranice Državnog zavoda za statistiku RH [www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp](http://www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp)

Iz dobivenih podataka za glavne gradove uočljiv je sličan trend nacionalnim kretanjima broja ostvarenih turističkih dolazaka rasta prije i nakon pristupanja zemlje EU, međutim, detaljnijom analizom i usporedbom podataka, dolazi se do vrijednog saznanja da je stopa rasta broja dolazaka turista za gradove gotovo dvostruko viša (10,5% na nacionalnoj i 20,3% na gradskoj razini). Iz perspektive grada Zagreba, stopa rasta broja turističkih dolazaka od 5,1% u prvih devet mjeseci 2011. u odnosu na isto razdoblje godinu ranije (kao prve godine u promatranom vremenskom razdoblju) ukazuje na dobar početak petogodišnjeg razdoblja u kojem se očekuje intenzivan rast broja dolazaka. Za razliku od trenda rasta broja dolazaka, slični izračun i usporedba napravljeni su i za ostvarena noćenja turista u zemljama “Nove Europe” (Tablica 7).

**Tablica 7:** Kretanje godišnje stope rasta ukupnih noćenja turista u smještajnim objektima odabranih glavnih gradova “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU

Gradovi	Dvije godine prije pristupanja	Jednu godinu prije pristupanja	Godina pristupanja	Jednu godinu nakon pristupanja	Dvije godine nakon pristupanja
Bratislava	9,4%	0,4%	5,1%	16,1%	3,2%
Ljubljana	4,9%	6,5%	15,5%	14,7%	11,9%
Tallinn	-	9,4%	32,0%	14,8%	9,0%
Budimpešta	-3,5%	4,1%	16,7%	7,2%	-5,6%
Varšava	-	-	-	7,8%	5,9%
Prag	-15,6%	19,9%	26,6%	5,0%	0,6%
Bukurešt	7,5%	12,8%	21,1%	7,8%	-15,0%
Zagreb	3,6%	-	-	-	-

Izvor: Nacionalni statistički uredi odabranih zemalja; poveznica preko internetske stranice Državnog zavoda za statistiku RH [www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp](http://www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp)

Iz podataka o stopama kretanja broja turističkih noćenja uočljivo je da je u godini pristupanja zemlje EU (2004., odnosno 2007.) prosječna stopa rasta broja turističkih noćenja za glavne gradove iznosila 19,5%, dok je ona za nacionalnu razinu iznosila 7,2%. Zaključno, oba izračuna ukazuju na prisutnost izraženijeg trenda rasta broja dolazaka i noćenja turista u glavnim gradovima, nego što je trend kretanja istih varijabli za cijelu zemlju. U usporedbi podataka za RH i grad Zagreb, rast broja noćenja u prvih devet mjeseci 2011. u odnosu na isto razdoblje godinu ranije za RH iznosi 6,8%, dok je isti pokazatelj za Zagreb gotovo upola manji i iznosi 3,6%. Razlika u stopama može se prvenstveno objasniti visokom atraktivnošću priobalnih županija koje raspolažu s 95% svih smještajnih kapaciteta RH, ali i resursima koji omogućuju duže zadržavanje turista (ostvarivanje većeg broja noćenja) zbog čega i ne čudi pripadajuća stopa rasta broja noćenja u toj regiji od 6,9% u istom promatranom razdoblju. S druge strane, Zagrebu tek predstoji intenzivniji razvoj i obogaćivanje turističkog proizvoda, ali i izgradnja smještajnih kapaciteta, koji će zajedno omogućiti intenzivniji rast broja dolazaka turista i njihovo dulje zadržavanje u odredištu. Kao nadopunu prethodnim trendovima, u nastavku je prikazan trend kretanja broja postelja u glavnim gradovima za isto vremensko razdoblje (Tablica 8.).

**Tablica 8:** Kretanje godišnje stope rasta broja postelja u smještajnim objektima odabranih glavnih gradova “Nove Europe” u vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU

Gradovi	Dvije godine prije pristupanja	Jednu godinu prije pristupanja	Godina pristupanja	Jednu godinu nakon pristupanja	Dvije godine nakon pristupanja
Bratislava	21,7%	4,9%	-1,1%	8,0%	-6,5%
Ljubljana	4,5%	9,5%	9,9%	26,8%	5,1%
Tallinn	14,8%	6,4%	30,0%	17,0%	0,2%
Budimpešta	0,2%	6,9%	-3,8%	-6,1%	2,3%
Varšava	-	-	-	-2,4%	-1,3%
Prag	3,3%	-0,5%	-2,7%	-3,7%	5,0%
Bukurešt	-2,6%	16,0%	9,1%	38,2%	7,2%
Zagreb	-0,6%	-	-	-	-

Izvor: Nacionalni statistički uredi odabranih zemalja; poveznica preko internetske stranice Državnog zavoda za statistiku RH [www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp](http://www.dzs.hr/Hrv/links/Statistics/Statistics.asp)

Za razliku od broja dolazaka i noćenja turista, trendovi kretanja broja postelja u 7 odabranih glavnih gradova, ipak, bilježe nešto drukčiji iako i dalje rastući trend, što se i može očekivati imajući na umu izrazitu neelastičnost turističke (smještajne) ponude koja ne može u kratkom roku reagirati na promjene u tržišnim uvjetima. U tom smislu, stope rasta broja postelja tijekom prve tri godine promatranog razdoblja prikazuju ravnomjeran trend rasta od otprilike 7% svake godine, što znači da je utjecaj pristupanja zemlje EU na intenzivniji rast broja postelja u glavnim gradovima uočljiv tek godinu nakon pristupanja kad je izračunana prosječna stopa rasla na 11%. Dvije godine nakon pristupanja zemlje EU dolazi do stagnacije (+1,7%) u izgradnji smještajnih kapaciteta u glavnim gradovima, što je determinirano promjenama u tržišnim trendovima, slabijim marketinškim kampanjama, stupnjem iskorištenja objekata, investicijskom ciklusu i potencijalnom neizvjesnošću. Za usporedbu, prikazani podatak o padu broja postelja u Zagrebu (-0,6%) na prvi pogled ne odražava povoljnost situacije u pogledu otvaranja novih smještajnih kapaciteta kojih u Zagrebu svakako nedostaje. Međutim, analizom podataka koji otkrivaju strukturu smještajnih kapaciteta dolazi se do spoznaje da je u gradu, ipak, prisutan kontinuirani rast broja postelja (npr. u hotelima +3,5% ili privatnom smještaju +9,0%), a prikazani pad posljedica je promjene metodologije vođenja statistike smještajnih kapaciteta koja ne uključuje više kapacitete u pansionima, kampovima te spavaćim i kušet-vagonima.

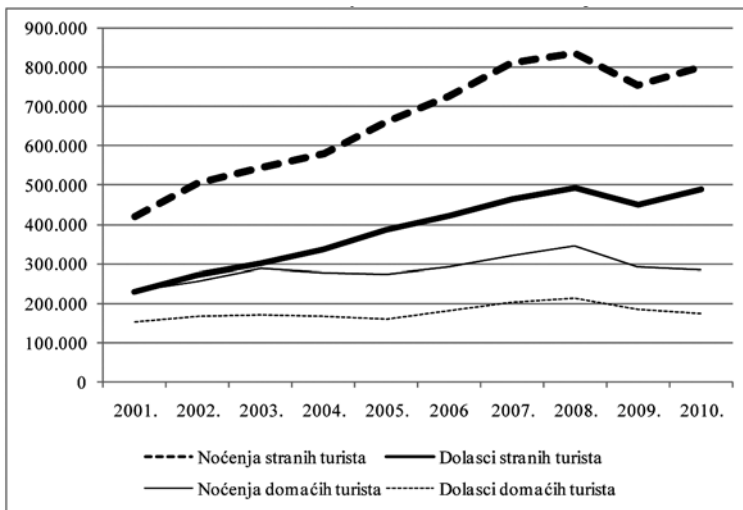
## 5. MOGUĆI TRENDOVI RAZVOJA TURIZMA U GRADU ZAGREBU NAKON PRISTUPA REPUBLIKE HRVATSKE EU

Osim činjenice da je riječ o glavnom gradu zemlje koja svoj identitet i imidž gradi na maritimnoj turističkoj ponudi, Zagreb je po svim svojim društvenim, kulturnim, arhitektonsko-urbanističkim, gospodarskim i socijalnim obilježjima kontinentalni srednjoeuropski grad “skrojen po mjeri svakog čovjeka”, bilo da je riječ o

stanovniku ili privremenom posjetitelju. Brojni su prirodni i društveni resursi koji ga krasi i koji mu osiguravaju dugoročnu turističku atraktivnost, međutim svojstvo glavnog grada zemlje važan je atribut u izgradnji prepoznatljivosti i diferenciranju turističkog proizvoda koji posjeduje još "samo" 27 gradova u EU. Prema City Mayors ([www.citymayors.com](http://www.citymayors.com)) rangiranju gradova po broju stanovnika koji žive unutar administrativnih granica, Zagreb se sa svojih 800.000 stanovnika svrstava na 495. mjesto po veličini u svijetu, 43. u Europi, 20. u EU28 i 6. u skupini zemalja "Nove Europe" EU+13 (vidjeti Tablicu 5.). Riječ je, dakle, o srednje velikoj urbanoj aglomeraciji koja je tipična za europski prostor i koja se po brojnim pokazateljima (gustoća naseljenosti, kvaliteta okoliša, razvijenost kulture, razvijenost turističke infrastrukture, povoljnost cijena proizvoda i usluga, gostoljubivost loknog stanovništva, osobna sigurnost, itd.) smatra pogodnom za razvoj kvalitetnog urbanog turizma.

U kontekstu procjene budućeg kretanja ostvarenog fizičkog turističkog prometa (dolasci i noćenja turista) u Zagrebu pod utjecajem pristupanja RH EU, pokazatelji razvoja turizma u razdoblju od 2001. do 2010. ukazuju na zalihu potencijala koju bi Zagreb objektivno mogao i trebao iskoristiti u idućem petogodišnjem razdoblju. Za ilustraciju trendova u kretanju broja ostvarenih turističkih dolazaka i noćenja, oblikovan je Grafikon 2.

**Grafikon 2:** Kretanje ostvarenih dolazaka i noćenja turista u Zagrebu u vremenskom razdoblju od 2001. do 2010. godine

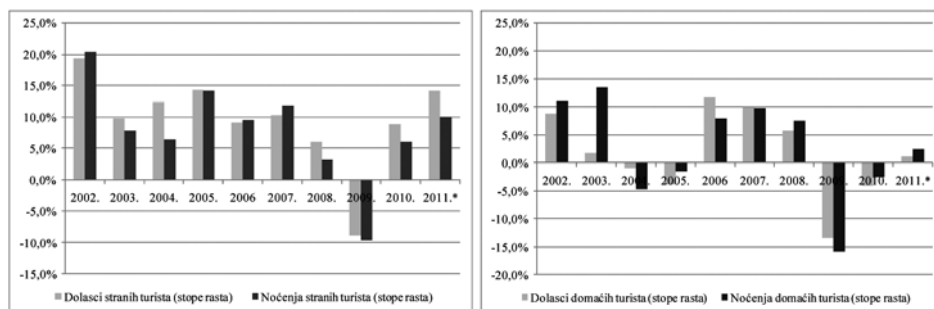


Izvor: DZS (2001.-2011.)

Uvidom u podatke o kretanju broju dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista, od početka trećeg milenija (2001.) do početka recesijskog razdoblja (2008.) zamjetan je zavidan rast broja dolazaka (+114,8%) i noćenja stranih turista (+99,4%), dok je domaći

turistički promet bilježio nešto niže stope rasta i to 37,1% za dolaskе i 50,3% za noćenja. Nastupom globalne gospodarske krize 2009. dolazi do pada broja dolazaka stranih turista (-8,8%) i njihovih noćenja (-9,6%), dok je domaći turistički promet zabilježio još snažniji pad promatranih varijabli (-13,3% u dolascima i -15,7% u noćenjima). Kretanje međugodišnjih stopa rasta broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u Zagrebu za proteklih 10 godina uočljiv je na usporednom Grafikonu 3.

**Grafikon 3:** Kretanje godišnje stope rasta broja dolazaka i noćenja stranih (lijevi grafikon) i domaćih (desni grafikon) turista u Zagrebu od 2002. do rujna 2011. godine



\*Napomena: samo za prvih devet mjeseci u usporedbi s istim razdobljem godinu prije

Izvor: DZS (2001.-2011.)

Analizom podataka izvedenih u prethodnim prikazima (2. i 3.) dolazi se do zaključka da je strani turistički promet u uzlaznoj putanji, što se može zahvaliti, prije svega, kontinuiranim ulaganjima u razvoj turističke infrastrukture i u promotivne aktivnosti na međunarodnom tržištu. Pristupanje RH EU Zagrebu bi trebalo donijeti intenzivniji rast broja turističkih dolazaka i noćenja. Ako je suditi po trendovima kretanja u ostvarenju turističkog prometa u glavnim gradovima "Nove Europe" prikazanih u Tablicama 6. i 7., a imajući na umu sve posebnosti trenutka pristupanja zemalja EU, njihovim geografskim obilježjima, različitim obilježjima gradova i drukčijim trendovima koji oblikuju turistički promet i razvoj turističke infrastrukture, Zagreb bi do 2015. mogao dosegnuti granicu od 900.000 turističkih dolazaka i 1,5 milijuna noćenja. Tim procjenama u prilog idu i pokazatelji rasta broja dolazaka i noćenja po zemljama prikazanih u Tablici 9.

**Tablica 9:** Struktura dolazaka i noćenja turista u gradu Zagrebu prema zemlji prebivališta 2010. godine

Zemlje	Dolasci turista	Udio u ukupnim dolascima	Indeks dolazaka 2001/2010.	Noćenja turista	Udio u ukupnim noćenjima	Indeks noćenja 2001/2010.
1. Njemačka	43.414	6,5%	160,4	71.855	6,6%	155,0
2. Italija	29.306	4,4%	165,8	47.916	4,4%	157,5
3. Španjolska	28.915	4,3%	1388,1	44.841	4,1%	1164,4
4. Austrija	29.795	4,5%	177,9	42.544	3,9%	169,9
5. UK	18.703	2,8%	153,7	36.768	3,4%	140,8
6. Francuska	23.075	3,5%	272,9	35.598	3,3%	214,6
7. BiH	20.360	3,1%	118,3	30.862	2,8%	124,5
Ukupno 1.-7.	193.568	29,1%	-	310.384	28,5%	-
Ostatak Europe	186.401	28,0%	223,3	304.754	28,1%	195,4
Ostatak svijeta	108.885	16,3%	342,2	185.903	17,1%	256,4
Hrvatska	177.252	26,6%	114,1	284.556	26,2%	123,4
UKUPNO:	666.106	100,0%	173,2	1.085.597	100,0%	166,9

Izvor: Grad Zagreb (2011)

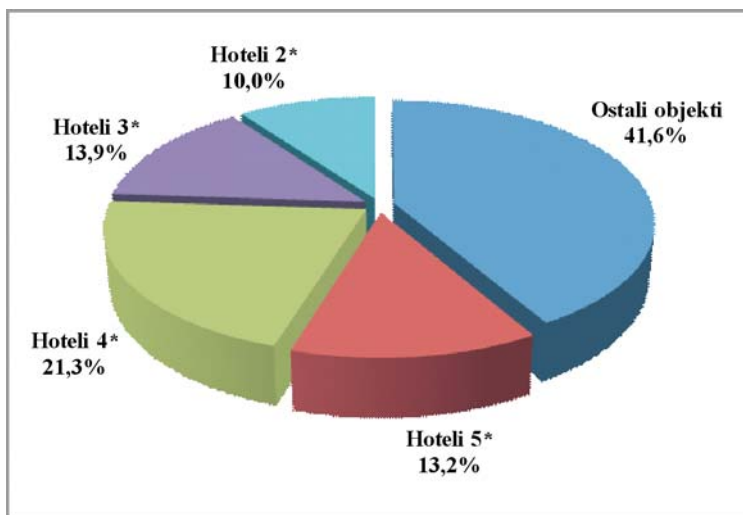
Za razliku od turističkog prometa ostvarenog na nacionalnoj razini čija je struktura dolazaka i noćenja prema zemlji prebivališta bitno koncentriranija po pojedinim tržišnim segmentima (npr. 2010. najveće udjele u ukupnim noćenjima imale su Njemačka s 20,3%, Slovenija s 10,4% i Italija s 8,4%), distribucija ostvarenog turističkog prometa u gradu Zagrebu prema zemljama prebivališta je, ipak, ravnomjernije raspoređena (uočljivo u Tablici 9.). Podaci o distribuciji ostvarenih noćenja po zemljama iz kojih turisti dolaze u Zagreb, otkrivaju da je zemlja s najvećim udjelom od 6,6% u ukupnim noćenjima Njemačka, koju slijede Italija sa 4,4% i Španjolska sa 4,1%. Ravnomjernija distribucija ostvarenog turističkog prometa po zemljama, s jedne strane, razvodnjava rizik od tržišnih šokova uzrokovanih gospodarskim fluktuacijama i političkom nestabilnošću na pojedinim tržištima, dok, s druge strane, uključenost više zemalja s relativno malim udjelima razvodnjava budžetska sredstva namijenjena za promotivne aktivnosti. Punopravnim članstvom RH u EU i kasnijim otvaranjem granica prema zoni zemalja koje primjenjuju Schengenski sporazum, može se očekivati da će se udio zemalja EU u ostvarenju turističkog prometa u gradu Zagrebu blago povećati zbog rasta formalne dostupnosti zemlje, još kvalitetnijih prometnih veza sa zemljama EU, uvrštavanja Zagreba u itinerere koji uključuju velike i glavne gradove (*city hopping* i *city break*) te izraženih proeuropskih marketinških aktivnosti kojima se promovira multikulturalnost i kohezija EU. Kvantifikacije radi, u 2010. zemlje EU su u ukupno ostvarenim noćenjima u Zagrebu sudjelovala s 56,9% (DZS, 2011a).

Iako grad Zagreb slovi kao najposjećenije turističko odredište u RH (ostvaruje najveći broj registriranih turističkih dolazaka), neiskorištenost potencijala uočljiva je u prosječnom broju noćenja po jednom dolasku turista koja na godišnjoj razini iznosi prosječnih 1,7, dok je nacionalni godišnji prosjek 5,3 noćenja po jednom dolasku

(DZS, 2011a). U tom smislu, dodatni naponi u osmišljavanju strategije zadržavanja turista u gradu (produljenje boravka) morat će biti usmjereni upravo prema tržištu EU kojem Zagreb uistinu ima što ponuditi. Jedno od mogućih koraka je i aplikacija Zagreba za Europsku prijestolnicu kulture čija realizacija, sukladno protokolu Europske komisije (u nastavku teksta:EK) o načinu i vremenskoj dinamici izbora Europske prijestolnice kulture, neće biti moguća prije 2020. godine.

Rastuća posjećenost Zagreba, s jedne strane, uvjetuje, a, s druge strane, otvara novi prostor za izgradnju smještajnih kapaciteta, i to posebno hotelskih objekata s četiri i pet zvjezdica. Sredinom 2010. Zagreb je raspolagao s ukupnim smještajnim potencijalom od 12.157 postelja raspoređenih u 71 smještajnom objektu od kojih većinu čine hotelski kapaciteti. Usporedbom strukture smještajnih kapaciteta u Zagrebu i na nacionalnoj razini, uočljiva je bolja i daleko kvalitetnija struktura smještaja u gradu Zagrebu u kojem su hotelski objekti činili udio od 54,3% (Grad Zagreb, 2011) prema udjelu od 13,3% na nacionalnoj razini (DZS, 2011). Na grafikonu koji slijedi (Grafikon 4.) prikazana je struktura smještajnih kapaciteta grada Zagreba za 2009., kao posljednju godinu za koju su dostupni detaljniji podaci.

**Grafikon 4:** Struktura smještajnih kapaciteta grada Zagreba sredinom 2009. Godine



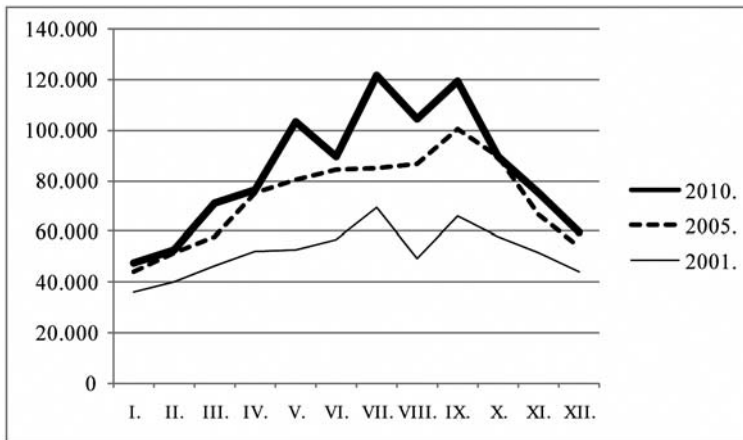
Izvor: Grad Zagreb (2010), Statistički ljetopis

Osim bolje strukture smještajnih kapaciteta, grad Zagreb ima i kvalitetniju strukturu hotelskog smještaja gdje su, za razliku od nacionalnog prosjeka, zastupljeniji hoteli visokih kategorija. Takva struktura opravdana je motivacijom turista koji dolaze u Zagreb gdje je najveći udio onih koji dolaze iz poslovnih razloga (41%), koje slijedi želja za novim iskustvima i doživljajima (24%), zatim kratki odmor u gradu (21%) i upoznavanje kulturnih znamenitosti (17%) te zabava (14%) (Institut za turizam, 2009).



Radi definiranja buduće strategije izgradnje smještajnih kapaciteta, važno je istaknuti kako se u razdoblju od 2004. do 2010. prosječno godišnje iskorištenje hotelskih kapaciteta u gradu Zagrebu kretalo između 35% i 42%, što se može smatrati donjim pragom rentabilnosti poslovanja. Iskorištenost ostalih kapaciteta niža je od hotelskih i kreće se oko 30% (Grad Zagreb, 2005.-2010.). Nadalje, mjesečna dinamika ostvarenih dolazaka i noćenja u Zagrebu otkriva neke promjene koje su nastale u promatranom razdoblju od posljednjih 10 statistički dostupnih godina na temelju čega se može zaključiti da se broj noćenja postupno povećava tijekom ljetnih mjesec, što je posljedica rasta turističkog prometa kojima je Zagreb samo usputno (*stop over*) odredište na putu prema hrvatskom priobalju. Takva mjesečna dinamika omogućuje rast broja smještajnih kapaciteta (Grafikon 5.), ali i ukazuje na potencijalnu opasnost.

**Grafikon 5:** Usporedba mjesečne dinamike u kretanju broja ostvarenih noćenja turista u gradu Zagrebu 2001., 2005. i 2010. Godine



Izvor: Grad Zagreb (2010), Statistički ljetopis

Iz serije podataka za početnu, srednju i završnu godinu promatranog razdoblja u kojem je praćen trend kretanja broja ostvarenih noćenja turista moguće je prepoznati trendove koji su već dugi niz godina prisutni na nacionalnom receptivnom tržištu gdje se forsira izgradnja i uređenje objekata po tzv. vršnoj metodi kako bi se zadovoljila rastuća potražnja tijekom ljetnih mjeseci. U slučaju da se održi takav trend u izgradnji kapaciteta, može se očekivati da će doći do produblivanja problema sezonalnosti i padajućeg prosječnog godišnjeg iskorištenja ukupnih kapaciteta (ne samo smještaja). Imajući na umu sve trendove kretanja broja postelja u Zagrebu i moguće utjecaje na poticanje rasta turističke potražnje, moguće je očekivati da će ukupni smještajni kapaciteti do 2015. narasti na 13.500 (s naglašenijom tendencijom rasta broja postelja u privatnom smještaju), što bi omogućilo zadržavanje istog prosječnog godišnjeg iskorištenja kapaciteta od 30%.

Jedno od izglednih rješenja u harmonizaciji iskorištenja smještajnih i drugih kapaciteta turističke infrastrukture vidi se u poticanju razvoja komplementarnih specifičnih oblika turizma. Najizgledniji je razvoj kongresnog turizma u okviru kojeg su vršna opterećenja prisutna upravo u proljetnim i jesenskim mjesecima što bi za pokazatelje turističkog razvoja u gradu Zagrebu mnogo značilo u smislu ravnomjernije vremenske distribucije turističkog prometa. Međutim, za postizanje tih učinaka Zagrebu nedostaje kvalitetne infrastrukture u smislu velikog kongresnog centra koji će omogućiti priljev velikog broja sudionika, hotela najviše kategorije koje upravo sudionici skupova najviše i koriste te uspostavljanje više izravnih zrakoplovnih linija s velikim emitivnim centrima na prostoru EU. Osim kongresnog turizma, značajna poboljšanja mogu se postići i u okviru manifestacijskog turizma, osobito kad je riječ o međunarodnim kulturnim i sportskim manifestacijama, zatim u shopping turizmu, putovanjima mladih, itd.

## 6. ZAKLJUČAK

Na temelju prethodno iznesenog, analiziranog i elaboriranog može se zaključiti da proširenje EU na nove zemlje članice pozitivno utječe na trendove razvoja turizma na nacionalnoj i regionalnoj razini. Pozitivan učinak proširenja EU posebno je uočljiv na razvoj turizma u glavnim gradovima "Nove Europe" u kojima osnovne pokazatelje razvoja turizma prate relativno visoke stope rasta na godišnjoj razini. Oscilacije ostvarenog turističkog prometa najviše dolaze do izražaja u petogodišnjem vremenskom razdoblju od dvije godine prije i dvije godine nakon pristupanja zemlje EU. Ponešto drukčiji trend zabilježen je kod kretanja broja postelja u smještajnim kapacitetima gdje se ravnomjeran rast pokazatelja bilježi prije i tijekom godine pristupanja zemlje, da bi, godinu dana nakon pristupanja zemlje EU, trend rasta bio znatno veći, a dvije godine nakon došlo do stagnacije u izgradnji kapaciteta.

Kad je riječ o utjecaju pristupanja RH EU na trendove kretanja osnovnih pokazatelja razvoja turizma u gradu Zagrebu, uočljiv je obećavajući trend sva tri temeljna razvojna pokazatelja. Imajući na umu zajedničke značajke koje prate sve glavne gradove i sve posebnosti regionalnog turističkog tržišta, do 2015. očekuje se intenzivniji rast broja dolazaka (+35%) i noćenja turista (+40%), dok se u pogledu smještajnih kapaciteta očekuje umjeren rast broja postelja (+11%) uz optimizaciju iskorištenja smještajnih kapaciteta na godišnjoj razini i s naglaskom na izgradnji visokokvalitetnih hotelskih i niskobudžetnih objekata u hostelskom i privatnom smještaju. S kvalitativnog gledišta, ulazak u skupinu od 28 glavnih gradova EU, Zagreb bi trebao iskoristiti za unaprjeđenje i oplemenjivanje svog turističkog proizvoda, osobito na području kulturnog, kongresnog i sportskog turizma s dodacima shopping turizma i privlačenja mladih turista. Za sve te razvojne smjerove Zagreb posjeduje dovoljno kvalitetnu resursnu osnovu i izgrađen kvalitetan imidž odredišta na europskom turističkom tržištu, ali će na razini odredišnog menadžmenta trebati djelomično korigirati dosadašnje principe razvoja turizma u gradu i omogućiti primjenu proaktivnog pristupa u revitalizaciji turističkog proizvoda sukladno trendovima u vodećim metropolama EU.

U konačnici se može zaključiti da je istraživanje potvrdilo polaznu hipotezu da glavni gradovi "Nove Europe" nakon pristupanja njihovih zemalja Europskoj uniji počinju bilježiti relativno visoke stope rasta obujma ostvarenog turističkog prometa, osobito kad je riječ o turističkim dolascima. Druga je hipoteza, da glavni gradovi "Nove Europe" nakon pristupanja njihovih zemalja Europskoj uniji počinju intenzivno graditi smještajne i druge turistički receptivne kapacitete, također, potvrđena jer je izgradnja pokazala još izraženiji trend rasta upravo u godini nakon pristupanja zemlje EU, a tek nakon toga dolazi do stagnacije. Zbog limitiranosti prostora za daljnju analizu i elaboraciju, ovo istraživanje, iako je provedeno samo na osnovnim pokazateljima razvoja turizma u odabranim glavnim gradovima EU, predstavlja kvalitetnu osnovu i ideju vodilju za neku buduću dublju i sadržajnije analizu razvoja urbanog turizma u gradu Zagrebu i ostalim glavnim gradovima zemalja EU.

#### LITERATURA:

1. Alkier Radnić, R. (2005.), Pretpostavke uspješnijeg uključivanja Hrvatske u turizam EU, *Tourism and Hospitality Management*, 11(2): 163-168.
2. Alkier Radnić, R. (2009.), *Turizam u Europskoj uniji*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
3. Bergsgard, N..A., Josendal, K., Garcia, B. (2010), A cultural mega event's impact on innovative capabilities in art production: the results of Stavanger being the European capital of culture in 2008, *International Journal of Innovation and Regional Development*, 2(4): 353-371.
4. CIA (2011), *The World Factbook*, Washington: Central Intelligence Agency. Dostupno on-line na <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html> [pristupljeno 02. listopada 2011.]
5. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), *Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb: Školska knjiga.
6. Dinan, D. (2005), *Ever Closer Union: An Introduction to European Integration*, Boulder: Lynne Rienner Publishers.
7. DZS (2001.-2011.), *Statistička izvješća – Turizam*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
8. DZS (2011c), *Hrvatska u brojkama 2011.*, Zagreb: Državni zavod za statistiku. Dostupno on-line na [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/CroInFig/hrvatska\\_u\\_brojkama.pdf](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/CroInFig/hrvatska_u_brojkama.pdf) [pristupljeno 3. listopada 2011.]
9. DZS (2011b), *Priopćenje: Turizam – kumulativni podaci, Razdoblje od siječnja do rujna 2011.*, 48(4.4.2/8.), Državni zavod za statistiku, Zagreb. Dostupno on-line na [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2011/04-04-02\\_08\\_2011.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/04-04-02_08_2011.htm) [pristupljeno 13. studenoga 2011.]
10. DZS (2011a), *Priopćenje: Turizam – kumulativni podaci, Razdoblje od siječnja do prosinca 2010.*, 47(4.4.2/11.), Državni zavod za statistiku, Zagreb. Dostupno on-

- line na [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2010/04-04-02\\_11\\_2010.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2010/04-04-02_11_2010.htm) [pristupljeno 14. listopada 2011.]
11. DZS (2001.-2011.), *Priopćenja: Turizam – kumulativni podaci*, Državni zavod za statistiku, Zagreb. Dostupno on-line na <http://www.dzs.hr> [pristupljeno 8. studenoga 2011.]
  12. Eurostat (2011), *Eurostat Compact guides: Basic figures on the EU – Fourth quarter 2011*, Luxembourg: Eurostat. Dostupno on-line na [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-GL-11-004/EN/KS-GL-11-004-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-GL-11-004/EN/KS-GL-11-004-EN.PDF) [pristupljeno 3. listopada 2011.]
  13. Grad Zagreb (2011.), *Turizam – Mjesečno priopćenje*, XII.-2010., Gradski ured za stratezijsko planiranje i razvoj grada, Odjel za statistiku, Zagreb. Dostupno on-line na <http://www.zagreb.hr/UserDocsImages/statistika/Turizam%20XII%202010.doc> [pristupljeno 9. studenog 2011.]
  14. Grad Zagreb (2005.-2010.), *Statistički godišnjak Grada Zagreba*, Gradski ured za stratezijsko planiranje i razvoj grada, Odjel za statistiku, Zagreb.
  15. Grubiša, D. (2007.), Kriza demokracije u Europi: između nacionalne države i europske vladavine, *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 3(1): 125-148.
  16. Haas, E. B. (1948), The United States of Europe, *Political Science Quarterly*, 63(4): 528-550.
  17. Hall, C. M. (2002), Tourism in Capital Cities, *Tourism*, 50(3): 235-248.
  18. Hall, P. (2000), The changing role of capital cities, *Plan Canada*, 40(3): 8-12.
  19. Hitters, E. (2007), Porto and Rotterdam As European Capitals of Culture: Toward the Festivalization of Urban Cultural Policy, u Richards, G., *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, Binghamton: Haworth Hospitality Press.
  20. Horne, R. E. (2009), Limits to labels: The role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 33: 175-182
  21. Institut za turizam (2009), *Stavovi i potrošnja turista i posjetitelja Zagreba 2008.*, Zagreb: Institut za turizam. Dostupno on-line na <http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2008-TOMAS-ZAGREB-2008.pdf> [pristupljeno 09. studenog 2011.]
  22. Jansen-Verbeke, M., Vandenbroucke, S., Tielen, S. (2005), Tourism in Brussels, Capital of the “New Europe”, *International Journal of Tourism Research*, 7(2): 109-122.
  23. Kaczorowska, A. (2008), *European Union Law*, Oxon: Routledge-Cavendish.
  24. Koncul, N. (2004.), Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima, *Naše more*, 51(5-6): 206-213.
  25. Law, C. M. (2002), *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, London: Continuum.

26. Lew, A., Hall, C. M., Timothy, D. (2008), *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*, Oxford: Elsevier.
27. Madeley, J. (1999), *Big business, poor peoples: The Impact of Transnational Corporations on the World's Poor*, London: Zed Books.
28. Meyer, T. (2007), Cultural Difference, Regionalization and Globalization, u Telo, M. (ur.), *European Union and New Regionalism: Regional Actors and Global Governance in a Post-Hegemonic Era*, Hampshire: Ashgate Publishing.
29. Pearce, D. G. (2007), Capital City Tourism: Perspectives from Wellington, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(3/4): 7-20.
30. Pearce, D. G. (2001), An Integrative Framework for Urban Tourism Research, *Annals of Tourism Research*, 28(4): 926-946.
31. Puczko, L., Ratz, T., Smith, M. (2007), Old City, New Image: Perception, Positioning and Promotion of Budapest, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(3/4): 21-34.
32. Riganti, P. (2006), Tourists' satisfaction vs. residents' quality of life in medium sized European cities: a conjoint analysis approach for cultural tourism's impact assessment, u zborniku radova s 46th Congress of the European Regional Science Association "Enlargement, Southern Europe and the Mediterranean", Volos.
33. Russo, A. P., Van der Borg, J. (2002), Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities, *Tourism Management*, 23(6): 631-637.
34. Swedberg, R. (1994), The Idea of "Europe" and the Origin of the European Union – A Sociological Approach, *Zeitschrift für Soziologie*, 23(5): 378-387.
35. Sykes, O. (2011), Introduction: European cities and capitals of culture – a comparative approach, *Journal Town Planning Review*, 82(1): 1-12.
36. TurkStat (2011), *Turkey in Statistics 2011*, Ankara: Turkish Statistical Institute. Dostupno on-line na [http://www.turkstat.gov.tr/IcerikGetir.do? istab\\_id=5](http://www.turkstat.gov.tr/IcerikGetir.do? istab_id=5) [pristupljeno 04. listopada 2011.]
37. UNWTO (2011), *Tourism Highlights 2011 Edition*, UNWTO: Madrid. Dostupno on-line na [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr\\_1.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_1.pdf) [pristupljeno 11. listopada 2011.]
38. UNWTO (2000), *Tourism Highlights 2000, Second Edition*, UNWTO: Madrid. Dostupno on-line na <http://www3.dogus.edu.tr/memek/DersNotlari/tourism%20highlights2000.pdf> [pristupljeno 22. rujna 2011.]
39. U.S. Census Bureau (2011), *Statistical Abstract of the United States 2012*, Washington: United States Census Bureau.
40. Vuković, I. (2006), Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, *Tourism and Hospitality Management*, 12(1): 35-55.
41. Warleigh, A. (2004), *European Union: the basics*, Oxfordshire: Routledge.

## THE IMPACT OF EUROPEAN INTEGRATION ON TOURISM DEVELOPMENT TRENDS IN CAPITAL CITIES OF “NEW EUROPE”: POSSIBLE REFLECTIONS ON THE CITY OF ZAGREB

*Oliver Kesar*<sup>3</sup> & *Martina Pehar*<sup>4</sup>

### **Summary:**

*At the beginning of the new millennium, development of tourism in the European Union took on substantially different characteristics after the enlargement of the EU to the countries of Central and Eastern Europe. On the basis of the single market and the liberalization of movement of people, goods, services and capital among EU member states, enlargement put emphasis on the capital cities of so called “New Europe” as important political, economic and cultural centers of high tourist value and increasing number of visitors. The purpose of this research is based on a comparison of trends in tourism development in the countries of the “New Europe” and their capital cities before and after accession of the countries to the EU, and to assess the impact of Croatia’s accession to the EU on the development of tourism in the city of Zagreb. The research findings reveal the existence of a certain link between the trends of tourism development in 12 capital cities of the “New Europe” and those in the city of Zagreb. On these grounds, data analysis and impact assessment of Croatia’s accession to the EU have been performed in order to estimate future trends in tourist flows and the volume of accommodation facilities in the city of Zagreb. Authors have highlighted some tourism development opportunities in the city of Zagreb in accordance with the available resources, existing tourism infrastructure and built image on the European tourism market.*

**Key words:** *European integration, tourism, capital cities, New Europe, Zagreb.*

**JEL classification:** *L83*

<sup>3</sup> Oliver Kesar, Ph. D., Assistant Professor, Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, E-mail: okesar@efzg.hr

<sup>4</sup> Martina Pehar, MA, Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, E-mail: pehar.martina@gmail.com